

## Das Hotel, der Gast und die Sicherheit

Patrick Timmann

Hoteliere erziehen ihre Gäste ungen. Der Gast ist König, und den König fordert man beim Verlassen des Zimmers nicht dazu auf, das Licht auszuschalten. Auch bittet man ihn nicht, beim Frühstücksbuffet doch bitte nur so viel zu schöpfen, wie er auch tatsächlich essen mag; genauso wenig weist man ihn darauf hin, dass Glas- und PET-Flaschen nicht in den normalen Kehrichtimer gehören. Höchstens ein dezenter Hinweis auf die mögliche Mehrfachverwendung von Hand- und Badetüchern ist erlaubt – der Gast soll sich schliesslich wohlfühlen! Wenig erpicht auf verantwortungsbewusstes Verhalten ist der Gast auch in puncto Sicherheit und Brandschutz – zumindest glauben das viele Hoteliere. Wie wäre es mit regelmässigen Feuer-Evakuationsübungen gemeinsam mit den Gästen? Völlig absurd? Undenkbar? Nicht unbedingt. Dass Gäste durchaus bereit sind, ihre Komfortzone zu verlassen, zeigt das Beispiel des Radisson Blu Hotels Zürich Airport: Einmal pro Jahr sind die Gäste eingeladen, an der Evakuationsübung des Gebäudes teilzunehmen. Ein guter Teil der Zimmergäste und sogar die Hälfte der Restaurant- und Kongressbesucher lassen sich auf diese Übung ein. Als Dankeschön offeriert ihnen der Hotelier anschliessend einen Apéro mit Glühwein an der Bar. Schöner Nebeneffekt: Die «Notsituation»



Wer den Ernstfall übt, bleibt bei Feuer cool. Patrick Timmann

schweisst die Menschen zusammen, die Gäste kommen miteinander ins Gespräch. Eine wunderbare Gelegenheit auch für den Hotelier und seine Mitarbeitende, die Befindlichkeit der Gäste zu spüren und vielleicht sogar langfristige Beziehungen zu knüpfen. Doch warum hier aufhören, gerade jetzt, wo die eindeutige Positionierung der Hotels so wichtig ist. Spinnen wir den Faden weiter, machen wir die Not zur Tugend: Eigneten sich regelmässige Brandübungen im Hotel nicht sogar als «Alleinstellungsmerkmal»? Gäste aus dem angelsächsischen Raum legen ohnehin grösseren Wert auf Sicherheit und Brandschutzvorkehrungen, wissen Experten. Das Hotelpersonal könnte besonders motivierten Gästen spezielle Rollen zuweisen, ganze Familien könnten mit Feuerlöschern ausgerüstet gemeinsam gegen die «Flammen» vorgehen. Eine Riesengaudi für Gross und Klein. Angeregte Gespräche beim anschliessenden How-do-you-do an der Bar sind garantiert. Feueralarme als Feature!

Seite 4



Der Tourismusökonom Richard Kämpf schaut gespannt auf die Entwicklungen des laufenden Jahres.

Daniel Stampfli

# Mehr Übernachtungen von Chinesen im 2017

Im Verlauf des Jahres 2017 zeichnet sich in den Schweizer Alpenregionen eine Trendwende ab. Richard Kämpf vom Seco erwartet wieder steigende Logiernächtezahlen.

DANIEL STAMPFLI

**Richard Kämpf, wenn Sie eine kurze Tourismusbilanz 2016 ziehen. Wie sieht diese aus?**

Ich sehe das 2016 als Stabilisierungsjahr oder Übergangsjahr und gehe davon aus, dass wir den Tiefpunkt überschritten haben und wieder optimistischer in die Zukunft schauen können. Nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses Anfang 2015 war es kurzfristig sehr schwierig. Man war sich nicht sicher, wie dies die Branche verdauen würde. Es kam dann tatsächlich zu grösseren Einbussen.

**Schauen wir auf das soeben begonnene Jahr 2017. Mit welchem Wirtschaftswachstum rechnen Sie?**

Es wird kein überschäumendes Wachstum sein, da bestimmte Unsicherheitsfaktoren bestehen. In der Schweiz ist die Konjunktorentwicklung stabil, das Seco erwartet für 2017 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,8 Prozent. Die Konsumstimmung ist relativ gut. Auch die grossen europäischen Volkswirtschaften, insbesondere Deutschland, zeichnen sich nicht durch ein boomendes, aber solides Wachstum aus. Global besteht noch eine gewisse Unsicherheit bezüglich der Auswirkungen der Wahl Donald Trumps zum neuen US-Präsidenten. Eine Frage ist unter anderem, was dies bezüglich allfälliger Freihandelsdiskussio-

nen heisst. Bisher gab es an den Finanzmärkten kaum Reaktionen. Insgesamt würde ich das wirtschaftliche Umfeld für die touristische Entwicklung als mittelpfänglich positiv bezeichnen.

