

Verbund macht sich bezahlt

Gemeinsam sparen sie massiv Kosten und offerieren dem Gast Mehrwert: Trotz positiver Bilanz haben Kooperationen individueller Hotels bislang kaum Nachahmer.

GERHARD LOB

Der kleine Walliser Ort Grächen steht zweifellos für eine Pionierleistung in der Schweizer Hotellerie. 2003 begann dort ein Kooperationsprojekt einiger Hotels, das 2006 offiziell zur Gründung der «Matterhorn Valley Hotels»-Gruppe führte. Die Idee:

«Jedes Mitglied der Gruppe kann jederzeit in die Buchhaltung der anderen blicken.»

Olivier Andenmatten
Hotel Hamnigalp Grächen

Die Hotels sollen in wichtigen Kernbereichen sehr eng zusammenarbeiten, um Kosten zu senken und dem Gast zugleich ein grösseres Angebot zu offerieren. Für kleine und mittelgrosse Häuser sei diese Kooperation ein grosser Vorteil, versichern einige befragte Hoteliers, insbesondere angesichts des steigenden wirtschaftlichen Drucks.

Olivier Andenmatten vom Drei-Sterne-Superior-Hotel Hanigalp in Grächen, einem der vier Gründerhotels der Matterhorn Valley Hotels, ist voll des Lobes über die Kooperation: «Wenn man fast zehn Jahre auf dem Markt ist, heisst dies doch etwas.» Er rechnet vor, wie durch den Verbund konkret Kosten gesenkt werden konnten: bei Versicherungen rund 30 Prozent, bei der gemeinsamen Website 50 Prozent, bei der Datenverarbeitung rund 30 bis 40 Prozent, etwas geringer sind die Einsparungen beim Einkauf mit 5 bis 8 Prozent. Das Prinzip bleibt aber immer das gleiche: Indem die vier Hotels in der Gruppe als Einheit auftreten, haben sie mehr kritische Masse, um mit Dienstleistern gute Bedingungen auszuhandeln oder im Marketing effizienter aufzutreten. Immerhin generieren die vier Hotels gemeinsam zwischen 55 und 58 Prozent der Logiernächte in Grächen.

Knacknuss: Vertrauen und Transparenz

Damit dieses System professionell abgewickelt wird, wurde eine Franchising GmbH gegründet, in welche jedes Hotel einen Jahresbeitrag einzahlte. Diese ist – wie bei der Kettenhotellerie – für die

Qualitätssicherung und die Vergabe des Logos zuständig. In der Regel findet dies in Personalunion statt, aber bestimmte Dienstleistungen wie das Marketing können per Leistungsauftrag auch an Dritte vergeben werden. Andenmatten betont die Wichtigkeit von Vertrauen und Transparenz, denn jedes Mitglied der Gruppe kann jederzeit Buchhaltung und Reservierungen der anderen Partner einsehen. So schwitzt man letztlich gemeinsam. Andenmatten spricht vom «Sauna-Prinzip».

Mehr als zufrieden ist auch Jacqueline Fux vom Turmhotel Grächerhof. Persönlich schätzt sie beispielsweise, dass sie sich dank der Kooperationslösung nicht ums Marketing kümmern muss. «Dann habe ich nämlich mehr Zeit für meine Gäste», sagt sie. Zugleich betont auch sie, wie wichtig das Vertrauen in die Kooperationspartner ist.

Die Hoteliers unterstreichen zudem, dass das Kooperationsprinzip nicht nur eine Frage von Wirtschaftlichkeit und Buchhaltung ist. «Auch der Gast hat Vorteile», meint Andenmatten. So können beispielsweise die Gäste der anderen Häuser den Pool in seinem Hotel mitbenutzen. Die Gäste aller Hotels können das Ausflugsprogramm aller Häuser nutzen.

Hoteliers können sich auch persönlich nähern

Getriebl wurde der Erfolg der Matterhorn Valley Hotels einzig zwischen 2010 und 2012, als zu den ursprünglichen Stammbetrieben vier weitere Mietbetriebe hinzukamen, die sich nicht



Für den Gast gut ersichtlich: Das Turmhotel Grächerhof gehört zur «Matterhorn Valley Hotels»-Gruppe.

wunschgemäß integrieren liessen. 2013 mussten diese Mietbetriebe wieder abgespalten werden.

Etwas jünger ist ein ähnliches Projekt im Lötschental. 2011 legten dort fünf Hotelbetriebe den Grundstein für eine Kooperation, die sich ein Jahr später als «Die Lötschentaler» mit dem Slogan «Einfach mehr Ferien» etablierte.

