

Sharing ist soziale Kontrolle

DICON-Studie beleuchtet Unterschiede Hotellerie & Sharing Economy



**Ferienwohnung mit Familien-Anschluss, auch in der Stadt.
Hier ein Beispiel von Housetrip in Rom.** / Foto: map

Berlin (10.4.2015). Der neue Sharing-Markt sprengt bisherige Markt-Standards, soviel steht fest. Das Modell von Airbnb & Co funktioniert, weil die Anbieter Kunden-Emotionen gezielt und unkompliziert befriedigen. Ist die Hotellerie nur noch auf der Verlierer-Seite? Es sieht danach aus, ist es aber nicht, wie eine aktuelle Studie der Berliner Marketing-Beratung DICON zeigt. Hotellerie und Sharing

Economy widersprechen und ergänzen sich, meint Geschäftsführer Robert Wissmath. Zum zweiten Mal beleuchtet er den Trend ausführlich. 2013 hatte er die sich anbahnende Bewegung unter dem Aspekt des "sozialen Touristen" untersucht. Jetzt spinnt er den Faden weiter.

(.....)

Unbestritten ist aufgrund des Sharing-Booms der letzten Jahre: Der Wunsch des Reisenden nach der Nähe zu seinem Gastgeber (realisiert durch "private" Zimmer) und nach persönlichen Tipps bindet beide Parteien sozial aneinander. Diese neue Motivation sprengt die Logik der bisherigen Produkt-Individualisierung, so Robert Wissmath, und das löst eine neue "Gemengelage" aus: Reiseangebote für den Massenmarkt boten bisher gute Preise, aber relativ "starre" Produkte; trotzdem hatte der Reisende angesichts der immensen Auswahl das Gefühl von Flexibilität. Im Gegensatz dazu sind die heutigen, individualisierten Produkte automatisiert gesteuert und damit vergleichsweise unflexibel. Roboter suchen das Produkt zur Person aus – und den Preis dazu.

Freie Wahl oder schnelle Entscheidung

(.....)

Eines steht aber fest: Der gesamte Vertrieb wird künftig nur noch Big Data-gesteuert sein, d.h. die Hoteliers müssen ihre Gäste auch nach Bildungsschichten, Einkommensklassen, Netzwerken, Vorlieben etc. erfassen, diese mit ihren Unterbringungsformaten und Service-Prozessen wie auch mit klassischen Eckpunkten wie Ferienzeiten oder Feiertagen kombinieren... Und "das wird zu einer neuen Herausforderung für viele Segmente der deutschen Hotellerie werden," heisst es in der Analyse: "Die 'Soziale Ferienwohnung' erfüllt diese Bedingung vergleichsweise gut."

Lifestyle-Hotel auf Social-Pfaden

Von allen Beherbergungsstrukturen kommt die der Serviced Apartments wohl am ehesten an die "soziale Ferienwohnung" heran. Frische soziale Impulse im Hotel verströmen zudem die neuen Lifestyle-Hotels im Boutique- oder Ketten-Format, weil deren offenen, fließend gestalteten Lobbys mit den privaten Lebenswelten korrespondieren, die Airbnb & Co vermitteln. "So ist eine Zunahme von Originalität und Individualität bei der Einrichtung, bei den Services und bei der Raumkonzeption öffentlicher Räume zu beobachten," bescheinigen die Marktforscher der Hotellerie. "Diese Konzepte stiften Gemeinschaft und erzeugen neue Situationen von realer und digitaler Vernetzung."

Die ersten Schritte Richtung P2P sind damit in der Hotellerie gemacht. Doch der schwierigste Schritt steht noch bevor: die Übersetzung dieser Erkenntnisse in die sozialen Medien und die Schaffung einer neuen persönlichen Beziehung zwischen Gast und Hotelbetreiber.

(.....)

Die Social Media-Bedeutung wird überraschenderweise von einem Mangel getrieben: vom Mitarbeiter-Mangel in der Hotellerie. Wenn eine "Apple Watch" künftig als Türkarte im Hotel fungiert und Roboter erste Services übernehmen, werden qualifizierte Berufsbilder auf Dauer ersetzt. Die Budget-Hotellerie hat ihre Kunden bereits an servicearme Prozesse gewöhnt, so dass mittelfristig der Kontakt zwischen Mitarbeiter und Gast deutlich reduziert wird.

Airbnb bleibt ein Web-Technologie-Unternehmen

Wen wundert an dieser Stelle dann wieder der Erfolg der sozial orientierten Anbieter wie Airbnb? Weshalb erklärt eine Branche neue Marktteilnehmer zu "Feinden", wenn sie selbst elementare Erfolgskomponenten nicht mehr bietet? Und ist es da nicht genauso verständlich, dass Unternehmen wie Airbnb sich selbstbewusst als "Beherbergungsunternehmen" bezeichnen?



Lokales Flair erwünscht, Unterbringung inklusive. Schlafen auf einem Boot in London, ein Beispiel von Airbnb.

(.....)

Damit werden die Unterschiede zwischen P2P-Anbietern und Hotels immer deutlicher: "Der Unterschied besteht im vollständigen Focus auf Datenakkumulation und digitale Vernetzungsleistung individueller Personen statt auf klassische an Produkte gebundene Leistungen und deren Rückwärtsintegration in

den Vertrieb," so die DICON.

Machtzuwachs des Mittlers

Gleichzeitig tröstet sie: "Es zeigt sich, dass, auch wenn der Wettbewerb mit der Hotellerie eskaliert, Airbnb eben kein Hotelkonzern ist, sondern ein klassisches Web-Technologie-Unternehmen. Der Unterschied zwischen Hotelunternehmen und Airbnb lässt sich an Bereichen darstellen, die für moderne digitale Unternehmen typisch sind und inzwischen auch vermehrt in der Kritik stehen. Es ist die Monopolisierung und die Ökonomisierung der von den Nutzern (Anbieter und Abnehmer) der Plattform produzierten und mit deren sozialem Verhalten verknüpften Daten." Sharing-Unternehmen setzen damit letztlich auf Datensteuerung, ergänzt von einer ebenfalls gesteuerten, gegenseitigen sozialen Kontrolle der Sharing-Partner. Die Individualisierung mündet damit in sozialer Kontrolle. Oder anders ausgedrückt: Sharing Economy ist eine "... Bezeichnung für etwas, was auf einen sukzessiven Machtzuwachs der intermediären Ebene hinausläuft."/map

(.....)

Die Studie "Sharing: Budgetmärkte in der digitalen Welt" von Robert Wissmath, DICON Marketing- und Beratungsgesellschaft, Berlin, ist erhältlich über DICON (www.dicon-beratung.de) und kostet 100 Euro.

Auszug aus einem Artikel von www.hospitalityinside.com, Ausgabe 10.4.2015

© hospitalityInside. Dieser Inhalt ist urheberrechtlich geschützt. Die Verwendung in Druckwerken oder die Veröffentlichung im Inter- oder Intranet erfordert jeweils die schriftliche Zustimmung der hospitalityInside GmbH. Bei Verstößen stellen wir ein marktübliches Honorar in Rechnung. Rechtliche Schritte und Schadenersatzforderungen bleiben darüber hinaus vorbehalten.