

Zusammenfassung zur Idee

MARKTAUFBAU GOLFSTAATEN FÜR BÜNDNER HOTELLERIE

von Peder Plaz, Februar 2018

Ausgangslage

Im Jahr 2017 verzeichnete der Kanton Graubünden rund 19'000 Logiernächte aus den Golfstaaten (Vereinigte Arabische Emirate, Saudi Arabien, Katar, Kuwait, Oman, Bahrain). Diese Logiernächte wurden hauptsächlich mit der sehr vermögenden Kundschaft der Luxushotels in den Orten Davos und St. Moritz generiert.

Die Potenzialanalyse im Auftrag von hotelleriesuisse Graubünden (HSGR) hat gezeigt, dass – zusätzlich zum bestehenden Geschäft der Luxushotels im Top-Segment - in den Golfstaaten auch ein Geschäft für die 3*superior bis 5*-Hotellerie in Graubünden im Erstklass-Segment möglich ist.

Um dieses Potenzial zu nutzen, wurde im Auftrag von HSGR ein Marktentwicklungskonzept für die Golfstaaten ausgearbeitet.

Ziel des Marktaufbaus

Ziel des Marktentwicklungskonzepts ist es, mehr Gäste aus der oberen Mittelschicht der Golfstaaten zu gewinnen. Bis in 5 Jahren soll während den Sommermonaten Juli / August / September, die Anzahl Logiernächte auf über 100'000 pro Jahr gesteigert werden.

Der Fokus liegt innerhalb der Golfstaaten auf den Ländern mit den grössten Zuwachsraten und Volumen, das heisst, den Vereinten Arabischen Emiraten und Saudi Arabien.

Gestaltung der Allianz Golfstaaten

Der Marktaufbau erfolgt durch die „Allianz Golfstaaten“ bestehend aus strukturstarken Hotels, Graubünden Ferien (GRF) sowie die sich beteiligenden Tourismusorganisationen.

Um eine Verwässerung der gewonnenen Logiernächte zu vermeiden, ist die Anzahl der teilnehmenden Hotels in der Allianz auf maximal 30 Partnerhotels beschränkt.

Um in den Golfstaaten Aufmerksamkeit zu erlangen, werden einerseits die Orte Davos (u. a. mit World Economic Forum) und St. Moritz (Top of the World) und andererseits die Vielfalt an Attraktionen und Ausflugsmöglichkeiten in Graubünden, die zu den Gästen aus den Golfstaaten passen, angepriesen. Zudem wird der Raum Graubünden zwischen den bekannten Destinationen Genf / Interlaken / Luzern / Zürich, München, Zell am See und Mailand positioniert.

Die Marktbearbeitung erfolgt konsequent nach einem Sales-Ansatz.

Übersicht der Massnahmen

Um in den Golfstaaten wesentliche Fortschritte zu erzielen, sieht das Marktentwicklungskonzept ein jährliches Budget von CHF 400'000 bis 500'000 vor. Das Budget wird voraussichtlich zu ca. je einem Drittel für die Projektleitung in Graubünden, für die Einkäufe von Marketing-Plattformen in den Golfstaaten und für eine umfassende Sales-Repräsentanz in den Golfstaaten, welche die 30 Hotels proaktiv im Markt anbietet eingesetzt.

Die **Projektleitung** umfasst, neben der Koordination der Allianz, insbesondere die Aufbereitung der Inhalte für Verkauf und Werbung und die Organisation und Führung des Verkaufs in den Märkten.

Die Allianz kauft sich in die **wichtigsten Marketing-Plattformen** für die Golfstaaten ein. Dies kann ganz oder teilweise über Schweiz Tourismus (z. B. Gold-Package, kostet z. B. ca. CHF 130'000) oder Drittanbieter erfolgen.

Die Allianz verfügt über eine **Sales-Repräsentanz** (arabisch sprechende/r Repräsentant/en) im Umfang einer 100%-Stelle vor Ort in den Golfstaaten. Je nach Synergiemöglichkeiten wird diese Sales-Repräsentanz in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus, Switzerland Travel Center (STC) oder einem Dritten aufgebaut.

