

Hotelbäder: Betätigungsfeld für SHK-Profis

WUPPERTAL. Der Neubau und die Sanierung von Hotels bleiben für die SHK-Branche ein interessanter und stabiler Markt. Im Branchenstatus des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (DEHOGA) vom Herbst 2015 berichten 61,2% der befragten Hoteliere von einer guten und 31,2% von einer befriedigenden Geschäftslage. Die durchschnittliche Zimmerauslastung hat sich demnach im ersten Halbjahr 2015 um 2,4% auf 67,7% verbessert. Auch bei den Investitionen stünden die Ampeln auf Grün: Derzeit seien in Deutschland 564 Neubauten mit über 79 000 Hotel- und Badezimmern in der Planung bzw. Entstehung. Auf diese Fakten weist die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P) hin, die seit über 25 Jahren Markenhersteller bei der Vermarktung berät und unterstützt.

Das absehbare Investitionsvolumen eröffne dem lokalen SHK-Fachhandwerk interessante Chancen. Den Herstellern sei zu empfehlen, den Handwerksbetrieben die Akquisition und Kundenbindung gegenüber Hotels mit überzeugenden Koop-Marketing-Konzepten zu erleichtern. Bei größeren Bauvorhaben habe sich die Einbindung des technischen Außendienstes der Produzenten schon in der Planungsphase als hilfreich bewährt. Dieses Gesamtpaket Sorge vor allem bei komplexeren Projekten für zusätzliches Vertrauen bei den Investoren. Und: Die Verbindung bekannter Markenqualität mit der Installations-Kompetenz des Fachhandwerks erweise sich immer wieder als ausschlaggebend bei der Auftragsvergabe. Das gelte insbesondere für den Badsektor, wo attraktives und repräsentatives Design die Preisbewilligungsbereitschaft der Hoteliere oft erhöhe.

www.thielenhaus.de