

1945 bis 2015: 70 Jahre Hotelgeschichte im Überblick

# «Ich stelle eine Verarmung fest»

**Christine Bachmann** Von den Boom-Jahren in der Nachkriegszeit, von der Kettenhotellerie, von Wachstum und Stagnation: Roland Flückiger äussert sich zu 70 Jahren Hotelgeschichte.

Roland Flückiger-Seiler ist Architekt sowie Architekturhistoriker und hat an der ETH studiert sowie promoviert. Er ist Autor von «Hotelträume», «Hotelpaläste» sowie «Berghotels» zur Geschichte von Hotellerie und Tourismus in der Schweiz. Zudem ist er Initiant verschiedener Aktivitäten im Umfeld historischer Hotels («Das historische Hotel des Jahres», «Swiss Historic Hotels» und «Hotelarchiv Schweiz»).

**GastroJournal:** 70 Jahre Hotelgeschichte zeigen deutlich (siehe Grafik): Während heute die Anzahl an Hotels ihren Tiefpunkt seit 1945 erreicht, ist die Anzahl der Betten massiv angestiegen. Woher kommt das?

**Roland Flückiger-Seiler:** Das kommt einerseits davon, dass nach dem 2. Weltkrieg viele grosse Betriebe, die während des Krieges von der Armee genutzt wurden, nicht in besagter Statistik auftauchen. Und andererseits davon, weil heute in der Hotellerie vermehrt auf grosse Betriebe mit vielen Betten gesetzt wird.

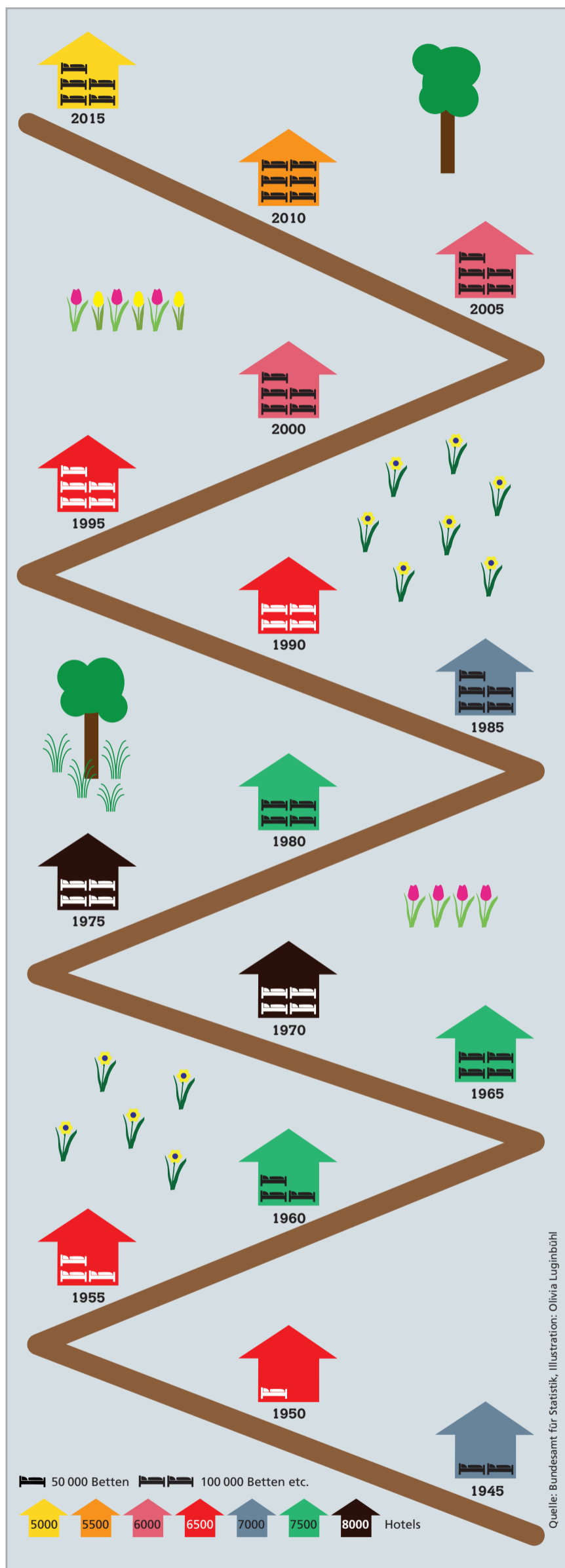
**«Die Anzahl der Hotels wird weiter abnehmen»**  
Roland Flückiger-Seiler

Wie kommen Sie darauf, dass die Anzahl der Betten nicht stimmen kann? Während des 2. Weltkrieges hat eine grosse Untersuchung stattgefunden: «Sanierung von Hotels und Kurorten». Der Bund hat hierfür Architekten losgeschickt, um von sämtlichen grösseren Kurorten und Hotels eine Bestandesaufnahme zu machen sowie festzuhalten, was an diesen verändert werden müsste, wenn es dazu käme. Konkret hat der Bund damit

**«Jeder, der in den 70er-Jahre innovativ war, machte ein Hotel auf»**

für die Zeit nach dem Krieg ein Arbeitsprogramm zusammengestellt. Denn man hat befürchtet, dass, wie bereits nach dem 1. Weltkrieg, wieder eine grosse Arbeitslosigkeit eintreten würde. Aufgrund dieser damals gemachten Untersuchung nehme ich an, dass mehr Hotelbetten vorhanden gewesen sein müssen, als die Statistik ausweist.

Ab 1960 steigt die Anzahl Betten dann kontinuierlich an ... Das ist typisch für die Nachkriegszeit, denn hier beginnen mit dem wirtschaftlichen Aufschwung die Boom-Jahre. Zudem ist es die Zeit, in der Ferien ein Thema werden. Die «Arbeiter»-Ferien sind ja eine Errungenschaft der Zwischenkriegszeit. Und damals hiessen Ferien eben nicht ab nach Mallorca oder in die Karibik, sondern ab in die Schweiz oder über den Gotthard in den Süden. Deshalb sind in die-



ser Zeitspanne sehr viele neue Hotels entstanden. Jeder, der in den 70er-Jahren innovativ war, machte ein Hotel auf – und es hat einfach funktioniert. Bis in die 80er hinein.

In der letzten Zeit haben wir eine Konzentration auf eher grosse Häuser. Die Tendenz ist heute ja, dass aus rein wirtschaftlichen Gründen gesagt wird, kleine Betriebe hätten keine Chance mehr. Aber erstaunlicherweise gibt es immer wieder kleinere Betriebe, die funktionieren. Einerseits weil sie eine Markt-

nische für sich entdeckt haben, andererseits, weil sie als familiäres Konstrukt funktionieren. Aber es ist schon so, dass die Konzentration auf grosse Betriebe sowie grosse Gesellschaften/Ketten zunimmt. Angefügt sei hier, dass grosse Betriebe sowie Kettenstrukturen auch schon im 19. Jahrhundert zu finden waren. Nur hat man damals noch nicht von einer Kette gesprochen. Denn es gab schon damals Hoteliers, die mehrere Hotels besaßen: Familie Seiler in Zermatt beispielsweise. Ab einem gewissen Zeitpunkt waren

80 Prozent der Zermatter Hotelbetten in ihrem Besitz.

Weshalb stagnierte nach den boomenden 80er-Jahren die Anzahl Häuser wieder?

Einerseits wegen der neuen Konzentration auf grössere Häuser und andererseits, weil viele der bestehenden Häuser, die in der Nachkriegszeit gebaut wurden, ins Alter gekommen sind. Renovationsbedarf war gegeben, aber die finanziellen Mittel, um diesen zu bezahlen, nicht vorhanden, da die meisten von der Hand in den Mund lebten und familiär keine Nachfolge hatten – und das ist ein Prozess, der immer noch läuft. Deshalb wird die Anzahl der Hotels in Zukunft noch weiter stark zurückgehen.

**«Die Zweitwohnungsinitiative ist ein Pferdefuss für kleine Betriebe»**

Was passiert mit diesen Häusern, die nicht mehr als Hotels genutzt werden? Sie werden abgerissen, verkauft, wenn die Substanz noch gut ist, oder eben umgenutzt. Letztes wird im Zusammenhang mit der Zweitwohnungsinitiative immer schwieriger. Denn im Gesetz heisst es ja, dass nur noch 50 Prozent des Hotels umgenutzt werden dürfen. Und das ist gerade für kleine Betriebe, die nicht mehr rentieren, ein Pferdefuss. Denn was mache ich mit den restlichen 50 Prozent? Da müsste es langfristig wohl eine grosszügigere Lösung für solche Betriebe geben, die in die Jahre gekommen sind.

**«Etwas Individuelles anbieten, statt im Fahrwasser mitzuschwimmen»**

Betrachten Sie die letzten 70 Jahre. Wie nehmen Sie als Historiker die Entwicklungen in der Hotellerie war?

