

# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



**AKTUELL 2**  
**Alfons Parth** | Er kommt aus Ischgl und wehrte sich gegen eine Fusion mit den benachbarten Tourismusverbänden. Vergebens.



**AKTUELL 3**  
**Grand Hotels Bad Ragaz** | Spitzenwerte in der Auslastung und gute Kennzahlen sind Grundlage für weitere Investitionen.



**FOKUS 13**  
**Heiztechnik** | Ausbauten und neue Ausstattung machen eine stärkere Heizungsanlage nötig.



## KOMMENTAR

### Grösse allein ist kein Garant für den Erfolg

Daniel Stampfli

■ Entscheidend für den Erfolg von Destinationen ist bekanntlich deren Wettbewerbsfähigkeit. Aber was müssen Destinationen unternehmen, um wettbewerbsfähig zu sein bzw. zu werden? Ein für alle Destinationen gültiges Patentrezept gibt es nicht, denn Destination ist nicht gleich Destination.

Etwas einfacher im Kampf um Wettbewerbsvorteile haben es die Grossen. Sie erzielen höhere Auslastungen und können am Markt höhere Preise durchsetzen. BAK Basel Economics kam in ihrer Untersuchung zu den Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus denn auch zum Schluss, dass zwischen Destinationsgrösse und Auslastungsniveau der Hotellerie ein Zusammenhang besteht.

Die von den Basler Ökonomen durchgeführten Analysen zeigen aber auch, dass kleinere Ferienorte durchaus zu den erfolgreichen Destinationen gehören können. Sie haben auch ihre Chancen, wenn sie ihr Angebot geschickt gestalten und sich clever positionieren.

Ob Gross oder Klein: Gefragt sind Ideenreichtum, Kreativität, Cleverness und Konsequenz bei der Umsetzung von seriös erarbeiteten Strategien. Für den Erfolg alpiner Destinationen sind laut BAK Basel Economics neben der Angebotsstrategie weitere Faktoren relevant. Dazu gehören unter anderem auch professionelles Destinationsmanagement, herausragende und innovative Persönlichkeiten sowie vorteilhafte regionale und nationale Rahmenbedingungen. Der Erfolg im alpinen Tourismus basiert also nicht nur auf einigen wenigen Faktoren. Er resultiert vielmehr aus dem Zusammenspiel verschiedener Erfolgsfaktoren.

