

Schon registriert?
Täglich Neues
aus der Branche
mit htr.news

www.htr.ch



passioniert

Wie Prashant Chipkar, Küchenchef im «Rasoï by Vineet» im «Mandarin Oriental» in Genf, seine «nouvelle cuisine indienne» umsetzt.

Seite 7

offensiv

Wie das Label Alpine Pearl dank neuer gebündelter Kommunikation seine Mitglieder sichtbar machen will.

Seite 10

gefragt

Wie in deutschen Spitälern individuell buchbare Wahlleistungen bei der Verpflegung boomen.

Seite 15

unterstützend

Wie das «Internet of Things» der Hotellerie für Gästeservice, Objektmanagement oder Logistik nützt.

Seite 17

Mitarbeiter-Sharing

Alle können profitieren

Bündner und Tessiner Hoteliers spannen zusammen. Ziel ist das Anbieten von Ganzjahresstellen.

DANIEL STAMPFELI

Mit dem Projekt Mitarbeiter-Sharing wollen sich Hotelbetriebe in Graubünden und Tessin mit unterschiedlichen Spitzen im Winter und im Sommer die Mitarbeitenden teilen. Das Projekt geht auf die Initiative der HTW Chur zurück. Ziel des Mitarbeiter-Sharings ist die Senkung der hohen Rekrutierungs- und Einarbeitungskosten.

Am Pilotprojekt beteiligen sich 19 touristische Unternehmen mit 44 Hotel- und Gastronomiebetrieben. «Es ist ein gutes Projekt zur richtigen Zeit», sagt Ernst Wyrsch, Präsident hotelleriesuisse Graubünden. Kooperation sei in den zurzeit angespannten Zeiten eine Pflichtaufgabe für jeden Hotelier. Bei einer erfolgreichen Umsetzung des Projekts könnten Fluk-

tuation und damit auch Kosten gesenkt werden, sagt Christina Darms, Leiterin Human Resources der «Weisse Arena»-Gruppe in Laax. Im Vorteil sind auch die Angestellten. Eine Mehrheit der von der HTW Chur befragten Mitarbeitenden bevorzugt eine Ganzjahresbeschäftigung an zwei Standorten gegenüber einer normalen Saisonstelle.

Seite 2

Kommentar

In Krisenzeiten ist Erfahrungsaustausch zentral



GERY NIEVERGELT

Viele Hoteliers in den Ferienregionen sind geborene Einzelkämpfer. Sie schmeissen den Laden zusammen mit ihren Familien und kommen damit in guten Zeiten ordentlich über die Runden. Allerdings fällt dies vor dem Hintergrund einer sich rasend schnell verändernden globalisierten Welt immer schwerer. Kommt noch eine Währungskrise dazu, ist der Einzelkämpfer überfordert.

Dann ist ein offener, von Vertrauen geprägter Erfahrungsaustausch, wie er etwa in den Erfa-Gruppen von hotelleriesuisse gepflegt wird, noch wichtiger und wertvoller. fokus-Ressortleiter Alex Gertschen konnte an einem Treffen der Erfa-Gruppe 22 teilnehmen. Wir veröffentlichen in dieser Ausgabe sein ausführliches Sitzungsprotokoll – selbstverständlich anonymisiert, um die Vertraulichkeit der preisgegebenen Aussagen und Erfolgskennzahlen zu wahren.

Deutlich wird auch so, wie gross der Druck ist, der heute auf den Hoteliers in Ferienregionen lastet, und wie vielfältig die Herausforderungen sind. Gross ist deshalb der Nutzen einer offensiv gelebten Kommunikationskultur – und das gilt nicht zuletzt auch im eigenen Betrieb. Hoteliers der Erfa-Gruppe 22 berichteten, wie sie ihre Mitarbeitenden über den Ernst der Lage informierten, einer hat der Belegschaft erstmals Erfolgskennzahlen präsentiert. Es trug viel zur Vertrauensbildung bei.

fokus, Seite 11 bis 13

Innovatives Angebot im französisch-schweizerischen Jura

Schmugglerpfade touristisch nutzen

Das Thema Schmuggel wird wieder aktuell. Dies dank eines grenzüberschreitenden touristischen Angebots. Als Ergebnis eines Interreg-Projekts nehmen die «Wege des Schmuggelns» die Geschichte auf, welche den französisch-schweizerischen Jura früher prägten.

Getragen durch den Parc du Doubs (Schweiz) und das Pays Horloger (Frankreich) besteht das Angebot aus vier Wegen für Wanderer und Mountainbiker, verbunden mit historischen Anekdoten und landschaftlichen Sehenswürdigkeiten.

Von Saint-Ursanne bis Mor-teau stehen Routen für Wanderer und Mountainbiker für die Dauer von drei bis sieben Tagen zur Verfügung. Rund fünfzig Leistungsträger dies- und jenseits der Grenze stützen das Angebot. Die Schmugglerpfade sind eine erste Etappe auf dem Weg zu einem grenzüberschreitenden Naturpark, der ungefähr im 2020 Wirklichkeit werden könnte. lb/dst

Seite 9



Früher Schmuggler-Gebiet, heute Idylle pur: Die Region am Doubs im Jura.

Jura Tourisme

Gastfreundschaft

Projekt soll weiterlaufen

Das Forschungsprojekt «Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz» soll durch ein Folgeprojekt abgelöst werden. Man will dafür beim Bund im Rahmen der NRP ein Gesuch einreichen. Gastfreundschaft war auch Thema am Zentralschweizer Tourismustag am Dienstag in Vitznau. dst

Seite 4 und 6

Kaffee

Fairtrade und die Qualität

Ein guter Röstkaffee lebt von der Qualität der Bohnen. Der institutionalisierte faire Handel ist dieser Qualität jedoch nicht förderlich, kritisieren jene Röster, die lieber auf Direktkauf jenseits von Labelzertifizierungen setzen. Hauptkritikpunkt ist der Preis. Dieser decke die Produktionskosten der Kaffeebauern nicht. «Für eine gute Kaffeequa-

lität ist der Fairtrade-Preis zu tief», so Andreas Felsen, Quijote Kaffee Hamburg. Bei Max Havelaar Schweiz wehrt man sich gegen die Vorwürfe: Fairtrade lasse sich nicht auf den Preis reduzieren, internationale Standards schützen die Bauern, das fehle dem «Direct Trade».

Guter Kaffee lebt auch vom Wasser. Das beste fliesst in Ter-

men im Wallis, fand der Basler Barista Benjamin Hohlmann auf seiner «Wasser-Tour» durch die Schweiz heraus. Guter Kaffee schenkt beim Gastronomen jedoch nur dann ein, wenn der Barista die Zahlen im Griff hat. Wie er das erreicht, erklärt Konzepter Rafael Saupé im Interview mit der htr hotel revue.

Seite 18 bis 20

Inhalt

diese woche	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-13
caterer & service	15-16
online & technik	17
dolce vita	18-20



ANZEIGE

Zeit haben für das wirklich Wichtige:

 für Ihre Gäste.
rebagdata
 hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch
 hotelleriesuisse
 Swiss Hotel Association
protel

Gourmet

www.illycafe.ch

BRITA Professional

MIT BRITA BEKOMME ICH WASSER UND KAFFEE IN HARMONIE
 Igeho
 Besuchen Sie uns an der Igeho in Basel vom 21. - 25. 11. 2015 in Halle 1.1 Stand C 106
 Erleben Sie den Food Sensorizer Patrick Zandlen an unserem Stand und gewinnen Sie ein Wellness Wochenende!

HUGENTOBLER
 Schweizer Kochsysteme

 «Ich will attraktivere Arbeitszeiten und weniger Stress in Spitzenzeiten.»
 Wir bieten Lösungen – www.hugentobler.ch

Hoteliere in Zeiten der Währungs- und Franken-Krise



In der Franken-Krise, wie sie die Hoteliere gegenwärtig erleben, muss jeder seinen Weg aus dem Nebel finden. In den Erfahrungsgruppen von Hotelierswissens sucht man gemeinsam.

Pixelbay

Wie Erfolgreiche die Krise erleben

In den Erfahrungsgruppen von Hotelierswissens tauschen sich überdurchschnittlich erfolgreiche Hoteliere vertraulich aus. Ein anonymisiertes Sitzungsprotokoll der Gruppe 22, die elf Ferienbetriebe vereint.

ALEX GERTSCHEN

Locarno, Mitte September, Nieselregen unter einem verhangenen Himmel. Im nüchternen Tagungsraum eines Hotels eröffnet Obmann Bruno Caratsch die Herbstsitzung der Erfahrungsgruppe 22 von Hotelierswissens. Sie ist eine von insgesamt 14 Gruppen, in denen überdurchschnittlich erfolgreiche Hoteliers tun, wofür das Kürzel Erfahrungs steht: Erfahrungen austauschen.

Vom Vertrauen unter den anwesenden Gastgebern, acht Männern und drei Frauen, zeugt, dass sie selbst Erfolgskennzahlen preisgeben. Dennoch und unter der Bedingung der Anonymität darf die htr hotelrevue die Sitzung protokollieren. Die Wahl ist auf die Erfahrungsgruppe 22 gefallen, weil sie elf 4-Sterne-Betriebe aus der Ferienhotellerie vereint, die im Gegensatz zur Stadthotellerie unter enormem Druck steht, erst

recht seit der Aufhebung des Euro-Mindestkurses. Wie steht es um die Ferienhotellerie? Wie erleben die mitunter erfolgreichsten Gastgeber das krisenhafte Umfeld? Keine Gelegenheit, die für die Beantwortung dieser Fragen besser wäre, als eine Sitzung der Erfahrungsgruppe 22.

Die Kosten-Nutzen-Bilanz der arabischen Gäste

«Der Einzige, der heute fehlt, ist Michi. Er richtet aus, dass es hervorragend laufe, er über Budget liege, und lässt herzlich grüssen!» Die Konversationssprache an der Sitzung ist Schweizerdeutsch, der Umgang locker und kollegial. Kravatten sind keine umgehängt, ein Anwesender hat gar seine Schuhe ausgezogen.

Bruno Caratsch gibt das Wort zuerst einer Kollegin, die der

Gruppe bis vor zwei Jahren angehört und dann aufgrund eines Stellenwechsels ausschied. Nun, da sie das Projekt für einen neuen Betrieb in Graubünden verantwortet, stösst sie wieder dazu. So funktionieren die Erfahrungsgruppen. Vertrauen ist personenbezogen. Beim Betrieb spielt bloss eine Rolle, ob er dem sinnvollen Vergleich dient und nicht einer Region oder Destination entstammt, die in der Gruppe bereits allzu stark vertreten ist.

Zuerst stellt ein Gastgeberpaar aus dem Berner Oberland den Geschäftsgang vor. «Trotz des Eurochocs haben wir im Sommer beim Logement zulegen können,

vor allem mit Wohnungen und Apartments», sagt er. Für das Wachstum hätten Chinesen, Koreaner und Araber gesorgt, «nicht zur Freude aller anderen Gäste». Sie fährt fort, dass sie sich von den Arabern teils «überschwemmt» gefühlt hätten, und erzählt von der Herausforderung durch diese Gäste, die bisweilen eine Überforderung sei.

Die Fragen folgen auf dem Fuss, das Thema interessiert. Ob das Angebot diesen Gästen angepasst worden sei. Ob sie andere Nationalitäten verdrängen. Wie sehr sie das Ortsbild prägen. Und so weiter. Für das Protokoll relevant ist, dass Hoteliers aus anderen Regionen die «Probleme» der Berner Oberländer zwar nicht ungerne hätten, die Kosten-Nutzen-Bilanz der arabischen Gäste

und jetzt ist es ganz anders gekommen. Wir hoffen auf die Schweizer.»

Ein junger Hotelier aus der Tourismusregion Ostschweiz ist als Zweiter an der Reihe. Auch er hatte einen «erstaunlich guten» Winter mit einem Umsatzplus von 6,5 Prozent, und der Sommer war bis Ende Juli auf Rekordkurs. «Dann kam der August, in dem wir 20 Prozent unter dem Vorjahr lagen. Ich habe recherchiert, aber bis heute keine Ahnung, warum wir diesen Einbruch hatten», sagt er.

«Der August» als unerklärliches, folgenreiches Ereignis

Die Diskussion ist lanciert. Denn ausser den Berner Oberländern hat «der August» praktisch allen Anwesenden einen sonst guten Sommer vermist. Man spricht vom Monat, als wäre er ein Akteur oder ein Ereignis, dem man ausgeliefert ist. Die Runde weiss zu gut um die Möglichkeit

und die Notwendigkeit zum unternehmerischen Handeln. Zugleich verrät die Sprache der Hoteliers, dass sie sich manchmal wie in einer Nusschale auf hoher See fühlen. Wenn die Strömung aus

«Es wird jedes Jahr anspruchsvoller, die Gäste zufriedenzustellen.»

Hotelier aus der Ostschweiz

unerklärlichen Gründen plötzlich in die andere Richtung fließt, nützt alles Rudern nichts. Das hat ihnen «der August» einmal mehr zu spüren gegeben.

Beispielhaft dafür war und ist natürlich auch «der 15. Januar». Der junge Hotelier erzählt, dass er seit der Aufhebung der Euro-Untergrenze eine «viel intensivere Liquiditätsplanung» habe. «Früher habe ich mich darum ab und zu gekümmert. Heute überwache

Fortsetzung auf Seite 12



Bruno Caratsch, wie dramatisch ist die Situation der Ferienhotellerie in der Schweiz?

«Dramatisch» klingt für mich zu negativ. Ich würde sagen, dass es zurzeit sehr anspruchsvoll ist. Es kommt auch stark auf den Eigentümer an. Wir gehören einer Stiftung des Bistums Lugano. Sie hat sich entschlossen, im Winter kräftig zu investieren. Nicht alle Hotels haben dieses Glück.

Sie fühlen sich angesichts der Krise nicht ohnmächtig?

Ich persönlich nicht. Ich kann investieren. Im Sommer habe ich mit vier anderen Hoteliers eine Arbeitsgruppe gegründet, um Lösungen für ein attraktiveres Ascona zu suchen. Wir müssen innovativ sein. Das ist auch spannend. Man ist so lange handlungsfähig, wie man an sein Produkt glaubt.

Kommt dieser Glaube in der Branche nicht abhandeln?

Beim einen oder anderen Hotelier kann das schon sein. Ich persönlich kenne aber keinen.

Ist in den letzten Jahren ein Mitglied aus der Erfahrungsgruppe wegen wirtschaftlicher Probleme ausgeschieden?

Nein. Austritte haben meistens mit Wechseln in der Hotelführung zu tun. Die Mitgliedschaft in der Gruppe ist personen-, nicht betriebsbezogen. Denn die Grundlage für unseren Austausch ist das gegenseitige Vertrauen. Wir haben eine sehr grosse Kontinuität.

Haben Sie einen Hotelier aus Mangel an Vertrauen auch schon ausgeschlossen oder erst gar nicht aufgenommen?

Nein. Wir haben schon entschieden, dass wir Betriebe

nicht aufnehmen. Der Grund dafür war aber meist deren Lage. Wir wollen nicht zu viele Hotels aus einer bestimmten Region.

Die Mitglieder der Erfahrungsgruppen sind überdurchschnittlich erfolgreich. Sind sie eine Art Elite unter den Hoteliers?

Ich glaube nicht. Es geht einfach um den Erfahrungsaustausch unter Kollegen. Wir sind Einzelkämpfer, die Gleichgesinnte suchen.

Die Zahl von Hotelkooperationen, sei es im Marketing, im Einkauf oder in anderen Bereichen, nimmt zu. Verlieren die Erfahrungsgruppen an Bedeutung?

Nein, die Erfahrungsgruppen sind schon speziell. Denn wir haben ja nicht ein so spezifisches Ziel wie zum Beispiel mehr Einkaufsvolumen für bessere Einkaufspreise.

Nachgefragt

Bruno Caratsch

Der gebürtige Bündner ist seit neun Jahren Direktor des Hotels Casa Berno in Ascona und seit sechs Jahren Obmann der Erfahrungsgruppe 22.



Der Frankschock traf die Hoteliers anfangs Jahr wie der Blitz. Der Ausgang ist selbst für bisher erfolgreiche Betriebe offen. Die Stimmung entsprechend.

Fortsetzung von Seite 11

ich sie jeden zweiten Tag online.» Aus Sorge um die Liquidität hat er eine Investition von bis zu 0,75 Mio. Franken, die für den Herbst geplant war, um mindestens ein Jahr verschoben. «Wir benutzen das Geld aber nicht, um laufende Kosten zu decken», stellt er klar. Im gleichen Zusammenhang fragt er, wie die Kollegen mit Gutscheinen buchhalterisch umgingen. Er versteht nicht, dass diese als kurzfristiges Fremdkapital mit flüssigen Mitteln gedeckt werden müssten, obwohl für ihre Einlösung keine flüssigen Mittel nötig seien. Das schmalere die Liquidität. Hat jemand Rat? «Laufend 10 Prozent der Gutscheine abschreiben», antwortet ein älterer Kollege. Der junge Mann nickt und notiert.

Auch wenn die Liquidität nicht so schlecht ist, wie der Scuoler Hotelier Kurt Baumgartner kürzlich suggeriert hat (vgl. dazu den Artikel auf Seite 13), ist sie seit Anfang Jahr ganz klar eine zentrale Sorge der Ferienhoteliers. «Hast du die Preise gesenkt?», fragt ein Hotelier aus Zermatt. «Nein, ich habe sie sogar leicht erhöht. Aber die Kosten drücken immer mehr! Ich schimpfe dann jeweils mit meiner Frau.» Nachdem sich das Gelächter in der Runde gelegt hat, fährt der junge Hotelier aus der Ostschweiz fort. «Es wird jedes Jahr anspruchsvoller, die Gäste zufriedenzustellen. Die Marge wird von den Kosten weggefressen.» Die Heiterkeit ist auch weg.

In der Krise rücken die Hoteliers zusammen

Ein Hotelier wird in seinem Resümee sagen, dass für ihn die Liquidität als Thema ebenfalls «neu» sei. Die Hausbank habe ihm deshalb vorgeschlagen, die Amortisation auszusetzen.

Der dritte Hotelier kommt wiederum aus dem Berner Oberland. Deshalb sei das Protokoll gestrafft. Auch er erörtert die neue Bedeutung der Araber, auch er zeigt sich mit dem Jahr bisher recht zufrieden. Bis zum Ende des Betriebsjahres im Spätherbst hofft er auf einen Umsatzzuwachs von bis zu 8 Prozent. «Noch Fragen?», blickt er in die Runde.

Auch das ist eine Folge des gartigen Umfelds. Man rückt zusammen, stellt sich Fragen. Selbst unter Erfakollegen ist der Kontakt noch enger geworden. «Ich bin gottentfroh über diesen Austausch», sagt die vierte Hotelière. Sie führt im Tessin einen Betrieb. «Wenn Flaute herrscht und ich mich frage, was ich denn jetzt wieder falsch gemacht habe, rufe ich einfach Bruno [Caratsch] an und höre, dass es nicht nur mir so geht. Uff...» Herzhaftes Gelächter. «Früher hätte man das doch nie zugegeben. Alles voll», hiess es, und draussen vor dem Hotel war der Parkplatz leer.»

«Früher hätte man nie zugegeben, dass es nicht gut läuft. (Alles voll!), hiess es immer.»

Hotelière aus dem Tessin

In den ersten Tagen nach dem 15. Januar, so die Hotelière, habe sie sich «auf eine Katastrophe» eingerichtet. «Dann hatten wir einen guten März mit 25 Prozent im Plus. Eine erste Überraschung! Es sollte die einzige bleiben.» Zum Glück habe die Auszeichnung in einem Hotelrating ein «Riesenfeedback» bei den Gästen ausgelöst. «Ohne diesen Effekt wäre es dramatisch gewesen.»

Sie lässt keinen Zweifel daran, dass es an der Destination, den Leistungsträgern und der Bevöl-

kerung liege, die Wende zum Guten zu schaffen. «Viele Probleme bei uns haben nicht mit dem Euro zu tun. Wir sind ja schon mehr am Jammern, als dass wir was tun.» Und: «Die Tessiner wollen eigentlich unter sich bleiben. Das hilft nicht wirklich!» Erneut kann sich die Runde das Lachen nicht verkneifen.

Der fünfte Hotelier präsentiert Zahlen, die beeindrucken. Die Auslastung im letzten Winter und in der bisherigen Sommersaison lag jeweils über 70 Prozent. Zwar sind die Logiernächte im Sommer um 15 Prozent zurückgegangen. Dank einer um 8,5 Prozent höheren Zimmermoyenne ergab sich jedoch ein Umsatzminus von nur 4 Prozent. Da die Einnahmen im F&B-Bereich, der vom schönen Sommerwetter profitierte, um 13 Prozent stiegen, konnte der Gesamtumsatz angehoben werden. Und das bei einem Personalaufwand, den der Hotelier nach dem «Euroschock» um 9 Prozent gesenkt hatte. «Ausserordentlich krank war aber niemand. Die Mitarbeiter waren zufrieden, dass es was zu tun gab.»

Den Mitarbeitenden den Ernst der Lage erklärt

Wie schafft er das in einer eher kleinen Bündner Ferienregion abseits der grossen Reisesströme? «Wir haben zu 95 Prozent Schwei-

zer Gäste.» «Wahnsinn!», entfährt es einem.

Sorgenfrei ist aber auch dieser Hotelier nicht. Es wartet der erste Winter, in dem der schwächere Euro voll durchschlagen wird. «Der November und Dezember ist auf Vorjahresniveau. Aber der Buchungsstand für Februar ist miserabel. Das wird schwer zu kompensieren sein.»

«Bis auf ein, zwei Mitarbeiter gaben alle etwas dran, um den Job zu behalten.»

Hotelier aus dem Oberengadin

Der sechste Hotelier, aus dem Tessin, hat das Jahr mit einem «Abenteuer» begonnen: «Yield Management». Das Resultat seien etwas mehr Gäste bei durchschnittlich tieferen Preisen und «30000 Fränkli» mehr Umsatz. Dass man beim Gewinn einen «rechten Schritt nach vorne» gemacht habe, liege auch am Abbau von zwei Stellen in der Küche und im Service.

Vom Ernst der Lage zeugt, dass der Hotelier erstmals vor versammelter Belegschaft die Erfolgskzahlen präsentiert hat. «Ohne Angst zu machen!» Aber wohl eben doch auch mit diesem Effekt. Denn wie es weitergeht, scheint ziemlich offen. «Zum Ausblick: Ich habe keine Ahnung!» Das habe damit zu tun, dass keine vergleichbaren Vorjahreszahlen vorlägen und im-

mer kurzfristiger gebucht werde. «Wir sehen die Zukunft des Ticino nicht so toll», schliesst er.

Obmann Bruno Caratsch gibt dem nächsten Hotelier, einem aus dem Oberengadin, das Wort. «Nach dem Euro-Entscheid sind wir brutal in die Planung gegangen. Auch wir haben in einer Sitzung allen Mitarbeitern die Situation erklärt. Dabei hat sich ge-

zeigt, dass bis auf ein, zwei, die auf den vollen Verdienst angewiesen waren, alle bereit waren, etwas daran zu geben, um den Job zu behalten.» Dazu gehöre auch unbezahlter Urlaub.

