

Aussichten. Neue Hotels. Die Datenbank Tophotelprojects ortet für die Schweiz in diesem Jahr 18 neue Häuser mit insgesamt 2196 Zimmern. Allein in Zürich entstehen über 500 neue Hotelbetten.

Zürich erhält 500 neue Betten

Ein heisser August in Zürich. Ikonen, die wachgeküsst werden, eine erstarkende Markenhotellerie: Das sind die wichtigsten Neuigkeiten im neuen Schweizer Hotel-Jahr.

ANDREAS GÜNTERT

Sie ist mit Kosten von 24 Millionen Franken nicht die teuerste Hotel-Eröffnung des Jahres. Und er ist auch nicht der Übernachtungs-Tempel mit den meisten Betten. Trotzdem: Was sich im August 2011 auf dem Zürcher Hürlimann-Areal zeigen wird, hat das Zeug zum spektakulärsten Schweizer Opening 2011: Das 4-Sterne-Boutique-Hotel B2 mit seinen 51 Zimmern, 9 Suiten und 2 Boardrooms. Hohe Zimmerdecken, die Lage gleich neben dem Google-Hauptquartier und historisches Erbe sorgen wohl für den Wow-Effekt: «Auf alten Stichen der Brauerei sieht man, dass vor über hundert Jahren schon Leute hier übernachtet haben», sagt Martin Emch von der Turicum Hotel Ma-

nagement, die das Projekt leitet. Die Detail-Vorbereitungen laufen: «Die 30000 Bücher, die Bibliothek und Frühstücksraum schmücken», sagt Emch, «sind bereits eingelagert». Das zweite wichtigste Zürcher Opening ist das Renaissance Zürich Tower Hotel, auf elf Etagen im 200 Millionen Franken teuren und 81 Meter hohen Mobimo Tower untergebracht, öffnet ebenfalls im August, mit 300 Zimmern. Beim Stadion Letzigrund, soll bereits im Februar das Ramada Hotel Zürich City mit 159 Zimmern öffnen.

Verkraftet die Limmatstadt das Wachstum?

In der Stadt Zürich, die Ende 2009 insgesamt 7067 Hotelzimmer anbot, kommen also 2011 über 500 neue Zimmer – mehr als 7 Prozent – hinzu. Kann Zürich das schlucken? Experten glauben es. Die Faustregel: Wenn eine City trotz wachsender Kapazitäten ihre durchschnittliche Auslastung stabil halten kann – im Fall von Zürich sind es im Jahresschnitt über 70 Prozent – ist das Wachstum gesund. Was jedoch auch heissen kann, dass sich Hoteliers in flauen Zeiten ihre Auslastung mit der Preis-Axt erkämpfen müssen.

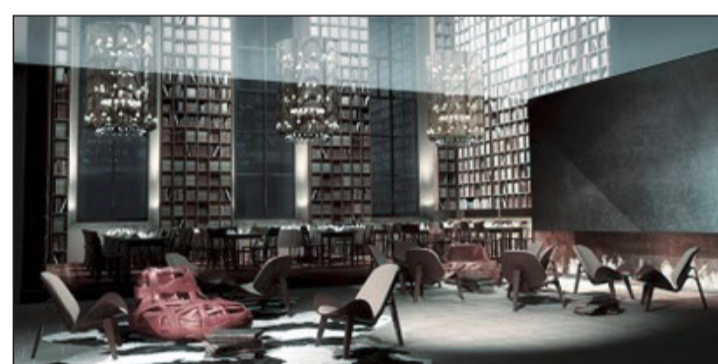
«Internationale Experten sehen weiteren Nachholbedarf für die Markenhotellerie.»

Das spannendste Objekt in der Ferienhotellerie wird 2011 wohl die Frutt Lodge. In Melchsee-Frutt, werden insgesamt 110 Millionen Franken investiert, das Herzstück ist das Vier-Sterne-Haus Frutt Lodge & Spa mit 58 Zimmern und 3 Suiten. In einer Region, die bisher vor allem Wanderer schätzen, ist auch die 900-Quadratmeter-Wellnesszone eine grosse Neuigkeit.

Auch die Accor-Gruppe eröffnet drei Hotels

Neben spektakulären Neubauten bringt 2011 auch zwei Ikonen der Schweizer Hotellerie wieder zum Erleuchten. Im April wird der Berner «Schweizerhof» wachgeküsst; 45 Millionen Franken hat sich die katarische Gruppe QDHP Swiss Management das Facelifting des 100-Zimmer-Hauses kosten lassen. Hoch über dem Zürichsee, in Rüslikon, wird das Belvoir nach 21-monatiger Umbauzeit am 2. April wieder öffnen. Das ehemalige 26-Zimmer-Haus wird für 28 Millionen Franken zum Viersterner mit 60 Zimmern.