Auch ein Camping-Platz ist Teil der Gruppe. «Wir sehen uns als Ganzes», sagt Lukas Kalbermatten-Ritter vom Hotel Edelweiss in Blatten und weist auf die gemeinsame Franchising AG hin. «Im Prinzip kam diese Kooperation aber zehn Jahre zu spät», gibt er zu bedenken. Bei den «Lötschentalern» können die Halbpensionsgäste beispielsweise in allen

beteiligten Häusern essen gehen. Es gibt eine gemeinsame Gästezeitung. Nun wird überlegt, ob man eine Zentralwäscherei für alle Häuser auf die Beine stellt.

Esther Bellwald vom Hotel Nest- und Bietschhorn war in Bern tätig, bevor sie 2011 zurückkam, um den elterlichen Betrieb zu übernehmen: «Die Kooperation hat uns den Einstieg hier erleichtert.» Sie erwähnt auch die anstehende zweite Phase, die wegen Renovations- und Erneuerungsbedarf ansteht. Die «Lötschentaler» verhandeln mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) und dem Kanton als Gruppe. Das stärkt ihre Stellung als Verhandlungspartner. Es geht um einen Investitionsbedarf in Höhe von 4 bis 5 Millionen Franken. Ganz abgesehen von diesen finanziellen Aspekten verweisen die Hoteliers auch auf nicht-materielle Vorteile, die durch eine Hotelkooperation entstehen. «Du baust dir einen Freundeskreis auf und hast regelmässig einen Gedankenaustausch mit Gleichgesinnten: das ist eine grosse Bereicherung», betont Lukas Kalbermatten.

Anfang 2015 hat sich im Frutigland eine weitere Hotelkooperationsgruppe mit elf Hotels gebildet (htr hotelrevue vom 12.2.15). Als Berater bei allen Projekten war der Ökonom Marcus Frey von CFB network AG in Zürich dabei (siehe Interview).

Individuelle Hotelkooperationen

	seit	Mitgl.
Matterhorn Valley Hotels	2013	4
Lötschentaler Hotelkoop.	2011	5
Frutigland	2015	11

Quelle: htr



Nachgefragt

Marcus Frey

Consultingfirma CFB Network AG

Markus Frey, welche Voraussetzungen sind nötig für eine erfolgreiche Hotelkooperation?

Wesentliche Kriterien sind Vertrauen, Ausdauer und Vorleistungen. Oder anders gesagt: Um Vertrauen zu schaffen, muss offen und transparent zwischen den Kooperationspartnern kommuniziert werden.

Viele Hotels sind zwar an einer Zusammenarbeit interessiert, nicht aber an einem Kooperationsmodell. Woran liegt es?

Viele Hoteliers wollen weder eine enge Bindung eingehen noch ihren potenziellen Partnern Einblick in den eigenen Betrieb gewähren. Da müssen einige über ihren Schatten springen. Dabei führt gerade der Austausch von Betriebsdaten häufig zu einem

positiven Schub, etwa bei der Kostensenkung oder der Umsatzsteigerung oder auch bei der Lösung von Finanzierungsfragen.

Führt das Kriterium absoluter Transparenz dazu, dass es im Moment landesweit vergleichsweise wenige Hotelkooperations-Projekte gibt?

Sicherlich. Doch das Interesse nimmt zu. Gerade nach den jüngsten Medienberichten über das Frutigland habe ich vermehrt Anfragen aus verschiedenen Regionen der Schweiz bekommen.

Wenden Sie bei Kooperationsmodellen immer das gleiche Muster an?

Keineswegs. Es gibt keinen Standardprozess und kein Standardprodukt. Trotz einer

grundsätzlich ähnlichen Basisstruktur müssen die Projekte jeweils an die lokalen Gegebenheiten angepasst werden.

Welche Unterschiede weisen die bestehenden Modelle aus?

In Grächen war es praktisch ein Projekt unter Nachbarn, im Lötschental ein Projekt für das ganze Tal, während im Frutigland auf Grösse und überregionale Zusammenarbeit gesetzt worden ist, bei dem in einem ersten Schritt aufgrund des Volumens vor allem Themen wie der gemeinsame Einkauf im Vordergrund standen.

Können sich serbelnde Betriebe dank Hotelkooperationen retten?

Kooperation ist kein Rettungsanker, jeder muss seine Hausaufgaben selbst machen. gl

Abschied von einem grossen Touristiker

Einer der profiliertesten Exponenten des Schweizer Tourismus ist nicht mehr: Gody Gottfried F. Künzi, ehemaliger Chefredaktor der htr hotelrevue, Vizepräsident des Schweizer Hoteliers-Vereins und langjähriger Direktor beim Schweizer Tourismus-Verband, ist am 4. Juli 73-jährig gestorben.



Gody Künzi

Als 31-Jähriger übernahm Gody Künzi 1973 die Chefredaktion der htr hotelrevue (sie nannte sich damals hotel + touristik revue) und übte diese Tätigkeit während beinahe 15 Jahren aus. Von 1982 bis 1988 wirkte er zudem als Vizepräsident des Schweizer Hoteliers-Vereins (heute hoteliersuisse).