Überlegungen zur Finanzierung

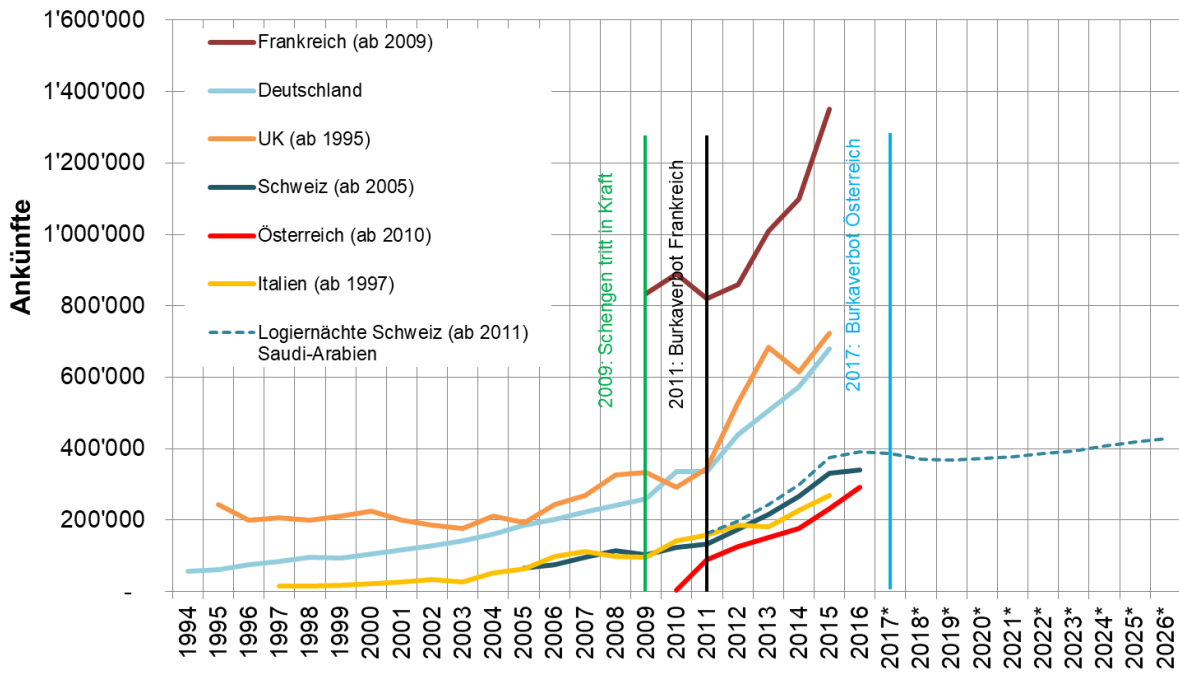
Es wird angestrebt, für die ersten 5 Jahre des Marktaufbaus die Finanzierung durch die teilnehmenden Hotels, Graubünden Ferien und interessierten Destinationen zu bewerkstelligen. Sobald klar ist, dass 30 Hotels in der Golfstaaten Allianz mitwirken, werden die Diskussionen mit den weiteren Finanzierungspartnern geführt.

Der jährliche Beitrag pro Hotel beträgt, falls 20 – 24 Hotels mitwirken, je CHF 7'000, falls 25 – 30 Hotels mitwirken, je CHF 6'000. Jedes mitwirkende Hotel muss sich für fünf Jahre verpflichten.

Im **Februar 2018** können sich interessierte Hotels für die Mitwirkung an der Golfstaaten Allianz bei HSGR anmelden und eine entsprechende Absichtserklärung unterzeichnen, welche bei HSGR bezogen werden kann.

