

Wie Stadthotels überleben wollen

Neuausrichtung

Neue Ansätze sind gefragt: Stadthotels suchen Ideen, wie sie 2021 bestehen können.

Kommenden Montag treffen sich die Basler Hoteliers auf Einladung des Basler Hotelier-Vereins zu einer Brainstorming-Sitzung, und Schweiz Tourismus lanciert ein breites Angebot für den Städtetourismus und die Stadthotellerie: Hoteliers und Organisationen suchen aktuell intensiv nach Möglichkeiten, wie die krisengebeutelten Stadthotels in den nächsten Jahren bestehen können. «Für den Zeitraum bis 2022 müssen neue Konzepte her, um die Häuser zu halten», so Marcel Wohlgemuth, CEO der Welcome-Hotels mit Hotels in Zürich, Basel und

Bern. Hotelzimmer sollen nicht nur mehr der Übernachtung, sondern dem Co-Working, dem Co-Living oder als Ausstellungsräume dienen. So lässt man sich im Dorint Airport-Hotel Zürich für die Umnutzung von Zimmern zu Büros aktuell von einem Innenarchitekten beraten. Umsätze erhoffen sich viele Hoteliers zudem mit Leisure-Gästen. Eine Option, solange die Konsumstimmung anhält. Mehr als 30 bis 35 Prozent Belegung liegen für viele Stadthotels aber selbst mit den neuen Ideen im kommenden Jahr nicht drin. gsg
 Seite 3

Zu einheitlichen Regeln im Skibetrieb heisst es im In- und Ausland «ja, aber»

Skigebiete. Das grosse Rätselraten über die bevorstehende Wintersaison hat begonnen. Wie kann ein Corona-konformer Skibetrieb gewährleistet werden? Die Frage treibt auch unsere Regierung um. «Skigebiete können Treiber der Infektion sein», warnte Gesundheitsminister Alain Berset bereits Mitte August, als es noch warm war. Um den Skigebietsbetreibern mehr Planungssicherheit zu geben, wolle man mit den Nachbarlän-

dern über einheitliche Hygiene- und Distanzmassnahmen im gesamten Alpenraum beraten. Neue Corona-Hotspots und Grenzschiessungen sollen so genauso vermieden werden wie Wettbewerbsverzerrungen. Für offene Grenzen und gegen einen europäischen Regelflickenteppich sprachen sich auch die Schweizer Branchenvertreter beim dritten Tourismuspipfeltreffen mit Bundesräten am Montag aus. Gleichzeitig pochen

die eidgenössischen Seilbahnen jedoch auf Lösungen, die ihrer jeweiligen Situation Rechnung tragen. Nachgefragt in den Nachbarländern, zeigt sich ein ganz ähnliches Bild: Einheitliche Regeln sähe man eigentlich gerne, aber reinreden lassen will man sich trotzdem nicht. Tatsachen schaffen unterdessen die Österreicher. Ein zweites «Ischgl» wollen sie um jeden Preis verhindern. liz/pt
 Seite 14 und 15

Cécile Fontannaz, une nouvelle vie de cheffe

Gastronomie. Le restaurant Les Trois Couronnes, à Vevey, confie la brigade de son palace à Cécile Fontannaz. Un jeune espoir de la gastronomie romande. Elle a notamment remporté le Grand Prix Joseph Favre en 2018 et fut trois fois commise dans les grandes victoires du chef de Crissier Franck Giovannini.



Cécile Fontannaz se retrouve à la tête d'une brigade. ldd

Page 10

Alpine Kulinarik soll Destination Schweiz stärken

Regionalität. Das ehemalige Kapuzinerkloster in Stans ist zum Kompetenzzentrum für Kulinarik des Alpenraums geworden. Das Culinarium Alpinum ist Restaurant, Herberge und Bildungsstätte in einem. Das Zentrum soll dazu beitragen, die alpine Regionalität zu stärken und die Schweiz kulinarisch zu positionieren. bbe
 Seite 9



Von A wie Alpen bis Z wie Zukunft

Das Projekt «Zukunfts.Dorf» ist nur eine von elf kreativen Antworten auf aktuelle Herausforderungen im Tourismus. Alle Ergebnisse des Milestone Innovation Festival im Überblick. pt
 Seite 16 und 17



Das Gespräch

Raphael Krucker, CEO von Andermatt Swiss Alps, über das Erfolgsrezept seiner Ganzjahresdestination.

Seite 13

Zahlungsverkehr

Bargeldlos bezahlen ist ein Trend, der durch Corona noch verstärkt wurde. Vieles spricht dafür.

Seite 5

Konjunktur

UBS-Chefökonom Daniel Kalt warnt: Ab 4 Prozent Arbeitslosigkeit könnte die Konsumstimmung kippen.

Seite 6

Projet Innotour

Le Val-de-Travers (NE) renforce son organisation en réseaux. A travers six thèmes et du digital.

Page 19

Inhalt

Meinung, Impressum	2
Hotellerie	3-7
Gastronomie	8-9
Gastronomie cahier français	10
Hôtellerie cahier français	11-12
Das Gespräch	13
Tourismus	14-17
Tourisme cahier français	19-20
Service	21-22
People	23
Events	24

ANZEIGE

HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme

«Ich bin Koch aus Leidenschaft und will Applaus für die Qualität meiner Speisen.»

Wir bieten Lösungen – www.hugentobler.ch

BAUR HOTEL & GASTRO
Wohnfaszination seit 1882

INDIVIDUELL
NACHHALTIG. NATÜRLICH.

WWW.BAUR-BWF.DE

— Mirus – und alles läuft wie am Schnürchen.

Personal- und Finanzlösungen für Hotellerie und Gastronomie

mirus
SOFTWARE mirus.ch

DIESER EINE MOMENT

FRANKE

MAKE IT WONDERFUL

coffee.franke.com

BADAG Gemöbel

Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

Destinationsentwicklung

«Das Paket Andermatt funktioniert»

Seit acht Monaten ist Raphael Krucker CEO der Andermatt Swiss Alps AG. Die guten Besucherzahlen in der Krise sieht er als weiteren Beleg dafür, dass sich das Bergdorf als Ganzjahresdestination etabliert hat.

PATRICK TIMMANN

Herr Krucker, das erste Halbjahr 2020 bescherte dem «The Chedi Andermatt» trotz zweimonatiger Schliessung mehr Übernachtungen und eine Rekordauslastung. Sogar das Businesshotel Radisson Blu Reussen weist trotz Krise relativ gute Zahlen aus. Und die Skiarena Andermatt-Sedrun empfing diesen Sommer 35 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr. Alles nur wegen Corona?

Das glaube ich nicht. Andermatt findet zunehmend Anerkennung als Ganzjahresdestination. Hierin liegt der Schlüssel zum Erfolg. Das «Chedi» durfte viele wiederkehrende Gäste begrüßen. Auch unsere Andermatt Alpine Apartments wurden während Corona sehr stark von den Eigentümern, aber auch von Mietern frequentiert. Das ist für mich der Beweis, dass das «Rundumpaket Andermatt» funktioniert und unser Produktmix stimmt.

Sie sprechen in diesem Zusammenhang immer wieder von «we build communities». Was genau meinen Sie damit?

Gemeinschaften aufzubauen, ist ein Teil unserer Vision als «Prime Alpine Destination». Das geht nur miteinander – mit den Gästen, Mitarbeitenden, aber auch den Einheimischen. Andermatt ist keine reine Feriendestination, sondern auch ein Dorf, in dem Menschen ihren Erstwohnsitz haben. Wir wollen zukünftig noch mehr Eigentümer-Events organisieren, wo sie sich gegenseitig kennenlernen können. Schon heute gibt es immer mehr Neueigentümer und Erstwohnungsbesitzer, die sich einbringen wollen, um die Destination gemeinsam weiterzuentwickeln. Das ist schön zu sehen.

Und die «Neuen» geniessen auch den Rückhalt der Alteingesessenen?

Absolut. Das ist das Einzige am Spirit von Andermatt. Das Miteinander, der Austausch mit der Gemeinde, den Einwohnern. Darauf hat Samih Sawiris von Projektbeginn an grossen Wert gelegt. Aber natürlich gibt es noch Verbesserungspotenzial, es ist ein Sich-Herantasten.

Hilfreich bei der Destinationsentwicklung ist sicherlich auch, dass Andermatt mehrheitlich in der Hand der Andermatt Swiss Alps (ASA) AG ist. Nur, wenn man es auch entsprechend lebt. Man braucht ein Verständnis davon, wie man Wertschöpfung integriert. Was ich damit sagen will:

Der Gast soll sich wohlfühlen. Dazu trägt beispielsweise die Abstimmung der Bergbahnöffnungszeiten mit denen der Restaurants bei. Oder genügend verfügbare Skilehrer, um das Gästeelebnis zu steigern.

Davon profitieren vor allem die Gäste. Was bieten Sie Ihren Mitarbeitenden?

Beim Community-Building unter den Mitarbeitenden sind wir erst am Anfang. Von rund 950 Angestellten arbeiten 60 Prozent ganzjährig für uns. Der Rest kommt vor allem in der Wintersaison zum Einsatz. Es ist unser Ziel, möglichst viele Mitarbeitende ganzjährig zu beschäftigen. Sie profitieren von Wellness- und Fitness-Angeboten in den Hotels oder von vergünstigten Skiabos. Im Rahmen eines neuen Projekts namens «Generation A» wollen wir weitere Angebote und Aktivitäten schaffen, um die Beziehungen zwischen den Mitarbeitenden und den Gästen zusätzlich zu stärken, sodass die Mitarbeiter bleiben und die Gäste

wiederkommen. All das trägt zum Gefühl von Zuhause und Sicherheit bei. Wir freuen uns übrigens über gute Ideen in dieser Richtung und werden diese auch finanziell unterstützen.

Bald soll der Entscheid über den Bau eines dritten Hotels fallen. Haben Sie ein Update für uns?

Wir werden diesen Monat über die nächsten grossen Bautätigkeiten entscheiden. Beim neuen Hotel eruieren wir zwei Varianten: ein Familienhotel oder ein auf ein jüngeres Publikum zugeschnittenes Sporthotel inklusive Co-Working-Spaces und Ferienwohnungen.

Haben Sie eine Präferenz?

Ich bin mir nicht sicher, ob die Destination bereit ist für ein Familienhotel. Die Frage ist, was in der jetzigen Corona-Situation besser passt. Als Bergdestination können wir eine attraktive Alternative zu den Städten sein. So gesehen wäre ein Sporthotel mit Co-Working-Möglichkeiten zunächst vielleicht die attraktivere Lösung.

Wie geht es beim Ausbau der Mehrfamilienhäuser voran?

Momentan sind 6 Gebäude im Bau. Nächstes Jahr werden wir die letzten beiden Häuser auf dem existierenden Podium über der Tiefgarage bauen. Danach steht der Ausbau des Podiums



Laut Raphael Krucker richten sich Andermatts neue Wohnungen keineswegs nur an Reiche.

Corinne Glanzmann

an, sodass anschliessend 15 weitere Mehrfamilienhäuser gebaut werden können.

Es heisst, 95 Prozent der bestehenden Wohnungen seien bereits verkauft...

Es gibt nur noch wenige verbleibende Wohnungen in den bestehenden Häusern. Auch die sogenannten Gotthard-Residenzen im Radisson Blu Hotel sind sehr beliebt. Es handelt sich dabei um Serviced Apartments, die man kaufen kann. Ein Trend, der von Corona noch verstärkt wurde.

Wer sind diese Leute, die sich eine Wohnung in Andermatt kaufen?

Das ist unterschiedlich. Gut 60 Prozent kommen aus der Schweiz. Aktuell spüren wir eine steigende Nachfrage aus Österreich. Die geografische Nähe sorgt für warme Betten, die Leute kommen nicht nur einmal im Jahr.

Diese Ferienwohnungen sind nicht gerade billig zu haben. Kommen wir nochmals auf «we build communities» zurück – wie fügen sich diese finanziell gut situierten Gäste in das «normale» Andermatt ein?

Wir haben durchaus vielfältige Produkte im Portfolio. Tatsächlich wurden bisher vor allem Ferienwohnungen im oberen Segment gebaut. Aber bereits jetzt haben wir ein Haus mit Studios ab

330 000 Franken. Das Haus hat 34 Einheiten, keine davon ist teurer als eine Million. Es kommen nicht nur Geschäftsmänner und -frauen nach Andermatt, sondern auch Pensionäre oder jüngere Paare und Familien um die 30. Wir haben verschiedene Veranstaltungsformate, die Einheimische, Gäste und Wohnungskäufer zusammenbringen. Wir laden die Bevölkerung regelmässig zum Update und zur Diskussion – auch mit Samih Sawiris – ein.

Wann kommt die angekündigte Übernahme der ASA-Aktienmehrheit durch die Orascom Development Holding (ODH), und was erhoffen Sie sich davon?

Von dem Zusammenschluss erwarten wir uns noch stärkere Synergien mit den anderen ODH-Destinationen sowie einen vertieften Erfahrungsaustausch. El Gouna und andere Destinationen erfinden sich immer wieder neu. Davon können wir lernen. Aber auch das Wissen aus Andermatt wird der ODH zugutekommen. Mit dem neuen CEO Omar El Hamamsy, der Anfang September bei der ODH begonnen hat, wird sich die Frage der Fusionierung sicher bald klären. Mit der Übernahme rechne ich frühestens 2021. Momentan gibt es andere Prioritäten...

«Kommunikation ist das Wichtigste, wenn man eine Destination erfolgreich aufbauen will.»

Ja, wie blicken Sie eigentlich auf die bevorstehende Wintersaison?

(zögert) Gemischt. Nein, positiv. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit oder ohne Covid als Destination sehr attraktiv sind. Wir sind absolut schneesicher und bieten deshalb nicht nur Ski alpin, sondern auch Langlauf an. Daneben werden wir Schneeschuh- und Schlittenhundangebote schaffen – Angebote, die von den Bergbahnen unabhängig sind und bei denen sich das Corona-Risiko minimieren lässt. Diese breitere Produktpalette ist unabhängig von Corona sinnvoll und bietet eine gewisse Absicherung auch gegen zukünftige Krisen.

Sie leben jetzt gut ein halbes Jahr in Andermatt. Fühlen Sie sich wohl, oder überkommt Sie allmählich das Fernweh?

Beides. Aufgrund von Covid kommt natürlich der persönliche Austausch zu kurz, das Reisen und Kennenlernen fremder Kulturen ist zurzeit nicht möglich – aber das hat nichts mit Andermatt zu tun. Ich fühle mich hier wohl, meine Familie auch, meine Kinder gehen hier zur Schule. Ich kann mit gutem Gewissen sagen, dass die Gemeinschaftsbildung das Richtige ist und funktioniert.

Zur Person

Von St. Gallen über drei Kontinente bis ins Urserental

Der St. Galler **Raphael Krucker** (41) ist seit Januar 2020 CEO der Andermatt Swiss Alps AG. Zuvor hatte er während 24 Jahren verschiedene Managementpositionen beim Schweizer Technologieunternehmen Bühler-Gruppe in der Schweiz, Asien, Afrika und Australien inne. Krucker lebt mit seiner Frau und den zwei Kindern in Andermatt.

Zum Unternehmen

Die **Andermatt Swiss Alps (SAS) AG** ist für Bau, Verkauf und Betrieb von insgesamt 42 Apartmenthäusern in Andermatt verantwortlich. Daneben betreibt das Unternehmen die Hotels The Chedi und Radisson Blu Reussen, die Skiarena Andermatt-Sedrun sowie verschiedene Sport-, Wellness-, Kultur- und Gastronomieeinrichtungen. Die SAS gehört zu 49 Prozent der Orascom Development Holding (ODH). Der Rest ist im Besitz von Orascom-Hauptaktionär Samih Sawiris.