



TOP INTERNATIONAL UND TRIVAGO

# Der Acht-Prozent-Deal

**Drahtzieher des Deals:**  
 Marcus Klar (Foto links), bereits seit fast 15 Jahren bei Top International und mittlerweile aufgestiegen zum Director Marketing & Development/Chief Operating Officer, und der bei trivago für das Thema Global Hotel Relations zuständige Daniel Holl.

**Hotelkooperation TOP INTERNATIONAL und Hotels & Corporate Partners kooperiert mit trivago, plant weitere Schnittstellen zu prominenten Partnern und sieht ihre Zukunft in der konsequenten technologischen Entwicklung.**

**I**m Sommer vergangenen Jahres hatte Hans R. Müller mit dem Statement „Die Kooperationen haben ihren Zenit überschritten“ für Furore in der Branche gesorgt. Schließlich ist Müller selber Gründer und Chairman der Kooperation Top International Hotels. Er wolle mit seinem Verbund neue Wege beschreiten, kündigte er in dem betreffenden Interview mit dieser Redaktion seinerzeit an. Heute steht fest: Müller hat Wort gehalten.

Erst übernahm der umtriebige Unternehmer das Portal Wellnessfinder und deutet damit bereits an, wo die Reise bei Top International künftig hingehet – ins world wide web. Die Big Points im Netz kommen aber erst jetzt: Wie Cost & Logis in Erfahrung bringen konnte, arbeitet Top International seit kurzem zusammen mit der Hotelsuchmaschine trivago. „Drahtzieher des Deals sind Marcus Klar, bereits seit

fast 15 Jahren bei Top International und mittlerweile aufgestiegen zum Director Marketing & Development/Chief Operating Officer, und der bei trivago für das Thema Global Hotel Relations zuständige Daniel Holl. Die neue Buchungsmaschine und eine zusammen mit Top-Technologiepartner Pegasus Solutions entwickelte Schnittstelle zu trivago sorgen dafür, dass trivago-User, die sich für eine Übernachtungen in einem der Top-International-Hotels interessieren, über das Top-International-Buchungssystem auf der Seite des betreffenden Hauses landen. Statt der zweistelligen Prozentbeträge Kommission, die üblicherweise in die Kassen mächtiger Buchungsportale fließen, zahlt das Hotel lediglich acht Prozent Systemgebühr – an die Top-International-Zentrale, die wiederum die Suchmaschine auf Cost-per-Klick-Basis honoriert.

Drei Wochen sind seit dem Liveschalten der Schnittstelle gerade mal vergangen – und die Resonanz ist überwältigend: „Wir haben in diesem kurzen Zeitraum zehn Prozent mehr Umsatz über unsere Buchungsmaschine generiert, als im gesamten letzten Jahr“, verrät Marcus Klar im Gespräch mit Cost & Logis. Wenn man dazu noch berücksichtigt, dass der Start des Deals in eine eher unterdurchschnittliche Buchungszeit des Jahres gefallen ist, lässt sich leicht ausmalen, was die Verbindung für Top International bedeutet. Einen Umsatzschub gegeben