

«WIR BEGLEITEN MENSCHEN VON DER GEBURT BIS ZUR PFLEGE»

Im Interview: Beat Kuhn, Managing Director Division Hotel, zum Engagement der SV Group im Hotelgeschäft und dem Schritt über die Grenze nach München.

Herr Kuhn, was gab den Ausschlag, dass die SV Group ins Hotelgeschäft eingestiegen ist?

Wir als SV Group sind seit 1914 aktiv im Hospitality-Geschäft, seit 1950 auch im Hotelbusiness. Teilweise haben wir bis zu 17 Hotels oder hotelähnliche Betriebe geführt, vom Luxushotel bis hin zum Matratzenlager. Zu den Kunden zählen oder zählten z.B. die Nationalbank, die SBB mit ihrem Ausbildungszentrum, die Credit Suisse, die Post oder in der Vergangenheit auch das zur Bühler-Gruppe gehörende Hotel in Uzwil. So hat sich unsere Hotelparte über viele Jahre entwickelt.

Welche Philosophie liegt der Führung von Hotels durch SV zugrunde?

Es geht um eine logische Erweiterung und damit Vervollständigung unseres Hospitality-Gedankens, über die bisherige Gemeinschaftsgastronomie, öffentliche Gastronomie mit Restaurants oder das Event-Catering hinaus. Als SV Group wollen wir die Menschen ein Leben lang begleiten. Von der Geburt (Catering in Spitälern) über die Schulen/Universitäten (Mahlzeiten-Service), Firmen (Personalrestaurants), die Hotels (Geschäftsreisen) bis hin zu den Alters- und Pflegeresidenzen (Betreuung/Mahlzeitservice).

Wie kamen die Hotelprojekte der Neuzeit zustande?

Als wir uns Gedanken über die Weiterentwicklung der Hotelparte machten, wurden wir von einem Hotelentwickler auf ein Projekt Seminar-/Geschäftshotel in Zürich-Nord angesprochen. Bald war klar, dass wir ein Hotel nicht unter der Marke SV führen können, da dies zu wenig Synergien bringen würde. Wir sind konkret für dieses Projekt – das heutige Courtyard by Marriott Zürich Nord – an die Evaluation verschiedener möglicher Franchisegeber gegangen. Wir suchten einen Lizenzgeber mit internationaler Ausstrahlung und Bekanntheit.

SV GROUP

Die SV Group ist eines der führenden Unternehmen in der Personalgastronomie und im Care Catering. Nebenbei betreibt sie Hotels für Marriott und Senioren- und Pflegeheime. Die öffentliche Gastronomie, Partyservice und edles Event-Catering gehören zudem zu ihren Kompetenzen. Aktuell betreibt die SV Group über 500 Betriebe.

Hotelfortfolio

Courtyard by Marriott Zürich Nord	152 Zimmer
Courtyard by Marriott Basel	175 Zimmer
Renaissance Zürich Tower Hotel	300 Zimmer
Residence Inn/Courtyard by Marriott München	352 Zimmer

Kennzahlen

Konsolidierter Nettoumsatz	473866*
Nettoumsatz aus treuhänderisch geführten Betrieben	107078*
Nettoumsatz aus assoziierten Betrieben	42898*
Total Nettoumsatz (Marktleistung)	623842*
EBIT	5428*
Konzernergebnis	4236*
Eigenkapital	62221*
Eigenkapitalquote	45,6%
Mitarbeitende per 31.12.2010	8180
Umgerechnet in Vollzeitstellen (inkl. assoziierte Betriebe)	5127

* in 1000 CHF

Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Marriott?

Wir sind auf mögliche Lizenzgeber zugegangen, haben Vor- und Nachteile abgewogen und uns dann entschieden. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Entwicklung und einen gemeinsamen Weg in die Zukunft waren bei Marriott am besten gegeben. Die Entwicklung gibt uns recht, in der Schweiz sind wir heute mit den beiden Courtyard by Marriott in Zürich und Basel sowie ganz neu mit dem Renaissance Zürich Tower Hotel – ebenfalls eine Marriott-Marke – in der Schweiz aktiv. Und seit diesem Monat sind wir auch in München mit zwei Marken von Marriott präsent.

Für jedes Hotel haben wir eine eigene Betreibergesellschaft gegründet. Diese sind als Tochtergesellschaften zu 100% in die SV Group integriert.

Was spricht für die Marriott-Gruppe?

