



Die Stadthotellerie im oberen Segment (im Bild das Hotel Schweizerhof in Zürich) leidet am meisten unter dem schwächeren MICE-Geschäft. Urs Homberger/zvg

MICE unter Druck

Geht es der Weltwirtschaft schlecht, wirkt sich dies direkt auf das MICE-Geschäft aus. Für 2009 rechnet die Branche mit Umsatzeinbussen.

DANIEL STAMPFLI

Seit längerer Zeit geplante Grossveranstaltungen finden statt und werden nicht annulliert», stellt Jonas Scharf von den Swiss Con-

vention Centres, einem Zusammenschluss von neun Schweizer Kongresszentren, fest. Absagen aufgrund der Wirtschaftskrise oder wegen fehlendem Herzblut gebe es allerdings auch. Ob per Saldo im 2009 gegenüber dem Vorjahr weniger Veranstaltungen stattfinden werden, lasse sich zum heutigen Zeitpunkt nicht sagen. Möglich sei jedoch, dass Messen und Kongresse im laufenden Jahr weniger Besucher registrieren werden.

«Annullierungen gab es bisher besonders bei Meetings von Firmen, weniger bei Kongressen von Verbänden», konstatiert Barbra Albrecht, Leiterin des Switzerland Convention & Incentive Bureaus

(SCIB) bei Schweiz Tourismus. Am ehesten seien davon Incentive-Programme aus dem Banken- und Versicherungssektor tangiert.

Städtische Fünfsternehotels leiden am meisten

«Am stärksten vom Nachfragerückgang betroffen sind Fünfsternehotels in den Städten, welche sich stark auf individuelle Geschäftsreisende von Banken und Versicherungen spezialisiert haben», so Barbra Albrecht. In den letzten drei Monaten habe besonders Zürich einen Logiernächterückgang registriert, das traditionell einen hohen Anteil an individuellen Geschäftsreisenden hat.

Diese Entwicklung bestätigt etwa Katja Donadonibus, Leiterin Verkauf und Marketing im Hotel Schweizerhof in Zürich: «Seit November 2008 sind die Übernachtungen von Business- und Leisured Gästen zurückgegangen.» Zum Ausmass des Einbruchs war nichts in Erfahrung zu bringen. Das Seminargeschäft laufe zurzeit noch sehr gut, allerdings weniger gut als im Vorjahr. «Vereinzelt gab es auch Annullierungen», so Katja Donadonibus. Dies dürfe den Sparmassnahmen von Firmenkunden zuzuschreiben sein.

Bei den Swiss Deluxe Hotels geht man davon aus, dass das MICE-Geschäft geringer ausfallen wird als

im Vorjahr. «Am stärksten einbrechen dürfte der US-amerikanische Incentive-Markt», so Geschäftsführer Fiorenzo Fässler. Einzelne Veranstaltungen seien abgesagt worden, der Grossteil finde aber statt, dafür in abgespekterter Version, «das heisst mit weniger Leuten oder mit weniger Dienstleistungen». Um zu konkreten Zahlen zu gelangen, will die Organisation in nächster Zeit bei ihren Mitgliedern eine Umfrage durchführen.

«Das MICE-Geschäft ist allgemein schlecht und wird im laufenden Jahr schwierig sein», dies auch die Einschätzung von Jean-Jacques Gauer, Präsident von Leading Hotels of the World und Generaldirektor des Lausanne Palace. «Wir hatten bereits viele Annullierungen, und man merkt eindeutig, dass der Wind gedreht hat», so Gauer. Das Lausanne Palace erwartet für dieses Jahr im MICE-Bereich eine Umsatzeinbusse von 10 bis 15 Prozent.

Absagen, verkleinern oder günstigere Alternativen suchen

Noch höher dürfte die Einbusse für das Grand Hotel Kempinski Geneva sein. Direktor Michael Henssler rechnet mit einem Minus von 30 bis 35 Prozent. «Kleine Meetings finden noch statt; grosse MICE-Geschäfte wenn sie überhaupt noch stattfinden, in deutlich kleinerem Rahmen gegenüber früher», stellt Henssler fest. «Wir haben bereits viele Annullierungen erhalten. Die Veranstalter sagen ab, verkleinern oder wandern in neue, günstigere Destinationen ab», so Henssler.

Davon könnte Best Western profitieren. Laut Peter S. Michel, CEO von Best Western Swiss Hotels, sei dies denkbar, aber kaum belegbar. Im Grossen und Ganzen mit sehr wenigen Ausnahmen hätten die Best-Western-Betriebe kaum Rückgänge. Festgestellt habe man jedoch, dass sich die Aufenthaltsdauer von Seminargästen eher verkürzt habe. Auch werde immer kurzfristiger gebucht. Dies stellt auch SCIB-Leiterin Barbra Albrecht fest: «Wir denken, dass die Kurzfristigkeit bei der Planung von Firmen-Meetings noch stark zunehmen wird.»

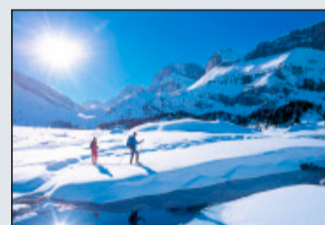
Aus der Region

Berner Oberland

Hasliberg: Hotelanlage auf Bidmi geplant

Die Gemeinde Hasliberg sieht mit der Ortsplanungsrevision die Schaffung verschiedener Tourismus-zonen im Skigebiet vor. Eine Eigentümergemeinschaft plant auf Bidmi, nach den planerischen Absichten der Gemeinde, eine Hotelüberbauung mit Wellness-Anlage und ein Dienstleistungsgebäude mit bewirtschafteten Ferienwohnungen. Die Initianten stellten ihr Projekt dem Gemeinderat, der Ortsplanungskommission, den Vertretern der Bäuerergemeinde und Bergbahnen vor. Wann und ob das Projekt realisiert werden kann, ist noch offen. br

Destination Lötschberg ohne das Wallis



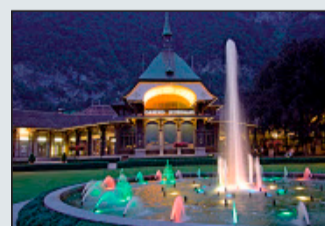
Swiss-Image

2010 steigt das Lötschental aus der Destination Lötschberg aus. Unter anderem, weil sich die Marketingphilosophie des Berner Oberlands und des Wallis grundsätzlich unterschieden, schreibt der «Berner Oberländer». Die neue Destination Lötschberg mit Kandersteg, Kandergrund-Blausee, Kiental-Reichenbach und der BLS müssen sich nun überlegen, wie sie sich positionieren wollen. Die Marketingaktivitäten sollen ab 2010 unter der Marke Berner Oberland verstärkt werden. ck

Logiernächte in Interlaken zeigen kaum Zuwachs

Das Tourismusjahr 2008 der Gemeinden Interlaken, Matten und Unterseen schliesst mit einem minimalen Zuwachs an Hotellogiernächten ab: Gegenüber dem Vorjahr sind dies 0,11 Prozent. Mit 784'949 Logiernächten konnte das letztjährige Volumen an Hotelübernachtungen ziemlich genau gehalten werden. Überdurchschnittlich stark verliefen die Monate Januar, Februar und März, die Steigerungen bis zu 20 Prozent aufwiesen. Ende September lag der kumulierte Zuwachs bei rund 3 Prozent, ab Oktober schlug die Finanzkrise stark zu Buche. br

Kongress- und Event-Destination blickt auf 2009



ZVG

Die Interlaken Congress & Event AG (IC&E) feiert ihr 10-jähriges Jubiläum. Bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise mussten für dieses Jahr Annullierungen verzeichnet werden. Bestätigt worden sind bis dato 43 Kongresse und Events, die mit etwa 8200 Teilnehmenden rund 12'800 Logiernächte generieren werden. Seit Januar arbeitet IC&E mit der Event- und Meeting-Management-Software Event-Booker, die das Buchungswesen stark erleichtert. br

15 Mio. für Schweiz Tourismus?

Der Bund arbeitet zurzeit das 2. Massnahmenpaket zur Stabilisierung der Schweizer Wirtschaft aus. Auch der Tourismus soll Unterstützung erhalten.

THERES LAGLER

Der Bundesrat hat an seiner gestrigen Sitzung das zweite Stabilisierungsprogramm für die Schweizer Wirtschaft thematisiert. Bis zum Redaktionsschluss der htr hotelrevue war aber noch offen, ob er es bereits verabschiedet oder erst in den kommenden Wochen präsen-

tieren wird. Der Entscheid wird sofort auf www.htr.ch aufgeschaltet. Klar ist aber schon jetzt, dass das Konjunkturpaket im März vom Parlament beraten werden soll und dass CVP-Präsident Christophe Darbellay in zwei Vorstössen verlangt, dass der Bundesrat der Tourismusbranche zusätzliche Finanzmittel zur Bewältigung der Krise zur Verfügung stellt. Darbellay spricht von 10 bis 15 Millionen Franken, die gezielt in eine Werbeoffensive fliessen sollen.

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST), gibt sich dazu noch bedeckt, hält aber fest: «Es ist unsere Pflicht aufzuzeigen, was wir tun könnten, um

der Krise zu begegnen. Denn die Krise kommt, wuchtiger als viele meinen.» Die bereits angekündigten Kampagnen fürs Frühlingsski-fahren und die grossen Städte will Schmid aus dem ordentlichen Budget bezahlen. Die anderen Pläne behält er noch für sich. Unbestritten ist für den ST-Direktor, dass gezieltes Marketing am schnellsten greift, um die touristische Nachfrage zu stimulieren. Das sieht auch Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tou-

rismus-Verbands, so. Er könnte sich vorstellen, dass die zusätzlichen Mittel tendenziell in die Bearbeitung der Nahmärkte gesteckt werden. Wichtig ist ihm, dass es nicht nur darum gehe, die hohle Hand zu machen. «Die Branche hat signalisiert, dass sie bereit ist, die Mittel des Bundes zu ergänzen.»

«Es ist unsere Pflicht zu zeigen, was wir tun könnten, um der Krise zu begegnen.»

Jürg Schmid
Direktor Schweiz Tourismus

Massnahme zur Stützung der Wirtschaft, die zur Diskussion steht, ist eine Senkung der Mehrwertsteuer. Diese Idee stösst in der Branche

«Neues Café Schober wird der Hammer»

Michel Péclard eröffnet das legendäre Café Schober im Zürcher Niederdorf am 21. März. Engagiert hat er bereits einen Star-Pâtissier – und den Master of Wine.

ELSBETH HOBMEIER

Der Zürcher Gastronom Michel Péclard – er führt die Lokale Müns-terhof, Coco, Pumpstation und Balthazar – hat's geschafft: Nach langwierigen Verhandlungen mit der Erbgemeinschaft Schober erhielt er den Zuschlag für das legendäre Zuckerbäckerhaus an der Zürcher Napfgasse und unterzeichnete einen 20-Jahre-Pachtvertrag. Zurzeit wird das über hundertjährige Café Schober um-

fassend renoviert, das denkmalgeschützte Interieur im Neobarock-Stil mit dem alten Leuchter und der antiken Kasse bleibt jedoch bestehen. Genau zum Frühlingsanfang, am 21. März 2009, wird es wieder eröffnet. Neben der traditionellen heissen Schokolade mit Schlagrahm will Péclard auch viel Neues bieten, «dieses Lokal wird der Hammer und in Zürich zu reden geben», ist er überzeugt.



Michel Péclard im Glück. ZVG

Sicher ist bereits, dass der französische Pâtissier-Künstler Patrick Mésiano engagiert wurde. Mésia-

no arbeitet für den «Koch des Jahrhunderts», den Dreisternekoch Joël Robuchon. Die Pralinés kommen von Honold, der Tee von Schwarzenbach, die Konfitüren von Paul Bocuse. Während tagsüber die süsse Seite des Lebens zelebriert wird, wechselt das «Schober» ab 17 Uhr das Gesicht und wird zur trendigen Weinbar. Philipp Schwander, der – immer noch einzige – Schweizer Master of Wine, wird jeden Abend seine Sélection an Weinen ausschenken.

Diskussionen sind um den Namen Schober zu erwarten: Die Confiterie Teuscher, welche das Lokal 32 Jahre lang führte, liess «Café Schober» für sich schützen – sie führt seit kurzem das «Felix» im UBS-Haus am Zürcher Bellevue.