

Hohe Qualität zu tiefen Preisen



Die nächste Sommersaison wird spannend: Viele Schweizerinnen und Schweizer mussten seit letztem März die geplanten Strandferien oder ihre Reise nach Übersee absagen. Dafür entdeckten sie das eigene Land – allen Regionen voran die Voralpen und Alpen. Wie viele von ihnen werden hier auch im Winter und im nächsten Sommer und Herbst die schönsten Tage des Jahres verbringen? Sicher ist: Jede Prognose ist heute falsch. Sicher ist ebenfalls, dass es nach dem Ende der Pandemie-Reiseeinschränkungen nur dann Wiederholer gibt, wenn wir uns nicht auf den Lorbeeren der letzten Monate, die dank Schweizer Gästen mehr oder weniger glimpflich abgelaufen sind, ausruhen.

Vieles haben dieses Jahr die einheimischen Tourismusverantwortlichen unternommen, um den einheimischen Gästen das eigene Land als attraktives Ferienziel zu präsentieren. Sie vermelden nun respektable Erfolge. Wie aber kann dieser Schwung erhalten bleiben? Wie schaffen wir es, die fehlenden Gäste aus ganz Europa und Übersee durch den Binnentourismus zu langfristigem Florieren zu bringen? Hans Peter Danuser, der legendäre St. Moritzer Touristiker, hat es in einem kürzlich veröffentlichten Interview mit der «Neuen Zürcher Zeitung» auf den Punkt gebracht: «Wir müssen die Qualität weiter hoch halten, aber zu konkurrenzfähigen Preisen. Und wir müssen innovativer werden in der Bewirtschaftung der bestehenden Gästesegmente.»

Wir alle kennen das Credo: «Qualität hat ihren Preis.» Wird dieses nicht allzu oft einfach als Entschuldigung dafür gebraucht, unser hohes Kostenniveau zu rechtfertigen? Dabei läuft das Preis-Leistungs-Verhältnis aus dem Ruder – besonders im Vergleich mit Destinatio-

nen im Mittelmeerraum und auch in den Nachbarländern. Am Preis unserer Leistungen müssen wir in den nächsten Monaten arbeiten, wollen wir die Schweizer Gäste auch über die von Corona bestimmten Zeiten hinaus von Ferien im eigenen Land überzeugen, begeistern und schliesslich als Stammkunden gewinnen. Dabei gibt es schon viele gute Ansätze sowohl in der Hotellerie als auch bei den Dienstleistungen vor Ort.

Gerne erinnere ich mich an die All-inclusive-Familienangebote in einem Viersternhaus im Berner Oberland, in denen für 35 Franken pro Tag die Unterkunft der Kinder im Elternzimmer, Verpflegung, Skimiete, Transfer zur Skischule und Skischulunterricht eingeschlossen waren. Zu den guten Ansätzen, die Gesamtkosten für Ferien in der Schweiz in den Griff zu bekommen, gehören beispielsweise die kostenlosen oder in den Bergbahna-bos eingeschlossenen lokalen öffentlichen Verkehrsmittel.

Innovativer sollte auch die Gastronomie werden: Ältere Menschen und Familien mit kleinen Kindern essen früher als junge Paare oder Gäste aus lateinischen Ländern: also abends mit dem gleichen Küchen- und Serviceteam zwei Services anbieten. Den ersten etwa ab 18 Uhr mit deutlich reduzierten, also für viele zum Auswärtsessen erschwinglichen Preisen. Dieser Ansatz gewinnt zunehmend an Bedeutung, weil die Parahotellerie – Campingplätze, Ferienhäuser und Ferienwohnungen – immer beliebter wird. Für den Restaurateur oder die Wirtin ändert sich an den Fixkosten nichts, aber in ihrer Kasse klingelt es zusätzlich.

KURT METZ

MAIL@KURTMETZ.CH