

HOTELLERIESUISSE – Die Folgen der Pandemie beschäftigen die Branche stark. Aber auch die angespannte Fachkräftesituation sowie gesellschaftliche Trends wie Nachhaltigkeit oder Digitalisierung gehören zu den Herausforderungen, die der Verband und seine Mitglieder mit viel Innovationsgeist und neuen Projekten meistern.

«Wir brauchen Innovationen!»



Engagierter Nachwuchs, der in der Branche bleibt, ist gefragt denn je.

Bild: zv

Die Schweizer Hotellerie hat seit je her ein gutes Image und steht für Qualität, Kundenorientierung und Professionalität und sorgt damit für ganzheitliche Gästerlebnisse, die national wie international sehr geschätzt werden. So ist es nicht verwunderlich, dass vor der Pandemie die Schweizer Beherbergungsbranche boomte. «2019 stellte die Schweiz mit 45 Prozent aller Übernachtungen das grösste Herkunftsland dar. 55 Prozent der Übernachtungen gingen damals auf das Konto der ausländischen Gäste», so **Claude Meier**, Direktor HotellerieSuisse. Deutschland war 2019 mit 10 Prozent der zweitwichtigste Markt, gefolgt von den Vereinigten Staaten (6 Prozent) sowie China und dem Vereinigten Königreich (je 4 Prozent).

«IN DER KRISE MUSS MAN MÖGLICHST NAHE BEI DEN MENSCHEN SEIN.»

Doch die pandemiebedingten internationalen Reisebeschränkungen haben die Marktverteilung stark verändert. Der Anteil Schweizer Gäste stieg 2020 auf 69 Prozent an. Dazu Meier: «Knapp 90 Prozent aller Logiernächte wurden von Gästen

aus der Schweiz, Deutschland, Frankreich, Italien, dem Vereinigten Königreich, Belgien und den Niederlanden generiert. Die Fernmärkte sind seit Anbeginn der Pandemie fast gänzlich eingebrochen.» Obwohl der Schweizer Markt 2021 nochmals gewachsen ist, bleibt Meier realistisch: «Wir werden aufgrund der extremen fragilen epidemiologischen Situation sowie dem Ausbleiben der Gäste aus wichtigen Fernmärkten das Vorkrisenniveau auf längere Zeit hinaus nicht erreichen.»

Politische Unterstützung – auch 2022

Obwohl der Glanz der Branche coronabedingt etwas weniger strahlt, ist sie innovativer denn je. Dazu gehört die erstmalige Durchführung des sogenannten Hospitality Summits im letzten Jahr. «Trotz, oder gerade wegen der Krise haben wir als Verband einen Beherbergungskongress mit über 1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern organisiert, um ein starkes Lebenszeichen für die Branche zu setzen. Zudem lancieren wir mit Unterstützung des SECO ein Coaching-Programm für die Beherbergungsbranche, durch das die teilnehmenden Betriebe fit für die Zukunft gemacht werden.» Weitere Akzente für ein nachhaltiges Tourismusland Schweiz setzt Hotel-

lerieSuisse gemeinsam mit Schweiz Tourismus und dem Schweizerischen Tourismusverband. HotellerieSuisse zeichnet sich durch ein starkes Krisenmanagement aus, das die einzelnen Betriebe und die Menschen, die dort arbeiten, in den Mittelpunkt setzt. So hat der Direktor persönlich letztes Jahr über 200 Betriebe in der ganzen Schweiz besucht – ganz nach dem Motto: «In der Krise muss man möglichst nahe bei den Menschen sein.» Die vielen unterschiedlichen persönlichen Geschichten, welche er von den Hoteldirektoren oder Generalmanagerinnen hörte, berührten Meier sehr: «Aus jedem Gespräch konnte ich mindestens einen Punkt mitnehmen, um zusammen mit meiner ganzen Crew der nationalen Geschäftsstelle und den 13 HotellerieSuisse-Regionalverbänden an verschiedenen Stellen weitere Verbesserungen zu initiieren.» Für Meier ist klar, dass Innovationen trotz geschwächter finanzieller Basis ermöglicht werden. Hier erwartet die Branche von der Politik auch 2022 die nötige Unterstützung. «Nur so kommen wir vorwärts. Insbesondere im digitalen Bereich müssen wir uns weiterentwickeln und im neuen Marktumfeld positionieren», betont Meier. Die politische Stärkung der Berufsbildung und die Förderung des

lebenslangen Lernens wird eine zentrale Aufgabe bleiben. Zudem sind Reformen im Sozialversicherungsbereich dringend nötig und stabile und gute Beziehungen zur EU für die Branche zentral. «Wir erwarten, dass die Politik hier das Tempo erhöht und Lösungen präsentiert.»

