

Medienmitteilung, 10. Februar 2016

---

## Hotelkooperation Frutigland – positive Zwischenbilanz nach einem Jahr

Die Erwartungen der Partner in das Kooperationsprojekt haben sich erfüllt. 2015 lagen die Schwerpunkte bei den Themen Transparenzverbesserung, Kosteneffizienz und Strukturverbesserungen. Im laufenden Jahr liegt der Akzent in der gemeinsamen Marktschlagkraft, insbesondere bei der Umsatzsteigerung und der Innovation.

Täglich steht es in den Medien: spätestens seit Mitte Januar 2015 gelten Kooperationen in der Hotellerie als unabdingbar bei der Bewältigung der gegenwärtigen Herausforderungen. Ein rundes Dutzend mutiger Hotelbetriebe aus Adelboden, Frutigen, Blausee und Kandersteg hat sich bereits ab 2014 auf den Weg gemacht und schliesslich am 10. Februar 2015 die Hotelkooperation Frutigland (HFL) begründet, ein zukunftsweisendes und bezüglich Grösse und geografischer Ausbreitung schweizweit bislang einzigartiges Projekt.

Das Interesse an der Kooperation übertrifft alle Erwartungen. Allmonatlich erhalten die Kooperations- und Projektpartner Anfragen aus der ganzen Schweiz. Es war ein bewusster Entscheid der Partner, mit einer weiteren Kommunikation zuzuwarten und nach einem Jahr Erfahrung konsolidiert über die Entwicklung des Projektes zu orientieren.

Der in der Medienmitteilung vom 10. Februar 2015 erwähnte 17-Punkte-Plan diene den Partnern als Richtlinie zur Umsetzung der vorgesehenen Schritte. Urs Pfenninger, Direktor von Adelboden Tourismus und Initiant des Projektes zeigt sich überzeugt, „dass die Erfolgswirkung der Kooperation nach wie vor in der Kombination einer *umfassenden Transparenz*, dem *gemeinsamen Kostenmanagement*, der *gemeinsamen Marktschlagkraft*, der *gemeinsamen Strukturen und Prozesse* sowie der *koordinierten Investitions- und Finanzplanung* liegt.“ Entlang dieser Punkte lässt sich das Zwischenfazit der Partnerschaft ablesen:

### Transparenzverbesserung

Regelmässige zweimonatliche Gruppentreffen mit Projektbegleiter Dr. Marcus Frey (Managing Partner, CFB network AG) und weitere ad hoc-Meetings in Projektteams dienen dem Erfahrungsaustausch und der Bearbeitung der Teilprojekte. Weitere informelle Treffen unterstützen den bewussten Aufbau des gegenseitigen Vertrauens und der Kooperationskultur.

### Ergebnisverbesserung durch Kosteneffizienz

Durch ein gemeinsames Beschaffungs- und Einkaufswesen können die Partnerbetriebe ihre Beschaffungskosten reduzieren. Einkaufsvorteile für die Partner ergeben sich auf der Basis von Bestellmenge, Verhandlungsmacht, Image der im Aufbau befindlichen Marke sowie einem regen Informationsaustausch.

- **Versicherungen:** Über das Pooling von Versicherungsleistungen und bedürfnisgerechter Deckung pro Hotel (Verbesserung und Optimierung) erzielen die Partner jährlich gemeinsam Kosteneinsparungen von über 60% in der Sach- und Gebäudeversicherung und von über 40% in der Betriebshaftpflichtversicherung.
- **Kreditkarten:** Über einen überdachenden Rahmenvertrag im Kreditkartengeschäft, der die Konditionen und allgemeinen Bedingungen für die Kreditkartenabwicklung regelt,

- erzielen die Partner dank kumulierten Kreditkartenvolumen jährlich gemeinsam Kosteneinsparungen von über 30% bei den Kreditkarten-Kommissionen.
- **Strom:** Über neue Stromlieferverträge erzielen die Partner dank gemeinsamer Ausschreibung und Neuverhandlung jährlich gemeinsam Kosteneinsparungen von über 20% bei den Energiekosten.
  - **CO2-Abgabe:** Über eine gemeinsame Universalzielvereinbarung mit der EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft) werden die Energiekosten reduziert, die CO2-Abgabe kann zurückgefordert werden, und die Partner können in den nächsten zehn Jahren von einer energetischen Rundumbetreuung profitieren. Dank Gruppenbildung und KMU Tarif Modell erzielen die Partner jährlich gemeinsam Kosteneinsparungen von über 55% für die Betreuung in allen Energiethemen. Zusätzlich entstehen Kosteneinsparungen durch Befreiung von der CO2 Abgabe.
  - **Einkaufspool Food / Non-Food:** Über einen gemeinsamen Rahmenvertrag für den Einkauf im Food & Non-Food Bereich und unter Berücksichtigung von Qualität, Lieferbedingungen und Zahlungsbedingungen (Verbesserung und Optimierung), erzielen die Partner dank hohen Einkaufsvolumen jährlich gemeinsam Kosteneinsparungen von rund 10% bei den Warenkosten. Wichtig ist den Partnerbetrieben, gerade im Food-Bereich weiterhin die regionalen Partner zu berücksichtigen.

### Ergebnisverbesserung durch Marktschlagkraft

Die Gäste sämtlicher Partnerbetriebe profitieren von kostenlosen so genannten Plus Aktivitäten. Die Individualität und jeweilige Positionierung bedeutet echten Mehrwert für die Gäste der verschiedenen Betriebe. Während an einem Ort in die Geheimnisse der Schokolade eingeweiht wird, degustieren die Gäste anderswo hausgemachte Glacé oder üben sich in sanften taoistisch-chinesischen Körperübungen. In den kommenden Jahren sollen diese gemeinsamen Angebote weiter ausgebaut werden.

