



Raus aus dem Mittel- mass – Best 3 Star Hotels of Switzerland

Um was geht es? Weltweit gibt es weit über 10 Mio. Hotels, wovon die grosse Mehrheit im mittleren Segment positioniert ist. In der Schweiz ändert sich dieses Bild nicht wesentlich. Der Dreisternebereich ist anzahlmässig mit Abstand am besten vertreten. Es bestand bis anhin aber keine Gruppe, welche strategisch auf 3 Sterne fokussiert.

Trotz Klassifikationen und einzelner Initiativen bestehen im Dreisternebereich grosse Qualitätsunterschiede. Dabei gibt es eine ganze Reihe überragender Dreisternebetriebe, eigentliche Perlen. Diese sind nicht nur strukturell top und verfügen über eine hohe (Online-) Reputation, sondern sind auch nachhaltig rentabel. In der Öffentlichkeit sind diese Betriebe und deren Hoteliers bisher kaum bekannt; die Dreisterne-Hotellerie hat praktisch keine Stimme im Markt.

Mit welcher Unterstützung? Das von Innotour unterstützte Projekt beinhaltet die Kreation der Hotelgruppe BEST 3 STAR HOTELS, welche als Verein organisiert ist. Er vereinigt die qualitativ besten 3-Sterne Hotels der Schweiz und soll diesen dadurch eine bessere Positionierung im

Markt ermöglichen, wobei der Fokus des Vereins auf Qualitätsmanagement, Distribution und Marketing liegt. Dadurch erfolgt ein Beitrag zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Hotels in den Dimensionen Qualität, Kosten, Auslastung, Pricing und Umsatz.

Dieses Projekt entspricht zwei Zielen des tourismuspolitischen Impulsprogrammes 2016–2019: einerseits der Verbesserung der Qualitäts- und Produktentwicklung, andererseits der Optimierung der Strukturen und der Verstärkung von Kooperationen.

Welche Wirkung? Fiorenzo Fässler: «Der Verein BEST 3 STAR HOTELS of Switzerland hätte mit Eigenmitteln unmöglich so schnell wachsen können, wie dies nun mit Unterstützung von Innotour geschehen ist. Per 01.05.18 werden neu 25 Hotels Mitglied der Gruppe sein, was u.a. Kooperationen mit grösseren Partnern ermöglichen wird. Auch kostenseitig sind durch Skalenerträge Einsparungen möglich. Für Mitglieder ergibt sich somit schneller ein wahrnehmbarer Nutzen.

Die hauptsächliche Innovation des Projekts liegt in der Positionierung der Hotelgruppe. Für Top-Dreisternebetriebe gab es bisher keine Dachmarke. Für den preis- und qualitätsbewussten Gast, sei es im Geschäfts- oder Freizeitbereich, vermittelt dieses «Gütesiegel» nun Orientierung in einem neuen Segment. Der Gast hat die Gewissheit, sich schweizweit auf gleich hohem Qualitäts- und Aufmerksamkeitsniveau zu bewegen.»