

«Es geht darum, besser zu werden»

Hotelkooperation auf dem Bördeli Ein neues Kooperationsprojekt verspricht Hotels strategische und finanzielle Vorteile. Profitieren können aber nur Betriebe in familiärem Besitz und regionaler Verankerung.

Alex Karlen

Es ist wie fast immer: Touristische Konzepte sind sprachlich aufwendige Konstrukte, die sich nicht Eingeweihten erst mit Nachfragen erschliessen. Das gilt auch für «Nachfolgefähige Hotelbetriebe in Ferienregionen», ein Projekt, das von der Zürcher Conim AG und der Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern begleitet wird. Daran beteiligt ist neben Partnern aus dem Kanton Wallis auch die Tourismusorganisation Interlaken (TOI). Das Projekt wurde vor einem Jahr ohne öffentliches Aufsehen gestartet und hat nun die Anfangsphase gemeistert.

Aber eben: Was verbirgt sich hinter dem Kurzbeschreibung des sogenannten Innoutour-Projekts «Zusammenspiel von strategisch- und finanzierungsfähigen Hotelbetrieben und einer funktionierenden regionalen Kooperation»? Vorneweg: Es geht um strategische und finanzielle Vorteile von Hotels auf dem Bördeli und in Brienz. Dazu stellen sich fünf Fragen.

— 1. Was ist ein Innoutour-Projekt, und wie wird es finanziert?

Innoutour-Projekt? Dabei handelt es sich um staatlich unterstützte Innovationsförderung im Tourismus. Federführend für die Ausrichtung von Beiträgen ist das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), wie es auf seiner Internetseite erklärt: «Die Innovationsförderung soll dort ansetzen, wo die bedeutendsten Schwächen des touristischen Angebots bestehen. Im Vordergrund steht die Schaffung neuer Geschäftsmöglichkeiten sowie die Verbesserung bestehender Dienstleistungen.»

Beim Oberländer Projekt übernimmt das Seco rund 50 Prozent der Kosten. Die andere Hälfte steuern die beteiligten Hotels und touristischen Leistungsträger bei. Konkret: Wer mitmacht, zahlt für den Quick-Check seines Hotelbetriebes und die Teilnahme am runden Tisch der Kooperation 5500 Franken, ergänzt mit einem gemeinsam mit dem Hoteller erarbeiteten Geschäftskonzept für den eigenen Betrieb insgesamt 16'500 Franken.

— 2. Was sind die Voraussetzungen für eine Teilnahme am Projekt? Quick-Check, Geschäftskonzept? Urs Keiser, VR-Delegierter der



Urs Keiser, VR-Delegierter der Conim AG. Foto: PD



Auch die Kuh ist regional: Das Interlakener Hotel Stella erfüllt alle Voraussetzungen, um beim Innoutour-Projekt teilzunehmen. Foto: Bruno Petroni

Conim AG, erklärt: «Zuerst gilt es, mit einer Analyse abzuklären, ob ein Hotelbetrieb überhaupt zukunftsfähig ist.» Der Check beinhaltet auch Empfehlungen für Massnahmen. Dieser Check wurde in den bisher fünf Hotels der Kooperation durchgeführt: Stella Interlaken, Beausite Untereisen, Waldhotel Unspunnen Matten, Alpenblick Wilderswil und Brienz in Brienz – alles Häuser im Vermarktungsgebiet der TOI.

Die selben Hotels haben aber auch eine andere Voraussetzung zur Teilnahme am Projekt erfüllt: Sie sind «nachfolgefähig», will heissen, vom Eigentümer geführt. Es handelt sich zumeist um Familienbetriebe oder zumindest um Betriebe mit schlanken Entscheidungswegen, also ohne Umwege über irgendwelche auswärtige Besitzer oder Managements. Und: Der Charakter dieser Hotels entspricht der Region, ihre Konzepte nehmen Merkmale der Jungfrau-Region auf.

Urs Keiser: «Für eine Kooperation braucht es eine saubere Positionierung. Die Hotelbetriebe sollen zudem zur Region passen. Es gibt einige Hotels, auf die das nicht zutrifft.»

