

Umfrage: Firmenkunden zeigen Verständnis für Preiserhöhungen

Flexibilität, Hygiene- und Sicherheit stehen bei Geschäftsreisen derzeit bei der Hotelwahl an erster Stelle, für rund zwei Drittel der Firmenkunden sind Preiserhöhungen in der Hotellerie nachvollziehbar und hybride Tagungen gewinnen an Bedeutung – dies sind einige der Ergebnisse einer aktuellen Online-Kundenumfrage, die die BWH Hotel Group Central Europe im Mai 2020 bei ihren Geschäftsreise- und MICE-Kunden durchgeführt hat, um die Veränderungen des Corporate- und Tagungssegments in Folge der Corona-Krise besser beurteilen zu können.

Eschborn, 22. Juni 2020. Um den künftigen Geschäftsreise- und MICE-Markt besser einschätzen zu können, hat die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, zu der rund 300 individuell geführte Hotels in zehn Ländern gehören, vom 20. bis 29. Mai 2020 eine Online-Kundenumfrage durchgeführt. Da die Corona-Krise insbesondere auch den Geschäftsreisemarkt und das MICE-Segment besonders betroffen hat, ging es in der aktuellen Firmenkundenumfrage der Hotelgruppe unter anderem um die Fragestellungen, wann mit einer Rückkehr von Corporate-, Tagungs- und Seminargeschäft zu rechnen ist, wie neue digitale Formen den MICE-Markt verändern werden, welche Kriterien bei Buchungen im Fokus stehen werden und auch wie preissensibel Unternehmen bei Hotelbuchungen sein werden. An der Umfrage für die Segmente Corporate und MICE haben sich rund 300 Unternehmen beteiligt, sowohl aus dem Bereich Großkunden als auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). „Die Umfrage hilft uns dabei, neue Vermarktungsmaßnahmen und Chancen während und nach der Corona-Pandemie zu generieren. Es gilt nun das Kundenvertrauen wieder zurückzugewinnen und veränderten Anforderungen und Wünschen der Reisenden mit entsprechenden Maßnahmen und Angeboten gerecht zu werden. Wir bewerten es als überaus positiv und partnerschaftlich, dass Unternehmenskunden Verständnis für die derzeitige Lage der gesamten Hotellerie zeigen und gerechtfertigte Preissteigerungen auf Verständnis stoßen“, sagt Marina Christensen, Head of Sales der BWH Hotel Group Central Europe GmbH. Thomas Zubac, Direktor Tagungsservice bei der Hotelgruppe, der die Umfrage geleitet hat, ergänzt: „Die Ergebnisse der Umfrage bestärken uns in unseren Strategien, einen Fokus auf neue unter anderem hybride Tagungsangebote zu legen und dem Wunsch nach Flexibilität gerecht zu werden und Firmen unabhängig von ihrer Größe flexible Rahmenbedingungen anbieten zu können. Außerdem das gestiegene Informationsbedürfnis der Kunden zu bedienen, durch beispielsweise konkrete und detaillierte Aussagen zu den jeweiligen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen jedes einzelnen Hotels an jedem Standort direkt auf unseren Webseiten.“

Hybride Tagungen – Preissteigerungen akzeptabel – Flexibilität & Sicherheit

Zu den bemerkenswerten Erkenntnissen aus der Umfrage gehört unter anderem, dass 65 Prozent der Unternehmen zuvor geplante Präsenzveranstaltungen künftig im hybriden oder digitalen Format durchführen wollen. Bei Preissteigerungen durch gestiegene Hygieneanforderungen zeigt sich, dass die Preise derzeit offenbar nicht im Fokus der Geschäftsreisenden stehen: Zwei Drittel der befragten Firmen sind in der Umfrage bei gestiegenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen im Hotel mit einer Preissteigerung einverstanden. Davon sind 63 Prozent der Unternehmen bereit, einen höheren Preis von 5 bis 10 Prozent zu zahlen, 3,4 Prozent der Firmen würden sogar eine Preissteigerung von 10 Prozent und mehr akzeptieren. Für nur 33,6 Prozent der Unternehmen rechtfertigen höhere Hygienemaßnahmen im Hotel keine Preissteigerung. Generell rechnen künftig mehr als die Hälfte der Unternehmen mit einem Anstieg der Firmenraten aufgrund der behördlichen Vorschriften und Auflagen für Hotels und 42,7 Prozent gehen davon aus, dass die Raten stabil wie vor der Krise bleiben werden.

Auch bei den Kriterien der Hotelwahl zeigt sich ein eindeutiges Bild: Knapp 92 Prozent der Firmenkunden stimmen darin überein, dass flexible Stornierungsbedingungen derzeit bei der Hotelwahl besonders wichtig sind und rund 75 Prozent bewerten Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen der Hotels als vorrangiges Entscheidungskriterium. Befragt danach, wann generell mit einem ersten Anstieg des Corporate- und MICE-Geschäfts zu rechnen ist, sagen derzeit 40 Prozent der befragten Unternehmen, dass Geschäftsreisen voraussichtlich ab dem dritten Quartal des laufenden Jahres wieder zurückkommen, von einer ersten Rückkehr des Tagungsgeschäfts gehen im Moment die meisten Unternehmen im vierten Quartal 2020 und Anfang 2021 aus.

[Folgendes Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:](#)

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über BWH Hotel Group:

*Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. * Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe. ** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 300 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und

die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimal, Head of Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse