

Werkzeuge für kooperierende Hotels

Kooperationen zwischen Hotels bringen gleich **mehrere Vorteile**. Wie viel es finanziell bringt, soll nun messbar werden. Drei Hotelkooperationen entwickeln zudem einen Werkzeugkoffer für Hotels, die zusammenarbeiten wollen.

Ueli Abt



Das Aktiv Hotel & Spa Hannigalp in Grächen gehört zur Kooperation «Matterhorn Valley Hotels».

Höhere Rabatte bei den Lieferanten, ein grösseres Marketingbudget, ein breiteres Angebot für die Gäste und damit höhere Attraktivität, gemeinsame Personalrekrutierung und -schulung – dies sind nur einige der zahlreichen Vorteile, die aus Hotelkooperationen resultieren.

Ein grosses Projekt der Regionalverbände Hotellerie-Suisse Berner Oberland und Wallis soll nun die Erfahrungen von drei Hotelkooperationen in diesen beiden Regionen bündeln, aufarbeiten und weiteren Hotels zugänglich machen. «Wir wollen Kooperationen fördern und auch deren Mehrwert messbar machen», sagt Annette Stoffel, Geschäftsführerin von HotellerieSuisse Berner Oberland. Laut Stoffel soll aus dem Projekt ein Werkzeugkoffer hervorgehen, der unter anderem Checklisten, Best-Practice-Beispiele und weitere Hilfen für an Kooperationen interessierte Hotels bietet. Ausserdem soll aus der Projektarbeit ein Monitoring mit Indikatoren resultieren, das der Dachverband als konkretes Geschäftsmodell, wie die Erfa-Zahlen, übernehmen wird.

Positiver Effekt teils in konkreten Zahlen messbar

Die «Matterhorn Valley Hotels» sind eine der drei teilnehmenden Hotelkooperationen. Olivier Andenmatten vom Aktiv Hotel & Spa Hannigalp ist Geschäftsführer der GmbH, welche hinter der Kooperation steht. Gemäss Andenmatten lassen sich die positiven Effekte teils durchaus in konkreten Zahlen messen. So habe man vor zehn Jahren einen neuen Versicherungsvertrag ausgehandelt. «Gemeinsam konnten wir den Preis drücken und fahren so um 30 Prozent besser, als wenn wir uns alle einzeln versichert hätten», sagt Andenmatten.

Beim Einkaufspooling führe das grössere Bestellvolumen dazu, dass Lieferanten höhere Rabatte gewährten – und somit zu genau bezifferbaren Einsparungen. «Wenn wir zusammen einen Umsatz von 50 000 Franken erreichen, können wir eine Rückvergütung von 5 Prozent erhalten. Ein einzelner Betrieb würde vielleicht nur 2 Prozent erreichen.» Das Ganze sei mehr als die Summe ihrer Teile: Das gelte für eine ganze Reihe von Beispielen. Organisiert ist die Kooperation als Franchising: 2,5 bis 3 Prozent des Gesamtumsatzes der Betriebe fliessen in einen gemeinsamen Geldtopf. Aus diesem finanziert die Kooperation eine gemeinsame Website mit Direktbuchungssystem, Social Media, Marketing und Sales.

Die vielen Vorteile der Kooperation wiegen laut Andenmatten den moderaten Zusatzaufwand auf: Rund einen halben Tag pro Woche arbeitet er als Geschäftsführer für den Zusammenschluss

der vier Hotels in Grächen. Dafür erhalte er eine kleine Aufwandsentschädigung. Doch vor allem gelte: «Was ich für die Kooperation tue, dient auch meinem eigenen Betrieb.» Einmal pro Monat tauschen sich die Hoteliers an der Geschäftsleitungssitzung aus. Bei diesem Austausch wird laufend besprochen, in welchen Bereichen eine Zusammenarbeit ausserdem Sinn macht – oder eben nicht.

Während Jahren Erfahrungen gesammelt

Die Kooperation in Grächen besteht bereits seit 17 Jahren. «Wir wussten, dass wir sehr gut zusammenpassen», sagt Andenmatten. Insbesondere sei man sich einig gewesen, dass es keinen Sinn ergebe, sich vor Ort zu bekämpfen. Stattdessen wollte man gemeinsam die Mitbewerber in anderen Orten distanzieren.

Vor zehn Jahren hat sich die Kooperation etwas verkleinert, wurde von der AG zur GmbH. Andenmatten kann sich vorstellen, dass künftig auch weitere Betriebe aus Grächens Nachbardörfern aufspringen könnten. Vom Austausch im Rahmen des Projekts erhofft er sich mehrere Impulse: Zum einen könnte es für ihn auf eine Kooperation der Kooperationen hinauslaufen – das Herumreisen im Land sei bei ausländischen Touristen

«Gemeinsam konnten wir den Preis drücken und fahren um 30 Prozent besser.»

Olivier Andenmatten
Hotel Hannigalp,
Matterhorn Valley Hotels

beliebt und könnte auch bei Schweizer Gästen nach dem Erfolg der Grand Tour weiter beliebt gemacht werden. Ausserdem freut er sich auf den Austausch von Know-how. Zwar sei seine Kooperation die erfahrenste, trotzdem sei Inspiration durch die jüngeren Kooperationen möglich.

Projektlaufzeit bis 2026

Das Projekt läuft bis Mai 2026. Es wird von Innotour unterstützt und durch das Center for Regional Economic Development (CRED-T) an der Uni Bern wissenschaftlich begleitet. Die Conim AG leitet das Projekt. Anfang Dezember legen die teilnehmenden Kooperationen in einem Kick-off-Event in Spiez zusammen mit den Projektteilnehmenden und einem Coach die Details der Zusammenarbeit fest. Geplant ist laut Annette Stoffel, dass sich die Workshopteilnehmenden mehrmals pro Jahr treffen, um Schritt für Schritt den Werkzeugkoffer zu erarbeiten. Mit dabei sind auch die Kooperationen «Swiss Alpine Hotels» aus dem Frutigland und dem Kandertal sowie «Die Lötschentaler».

Anzeige

STAFFEL 1

AB 4. OKTOBER
AUF SAVIVA.CH

HERVÉ

EYLEM

ALS SAVIVA-CHAUFFEURS

BEWEGEN SIE DIE BRANCHE & ERLEBEN EINIGES...

Mit Hervé, Eylem und vielen weiteren Persönlichkeiten.



WATCH & WIN

SAVIVA
hautnah