



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 571.264
Abo-Nr.: 1092015
Seite: 37
Fläche: 64'739 mm²



Hotel Grindelwald: Herrliche Aussicht, doch die Branche kränkelt
Foto: Keystone

Mit Kooperationen gegen den Frankenschock

Gastrosuisse sieht für die Hotellerie beträchtliches Sparpotenzial

Cornelia Krause

Zürich Im Sommer servieren die Mitarbeiter vom Waldhotel in Davos und dem Zentralschweizer Vitznauerhof den Kaffee mit Blick auf den Vierwaldstättersee, im Winter auf 1600 Metern in den Bündner Bergen. Das Modell, das neuerdings zwei Saisonbetrieben die Personalpolitik erleichtert, hat in der vom starken Franken geschüttelten Tourismusbranche Vorbildcharakter. Das Zauberwort heisst Kooperation und ist derzeit in aller Munde.

Ob und in welchem Ausmass sich Zusammenarbeit rechnet, hat der Verband Gastrosuisse gemeinsam mit der Universität Bern ermittelt. Das Fazit: Mit geschickten Kooperationen in verschiedensten Bereichen könnten Betriebe den

Frankenschock vom Januar ausbügeln. «Das ist realistisch, denn längerfristig sind die Kosteneinsparungen und das Potenzial für Ertragssteigerung bedeutend», sagt Gastrosuisse-Präsident Casimir Platzer.

Basis dieser Annahme ist eine Studie der Universität Bern, die vom Staatssekretariat für Wirtschaft unterstützt wurde. Der Verband hat sie als Grundlage für ein Arbeitsbuch mit dem zweideutigen Titel «fit-together» (passt zusammen/gemeinsam fit) genommen, das im September erscheint.

Zielpublikum sind die rund 3000 Hotelbetriebe unter den Mitgliedern. «Wir wollen sie ermuntern, diesen Schritt zu wagen», sagt Platzer.

Dabei sprechen die Zahlen, ba-

sierend auf Erfahrungen bisheriger Kooperationen, eigentlich für sich. Beim Einkauf etwa sieht Gastrosuisse je nach Produkt Einsparungen von 5 bis 20 Prozent, bei Versicherungen gar 30 Prozent. Teilen sich Betriebe Webauftritt und Buchungssystem, könnten bis zur Hälfte der Kosten gespart werden. Auch ein Mitarbeiterpool für mehrere Häuser würde die Kosten bis zu 10 Prozent senken. Denn die Betriebe müssten dann weniger zusätzliches Personal für ihre Spitzenzeiten einstellen.

Zudem sieht Gastrosuisse je nach Ausgangslage des einzelnen Betriebes ein Ertragssteigerungspotenzial von bis zu 30 Prozent.

Etwa wenn Hotels sich durch Zusammenarbeit mit dem lokalen Gewerbe bei Dienstleistungen klar



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 571.264
Abo-Nr.: 1092015
Seite: 37
Fläche: 64'739 mm²

positionieren. Ein Beispiel: ein Naturerlebnishotel, das neben Bio-nahrungsmitteln aus der Region auch Führungen oder Seminare mit Förstern, Biologen oder Fischern anbietet.

Dementsprechend geht es nicht mehr nur um Kooperationen unter Hotelbetrieben oder entlang der touristischen Wertschöpfungskette, sondern auch um Zusammenschlüsse mit branchenfremden Unternehmen. Sei es mit dem lokalen Buchhandel oder dem Musikgeschäft.

Der Grund, warum sich der Verband gerade jetzt des Themas annimmt, liegt auf der Hand. Im Herbst befindet der Ständerat über 230 Millionen Franken für die Regionalentwicklung. Auch Kooperationen sollen damit finanziell unterstützt werden. Es sei darum wichtig, dass die Branche bis dahin überzeugende Projekte präsentieren könne, um von diesen Geldern auch zu profitieren, sagt Platzer.

Diskrepanz zwischen Absicht und Wirklichkeit

Zwar ist die Idee, gemeinsam mehr zu erreichen, naheliegend und wird insbesondere von grösseren Betrieben bereits umgesetzt. Monika Bandi, Leiterin der Forschungsstelle Tourismus (Cred) an der Universität Bern, sieht jedoch

«eine gewisse Diskrepanz zwischen dem, was die Politik anstrebt, und dem, was Unternehmen praktizieren». Denn bislang kratzen die meisten Kooperationen an der Oberfläche. Meist geht es um schnelle Gewinne, etwa im Einkauf oder beim Marketing.

Die Absichten der Politik und die Förderinstrumente zielten dagegen eher auf tiefer greifende Kooperationen ab, die auch mehr Potenzial für Einsparungen und Ertragssteigerungen brächten. «Dabei verhält es sich ähnlich wie bei Finanzanlagen: Höhere Rendite gibt es nur, wenn man auch ein höheres Risiko eingeht», sagt Bandi.

Dass sich die Branche vielfach noch zurückhält, begründet Hotelleriesuisse-Präsident Andreas Züllig wie folgt: «Die Hoteliers tun sich teilweise schwer, eine gewisse Unabhängigkeit abzugeben und sich in die Karten schauen zu lassen.» Sie sähen sich noch zu sehr als Mitbewerber statt als Partner. Auch Bandi kann von derartigen Abwehrreaktionen berichten. «Für so etwas habe ich kaum Zeit», «Ich setze mich doch nicht mit meinem Konkurrenten an einen Tisch», «Und schon gar nicht lasse ich ihn in meine Bücher blicken», lauten die Begründungen von Hoteliers, denen sie im Rahmen des

Projektes weitergehende Kooperationsmöglichkeiten präsentiert.

Bei Gastrosuisse heisst es dazu, die Hoteliers müssten zunächst einmal bei kleineren Projekten Vertrauen fassen, um sich dann an grössere Unternehmungen zu wagen. «Geht man so vor, ist das Risiko minim», sagt Platzer. Neben gewissen Anfangsinvestitionen müsse der Hotelier vor allem Zeit aufwenden. Platzer spricht aus eigener Erfahrung, denn er hat sich mit seinem Betrieb, dem Belle-Epoque-Hotel Victoria in Kandersteg, kürzlich mit elf anderen Hotels zusammengesetzt und kann bereits erste Erfolge vermelden. Etwa bei den Kommissionen für Kreditkartenzahlungen und im Einkauf.

Trotz der ermutigenden Perspektiven sieht Platzer die Zusammenarbeit nicht als Wundermittel für in Schieflage geratene Betriebe. Auch Bandi sagt: «Zwei kranke Patienten machen keinen gesunden.» Eine stabile Finanzlage unter den Partnern sei die Voraussetzung, um Mehrwert für alle zu schaffen. Platzer verweist auch auf den Zeitfaktor. Anders als bei der Zusammenarbeit im Bereich Einkauf stelle sich der Erfolg bei tiefergehenden Kooperationen oft erst nach einer gewissen Zeit ein. Ein Grund mehr für die Branche, bei dem Thema auf Tempo zu machen.