

JÖRG ARNOLD, SIND SIE EIN TRÄUMER?

London, Paris, Berlin, Rom, Zürich. Ja, Sie haben richtig gelesen! Zürich will im Jahr 2030 zu den fünf besten Städtedestinationen Europas gehören. Um das ambitionierte Ziel zu erreichen, sollen in den nächsten zwanzig Jahren nicht weniger als 44 neue Hotels in Stadt und Region Zürich entstehen. «Hotelier» sprach mit Jörg Arnold, dem Präsidenten des Zürcher Hotelier-Vereins, über Visionen und Wunsch-Szenarien.



Jörg Arnold, Präsident des Zürcher Hotelier-Vereins und Direktor des Vierstern-Hotels Storchen in Zürich: «Heute erzielen die Hotels in Stadt und Region Zürich bereits eine Auslastung von über 70 Prozent. Um ein Wachstum von zwei Prozent abdecken zu können, sind neue Hotels nötig und sinnvoll.»

1 Laut Ihren Visionen will Zürich im Jahr 2030 zu den fünf besten Städtedestinationen in Europa gehören – nach London, Paris, Rom, Berlin und Wien. Ein schöner Traum, der kaum Wirklichkeit wird?

Die Vision ist insofern realistisch, als dass wir hier nicht von Quantität ausgehen, sondern von Qualität. Das Qualitätsmanagement, die Nachhaltigkeit, die exklusiven Standortvoraussetzungen, die regionale Vernetzung, gegenseitige Bereicherung und Unterstützung sowie die klare Positionierung im Gesamtumfeld der Schweiz sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren, um zu den fünf besten Städten Europas zu gehören.

2 Das Segment Business wird auch 2030 mit 60 Prozent der stärkste Bereich sein. Doch der Bereich Leisure soll in Zürich mit einem Anteil von 30 Prozent an Bedeutung gewinnen. Ist das realistisch?

Zürich hat viel mehr zu bieten als nur Business! Jedoch wurde dieses andere Zürich noch zu wenig vermarktet. Die nahen Regionen mit der traumhaften Natur (See, Ausflugsorte) müssen aber noch mehr ins Gesamtangebot der Stadt einbezogen werden. Durch die Bündelung des Angebotes und eine optimalere Vermarktung kann die Event- und Kulturstadt Zürich zusammen mit der Region vermehrt auch zur Leisure-Destination werden.

3 Die Zürcher Hoteliers erwarten für das Jahr 2030 sieben Millionen Übernachtungen (heute 4,5 Mio.). Dies bedeutet ein jährliches Wachstum bei den Logiernächten von zwei Prozent. Wie wollen Sie das konkret erreichen?

Wir gehen von einem «moderaten» Wachstum aus – im Gegensatz zu den Tourismus-Marktforschern. Diese prognostizieren eine weltweite Zunahme von mindestens vier Prozent. Einem Wachstum von zwei Prozent steht nichts im Wege, sofern es uns gelingt, eine bessere Vermarktung sowie eine Steigerung der Attraktivität durch Qualität und Nachhaltigkeit in Hotellerie und Stadt hinzukriegen.

4 In Zürich sollen bis in 20 Jahren 44 neue Hotels entstehen, die mit durchschnittlich 150 Zimmern eine Auslastung von 70 Prozent erreichen. Tönt gut, aber ist das machbar?

Heute erzielen die Hotels der Region Zürich bereits eine Auslastung von über 70 Prozent! Um ein Wachstum von zwei Prozent abdecken zu können, sind neue Hotels nötig und sinnvoll.

5 Das grösste Wachstum werde im Einstern- und Zweistern-Bereich sowie in der Nähe des Flughafens entstehen, sagen die Autoren der Studie. Warum ausgerechnet in diesem Bereich?

Im Stadtzentrum ist ein Wachstum aufgrund der räumlichen und preislichen Verhältnisse kaum

möglich. Deshalb werden neue Hotels vor allem in der nahen Region entstehen, so zum Beispiel im Gebiet des Flughafens. Wichtig ist der optimale Mix der Hotelkategorien. In der City werden vor allem Vierstern- und Fünfstern-Hotels angesiedelt sein, in der Region Einstern- bis Dreistern-Betriebe.

6 Um die erwähnte Vision und das Wunsch-Szenario bis 2030 umzusetzen, wurden fünfzehn Handlungsfelder auf drei Ebenen definiert. Konkret: Was ist zu tun? Und vor allem: Was bedeutet das für den einzelnen Hotelier?

