

## Raiffeisen-Aktionen bringen jeweils Tausende neuer Gäste, die im Jahr danach wieder wegfallen. Die Walliser wollen jetzt mehr Nachhaltigkeit in die Sache bringen.

ANDREAS GÜNTERT

Nach überschrittener Halbzeit sieht sich Urs Zenhäusern voll im Plan: «Die aktuelle Raiffeisen-Aktion ist flächendeckend gut angelaufen.» Der Direktor von Wallis Tourismus ist weiterhin zuversichtlich, die angestrebten 150 000 Logiernächte bis Ende November zu erreichen. Was der Direktor von Wallis Tourismus aber auch weiss: «Die Erfahrungen aus anderen Regionen zeigen, dass die Raiffeisen-Welle 2 bis 3 Prozent zusätzliche Übernachtungen bringt. Doch diese fehlen im Jahr darauf wieder.»

### Kompetenz zur Gewinnung von Stammkunden stark ausbaufähig

Die Erstgast-Bindung sei ein bekanntes Problem, sagt der Luzerner Verkaufstrainer Hans Peter Frei, der unter anderem professionelle Dienstleistungsanbieter und Investitionsgüter-Unternehmen berät: «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung, man muss die Vorlieben seiner Gäste genau kennen und sich danach richten.» In der Schweizer Hotellerie und Gastronomie, sagt Frei, sei diese Kompetenz «noch stark ausbaufähig». Wie sehr es dabei hapert, hat das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW mittels Stichproben analysiert (siehe Text unten). Fazit des Leiters Tourismus Urs Wagenseil: «Die einzelnen Hotels schaffen es nicht, aus der Raiffeisen-Aktion Stammgäste zu gewinnen.»

Im Wallis will man es besser machen: «Wir nehmen das lau-



Swiss-Image

Gäste, die eine Ferienregion aufgrund einer Aktion buchen, sollen dazu animiert werden, es zu wiederholen.

# Den Gast anbinden

fende Raiffeisen-Programm als Initialzündung, um das Thema Stammgast-Gewinnung zu lancieren. Solche Aktionen sollen mehr sein als ein einmaliges Logiernächte-Strohfeuer», sagt Zenhäusern. Konkret wurden im Rahmen von «Ritzzy», dem Walliser Weiterbildungsprogramm für die Hotellerie- und Restaurationsbranche, Kurse durchgeführt. Die halbtägigen Seminare «Stammgäste und Bot-

### «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung.»

Hans Peter Frei  
Verkaufstrainer

schafter» führte die Gümliger Konzeptchuchi GmbH durch. Vier solcher Kurse mit insgesamt 35 Teilnehmern fanden bereits statt, sagt Konzeptchuchi-Partner Kurt Metz. Vermittelt wird ein Vorgehen, das den ganzen Gast-Zyklus umfasst. Das kann beispielsweise mit einem Mail an den Gast zehn Tage vor seiner Ankunft geschehen, in dem ihm ein Abholservice oder ein reservierter Parkplatz

angeboten und Informationen über Aktivitäten im Haus oder vor Ort während seines Aufenthaltes vermittelt werden.

### Gespräch führen, nicht bloss abrechnen

«Um zukünftige Stammgäste zu gewinnen», sagt Metz, «müssen die Ferien mit dem ersten Kontakt beginnen.» Mit individueller Betreuung während des Aufenthalts, dem Speichern aller Vorlieben des Gastes sowie gekonnter Verabschiedung gelinge es, «Botschafter zu generieren, die nach dem ersten Aufenthalt gute Kunde verbreiten.» Was

eigentlich selbstverständlich sein müsste. Und es doch nicht ist, sagt Metz: «Stammgastpflege ist selten bis nie Teil der Ausbildung, hier gilt es sehr viel nachzuholen.»

Auch wenn man wisse, dass das letzte Erlebnis am längsten haften bleibe, laute die Abschiedsfrage an der Réception viel zu oft noch: «Hatten Sie etwas von der Minibar?» Besser wäre es, ein Gespräch mit dem Gast zu pflegen, als bloss mit ihm abzurechnen. Ideen dazu kamen viele zusammen in den Kurs-Gruppenarbeiten; die gesammelten Inputs werden demnächst als Handbüchlein erscheinen.

«Ein interessanter Kurs, der einem auch im Austausch mit anderen Teilnehmern viel bringt», urteilt Teilnehmerin Karin Bittel, Gastgeberin des Hotel-Garni Slalom auf der Bettmeralp. Zwar wisse man einiges bereits, doch das gehe im Hochbetrieb oft unter. Bei ihren Bemühungen richtet sich Bittel unter anderem danach, was der Gast noch nicht gemacht hat: «Wenn jemand eine schöne Wanderung verpasst oder nicht gekannt hat, merken wir uns das und haken nach. Es kann ein guter Grund sein, wieder zu uns zu kommen.»

## Repeater Höhere Quote erwünscht

Exklusiv für die htr hotelrevue untersuchte das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW die Nachhaltigkeit von Raiffeisen-Aktionen. Mittels Telefonanrufen bei Hotels wurde die Rate der Wiederholungsgäste eruiert. Da meist keine Datenbanken geführt werden, ist von eher intuitiven Rückmeldungen auszugehen, die für eine Stichprobe aber aussagekräftig sein dürften. Leiter Tourismus Urs Wagenseil: «Die Aktion war

immer sehr positiv, aber für das einzelne Hotel leider nicht nachhaltig.» Die teilnehmenden Hotels wünschen sich eine Wiederholung, Auslastung, zusätzliche Gastro-Umsätze sowie Erträge über den Zusatzverkauf von Vollzähler-Nächten führten zu mehrheitlich positivem Fazit. Der grösste Erfolg, so Wagenseil, sei die Aktion selbst: «Raiffeisen-Mitglieder profitieren von der Ausschreibung - und fahren somit jedes Jahr grossmehrheitlich

in die nächste Aktionsgegend. Sie kommen eher selten zum selben Hotel zurück.» Untersucht wurden vier Regionen. Die Resultate: **Tessin** (Aktion im Jahr 2006): 30 von 132 Hotels kontaktiert. 20 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 3 von 20 Hotels hatten wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 15 Prozent. **Graubünden** (2008): 89 von 202 Hotels kontaktiert. 40 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 5 von 40 Hotels hatten wieder-

kehrende Gäste. Wiederholer: 12,5 Prozent. **Waadt/Genf** (2010): 25 von 113 Hotels kontaktiert. 21 Hotels gaben eine konkrete Antwort. In keinem der Hotels gab es wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 0 Prozent. **Berner Oberland** (2011): 40 von 110 Hotels kontaktiert. 32 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 5 von 32 Hotels hatten wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 15,5 Prozent. ag

## STV: definitiv neu organisiert

### 54 stimmberechtigte Mitglieder haben an der Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) die Strukturreform beschlossen.

An der 80. Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) im Grimsel-Hospiz wurde die traktandierte Strukturreform (siehe htr hotelrevue vom 23. August) einstimmig beschlossen. Der Vorstand verkleinert sich von 45 auf 8 Mitglieder. Das sind Dominique de Buman (Präsident STV, Nationalrat CVP), Bernhard Kuster (Direktor Gastrosuisse), Ueli Stückelberger (Direktor Verband öffentlicher Verkehr und Seilbahnen Schweiz). Richard

Kämpf vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und STV-CEO Jürg Schmid werden Beisitzende ohne Stimmrecht. Folgende drei Vorstandsmitglieder präsidieren die neuen ständigen Kommissionen: Christoph Juen (CEO von hotelleriesuisse) steht der Kommission Wirtschaftspolitik vor, Fredi Gmür (CEO Schweizer Jugendherbergen) der Qualitätsentwicklung und Bildung und Marcel Perren (Direktor Luzern Tourismus) der Marktentwicklungs- und Marketingpolitik; Perren wurde zudem zum neuen STV-Vizepräsidenten gewählt und der bisherige Vize Gerhard W. Beindorff im Rahmen der GV verabschiedet. Präsident de Buman forderte von den 80 anwesenden Mitgliedern in seiner Ansprache, nicht über Wechselkurse zu lamentie-

ren; vielmehr seien «Kreativität, Mehrwerte für den Gast und der Wille zur Kooperation der Schlüssel zum Erfolg der touristischen Branchen.» Mit der Verordnung des Bundesrats zur Zweitwohnungsinitiative zeigte er sich zufrieden. STV-Direktor Mario Lütolf präsentierte die Rechnung 2011 mit einem Plus von 21 364 Franken. Den zusätzlichen Aufwänden von +8,8% stehen zusätzliche Erträge von +13,2% gegenüber; die Differenz erkläre sich vor allem durch die Mehrerträge im Bereich Innoutour und durch die Auflösung von Rückstellungen aus den Jahren 2009 bis 2011. Gastgeber Gianni Biasutti, CEO KWO, ging in seiner Gastrede auf die Verbindung von Natur, Tourismus und Energie ein. sag