Ich stelle eine Verarmung fest. Denn es gibt kaum noch Orte, in denen ich in einem Gasthaus einkehren oder übernachten kann: Die Bären, Löwen et cetera verschwinden kontinuierlich von der Bildfläche und das tut schon noch weh. Da ist in den letzten Jahren ein gewaltiger Wandel passiert. Was mir auch noch auffällt, ist, dass wir heute enorm Trends nachrennen. Da gibt es einen in der Branche, der mit etwas beginnt, und alle anderen eifern diesem nach.

Beispielsweise? Momentan ist ja in den Berggebieten der «Alpenchic» so in. Wobei eigentlich niemand so genau weiss, was das überhaupt ist: ein bisschen Holz, Felle – und schon passt es. Früher war alles viel langlebiger und qualitätsvoller. Heute wird je nach Mode und Trend einfach gewechselt. Manchmal ist es wirklich traurig, wie sich alles gleicht.

Was wäre besser? Etwas Individuelles anbieten, statt im Fahrwasser mitzuschwimmen. Dann hat der heutige Hotelier immer noch eine Chance. Aber das war schon im 19. Jahrhundert so. Und bei einem guten Hotelier läuft noch heute in den meisten Fällen ein Hotel gut, das beweisen unzählige Betriebe im ganzen Land.

## Bedeutung historischer Betriebe



Die Schweizer Hotelpioniere und ihre Betriebe haben Geschichte geschrieben – die bis heute andauert (siehe auch Artikel links). Stellvertretend dafür stehen unter anderem die über 50 Betriebe, die sich unter dem Dach der «Swiss Historic Hotels» zusammengeschlossen haben. Doch auch weltweit sind historische gastgewerbliche Betriebe breit vertreten, wie die Vereinigung Historic Hotels Worldwide zeigt. Diese kürt jeweils unter all ihren Betrieben das «Best Historic Hotel» in Europa. Nominiert hierfür sind sechs Hotels, darunter heuer auch eines aus der Schweiz: das Hotel Schweizerhof Luzern. «Mit unserer Nomination wird von dieser namhaften Institution unterstrichen, dass unser Weg, Historisches und Modernes zu verbinden, der Richtige ist», sagt Clemens Hunziker, Direktor des Schweizerhofs Luzern. Ob der Schweizerhof die begehrte Trophäe abholen darf, wird sich am 3. November zeigen, dann findet die Preisverleihung in Honolulu, Hawaii, statt.

## Auch nicht vor dem Konkurs gefeit

Hotels, die schliessen oder gar Konkurs anmelden müssen, davor ist auch die Luxushotellerie in der Schweiz nicht gefeit, wie unter anderem das Intercontinental Davos gezeigt hat. Nun ist ein weiterer Betrieb an der Reihe: Das 5-Sterne-Haus Crans Ambassador in Crans-Montana geht in Konkurs, nachdem das Walliser Kantonsgericht einen Rekurs der Betreiberfirma abwies. Bereits 2005 war das Hotel bankrott und musste für zwei Jahre seine Türen schliessen. Danach wurde es von der Normaah Ambassador SA für 15,6 Millionen Franken übernommen, hinter der namentlich Jean-Mehdi Azuelos steht. Dieser hofft nun einen Nachmieter für den Betrieb zu finden, damit das Hotel auf Dezember seine Türen wieder öffnen kann.

## Beliebtste Zahlungsmethoden



Die beliebteste Zahlungsmethode weltweit war bei Reisenden bis anhin die Kredit- und Debitkarte. Eine Befragung des amerikanischen Zahlungsdienstleisters Worldpay, an der rund 12 000 Personen in sechs Ländern befragt wurden, hat nun aber gezeigt, dass Gäste alternative Zahlungsmittel mehr denn je begrüssen. Denn während Gäste aus den Vereinigten Staaten (76%), Australien (62%) und Brasilien (57%) nach wie vor überwiegend mit Kreditkarten bezahlen, finden sich in Indien, China und Deutschland auch Gäste, die via PayPal, Alipay sowie Online-Banking-Konten zahlen. Altersmässig ist es hier vor allem die jüngere Generation, die gerne auf diese alternativen Zahlungsmethoden zurückgreift. Wer also in Zukunft für seinen Betrieb einen Vorteil gegenüber seinen Mitbewerbern haben will, der sollte seinen Gästen neben Kredit- und Debitkartenzahlungen auch alternative Methoden anbieten.