



Lorenzo Pianezzi: «Kleine und wirtschaftlich schwache Hotels müssen schliessen. Dafür kommen moderne und grössere Hotels, teils sogar Hotelketten.»

Gerhard Lob

«Die Expo ist sehr wichtig»

Lorenzo Pianezzi ist neuer Präsident von hotellerieuisse Ticino. Der Hotelier ist überzeugt, dass das Tessin noch mehr Potenzial bei Deutschschweizer Gästen hat.

GERHARD LOB

Lorenzo Pianezzi, nach Jahren der Talfahrt scheint es in der Tessiner Hotellerie wieder aufwärtszugehen. Wie schätzen Sie den aktuellen Zustand der Branche ein?
Ich bin recht optimistisch. Wir holen langsam auf, was wir in den letzten zehn Jahren verloren haben. Im Jahr 2013 konnten wir in der Tessiner Hotellerie einen Zuwachs von 4,6 Prozent an Logiernächten verzeichnen. Das ist erfreulich. Und wir hoffen, dass es in diese Richtung weitergeht.

Wie soll dies geschehen?
Wir müssen vor allem unsere wichtigste Kundschaft noch stärker anziehen, das heisst die Deutschschweizer.

Doch die Deutschschweizer machen schon 60 Prozent der Gäste aus. Ist das nicht ein Klumpenrisiko für die Tessiner Hotellerie?
Es ist mit Abstand unsere wichtigste Klientel. Aber ich

glaube gleichwohl, dass es noch zusätzliches Potenzial gibt. Unsere Auslastung liegt bekanntlich nicht bei 100 Prozent. Da gibt es noch Spielraum. Und mit dem neuen Gotthard-Basistunnel rücken wir näher an die Deutschschweiz. Das müssen wir nutzen.

Der neue Gotthard-Basistunnel könnte sich als zweischneidiges Schwert erweisen. Die Deutschschweizer kommen schneller ins Tessin, sie kommen aber auch schneller wieder nach Hause, könnten nach einem Tagesausflug noch am Abend zurückfahren. Das kann effektiv ein Risiko darstellen. Es liegt an uns, die Gäste aus der Deutschschweiz zu überzeugen, ein paar Nächte hier zu verbringen. Gleichzeitig ist es natürlich wichtig, neben der Deutschschweiz neue Märkte zu erschliessen, etwa China und die arabischen Länder. Gäste aus dem arabischen Raum sind schon jetzt im April in Lugano zu Gast. Früher haben wir diese Gäste um diese Jahreszeit nicht gesehen.

Zur Person Chef eines Luganeser Familienhotels

Lorenzo Pianezzi (33) wuchs im Malcantone nahe Lugano auf. Er erwarb 1999 ein Diplom als Hotelsekretär. Nach einigen Wanderjahren mit Stationen beim Seehotel Kastanienbaum in Luzern und Dolder Grand Hotel in Zürich schloss er mit einem Hoteliersdiplom an der Höheren Fachschule für Hotellerie und Tourismus in Bellinzona (SSAT) ab. Seit 2011 ist er Vizepräsident des Verkehrsvereins von Lugano, seit 2013 leitet er das Hotel Walter au Lac in Lugano, eines der ältesten Familienhotels im Südkanton. Am 9. April wurde Pianezzi von der Generalversammlung zum Präsidenten von hotellerieuisse Ticino gewählt und somit zum Nachfolger von Fernando Brunner, der seit 2005 als Präsident amtierte. gl

«Wir müssen unsere wichtigste Kundschaft, die Deutschschweizer, noch stärker anziehen.»

Lorenzo Pianezzi
neuer Präsident hotellerieuisse Ticino

bin ich der Meinung, dass mehr Events organisiert werden müssen.

Trotz der positiven Entwicklung bei den Logiernächten geht das Hotelsterben im Tessin weiter. Vor allem Kleinbetriebe haben kaum finanzielle und personelle Ressourcen, um ihre Häuser zu erneuern. Bereitet Ihnen diese Situation Sorgen?

Diese Tendenz lässt sich nicht wegdiskutieren. Es handelt sich um eine natürliche Auslese. Kleine und wirtschaftlich schwache Hotels ohne Innovationskraft müssen schliessen. Dafür kommen moderne und grössere Hotels, teils sogar Hotelketten. Die Gesamtbettenzahl ist dadurch wieder gestiegen. Das ist gut.

Im Moment spricht man viel über die Weltausstellung in Mailand. Der Enthusiasmus für die Expo 2015 scheint aber nicht mehr so gross wie auch schon?

Ich halte die Expo 2015 für sehr wichtig. Sie gibt uns einerseits eine wertvolle Plattform, um uns in einem exklusiven Schaufenster der ganzen Welt zu präsentieren. Ausserdem können wir hoffentlich viele Personen davon überzeugen, im Tessin zu logieren, wenn sie die Expo besuchen wollen. Wir sind ja wirklich sehr nahe.

Doch mit dem Expo-Kredit über 3,5 Millionen Franken harzt es im Grossen Rat, das Expo-TrenHotel in Chiasso dürfte wohl durch ein Referendum gebodigt werden. Da spiegelt sich grosse Skepsis.

3,5 Millionen Franken sind natürlich ein grosser Betrag. Trotzdem sollte man das Potenzial dieser Weltausstellung nicht unterschätzen. Themen wie Tourismus, Gesundheit und Wissenschaft spielen dort eine grosse Rolle; und das ist ein Sektor, der für unseren Kanton wichtig ist. Es gibt also gute Anknüpfungspunkte. Das Projekt TrenHotel hat Probleme auf lokaler politischer Ebene. Ich fände es in jedem Fall gut im Sinne der Promotion der Expo.

Dieses Jahr wird der Grosse Rat das neue kantonale Tourismusgesetz verabschieden, das dann Anfang 2015 in Kraft treten kann. Wie wichtig ist diese Totalrevision für die Hotellerie?
Sie ist sehr wichtig. Denn das Gesetz erlaubt eine neue Strategie in der Promotion unserer Produkte. Die vier Tessiner Destinationen können sich selbst organisieren und über die neue Agentur für Tourismus ATT vernetzen. Locarno will etwa auf Wellness-Tourismus setzen, Lugano auf Kongresstourismus. Die ATT wird jeweils unterstützend wirken. Die heutige Situation, in der Ticino Turismo globales Marketing für das ganze Tessin macht, hat sich nicht als ideal erwiesen.

Die Dachmarke «Ticino» kann so aber nicht überleben. Ist das ein Risiko?
Das glaube ich nicht. Ich denke, es ist besser, wenn man von Marktsegmenten spricht. Locarno und Ascona stehen für Familienurlaub, Lugano für Kongresstourismus und Business. Das bedeutet nicht, dass Lugano nicht auch etwas für Familien macht. Doch im Marketing brauchen wir Schwerpunkte gemäss Regionen.

Die Hoteliers haben sich häufig beklagt, in touristischen Gremien nicht genügend vertreten zu sein. Wird sich das bessern?
Auf alle Fälle. Das neue Gesetz hilft, dass die touristischen Gremien entpolitisiert werden und mehr Fachleute das Sagen haben. Die Hoteliers stehen unter den Profis an erster Stelle. Denn wir arbeiten in ständigem Kontakt mit den Gästen. Die Politik bleibt vertreten, wird aber im Verwaltungsrat nicht mehr dominieren.

Haben Sie sich für die Präsidentschaft Ziele gesetzt?
Ich will unbedingt die Kooperationen mit touristischen Institutionen, aber auch mit den Gemeinden fördern. Der Austausch muss intensiver werden, auch mit unseren Partnern im Detailhandel und der Gastronomie. Zudem werde ich mich für den Bau einer zweiten Gotthardröhre einsetzen. Diese ist für den ganzen Kanton Tessin, den Tourismus und die Hotellerie enorm wichtig.

Standpunkt

Erfreuliche Zahlen... und was ist mit der Nachhaltigkeit?



MONIKA BANDI *

Die Beherbergungszahlen der Schweizer Hotellerie zeigen für 2013 mit einem Jahresplus von 2,5 Prozenten gegenüber dem Vorjahr eine positive Tendenz. Die Wende ist mindestens vorübergehend geschafft und die Erleichterung in der Branche gross. Mit einem Plus von 9,9% trugen die asiatischen Gäste zu diesem Wachstum bei – wenn auch erst auf bescheidenem Niveau. Sie sind die Treiber des aktuellen Aufschwungs. Der Schweizer Tourismus scheint

«Der Einbezug der gesellschaftlichen und ökologischen Komponente ist gefragt.»

wieder auf Wachstumskurs. Doch wie nachhaltig ist dieses Wachstum? Ein Vergleich verschiedener Gästegruppen bezüglich ihrer Transportenergie-Bilanz zeigt, dass es grosse Unterschiede gibt. Ein asiatischer Gast verbraucht durch die lange Anreise und sein mobiles Verhalten rund sechs bis sieben Mal mehr Ressourcen pro Nacht als ein Gast aus Holland, der zu zweit mit dem eigenen Auto anreist. Wie gross darf deshalb unsere Erleichterung über den Aufschwung sein, wenn wir diesen in den Kontext der von allen Tourismuspartnern unterzeichneten Umsetzung der Nachhaltigkeits-Charta stellen? Es erscheint trügerisch, touristische Geschäftsmodelle zukünftig einseitig auf die Dimension Ökonomie mit Wachstum auszurichten. Der gleichzeitige Einbezug der ökologischen und gesellschaftlichen Komponente ist gefragt. Nur so kann langfristig eine sichere Grundlage für unsere Nachkommen erhalten werden.

* Monika Bandi ist Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Uni Bern.

Aufgefallen

Über den Wolken muss der «Eiertütsch» wohl schöner sein



Die Flugesellschaft Swiss lädt ihre Passagiere während Ostern zum traditionellen Eiertütsch ein. An Bord von Passagierflugzeugen hat sich schon manche gute Bekanntschaft oder herzerwärmende Liaison angebandelt. Swiss leistet dem persönlichen Kennenlernen auf 10000 Metern Höhe zusätzlich Vorschub, indem sie während der Ostertage auf Europaflügen den Gästen in der Business Class bunte Ostereier anbietet. Den Passagieren bleibt es dann überlassen, ihre Sitznachbarn zum Eiertütsch einzuladen. Bleibt zu hoffen, dass das Security-Personal nicht überreagiert, wenn Passagiere während des Flugs mit farbigen Eiern bewaffnet aufeinander losgehen. ste