Die Personalkosten konnten so im Sommer um 8 Prozent reduziert werden. Zur eigenen Überraschung stieg im selben Zeitraum der Umsatz, und zwar um 3 Prozent. «Wir könnten jetzt blühen, aber ich sage ganz offen, dass wir wohl einfach auch Glück hatten.» Er erwähnt Verträge mit Firmen aus den USA, Australien und Grossbritannien, die Gruppen für mehrere Nächte ins Oberengadin gebracht hätten.

Und dennoch: «Was uns schockiert: Es ist einfach keine Nachfrage da! Am Ende der Wintersaison schliessen andere Häuser,

und trotzdem kommt keiner.» Mit Blick zu einem seiner Vorredner sagt der Hotelier, dass sein Anteil an Schweizer Gästen nur 25 Prozent betrage. «Da haben wir noch Potenzial! Vielleicht kommt ja der eine oder andere Gast von dir.» Der Kollege registriert den Scherz nicht. Oder er findet ihn nicht sehr witzig. Es ist klar: Der Schweizer Gast ist in der stürmischen See ein Rettungsanker. Aber er wird nicht jede Nusschale retten können.

Der achte Hotelier, jener aus Zermatt, erklärt den Geschäftsgang. Die Power-Riegel, die die Sitzungsteilnehmer an ihren Plätzen vorgefunden haben, dürften alle gegessen sein. «Wir haben auf die Wintersaison hin Yield Management eingeführt, nun haben wir Revenue, Cockpit und alles, was dazu gehört», sagt der ergraute Herr und fügt zur Erheiterung der anderen an: «Ich hätte nicht gedacht, dass ich mir das noch antun muss. Aber jetzt, da es Erfolg bringt, macht es sogar Spass!»

Wenn die Strömung in die richtige Richtung fliesst

Im Winter konnte er die Preise um 8 Prozent, den Umsatz um 270000 Franken steigern. Auch der Sommer sei «sehr positiv» verlaufen, man liege knapp über Vorjahr. Das Jubiläumsprogramm zur Matterhorn-Erstbesteigung sei «fantastisch» gewesen.

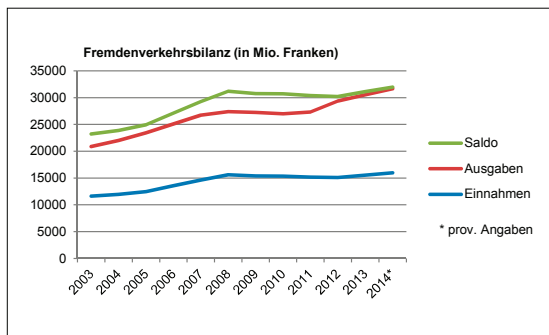
Dennoch spricht auch dieser Hotelier von Liquiditätsorgen. Einen 2 Millionen Franken teuren Umbau hat er verschoben. «Es ist der erste Winter nach dem Euro-schock. Wenn er gut läuft, bauen wir im Frühling.» Der beneidenswerten Form von Zermatt scheint er nicht ganz zu trauen. Jedenfalls sagt er: «Was man aus den Seetalern hört, ist beängstigend. Wenn keine Nachfrage da ist, nützt alles Yield Management nichts!» Ob sich das Matterhorn-Dorf dem auf die Dauer wird entziehen können?

«Und nun, zum krönenden Abschluss, noch Bruno.» Der Obmann verzieht das Gesicht und erwidert: «Krönender Abschluss, von Zermatt zu Ascona?» Gelächter. Caratsch rechnet für das von März bis Oktober dauernde Betriebsjahr mit Umsatzeinbussen von 7 Prozent. «Sie wären noch grösser ausgefallen, hätte ich nicht Rabatte für frühe und nicht stornierbare Buchungen eingeführt.» Die Personalkosten hat er um gut 9 Prozent reduziert.

Caratsch weiss auch Positives zu berichten. Dass der Hotel-eigentümer, eine Stiftung, zu Investitionen bereit ist. Und dass er an den Wochenenden «viele neue Schweizer Familien» habe begrüssen dürfen. «Ich weiss auch nicht, wieso! Wir haben keine Werbung gemacht.»

Gut, dass die unergründlichen Strömungen bisweilen auch in eine günstige Richtung fliessen.

