

Das Berner Hotel Schweizerhof blickt auf sein erstes Betriebsjahr zurück. Direktor Michael Thomann sieht bei den Übernachtungen ein weiteres Wachstumspotenzial.

DANIEL STAMPFELI

**Michael Thomann, sind Sie mit dem ersten Geschäftsjahr des Hotels Schweizerhof Bern zufrieden?**

Ja, sehr zufrieden. Der Gastronomiebereich übertraf unsere Erwartungen deutlich. Insbesondere während den Wintermonaten erzielten wir ein sehr gutes Geschäft. Speziell freut mich, dass die Brasserie Jack's im laufenden Jahr den Umsatz deutlich steigern konnte. Dies zeigt mir, dass der Schweizerhof in Bern angekommen ist.

**Und wie sieht es bei den Übernachtungen aus?**

Es ist ganz normal, dass der Logementbereich etwas mehr Zeit benötigt. Grundsätzlich sind wir zwar zufrieden, doch ist noch mehr Potenzial vorhanden. Wir arbeiten tagtäglich stark daran, auch die Destination Bern mitzuvermarkten. Denn insbesondere im Ausland wird Bern als Destination und als Unesco-Weltkulturerbe zu wenig wahrgenommen.

**Machen Sie doch konkrete Angaben betreffend Auslastung, Umsatz und Gewinn.**

Einerseits können wir keine genauen Angaben machen, da wir sukzessive eröffnet haben. Dies würde die Kennzahlen verfälschen. Andererseits veröffentlicht die Investorin, die Katara Hospitality, keine Kennzahlen. Mit der Zimmerauslastung sind wir sehr gut in den Markt eingestiegen. Unser Problem ist, dass Bern nicht als Luxusdestination wahrgenommen wird. Mich freut jedoch, dass Urs Bühler vom Hotel Bellevue letztes Jahr praktisch die gleichen Zahlen wie 2010 schreiben konnte. Das zeigt, dass wir dem Bellevue nicht Marktanteile abgejagt haben, sondern im Gegenteil einen zusätzlichen Markt aufbauen konnten.

**Also verspüren Sie den starken Franken nicht allzu sehr?**

Doch, schon. Der Markteintritt in ein wirtschaftlich schwieriges Umfeld mit dem zurzeit starken Franken ist massiv schwieriger, als wenn alles in Ordnung wäre. Der Sekundärmarkt Deutschland etwa könnte ausgeprägter vorhanden sein, wenn der Euro gegenüber dem Schweizer Franken stärker wäre.

**Ergreifen Sie Massnahmen, um diese Einbussen zu kompensieren?**

Kreativ werden und sich über Qualität positionieren und abheben.

**Das sagen doch alle Hoteliers.**

Bei Tripadvisor haben wenige fünf Punkte wie wir. In Bern sind wir meines Wissens die Einzigen. Das zeigt uns, dass es uns immer wieder gelingt, Gäste zu begeistern.

**Kosten senken ist kein Thema?**

Bei uns geht es nicht darum, Kosten zu senken, sondern um die Optimierung des GOP. Feintuning und Umstellungen innerhalb der Organisation sowie Optimierung der Prozesse finden ein Jahr nach der Eröffnung noch tagtäglich statt.

**Zur Person Vom Konditor zum Chef eines Luxushotels**

Michael Thomann (41) ist seit 2010 General Manager im Hotel Schweizerhof in Bern. Zuvor führte er von 2002 bis 2010 mit seiner Frau Barbara das «Waldhotel» in Davos. Der Restaurateur/Hotelier FH und diplomierte Betriebsökonom begann seine Laufbahn nach seiner Lehre als Konditor/Confiseur und dem Besuch der Hotelfachschule Belvoirpark im Dolder Grand Hotel in Zürich. Das 5-Sterne-Superior-Hotel Schweizerhof wurde nach längerer Schliessung und Umbau für 45 Mio. Franken vor einem Jahr wieder eröffnet. Es verfügt über 99 Zimmer und Suiten und ist Mitglied bei Design Hotels und Swiss Deluxe Hotels. Eigentümerin ist die Katara Hospitality. dst



Michael Thomann, GM im Hotel Schweizerhof Bern, will die Prozesse weiter optimieren.

«Neuheiten werden künftig nicht mehr unbedingt im Hardware- sondern im Softwarebereich sein.»

Michael Thomann  
General Manager Hotel Schweizerhof Bern

Alain D. Boillat

# «In Bern gelandet»

**Überlegen Sie sich dafür eine Senkung der Zimmerpreise?**

Wir betreiben ein Yield Management, wie andere Hotels auch. Unsere Preise sind kalkuliert und wir haben die Bandbreiten des Yield Managements genau festgelegt. Wir wollen nicht Zimmer verkaufen und dabei bei jedem verkauften Zimmer Geld verlieren, nur um die Auslastung zu erhöhen.

**Aber die bei der Eröffnung ursprünglich anvisierten Preise konnten Sie nicht halten?**

Bezüglich Preise mussten wir uns dem Markt anpassen, auch wegen der Wirtschaftskrise. Im Conference-Bereich spielt der Zimmerpreis eine bedeutende Rolle. Unser Marktanteil in Bern steigt aber stetig.

