

Datum: 16.05.2015

immobilia



SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²

FOKUS • SPEZIALIMMOBILIEN



«WIR INVESTIEREN IN TROPHY- HOTELS»

Ein Gespräch mit Bruno H. Schöpfer,
Managing Director der Katara Hospitality Ltd.,
über das Besondere der Schweizer
Hotellerie und das Konzept des neuen
Bürgenstock-Resorts, das 2017 eröffnet wird.

ARGUS 
MEDIENBEOBACHTUNG

Medienbeobachtung
Medienanalyse
Informationsmanagement
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01
www.argus.ch

Argus Ref.: 57889743
Ausschnitt Seite: 1/8



SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²

DIETMAR KNOPF* ●.....

–Die Schweizer Hotellerie befindet sich im Moment in einer schwierigen Situation. Viele sprechen von einem einschneidenden Umbruch. Gilt das auch für die 5-Sterne-Hotellerie?

–Ich bin der Meinung, dass der grosse Knall noch kommt. Erst im Sommer werden wir die Auswirkungen der Aufhebung des Euro-Mindestkurses spüren. Im Januar hatten die meisten Familien ihre Ferien bereits gebucht. Doch jetzt schauen sich die Konsumenten das Preisgefüge genauer an. Kein Land kann eine Währungsveränderung in dieser Höhe einfach verkraften.

–Hat Sie die neue Situation mit dem Franken zu Umplanungen gezwungen?

–Nein. Ich habe schon andere Krisen überstanden. Ausserdem waren wir bereits während der Planung des Bürgenstock-Resorts auf dieses Problem vorbereitet. Dies war der Grund, warum wir fünf Geschäftssegmente aufbauen: ein Meeting-Segment, ein Residenz-Segment, den traditionellen Tourismusbereich, ein Kur-Segment und die Tagesbesucher. Wir möchten unser Geschäft diversifizieren. Wir wollen auch Gäste, die trotz Nebel und Regen zu uns auf den Bürgenberg kommen, also beispielsweise das Konferenz- und Medizinsegment nutzen. Wobei ich betonen möchte, dass wir





SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²

kein Spital sind, sondern uns im Bereich der Rekonvaleszenz und der Prophylaxe positionieren. Im Medizinsegment rechnen wir mit 80% Schweizer Besuchern. Über die gesamte Anlage verteilt rechnen wir pro Jahr mit 50% Schweizer Kundschaft und 50% ausländischen Gästen. Es geht uns darum, USP, also Alleinstellungsmerkmale, zu schaffen, die unsere Produkte einmalig machen. Nur dann werden wir am Ende gebucht und enden nicht so wie das Waldhaus Flims.

– Was ist mit dem Waldhaus Flims passiert?

–Das Waldhaus Flims ist eines der ersten 5-Sterne-Hotels, das leider Konkurs anmelden musste. Aber das scheint erst der Anfang zu sein. Es wird noch weitere Hotels geben, welche in die gleiche Situation geraten.

– Was sollten andere Hotels besser machen?

–Ich bin der Meinung, dass wir es als Hoteliers noch nicht gelernt haben, die Politik für

uns einzusetzen. Und ich glaube, wir haben zu lange eine Kuschelpolitik betrieben. Man muss die Bedeutung des Tourismus verstehen. Er hat eine viel grössere Nachhaltigkeit als jeder andere Wirtschaftssektor. Kein anderer Wirtschaftszweig bringt es fertig, zusätzlich 40% bei Drittlieferanten umzusetzen. Das müsste der Bevölkerung genauer kommuniziert werden. Eine Fabrik ins Ausland zu verlagern, ist weniger schlimm, als ein grosses Hotel zu verlieren. Da steckt viel mehr Wertschöpfung drin.

– Wie genau geht die Rechnung mit den 40%?