Sicht Europa

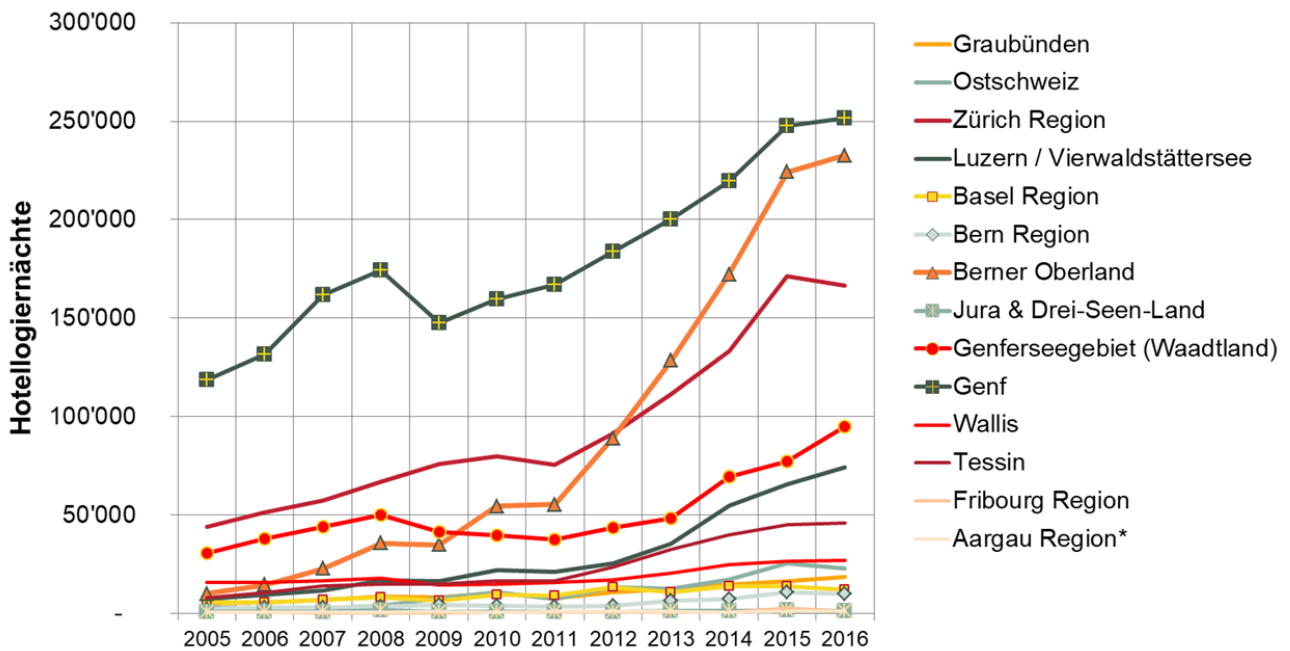
Abb. 1 Entwicklung der Ankünfte von Gästen aus den Golfstaaten in ausgewählten europäischen Ländern



