

Die Hotellobby in der Wandelhalle

Wie sich Andreas Züllig gegen den Online-Giganten Booking.com durchgesetzt hat

Chris Winteler (Text)
und Michele Limina (Foto)

Andreas Züllig ist kein Mann der grossen Worte, das Rampenlicht sucht er nicht. Er sei eher der Sachbezogene, sagt der Präsident von Hotellerieuisse von sich. Ein stiller Schaffer im Hintergrund, der die rund 3000 Mitglieder des Branchenverbandes offensichtlich zu überzeugen und motivieren versteht: Die Besitzer der 2100 klassifizierten Hotels, vom einfachen Gasthof bis zur Luxusherberge, haben in den letzten Monaten für ihr Anliegen geweibelt, ihre Kontakte spielen lassen, sich mit Politikern in ihrer Gemeinde getroffen.

Mit Erfolg: Am vergangenen Montag hat der Nationalrat eine Motion aus dem Ständerat deutlich angenommen, die verlangt, dass Hotels auf ihrer eigenen Website günstigere Preise offerieren dürfen als auf Online-Buchungsplattformen. Damit wird der Bundesrat beauftragt, Preisklauseln zu verbieten, die für Hotels «Knebelverträge» seien. Präsident Züllig war selbstverständlich vor Ort, hat bis zur letzten Minute in der Wandelhalle lobbyiert.

Das Teamwork freude ihn fast am meisten, sagt Züllig, 59, am Morgen der Bundesratswahl. Wir sitzen in der gemütlichen Lounge des Hotels Schweizerhof auf der Lenzerheide, das er zusammen mit seiner Frau Claudia seit 27 Jahren führt. Er ist zuständig für die Finanzen, kümmert sich um die «Männerabteilung», um Technik und Küche. Arbeitet lieber im Büro, als den «Grüssaugust» zu machen.

«Wer im Internet nicht präsent ist, der existiert nicht»

Tatsächlich haben sich die Schweizer Hoteliers, die sich gern über eine mangelnde Lobby im Bundeshaus beklagen, noch nie so stark für ein politisches Projekt eingesetzt. Aber warum der ganze Aufwand? Kein Gastgeber ist gezwungen, seine Zimmer auf Onlineportalen anzubieten. «Doch», widerspricht Züllig, «die Leute suchen im Internet nach Hotels, wer dort nicht präsent ist, der existiert nicht.» Vor allem kleine Hotels mit weniger als 100 Zimmern, die sich keine attraktive Website und kein Marketing leisten könnten, seien auf diesen Vertriebskanal angewiesen.

Klar, dass dieser Service etwas kostet – rund 13 Prozent des Zimmerpreises gehen z. B. an Booking.com, – aber, so Züllig, der Hote-



Andreas Züllig, 59, Präsident von Hotellerieuisse und Gastgeber im Hotel Schweizerhof auf der Lenzerheide

lier wolle selber über die eigenen Preise bestimmen, sich nicht einschränken lassen. Booking.com, mit einem Marktanteil von 70 Prozent der mächtigste Anbieter in der Schweiz, droht, die Konsumenten müssten künftig höhere Preise zahlen. Werden Sie teurer? «Ach woher», empört sich der Verbandspräsident, «weshalb auch?» Eine Untersuchung in Deutschland, wo die «Knebelverträge» seit einem Jahr verboten sind, habe belegt, dass die Direktangebote in den meisten Fällen günstiger sind.

Der Bundesrat, allen voran Wirtschaftsminister Schneider-Ammann, stellte sich gegen die Forderung von Hotellerieuisse nach staatlicher Unterstützung.

Der Verband würde sich der Digitalisierung verschliessen und sich gegen Innovation sperren. Züllig kann darob nur fein lächeln. War er doch vor 30 Jahren EDV-Chef der Hotelkette Swisshotel – natürlich, seither habe sich in der digitalen Welt enorm viel getan, er aber sei à jour, «sehr, sehr digital-affin». Er weiss, die Zukunft gehört den Buchungsportalen.

Tatsächlich werden nach Schätzungen in zwei bis drei Jahren über 50 Prozent der Reservationen online stattfinden – noch sind es etwa 30 Prozent. Auch er informiere sich übers Internet, sagt Züllig, buche aber direkt beim Hotel, der persönliche Kontakt lohne sich immer. Der «Blick» rät seinen Lesern:

«Rufen Sie an, seien Sie mutig, fragen Sie nach Rabatten – viele Hotels werden Ihnen entgegenkommen.» Selbstverständlich sei es jedem Kunden überlassen, den besten Preis herauszuholen, kommentiert Züllig, und es stehe jedem Hotel frei, darauf einzugehen. Ist das nicht unfair dem Gast gegenüber, der den Preis akzeptiert, wie er ist? «Der Schweizerhof behandelt jeden Gast gleich», betont Züllig, «wir feilschen nicht.» Aber wenn es die Buchungslage erlaube, gewähre das 4-Stern-Familienhotel ein Zimmer-Upgrade.