Nachhaltigkeit in den Betrieben leben

Die Beherbergungsbranche setzt sich nicht nur mit dem nachhaltigen Umgang mit endlichen Ressourcen auseinander, sondern lebt ihn auch: «Unserem Bekenntnis zu einem aktiven Klima- und Umweltschutz lassen wir auch Taten folgen. Wichtige Hebel dabei sind etwa energetische Sanierungen und die Bekämpfung von Food-Waste.» HotellerieSuisse vermarktet mit der Spezialisierungskategorie «Green Living Hotel» über Schweiz Tourismus gezielt ökologisch nachhaltige Beherbergungsbetriebe. Der engagierte Verband bietet seinen Mitgliedern zudem über sein digitales «Nachhaltigkeits-Hotel» zahlreiche weitere Hilfsmittel an, wie sich Beherber-

gungsbetriebe ökonomisch, ökologisch und sozial erfolgreich im Markt positionieren können.

Hospitality Booster macht Branche für die Zukunft fit

Aktuelles Schwerpunktthema für 2022 ist «Future Hospitality», mit dem der Verband die Attraktivität der Branche stärken will. Der Hospitality Booster versteht sich als offene Plattform zur Förderung und Begleitung von Innovationsvorhaben. «Damit erhalten unsere Mitglieder die Möglichkeit und Unterstützung, Ideen zu generieren, diese auf vielfältige Weise zu konkreten Innovationsprojekten weiterzuentwickeln und daraus neue Produkte und Dienstleistungen umzusetzen, die einen Mehrwert für sie und die gesamte Branche bieten.» Tourismus ist weltweit ein Wachstumssektor. Darauf basierend, ist Meier überzeugt, «dass wir nach der Pandemie weiter erfolgreich an dieser Entwicklung anknüpfen können, einfach noch digitaler und noch nachhaltiger.» *Corinne Remund*
www.hotelleriesuisse.ch

DAS MACHT HOTELLERIESUISSE

Kompetenzzentrum für die Beherbergungsbranche

Der Schweizerische Hotelier-Verein wurde 1882 gegründet, damit die Branche an der Landesausstellung 1883 in Zürich mit starker Präsenz brilliert. Heute vertritt HotellerieSuisse als Branchenverband die Interessen der innovativen und nachhaltigen Beherbergungsbetriebe der Schweiz und bildet gemeinsam mit seinen Mitgliedern und Partnern das Kompetenzzentrum für die Beherbergungsbranche. Mit seinen rund 3000 Mitgliedern repräsentiert der Verband rund 75 Prozent aller Logiernächte in der Branche. Die Mitglieder setzen sich aus Beherbergungsbetrieben, Unternehmen, Restaurants und persönlichen Mitgliedschaften zusammen. Der Verband kämpft auf politischer und gesellschaftlicher Ebene für bestmögliche Rahmenbedingungen für die Branche, um sich nachhaltig weiterzuentwickeln. Zu den Dienstleistun-

gen von HotellerieSuisse gehört auch, Qualität, Produktivität und Know-how der Mitglieder und Kunden zu fördern und sie in ihrer zukunftsorientierten und zielgerichteten Betriebsführung zu unterstützen.

Zentral ist auch die Ausbildung von qualifizierten Fachkräften. Rund 80 000 Beschäftigte arbeiten in der Hotellerie respektive 240 000 Angestellte im Gastgewerbe. Mit 19,5 Milliarden Franken machte die touristische Bruttowertschöpfung im Jahr 2019 knapp drei Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung der Schweiz aus. Allein die Beherbergungssparte von Hotellerie und Parahotellerie (ohne Verpflegung) stellte mit 4,5 Milliarden Franken oder 23 Prozent den zweitgrössten Anteil der touristischen Wertschöpfung dar – diese Angaben beziehen sich auf das Vorkrisenniveau. CR

AUS- UND WEITERBILDUNG – Die Pandemie hat den Fachkräftemangel massiv verstärkt. Die Branche reagiert mit diversen innovativen Projekten wie «Future Hospitality».

