

**HISTORIK HOTELS: Interview mit Hotelier Hardy R. Voges**

## **Gelungener Spagat zwischen Preis und Leistung**

**Wie vieler seiner Kollegen hat sich auch Hardy R. Voges für eine Mitgliedschaft bei HISTORIK HOTELS entschieden. Der 56-Jährige wurde vor zwei Jahren neuer Eigentümer des Parkhotel Berghölzchen in Hildesheim. Das Vier-Sterne-Hotel kann auf eine rund 300-jährige Geschichte zurückblicken. Zuvor war der Hotelbetriebswirt über 14 Jahre als Geschäftsführender Gesellschafter für die Günnewig Hotels verantwortlich. Wir sprachen mit ihm über Wohnen im historischen Ambiente, die Chancen einer schlagkräftigen Partnerschaft im hart umkämpften Hotelmarkt und den Aufbau einer zielgruppenorientierten Vermarktungsplattform.**

*Es gibt unzählige Hotelkooperationen. Warum haben Sie sich ausgerechnet für HISTORIK HOTELS entschieden?*

**Hardy R. Voges:** Weil sich diese Vermarktungsplattform an Gäste richtet, die sich für bauhistorische Gebäude interessieren und dort auch gerne auf Zeit wohnen möchten. Das ist eine kleine, aber feine Klientel.

*Aber auch in diesem Bereich gibt es doch schon entsprechende Angebote.*

**Hardy R. Voges:** Das ist richtig. Aber bei den bereits bestehenden Hotelkooperationen muss man als Mitglied eine Menge Geld bezahlen. Bei HISTORIK HOTELS ist das anders. Hier stehen Preis und Leistung in einem hervorragenden Verhältnis.

*Also geht mal wieder alles über den Preis?*

**Hardy R. Voges:** Ein günstiger Preis ist nicht alles. Ich sehe diese Internetplattform in erster Linie als Marketinginstrument, das es in dieser Form bisher noch nicht gab.

*Wo liegen die Vorteile?*

**Hardy R. Voges:** Alle Mitgliedsbetriebe sind Hotels, Gasthöfe oder Restaurants mit Gesicht und persönlicher Note, die allesamt eine individuelle Geschichte vorweisen können. Und darin liegt der Reiz. Es gibt sehr viele potenzielle Gäste, die diese Art der Hotellerie bevorzugen und ihre Freizeit dort verbringen möchten. Eine Chance für die Branche.

*Wie stehen die Chancen für HISTORIK HOTELS in einem immer unübersichtlicher werdenden Hotelmarkt?*

**Hardy R. Voges:** Mit diesem Angebot können sich die Betreiber von Hotels mit historischem Ambiente deutlich vom Wettbewerb abheben. Des Weiteren sehe ich auch klare Vorteile für die Gäste, die die Internetplattform als gelungene Orientierungshilfe für ihre nächsten Hotelaufenthalte nutzen. Wer zum Beispiel heute im Parkhotel Berghölzchen in Hildesheim wohnt, möchte morgen vielleicht im Günnewig Hotel Chemnitzer Hof in Chemnitz oder im Hotel Viktoria in Köln übernachten. Ansonsten müssten sie sich durch das unübersichtliche Angebot im Internet wühlen. Das kostet Zeit und Nerven. Es geht nicht ums suchen, sondern ums gefunden werden. Und da hat diese Internetplattform die Nase vorne.

*Hat HISTORIK HOTELS auch das Zeug zu einem Buchungsportal?*

**Hardy R. Voges:** Auf jeden Fall. Hotelbuchungsportale gibt es wie Sand am Meer. Und alle verfolgen denselben Zweck: Sie ziehen dem Hotelier bis zu 15 Prozent Vermittlungsgebühr je Buchung aus der Tasche. Mit einer eigenen Vermarktungsplattform können sich die Mitglieder diese Kosten sparen und sie sinnvollerem Investitionen zuführen.

*Sie führen mit dem Berghölzchen ein Geschäftshotel. Was haben Sie von einer Mitgliedschaft bei HISTORIK HOTELS?*

**Hardy R. Voges:** Unter der Woche sprechen wir tatsächlich in erster Linie Geschäftsreisende und Seminarteilnehmer an. Wir wollen deshalb am Wochenende ein touristischen Angebot für Menschen schaffen, die Spaß am besonderen Flair historischer Bausubstanz haben. Und davon hat Hildesheim eine Menge zu bieten. Von unserer Mitgliedschaft erhoffen wir uns mehr Zulauf am Wochenende.

**Information:** [www.historikhoteles.com](http://www.historikhoteles.com)



**Bildunterzeile:** Der Hildesheimer Hotelier Hardy R. Voges hat sich bewusst für die starke Marke HISTORIK HOTELS entschlossen und wurde Mitglied der Vermarktungsplattform.

**Foto:** der reporter | Holger Bernert

**Verantwortlich für den Inhalt:** Hartmut F. Thäns, Telefon 0221 / 973 17 21 50

Köln, 14. Juni 2012