

BERND MARIN

Stille Tages-Märkte: Reisende ohne Gepäck

Jetzt, zur Nachsaison, mögen Hoteliers rätseln, wie manche Konkurrenten Extraerträge und, ohne Überbuchungen, Auslastungen über 100 Prozent erreichen – oder den Umsatz über das Jahr um 15 Prozent steigern. Die Marketingspezialisten von Coach-Omnium und die Fachzeitschrift *L'Hôtellerie Économie* haben jüngst Zipfel eines Branchengeheimnisses im Tourismus unter dem diskreten Titel *day use* gelüftet. Zwar wirbt kein Hotel damit, kaum einer redet offen darüber, „um Investoren oder Bankiers nicht zu schockieren“, es gibt keine einzige Studie zu dieser handfesten wirtschaftlichen Realität (10–15 Prozent des Umsatzes).

Obwohl noch eine Minderheit der Hotels, wächst der Umsatzanteil durch *day use*, keineswegs nur bei den billigen und bei Hotelketten wie Formule 1, Etap oder Ibis, weniger bei Mercure, Sofitel, Accor oder Klasse-Hotels: Dort wird dasselbe einfach feiner benannt. Doch „cinq-à-sept“, der große Klassiker der Tagesnutzungen, spielt in allen Klassen, eben je nach Budget.

Offiziell dient die Tagesnutzung Nacht- und Schichtarbeitenden, übernächtigen Fernfahrern, Langstreckenpiloten und Bordpersonal (und zwar getrennt), Transitpassagieren oder Ruhesuchenden mit Jetlag nach Überfliegen von Zeitzonen. Doch die große Mehrheit sind Gäste ohne Gepäck, heimlich Liebende, „les cinq-à-sept“ (was zu jeder Tageszeit sein kann), für ein (Wirte-Jargon) „quick“ oder „tac-tac“, deren regsame Wachheit mitunter übermüdeten Jetlagern nebenan die Ruhe raubt.



15 Prozent day use?

Kundenfreundlicher *day use* erfordert daher umsichtige Logistik und Service wie in Flughafenhotels fast rund um die Uhr, vorgebuchten oder automatischen Kartenzutritt oder Voraus-Barzahlung, diskreten Zugang zumindest der Damen vorbei an der Rezeption, von der Straße uneinsehbare Parkplätze hinter dem Hotel, solide Geräuschdämmung, rechtzeitige Wiederherstellung von Bett und Bad für die Übernachtungsgäste.

Die Preise sind, mit Ausnahme internationaler Flughafenhotels, die tagsüber sechzig Prozent reduzieren, dieselben wie über Nacht – außer vielleicht für treue Stammkunden unter den Untreuen, die mehrmals wöchentlich kommen – oder in hochklassigen Hotels, aber streng nach Ermessen des Direktors. Manche lehnen aus Angst vor Imageverlust oder der vermeintlichen Nähe zu Prostitution und Stundenhotels jede Tagesnutzung strikt ab, obwohl die illegitimen Liebenden ja für die Ermöglichung großer Gefühle, Liebe oder kostspieliger Leidenschaft, jedenfalls aber für unbezahlte, schöne, verbotene Liebe und nicht für vulgären, erlaubten, bezahlten, banalen Sex zahlen.

Große Hotelketten geben ihren Managern keinerlei Order und überlassen die große Marktlücke deren Ge-

schick, Takt und Diskretion – ohne über die kommerziellen Erfolge eines zweifachen Zimmerverkaufs pro Tag explizit Bescheid wissen zu wollen. Zahlreiche Hotels und Landgasthöfe, vor allem im Umland großer Städte, reüssieren oder überleben nicht zuletzt dank diskreter Tagesmärkte für Damen und Herren mit Tagesfreizeit – oder wenigstens ausgedehnten Mittagspausen. Für die meisten kleinen Pensionen ist es „die Butter aufs Brot“: zwei bis fünf zusätzliche Vermietungen nachmittäglich, 15–20 die Woche, davon sieben bis acht an Spitzentagen wie donnerstags. Donnerstag und Freitag kommen die Gelegenheitskunden, meist früh, bevor Papa mit Mama und Kindern zum Wochenendausflug muss, Montag bis Mittwoch die „habitués“ der Passion. Der Direktor und seine Sekretärin wissen stets Bescheid, Anonymität und höchste Diskretion sind entscheidend. Das Handy hat hier neue Lebensqualitäten für heimlich Liebende eröffnet.

Für die Hotellerie ist der Charakter bloßen Zusatzgeschäfts wichtig: Allzu viel *day use* könnte dem Ruf schaden, den Personaleinsatz erschweren, dem Wunsch der Kunden nach unauffällig-seriosem Ambiente zuwiderlaufen, zu viel unvorhersehbare Nachfrage bedeuten. Ohne Tagesnutzung wiederum wären Hotels, die vorwiegend von Geschäftskunden und weniger von Freizeit- und Ferienklientel abhängen, noch mehr unter Druck.

Stilles Marktpotenzial

Im Tourismus hierzulande gibt man sich noch diskreter. Österreich sei anders als Frankreich und Frankreich anders als EU-Europa. Doch das ist noch keine Marktanalyse: Hausverstand und soziologisches Grundwissen lassen eher ein ganz großes stilles Tages-Marktpotenzial vermuten: Ein Drittel der ÖsterreicherInnen lebt, größtenteils unfreiwillig, zölibatär, ein Drittel hat schlechten Sex und nur ein Drittel befriedigende „relations physiques“, viele davon ohnedies heimlich; bis zu 40 Prozent (!) haben außereheliche, heimliche Beziehungen, vor allem Männer, Akademiker, Spitzenverdiener; die wenigsten haben Partner ohne Anhang, sturmfreie Zweitwohnsitze, Wochenendhäuschen ohne neugierige Nachbarn oder Zeit für Ferien mit der Geliebten neben der Familie. Wohin also, von fünf bis sieben, oder jederzeit davor, die schönsten Stunden des Tages, ohne Gemahl, Kinder, Kopfweh, Kreditkarte, Unterwäsche und Gepäck?

Der Autor ist Sozialforscher in Wien. Die Befassung mit bisher als Randthemen betrachteten Phänomena liegt im wissenschaftlichen Trend. So diskutierten im Juli bei den Wissenschaftstagen in Steyr zum Thema „Geld, Glück und Ungeduld“ Koryphäen wie der deutsche Nobelpreisträger Reinhard Selten über emotionale und psychologische Grundlagen des Wirtschaftslebens. (red)