### Ergebnisverbesserung durch Strukturen und Prozesse

Die Gründung der *Hotelkooperation Frutigland Genossenschaft* bildet die Grundlage für ein langfristig angelegtes, kooperativ organisiertes System, bei dem die Partnerbetriebe projektbezogen als Einheit auftreten, rechtlich und wirtschaftlich jedoch selbstständig sind. Dank klarer Strukturen wird die Partnerschaft gestärkt, eine Innenfinanzierung ermöglicht, die Führbarkeit sichergestellt, Know-how und Professionalität erhöht und eine wichtige Plattform für die Weiterentwicklung der Kooperation gelegt. Als Präsident der Genossenschaft wirkt Christopher Rosser, als Vizepräsident zeichnet Philipp Blaser verantwortlich. Sprecher ist Nico Seiler. Adelboden Tourismus übernimmt die Aufgaben des Projektbüros.

### Ausblick

In den nächsten Jahren wird an oben erwähnten Themen weiter gearbeitet. Ergänzend und gemäss 17-Punkte-Plan sind Aktivitäten in den folgenden Bereichen geplant:

- Gemeinsame Immobilienbewirtschaftung
- Gemeinsame Vermarktungsplattform
- Gemeinsame Angebotsentwicklung – Nutzung von Megatrends und Open Innovation
- Gemeinsames Mitarbeitermanagement – Rekrutierung, Administration, Schulung, Sharing und Pooling von Mitarbeitenden
- Gemeinsames Management-Informationssystem – weitere Erhöhung der Transparenz mit aktuellen, erfolgsrelevanten betrieblichen Kennzahlen
- Gemeinsame Online-Reputation – Survey, Monitoring, Marketing

Christopher Rosser, Präsident der HFL, fasst wie folgt zusammen: „Die Kooperation berücksichtigt die veränderten Marktbedingungen; gemeinsam können die Partner den steigenden Kundenanforderungen gerecht werden und Wettbewerbsnachteile durch Zusammenlegen der Ressourcen ausgleichen und auch international bestehen.“ Gemäss Nico Seiler, Sprecher der HFL, ergeben sich für alle Beteiligten „Vorteile

- in **Effektivität**: Ressourcen, aber auch Erfahrungen werden gemeinsam genutzt; Produkte und Unternehmensprozesse werden somit optimiert
- in **Effizienz**: Kosten werden gesenkt, bzw. optimiert
- in **Flexibilität**: die Kooperationspartner können sich einfacher auf ihre Kernkompetenzen spezialisieren. Die enge Kommunikation lässt alle Partner schnell am Wissen teilhaben und die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Betreiber ist gesichert, bzw. wird erhöht
- **für unsere Gäste**: umfangreiche Leistungsangebote und für unsere Gäste speziell zugeschnittene Leistungen erhöhen den Service, steigern die Zufriedenheit und stärken die Bindung zum Gast.“

„Das gemeinsame Wissen und die Spezialisierung auf die Kernkompetenzen“, so Seiler weiter, „sind schliesslich beste Voraussetzungen für Innovation, während durch ‚Selbständigkeit mit Integration‘ die Individualität und die Unabhängigkeit der einzelnen Unternehmen gewahrt blieben.“

#### **Kontakte:**

Adelboden Tourismus  
Urs Pfenninger, Direktor  
Mobile +41 79 824 5566  
[direktor@adelboden.ch](mailto:direktor@adelboden.ch)

Hotelkooperation Frutigland  
Christopher Rosser, Präsident  
Mobile +41 76 442 0095  
[christopher.rosser@gmx.ch](mailto:christopher.rosser@gmx.ch)

Hotelkooperation Frutigland  
Nico Seiler, Sprecher  
Mobile +41 79 366 4264  
[nico@alfasoleil.ch](mailto:nico@alfasoleil.ch)

#### **Hotelkooperation Frutigland**

Die Hotelkooperation Frutigland (HFL) besteht aus 13 Hotelbetrieben der Region Engstligen- und Kandertal:

- Ferien- und Familienhotel Alpina, Adelboden / Hotel Crystal, Adelboden / Hotel Des Alpes, Adelboden / Hotel Kreuz, Adelboden / Hotel Viktoria Eden, Adelboden / Hotel Waldhaus-Huldi, Adelboden
- Hotel National, Frutigen / Hotel Blausee AG, Blausee-Mitholz inkl. Hotel St. Petersinsel, Erlach
- Chalet-Hotel Adler, Kandersteg inkl. Strandhotel Seeblick, Faulensee / Hotel Alfa Soleil, Kandersteg / Belle Epoque Hotel Victoria, Kandersteg

Die HFL ist bezüglich Grösse und geografischer Ausbreitung schweizweit einzigartig: Die 13 Hotelbetriebe generieren einen Umsatz von über CHF 20 Mio., verfügen über 650 Betten in rund 330 Zimmern und erreichen zusammen über 100'000 Logiernächte.

Die von Adelboden Tourismus initialisierte HFL wird von der Standortförderung des Kantons Bern aus der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützt und gilt als Leuchtturmprojekt. Begleitet wird die HFL von Dr. Marcus Frey (Managing Partner, CFB network AG). Das Projektbüro befindet sich bei Adelboden Tourismus.