Siehe auch Seite 4

## Alpenregionen

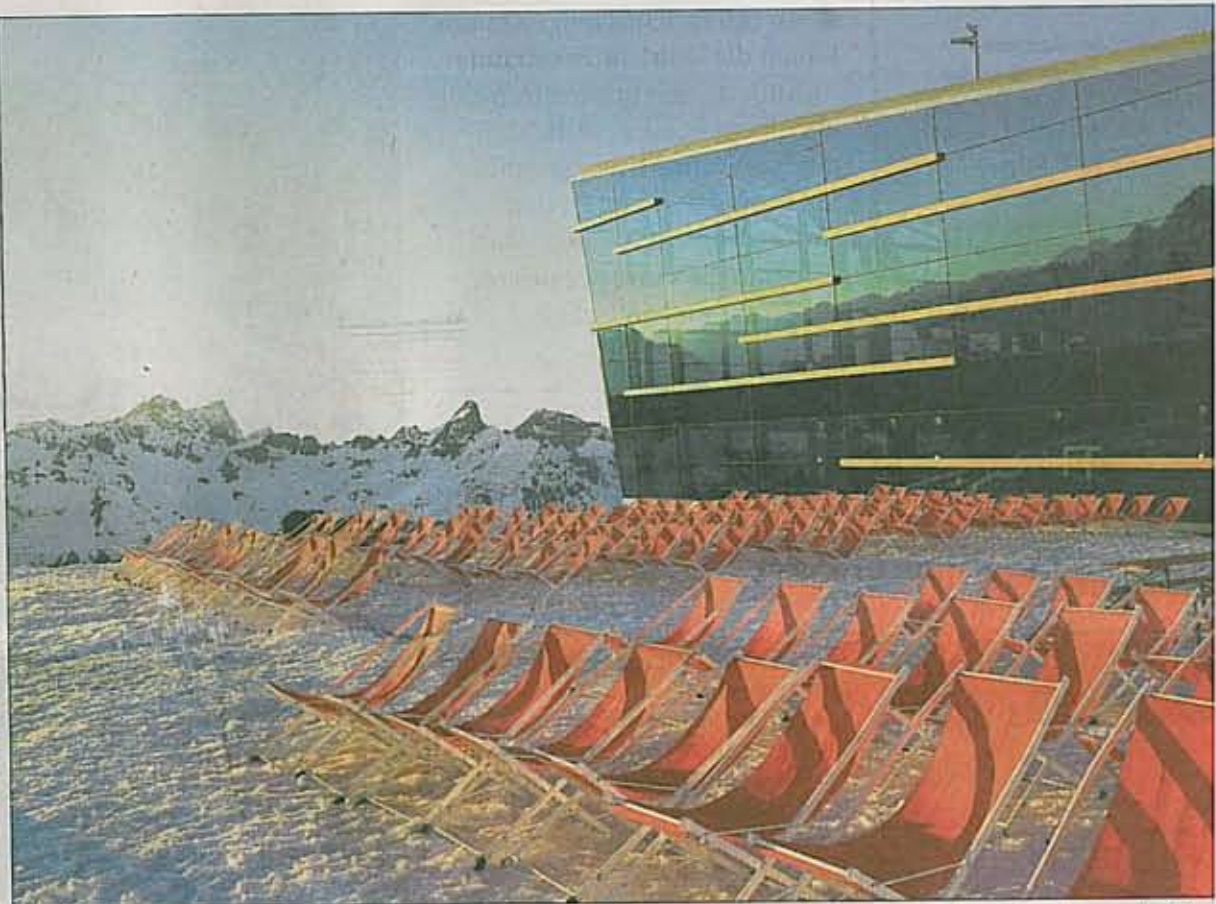
# Architektur als Publikumsmagnet

■ Welche Wertschöpfung kann moderne Architektur dem Tourismus bringen? Diese Frage will das Tourismusforum der Alpenregionen beantworten.

Theres Lagler

Architektonische Grossprojekte wie der Hotelturn auf der Davoser Schatzalp rufen in der Schweiz vor allem Naturschutzkreise auf den Plan. Ein falscher Ansatz, findet Roland Zegg, Veranstalter des Tourismusforums der Alpenregionen, das letzte Woche erstmals im österreichischen Ischgl über die Bühne ging. Derartige Projekte müssten vermehrt aus wirtschaftspolitischer Sicht diskutiert werden, so Zegg. Deshalb will er bis im nächsten Jahr eine Studie vorlegen, die exemplarisch aufzeigt, welche Wertschöpfung zeitgenössische Architektur dem Tourismus im Alpenraum geben kann. Ins Thema eingeführt wurde bereits am diesjährigen Forum: So stellten die Zermatt Bergbahnen ihr Ausbau-Projekt auf dem Klein Matterhorn vor, und Ischgl gab Einblick in sein modernes Bergrestaurant aus Glas und Stahl, das Kongresse auf 2620 Metern über Meer ermöglicht.

Siehe Seite 11



■ Kinobestuhlung mit freier Sicht auf die Berggipfel. Das und mehr bietet das neue Bergrestaurant Pardorama der Silvretta Seilbahn AG im österreichischen Ischgl. Die Bahn liess sich den modernen Bau 10 Mio. Euro kosten.

## Lichtsmog

### Warum Nächte heller werden

■ An Events werden mit Lichtorgien Wahrzeichen oder gar Berge beschienen. Das hat gravierende Folgen: Die Nächte werden dermassen erhellt, dass sich selbst das Bundesamt für Umwelt damit befasst und dem Problem eine eigene Broschüre gewidmet hat. Bereits zuvor hatten sich Astronomen beklagt, der Blick ins All werde immer mehr getrübt. Tourismusprofessor Hansruedi Müller rät zu Augenmass und Fingerspitzengefühl.

HRFIGL

Siehe Seite 14

## Langsamer leben und besser essen

■ Das Thema der zweiten Consumer-Trend-Konferenz am Gottlieb Duttweiler Institut war die Gesundheit – und ein wichtiger Aspekt davon: das Essen. «Slow-Food» war angesagt.

«Wir alle sind im Geschwindigkeitswahn mariniert», sagte Carl Honoré letzte Woche in Rüslikon. Aber: Das «Slow-Food»-Prinzip könnten sich alle leisten, man brauche dem Essen bloss wieder die Zeit, die Aufmerksamkeit und das soziale Umfeld zu geben, das es verdiene, und dazu brauche man nicht reich zu sein. Der kanadische Bestseller-Autor hatte

vor dem Interview mit der htr einen Vortrag darüber gehalten, mit welchen Methoden die internationale «Slow-Food»-Bewegung dem vorherrschenden Geschwindigkeits-Kult entgegentritt. Die Ironie der Geschichte ist, dass der mit seiner Familie in London lebende Journalist seit dem Erfolg seines Buches «Slow Life» noch öfter für solche Auftritte um den Globus rast. Es gäbe aber «gute» und «schlechte» Hochgeschwindigkeit, sagte Honoré, man müsse selektiv langsamer werden, dann lebe und esse man besser und kreativer. RD

Siehe Seite 9

## Hamburg

### Gastronomische Trend-Konzepte

■ Die zweitgrösste Stadt Deutschlands hat punkto Gastronomie einiges zu bieten. Junge, gut dukulierte Gourmet-Küche bietet diesem Jahr das «Fillet of Soul». Deutschlands erstes Fingerfood-Restaurant «Dips'n Stix» findet man an der Elbe. Zur System- und Free-Form-Gastronomie zählt «Cafe del Sol» mit 270m<sup>2</sup> Gastfläche verbreitet die neue im Kolonialstil Urlaubsstimmung. Im Jahr 2011 sollen es 100 Standorte sein. Siehe Seiten 10-11