Es sind mehrere Gründe. Bezüglich Kultur und Philosophie liegt Marriott uns am nächsten. Marriott startete ursprünglich

BEAT KUHN PERSÖNLICH

Beat Kuhn, Managing Director der Division Hotel der SV Group, engagiert sich seit 2004 für das Unternehmen. Er ist Absolvent der Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich und Master of Business Administration und bewegt sich beruflich seit 22 Jahren vorwiegend in der Hotellerie. Unter anderem durchlief er im Kaderbereich renommierte Stationen wie das Swissôtel Zürich, die Golden Arch Hotels Suisse und die Sulcus Hospitality (Schweiz) AG. Auch im Privatleben scheut Beat Kuhn keine Herausforderungen: Klettern, Bergsteigen und Skitouren gehören zu seinen favorisierten Freizeitbeschäftigungen.

im Catering-Business und stieg erst später ins Hotelgeschäft ein. Marriott ist immer noch familiär geführt. Und Werte, die wir verfolgen, erkennen wir auch bei Marriott. Dazu kommt eines der besten, wenn nicht das beste Reservationssystem, und mit Marriott Rewards verfügt die Hotelgruppe über ein hervorragendes Kundenloyalitätsprogramm. Mit ausschlaggebend war auch, dass wir mit Marriott zusammen die Marke Courtyard im Schweizer Markt einführen konnten.

Wie ist der Vertrag zwischen der SV Group und Marriott ausgestaltet?

Für jedes einzelne Objekt wird ein separater Vertrag gemacht. Dieses Konstrukt besteht eigentlich aus drei Verträgen, einer Art Dreiecksbeziehung. Es gibt einen Franchisevertrag zwischen Marriott und uns. Darin sind alle Rechte und Pflichten dieser bilateralen Beziehung geregelt. Dann gibt es einen Miet-/Pachtvertrag zwischen uns und dem Investor, dem Eigentümer des Objekts. Bei den beiden Courtyard Hotels handelt es sich um einen Fond der Credit Suisse, beim Renaissance Zürich Tower Hotel ist es die Mobimo. Der dritte Vertrag, das sogenannte Owner-Agreement, wird zwischen Marriott, dem Eigner und uns abgeschlossen und regelt alle Punkte, in welche der Eigentümer involviert ist.

Wie frei sind Sie in der Ausgestaltung und Führung der Häuser?

Wir führen unsere Hotels nach den genau gleichen Standards wie jedes andere Marriott-Hotel der gleichen Marke auf der Welt. Für den Kunden ist nicht erkennbar, ob das Hotel durch uns oder durch Marriott selbst geführt wird. Die rein wirtschaftliche Ausgestaltung liegt zu

100% bei uns. Wir können z.B. die Zimmer- oder Restaurantpreise selbst gestalten, natürlich immer entsprechend unserer Positionierung und eingebettet in das lokale Marktgefüge.

Beschränkt sich die Zusammenarbeit nur auf die bisherigen Marken Courtyard by Marriott und Renaissance?

Nein, wir haben in München am 1. Oktober einen Hotelkomplex mit einem Courtyard by Marriott sowie neu einem Residence Inn by Marriott eröffnet. Residence Inn ist eine Marke, mit der Marriott in den USA bereits mit über 600 Objekten erfolgreich am Markt tätig ist. Die Marke wurde in enger Zusammenarbeit von Marriott mit uns den europäischen Bedürfnissen angepasst und weiterentwickelt und nun in München erstmals in Europa lanciert.

Wie positioniert sich Residence Inn?

Der Fokus liegt auf längeren Aufenthalten von Firmenkunden oder Firmenmitarbei-

tern. Das können Gäste sein, die für eine gewisse Zeit fernab ihrer Firma in ein Projekt vor Ort eingebunden sind und von Montag bis Freitag ein temporäres Zuhause brauchen. Oder Gäste, die 14 Tage am Stück eine Unterkunft brauchen, weil sie neu vor Ort und noch auf der Wohnungssuche sind. Residence Inn eignet sich also für Aufenthalte von einigen Wochen bis zu einem Jahr oder mehr. Es handelt sich um ein Hotelkonzept, das vermehrt auf Wohngefühl und Behaglichkeit sowie grosse, wohnliche Räume mit Arbeitsplatz, Wohnecke und Mikroküche setzt. Ergänzt wird das Ganze durch eine wohnlich-ruhige Public Area mit Bar, jedoch ohne Restaurant.

Warum der Schritt ins Ausland?

Als SV Group sind wir nebst der Schweiz auch in Deutschland und Österreich in der Gastronomie tätig und verfügen in allen drei Ländern über eine Backoffice-Infrastruktur. Eine Erweiterung auf das Hotelgeschäft ist also nur logisch.





Das neu eröffnete Renaissance Zürich Tower Hotel.

Welche Synergien ergeben sich zwischen dem Stammgeschäft der SV Group und dem Hotelgeschäft?

Die Synergien sind vielfältiger Natur. Z.B. können die Hotels unsere bestehende zentrale Backoffice-Infrastruktur nutzen. Dazu gehören die Buchhaltung, der Einkauf, IT, Human Resources und vieles mehr. Auf der Verkaufsseite können wir Kunden, für die wir in der Gemeinschaftsverpflegung tätig sind, nun auch Hotels für Geschäftsreisen anbieten.

