

«Wir sind keine Prosecco-Destination»

Will der Bündner Tourismus weiter Erfolg haben, müssen gut verdienende Gäste angesprochen werden, die auf der Suche nach etwas Besonderem sind. Das sagt Hotelier-Präsident Ernst Wyrsh.

Mit Ernst Wyrsh sprach Dario Morandi

Herr Wyrsh, die Geschäfte über die Feiertage seien im Tourismus sehr gut gelaufen, hört man. Sehen Sie das als Präsident des Branchenverbandes Hotelleriesuisse Graubünden auch so? Ernst Wyrsh: Die Geschäfte sind sogar besser als im Vorjahr gelaufen. Deshalb ist die Stimmung in der Hotellerie und in der übrigen Tourismusbranche momentan positiv. Ob es über die Feiertage eine hohe Wertschöpfung gegeben hat, lässt sich noch nicht abschätzen. Denn es kann auch sein, dass die hohen Umsätze mit teurem Marketing oder gar mit Preisnachlässen erkauft werden mussten.

Das tönt nicht gerade optimistisch. Die Nachfrage im Tourismus hat sich im Vergleich zu den Vorjahren zwar klar verbessert. Offenbar haben sich die Gäste und die Anbieter an das Wechselkursproblem gewöhnt. Die Stimmung ist aber irgendwie angespannt. Ähnlich wie 2008, bevor die Immobilienblase platzte. Niemand weiss so recht, ob man dem Aufschwung trauen kann und wie es wirtschaftlich weitergeht. Deshalb würde ich eher von einer angespannten Zukunft sprechen.

«Wir haben kein Matterhorn»

Es ist doch immer dasselbe: Vor der Wintersaison malen die Protagonisten im Tourismus rabenschwarz, um dann festzustellen, dass der Wirtschaftsmotor mehr als nur ordentlich brummt. Dummerweise hat uns das Nachfrageproblem zu einem ungünstigen Zeitpunkt erreicht: Als sich die Bündner Hotellerie entschlossen hatte, etwa 1,5 Milliarden Franken in Neubauten, Erneuerungen und Ausbau der Hotellerie zu investieren. Da ist es doch nachvollziehbar, dass sich viele eher vorsichtig über die Wertschöpfung der Wintersaison äussern.

Lange Zeit sah es so aus, als würde niemand mehr in die Hotellerie investieren. Und nun fliessen das Geld plötzlich wieder reichlich. Wie kommts? Investiert wird nur, wenn man an die Zukunft glaubt. In jüngster Zeit hat es eben viele Hoteliers, Banker und Investoren gegeben, die Gelder bereitgestellt haben und damit zeigen, dass



Zahlungskräftige Klientel im Visier: Ernst Wyrsh, Präsident von Hotelleriesuisse Graubünden, glaubt nicht, dass die Strukturen und das Preisgefüge in Graubünden für den Massentourismus ausgelegt sind. Bild Marco Hartmann

sie an die touristischen Destinationen und die Hotellerie glauben. Dies ist zumindest für mich erstaunlich, weil es in Graubünden kein Matterhorn und keine Jungfraubahn gibt. Allerdings sind es keine Investitionen in Wettbewerbsvorteile gewesen. Das Geld wurde primär dafür eingesetzt, um gegenüber unseren Mitbewerbern endlich Terrain gut machen zu können.

Allein mit Investitionen in die Infrastrukturen ist es aber nicht getan.

Das ist richtig. Investiert werden muss ausserdem in die Nachhaltigkeit, besonders was Freundlichkeit und Dienstleistung angeht. Dazu gehört die Präsenz der Hoteliers an der Front, anstatt sich im Büro allein dem Papierkram zu widmen. Letzteres

kann nicht der Weg sein. Die höheren Preise können wir in der Schweiz nur dann rechtfertigen, wenn wir mit Nähe echtes und aufrichtiges Gastgeberum praktizieren können. Das ist unsere Chance, den Mitbewerbern mit tieferen Preisen die Stirn zu bieten.

Vieles geht aber auch im Tourismus nach wie vor allein über den Preis.

Die Schweiz wird weiterhin ein Hochpreisland bleiben, wir können nicht einfach die Löhne kürzen. Aber es gibt überall auf der Welt Menschen, die gut verdienen und die nach Möglichkeiten Ausschau halten, um die Freizeit in einem tollen und gästefreundlichen Umfeld verbringen zu können. Genau in dieser Liga müssen wir mit einer hervorragenden Hotellerie und einem hochkarätigen touristischen Angebot aufwarten können.

Das können wir. Die Hotellerie hat das am Davoser World Economic Forum erneut unter Beweis gestellt.

Dann soll also ganz Graubünden und nicht nur St. Moritz eine Champagner-Klima-Glocke übergestülpt werden.

Die ganze Schweiz sollte ein Champagner-Klima haben. Denn wir können und wollen keine Prosecco-Destination sein, zumal die Schweiz weit mehr als andere zu bieten hat. Und zwar in jeglicher Hinsicht.

Der Kanton will über 20 Millionen Franken in die Tourismusindustrie investieren. Und da freut man sich sicher über die staatlichen Krücken.

Grundsätzlich unterstützen wir zwar eine Verbesserung der allgemeinen

Rahmenbedingungen. Eines sei hier aber klargestellt: Die Hotellerie will sich nicht in Abhängigkeiten begeben und deshalb lehnt sie direkte Subventionen ab. Uns muss man anders helfen: indem etwa hotelspezifische Bedürfnisse in die Gesetzgebung für die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative einfließen. Das ist entscheidend für das Überleben der Hotellerie.

Es gibt aber nicht nur mehr Geld vom Staat, eingesetzt wird ausserdem ein Tourismusrat, den viele in der Branche für einen netten Debattierclub halten.

Der Tourismusrat kann als Chance betrachtet werden, die Zukunft des Fremdenverkehrs neu zu gestalten. Denn fast alle Experten leben nicht in Graubünden und können so den Kanton von aussen her wahrnehmen. Die entscheidende Frage wird sein, ob das Gremium nach den Wahlen mit dem neuen Mitglied in der Bündner Regierung harmonisiert.

«Uns muss man anders helfen»

Nach wie vor ungelöst ist das Strukturproblem im Zusammenhang mit der touristischen Vermarktung des Kantons.

Da marschieren grosse Destinationen wie Davos-Klosters oder Engadin-St. Moritz lieber alleine als mit Graubünden Ferien zusammenzuspannen.

Es ist nicht zielführend, wenn die Grossen eigene Wege beschreiben, während die mittleren und kleinen Destinationen allein auf die Marketingorganisation Graubünden Ferien angewiesen sind. Es gibt zwar plausible Gründe, bei der Vermarktung alleine zu marschieren. Dabei sollten die Grossen aber die gesamtkantonale Sicht nicht aus den Augen verlieren.

Im Ausland kennt man nur die grossen Marken wie Davos und St. Moritz.

Das ist ein Dilemma, in dem wir stecken. Graubünden hat am meisten Hotels und Betten, die gerade wegen dieser Konstellation schwieriger zu verkaufen sind, als jene im Wallis oder im Tirol, wo es bloss eine einzige Dachmarke zu bewirtschaften gilt.

Dann wäre es doch höchste Zeit, die unzureichenden Vermarktungsstrukturen der Gegenwart anzupassen.

Man müsste Graubünden Ferien (GRF) mit mehr Autonomie ausstatten und die Vermarktung des Kantons besser koordinieren als bisher. Denn es wirkt gegen aussen lächerlich, wenn nicht alle Bündner Destinationen in derselben Spur fahren. Oder anders gesagt: Die Grossen müssen sich dem Tempo von GRF anpassen – dies würde auch das Tempo von GRF erhöhen – und vor allem Solidarität mit den kleinen Gebieten üben.

Vorsichtig optimistischer Blick in die Zukunft

Bad Ragaz. – Die Bündner Hoteliers schauen wieder etwas optimistischer in die Zukunft als auch schon. Das zeigte die Delegiertenversammlung von Hotelleriesuisse Graubünden gestern im Grand Resort Bad Ragaz. So konnte die Bündner Hotellerie sowohl im Winter 2012/13 als auch im Sommer 2013 leicht positive Logiernächtezahlen ausweisen, wie es im Jahresbericht heisst. Man dürfe dabei aber nicht vergessen, dass sich

Graubünden auf einem sehr tiefen Niveau bewege.

Nachdem das Tourismusjahr 2013 nach schwierigen Jahren die Trendwende brachte, rechnet die Branche auch für das laufende und das kommende Jahr mit weiter steigenden Logiernächtezahlen. Vor allem aus dem Ausland dürften wieder mehr Gäste den Weg in die Schweiz finden, wie das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) prognostiziert.

In seiner Präsidialansprache forderte Ernst Wyrsh einen neuen Typ von Hotelier, damit die Bündner Hotels erfolgreich sein könnten. Was diesen neuen Hotelertyp ausmache, sei sein Jobverständnis, so Wyrsh weiter. Er werde weniger Hotelmanager sein müssen, sondern wirklicher Gastgeber. Denn der tägliche Kontakt mit jedem einzelnen Gast im Haus sei der Kern der Arbeit eines erfolgreichen Hoteliers. (rem)

INSERAT



53%
RABATT

**Aktueller Deal:
Natura Massivholztisch
180 x 90 cm, nur CHF 398.-
anstatt CHF 849.-**

Gutschein kaufen auf deal.suedostschweiz.ch oder bei Südostschweiz Publicitas AG Chur und einlösen bei Möbelshop24 GmbH in Chur.

Dieses Inserat gilt nicht als Gutschein

DEAL.SÜDOSTSCHWEIZ.CH
mein Regionalportal.