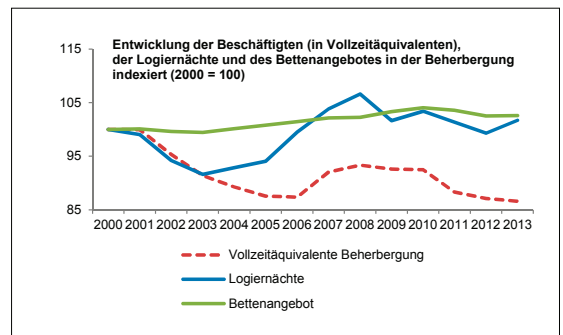
Strukturwandel Nur die Beschäftigung zeugt von ihm



Die globalen Zahlen zur Schweizer Hotellerie verdecken grosse Unterschiede zwischen einer wachsenden Stadthotellerie und einer Ferienhotellerie in der Krise. Einzig die sinkende Beschäftigungskurve zeugt vom schwierigen Umfeld.

Quelle: hotelieressuisse: Die Hotelier in der Schweiz – Zahlen und Fakten / eigene Berechnungen

Tourismusbilanz Outgoing wächst stärker als Incoming



Der inheimische Gast ist in diesem Jahr von vielen Hoteliers als «Rettungsanker» entdeckt worden. Der dahinschmelzende Überschuss in der Fremdenverkehrsbalanz zeigt aber, dass die Schweizer immer häufiger im Ausland Ferien machen.

Bildautor Quelle: hotelieressuisse: Die Hotelier in der Schweiz – Zahlen und Fakten / eigene Berechnungen

Die Aussage eines bekannten Hoteliers, dass viele Kollegen Waren bar bezahlen müssten, hat Staub aufgewirbelt. Die Zulieferer selber schätzen die Liquidität günstiger ein.

FADRINA HOFMANN

Vielen Hoteliers werden Gemüse und Wein nur noch gegen Bares geliefert. Die prägnante Aussage stammt von Kurt Baumgartner, dem Eigentümer der Belvédère Hotels in Scuol. Er machte sie vor Monatsfrist in einem Interview in der «Schweiz am Sonntag» und wirbelte damit in den Medien und der Branche selbst gehörig Staub auf. Steht es tatsächlich so dramatisch um die Liquidität in der alpinen Hotellerie?

Keine Forderungen nach Barzahlung bekannt

Die Antwort auf diese Frage fällt im unmittelbaren Umfeld des Unterengadiner Hoteliers unterschiedlich aus. Das Unternehmen Valentin Pontresina AG ist der Hauptlieferant von Hotellerie, Restauration und Gesundheitswesen im Engadin und in den Südtälern Graubündens. «Wir können die Aussage von Herrn Baumgartner nicht bestätigen», sagt Geschäftsleiter Ralph Kübler. Die Zahlungsmoral sei gut und zwar in der ganzen Region. Negativer Erfahrungen habe Valentin Pontresina AG bisher keine gemacht. «Wir beobachten natürlich die Marktentwicklung und werden bei Bedarf mit unseren Kunden eine Lösung vereinbaren», erläutert Kübler.

Auch bei kleinen, lokalen Lieferanten gibt es noch keine Schwierigkeiten mit der Zahlungskraft der Kunden. Daniel Käslin ist Präsident des Handels- und Gewerbevereins Pontresina und selber Getränke- und Lieferant. Er habe bisher noch nie auf Barzahlung bestehen müssen. «In Pontresina und St. Moritz haben wir noch keine Probleme.» Käslin vermutet, dass es regionale Unterschiede gebe. Das Unterengadin habe sicher mehr zu kämpfen als das Obere Engadin. «Was Herr Baumgartner sagt, ist sicher eine Tendenz, die zunimmt.»

Im Wallis scheint die Lage weitgehend entspannt zu sein. «Ich habe noch von keinen konkreten Fällen gehört, dass Hoteliers nur gegen Bares beliefert werden», sagt Markus Schmid, der Präsident des kantonalen Hoteliervereins. Die Betriebe seien mehr oder weniger liquid. Mehr Sorgen als das Tagesgeschäft mache die mittelfristige Entwicklung. Dabei gehe es um Betriebe, welche kürzlich investiert hätten und nun wegen grosser Schulden in Zah-



Gutes Zeugnis von den Geschäftspartnern: Hoteliers zahlen ihre Rechnungen fristgerecht.

Fotolia

Zulieferer halten Hotellerie für unverändert kreditwürdig



«Die Zahlungsmoral der Hotels im Engadin und in Südbünden ist gut.»

Ralph Kübler
GF Valentin Pontresina AG



«Wenn jemand nur noch gegen Bargeld beliefert wird, ist er sowieso am Ende.»

Markus Schmid
Präsident Walliser Hotelierverein

Rechnungen im Verzug ist – und das war schon immer so –, führt er aus. «Wer heute bar bezahlen muss, um Ware zu erhalten, ist bei den falschen Partnern.»

Gegenüber den Zeiten vor der Finanz- und Wirtschaftskrise merkt Hug aber schon, dass einige Betriebe die Zahlungen später auslösten, nach 45 oder gar 60 Tagen statt

in Ausnahmefällen nicht eingehalten.

