

16.05.2007 – 11:00 Uhr

Erste Zwischenergebnisse der BAK-Studie im Auftrag von GastroSuisse und SECO: Die Klein- und Mittelklasshotellerie belebt den Wettbewerb - davon profitieren die Gäste

Zürich (ots) -

Die "low & middle-class" Hotellerie ist ein wichtiges Standbein für den Schweizer Tourismus. Zu diesem Schluss kommt BAK Basel Economics im Rahmen ihrer neuesten Studie, deren Zwischenergebnisse am Mittwoch, 16. Mai 2007, in Bern präsentiert wurden. Die Perspektiven der Klein- und Mittelhotellerie wurden im Auftrag von GastroSuisse und dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO untersucht.

"Über 90 Prozent aller Schweizer Hotels gehören der "low & middle-class" Hotellerie an, die in allen Tourismusregionen eine relevante Rolle spielt", führte Richard Kämpf, BAK Basel Economics, anlässlich einer gemeinsam mit GastroSuisse und dem SECO organisierten Medienkonferenz in Bern aus. Auffallend ist dabei, dass nicht klassierte Hotelbetriebe mit einem Anteil von zwei Dritteln klar dominieren.

Wie ausgeprägt eine Marktnachfrage nach "low & middle-class" Hotels besteht, zeigt sich gemäss Richard Kämpf auch daran, dass mehr als die Hälfte der Schweizer Gäste in einem Hotelzimmer der Preisklasse unter 100 Franken übernachten; bei den ausländischen Gästen betrage dieser Anteil rund 30 Prozent.

Die Klein- und Mittelklasshotellerie ist überdurchschnittlich auf den Binnenmarkt sowie auf die europäischen Nahmärkte ausgerichtet, wobei das BAK in seiner Studie für diese Betriebe ein deutliches Vermarktungsdefizit ausmacht. Nichtsdestotrotz attestiert das BAK diesen Betrieben viel Potenzial. "Die Marktnachfrage nach "low & middle-class"-Hotels wird auch in Zukunft gegenüber derjenigen im Erstklass- und Luxussegment überwiegen", davon ist Richard Kämpf überzeugt.

"Die kleineren Hotels sind ein wichtiges Glied in der touristischen Angebotskette", führte Dr. Karl Koch vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) aus, "weil sie eine flächendeckende Versorgung mit Beherbergungsleistungen sicherstellen." Der Schweizer Tourismus brauche nicht nur Angebote an zentralen Orten, sondern auch in den Nischen des ländlichen Raumes und in den Agglomerationen. Diese Betriebe würden die Wahlmöglichkeit der Gäste erhöhen und den Wettbewerb beleben. "Eine bunte Beherbergungswirtschaft ist ein entscheidendes Plus für den Schweizer Tourismus", so Dr. Karl Koch. Für viele kleine Hotels bestehe die grösste Marktbarriere jedoch häufig im Marketing. Alleine kaum in der Lage den internationalen Markt aktiv zu bearbeiten, seien diese Betriebe auf die Zusammenarbeit und die Hilfe von Verbänden und der öffentlichen Hand angewiesen.

Zu den Instrumenten des SECO zur Förderung der KMU zählen unter anderem das KMU-Portal, die Leistungen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit sowie insbesondere auch das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus

Innotour.

GastroSuisse hat mit ihrem langjährigen Engagement gerade für die Klein- und Mittelklasshotellerie ebenfalls viel in Gang gebracht und wird sich nach Aussage von Zentralpräsident Klaus Künzli auch in Zukunft überzeugt für dieses Segment einsetzen. "Für die Schweiz ist es nicht gesund, wenn wir nur noch zum Hort von Superreichen werden", so Klaus Künzli. "Wir sollten auch Gäste mit bescheideneren Budgets ansprechen können."

Ein wichtiges Instrument zur Motivation der Klein- und Mittelklasshotellerie hat GastroSuisse im Herbst 2006 auf den Markt gebracht: HOT-C. HOTEL CATEGORYCAL BY GASTROSUISSE. "Diese neue Dienstleistung ist eine Teilantwort auf ein Defizit in der Unterstützung dieses Segmentes", erklärte Heidi Sigrist, Leiterin Stab Direktion/Tourismus von GastroSuisse. "Der Ansatz unserer Hotel-Kategorisierung geht weit über das Abarbeiten einer Checkliste hinaus", so Heidi Sigrist in Bern. "Es geht im Wesentlichen darum, letztlich einen wichtigen Beitrag zur Qualitätssicherung und -entwicklung zu leisten." Seit der Markteinführung von HOT-C. im Herbst 2006 haben sich bis heute rund 70 Betriebe kategorisieren lassen, verteilt über die ganze Schweiz.

Ein ehemals bescheidenes Innotour-Projekt ist "SchweizDirekt" von GastroSuisse, Hotelführer und Tourismusguide in einem. GastroSuisse-Direktor Dr. Florian Hew stellte in Bern die soeben erschienene zehnte Ausgabe dieses Magazins für preiswerte Ferien in der Schweiz vor - ein Projekt zur Förderung der kleinen und mittelgrossen Hotelbetriebe. "SchweizDirekt" ermöglicht den derzeit rund 300 teilnehmenden Hotels die klare Positionierung im Preiswert-Segment und die Schaffung eines gesamtschweizerischen Netzwerks in Zusammenarbeit mit starken Partnern.

Wichtiger Hinweis an die Journalisten:

Die vorliegende Medien-Information, die anlässlich der Medienkonferenz gehaltenen Referate sowie die Zwischenergebnisse der neuen BAK-Studie sind unter www.gastrosuisse.ch, Rubrik "Medien", elektronisch verfügbar.

Kontakt:

GastroSuisse
Brigitte Meier-Schmid
Marketing und Kommunikation
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel.: +41/44/377'53'53
Fax: +41/44/377'55'82
E-Mail: maco@gastrosuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007695/100533350> abgerufen werden.