–Ich geben Ihnen ein Beispiel: Im dritten Betriebsjahr rechnen wir im Bürgenstock Resort mit 100 Mio. CHF Umsatz. Dazu wird das Resort indirekt bei Dritten zusätzlich 40 Mio. CHF Wertschöpfung generieren. Das heisst, beispielsweise Bäcker, Metzger oder Taxifahrer beziehungsweise die benachbarten Restaurants oder die Schifffahrtsgesellschaft profitieren davon. Diese Zahlen sind fundiert. Erhoben wur-



• **BIOGRAPHIE**

BRUNO H. SCHÖPFER

Jahrgang 1955, ist einer der erfolgreichsten Hotelmanager der Schweiz. Er stand in Diensten der Mandarin Oriental Hotels, später führte er als CEO die Mövenpick-Gruppe – und jetzt realisiert er im Auftrag des Staates Katar mehrere exklusive Hotelprojekte auf dem Bürgenstock. ●



» Das Strukturproblem der Schweizer Hotellerie ist, dass es grundsätzlich zu viele kleine Betriebe gibt.«

BRUNO H. SCHÖPFER

den sie von Ökonomen des BAK Basel in einer Studie. Diese wurde vom Regierungsrat des Kantons Nidwalden in Auftrag gegeben. Konkret sagt die Studie: 800 Arbeitsplätze werden im Resort geschaffen, 300 weitere entstehen bei Dritt-Unternehmen in der näheren Umgebung.

– Was bedeutet das für den Kanton Nidwalden?

– Wenn 2017 das Resort eröffnet wird, sind wir der zweitgrösste Arbeitgeber im Kanton Nidwalden. Dazu kommt, dass wir die Zahl der gehobenen Hotel-Betten um den Vierwaldstätter See verdoppeln werden. Das ist eine wichtige Mitteilung an Kongress-Organisatoren. Sie erhalten neue Gestaltungsmöglichkeiten, und die Region Zentralschweiz gewinnt als Tagungsort an Attraktivität. Wenn heute ein grosser Kongress in Luzern stattfindet, müssen die Gäste oft bis nach Sursee oder gar Wolhusen ausweichen. Mit unseren 400 Zimmern kreieren wir ein zusätzliches 5-Sterne-Luxus und 4-Sterne-Angebot.

– Wie ist die Grösse des Resorts entstanden?

– Die Grösse ist nicht durch uns entstanden, sondern ergab sich aus der Geschichte. Schon vor unserem Umbau war das Bürgenstock-Resort eines der grössten in Europa. Grundsätzlich bauen

wir nicht mehr Gebäude, als es früher bereits gab, sondern wir sind im Trend und verdichten.

– War die Grösse notwendig, damit sich die Investition amortisiert?

– Im heutigen Tourismus spielt die Hotelgrösse eine entscheidende Rolle. Das Strukturproblem der Schweizer Hotellerie ist, dass es grundsätzlich zu viele kleine Betriebe gibt. Mit anderen Worten: Wenn sie einen Blick auf die Hotels in Asien und Amerika werfen, sehen Sie, dass diese Häuser rund dreimal grösser sind als ein Durchschnitts-Hotel in der Schweiz. Wir sind ein kleines Land – mit der höchsten Kostenstruktur der Welt. Dies bedeutet, alle Prozesse müssen möglichst rational ablaufen. Ein Beispiel: Der Generaldirektor eines 100-Zimmer-Hotels will denselben Lohn wie derjenige eines 150-Zimmer-Hauses. Das gleiche gilt für den Küchenchef und die Gouvernante. Gute Leute kosten gleich viel. Ich kann einem Direktor nicht sagen, dass er nur die Hälfte seines Lohnes bekommt, nur weil er ein Hotel mit 75 Zimmern leitet. Ausserdem werden Infrastrukturinvestitionen wie Gastronomie, Spa, Golf oder Tennis mit einer grösseren Zimmeranzahl effizienter.

– Heisst das, eine Rationalisierung ist nur in grossen Hotels möglich?

– Ja, das stimmt meistens. Die Marketingkosten wie beispielsweise Buchunggebühren bleiben gleich, egal ob ich ein Hotel



SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²

» Ich bin der Meinung, dass wir es als Hoteliers noch nicht gelernt haben, die Politik für uns einzusetzen.«

BRUNO H. SCHÖPFER

mit 100 oder 400 Zimmern betreibe. Nehmen wir als Beispiel die Haustechnik. Ob ich die Kälteerzeugung für ein 100- oder 200-Zimmer-Hotel baue, macht keinen grossen Investitionsunterschied, denn das grössere Hotel kostet nicht das Doppelte.

