



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 130'837
Erscheinungsweise: wöchentlich

Handkate bezahlen zu viel für Strom

Themen-Nr.: 660.3
Abo-Nr.: 660003
Seite: 29
Fläche: 61'356 mm²

Globale Hotelketten im Vormarsch

Konzerne wie Hilton, Accor und Best Western bringen Schweizer Traditionshotels in Bedrängnis

Peter Keller

Grosse Expansionspläne der internationalen Hotelketten in der Schweiz: Bis ins Jahr 2018 wollen sie 4500 zusätzliche Zimmer übernehmen.

Ihre Namen sind Reisenden auf der ganzen Welt bekannt. Jetzt arbeiten die global tätigen Hotelketten mit Vehemenz daran, sich auch in der Schweiz zu etablieren. Bis 2018 planen sie gemäss Schätzungen des Beratungsunternehmens PwC, in der Vier- und Fünf-Sterne-Kategorie 30% mehr Zimmer anzubieten als heute. Im Drei-Sterne-Segment sogar 50% mehr. Werden alle Projekte realisiert, kommen mindestens 4500 neue Zimmer hinzu.

Bei ihrer Expansion erwerben die Hotelketten aber nicht die Immobilien selbst, sondern setzen auf Betreiberverträge. Den Kauf übernehmen dann oft Investoren wie Fonds und Pensionskassen. Den Schweizer Markt haben die grossen Hotelkonzerne seit einiger Zeit im Visier.

So nahm die Anzahl Zimmer in der Ketten-Hotellerie laut der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsfirma PwC von 2008 bis 2012 um 30% oder ungefähr 4700 Einheiten auf rund 16 000 zu. Das entspricht gut 26 000 Betten. Zum Vergleich: Ende 2012 gab es in der Schweizer Hotellerie rund 271 000 Betten in 5257 Betrieben, wie dem Jahrbuch des Verbandes Hotelleriesuisse zu entnehmen ist. Der Anteil der Ketten beträgt damit schon fast 10%.

Mindestens 100 Zimmer je Hotel

Aus Kostengründen bevorzugen die Konzerne Häuser mit 100 und mehr Zimmern. Im mittleren Bereich würden die Betreiber vor allem Standorte

in Städten wie Zürich, Genf und Luzern, aber auch Bern, St. Gallen, Lausanne und Zug suchen, sagt Nicolas Mayer, Leiter Hotel und Tourismus bei PwC. Im obersten Preissegment stehen Luzern sowie Zürich und Genf, wo allein 30 Projekte bestehen sollen, auf der Wunschliste der Hotelketten.

So will etwa die Kempinski-Gruppe dereinst das Hotel Atlantis in Zürich betreiben. Ob die Verträge schon unterschrieben sind, kommentiert Pressesprecherin Brigitte Hohl nicht. Als weitere mögliche Standorte nennt sie Basel, Lugano und Luzern. Sheraton plant in Zürich ein Vier-Sterne-Haus. Seit kurzem ist die deutsche Hotelkette 25hours in der Limmatstadt vertreten und will ein zweites Hotel eröffnen.

Die Accor-Gruppe, die mit 51 Häusern und 5300 Zimmern hierzulande dominiert (siehe Tabelle), ist bestrebt, durchschnittlich vier bis fünf Betriebe pro Jahr aufzunehmen. Die in der Schweiz ansässige Mövenpick-Hotelgruppe verhandelt derzeit «einige potenzielle neue Projekte». Sie betreibt auf dem Heimmarkt fünf Häuser.

Die Ketten haben sich vor allem auf die Städte konzentriert. Feriendestinationen standen wenig im Vordergrund, weil es schwieriger ist, mit Saisonbetrieben Geld zu verdienen. André Gribi von der Beratungsfirma Kohl & Partner in Zürich stellt im Magazin «Hotellerie» indessen fest, dass sich immer mehr Ketten in diesen Bereich wagen würden. Beliebt seien Destinationen wie St. Moritz, Davos und Verbier. Die Carlson Rezidor zieht es mit einem Radisson-Blu-Hotel gar nach Andermatt. «Es können weitere Standorte hinzukommen, sofern wir den richtigen Partner finden und es die finanzielle Situation zulässt», sagt Willem van der

Zee, Area-Vizepräsident Zentraleuropa für Radisson Blu und Park Inn.

Zwang zum Wachstum

Warum ist der Schweizer Markt so interessant für Ketten? Ola Ivarsson, COO Europe bei den Mövenpick Hotels & Resorts, nennt den Übernachtungsbedarf der internationalen Firmen aus der Pharmabranche, Banken und Versicherungen. Zudem würden die Infrastruktur und die zentrale Lage die Schweiz zu einer wichtigen Destination für Feriengäste machen. «Die ganzjährige Anziehungskraft lockt zunehmend auch wohlhabende Gäste aus dem Nahen Osten und Asien in die Schweiz», fügt der Manager an. Einen anderen Grund sieht Guglielmo Brentel, Präsident der Hotelleriesuisse: Ketten hätten den Zwang zu wachsen.

Der Vormarsch der internationalen Gruppen setzt die privat geführten Hotels unter Druck. Dessen ist sich auch Brentel bewusst. Der oberste Schweizer Hotelier sieht aber auch Chancen. Ein Einzelbetrieb sei näher am Gast und könne schneller auf veränderte Bedürfnisse reagieren. «Um handlungsfähig zu bleiben und Investitionen zu tätigen, muss das Hotel eine genügend hohe Rendite erwirtschaften», hebt er hervor. Dies ist oft nicht der Fall. Die Branche leidet an hohen Kosten etwa in der Beschaffung sowie bei den Investitionen pro Zimmer. Ein Grund: es werde zu viel Infrastruktur im Verhältnis zur Anzahl Zimmer aufgebaut. Oft werde zudem einfach «mehr vom Gleichen» geschaffen. «Es wäre viel sinnvoller, wenn Hotels an einem Ort unterschiedliche Angebote schaffen würden», sagt Brentel.



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 130'837
Erscheinungsweise: wöchentlich

Handstre bezaubert zu viel für Stran
GEMÄLN

Themen-Nr.: 660.3
Abo-Nr.: 660003
Seite: 29
Fläche: 61'356 mm²



Best-Western-Hotel Silberhorn in Wengen: Die US-Kette betreibt unter dieser Marke 33 Betriebe in der Schweiz.

Accor an der Spitze

Die Marken der weltweit grössten Hotelgruppen in der Schweiz

Gruppe	Marken und Anzahl Betriebe
Accor (F)	Ibis (23), Ibis Budget (10), Novotel (6), Mercure (5), MGallery (3), Adagio (2), Ibis Styles (1), Novotel Suite (1)
Best Western (USA)	Best Western (33), Best Western Plus (1), Best Western Premier (1)
Intercontinental (GB)	Holiday Inn Express (3), Intercontinental (2), Holiday Inn (2), Crowne Plaza (1)
Wyndham (USA)	Ramada (8)
Marriott (USA)	Renaissance (3), Courtyard by Marriott (2), Marriott (1)
Carlson Rezidor (USA)	Radisson Blu (4), Park Inn (2)
Choice Hotels (USA)	Comfort Inn (3), Clarion (2)
Starwood Hotels (USA)	Sheraton (2), Four Points (1), President Wilson (1)
Hilton (USA)	Hilton (2), Hilton Garden Inn (1)

Quelle: Magazin «Hotelier»