Ebenfalls im Vorwärtsgang für 2011 ist die genormte Markenhotellerie. Die Accor-Gruppe öffnet ein Ibis in Delsberg (78 Zimmer, März), in Lausanne-Bussigny wird anstelle des Formule-1-Konzepts neu ein Etap errichtet (116 Zimmer, April), in Bulle öffnet ein weiteres Ibis im Juni (80 Zimmer). Die Franzosen lassen sich ihre drei Schweizer Openings 2011 gegen 30 Millionen Franken kosten. Internationale Experten sehen weiter Nachholbedarf für die Markenhotellerie, die in der Schweiz weniger stark als im umliegenden Ausland vom Markt partizipiert. Die Perlen aber, die am hellsten leuchten, werden auch 2011 die individuell geführten Häuser sein, die Swissness pur verströmen.



So ist die Lobby im neuen B2 Hotel auf dem Hürlimann-Areal geplant. zvg



Fotolia/Montage two

2011 werden in der Schweiz mehrere Hotels eröffnet: unter anderem der Mobimo-Tower in Zürich und der Schweizerhof in Bern.

«In der Schweiz tut sich eine ganze Menge»

Die deutsche Datenbank Tophotelprojects verfolgt Hotelprojekte weltweit systematisch. Firmensprecher Carsten Hennig sieht 2011 als ordentlichen Jahrgang.

ANDREAS GÜNTERT

Carsten Hennig, Pessimisten fürchten sich 2011 vor Währungsmisere und Stotter-Konjunktur. Was zeigt Ihr Projekt-Radar?

Wir sehen keine Flaute der Hotelmärkte, allenfalls einen leicht abgeflachten Zuwachs. Von Investitions-Stau ist bei den Hotelprojekten jedenfalls nichts zu spüren, auch nicht in Dubai



Carsten Hennig von Tophotelprojects sieht keine Flaute. zvg

oder im kriselnden Südeuropa. Gemäss heutigem Stand öffnen 2011 weltweit 2018 Hotels im Vier- und Fünfsternebereich,

das sind total 444 600 neue Zimmer. Allein in Shanghai, das 2010 im Vorfeld der Weltausstellung schon einen gewaltigen Hotel-Boom erlebte, kommen dieses Jahr weitere 16 grosse Vier- und Fünfsternehäuser mit 5759 Zimmern auf den Markt. Mit insgesamt 826 Projekten und 220 348 Zimmern ist Asien in puncto Hotelwachstum so wieso der mit Abstand stärkste Kontinent, weit vor Nordamerika und Europa.

Wie ermitteln Sie diese Zahlen?

In unserer internationalen Datenbank teilen wir Hotelprojekte in sieben Stufen ein. Ab Stufe zwei, wenn eine Machbarkeitsstudie vorliegt, kommt ein Pro-

jekt auf unseren Radar. Per Studium von Presse-Clippings, Bau-Ausschreibungen, Bau-datenkennzahlen und eigenen Recherchen bei den Projektentwicklern halten wir uns weltweit auf dem Laufenden.

Wie sieht es 2011 in der Schweiz aus?

In Deutschland, Österreich und der Schweiz graben wir etwas tiefer und ermitteln Hotel-Projekte schon ab zwei Sternen. Für die Schweiz kommen wir im Jahr 2011 auf 18 neue Häuser mit insgesamt 2196 Zimmern. Gemessen an einem Markt, der schon gut ausgebaut ist, ist das doch eine starke Zahl. In der Schweiz tut sich also eine ganze Menge.

Welche Hotel-Trends stufen Sie weltweit als relevant ein?

Uns fallen drei starke Strömungen auf. Wichtiger wird «Eco-Luxury», also hochstehende Hotels, die umweltschonend gebaut sind, und Erlebnisse, die auf nachhaltige Weise wirken. Dann sehen wir einen starken kommenden Markt: Afrika. Der Kontinent, der bisher – mit Ausnahme von Ägypten, Kenia und Südafrika – eher vernachlässigt wurde, wächst. 2011 öffnen im Vier- und Fünfsternebereich 91 neue Hotels mit 21 727 Zimmern, vor allem Nigeria boomt. Als dritten Trend stufe ich das starke Wachstum von Zweit- und Drittmarken grosser Ketten ein, so wie All Seasons von Accor oder Hiltons Garden Inns.

Zunehmend machen sich asiatische und arabische Player wie Shangri-La, Mandarin Oriental und Jumeirah in Städten in Europa breit.

Wenn man in einem Markt wirklich etwas bewegen will, braucht es neue, unverwechselbare Konzepte und Marken. Zwangsläufig kommen Investoren auf asiatische Brands. Weil diese bezüglich Service-Qualität und Gäste-Erlebnis derzeit die Klassenbesten sind.

ANZEIGE

Valentine's
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkoher
Was hält länger?
www.berthsch-valentine.ch