

Neue Perspektiven für die Stadthotels

Ein aktuelles White Paper zeigt der Stadthotellerie auf, wie sie ihre auf Geschäftsreisende ausgerichteten Geschäftsmodelle neu denken könnte.



Basel.

Die Businessgäste fehlen, die Stadthotellerie sucht nach neuen Geschäftsmodellen. Als Hilfestellung hat der Verband HotellerieSuisse ein White Paper mit dem Titel «Geschäftstourismus in der Schweizer Hotellerie» veröffentlicht; die Universität St. Gallen hat den Verband dabei unterstützt. Die 17-seitige Schrift zeigt Lösungsansätze auf und will Impulse zur Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen geben.

Vorneweg: Die Autorenschaft geht davon aus, dass sich der internationale Geschäftstourismus nur sehr langsam erholen wird. Insbesondere in den grossen Städten werde es noch einige Jahre dauern, bis das Vorkrisenniveau wieder erreicht sei. Allerdings werde der der Pandemie übergeordnete Boom des Städtetourismus langfristig andauern, wovon auch die Schweiz profitieren könne. Und hierin liege eine Chance.

Profilieren könne sich die Schweiz insbesondere im Segment der Boutique-Destinationen und bei den Leisure-Gästen. Dazu müssten viele Hotels neu sowohl Leisure- wie auch Corporate-Gäste ansprechen. Dies erfordere eine Umstellung und bedeute auch einen Mehraufwand, da die Bedürfnisse der Geschäfts- und Freizeitgäste unterschiedlich seien. Etwa bei den Sprachkompetenzen: Anders als im Businessbereich reiche Englisch für die Beratung der Leisure-Gäste nicht aus. Auch sei ihr Informationsbedarf grösser.

Vielfältige Angebote, eine gemeinsame Plattform

Trotzdem könnte sich die Umstellung auf «Bleisure» lohnen, so die Verfasser, da der Gästemix bereichert und somit das Risikoprofil der Nachfrage gesenkt werde. So verweisen sie unter anderem auf speziell auf Leisure zugeschnittene Packages, mit denen man in Genf bereits erfolgreich unterwegs sei. In den Bereichen Medical Tourism und Wellness könnten die Hotels neue Partnerschaften mit Kliniken eingehen. Diese könnten Patienten im Hotel einmieten und Leistungen wie Check-ups, Entgiftungen oder Beauty anbieten. Auch Dine and Sleep boome in den Städten, werde allerdings eine Nische bleiben.

In einer führenden Rolle sehen HotellerieSuisse und die Uni St. Gallen die städtischen Tourismusorganisationen. Sie sollten noch enger mit den Hotels zusammenarbeiten und bei der Entwicklung von digitalen Lösungen (Plattformen) den Lead übernehmen. Idealerweise geschehe dies nicht einzeln, sondern gemeinsam.

Das White Paper regt die Schaffung eines einzigen nationalen Systems an, das unter anderem Öffnungszeiten, Verfügbarkeiten, Buchungen, Ticketing für verschiedene Anbieter in den Bereichen Kultur und Freizeit vereint. In dieser offenen, digitalen Plattform soll sich jeder Anbieter ohne grossen Aufwand einfügen können.

Die Autorenschaft sieht in dieser Plattform keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung zu bereits bestehenden lokalen Lösungen. Digitale Marktplätze für einzelne Städte oder Regionen erfüllten weiterhin eine wichtige Funktion, damit der Gast vor Ort mit der Detailplanung seiner Reise oder einzelner Tagesetappen fortfahren könne.

[hotelleriesuisse.ch/impulspapier-geschaefstourismus](https://www.hotelleriesuisse.ch/impulspapier-geschaefstourismus) (<https://www.hotelleriesuisse.ch/de/impulspapier-geschaefstourismus>)

PATRICK TIMMANN



Patrick Timmann
Publiziert am Freitag, 16. Juli 2021