

Mehr «Stallgeruch» im Hotel!

Die ungleichen Voraussetzungen der «neuen» Mitbewerber der Hotellerie wie Airbnb, Housetrip oder Homeaway lassen die Branche sich erzürnen. Die den Portalen vorgehaltenen Wettbewerbsvorteile sind immer stärker ein Thema der gesamten Hotellerie – aber auch der Öffentlichkeit. Ja, die Vermieter bezahlen keine Mehrwertsteuer, aber realisieren diese auch die notwendigen, professionellen Umsätze für die Mehrwertsteuerpflicht?

Die Vermieter bezahlen also keine Steuern auf den Einnahmen, eine wohl berechnete Annahme. Aber man könnte das Einkommen auch deklarieren. Die Vermieter bezahlen keine Tourismusabgaben, aber die Gesetze haben solche (neuen) Produkte gar nicht vorgesehen. Dazu kommen noch die Vorwürfe von ungenügender Einhaltung der Hygiene- und Sicherheitsvorschriften und die Tatsache, dass die Vermieter gar keine Swico-Gebühren bezahlen, wenn die Gäste vielleicht sogar fernsehen. Eine Frechheit? Die Vermieter vermieten Räume in der Untermiete, was laut Mietvertrag eigentlich verboten wäre. Ist das so schlimm?

Airbnb wird in diesem Jahr die Intercontinental Hotel Group und Hilton vom Spitzenplatz der grössten Hotel-Ketten der Welt verdrängen – wenn man Airbnb als Kette betrachtet. Wenn es also um Zimmerkapazitäten und Übernachtungen geht, wird Airbnb die erwähnten Hotel-Ketten überflügeln, ohne auch nur ein Zimmer selbst zu besitzen. Die Hotel-Branche reagiert – zu Recht – und verlangt, dass alle Bettenanbieter unter gleichen Voraussetzungen und mit gleichen Massstäben am Markt operieren müssen.

Aber, liebe Hotel-Branche, so gross sind die Differenzen ja gar nicht – und wir könnten von diesen neuen und momentan erfolgreichen «Produkten» auch eine Menge lernen. Wir sollten eben «unseren Stall» auch mal misten! Natürlich sollten wir uns, wo gefordert, auch wehren. Wichtig scheint mir vor allem, dass die

Betriebe steuerlich erfasst und rechtlich gleichbehandelt werden. Zudem sollten sie auch Tourismusabgaben entrichten.

Was der Hotellerie längerfristig wirklich schaden kann, ist die Vermietung von leeren Apartments über die erwähnten Portale. Die Immobilienbranche hat die neuen Geschäftsmodelle entdeckt. Bereits heute machen bei Airbnb die leeren Apartments, je nach Stadt und Aufenthaltsdauer, 35 bis 50 Prozent der Angebote aus. Damit macht das Portal selbst einen Fehler, da so die wichtigen USPs (persönlich, Stimmung, Kultur) verloren gehen.

Jetzt hat sich ein neuer, interessanter «Player» auf dem Markt positioniert: das Portal Housetrip mit Wurzeln in der Schweiz, gegründet im Jahr 2009 von zwei Absolventen der Hotel-Fachschule Lausanne,

DER AUTOR André Gribi ist Touristik- und Hotellerie-Experte und arbeitet als Managing Partner bei der renommierten Beratungsfirma Kohl & Partner (Schweiz).
andre.gribi@kohl-int.ch

finanziert von einem Venture Capital Fund, mit bereits mehr als 235 000 Einträgen weltweit – davon 500 allein in der Schweiz. Das wird noch spannend!

Was lernen wir Hoteliers aus dem durchschlagenden Erfolg dieser neuen Übernachtungsformen? Der Gast will authentische Highlights erleben, er will Einheimische kennenlernen, er will Kulturen und persönliche, nicht kopierbare Erlebnisse erfahren. Bieten wir dies als Hoteliers genügend? Sind wir «crazy» genug oder vielleicht etwas langweilig? Will der Gast mehr Unterhaltung?

Es ist an der Zeit, dass sich der Hotelier wirklich überlegt, warum ein Kunde auf eine solche neue Reise- und Übernachtungsform umsteigt. Es ist allerdings nicht nur der Preis! Es ist ein «Aufschrei» zu mehr Unterhaltung, zu mehr Kommunikation!

Liebe Hoteliers, machen Sie das Thema an der nächsten Kadersitzung zum Thema! Fragen Sie sich, wie Sie den Gästen mehr Unterhaltung und Erlebnis bieten können! Sie möchten ein Beispiel? Die «Privat Lodge» auf der Lenzerheide bekocht die Gäste im eigenen Apartment – aber nicht vom eigenen Restaurantkoch! Die Gäste können aus sechs einheimischen Privatpersonen auswählen – vom jungen Hobbykoch bis zur Grossmutter vom nahen Bauernhof. Die Köche kochen dann im Apartment ihre Liebesspeisen – nicht die Liebesspeisen der Gäste! Auch wenn so die direkte Wertschöpfung im Hotel reduziert wird – das Erlebnis führt zu einem positiven Urlaubsgefühl. Der Gast fühlt sich zu Hause und kommt wieder.

Ist Airbnb & Co. nur ein «Aufschrei» der jungen Generation? Nein. Auch Business-Leute fliegen easyJet. Auch ältere Leute kommunizieren über Facebook. Die neuen Übernachtungsangebote werden künftig vor allem eine Konkurrenz für die Para-Hotellerie und die Ein- und Zweisterne-Hotels sein.

Während im Ausland einige Städte rechtliche Massnahmen gegen die neuen Portale eingeleitet haben, um einen Wettbewerbsgleichstand herbeizuführen, ist es in der Schweiz noch ruhig um dieses Thema. Hotelleriesuisse hat im letzten November Stellung genommen und diverse Verbände angeschrieben. Wir warten gespannt auf die Reaktionen. Berlin erhebt seit dem 1. Januar 2014 eine Steuer von 5 Prozent, und in Österreich dürfen nur lizenzierte Wohnungen vermietet werden. New York hat die Steuerbehörden auf die Vermieter angesetzt und Bussen ausgesprochen. Städte wie Hamburg oder Amsterdam, die zu viel reglementieren wollten, wurden jedoch von den Gerichten zurückgepfiffen. Die richtigen Aktivitäten werden zweifellos Wirkung zeigen, jedoch die neuen Portale (zu Recht) nicht vom Markt drängen. Da kann ich Ihnen, liebe Hoteliers, nur raten: Werden Sie noch authentischer! Sorgen Sie dafür, dass der «Stallgeruch» in Ihrem Hotel stimmt!

