

Igeho: Hotel-Trends

«Reden wir über Analogisierung»

Manfred Kohl wirft einen Blick «von aussen» auf die Schweizer Hotels. Der österreichische Tourismus-Berater referiert dazu an der Igeho.

GU DRUN SCHLENCZEK

Manfred Kohl, in der Ankündigung Ihres Igeho-Vortrages steht: Die Hotellerie in Österreich und Südtirol ist besser aufgestellt als in der Schweiz. Ist dies wirklich immer noch so?

Überschriften sollen etwas provozieren... Natürlich ist das Bild der Schweizer Hotellerie differenzierter. Doch es gibt in den Schweizer Ferienregionen sehr viele KMU-Betriebe, die einen Investitionsstau aufweisen. Diese Situation haben wir in Südtirol und Österreich nicht in dieser Form. In der Schweiz ist der Betreiber des Hotels meist nicht der Inhaber, anders in Südtirol und Österreich. Sie können so schneller reagieren. Allerdings blüht der Österreichischen Hotellerie die gleiche Entwicklung hin zum Betreiber-Modell.



Preislich unterscheiden sich österreichische und Schweizer Hotels nicht mehr stark, aber strukturell. fotolia/Montage htr

Österreichs Hotellerie ist investitionsstärker, gilt aber gleichzeitig als überschuldet. Wie sicher ist ihre Zukunft? Der Verschuldungsgrad ist höher als in der Schweiz. Allerdings steht bei Österreichs Ferienhoteliers nicht die Rendite im Fokus – sie sind keinem Investor eine solche schuldig –, sondern die Liquidität. Österreichs Hotels definieren sich viel stärker über ein Thema, welches dann entsprechende Investitionen fordert. Man denkt in Generationen und dass der Betrieb für

die nächste Generation marktfähig bleibt. In der Schweiz ist dafür die Investitionsschuld hoch, irgendwann müssen die versäumten Investitionen nachgeholt werden.

Österreichs Hoteliers profitieren aber auch von einer guten Unterstützung des Staates. Das ist so. Der Staat übernimmt bei innovativen Investitionen eine Haftung von 50 bis 80 Prozent der Kapitalschuld.

Bei der preislichen Wettbewerbsfähigkeit haben Schwei-

zer Ferienhotels aufgeholt. Es gibt touristische Destinationen, in denen Schweizer Hotels nicht mehr teuer sind als Südtiroler oder österreichische. Rein bei der Übernachtung haben die österreichischen Ferienhotels ihren Preisvorsprung teilweise verloren. Aber bei den Ferien-Nebenkosten ist das Land noch günstiger.

In den Städten boomen junge Lifestylekonzepte, Hotelketten mit solchen interessieren sich jedoch nicht für Leisure-Regionen. Wie bringt man mehr Lifestyle in Ferienregionen?

Die Frage des Lifestyles wird in der Hotellerie gern aufs Design reduziert.

Lifestyle steht aber noch für viel mehr, für den eigentlichen Lebensstil. Ich zähle zu Lifestyle auch die Wahl einer bestimmten Zielgruppe wie Biker oder Golfspieler, welche man dann mit dem entsprechenden Themenhotel anzusprechen versucht.

Lifestyle-Hotels legen viel Wert auf den öffentlichen Raum im Hotel, währenddessen die Zimmergrösse reduziert wird. Wie übertragbar ist das auf die Ferienhotellerie? Der gemeinsame Raum könnte noch ganz anders bespielt werden. Der lokale Bäcker, der

lokale Bauernläden in der Lounge, eine Vinothek, eine Bar als lokaler Hotspot. Hier kann man andere Branchen ins Haus holen und die eigene Marke mit Fremdmarken stärken. Das verstehe ich auch unter einem Hybridkonzept. Nicht nur die Verbindung zwischen Hotel und Longstay-Apartments wie in der Schweiz.



«Der stärkste Trend geht in die Richtung eines Auslagerns des F&B-Geschäfts.»

Manfred Kohl
Kohl & Partner Holding, Villach

Ihr Spezialgebiet sind innovative Entwicklungskonzepte. Wohin geht der Trend?

Der stärkste Trend geht in Richtung eines Auslagerns des F&B-Geschäfts. Gastronomie und Hotellerie – das sind zwei Berufe, zwei Geschäfte.

Ein Outsourcen der Gastronomie hat sich bis jetzt jedoch nie auf breiter Ebene durchgesetzt.

Junge Ferienhoteliers in Österreich denken zumindest stark darüber nach. Das ist sicher auch eine Folge der Entwicklung von Airbnb. Die Sharing Economy macht clever vor, wie es geht: Man kooperiert mit den örtlichen Restaurants und gibt den Gästen entsprechende Empfehlungen oder Vergünstigungen. Und kann sich dann aufs Kerngeschäft konzentrieren.

Ein Megatrend ist die Digitalisierung. Wohin geht hier die Reise?

Der gekonnte Umgang mit der digitalen Welt ist die Voraussetzung fürs Geschäft. Wir reden viel zu wenig über die Analogisierung. Manchmal ist anrufen besser als ein Mail oder Chat. Ein grosses Allgäuer Hotel beschäftigt einen älteren Receptionisten, dessen Job allein darin besteht, die Gäste persönlich zu begrüssen und mit ihnen zu telefonieren. Im Leitbild steht: «Wir sind ein analoges Hotel». Digitalisierung ist selbstverständlich.

Manfred Kohl, Geschäftsführer Kohl & Partner Holding, Villach/Österreich, referiert beim Igeho-Campus am 19.11.17 um 9.30 Uhr.

ANZEIGE

www.vins-vaudois.com





Ab in die Lüfte mit Waadtländer Weinen!



SWISS WINE VAUD

Nicht einfach nur trinken, sondern mit Mass geniessen

Schweiz. Natürlich.