

Strukturwandel als Schlüssel zum Erfolg im Schweizer Tourismus!

15. November 2013



Corinne Denzler, Group Director



TSCHUGGEN GRAND HOTEL
AROSA

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



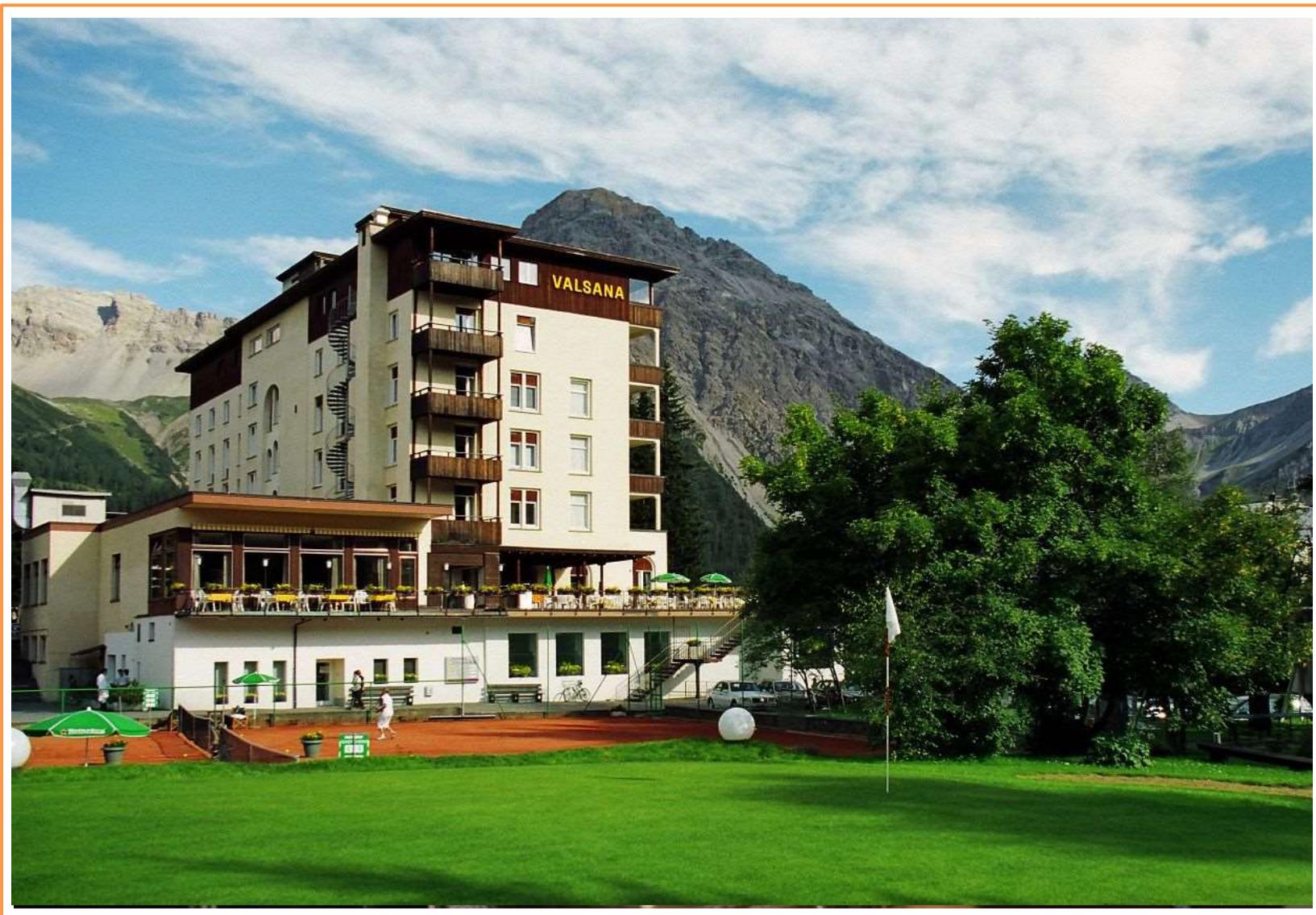
Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



CARLTON HOTEL
ST. MORITZ

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



100 years
CARLTON
HOTEL

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



HOTEL EDEN ROC
ASCONA

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Facts & Figures

Mitarbeiter	ca. 400 FTE
Logiernächte	ca. 100'000
Total Zimmer	393
Total Betten	713
Ø Aufenthaltsdauer	3.42 Tage