**Welche Entwicklung der für den Tourismus wichtigsten Fremdwährungen prognostizieren Sie?**

Ich gehe von einem stabilen Euro gegenüber dem Schweizer Franken aus. Es deutet im Moment nichts auf massive politisch-wirtschaftliche Krisen im Euroraum hin. Der US-Dollar neigt zurzeit zur Stärke, und ich gehe davon aus, dass uns der Dollar keine Probleme bereiten wird. Das britische Pfund kam mit dem Brexit-Entscheid unter Druck. Aber seit dem unmittelbaren Effekt hat sich die britische Währung gegenüber dem Franken stabilisiert. Es wird sich wohl kaum viel verändern. Bei den britischen Gästen werden wir sicher in gewissen Regionen, wie etwa im Berner Oberland, Einbussen registrieren. Andererseits sind die Briten nicht die preissensitivsten Gäste.

**Könnte der erstarkte US-Dollar für einen Schub sorgen?**

Der amerikanische Markt ist seit längerem stark am Wachsen, was sich fortsetzen wird. Das Risiko besteht bei der Sicherheitslage in Europa. Die Amerikaner reagieren relativ sensibel auf Terroranschläge. Geschieht diesbezüglich nicht noch mehr, wird der nordamerikanische Markt weiter wachsen. Der Dollar ist ein Faktor, der dies noch unterstützt, aber nicht der entscheidende. Die US-Wirtschaft performt gut. Und Europa ist für amerikanische Reisende, insbesondere Individualgäste attraktiv.

## Zur Person Fundierter Analyst für den Tourismus

**Richard Kämpf** (geb. 1970) ist seit Mai 2008 Leiter Tourismuspolitik beim Seco. Zuvor war er während zehn Jahren bei BAK Basel Economics tätig. Kämpf war dort Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Regionalanalysen Schweiz sowie der Tourismusstudien. Richard Kämpf studierte an der Universität Bern Volkswirtschaft mit den Schwerpunkten Aussenwirtschaft und Finanzwissenschaft. Er wohnt mit seiner Familie in Olten. dst

Auch hier spielen andere Faktoren eine wichtigere Rolle. Dazu gehören das verlangsamte Wirtschaftswachstum in China und die Sicherheitssituation in Europa. Es wurden Verlagerungen festgestellt. Die Routen haben sich teilweise von Westeuropa, wie etwa Paris-Luzern-Rom, nach Osteuropa mit Städten wie Budapest und Prag verlagert. Ich gehe davon aus, dass die Übernachtungen chinesischer Gäste 2017 wieder zulegen werden und bin gespannt, wie hoch sie ausfallen werden. Diesbezüglich bin ich recht optimistisch, einerseits aufgrund der Massen an reisenden Chinesen und andererseits aufgrund der zusätzlich eröffneten Visazentren in China.

**Erwarten Sie für 2017 Verschiebungen zwischen den Incoming- und Outgoing-Anteilen?**

Die Effekte von günstigeren Ferien für Schweizer im Euroraum sind mehr oder weniger vorbei. Ich erwarte eher, dass sich die Situation wieder normalisiert, in dem Sinn, dass die Liebe zum eigenen Land wieder überwiegen wird. Es ist eigentlich sehr beeindruckend, dass wir trotz der hohen Preisdifferenzen einen erfolgreichen schweizerischen Binnenmarkt aufrechterhalten konnten. Klar kam es zu Einbussen, denn der Binnenmarkt nahm nicht im Gleichschritt mit dem Bevölkerungswachstum zu. Aber insgesamt betrachtet ist der Binnenmarkt sehr stabil. Dies zeigt, dass der Schweizer sich Ferien in der Schweiz leisten kann.

**Bezüglich Nachfrageentwicklung arbeiten Sie zurzeit an einer Studie. Gibt es bereits erste Erkenntnisse?**

Es geht um die Entwicklung der Destinationen in den vergangenen zehn Jahren. Dabei zeigt sich unter anderem, dass insbesondere Destinationen mit einem robusten Schweizer Markt sich gut entwickeln konnten. In Europa haben die meisten verloren. Wer dies mit Wachstumsmärkten aus Asien kompensieren konnte, benötigte dafür enorme Wachstumsraten. Destinationen mit einem wachsenden Binnenmarkt benötigten relativ bescheidene Wachstumsraten von 1 oder 2 Prozent. Sie konnten ihre Position halten.