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf UNWTO / Tourmis / HESTA

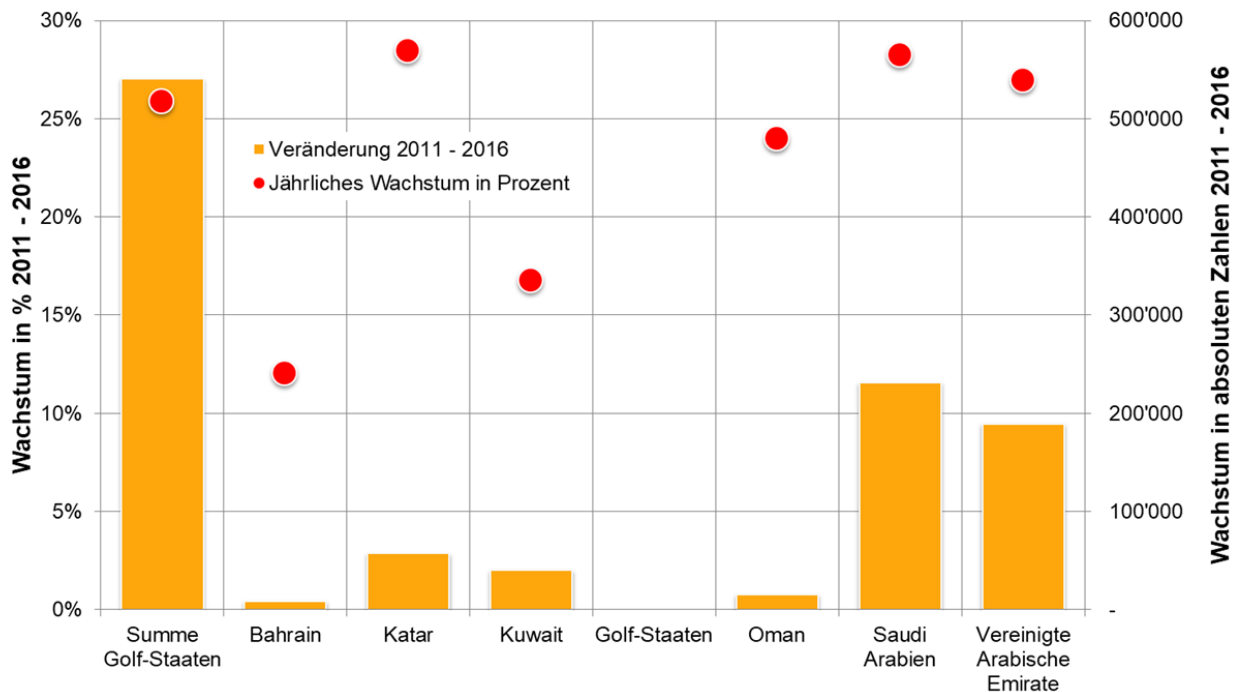
Sicht Schweiz

Abb. 2 Entwicklung Nachfrage Golfstaaten in der Schweiz



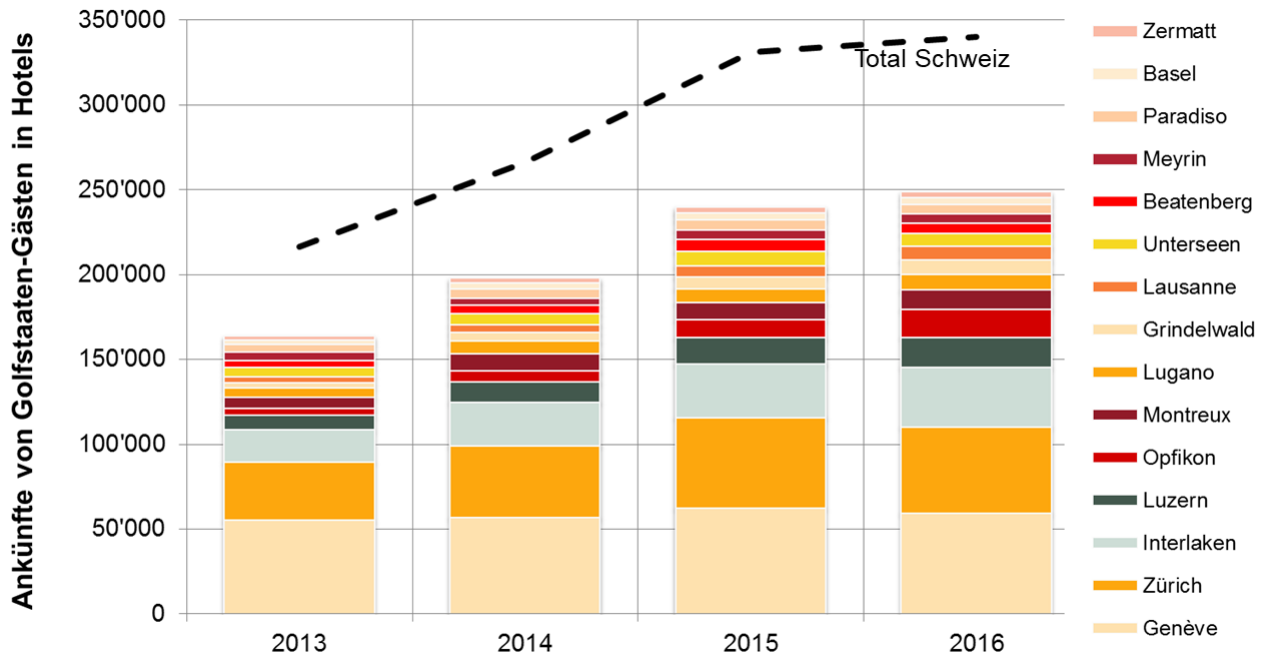
Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