Scana, ein Geschäftsbereich von Saviva, ist seit Jahren in der Berghotellerie und -gastonomie tätig. Das Unternehmen beliefert seine Kunden vor Eintreffen der ersten Saison Gäste, die Rechnung hingegen wird erst nach dem Eingang der ersten Saisoneinnahmen fällig. «Aufgrund der starken Partnerschaften stellen wir aktuell keine Verschlechterung der Zahlungsmoral fest. Wir führen in der Belieferung keinen Barzahlungsprozess», sagt Simone Frei, die Leiterin der Kommunikation bei Saviva. Die Herausforderungen der Saisonbetriebe seien bekannt. «Dementsprechend agieren wir und bieten unseren Kunden laufend spezielle und attraktive Angebote an, die ihnen helfen, den Euro-Effekt abzufedern», erklärt Frei.

Ein Akteur, der von Zahlungsschwierigkeiten in der Hotellerie berührt würde, ist auch die Inkassofirma Intrum Justitia. Zunehmende Probleme seien aber «zurzeit nicht spürbar», sagt



«Gegenüber der Zeit vor der Krise lösen einige Hoteliers Zahlungen später aus.»

Joe Hug
GF GastroAlpin GmbH



«Ich stehe zu meiner Aussage. Viele Betriebe haben Liquiditätsknappheit.»

Kurt Baumgartner
Inhaber Belvédère Hotels Scuol

dieser Branche aber noch keinen Zuwachs», betont Loss.

Das Fazit der Umfrage ist klar: Die Lage ist nicht so dramatisch, wie von Baumgartner geschildert. Was sagt er selbst dazu? «Ich stehe zu meiner ein wenig provokativen Aussage. Natürlich zahlen die meisten Hotels ihre Rechnungen noch mit Einzahlungsschein,

planen aber allerdings oft nur noch von Monat zu Monat und können praktisch keine nachhaltigen Investitionen mehr tätigen», sagt er.

Die Rahmenbedingungen seien hart, der Druck nehme zu. Erst kürzlich habe er Kontakt mit dem CEO eines «ganz grossen Lieferanten» gehabt, weil die Einbusen für das Engadin bedenklich seien. «Vielleicht mag es noch nicht dramatisch sein, aber viele Betriebe haben wegen des schwierigen Umfelds Liquiditätsknappheit», meint Baumgartner. Er wolle weder Panik machen noch jammern, sondern Politik und Öffentlichkeit für die prekäre Lage sensibilisieren.

lungen verzogen seien. Solche Hoteliers gerieten unter den Druck der Banken. «Wenn jemand so weit ist, dass er praktisch nur noch gegen Bargeld beliefert wird, ist er sowieso am Ende», meint Schmid.

Courant normal bei Zulieferern von Coop und Migros

Die Einkaufsgesellschaft GastroAlpin hat im Berggebiet 160 Gastro- und Hotelbetriebe als Kunden, vom Wallis über die Zentral- und Südtäler bis nach Graubünden. «Dass jemand bar bezahlen muss, habe ich bisher noch von keinem einzigen Mitglied gehört», meint Geschäftsführer Joe Hug. «Bar muss nur bezahlen, wer mit den

nach 30 Tagen: «Diese Fristen haben sich sicherlich verändert, das sind auch die Aussagen unserer Partnerlieferanten.»

Die grossen Zulieferer der Schweizer Hotellerie sind Coop mit Prodega/Growa/Transgourmet und die Migros mit CC Angehrn und Saviva. Christine Strahm ist die Leiterin der PR- und Medienarbeit bei Prodega/Growa/Transgourmet. Mit der Aussage Kurt Baumgartners konfrontiert, meint sie: «Hierzu können wir sagen, dass wir zu unseren Kunden eine professionelle, partnerschaftliche Beziehung pflegen. Die Mehrheit zeigt eine gute Zahlungsmoral.» Zahlungsverpflichtungen würden nur

impresum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn
Stv. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleitung:

diese woche: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca

fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita/online & technik:
Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb;
Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/lb;
Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secci/cbs
(Leitung); Beat Felber/bf; Roland Gerber/rg;
Sae-Ueng Maylmsu

Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
News-Team: Natalie-Pascale Alesch/npa;
Daniel Stampfli/dst

Praktikum:

Isabelle Thommen/ith
Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninsetzer: Angela Di Renzo Costa

Praktikum: Francine Egger/efg
Geschäftszeigen: Michael Müller,
Simona Manoelli

hoteljob.ch:

Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: 10 301 (WEMF/SW-
Reglaubigung 2014)
Leser: 65 000 (Studie Demoscope 2013)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 175.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Online Redaktion:

online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und
Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable.