

11.09.2008 – 13:30 Uhr

Erfolgreicher 1. Schweizer KMH-Tag von GastroSuisse in Luzern: "Klein und fein" dominiert in der Schweizer Hotellerie

Luzern/Zürich (ots) -

Rund 87 Prozent der Hotelbetriebe in der Schweiz sind Klein- und Mittelbetriebe. Sie generieren insgesamt fast die Hälfte der Hotellogiernächte. Die Bedeutung und die Marktfähigkeit der Klein- und Mittelhotellerie (KMH) standen im Mittelpunkt der 1. Schweizer KMH-Tagung, die GastroSuisse-Zentralpräsident Klaus Künzli vor rund 200 Unternehmerinnen und Unternehmern am 11. September 2008 in Luzern eröffnete. Zu den Gastreferenten zählten auch Prof. Dr. Hansruedi Müller, Universität Bern, und Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus.

"Ihr reges Interesse an der neuen Veranstaltung bestätigt uns in unserem Engagement", führte GastroSuisse-Zentralpräsident Klaus Künzli in seiner Eröffnungsansprache vor versammelter KMH-Kompetenz aus. Ziel dieser Initiative von GastroSuisse sei es, der Klein- und Mittelhotellerie für den Knowhow- und Erfahrungsaustausch eine eigene Plattform zu geben. Der führende nationale Verband für Hotellerie und Restauration engagiert sich seit über zehn Jahren für die Kleinen und Mittleren; sie sind es, die den Tourismusmotor der Schweiz antreiben.

87% der Hotelbetriebe sind KMH

Im Mittelpunkt der Ausführungen von Prof. Dr. Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Universität Bern standen erste Ergebnisse einer in Ausarbeitung begriffenen neuen KMH-Studie im Auftrag und auf Initiative von GastroSuisse. Gemäss den neuesten Erhebungen gibt es in der Schweiz rund 4400 KMH. Diese machen 87 Prozent der Hotelbetriebe aus und generieren fast 50 Prozent der Hotellogiernächte. Diese Betriebe sind oft "klein aber fein" und zeichnen sich insbesondere durch preiswerte Angebote aus. Die KMH in der Schweiz schaffen eine direkte Wertschöpfung von beinahe zwei Milliarden CHF und sind vor allem im ländlichen Raum bedeutungsvoll. Als KMH bezeichnet werden Betriebe mit mindestens fünf und maximal 50 Zimmern. Wie Prof. Müller in Luzern ausführte, verfügen über 70 Prozent der KMH über das Potenzial, mittelfristig konkurrenzfähig zu bleiben.

"Small is beautiful"

"Klein und fein ist gesucht", stellte Direktor Jürg Schmid von Schweiz Tourismus fest, der in Luzern zum Thema "Marketing für Kleinbetriebe: Illusion oder Machbarkeit?" referierte. Jürg Schmid bestätigte klar die Nachfrage der Gäste nach kleinen und mittleren Hotels. "Man muss jedoch gefunden werden!" forderte er. Gutes Marketing sei auch für die KMH eine zwingende Voraussetzung. Denn der Gast sei kompromisslos und eine starke Positionierung unerlässlich. Ganz konkret empfahl er den anwesenden Unternehmerinnen und Unternehmern, insbesondere auf die Qualität und eine geeignete Spezialisierung zu achten sowie die Stammkunden gut zu pflegen.

Fit sein und bleiben

"Wer fit sein und bleiben will, muss auch finanziell führen", stellte Jakob Huber, Verwaltungsrat und Mitglied der Geschäftsleitung der Gastroconsult AG mit Nachdruck fest. Nie ohne Business Plan, lautete seine dringende Empfehlung. Zu den Erfolgsfaktoren in der Hotellerie zählen seiner Einschätzung nach nicht nur ein starkes Management, ein Konzept oder ein guter Standort, ebenso entscheidend seien die Unternehmensstrategie und eine adäquate finanzielle Führung. Die erste KMH-Tagung vermittelte den Teilnehmenden eine Fülle von praxisnahen Inhalten für das tägliche Geschäft. Die Palette reichte von Ideen und Hintergründen bis hin zu Workshops von Praktikern für Praktiker.

GastroSuisse hat ihr Leistungsangebot für die KMH in den letzten Jahren massiv ausgebaut. Dazu gehört das Bewertungssystem "HOTEL CATEGORYCAL BY GASTROSUISSE", das mithilft, das Segment der KMH zu beleben. Mit der Hotelgruppe "SchweizDirekt. Einfach gut schlafen.", steht den kategorisierten Betrieben eine moderne Marketingplattform mit Reservationssystem und internationalen Vermarktungschancen zur Verfügung. Von den Gästen und den Betrieben ebenfalls geschätzt ist die Promotion "Preiswerte Hotels", eine Zusammenarbeit von Schweiz Tourismus, Switzerland Travel Centre und GastroSuisse.

GastroSuisse ist der führende nationale Verband für Hotellerie und Restauration. Rund 21'000 Mitglieder (Hotels, Pensionen, Gasthöfe, Restaurants und Cafés), organisiert in 26 Kantonalsektionen und vier Fachgruppen, gehören dem grössten gastgewerblichen Arbeitgeberverband an. GastroSuisse engagiert sich seit Jahren auch politisch für die Klein- und Mittelhotellerie und für Rahmenbedingungen, die die Angebotsvielfalt in der Hotellerie und ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis fördern.

Die vorliegende Medien-Information steht in Deutsch und Französisch auch in elektronischer Form zur Verfügung:
www.gastrosuisse.ch , Rubrik "Medien".

Kontakt:

GastroSuisse
Marketing und Kommunikation
Brigitte Meier-Schmid
Tel.: +41/44/377'53'53
E-Mail: maco@gastrosuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007695/100569470> abgerufen werden.