Abb. 3 Wachstum Hotellogiernächte GCC in der Schweiz



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

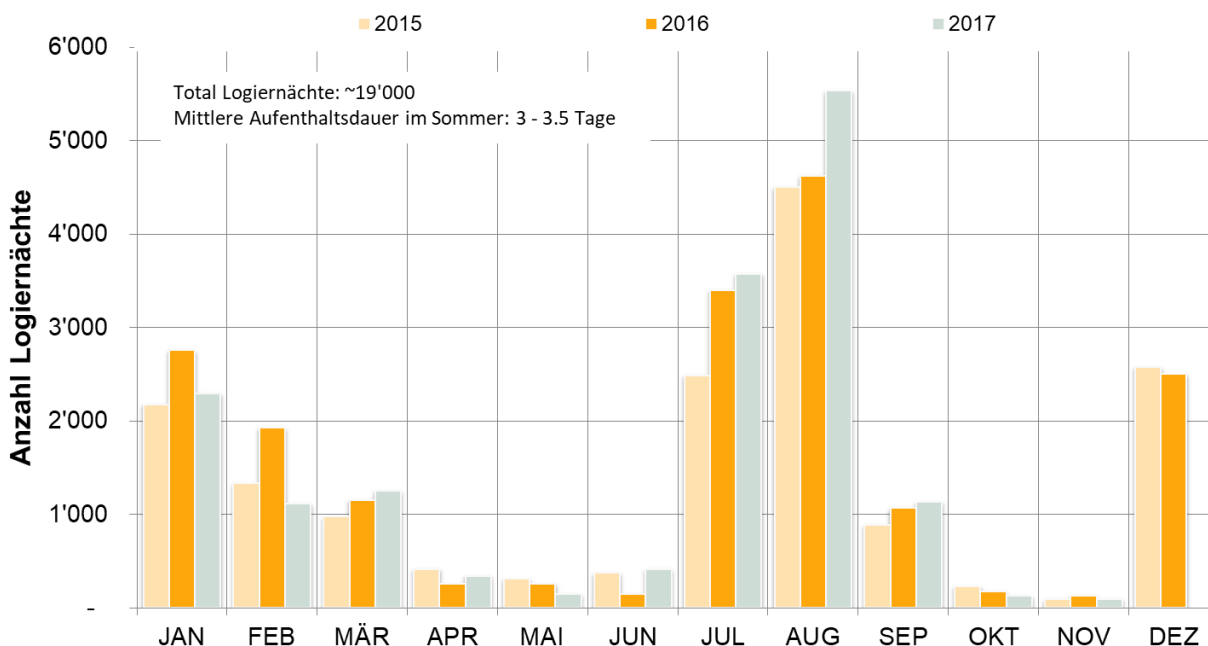
Abb. 4 Entwicklung der Nachfrage aus den Golfstaaten in den Top-15 Gemeinden der Schweiz