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Nationalitätenstatistik

1.	Schweiz	51 %
2.	Deutschland	22 %
3.	Belgien	5 %
4.	Grossbritannien	5 %
5.	Russland	4 %
6.	Holland	2 %

Wo kommen wir her

Vier individuelle Hotels mit einem Besitzer

Wenig Synergienutzung

Minimster gemeinsamer Einkauf

Saisonaler Personalaustausch

Jeder Hotelier macht «ein bisschen Sales»

Grosser Anteil von vielen, treuen Stammgästen mit langen
Aufenthalten

Minime Zahl von Touroperator

Investitionsstau in allen Häusern ab Millennium

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Wo stehen wir heute - unser Strukturwandel

Kleine, private Hotelgruppe mit gruppenübergreifenden Standards, zertifiziert nach ISO 9001:2008

Stabile Umsätze auch in der schwierigen Phase

Neue, verjüngte Kundschaft

Intensives Crossselling und Crosstravelling zwischen den Häusern

Gemeinsame Schulungen

Zentraleinkauf & Corporate Office

Stark gesunkene Aufenthaltsdauer

Intensive Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern und

Online Travel Agencies

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Strukturen

Dr. Karl-Heinz Kipp
Ursula Bechtolsheimer

Verwaltungsrat

Corporate Office
Sales / Marketing /
PR / IT

Group Director

Tschuggen
Grand Hotel

Sporthotel
Valsana

Carlton Hotel

Hotel Eden
Roc

Albergo-Caffè
Carcani

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Wie kamen wir dahin

Bedeutende Investitionen in all unseren Häuser

2001 Hotel Eden Roc

2006 Tschuggen Bergoase, Tschuggen Grand Hotel

2007 Carlton Hotel

2009 Tschuggen Express

2010 Eden Roc Spa und Hotel Marina

2012 Albergo-Caffé Carcani

Bauten und Umbauten – mehrere 100 Mio CHF

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Mitgliedschaften



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Kooperation Destination

Schweiz.
ganz natürlich.



Arosa 

graubünden



ENGADIN
St. Moritz

TICINO 
SWITZERLAND

*Ascona
Locarno* 

Lago Maggiore e Valli

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Zentrale Erfolgsfaktoren

Beste Standorte in Topdestinationen

Investor mit Vision

Fokus auf den Gast

Team mit Engagement, Service & Herzblut

Starke Bündelung der Kräfte innerhalb der Gruppe –

Knowhow Transfer, Synergien

Anpassung ans veränderte Umfeld

Schnelle Entscheidungen

Innovation

Marktnähe

Permanente Imagepflege

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Globale Kommunikation



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Soft Skills

FamTrip

Wellness

Restaurant

Review

Ziele

Conference

Medien

Hotel

Marketing

Staff

Kooperationen

Sales

Kommunikation

Going Green

Mission

Public Relations

Vision

Vertrieb

Philosophie

Online

Cross Marketing

Site Inspection

Revenue

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Awards



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Herausforderungen

- Saisonalität
- Wetter
- Euro
- Preisdruck, Schnäppchen ist chic
- Besser sein als Buchungsportale
- Umsetzung Zweitwohnungsinitiative
- Neuer Gast
- Globaler Wettbewerb
- Wellness ist kein Trend sondern Alltag
- Abhängigkeit von Destinationsinfrastruktur
- Verkehr (Gotthard etc)



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Marktchancen

Weiterhin grosser Fokus auf die Stamm Märkte

Nur bedingtes Aufspringen auf die neuen Märkte – weniger ist mehr

Guter Service und Top Infrastruktur darf weiterhin ihren Preis haben

Nie still stehen und neue Hotelformate prüfen

Laufend renovieren und neu stylen:

Preis-Leistungsverhältnis muss immer stimmen

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Wünsche an die Entwicklung

Betriebe, die dem Image der Schweizer Hotellerie schaden,
müssen weg

Ressource Natur darf nicht vernachlässigt werden

Noch mehr objektive Gäste, welche nicht partout im EU Ausland
alles besser finden

Starke Tourismuslobby für optimierte Rahmenbedingungen ohne
„Jammer-Image“

Junge Leute für Tourismusberufe begeistern und auch halten

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

tschuggenhotelgroup.ch



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Dankeschön



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA