

Hotels nutzen ihre Zimmer um

Stadthotellerie

Leere Zimmer, schlechte Prognosen: Basler Hotels nutzen Zimmer um und lancieren eigenes Messeformat.

Die Schweizer Stadthotellerie ist aktuell mehr als gefordert. Nach dem Sommer haben weitere Betriebe wieder eröffnet, die erhoffte Erholung des Marktes im Zuge der Corona-Krise blieb aber aus. Die steigenden Fallzahlen sprechen aktuell für das Gegenteil. Entsprechend tief fallen die Belegungsprognosen Schweizer Stadthotels gemäss der jüngsten Umfrage zur Lageinschätzung von Hotellerie-Suisse aus: In Basel und Zürich erwartet man für Herbst und Winter eine durchschnittliche Auslastung von 20 bis 25 Prozent, in Genf liegt der Forecast unter 20 Prozent, mehr Hoff-

nung hat man in Bern. Die Basler Hotellerie ist dabei doppelt betroffen: Nicht nur das internationale Businessgeschäft, auch das wichtige Messegeschäft ist weggebrochen. Nun nutzt man die Zeit und die freien Kapazitäten, um Neues zu probieren, welches auch nach Corona Potenzial haben soll: Mitte November wird die erste Wein- und Biermesse in Basler Hotelzimmern durchgeführt. 15 Hotels beteiligen sich an der neuen «Vinière», die Prototyp für weitere gemeinsame Events sein soll. Und ein Test für Kooperationen unter Stadthotels. gsg
 Seite 3 und 5

In Tourismusorganisationen wächst der Druck auf die Arbeitnehmenden

Arbeitsplätze. Die durch die Corona-Pandemie bedingte Tourismuskrise bleibt auch für die Beschäftigten in der Branche nicht folgenlos. Das betrifft vor allem die Tourismusorganisationen in den Städten. Bereits wurden bei Genève Tourisme acht Kündigungen ausgesprochen, acht weitere Stellen werden nicht neu besetzt. Bei Zürich Tourismus sowie Basel Tourismus wurden Stellen abgebaut,

indem Abgänge nicht mehr ersetzt wurden. Entlassungen vermeldet aber auch eine Feriendestination wie Zermatt. Wie viele Arbeitsplätze bei Tourismusorganisationen bereits verloren gingen und wie viele gefährdet sind, ist allerdings schwer abzuschätzen, da es keine genauen Zahlen darüber gibt, wie viele Menschen schweizweit überhaupt bei Tourismusorganisationen arbeiten.

Die unsichere Lage und monatelange Kurzarbeit schüren bei den Beschäftigten Existenzängste und erhöhen die Bereitschaft, sich beruflich neu zu orientieren. Fatal: «Gerade Gutqualifizierten wird diese Situation irgendwann zu viel», meint Monika Bandi von der Universität Bern. Sie befürchtet einen Braindrain weg vom Tourismus hin zu anderen Branchen. pt/lg
 Seite 16 und 17 / page 20

L'Arc lémanique veut des aides publiques

Urgence. Les hôteliers de l'Arc lémanique demandent de l'aide. Dans le canton de Vaud, une résolution a été adoptée par le Grand Conseil. «Nous voulions chiffrer et exposer les risques encourus», explique Stefano Brunetti, président d'Hotellerie Lausannoise. A Genève, Thierry Lavalley négocie avec Pierre Maudet. aca
 Page 14



Stefano Brunetti, président d'Hotellerie Lausannoise. ldd

Le tourisme de demain plus collaboratif

MITF. A quoi ressemblera le tourisme d'après Covid-19? Réunis lors du Montreux International Tourism Forum, les représentants touristiques de Suisse, France, Allemagne et Autriche y ont échangé leurs inquiétudes et leur vision. Ils croient à un tourisme plus responsable, collaboratif et créatif. Mais aussi plus proactif. lg
 Page 21

Mit richtiger Reinigung dem Virus keine Chance geben



iStock

Der Covid-19-Erreger hält sich gut auf Oberflächen. Wie lange, hängt von Material und Pflege ab. Stoffe, die virenabweisend sind, lassen sich aber nicht unbedingt gut desinfizieren.

Seite 8

ANZEIGE



Bei uns werden Sie bevorzugt bedient

www.bommer-partner.ch



Wintersaison

Schweiz-Tourismus-Direktor Martin Nydegger über die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen.