Oder die Wäscherei: Ich kann mit der gleichen Anzahl von Waschmaschinen beide Hotelgrössen gleich gut bedienen. Also, der Rationalisierungsgedanke spielt in unserem Bereich in jedem Segment eine grosse Rolle. Mit mehr Volumen bekommt man bessere Preise. Je mehr Zimmer man hat, desto billiger kann man einkaufen.

– Wenn man es versucht, auf eine Formel zu bringen, könnte man dann sagen: Je grösser ein Hotel ist, desto konkurrenzfähiger ist man zu den benachbarten EU-Ländern?

– Ich würde es nicht nur auf die EU-Länder beziehen, sondern aus einer globalen Perspektive betrachten. Unsere Konkurrenz ist nicht in der Schweiz, sondern auf der ganzen Welt.

– Die Katara Hospitality Ltd. investiert rund 500 Mio.

CHF in das Bürgenstock Resort. Lässt sich diese Summe aus dem Betrieb überhaupt amortisieren, oder gibt es eine andere Investitionsrechnung?

– Sicher. Wir rechnen nach drei bis vier Jahren mit einem Umsatz von 100 Mio. CHF.

Dieser Umsatz verteilt sich auf unsere fünf Geschäftssegmente.

– Was bewegt die Katara Hospitality Ltd. als weltweit tätigen Konzern mit Sitz in Katar, hier in der Zentralschweiz zu investieren?

– Die Katara ist eine Investmentfirma, die weltweit investiert. Dazu gehören so bekannte Häuser wie das Le Royal Monceau Raffles Paris oder das Luxury Collection Hotel Gallia in Mailand. Wir sind für Katara ein Diversifizierungsfaktor.

– Nach welchen Kriterien investiert die Katara Hospitality Ltd.?

– Man investiert in einmalige Gebäude an hervorragenden Standorten. In der Hotelsprache nennt sich das Trophy-Hotels. Wir konzentrieren uns vor allem auf 5-Sterne-Häuser.

– 2014 wurde das geplante Ressort mit dem Schweizer «Real Estate Award» in der Kategorie Projektentwicklung

Datum: 16.05.2015

immobilia



SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²





SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²



ausgezeichnet. Können Sie das Konzept kurz beschreiben?

–Ja, eine Fachjury hat uns diese Auszeichnung für den Entwicklungsprozess verliehen. Das Hotelkonzept entwickelten wir gemeinsam mit mehreren Wettbewerbern. Wir wollten die Tradition fortführen, dass auf dem Bürgenberg nur die besten Architekten planen. Aus diesem Grund entschieden wir uns auch dafür, alle historischen Gebäude freiwillig zu schützen. Zudem war uns wichtig, dass jedes Haus ein eigenes Charisma erhält. Deshalb haben wir für jedes Gebäude einen separaten Architekturwettbewerb ausgeschrieben.

–Herzstück des Ökologie-Konzepts ist die Energiegewinnung aus Seewasser. Erklären Sie bitte das Prinzip.

–Das Wasser-Konzept haben wir im Sinne der Gründer erneuert. Wir heizen und kühlen mit Seewasser und brauchen so keine fossile Energie. Ausserdem nutzen wir das Seewasser für die Bewässerung der Golfanlage, der Umgebung und für alle Schwimmbecken. Am Ende des Kreislaufs fällt das Wasser wieder 350 Meter hinunter in den Vierwaldstättersee. Mit dieser Fallgeschwindigkeit erzeugen wir Strom mithilfe eines Generators.

–Was gehört noch zum

Ökologie-Konzept?

–Den Aushub aus hochwertigem Felsgestein konnten wir für den Bau unserer 1,4 Kilometer langen Servicestrasse verwenden.

Ausserdem konnten wir mit dem Aushubmaterial den Golfplatz und die Driving Range anlegen. Wir mussten deshalb nur Sand und Zement transportieren. Ein weiterer Punkt ist die Fassade des Waldhotels, die aus Gabionen und Tannenholz aus den umliegenden Wäldern besteht. Mit diesem Konzept sparen wir ungefähr 10 000 Lastwagenfahrten, die rund neunmal um die Welt geführt hätten. So wird es möglich sein, das Bürgenstock Resort weitgehend CO₂-neutral zu betreiben.

–Welche besonderen Herausforderungen gibt es beim Bau des neuen Bürgenstock Resorts?