**Wie stark mischt sich Ihre Eigentümerin, die Katara Hospitality, ins operative Geschäft ein?**

Gar nicht. Wir pflegen eine gute Zusammenarbeit. Ich habe vorwiegend Kontakt mit Bruno Schöpfer, einem hervorragenden Hotelier, der die Gesellschaft aus Katar in der Schweiz vertritt. Bruno Schöpfer lässt mir viel Freiraum. Wir haben das gleiche Strategieempfinden bezüglich der Positionierung über Qualität. Aber Druck von Katar ist bezüglich Wirtschaftlichkeit da. Die Eigentümer haben weltweit Hotels und vergleichen uns mit London oder Paris. So gesehen sind wir dem gleichen Druck ausgesetzt wie etwa die Häuser in Paris, obwohl dort das Umfeld anders ist als in Bern.

**Kooperieren Sie mit anderen Berner Hotels?**

Mit dem Bellevue arbeiten wir über die Vereinigung Swiss Deluxe Hotels zusammen. Sehr gut kooperieren wir auch mit dem Hotel Allegro und dem Kursaal. Ich freue mich riesig auf die neue Erweiterung des Kongressbereichs im Kursaal. Genau solche Projekte bringen Bern vorwärts.

**Wie konkret gestaltet sich diese Zusammenarbeit?**

Wir suchen bei Überbuchungen nach gemeinsamen Lösungen. Grössere Anlässe haben wir auch schon gemeinsam durchgeführt. Daneben haben wir auch eine Kooperation mit dem Klee-Zentrum und der Airline Skywork, damit wir zum Beispiel internationalen Journalisten Packages anbieten können, um Bern als Gesamtes erleben zu können.

**Wie sieht Ihre Gästestruktur aus?**

Seit wir mit Schweiz Tourismus und Bern Tourismus in Middle East vor Ort geworben haben, haben wir vermehrt Buchungen aus diesem Raum. Hauptmarkt ist jedoch nach wie vor die Schweiz, gefolgt von Deutschland und Grossbritannien.

**Soeben haben Sie die neue Dachterrasse eröffnet. Haben Sie weitere Highlights in der Pipeline?**

Neuheiten werden künftig nicht mehr unbedingt im Hardware- sondern im Softwarebereich sein. Wir werden nun vermehrt Aktivitäten planen. Eine Idee ist etwa die Durchführung eines Silvesterballs. Eine weitere Möglichkeit ist das Wiederauflebenlassen des früheren legendären Zibelemärit-Anlasses in einer anderen Form oder eine Jazz-Soirée.

## Standpunkt

### Können oder sollen wir heute noch Pioniere sein?



XANDER SEILER\*

Vor über 100 Jahren waren die Schweizer Touristiker echte Pioniere. Nur schon in der Zentralschweiz wurden die Pilatusbahn, die Stanserhornbahn und die Rigibahn gebaut. Der Vierwaldstättersee wurde mit Dampfschiffen befahren, welche bezüglich Komfort und Luxus heute noch Massstäbe setzen. Nicht zu sprechen ist von den vielen Grandhotels, die zu dieser Zeit realisiert wurden. Unterhalten sich Politiker heute über den Tourismus, werden sie

**«Bereits der Ersatz einer bestehenden Bergbahn bedeutet eine Herausforderung.»**

sofort wieder zu Pionieren. Durch innovative Projekte soll sich die Schweiz abheben. Rahmenbedingungen und die nötigen Mittel sollen dies ermöglichen. Wenn es um die Umsetzung eines Projektes geht, verschwindet der Pioniergeist relativ schnell. Fast die ganze Schweiz mit ihren touristischen Gebieten ist mit etlichen Schutzzonen überlagert. Bereits der Ersatz einer bestehenden Bergbahn, bei welcher die Tal- oder Bergstation nicht exakt am selben Ort steht, bedeutet eine Herausforderung. Es müssen ein Entwicklungskonzept für die Region, ein Erschliessungskonzept, ein Verkehrskonzept, ein Entsorgungskonzept, ein Architekturwettbewerb, ein Ersatzmassnahmenkonzept und noch viele weitere Konzepte erstellt werden. Für die Erweiterung eines Abenteuerspielplatzes ist eine Zonenplananpassung sowie ein langfristiges Entwicklungskonzept notwendig. All diese Konzepte kosten in der Summe schnell einmal einige 100 000 Franken. Über das Geld wird in diesem Fall nie gesprochen. Es wird ein Konzept nach dem andern gefordert, diese werden nach langer Zeit in der zwanzigsten Version mit vielen Auflagen, die wieder Unsummen erfordern, abgesegnet. Ich frage mich, inwiefern wir noch Pioniere sein sollen. Eine neue Marketingkampagne ist schön, aber noch keine Pioniertat. Zum Glück haben unsere Vorfahren touristische Leuchttürme der Schweiz vor über 100 Jahren geschaffen! Oder denken Sie, der Bau einer Pilatusbahn wäre heute noch möglich?

\* Xander Seiler ist Geschäftsführer der Sportbahnen Melchsee-Fruitt.

ANZEIGE

## HESSER

Unternehmensberatung

**Jeder Betrieb hat Potenzial für mehr Cashflow...**

In 35 Jahren haben wir Hunderte Konzepte ausgearbeitet. Wir erarbeiten vorgängig für jeden Betrieb eine kostenlose Analyse über das Verbesserungspotenzial.

Poststrasse 2, PF 413  
8808 Pfäffikon SZ  
055 410 15 57  
hesser@bluewin.ch