Anstrengende Monate liegen hinter dem Verbandspräsidenten, das Hotel sei etwas zu kurz gekommen, das heisst, seine Frau war

noch mehr gefordert. Und dafür sei er ihr sehr dankbar. Claudia Züllig, die geborene Gastgeberin, kommt rasch vorbei, fragt, «wer ist Bundesrat?» – «Cassis, wer sonst?», antwortet er. War Ignazio Cassis sein Wunsch-Bundesrat? Er freue sich, dass ein Tessiner gewählt worden ist, sagt Züllig, selber überzeugter FDPler, aber Pierre Maudet, jung und dynamisch, wäre für die Landesregierung auch ein Gewinn gewesen. «Ein Maudet aus dem Tessin und erst noch weiblich, das wärs.» Was bringt Cassis dem Tourismus? «Er trägt das Tessin im Herzen, verströmt Italianità.» Cassis werde die so wichtige Ferienregion glaubwürdig vertreten.

Beim Thema Konfitüre kommt er fast schon ins Plaudern

Weg vom Image «teuer und unfreundlich» – mit diesem Anliegen ist Andreas Züllig im Januar 2015 als Vertreter der Schweizer Hotellerie angetreten. Die erste Herausforderung, «teuer», habe sich quasi von selbst erledigt: Zwei Wochen im Amt, schoss der Schweizer Franken in die Höhe. «Wir wurden über Nacht gezwungen, unsere Preise um 10 bis 15 Prozent zu senken.» Und wie stets um die Schweizer Freundlichkeit? Diesen Vorwurf halte er für ein «gepflegtes Vorurteil». Kein Hotel könne sich heute unhöfliches Personal leisten, «eine brüske Antwort des Kellners, und schon landet ein vernichtender Kommentar auf einer Bewertungsplattform».

Mit seiner Frau hat er damals vereinbart, dass die Sonntage weiterhin im Ferienhaus in Maienfeld genossen werden. Eingehalten? «Der Sonntag ist uns heilig, daran rütteln wir nicht.» Dann hat die Konfitürenproduktion also nicht gelitten? «Nein», sagt er, «das lass ich mir nicht nehmen.» Konfitüre machen ist das Hobby, die Passion des Hoteliers, er selber spricht von einem «fast schon meditativen Akt». Sonntags pflückt er Früchte und Beeren im Garten – diesen Sonntag Himbeeren. Und Holunder, ein «nicht ganz kinderfreundliches Gelee mit Portwein» hat er kreiert. Beim Thema Konfitüre kommt Züllig fast schon ins Plaudern. Demnächst habe man übrigens auch eigenen Bienenhonig im Angebot, «aber nein, den Honig mache nicht ich, sondern die Bienen». Und neu werde die Konfitüre nicht nur in Gläser, sondern auch in kleine Tuben gefüllt – als Präsent für treue Gäste. Denn: Innovation ist, was auch in der Hotelbranche zählt – selbst bei der Konfitürenproduktion.

Schlagzeilen

«Auf der neuen Glasrückseite blieb jedenfall ein Fingerabdruck zurück.»

Schreibe unsere Lieblingsskriptüre SonntagsZeitung letzten Sonntag.

«Airline wird mit ihrer Zehnartenkarte kaum Neukunden gewinnen»

Am allerwenigsten englischsprechende. Untertitel, nochmals in unserer Lieblingsskriptüre.

«Risikobäume fliegen weg»

Volare, oh, oh! © «Thurgauer Zeitung»

«Zu wenig Gegenwehr zu leisten die Wiler im Stande waren.»

Die Satzstellung ist vermutlich dem Versmass geschuldet. Aus der «Wiler Zeitung» vom Montag.

«Trump wurde durch seine bein-harte Einwanderungspolitik zum Präsidenten gewählt.»

Wer gab der aber auch das Stimmrecht? Keine Antwort im «Tages-Anzeiger» vom Montag.

«Opa verliert Motor bei Crash»

Neurosen-Serie «Ich bin mein Auto», wie so oft aus dem zuständigen Fachorgan «Blick».

«Frisch zubereitet kann man kaum widerstehen.»

Gäste, schön angerichtet von unserem Lieblings-PR-Gastrotexter im «Tagblatt der Stadt Zürich».

«Bei einer Haudurchsuchung fand die Polizei noch ein Kilogramm Heroin.»

Das wäre sicher auch gewaltlos möglich gewesen. Aus dem «St. Galler Tagblatt».

«Denn es hat eine Verschiebung in der Rangliste geben.»

Haben wir im «Tages-Anzeiger» lesen.

«Das Amtsgericht belegte ihn mit einer bedingten Gefängnisstrafe von 24 000 Franken.»

Strafrecht 2.0. © «Tages-Anzeiger» von gestern Samstag.

«Man wisse, dass Verheiratete weniger häufig sterben als alleinstehende Personen.»

Dafür leben Letztere dann öfter. Rechnen mit dem «Bund».

schlagzeiten@sonntagszeitung.ch