

26.02.2013 - 10:30 Uhr

## Die Schweizer Hotellerie im Aufbruch

Bern (ots) -

Die schwierige wirtschaftliche Lage und strukturelle Veränderungen fordern die Schweizer Hotellerie und den gesamten Tourismus heraus. Um den nötigen Aufbruch herbeizuführen, braucht es dynamische und verantwortungsvolle Hotelunternehmer, günstige politische Rahmenbedingungen sowie mehr Spielräume und Kompetenzen beim Marketing. Im Alpenraum sind neue Impulse nötig - hotelleriesuisse befürwortet deshalb die Olympia-Kandidatur «Graubünden 2022».

Die Schweizer Hotellerie blickt auf ein herausforderndes Jahr zurück. Der starke Franken belastete die Nachfrage aus den traditionellen europäischen Herkunftsländern empfindlich - allen voran aus Deutschland. Dagegen konnten aufstrebende Märkte wie China und die Golfstaaten erneut deutlich zulegen. Der Anteil der Schweizer Gäste blieb mehrheitlich stabil. «Der frühe Schnee und die ideal gelegenen Feiertage haben der Branche ein versöhnliches Jahresende beschert», bilanzierte Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse, im Rahmen der heutigen Medienkonferenz in Zürich. Insgesamt nahm die Anzahl Logiernächte gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozent ab.

Langer Atem und gute Fitness gefragt

«Die Talsohle ist in Sicht, aber für den Aufstieg brauchen wir einen langen Atem und gute Fitness», betonte Juen. Der Schweizer Franken sei gegenüber dem Euro nach wie vor überbewertet. Die unsichere Wirtschaftslage bewirke zudem, dass Unternehmen verstärkt auf die Kostenbremse treten und Individualgäste ihre Ferien preisbewusster planen. Juen wies auf die unterschiedliche Strukturentwicklung in den Städten und Ferienregionen hin. Während das Wachstum in den letzten 20 Jahren vor allem in den Städten stattfand, gingen die Logiernächte in den Ferienregionen bei gleich bleibendem Bettenangebot um rund 15 Prozent zurück. Die Anzahl Betriebe ist in allen Regionen rückläufig.

Aufbruch braucht dynamische Hotelunternehmer

«Die künftigen Herausforderungen können wir nur meistern, wenn wir unternehmerische Eigenverantwortung zeigen», unterstrich Juen. Eine hohe Qualität bei Dienstleistungen und Hotelinfrastruktur sei unerlässlich, um im hart umkämpften Wettbewerb erfolgreich bestehen zu können. Es brauche eine klare Positionierung und die konsequente Ausrichtung des Angebots auf spezifische Gästesegmente. «Der Hotelier der Zukunft ist ein Netzwerker, der Kooperationen eingeht und sich an der Destination orientiert», so Juen.

Aufbruch braucht günstige politische Rahmenbedingungen

Die Verlängerung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für Beherbergung bis Ende 2017 zählt zu den Kernanliegen von hotelleriesuisse. «Mit dem Sondersatz kann die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Branche gestützt und die nötige Kontinuität bis zum Inkrafttreten der Mehrwertsteuer-Revision gewährleistet werden», sagte Juen. In Bezug auf die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative gelte es, die in der Verordnung festgehaltenen Bestimmungen zur Umnutzung bestehender Hotelbauten sowie zur touristischen Nutzung neuer Zweitwohnungen im Gesetz zu übernehmen.

Aufbruch braucht effiziente Vermarktung

Steigende Kommissionssätze und ungünstige Vertragsklauseln - für die Präsenz auf prominenten Buchungsplattformen zahlen die Hoteliers einen hohen Preis. hotelleriesuisse beteiligt sich deshalb aktiv an der im Dezember 2012 eröffneten Untersuchung der WEKO gegen die Online-Buchungsplattformen Booking.com, Expedia und HRS. «Die Schweizer Hotellerie braucht mehr Spielräume beim Vertrieb», meinte Juen. Gleichzeitig müsse die Branche die eigene Buchungskompetenz stärken, indem die günstigsten Preise auf der hoteleigenen Website angeboten und regionale wie nationale Buchungsplattformen bevorzugt behandelt werden.

«New Deal» im Alpenraum - Olympia als Chance

Mit einem Blick in die Zukunft rief Juen die Branche auf, sich neu zu erfinden. Zum einen müsse man die Nachfrage stimulieren, indem das Ferienland Schweiz bei den Schweizern neu verankert und die Marke Schweiz im Ausland gestärkt werde. Zum anderen gelte es, das Angebot auf multifunktionale Gästebedürfnisse auszurichten und Anreize für Investitionen in die touristische Infrastruktur zu schaffen. In diesem Zusammenhang unterstrich Juen die Chance der Olympia-Kandidatur «Graubünden 2022», die Schweiz als Winterdestination zu positionieren und nachhaltig in die Infrastruktur zu investieren. «Olympia stärkt das Heimatgefühl im Inland, die Swissness im Ausland und das Wir-Gefühl der gesamten Schweiz».

Kontakt:

Medienkontakt  
hotelleriesuisse

Susanne Daxelhofer, Media Relations  
Tel.: +41/31/370'41'40  
E-Mail: [media@hotelleriesuisse.ch](mailto:media@hotelleriesuisse.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004113/100733434> abgerufen werden.