Ihr Chef, Philippe Echenard (CEO der SV Group), erklärte im Herbst 2006, man wolle bis 2014 mindestens sechs weitere Courtyard by Marriott in der

Schweiz eröffnen. Ist man bezüglich Hotelexpansion also in Verzug?

Nein, denn grundsätzlich haben wir den grossen Vorteil, dass wir keine Verpflichtung und keinen Druck haben, unbedingt wachsen zu müssen. Zusammen mit unserem Basisgeschäft wollen wir logisch wachsen. Mit den beiden Häusern in München haben wir unser Ziel fast erreicht, von den Orten her hat sich einfach eine Verschiebung ergeben. Es ist auch immer eine Frage der sich bietenden Möglichkeiten, der idealen Standorte und der infrage kommenden Marke. Nicht vergessen darf man, dass ein Entwicklungsprozess bis zu sechs Jahre dauern kann. So gesehen sind wir eigentlich gut auf Kurs.

Gibt es weitere Projekte, vielleicht auch in der Ferienhotellerie?

Derzeit liegt unser Fokus auf der erfolgreichen Einführung des Renaissance Tower Hotels in Zürich und der zwei neuen Häuser in München. Wir verfolgen weitere Standorte und Projekte, aber konkrete Aussagen dazu kann ich noch keine machen. Sicher ist, dass wir uns eine Präsenz in der Westschweiz wünschen. Marriott wäre für eine internationale Stadt wie Genf sicher prädestiniert.

Wir fokussieren auf die Geschäftshotellerie. Das zeigt sich im Markenportfolio, das grösstenteils Geschäftsreisende anspricht. In der Schweiz gibt es wenige touristische Orte, an welchen internationale Marken mit einem Hotel vertreten sind. Dieses Segment liegt fast ausschliesslich in privaten, oft familiären Händen.

Wie ist der Geschäftsgang der Courtyards in Zürich und Basel und wie ist das neue Renaissance Zürich Tower Hotel gestartet?

Mit dem Courtyard Zürich sind wir seit dem ersten Tag sehr zufrieden. Wir verzeichnen eine sehr hohe durchschnittliche Belegung von gegen 85%. In Basel steigt die Belegung stetig, wobei diese das hohe Niveau von Zürich noch nicht erreicht, die Marktgegebenheiten sind etwas anders. In Zürich haben wir vor allem viele individuelle Geschäftsreisende, in Basel sind es eher Firmengruppen rund um einen Event. Sich in diesem Segment einen guten Namen zu schaffen braucht etwas länger. Mit dem Renaissance Zürich To-

wer Hotel starteten wir Mitte August. Bereits anfangs September hatten wir Nächte, wo wir voll ausgebucht waren. Alles in allem sind wir mit der Entwicklung in allen drei Häusern sehr zufrieden.

Gibt es Hospitality-Bereiche, in denen die SV Group noch nicht aktiv ist?

Wenn wir die gesamte SV Group betrachten, dann ist der Kreis mehr oder weniger geschlossen. Aber in einzelnen Segmenten gibt es noch Entwicklungspotenzial. Zum Beispiel im Seniorenmarkt, wo wir in Deutschland und Österreich aktiver sind als in der Schweiz. Dabei handelt es sich um Seniorenresidenzen und -heime, die wir komplett führen, also nicht nur für das Catering, sondern auch für die Pflege verantwortlich sind. Das Geschäftsmodell ist hier ähnlich der Pacht eines Hotels.

Wie hoch ist der Anteil des Bereichs Hotel am Gesamtumsatz der SV Group?

2010 lag dieser Anteil bei 3%. 2012 werden es bereits etwa 9% sein. Wir wachsen im Hotelbereich relativ kräftig, aber auch die anderen Segmente der Gruppe stehen natürlich nicht still.

Welchen Stellenwert nimmt der Bereich Meetings, Incentives, Conventions innerhalb des Bereichs Hotel ein?

Einen sehr wichtigen, wobei es vom Standort abhängig ist. Im Courtyard Zürich sind etwa zwei Drittel des Umsatzes von Special Corporates und Corporate Individuals getrieben. In Basel ist es genau umgekehrt, da entfällt der Hauptanteil auf Corporate Groups, also auf das MICE-Geschäft. Im Renaissance Zürich Tower rechnen wir in etwa mit einer 50:50-Situation. Wir konnten hier sehr gute Special-Corporate-Verträge abschliessen. In der Umgebung gibt es sehr viele spannende Firmen, die genau unserer Positionierung entsprechen. Und das Quartier Zürich-West ist noch immer nicht fertig gebaut – da kommt noch mehr. Dank der 300 Zimmer und mehr als 1000 Quadratmetern Konferenzfläche ist die Nachfrage für Corporate Groups sehr gut.

Durch die neuen Häuser in Zürich und München haben wir die Verkaufsorganisation zentral gebündelt und MICE-Spezialisten für den Verkauf aller Hotels angestellt. // www.sv-group.ch