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

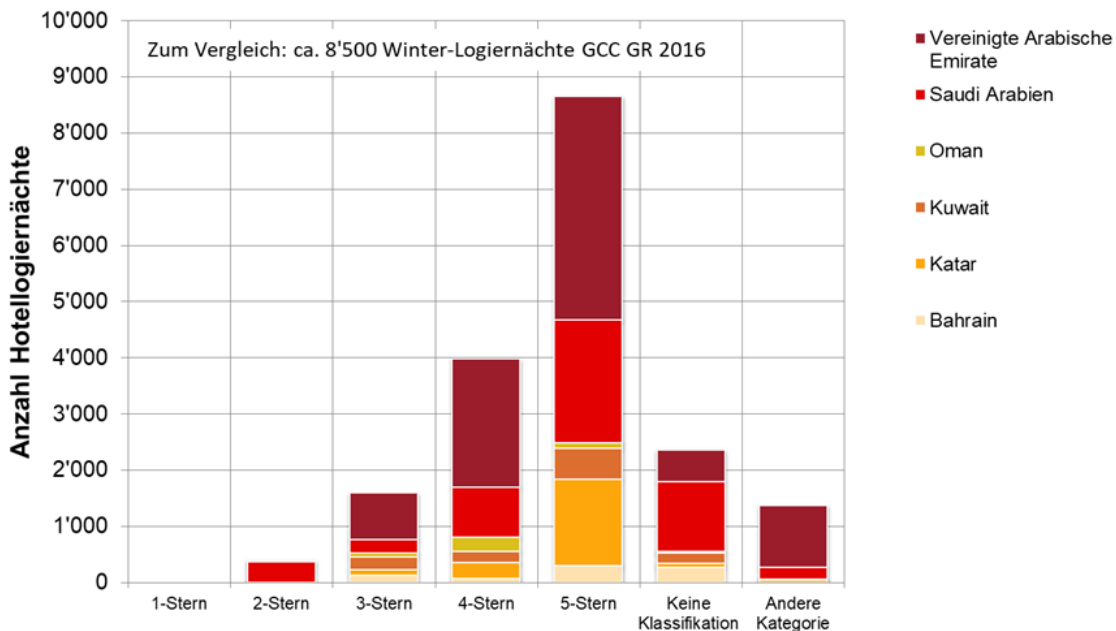
Sicht Graubünden

Abb. 5 Hotellogiernächte aus Golfstaaten in Graubünden



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

Abb. 6 Hotellogiernächte 2016 GCC in Graubünden

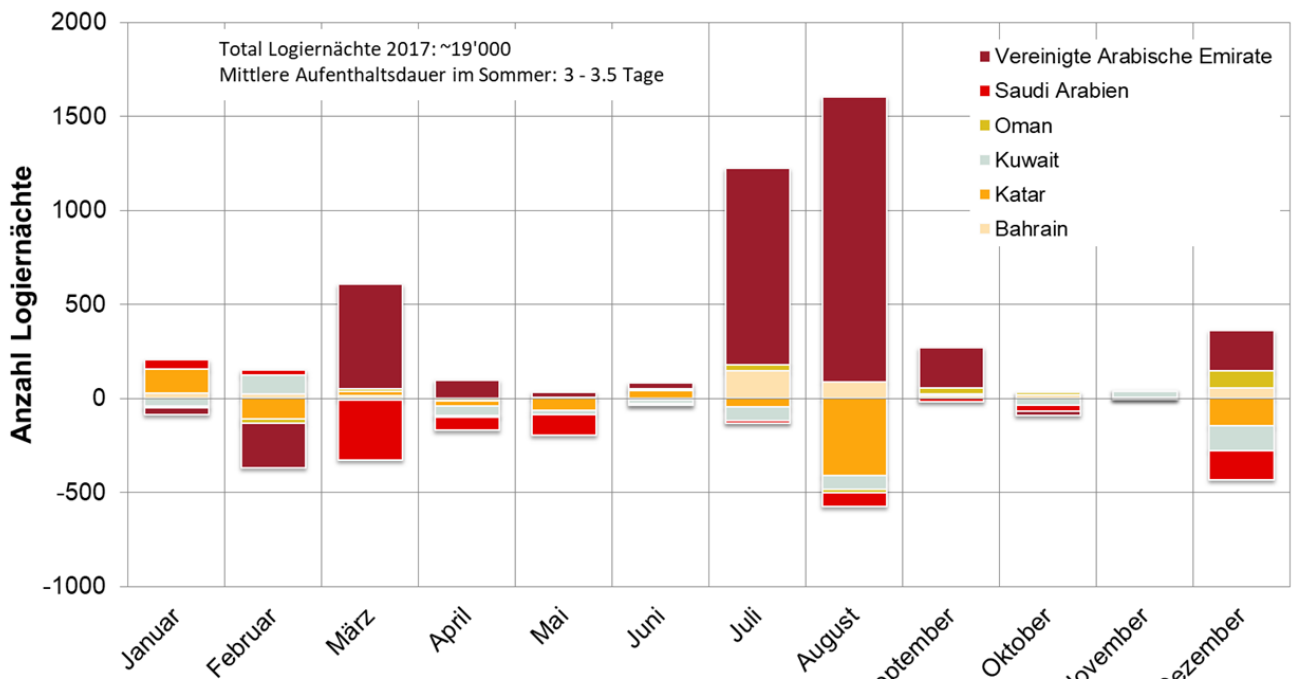


GCC Graubünden - mittlere Aufenthaltsdauer 2016 (Quelle: HESTA)