Seite 2

Finanzierung

Bei der SGH will man nun definieren, welche Betriebe nachhaltig eine Chance haben.

Seite 7

Preisparität

Gespräch mit Andrea D'Amico, Vizepräsident und Europa-Geschäftsführer bei Booking.com

Seite 15

Inhalt

Meinung	2
Hotellerie	3-10
Hôtellerie cahier français	13-14
Gastronomie	11
Gastronomie cahier français	12
Das Gespräch	15
Tourismus	15-19
Tourisme cahier français	20-21
Service	24-27
Impressum	27
People & Events	28

DIESER EINE MOMENT
FRANKE
 MAKE IT WONDERFUL
 coffee.franke.com

Schmocker+
EDEL DANK STAHL
 Ihr Fabrikant für Gastronomie-Einrichtungen
 SCHMOCKER-AG.CH

BADAG GmbH
 Alles für Ihr Bad...
GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

HUGENTOBLER
 Schweizer Kochsysteme
 «Ich will zusätzlichen Gewinn erwirtschaften: ganze 15% meines F&B-Umsatzes.»
 Wir bieten Lösungen – www.hugentobler.ch

Illycafé in Kapseln
Jilly
 www.illycafe.ch

Fortsetzung des Gesprächs mit Andrea D'Amico von Seite 15

Eine Studie des deutschen Bundeskartellamts hat nun allerdings gezeigt, dass die Kunden fast immer dort buchen, wo sie das Angebot gefunden haben. Die Untersuchung kommt zum Schluss, dass es namentlich für Booking.com kein Freerider-Problem gibt und dass aus diesem Grund Preisparitätsklauseln überflüssig sind. So weit zur Theorie. Sehen Sie in den Schweizer Nachbarländern einen Rückgang Ihres Geschäfts seit Aufhebung der Paritätsklauseln?

Diese Frage ist nicht so leicht zu beantworten. Es ist keineswegs so, dass jeder Partner gleich am ersten Tag der veränderten Rechtslage seine Preise anpasst. Ausserdem haben sich einige Hotels schon vorher nicht an die Preisparität gehalten. Letztendlich dürfte die Aufhebung der Preisparität den Hotels mehr schaden als uns. Denn die Kunden sortieren die Angebote auf unserer Plattform gerne nach dem Preis. Je höher der Preis, desto geringer die Wahrscheinlichkeit, gebucht zu werden.

Gleichzeitig sinkt auch die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde von Booking.com auf die Website des entsprechenden Hotels wechselt. Aus diesem Grund versuchen wir, unseren Partnern immer wieder klarzumachen, dass es in ihrem eigenen Interesse liegt, auf Booking.com mit wettbewerbsfähigen Preisen vertreten zu sein.

Von den Hotels hört man, dass Booking immer wieder seine Geschäftsbedingungen ändert und neue Angebote einführt, ohne die Hotels ausreichend darüber zu informieren. Ein Beispiel sind Delayed Cancellations, wonach Booking das Hotel über Buchungsstornierungen zunächst nicht in Kenntnis setzt und ein Zimmer in Eigenregie weiterverkauft. Die Hoteliers stört insbesondere, dass dieses Feature als Opt-out und nicht als Opt-in eingeführt wurde.

Die Geschwindigkeit, in der wir neue Features und Funktionen entwickeln, ist sehr hoch. Es wäre kaum machbar, bei jeder kleinen Änderung zunächst alle Partner vorab zu informieren und ihnen genau zu erklären, wie das entsprechen-

de Feature funktioniert. Wenn wir der Überzeugung sind, dass eine Neuerung den Hotels Vorteile bringt, ohne sich allzu stark auf ihr Geschäft auszuwirken – und darunter fällt das Beispiel Delayed Cancellations –, dann führen wir sie als Opt-out ein. Die Hoteliers haben somit jederzeit die Möglichkeit, das Feature zu deaktivieren.

Die EU hat mit dem Digital Service Act bereits das nächste Gesetz in der Pipeline, um unter anderem die Fairness im Wettbewerb weiter zu verbessern. Dominante Plattformen wie Google, Amazon oder Facebook sollen an die kürzere Leine kommen. Was glauben Sie, ab wann ist eine Plattform wettbewerbsbehindernd? Auch wir befinden uns in einem extrem kompetitiven Wettbewerb. Wir glauben, dass unser bisheriger Erfolg nicht auf der Beschränkung von Wettbewerb beruht, sondern darauf, dass wir dem Kunden das beste Angebot bieten. Das soll auch in Zukunft so bleiben. Wenn die EU dafür sorgt, dass der Wettbewerb auch in Zukunft spielt, dann sind wir darüber sehr glücklich.