Im Jahre 1988 wurde Gody Künzi die operative Leitung des Schweizer Tourismus-Verbandes übertragen. In der fast anderthalb Jahrzehnte währenden Wirkungszeit vermachte er dort für den nationalen Tourismus vieles in Bewegung zu setzen. Gody Künzi war ein Denker mit Tief-

gang und ein kluger Lobbyist. Vielleicht kein ausgeprägter Kämpfer und schon gar kein Polemiker, aber einer mit viel Geschick und Ausdauer, wie ihn Hansruedi Müller, ehemaliger Tourismusprofessor an der Uni Bern, anlässlich der Verabschiedung an der STV-Generalsammlung 2002 würdigte.

Zu Künzis Bestrebungen gehören unter anderem die Einführung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes anfangs der 1990er-Jahre, dessen wiederkehrende Verlängerung im Vierjahres-Rhythmus oder die Mehrwertsteuerbefreiung der Kurzreisen und die nationale

Fewo-Klassifikation. Er setzte sich dafür ein, den Tourismus als strategischen Wirtschaftszweig zu positionieren und diese heterogene Querschnittsbranche mit einer Stimme zu vertreten.

Künzi blieb dem Tourismus auch nach dem STV eng verbunden. Er war unter anderem Verwaltungsratspräsident der Schweizer Reisekasse (Reka), Präsident der Tschentenbahn und als Tourismusberater tätig. Von 2003 bis 2009 amtierte er zudem als Präsident von Adelpoden-Tourismus. npa

Der Nachruf erschien in voller Länge auf bit.ly/14tch

Vale Rex John Lipman

In early July Rex Lipman from Adelaide, Australia, passed away. He was 93 years old. Rex was well known by Swiss Hotel Association as founder of International College of Hotel Management (ICHM), our partner school in Asia-Pacific.



Rex John Lipman

In 1990 Rex, envisaging the expansion of both the international education market and the growth of world tourism, brought the SA Government, Swiss Hotel Association and Le Cordon Bleu together to form the Adelaide-based ICHM. He visited Switzerland frequently in 1990-1996, and had many friends in hoteliersuisse and in other Swiss hotel schools,

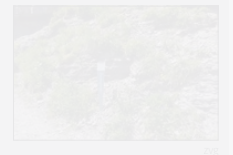
especially EHL. ICHM is one of Australia's leading hotel management schools and has achieved fame throughout the world for its Swiss-style hotel management education. With more than 2500 graduates from more than 80 countries, it has graduates in senior management positions worldwide.

Aus der Region

Ostschweiz
Kitesurfen am Bodensee eingeschränkt

Vor Albstadt am Bodensee ist Kitesurfen nicht mehr erlaubt. Der Kanton St. Gallen hat die Bewilligung zurückgezogen, da das Übergebiets seit dem 15. Juli als Wasser- und Zugangebiet gilt und deshalb speziell geschützt ist. Für die schwedischen Bodenseer sind dies keine guten Nachrichten, denn zwei Gebiete im Kanton Thurgau offen. Am Donnerstag ist dies ein Abschied von Böttlingen und Trimmingen, am Übersee die Seeplätze von Münsterlingen. Im Kanton St. Gallen nicht der Kitesurfer sonst nur noch der Walensee als Möglichkeit, ihren Sport zu betreiben.

Alpenflorweg am Flumserberg bietet viel Wissen



Flumserberg Tourismus erstellt in Zusammenarbeit mit den Bergbahnen Flumserberg einen neuen Alpenflorweg. Entlang des Höhenwanderweges Maschenkamms-Zierluggen-Prad kann ab 2006 in Höhe eröffnet dieser den Wanderer in die farbenreiche subalpine Vegetation. Informationssteien geben dem Besucher erste Grundinformationen. Verleitet botanisches Wissen kann sich der Besucher mit seinem Smartphone über den vorhandenen QR-Code bei jeder Pflanze holen. Über diesen gelangt er dann auf die Homepage www.flumserberg.ch. ggg

Neues 4-Sterne-Hotel im St. Galler Rheintal geplant

Auf dem Areal des Pensionskurorts Pauls in Widnau soll bis im Herbst 2016 ein dreiflügeliges Parkhotel mit 66 Zimmern, davon zwei Suiten, entstehen. Hinter dem Projekt steht die Saunega Capital Group AG. Sie hat das Grundstück von Bruno Bärtschi, Gründer des «Pauls», gekauft. Die Bauplanung des 10-Millionen-Franken-Projekts beginnt voraussichtlich August/September. Hauptzielgruppe sind Geschäftsleute. Auf eine Kirche im Hotel soll verzichtet werden. Dafür ist ein Durchgang zum benachbarten Gourmet-Restaurant vorgesehen. npa