	2-Stern	3-Stern	4-Stern	5-Stern	Keine Klassifikation	Andere Kategorie
Bahrain	7.0	2.0	3.0	5.2	12.4	1.0
Katar	2.0	2.1	2.7	4.8	1.5	7.0
Kuwait	1.0	4.4	2.4	3.9	1.8	3.0
Oman	2.5	2.6	3.4	2.5	1.3	1.4
Saudi Arabien	3.4	2.1	3.6	4.4	1.9	3.4
Vereinigte Arabische Emirate	1.5	2.6	3.2	4.1	1.9	6.1

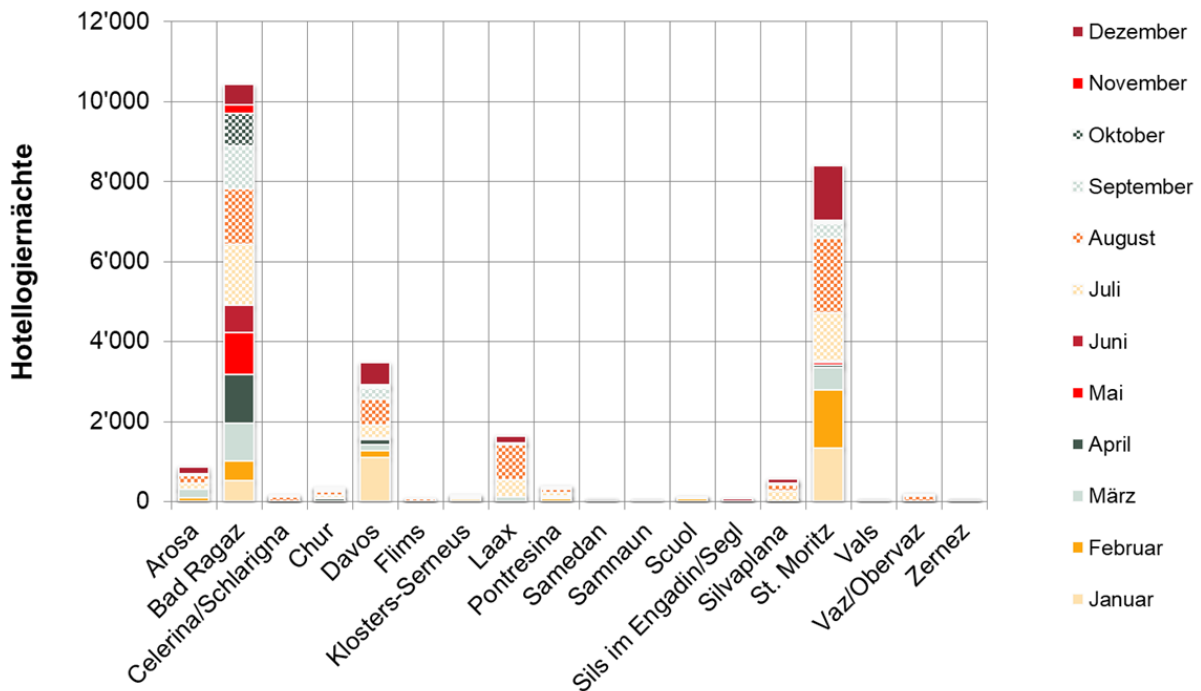
Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

Abb. 7 Veränderung Hotellogiernächte aus GCC in Graubünden 2015 – 2017



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA

Abb. 8 Hotellogiernächte aus GCC in ausgewählten Orten 2016



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf HESTA