ANZEIGE



GESTÄRKT AUS DER KRISE DANK MEHR SCHWEIZER GÄSTEN

American Express unterstützt Schweizer Hotels mit **kostenloser Werbepräsenz bei mehr als 500 000 Karteninhabern aus der ganzen Schweiz** – jeder davon könnte Ihr nächster Gast sein.

Machen Sie mit einem attraktiven Übernachtungsangebot auf sich aufmerksam und steigern Sie damit Ihre Direktbuchungen.

Sichern Sie sich jetzt Ihre **kostenlose Werbepräsenz auf www.americanexpress.ch/selects** und steigern Sie damit Ihre Direktbuchungen. Reichen Sie Ihr **Spezialangebot für Sommer/Herbst 2020** ganz einfach per E-Mail an info.partner@swisscard.ch ein.

AMERICAN EXPRESS
SELECTS

Arbeitsplätze im Tourismus

Druck auf die



Der Personalabbau wird aufgrund der anhaltenden Corona-Krise für immer

Das Ausbleiben der Gäste führt zu Budgetengpässen bei den Tourismusorganisationen. Erste Kündigungen wurden ausgesprochen, weitere dürften folgen.

PATRICK TIMMANN

Die Corona-bedingte Tourismuskrisis bleibt auch für die Angestellten der Branche nicht ohne Folgen. «Viele Arbeitnehmende aus der Hotellerie, der Gastronomie und von Reisebüros, welche derzeit wegen tiefer Umsätze mit Kurzarbeit konfrontiert sind, ziehen derzeit einen Berufswechsel in Betracht», sagte Monika Bandi Tanner Ende September gegenüber der Nachrichtenagentur AWP. Es werde wohl zu Kündigungen kommen, mutmasste die Berner Tourismusexpertin, insbesondere in den Städten sowie in Destinationen mit dem Gästefokus auf Fernmärkten.

Sie sollte recht behalten: Bei Genève Tourisme wurden acht Kündigungen ausgesprochen, wie Anfang Oktober bekannt wurde, acht weitere Stellen werden nicht neu besetzt (vgl. Bericht auf Seite 20). Durch den beinahe Totalausfall des Geschäftstourismus in der Rhonestadt, von dem die Tourismusorganisation zu 75 Prozent abhängt, gehen bis zu einem Drittel ihrer Stellen verloren.

Auch viele andere Tourismusorganisationen sind stark von Tourismusabgaben oder direkten Einnahmen abhängig. Vielerorts haben die Gemeinden oder Kantone bei der Überbrückung der Krise mitgeholfen. Die Ausgangsbedingungen allerdings sind unterschiedlich: Valais/Wallis Promotion

Vierjahresprogramm festgelegt. Selbst auf Anträge für Kurzarbeit konnte die kantonale Tourismusorganisation bisher verzichten. Auch Graubünden Ferien brauchte dank kantonaler Unterstützung für keine der 30 Vollzeitstellen Kurzarbeit zu beantragen.

Nicht nur die Städte leiden unter weniger Einnahmen

Ganz anders die Lage in den Deutschschweizer Städten: Zürich Tourismus ist zu rund 55 Prozent von der City Tax der Hotels und zu 25 Prozent von kommerziellen Umsätzen abhängig. Beides sei durch die Corona-Krise mehrheitlich weggebrochen, so Mediensprecher Ueli Heer. Von den 70 Angestellten habe bis jetzt zwar niemand entlassen werden müssen, «jedoch wurden durch die natürliche Fluktuation einige Stellen abgebaut». Die Frage nach zukünftigen Stellenkürzungen könne man nicht beantworten.

Bei Luzern Tourismus erwartet man laut Mediensprecherin Sibylle Gerardi Budgetkürzungen von 16 auf circa 11 Millionen Franken. Abgebaut worden sei bis anhin keine der 45 Vollzeitstellen. Einige vakante Stellen würden jedoch nicht neu besetzt.

Einen Umsatzeinbruch um gar fast die Hälfte erwartet Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus. Eigentlich hätten 2020 zwei weitere

Arbeitsplätze geschaffen werden sollen, stattdessen wurde von den 50 Mitarbeitenden eine Person entlassen, vier Abgänge nicht neu besetzt. Zu möglichen weiteren Entlassungen will sich Egloff nicht äussern.

Doch nicht nur die Städte sind betroffen. Bereits vier Entlassungen «aufgrund der finanziell schwierigen Situation» bestätigt

«Durch die natürliche Fluktuation wurden bei Zürich Tourismus einige Stellen abgebaut.»

Ueli Heer
Zürich Tourismus

Arbeitnehmenden steigt



mehr Tourismusorganisationen zum Thema.

Alamy/Montage htr

Simona Altwegg von Zermatt Tourismus. Die Entlassungen betreffen verschiedene Abteilungen und Personen «mitten im Arbeitsleben». Aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes könne man nicht weiter ins Detail gehen.

Dass sich die Tourismusorganisationen bedeckt halten, ist nachvollziehbar. Wie viele Arbeitsplätze bereits verloren gingen und wie viele weitere gefährdet sind, ist deshalb schwer abzuschätzen. Zudem gibt es keine genauen Zahlen darüber, wie viele Menschen schweizweit überhaupt bei Tourismusorganisationen arbeiten. Das Bundesamt für Statistik erfasst die Arbeitsplätze bei Tourismusorganisationen nicht in einer einzelnen Kategorie und kann deshalb keine genaue Auskunft geben. Die Schätzungen von Branchenexperten liegen entsprechend weit auseinander: «Ich würde mal schätzen, dass es

gegen 10000 Arbeitsplätze sind», so Tiziano Pelli, Geschäftsführer beim Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM). Darin eingeschlossen seien allerdings Arbeitskräfte etwa für den Unterhalt von Wanderwegen, den Betrieb von Kongresszentren, Eishallen oder Hallenbädern, was die Anzahl nach oben schraube.

«Fehlende Einnahmen führen früher oder später zu einem Personalabbau.»

Tiziano Pelli
VSTM

Eine zurückhaltendere Schätzung macht der Walliser Tourismusprofessor Roland Schegg: «In der Schweiz wird mit etwas über 400 Tourismusorganisationen gerechnet.» Er schätzt die Anzahl der Stellen schweizweit auf 3200 bis 3500. Zahlen, die auch Bandi Tanner für realistisch hält.

Für Tiziano Pelli sind weitere Stellenkürzungen indes nur eine Frage der Zeit. «Findet kein Tourismus statt, bleiben auch bei vielen die Einnahmen weg. Was früher oder später zu einem Personalabbau führt.»

Das Wichtigste aus der Branche



Gian Giovanoli

Saisoneröffnung Diavolezza öffnet dank Snowfarming bereits erste Pisten

Das Skigebiet Diavolezza im Oberengadin öffnete dieses Jahr bereits am 17. Oktober seine Pisten und sei somit das erste Schweizer Nicht-Gletscher-Skigebiet, das in den Winter starte, schreibt die Diavolezza Galalb AG in einer Mitteilung. Möglich sei dies dank dem Firn, also dem letzte Saison konservierten Schnee. Im Frühling war dieser im Skigebiet Diavolezza mit Geotextil-Vlies abgedeckt worden, um das Schmelzen während des Sommers zu verhindern. Dieses sogenannte Snowfarming habe nicht nur den Vorteil, dass die Wintersaison früher gestartet werden könne, auch der Energie- und Wasserverbrauch sei um ein Drittel geringer als bei der herkömmlichen Schneeproduktion. og

Lockdown-Versicherung Gstaad bewirbt Wintersaison mit Rückgabegarantie

Die Vorsichtsmassnahmen zum Schutz der Bevölkerung in Zusammenhang mit der Pandemie beschäftigen die Menschen auch bei der Planung ihres Winteraufenthalts in den Schweizer Bergen. Um ihren Gästen mehr Planungssicherheit zu verschaffen, initiierte die Gstaad-Marketing-Organisation zusammen mit allen Bergbahnen, Skischulen und einer Mehrheit der Hotels in der Region eine einheitliche Lösung. Die Destination Gstaad bietet zusammen mit Bergbahnen, Skischulen sowie mehreren Hotels eine Rückgabegarantie im Falle eines weiteren behördlichen Coronavirus-Lockdown. og

Event VSTM-Seminar 2020 wird um ein Jahr verschoben

Vom 4. bis 7. November hätte im Vienna House Zur Bleiche in Schaffhausen das diesjährige Management- & Vorstandseminar des Verbands Schweizer Tourismusmanager (VSTM) stattfinden sollen, nun wurde der Branchen-Event auf nächstes Jahr verschoben. Die Veranstaltung soll nun nächstes Jahr vom 3. bis zum 6. November 2021 mit dem gleichen Schwerpunktthema und möglichst identischem Programm stattfinden. Schwerpunktthemen sind der Kulturtourismus sowie die Destinationsentwicklung. Moderiert werden die Seminare von Jürg Schmid. Die Infos und das aktualisierte Programm will der Verband zu gegebenem Zeitpunkt auf der Website www.vstm.ch aufschalten. og



alle News auf htr.ch

ANZEIGE



Nachgefragt

«Gerade den Gutqualifizierten wird es irgendwann zu viel.»

Monika Bandi Tanner

Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) der Universität Bern

Wie ist die Stimmung unter den Mitarbeitenden der Tourismusorganisationen?

Ich stehe mit zahlreichen Tourismusbetrieben in Kontakt. In vielen städtischen Destinationen befinden sich die Mitarbeitenden schon bis zu neun Monaten in Kurzarbeit. Für viele ist das zermürbend. Die Menschen sehen, wie schlecht es der Tourismuswirtschaft geht, und das löst existenzielle Ängste in ihnen aus.

Erste Kündigungen wurden manchenorts bereits ausgesprochen...

Das Verrückte ist: Gerade Gutqualifizierten mit Alternativen wird diese Situation irgendwann zu viel. Sie beginnen von sich aus, sich umzuorientieren, und belegen beispielsweise Weiterbildungskurse - unser CAS Tourismus und Digitalisierung ist aktuell komplett ausgebucht. Wenn früher oder später die guten und erfahrenen Leute fehlen, wird das zu einer zusätzlichen Herausforderung für eine Tourismusorganisation.

Die Corona-Krise führt also zu einem Braindrain vom Tourismus hin zu anderen Branchen?

Ich denke, das ist so. Ich weiss von einem Betrieb, wo etliche Kaderleute sich umorientiert haben, weil sie einfach nichts mehr zu tun hatten. Die Leute hatten genug davon, monatelang untätig zu Hause herumsitzen. Bei den DMOs dürfte die Situation allerdings weniger schlimm sein, da sie zumindest zum Teil von der öffentlichen Hand finanziert werden und es für sie auch in der Krise einiges zu tun gibt.

Die DMOs werden jedoch unterschiedlich stark mit staatlichen Geldern unterstützt.

Ja. In der Stadt Bern etwa ist der Anteil der staatlichen Mittel überschaubar. Da die Einnahmen aus den Gästeabgaben stark zurückgegangen sind, fehlen entsprechende Mittel. Die kantonale Tourismuspolitik ist in Bern zudem nicht so forciert wie in den klassischen Tourismus-

kantonen Graubünden und Wallis, in denen der Tourismus eine kantonale Leitindustrie ist und wo der Kanton stärker in den Tourismus investiert. Die durchschnittliche Bedeutung des Tourismus über den gesamten Kanton ist in Bern geringer als im Wallis oder in Graubünden.

Was raten Sie den Tourismusorganisationen in der aktuellen Situation?

Das kommt ganz darauf an. Für jene, die momentan mehr Gäste verzeichnen, ergeben sich viele neue, spannende Herausforderungen: Touristenströme im Einklang mit Hygienevorschriften und Abstandsregeln lenken, sich stärker auf näher gelegene Zielmärkte fokussieren oder sich mit der bevorstehenden Wintersaison auseinandersetzen. In anderen Destinationen stellt sich jetzt hingegen die Frage, ob sie die schwierigen Zeiten aussitzen können oder ob es ihnen ebenfalls gelingen könnte, die eigene Rolle zu überdenken und neue Märkte zu erschliessen. Es gibt kein Patentrezept. pt

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

zhaw Life Sciences und Facility Management

Immobilien & Facility Management

Starten Sie jetzt eine Weiterbildung und wählen Sie aus über 15 Angeboten.

Immobilienökonomie

Nachhaltiges Bauen

Life Cycle Management

Workplace Management

FM in Healthcare

zhaw.ch/ifm/weiterbildung

Zürcher Fachhochschule