

02.11.2010 - 10:00 Uhr

Die Schweizer Hotellerie in ihrer Vielfalt: bereit für die Wintergäste

Bern (ots) -

Die aktuelle Währungskrise erweist sich für die Schweizer Hotellerie als Aufschwungsdämpfer und dürfte den Schweizer Tourismus in der kommenden Wintersaison verstärkt herausfordern. Die Branche muss ihre Innovationskraft mehr denn je unter Beweis stellen und Gäste aus dem In- und Ausland mit Qualität und einem vielfältigen Angebot überzeugen.

Vor dem Hintergrund des starken Frankens ist die Schweizer Hotellerie in den Sommermonaten 2010 noch mit einem blauen Auge davongekommen. Die stabile Nachfrage aus dem Inland und boomende Wachstumsmärkte wie China, Indien und die Golfstaaten vermochten die rückläufige Nachfrage aus den Euroländern abzufedern. Von Januar bis August 2010 resultierte eine Zunahme der Logiernächte um 2,1 Prozent gegenüber derselben Vorjahresperiode. Deutlich zugelegt haben die grossen Städte sowie die oberen Sterne-Kategorien - eine Tendenz, die mit der spürbaren Erholung des Geschäftstourismus einhergeht. «Die Entwicklung zeichnet die weltweit getätigten Konjunkturstimulierungsmassnahmen durch die Regierungen der wichtigsten Nationen zeitverzögert nach», erklärte Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse, im Rahmen der heutigen Winter-Medienkonferenz von Schweiz Tourismus in Zürich. Auch die wider Erwarten robuste Schweizer Konjunktur habe dieses erfreuliche Zwischenresultat gestützt.

Auswirkungen der Währungskrise

Der starke Franken beeinträchtigt die in den letzten Jahren errungene verbesserte Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Tourismus nun aufs Neue. Aufgrund der verzögerten Wirkung der Wechselkursschwankungen muss davon ausgegangen werden, dass die Schweizer Hotellerie die Euroschwäche in der Wintersaison 2010/2011 verstärkt spüren wird. Seit Anfang Jahr haben sich die Preise aus Sicht der Gäste aus dem Euro-Raum bei gleichbleibender Leistung um rund 15 Prozent erhöht. Und mit dem jüngsten Schwächeanfall des US-Dollars werden die Winterferien in der Schweiz auch für Gäste aus dem Dollar-Raum deutlich teurer. «Wir können die Konsequenzen für die kommende Wintersaison nur schwer abschätzen», hielt Juen fest. «Tatsache bleibt aber, dass sich die Kosteninsel mit dem starken Franken hemmend auf die Tourismuskonjunktur der nahen Zukunft auswirken wird.»

Differenzierung über herausragende Qualität

Immerhin: Die Schweizer Hotellerie steht auf einem soliden Fundament. Dies beweist auch die aktuelle Hochbauprognose von BAK Basel Economics, die der Branche für das laufende Jahr ein Investitionsvolumen von 1,3 Milliarden Franken und damit einen Zuwachs von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr voraussagt. Laut Prognosen bleibt das Investitionsniveau auch mittelfristig hoch. Damit kann sich die Schweiz gegenüber den anderen alpinen Ferienländern über herausragende Qualität differenzieren. Der Hotelier ist gefordert, innovative Produkte anzubieten und diese klar im Markt zu positionieren. Weiter gilt es, die modernen Verkaufskanäle gezielt zu nutzen und den Gästemix zu optimieren. Da für den Gast zunehmend das Gesamterlebnis im Vordergrund steht, zahlt sich eine verstärkte Zusammenarbeit des Hoteliers mit den anderen touristischen Leistungsträgern innerhalb der Destination aus.

Rahmenbedingungen sind entscheidend

Ganz oben auf der politischen Agenda von hotelleriesuisse steht der Kampf gegen die Hochkosteninsel Schweiz. hotelleriesuisse setzt sich deshalb insbesondere für das zügige Vorantreiben der Verhandlungen für ein Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich mit der EU ein. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Förderung der Aus- und Weiterbildung, denn gut qualifizierte und motivierte Mitarbeitende sind der Schlüssel zum Erfolg. Den strategischen Partner Schweiz Tourismus gilt es als schlagkräftige Marketingorganisation weiter zu stärken und die dafür nötigen Mittel seitens des Bundes auch künftig sicher zu stellen. Weiter ist es wichtig, die Innovationskraft der Branche weiter voran zu treiben. hotelleriesuisse setzt sich deshalb für die Weiterführung von Innotour als bewährtes tourismuspolitisches Instrument ein. Schliesslich hat der Bundesrat im Juni 2010 mit dem Bericht «Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz» einen wichtigen Grundstein für eine nachhaltig erfolgreiche Schweizer Tourismuswirtschaft gelegt.

Kontakt:

hotelleriesuisse
Susanne Daxelhofer, Projektleiterin Kommunikation
Tel.: +41/31/370'42'86
Mobile: +41/79/557'49'73
E-Mail: susanne.daxelhofer@hotelleriesuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004113/100613239> abgerufen werden.