Diese Handlungsfelder sind für den Hotelier-Verband nichts anderes als eine Strategie mit konkreteren Zielen. Es geht darum, dem einzelnen Hotelier die Zielsetzungen näher zu bringen – vor allem in Bezug auf die Qualitätsstandards und die Anforderungen an die Nachhaltigkeit. Dies soll innerhalb eines klar definierten Zeitrahmens geschehen. Wichtig ist zudem, dass alle involvierten Exponenten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Hotelierverband noch enger und vertiefter zusammenarbeiten.

7 Einer der Erfolgsfaktoren sei – nebst einem ausgewogenen Hotel-Mix – die «konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Gäste». Können Sie uns das bitte etwas genauer erklären?

Wir müssen uns klar positionieren! Zudem geht es um die Frage: Was suchen unsere Gäste in den unterschiedlichen Segmenten? Wichtig ist, dass wir uns nicht verzetteln, sondern klar definierte und positionierte Produkte lancieren und anbieten. Unser Motto: Qualität – nicht Quantität. Und Qualität hat ihren Preis. Zürich kann und will nicht allen alles bieten!

8 Die Studie zeigt auf: Der Standort Zürich hat Stärken und Schwächen. Was sind die Stärken?

Die Lebens- und Wohnqualität in Stadt und Region Zürich ist schon heute sehr hoch. Denken sie an Stichworte wie Naturnähe, Kulturanangebot, Wissensstandort, Sicherheit, Sauberkeit, Gastronomie, Hotelangebot. Dies alles findet der Gast auf engstem Raum.

9 Und die Schwächen? Die schwache Vernetzung des Tourismus mit der Politik und Wirtschaft sowie das mangelnde Bewusstsein in breiten Bevölkerungskreisen, was die Bedeutung der Tourismusbranche betrifft, sind zweifellos Schwächen.

10 Wie haben Ihre Mitglieder, die Zürcher Hoteliers, auf die Studie reagiert?

Die Zürcher Hoteliers haben bis jetzt sehr positiv auf die Studie reagiert! Sie sind natürlich gespannt, was daraus wird.

Hotelier info

DIE STUDIE ZÜRCHER HOTELIERE 2030

An der Generalversammlung der Zürcher Hoteliers Anfang April präsentierte Präsident Jörg Arnold die Studie «Hotellerie in der Tourismusregion 2030». Diese unter der Federführung von Prof. Dr. Jürg Stettler (Hochschule Luzern) entstandene Studie orientiert über Entwicklungsperspektiven, Vision und Positionierung des Branchenverbandes Zürcher Hoteliers für die gesamte Tourismusregion Zürich. So will die Zürcher Hotellerie im Jahr 2030 im Städtetourismus europaweit zu den fünf besten Destinationen gehören.

Die neue Studie ist eine Ergänzung der Studie «Zürich Tourismus 2030», welche das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) im Jahr 2010 erarbeitet hat. Es entstanden eine Vision und eine Positionierung, die als Leitbild für die Weiterentwicklung der Hotellerie dienen sollen. Der Leisure-Markt wird stärker wachsen als der Businessmarkt, doch der Businessbereich und somit das Segment Corporate wird der stärkste Treiber bleiben. In Zukunft werden die Menschen Arbeitstätigkeit (Business) und Freizeitaktivitäten (Leisure) immer häufiger kombinieren, was zum sogenannten Bleisure-Segment führt. Die Studie sieht vor, dass sich im Jahr 2030 die Nachfrage auf 60 Prozent Business, 30 Prozent Leisure und zehn Prozent Bleisure aufteilt.

Um diese Bedürfnisse abdecken zu können, soll das Hotelangebot der vielfältigen Nachfrage entsprechend weiter ausgebaut werden. Hoteltypen wie City-Resort/Ferien-Hotels, Design-Hotels, Gesundheit/Wellness-Hotels und Budget-Hotels sind, so die Studie, zu fördern. Zudem geht klar hervor, dass Zürich «dringend ein leistungsfähiges und zentral gelegenes Kongresszentrum» benötigt.

Die Hotel-Betriebe der Destination Zürich positionieren sich vor allem über ihre überschaubare Grösse, ihre hohe Qualität sowie ihre Exzellenz bezüglich Nachhaltigkeit.

www.zhv.ch