«Es braucht seine Zeit, bis sich das auch cashmässig auszahlt.»

Urs Keiser
Conim AG Zürich

— 3. Was gehört alles zur Kooperation, und wie lange dauert sie?

Kooperation? Der eigentliche Kern des Projektes. Die Zusammenarbeit soll auf vier Ebenen Synergien erzeugen: 1. Angebot und Vermarktung. 2. Einkauf (Urs Keiser: «Bessere Konditionen, vom WC-Papier bis zur Versicherung.»). 3. Personalmanagement. 4. Finanzmanagement. «Einige Massnahmen wurden bereits angegangen», zieht Keiser eine erste Bilanz. «Zu Beginn der Zusammenarbeit geht es zudem um den Aufbau von gegenseitigem Vertrauen, einen regelmässigen Austausch und die Festlegung von Spielregeln der Zusammenarbeit.»

«Es braucht seine Zeit, bis sich das auch cashmässig auszahlt», dämpft Keiser ungeduldige Erwartungen. Darum können weitere Hotels noch immer einsteigen. Zwei haben bereits ihr Interesse angemeldet. Falls sie alle Voraussetzungen erfüllen, werden sie an den sogenannten runden Tisch eingeladen.

— 4. Wer trifft sich wann am sogenannten runden Tisch? Runder Tisch? Genauer gesagt, runde Tische, denn es gibt im

Projekt gleich mehrere. Da sind erstens die überregionalen Zusammenkünfte, die etwa alle sechs Monate stattfinden, letztmals in Turmman bei Visp. Daran nahmen sechs Hotelkooperationen teil, von der Aletsch Arena über das Lötschental und das Frutigtal bis aufs Bördeli. TOI-Direktor Daniel Sulzer: «Diese Kooperationen haben alle unterschiedliche Herausforderungen und Stärken. Der Austausch hilft, voneinander zu lernen. Seitens TOI betonten wir die Wichtigkeit, Produkte zu gestalten, sich zu positionieren und am Markt persönlich aktiv zu präsentieren.»

Zweitens gibt es die runden Tische der Hotelkooperation Jungfrau Interlaken Hotels. Die Eigentümer der erwähnten fünf Oberländer Hotels treffen sich einmal pro Monat, um die überbetriebliche Zusammenarbeit voranzutreiben. Die Kooperation wird jedes Jahr von einem anderen Mitglied präsiert, heuer ist es Bastian Hofmann vom Hotel Stella. Er ist überzeugt: «Der Start ist gelungen.»

— 5. War der Start erfolgreich, und was ist das Ziel? Gelungener Start? Bastian Hofmann nickt. «Wir haben Vertrau-



Mit dem Start zufrieden: Stella-Direktor Bastian Hofmann ist Präsident der regionalen Hotelkooperation. Foto: Bruno Petroni

und eine Struktur aufgebaut.» Auch finanziell ist bereits ein zwar kleiner, aber richtungweisender Erfolg zu verkünden: «Gleich mit zwei Lieferanten im Food-Bereich konnten wir bessere Konditionen aushandeln. Zudem haben wir viele hilfreiche Tipps und Kontakte ausgetauscht.» Auch Daniel Sulzer ist zufrieden: «Interlaken Tourismus bietet mit dem Marketingzum-Mitmachen eine optimale Plattform an. Dank dem Zusammenschluss mehrerer Hotels können Auftritte realisiert werden, die ein einzelnes Hotel sich nicht leisten könnte. Unsere Verkaufsspezialisten helfen der Kooperation, die für sie passenden Produkte und Aktivitäten zu finden.»

Wie Urs Keiser von der Projektleitung warnt aber auch Hoteller Bastian Hofmann vor zeitlich übertriebenen Erwartungen: «Finanziell wird sich in den nächsten zwei Jahren noch nicht viel ändern.» Er werde zufrieden sein, wenn sein Betrieb den finanziellen Beitrag für die Teilnahme am Projekt wieder amortisieren könne. Sein Hauptziel: «Es geht einfach darum, in jeglicher Hinsicht besser zu werden.»