## Milestone 2012: 92 Projekte wurden fristgerecht eingereicht

### Bewerbungen kamen aus der Deutschschweiz, der Romandie und dem Tessin.

Sabrina Jörg, Milestone-Projektleiterin, freut sich: für den diesjährigen «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» wurden 92 Projekte eingereicht. In der Kategorie «Herausragendes Projekt» sind es 73 Eingaben, 8 davon aus der Romandie und 3 aus dem Tessin. Um den Umweltpreis bewerben sich 10 Projektverfasser, 2 davon aus der Romandie. Für den Nachwuchspreis gingen 9 Projekte ein.

Als wichtigste Auszeichnung der Branche würdigt der Milestone seit über zwölf Jahren herausragende Leistungen, Projekte und Persönlichkeiten im Schweizer Tourismus. Nun ist die Jury unter dem Vorsitz von

Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes, gefordert. Weitere Jury-Mitglieder sind: Fiorenzo Fässler, Managing Director, Smarket AG; Harry John, Tourismusexperte; Barbara Rigassi, Managing Partner Bruggler und Partner AG; Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern. Am 27. September 2012 werden die nominierten Projekte in der htr hotelrevue vorgestellt. Die Preisverleihung findet am 13. November im Kursaal Bern statt. dst

**Alle Teilnehmer:**  
[www.htr-milestone.ch/de/milestones/teilnehmer.html](http://www.htr-milestone.ch/de/milestones/teilnehmer.html)

## Aus der Region

### Berner Oberland

## «Hirschen» in Gunten für 16 Mio. zum Verkauf

Die indischen Investoren der Firma Swiss Dreams Hotel, die das seit fünf Jahren geschlossene 4-Sterne-Hotel eigentlich renovieren wollten, stellen es nun auf Verhandlungsbasis von 16 Mio. Franken zum Verkauf. Zum «Hirschen»-Besitz gehört nebst dem Hotelgebäude am See auch ein Personalhaus und ein Dienstgebäude auf der anderen Strassenseite, zudem die frühere Direktorenvilla nordwestlich des Hotels, und das Hirschen-Bedli. Die Baubewilligung läuft laut «Berner Zeitung» im Oktober ab.

## Publikumsrekord: 83 000 sahen «Titanic» sinken



ZVG

Das Musical «Titanic» war für die Thunerseespiele ein Publikumserfolg. 83 000 Personen sahen sich die Geschichte vom sinkenden Ozeanriesen zwischen Anfang Juli und Ende August an – so viele wie noch nie auf der Thuner Seebühne. Den Erfolg erklären sich die Verantwortlichen mit der gelungenen Inszenierung des Broadway-Musicals durch Regisseur Max Sieber. Zwei Wochen nach Start waren praktisch alle Ausführungen ausverkauft.

## Bauprojekt für Resort am Hasliberg

Bis 2015 soll das Hotel-Resort Wasserwendi realisiert werden. Im terrassenartigen Unterbau des bestehenden Hotels sollen laut Baueingabe 26 Appartements entstehen, die zwar verkauft, aber auch ganzjährig vermietet werden sollen. Die Bauherrschaft will hier 14 Mio. Franken investieren. Für weitere 12 Mio. sollen zudem vier Mehrfamilien-Chalets mit je vier Wohnungen sowie zwei Einfamilienchalets gebaut werden. Auch hier ist laut «Jungfrau Zeitung» vorgesehen, die Liegenschaften zu verkaufen und durch das Hotel bewirtschaften zu lassen.

## Rundweg am Thunersee: zwei Hängebrücken



ZVG

Am letzten Freitag wurde die 144 Meter lange Hängebrücke über den Spissibach in Leissigen offiziell eingeweiht. Sie gehört zum 56 km langen Panoramaweg-Projekt rund um den Thunersee, mit fünf weiteren Hängebrücken. Die zweite, bei Sigriswil soll im Oktober fertig sein: 340 Meter lang und 180 Meter über der Gummischlucht wird die Hängebrücke die Dörfer Aeschlen und Sigriswil verbinden. Diese Brücke wird auch als Schulweg dienen. Die Seile sind gespannt. kjv