

Gastkommentar Der Euro wird nachgeben



DR. THOMAS GITZEL

CHEFÖKONOM, VP BANK GRUPPE

Der Schweizer Franken gab zuletzt gegenüber dem Euro merklich nach. Die eidgenössische Währung liegt nun auf dem Niveau des Mindestwechsellkurses von 1.20, den die SNB von September 2011 bis zum Januar 2015 erfolgreich verteidigte. Wesentliche Triebfeder der Bewegung dürfte die sich auftuende unterschiedliche geldpolitische Haltung der EZB und der SNB sein. Während die europäischen Währungshüter zumindest einen sanften Strategiewechsel ihrer geldpolitischen Ausrichtung erkennen lassen, zeigte man sich auf der schweizerischen Seite unbeeindruckt. SNB-Präsident Thomas Jordan hält eine Änderung der Geldpolitik einem jüngsten Interview zufolge für nicht angebracht. Gemessen an der Kaufkraftparität liegt nun der Franken gegenüber dem Euro in der Nähe der fairen Niveaus. Eine weitere Schwäche der eidgenössischen Valuta lässt sich aus diesem Blickwinkel nicht ableiten. Darüber hinaus sollte bedacht werden: Wichtige Konjunkturvorlaufindikatoren der Eurozone gaben zuletzt merklich nach. Die Debatte um einen möglichen Handelskrieg hinterliess im gemeinsamen Währungsraum deutliche Bremsspuren. Möglicherweise geht also die Euphorie gegenüber der europäischen Gemeinschaftswährung zu weit. Der sich eintrübende Konjunkturausblick wird auch die Europäische Zentralbank nicht kalt lassen. Wirtschaftliche Risiken haben in den vergangenen Wochen jedenfalls zu- und nicht abgenommen. Dies passt wiederum nicht zur Entwicklung des Euro. Die Gemeinschaftswährung wertete gemessen gegenüber einem breiten Währungsindex in den vergangenen Tagen - unbeeindruckt vom Rückgang wichtiger wirtschaftlicher Frühindikatoren - weiter auf. Per saldo legte der Euro gegenüber den Währungen der wichtigsten Handelspartner seit den Frühjahrsmonaten 2017 um mehr als 12 Prozent zu. Üblicherweise kommt es nach solchen Kursgewinnen zu einer stärkeren Korrektur. Hierzu passt auch, dass spekulative Anleger im rekordhohen Ausmass auf eine weitere Aufwertung des Euro werten. Dies mahnt zur Vorsicht. Historisch ist feststellbar, dass es bei solch einseitigen Positionierungen stets zu einer Schwäche derjenigen Währung kam, auf die eigentlich gesetzt wurde. Wir rechnen deshalb damit, dass in den kommenden Monaten der Euro nochmals nachgeben wird. Das wird auch nicht ohne Folge für den Franken bleiben. Aus unserer Sicht sollten in den kommenden Monaten etwas niedrigere Notierungen beim Währungspaar EUR/CHF auf der Agenda stehen.

Das «Volksblatt» gibt Gastkommentatoren Raum, ihre persönliche Meinung zu äussern. Diese muss nicht mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen.

Hotel Meierhof bleibt bestehen - jedoch künftig ohne Restaurant

Tourismus Das Hotel hat mit b_smart selection einen neuen Pächter gefunden und wird am 1. Juni wieder seine Türen öffnen, jene des Restaurants bleiben jedoch geschlossen.

VON SEBASTIAN ALBRICH

Der Pachtvertrag zwischen der Eigentümerfamilie Kindle und der b_smart selection wurde am Donnerstag unterschrieben und die Arbeiten für die Wiedereröffnung laufen auf Hochtouren. Bereits am 1. Juni soll das Hotel Meierhof mit seinen 42 Zimmern wieder für Gäste bereitstehen. Der Name bleibe dabei auch weiterhin bestehen. Eine grössere Änderung wird es jedoch geben: Das für seine vegetarische Küche bekannte Restaurant des Meierhofs ist im Konzept der Wiedereröffnung nicht zu finden. Auch der langjährige Meierhof-Küchenchef Heiko Krüger kocht zwischenzeitlich bereits in seinem neuen Restaurant «Vivid». Wie Tamara Weishaupt, Pressesprecherin von b_smart selection, auf «Volksblatt»-Anfrage bestätigt, beschränke sich das Gastronomieangebot künftig auf die Hotelbar mit einer kleinen Speisekarte. Lediglich für Gruppenreisende sowie Seminargäste biete man noch eine Halbpension an, so Weishaupt. Abseits des Wegfalles des Restaurants würden noch kleinere Modernisierungsarbeiten - wie ein Self-Check-In-Terminal und ein neues Schliesssystem - getätigt.

Auf unbestimmte Zeit

Das Hotel als solches werde jedoch im Sinne der Familie Kindle weitergeführt, streicht der neue Pächter in



Silke (Mitte) und Roland Kindle (rechts) nach der Unterzeichnung des Pachtvertrags mit Thomas Plank (links). (Foto: ZVG)

seiner Aussendung heraus: «Wir freuen uns, mit der b_smart selection einen regional verankerten Hotelbetreiber gefunden zu haben», wird Silke Kindle zitiert. Sie und ihre Eltern seien froh darüber, dass das Hotel in ihrem Sinne und zur Freude vieler langjähriger Stammgäste weiterleben werde. b_smart selection sichert sich damit nach dem b_smart Hotel in Benden und dem Vaduzerhof (ab Herbst 2018) einen weiteren Standort in Liechtenstein. Wie lange das Unternehmen die Pacht übernommen hat, bleibt übrigens ein Geheimnis. «Bezüglich der Pachtdauer wurde mit der Familie Kindle vereinbart, dass darüber kei-

ne Auskunft gegeben wird», erklärt Weishaupt.

Froh über schnellen Wechsel

Bei Liechtenstein Marketing ist man auf jeden Fall froh, dass so schnell nach der Schliessung Anfang April ein neuer Pächter gefunden wurde, «Vor allem bei der Organisation von grösseren internationalen Veranstaltungen wie z. B. Tagungen oder Konferenzen in Vaduz, hat die Schliessung zu Engpässen geführt», erklärt Renate Bachmann, Leiterin Tourismus bei Liechtenstein Marketing, auf Anfrage. Der Meierhof habe sich immer perfekt geeignet, um in Kooperation mit dem Liechtensteinischen

Fussballverband (LFV) Turniermannschaften unterzubringen, da dieser die entsprechenden Anforderungen erfülle. Zwar habe man laut Bachmann für April und Mai eine entsprechende Lösung finden können, doch befände man sich jetzt wieder in einer besseren Ausgangslage, da mit dem Meierhof ein wichtiger Teil der bisherigen Infrastruktur erhalten bleibe. Mit den zusätzlichen Kapazitäten, die mit der Renovation des Vaduzerhofs und der Erweiterung des Residence geschaffen würde, werde es künftig auch bessere Rahmenbedingungen für die Beherbergung von Reisegruppen oder Kongress- und Messteilnehmern geben, so Bachmann.

Online: 92 Prozent der Buchungen erfolgen bei nur drei Anbietern

Tourismus Die Macht auf dem Markt der Onlinebuchungen ist konzentriert. Und die Marktführer setzen die Hoteliers unter Druck. Vor allem die Kleinen sehen sich ausgeliefert.

Die Vereinigung der europäischen Hotel- und Gaststättenverbände Hotrec führte Anfang des Jahres zusammen mit der Fachhochschule Westschweiz einmal mehr eine im Zwei-Jahres-Rhythmus stattfindende Studie über den europäischen Hotelvertriebsmarkt durch. Erste Ergebnisse, die auf den Angaben von über 3400 Hotels in ganz Europa basieren, zeigen, dass die Abhängigkeit der Hotels von Onlineplattformen weiter zunimmt, während der Anteil der Direktbuchungen abnimmt, wie Hotrec in einer Mitteilung vom Mittwoch schreibt. Grösster Player im Markt der Online Travel Agencies (OTA) ist demnach weiterhin die Onlineplattform Booking.com, die ihre Dominanz im Vergleich zu 2015 weiter ausbauen konnte und in Europa einen durchschnittlichen Marktanteil von 66 Prozent erreicht hat.

«Gerade einmal drei Anbieter kontrollieren über 92 Prozent des OTAMarktes in Europa (in einigen Ländern sogar noch mehr)», schreibt Hotrec mit Verweis auf die Studie. Während die beiden Grössten, näm-

lich Booking.com (66,4 %) und Expedia (16,6 %) im Jahr 2017 an Marktanteilen gewannen, verlor der drittgrösste Anbieter HRS (9,0 %) in den letzten beiden Jahren weiter an Boden. Der Anteil des Direktvertriebs in der europäischen Hotellerie sank im Jahr 2017 auf 52 Prozent aller gebuchten Übernachtungen, im Jahr 2015 waren es noch 55,2 Prozent. Der Anteil der Übernachtungen, die über OTAs vermittelt wurden, stieg dagegen von 23,1 auf 26,1 Prozent.

Plattformen machen Druck

In Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Onlinebuchungsplattformen fühle sich die Mehrheit der Hoteliers (50 %) unter Druck gesetzt, Vertragsinhalte und Bedingungen (wie Stornierungsrichtlinien, Sonderrabatte, Onlinemarketing und PPC-Werbung) zu akzeptieren, die man freiwillig nicht akzeptieren oder anbieten würde. Kleine und unabhängige Hotels fühlten sich dabei stärker unter Druck gesetzt als grosse Hotels oder Hotelketten. Wenn es zu Problemen zwischen Hotels und OTAs kommt, sind 70 Pro-



Marktführer in Europa: Die Plattform Booking.com (Foto: SSI)

zent der befragten Hotels der Meinung, dass es seitens der Portale keine faire und effektive Lösung für die Meinungsverschiedenheiten gibt. Auch hier scheinen kleine und unabhängige Hotels mehr Probleme mit der Streitbeilegung zu haben, als grössere Hotels oder Hotelketten. «Die ersten Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass Onlinevermittler mehr und mehr Kontrolle über den Hotelvertrieb gewinnen, die Abhängigkeit der Hotels zunimmt und sich die eigenen unternehmerischen Handlungsspielräume verringern. Hotels müssen in der Lage

sein, die Konditionen und Bedingungen ihrer eigenen Angebote festzulegen und über die werbliche Nutzung ihres geistigen Eigentums, z.B. des Markennamens, selbst zu entscheiden», wird Markus Luthe, Vorsitzender der Hotrec Distribution Task Force, zitiert. «Die Studie bestätigt, dass politische Regelungen erforderlich sind, um faire und transparente Marktbedingungen im Bereich der Onlineplattformen zu gewährleisten, insbesondere wenn es keinen wirksamen Wettbewerb gibt», lässt sich Hotrec-CEO Christian de Barrin zitieren. (red/pd)