Neues Label «TOP Ausbildungsbetriebe»

Ein zentrales Anliegen von HotellerieSuisse ist die Aus- und Weiterbildung: Rund 2500 Lernende haben 2020 eine EFZ-Ausbildung und rund 500 Lernende eine EBA-Ausbildung in den Berufsgattungen der Beherbergung abgeschlossen. Die meisten EFZ-Abschlüsse wurden als Koch/Köchin EFZ absolviert. Eine Premiere ist 2020 die neue Ausbildung zur Hotel-Kommunikationsfachfrau/zum Hotel-Kommunikationsfachmann, die erstmals rund 100 Lernende erfolgreich abgeschlossen haben. HotellerieSuisse ist in Aus- und Weiterbildung auf verschiedenen Ebenen präsent. «Im Bereich der Grundbildung führen wir direkt vier Schulhotels mit rund 800 Lernenden», betont **Claude Meier**, Direktor HotellerieSuisse. Der

engagierte Verband fördert die Weiterbildung mit eigenen Angeboten sowie über die Trägerschaft von Bildungsinstitutionen wie der Hotelfachschule Thun oder der École Hôtelière de Lausanne (EHL) Group und bildet so nochmals über 4000 Lernende und Studierende aus.

HotellerieSuisse gestaltet als sogenannte Organisation der Arbeitswelt OdA zusammen mit Partnerverbänden attraktive und zukunftsfähige Berufsbilder. «Wir finanzieren in Sozialpartnerschaften sowie mit eigenen Stiftungen Aus- und Weiterbildungen. Zudem setzen wir uns im Dialog mit Bund, Kantonen und Verwaltung für eine langfristige und starke Schweizer Bildungspolitik ein.» HotellerieSuisse fördert damit lebenslanges Lernen und schafft ein

modernes, attraktives Umfeld zur Aus- und Weiterbildung von Fachkräften.

«WIR SETZEN UNS FÜR EINE STARKE SCHWEIZER BILDUNGSPOLITIK EIN.»

Eine zentrale Herausforderung ist der Fachkräftemangel. Dazu Meier: «Durch die Covid-Krise hat sich die sowieso bereits angespannte Fachkräftesituation akzentuiert. Die nächsten Jahre werden geprägt sein von den Anstrengungen, qualifizierte Arbeitskräfte für die Branche zu finden und diese auch in der Branche zu halten. Das Thema Branchenattraktivität wird zentral sein.» Vor

diesem Hintergrund hat HotellerieSuisse 2020 das Label «TOP Ausbildungsbetriebe» auch in der Beherbergungsbranche lanciert, um die Ausbildungsbetriebe national zu stärken. «Wir verstärken neu mit den Events «rock your future» unsere Bemühungen rund um die Berufsinformation und das Berufsmarketing. So haben wir im Rahmen dieser Kampagne im vergangenen Herbst potenziell neuen Lernenden in über 170 Betrieben Einblicke in die Hotellerie ermöglicht.» Der Verband entwickelt unter dem Namen «Future Hospitality» weitere Projekte, Hilfsmittel und Lösungsansätze, damit die Betriebe gezielt ihre Attraktivität als Arbeitgeber stärken können. CR

THEMA IN FOKUS KMU

Reaktionen auf den Fachkräftemangel

Ein Beitrag zum Thema Fachkräftemangel in der Hotellerie und Gastronomie wird in «Fokus KMU – Alle sind Wirtschaft.» gezeigt. Dabei stellt **Thomas Steidle**, Direktor Hotel Arte Olten, sein neues Ausbildungskonzept «Arte Academy» vor. Die Sendung ist ab **Montag, 7. Februar 2022**, täglich ab **17.30 Uhr** auf TeleBärn, Tele M1, Tele Züri, tvo und tele 1 sowie ab **Montag, 14. Februar 2022**, täglich ab **17.20 Uhr** auf Tele Z zu sehen.

www.fokus-kmu.tv