



Verlag > HLH > Aktuell

Aktuell

News

Aktuelle Ausgabe

Veranstaltungen

Stellenmarkt

Bücher und Broschüren

Service

Archiv

Leser-Service

Media-Service

Kontakt

Impressum

Hinweise für Autoren

Online-Recherche

News

30.10.2012

Hotels: interessanter Wachstumsmarkt für SHK-Profis

Die Hotelbranche bleibt auf Wachstumskurs. So ist der Umsatz im ersten Halbjahr 2012 um nominal 3,4 % gestiegen. Besonders hohe Zuwächse können die Häuser verzeichnen, die sich auf die Wünsche und Bedürfnisse von Menschen über 50 Jahren spezialisiert haben.

Eine neue Untersuchung bestätigt, dass diese Zielgruppe besonders reise- und ausgabefreudig ist. Einer Prognos-Trendstudie zufolge bilden diese Gäste „in naher Zukunft die lohnendste Hotelkundschaft“.

Auf diese Zusammenhänge weist jetzt die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P) hin. Die Erfahrung zeige, dass die Generation 50plus besonders stark auf die Badqualität und das Wellness-Angebot in Hotels achte. Daher verkörpere dieses Segment für die SHK-Profis einen Wachstumsmarkt mit oft unterschätztem Potenzial. T&P-Geschäftsführer *Dietrich W. Thielenhaus*: „Die sanitäre Ausstattungsqualität zählt für Hotels zu den wichtigsten Kriterien für Auslastung und Gästebindung. Wachstumsorientierte Betriebe setzen daher verstärkt auf hochwertiges Badambiente, das auch älteren Nutzern maximalen Komfort bietet. Das gilt ebenso für die Spa-Landschaften, die zu einem wichtigen Wettbewerbsmerkmal geworden sind. Auch wegen der in Hotels relativ kurzen Renovierungszyklen eröffnet sich hier der Sanitärbranche ein außerordentlich interessantes Tätigkeitsfeld.“

Es sei kein Zufall, dass sich bundesweit immer mehr SHK-Fachhandwerksbetriebe auf diesen Zukunftsmarkt spezialisieren. Da hier die kompetente Komplettleistung von individueller Beratung und barrierefreier Planung über die Installation (meist bei laufendem Betrieb) bis zum Service gefragt sei, könnten fachfremde Anbieter nicht mithalten. Außerdem gebe es häufig Folgeaufträge im Heizungssektor. Als erstaunlich bezeichnet *Dietrich W. Thielenhaus* die Tatsache, dass der anspruchsvolle Hotelmarkt von vielen sanitären Marken-Herstellern nicht offensiver und professioneller bearbeitet werde. Gerade hier gebe es gute Chancen für intelligente Koop-Marketing-Konzepte, die das lokale Handwerk bei Akquisition, Realisierung und Kundenbindung wirksam unterstützen.

www.thielenhaus.de

◀ zurück

IMPRESSUM | © SPRINGER-VDI-VERLAG 2012