**Können Sie Beispiele solcher Destinationen nennen?**

Ziel der Studie ist nicht, einzelne Destinationen zu betrachten, sondern zu typisieren. Obwohl wir die Untersuchung noch nicht abgeschlossen haben, kann ich bereits feststellen, dass grosse alpine Destinationen eindeutig im Vorteil sind. Wer bereits im 2005 grosse Übernachtungsvolumen hatte, konnte die schwierige Periode von 2010 bis 2016 besser überstehen. Dies liegt im Verteilen des Risikos auf verschiedene Segmente begründet. Kleinere Destinationen tendieren eher darauf, in einem oder zwei Märkten prominent vertreten zu sein. Die Tendenz zum Ausdifferenzieren unter den Destinationen bereitet uns etwas Sorgen. Die Erfolgreichen können sich halten und die, welche schon vor zehn Jahren Mühe hatten, haben jetzt noch mehr Mühe.

**Mit welcher Logiernächteentwicklung rechnen Sie im Jahr 2017?**

Für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem Wachstum von rund 1 Prozent, in den Städten von über 2 Prozent. Seit über zehn Jahren stellen wir fest, dass sich die Städte sehr gut entwickeln. Für die Alpenregionen prognostizieren wir mit 0,3 Prozent eine bescheidene Logiernächtezunahme. Im Jahresverlauf sollte es in den Alpenregionen zu einer Trendwende zu wieder wachsenden Übernachtungszahlen kommen. Und ab 2018 zieht es kontinuierlich an, sodass wir auf den Wachstumspfad zurückkehren.

**Prognosen sind immer mit Unsicherheitsfaktoren verbunden.**

Bei der geschilderten Prognose sind die Risiken insgesamt nicht aussergewöhnlich. Die Währungs- und Konjunkturrisiken sind nicht akut. Die Folgen möglicher weiterer Terroranschläge sind zurzeit wohl das grösste Prognoserisiko, sie lassen sich aber schlecht abschätzen. Die jüngsten Anschläge in Deutschland sind für den Tourismus in Europa sicher negativ. Bei einem allfälligen Terrorakt in der Schweiz wären die Folgen noch viel dramatischer.

**Abgesehen von Prognosen, womit beschäftigen Sie sich 2017?**

Wir werden das Massnahmenpaket aus dem Jahr 2013 einer Zwischenevaluation unterziehen. Im Kern sind es die beiden Bereiche «Optimierung der Beherbergungsförderung» und «Tourismusimpulsprogramm 2016-2019» mit insgesamt zusätzlichen 201 Millionen Franken für Innnot und NRP. In der Zwischenzeit haben wir beschlossen und durch den Departementsvorsteher absegnen lassen, dass wir die Strategie aus dem Jahr 2010 modernisieren werden.

**Was beinhaltet diese Modernisierung?**

Der wichtigste Punkt ist die Digitalisierung, welche 2010 noch

nicht den heutigen Stellenwert hatte. Ich denke da etwa an Airbnb oder Booking.com. Aber auch die Themen Aus- und Weiterbildung sowie Arbeitsmarkt spielen bei der Digitalisierung eine Rolle. Es stellt sich die Frage, welche Geschäftsmodelle es künftig im Tourismus braucht. Wichtig ist etwa, dass auch kleine KMU-Betriebe in den Alpenländern an die digitale Welt Anschluss finden und ihre Produkte weltweit ohne Probleme direkt vertreiben können. Gleichzeitig müssen sie sich aber auch auf die neuen Technologien einlassen und ihr Haus Smartphone-tauglich einrichten. Im laufenden Jahr soll der Tourismus betreffend Digitalisierung umfassend betrachtet werden. Neben dem Thema Digitalisierung werden wir aber auch die anderen Themen der Strategie bezüglich Anpassungs- und Erneuerungsbedarf überprüfen. Die aktualisierte Tourismusstrategie soll im Frühjahr 2018 durch den Bundesrat verabschiedet werden.

**Gibt es weitere Themen, mit denen Sie sich im 2017 beschäftigen?**

Dazu gehören die Olympischen Winterspiele 2026. In den nächsten Monaten werden wir uns im Rahmen einer vom Bundesamt für Sport geleiteten interdepartementalen Arbeitsgruppe insbesondere dafür einsetzen, wie man die Kandidatur und allenfalls die Vorbereitung und Durchführung von Olympischen Winterspielen als Impulsgeber für den alpinen Tourismus nutzen könnte.