

Teure, aber notwendige Investition

Um den Erwartungen der Gäste gerecht zu werden, investieren viele Hotels in moderne W-LAN-Installationen. Diese können gerade für kleinere Betriebe sehr belastend sein.

MELANIE ROTH

Immer mehr Hoteliers in der Schweiz reagieren auf das verbreitete und wachsende Bedürfnis der Gäste nach einem unkomplizierten, schnellen und kostenlosen Internetzugang. Diesen Eindruck erhält, wer sich bei den hiesigen Telekommunikationsanbietern umhört.

Noch wollen viele Hotels weder Kosten noch Risiken tragen

Matthias R. Koch, CEO der in Zweidlen im Zürcher Unterland domizilierten Monsoon Networks AG, sagt: «Bereits über 90 Prozent der von uns versorgten Hotel- und Restaurant-Standorte haben vollständig oder teilweise auf Gratis-W-LAN umgestellt.»

Mitbewerber Cablecom sieht in den Hotels eine spannende Zielgruppe und startet eine grosse Kampagne bezüglich kostenlosem W-LAN. Jan Sommer, Account Manager SME & Hospitality bei Cablecom, sagt: «Wenn wir in Hotels neue Lösungen installieren, dann um deren Gästen kostenloses Internet anzubieten.» Aber es gebe immer noch Hotels,

die nur die gewöhnliche Bandbreite kostenlos anbieten und für einen schnellen Internetzugang einen Preis erhöhen.

Auch die Swisscom zählt unter ihren Hotspot-Partnern, die sich für ein Modell mit Gratis-Zugang für Kunden entschieden haben, viele Hotels. «Allerdings bleiben viele Betriebe beim ursprünglichen Modell: Sie verkaufen ihren Gästen ein Produkt aus unserem Sortiment und werden am Umsatz beteiligt», erklärt Mediensprecher Olaf Schulze.

Entscheidendes Wahlkriterium

Hohe Kosten sind das Hauptargument dafür, dass sich die Schweizer Hoteliers auch heute noch gut überlegen, ob sich Gratis-W-LAN für ihren Betrieb rechnet. Meistens sprechen sie aber nur ungern darüber, wie viel sie für das Angebot bezahlen, das bei den Gästen ganz oben auf der Wunschliste steht.

Fixpreise pro Zimmer und Monat sind zwar nicht unumgänglich (vgl. unten stehenden Text), aber verbreitet. Üblich ist ebenso, dass die Betriebe für solche Dienstleistungen pro Jahr einen fünfstelligen Betrag bezahlen müssen – was gerade bei kleinen Hotels ins Gewicht fällt.

Im Hotel Goldener Schlüssel in Bern hat man sich dennoch vor einem Jahr entschlossen, von der zeitbegrenzten, kostenpflichtigen Variante für den Gast auf Free-

W-LAN umzusteigen und im ganzen Haus einen Gratiszugang zum Internet anzubieten. «Wir haben die Zeichen der Zeit erkannt», erklärt Marianne Troxler, «und schnell gemerkt: Der Gast hat heute einfach kein Verständnis mehr dafür, in einem Hotel für W-LAN zu bezahlen.»

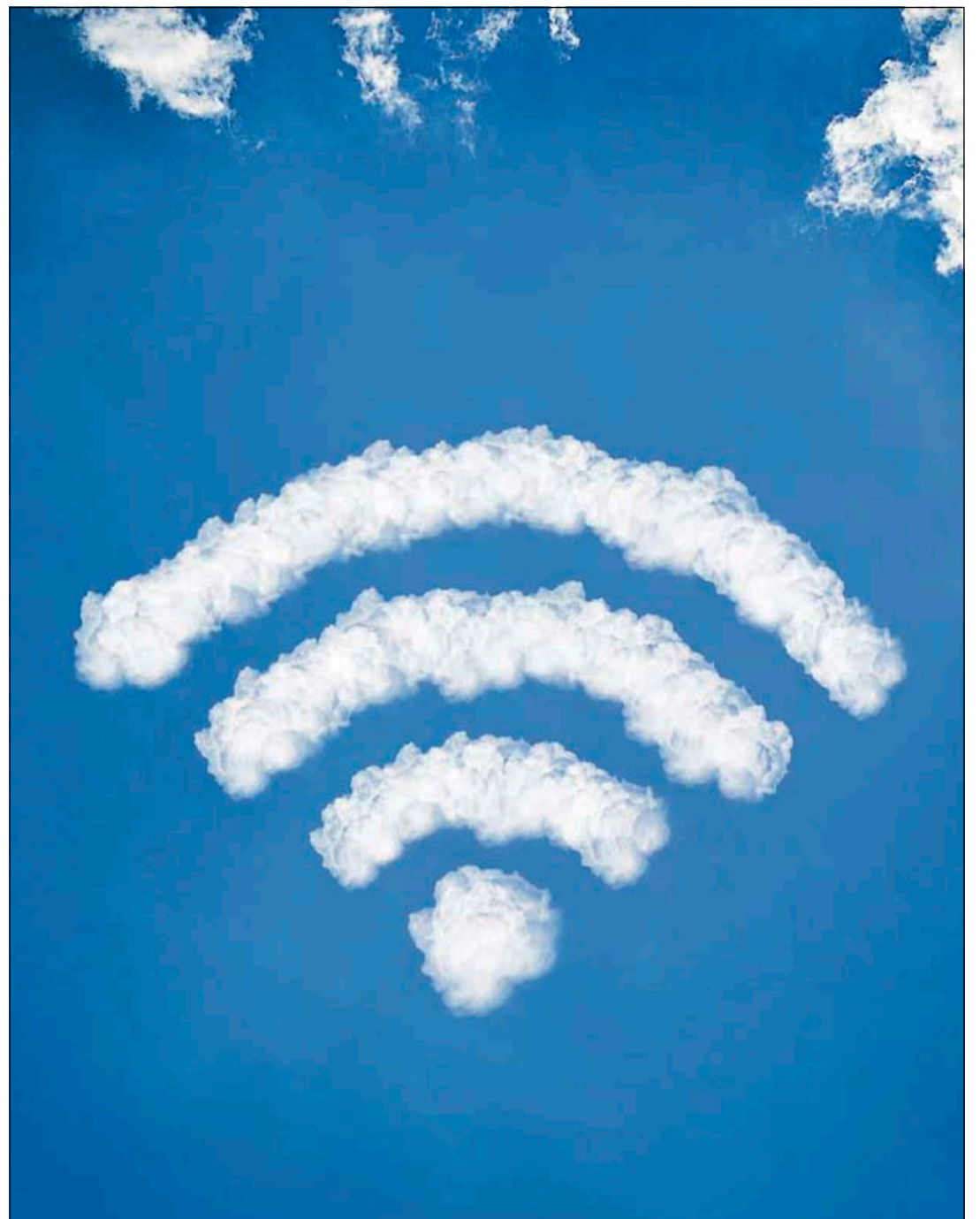
Das Haus in der Berner Altstadt beherbergt viele Businessgäste. «Für sie ist dieser Service ein Punkt, der darüber entscheidet, bei uns zu buchen oder nicht. Bieten wir das nicht an, bleiben die Gäste aus», so Troxler weiter. Den meisten Gästen sei aber nicht bewusst, dass dieser Service für ein kleines Hotel mit 34 Zimmern mit grossen Kosten verbunden sei.

Billigere Angebote im Ausland

Hans-Jörg Walther, Direktor des «Riffelalp Resort 2222 m» in Zermatt, versteht seine Kollegin aus

dem Flachland. «Für kleinere Hotels ist diese Investition nicht ohne», sagt er. In einem 5-Sterne-Superior-Hotel wie dem «Riffelalp Resort» gehöre Gratis-W-LAN zum Standard wie der Concierge und die Bar, die Kosten würden nicht gross ins Gewicht fallen. Vergleiche man allerdings die hiesigen Preise mit jenen, die Hotels im Ausland bezahlen, dann sei W-LAN teuer.

Dem stimmt Sven Flory, im Luzerner Art Deco Hotel Montana



Die Wolken, die die Freiheit versprechen – und den Hoteliers beträchtliche Kosten bescheren.

Fotolia

für den Verkauf und das Marketing zuständig, zu: «Der Service ist nicht billig – aber ein Muss.» Das Hotel Montana bietet bereits seit vier Jahren gratis W-LAN an. «Für unsere vielen Businessgäste ist das ein Standard, den wir anbieten müssen», erklärt Flory.

Längst seien es aber nicht mehr nur Geschäftsleute, die diese Dienstleistung wünschten. In den Restaurants und der Bar des Hotels habe das Personal immer ein

Auge darauf, ob ein Gast den Dienst womöglich benötige, und biete dann von sich aus den Zugangscodes an.

Eine Familie, vier Köpfe und acht Zugangscodes

Die Erfahrung, dass auch Ferientouristen den Gratiszugang ins Internet sehr schätzen, wird auch im «Riffelalp Resort» auf 2222 Meter Höhe gemacht. «Hier kommt der Spassfaktor rein», sagt

Direktor Hans-Jörg Walther. Pro Gerät gibt das Zermatter Luxus-hotel einen Zugangscodes ab.

Die Menge der nachgefragten Codes hat sich laut Walther in den vergangenen Jahren verdreifacht. Reise eine vierköpfige Familie an, brauche diese nicht selten acht verschiedene Codes. Dabei hätten die Hauptabnehmer gewechselt: «Wir geben mittlerweile mehr Zugangscodes an Kinder ab als an Business-Gäste.»

ANZEIGE

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Sales im Tourismus

Weiterbildung für die Branche

– Grundkurs 18./19. März 2013
– Aufbaukurs 8./9. April 2013

Expertinnen und Experten geben Antworten auf die drängenden Fragen bezüglich Verkauf und Vertrieb im Tourismus. In den Kursen werden die wichtigsten theoretischen Inputs mit erprobten Praxiskonzepten verbunden.

Infos und Anmeldung: www.htwchur.ch/tourismus

Welche Player bestimmen den Erfolg einer Destination?
Wie nutzt man den Billboard-Effekt?

Mit welchen Pricingmodellen arbeitet man in der Branche?

Wie funktioniert erfolgreicher Verkauf?

Sales im Tourismus

Wie kann die eigene Website für den Verkauf optimiert werden?
Wie werden Bewertungsplattformen zur Verkaufsförderung genutzt?
Welche Kriterien sind wichtig bei der Rekrutierung von Sales Personen?

STUDIERN FÜRS LEBEN

Tel. +41 (0)81 286 24 24
E-Mail itf@htwchur.ch

www.htwchur.ch
FHO Fachhochschule Ostschweiz

Anbieter übernehmen selbst die Sorgfaltspflichten

In der Schweiz gibt es drei Anbieter von Internet-Zugängen. Die Vielfalt ihrer Produkte stellt Hoteliers vor eine schwierige Wahl.

MELANIE ROTH

W-LAN wird in der Schweiz von der Swisscom, Cablecom und der Firma Monsoon Networks angeboten. Letztere ist Partnerin von Orange und Sunrise, die selber keine W-LAN-Produkte für Endkunden anbieten. Eine kleine Umfrage zeigt: Von der Installation bis hin zu rechtlichen Sorgfaltspflichten nehmen die Unternehmen dem Hotelier fast alle Aufgaben ab, die W-LAN mit sich bringt.

Das vielfältige Angebot entspricht den breit gefächerten Bedürfnissen der Hotels. Die htr hotel revue hat eine kleine Auswahl vorgenommen:
– Planung und Installation der Vorrichtung im Hotel. Inbetriebnahme, Betrieb und Unterhalt des Netzwerkes.

– Übernahme von rechtlichen Sorgfaltspflichten, zum Beispiel die Aufbewahrung von Daten für die Behörden bei Missbrauch. Die Haftung liegt in solchen Fällen beim Anbieter.

– Zwischen Gratis-W-LAN und Bezahl-W-LAN sind beliebige Zwischenlösungen möglich: zum Beispiel ein Gratiszugang nur für teure Zimmerkategorien oder zu bestimmten Tageszeiten, etwa vor-

mittags und nachmittags, um am Mittag den Zugang für Restaurantgäste nicht zu blockieren.

– Die Zugänge können vollautomatisch, zum Beispiel per SMS, oder in Form eines Gutscheins vergeben werden.

– Endkundenbetreuung zum Beispiel mittels einer Kundenhotline.

Die Preise variieren stark – je nach der erwünschten Dienstleistung. Entsprechend schwer ver-

gleichbar sind die Angebote. Der Hotelier tut gut daran, zu vergleichen und sich individuell beraten zu lassen.

Cablecom verlangt zum Beispiel für die Installation 500 Franken pro Zimmer, danach fallen je nach Bandbreite 100 bis 150 Franken monatlich an. Monsoon bietet für den Betrieb drei Preisklassen an: Für kleine Standorte wie Restaurants, Bars und Foyers gibt es Mini-Hotspots für 34 Franken im Monat. Hotels mit bis zu 60 Zimmern zahlen 190, sonst 280 Franken monatlich.

Bei der Swisscom erhält der Hotelier gegen eine monatliche Gebühr ein spezifisches Angebot. Die Preise sind jeweils Gegenstand von Verhandlungen und werden von Faktoren wie der technischen Lösung, der Vertragslaufzeit oder den Installationskosten beeinflusst.

Weitere Informationen unter:
solutions.monsoon.net
www.swisscom.ch/hospitality
www.upc-cablecom.biz/b2b/hospitality_new



Bei Internetanschlüssen sind Rat und Tat von Experten teuer.

Fotolia