–Eine grosse Herausforderung ist die Logistik der Baustelle, da wir hier oben auf dem Bergkamm sehr wenig Platz haben. Deshalb mussten wir zuerst die Servicestrasse errichten, damit der Baustellenverkehr praktikabel abgewickelt werden kann. Dazu kommt der harte Felsboden, den wir nur durch Sprengungen auslösen konnten. Eine andere Schwierigkeit ist die harmonische Verschmelzung von Alt und Neu. An



SVIT Schweiz
8005 Zürich
044/ 434 78 88
www.svit.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'083
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 276.004
Abo-Nr.: 1076021
Seite: 4
Fläche: 251'737 mm²

jedem Gebäude gibt es rund zehn Referenzpunkte, wo sich Bestands- und Neubauten berühren. Ein Beispiel: Wir verbinden das neue Bürgenstock-Hotel mit dem historischen Palace. Das heisst für uns, dass wir die alten Geschosshöhen übernehmen müssen. Eine andere Frage war: Wie kreieren wir zwei separate Welten für den Luxushotel-Gast und den Tagesausflügler? Dies erreichen wir mit zwei Höhenniveaus: die Zufahrt und die Hotelhalle befinden sich auf dem unteren Niveau. Darüber liegt die Piazza, auf der sich überwiegend Wanderer und Tagestouristen bewegen.

Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit den Behörden erlebt?

Die Zusammenarbeit war mustergültig. Der Regierungen von Ennetbürgen und Stansstad haben uns immer unterstützt.

Das neue Resort soll Anfang 2017 eröffnet werden. Wie liegen Sie im Zeitplan?

Wir sind auf Kurs. Das neue Bürgenstock Resort wird im Sommer 2017 eröffnet. ●



DIETMAR KNOPF

Der diplomierte Architekt ist Redaktor der Zeitschrift Immobilia.

HOTELRESORT BÜRGENSTOCK – EIN ORT FÜR ALLE

Das neue Bürgenstock Resort soll ein Aushängeschild der Schweizer Hotellerie werden. Bis 2017 entsteht ein Resort, das sich in drei Zonen teilt:

- Residenzzone mit Hotelservice
- Hotel-, Spa-, Konferenz- und Tourismuszone
- «Healthy-Living»-Zone

Das Konzept wurde in Bezug auf die Saisonunabhängigkeit, die Märkte und das Angebot diversifiziert und steht auf fünf Pfeilern:

- Waldhotel mit «Healthy Living»
- Kongresse, Konferenzen und Bankette
- Hotelperlen mit einzigartigem Spa-Angebot
- Residence-Suiten mit Hotelservice
- Lokaltourismus – «Ein offenes Resort für alle»

Insgesamt entstehen

- 68 Residence-Suiten, total 16 000 m²
- Waldhotel – «Healthy Living», 160 Zimmer und Suiten im 5-Sterne-Standard
- Bürgenstock Hotel mit 102 Zimmern und Suiten im 5-Sterne-Superior-Standard
- Palace Konferenzhotel mit 108 Zimmern im 4-Sterne-Superior-Standard
- «Restaurant und Pension Taverne 1879» mit 12 Zimmern im 3-Sterne-Superior-Standard
- 10 000 m² Bürgenstock Alpine Spa (Magnet für alle Segmente)
- 2200 m² einmalige Tagungsräumlichkeiten
- Tagesbesucher-Attraktionen

THE BÜRGENSTOCK SELECTION

Das Bürgenstock Resort ist Teil der Bürgenstock Selection. Die Katara Hospitality Switzerland AG, mit Sitz in Zug, ist die Betreibergesellschaft für die Schweizer Hotels. Besitzerin ist die katarische Muttergesellschaft, die Katara Hospitality Ltd., Doha. Unter der Leitung von Managing Director Bruno H. Schöpfer entwickelt die Katara Hospitality Switzerland AG Hotel-Konzepte und renoviert, rekonstruiert und eröffnet die legendären Betriebe wieder. Zurzeit besteht das Portfolio aus dem Bürgenstock Resort, dem Hotel Schweizerhof in Bern und dem Hotel Royal Savoy in Lausanne, das im Sommer 2015 eröffnet wird. Das Hotel Schweizerhof wurde im Juni 2011 wieder eröffnet. Das gesamte Investitionsvolumen beträgt eine Mrd. CHF.