

Vor einem Jahr wurde das glamouröse Kameha Grand Zürich eröffnet. Hotelier Carsten K. Rath zieht Bilanz und stellt in Aussicht: Das Haus wird schweizerischer werden.

GERY NIEVERGELT

**Carsten Rath, wie geht es Ihnen?**

Es geht mir ganz gut. Danke! Ich hatte ein spannendes Jahr hier in Zürich mit der Eröffnung des Kameha Grand, habe spannende Erfahrungen sammeln dürfen. Über die Weihnachtszeit nahm ich dann Ferien, reiste nach Bali und habe dort darüber nachgedacht, was wir erreicht haben, was wir nicht geschafft haben und vor allem, was wir wie schaffen werden.

**Spannende Erfahrungen – positiv oder negativ?**

Es gab beides und beides reichlich. Beginnen wir, getreu meiner Lebenseinstellung, mit den positiven Dingen. Wir konnten ein wunderbares Team von Top-Hoteliers zusammenstellen, es ist ein guter Mix von Menschen, mit denen ich inzwischen bis zu zwölf Jahre zusammenarbeite, und ganz neuen Mitarbeitenden. Zweitens: Die Gastronomie hat super eingeschlagen. Das gilt sowohl für das italienische Restaurant L'Unico wie das Restaurant YOU mit asiatischen Einflüssen und 15 Gault-Millau-Punkten sowie einem Michelin-Stern. Ebenfalls zufrieden sind wir bei den Tagungen. Wir konnten gewichtige Veranstalter wie die IWC oder die Fifa gewinnen.

**Was ist nicht gut gelaufen?**

Wir haben bei der Belegung nicht die Zahlen erreicht, die wir erreichen wollten. Wir waren bestimmt mutig und wollten im ersten Jahr 59 Prozent Belegung schaffen. Schlussendlich sind wir fast 10 Prozent darunter geblieben. Gleichzeitig haben wir auch nicht ganz die Rate von 290 Franken netto geschafft, die wir uns vorgenommen haben. Das konnten wir jedoch kompensieren durch mehr Umsatz in der Gastronomie.

**Zu den Gründen zählte mit Sicherheit der Frankenschock.**

Das ist die offensichtliche und gleichzeitig einfachste Antwort. Aber wir sind in einer so schnelllebigem Zeit, dass es nicht nur um den Franken geht, sondern ebenso um Kriege und Krisen. Zudem habe ich mir von der Aufnahme in die Autograph Collection von Marriott mehr Umsatz erhofft. Da war ich wohl etwas realitätsfremd. Dennoch freue ich mich, dass wir von Marriott ausgezeichnete Noten bekommen. Die Gästezufriedenheit liegt bei über 90 Prozent und ist Benchmark.

**Wie hat sich die Gästestruktur des Kameha entwickelt?**

Wir hatten mit 56 Prozent Gästen aus Deutschland gerechnet – es waren im letzten Jahr gerade mal drei Prozent. Dieser Markt ist komplett kollabiert. Gleichzeitig ist es uns jedoch gelun-



Nach fünf Jahren ein Buch über «sein» Kameha Grand Zürich: Hotelier, Speaker und Buchautor Carsten K. Rath.

Holger Jacob

# «Es ist Zeit, dem Kameha mehr Schweizer Charakter zu geben»

gen, den englischen, amerikanischen und vor allem den Schweizer Markt auszubauen. Die Schweizer Gäste sind für uns heute der wichtigste Markt. Sie kommen zu uns, um Geschäfte zu machen, zu feiern, oder weil ihnen unser Design und Ambiente gefällt.

**Der 700 Quadratmeter grosse Dome ist das Herzstück des Hotels. Hat er die Erwartungen erfüllt.**

Nicht ganz. Die Herausforderung ist, dass sich die Location auf der ersten Etage befindet. Sie ist nicht einsehbar, erschliesst sich nicht sofort. Da müssen wir noch besser arbeiten.

**Wie lautet nun die Gesamtbilanz nach dem ersten Jahr?**

Die Bilanz ist durchwachsen; zum Teil

überwältigend positiv, zum Teil ein wenig betrüblich. Summa summarum sind wir zufrieden. Ich gebe uns auf einer Skala von eins bis zehn eine Acht.

**Welche Konsequenzen ziehen Sie aus den Erfahrungen?**

Ich habe dem Hotel nun ein Jahr lang meinen Stempel geben dürfen und das Haus so geprägt, wie ich es wollte. Jetzt wird es Zeit, ihm noch mehr Schweizer Charakter zu geben. Mit der Architektur und dem Design ist uns das sicher gut gelungen. Wir sind der Swissness verpflichtet und interpretieren sie modern. Das kommt bei den Gästen an. Jetzt geht es darum, dem Haus auch ein Schweizer Gesicht gegen aussen zu geben. Darum habe ich jetzt den grossartigen Hotelier und Freund Werner Knechtli engagiert. Er wird in Zukunft zwei Tage pro Woche für uns arbeiten.

**Werner Knechtli ist ein sehr erfahrener Hotelier. Was wird seine Aufgabe sein?**

Neue, interessierte Kunden zu uns zu bringen. Er hat ja seine Netzwerke, nicht zuletzt aus den 30 Jahren bei den Radisson Hotels. Er ist quasi die Speerspitze unseres Vertriebs – ein Schweizer Botschafter des Kameha Grand. Ausserdem werde ich im Sommer einen Schweizer GM einstellen. Wir sind bereits in Endgesprächen mit zwei bekannten Top-Hoteliers. Sowohl der Direktor wie auch Werner Knechtli werden direkt an mich rapportieren.

**Wie sehen Sie Ihre eigene Rolle?**

Ich bleibe «in Charge»: strategisch, visionär und vertriebstechnisch. Ich bin ja zusammen mit Peter Mettler auch Besitzer der Betreiberin Lifestyle Hospitality & Entertainment Management AG. Unsere Gesellschaft ist zu 100 Prozent mit Eigenkapital finanziert.

**Werden Sie auch im zweiten Jahr weiter investieren?**

Wir investieren laufend. Derzeit wird das der Stadt Opfikon und Zürich gehörende Grundstück hinter dem Hotel bearbeitet, bepflanzt und in einen Urban Garden verwandelt. Wir investieren eine halbe Million Franken in die Ästhetik, die für das Kameha so wichtig ist. Zudem werden wir im Sommer noch eine Art Beach Bar auf der Terrasse schaffen.

**Hand aufs Herz: Würden Sie sich auch heute noch für diesen Standort in der Gewerbezone zwischen Stadt und Flughafen entscheiden?**

Absolut. Es gibt nur drei Standorte in Zürich von Relevanz. Da ist der Westen, an den ich nicht glaube. Dann die Stadtmitte, die immer funktionieren wird. Und da ist der Osten, das sind wir. Wir haben die beste Anbindung an den Flughafen und damit an die europäischen Länder; viele Grossunternehmen befinden sich direkt in unserer Nachbarschaft. Aber: Ich würde heute an diesem Standort um

30 Prozent günstiger bauen.

**Wie sieht es aus mit neuen Hotelprojekten?**

Konkret ist nichts. Für Wachstum würden wir Fremdkapital beiziehen. Es gibt erste Investoren, die mit uns gemeinsam wachsen wollen.

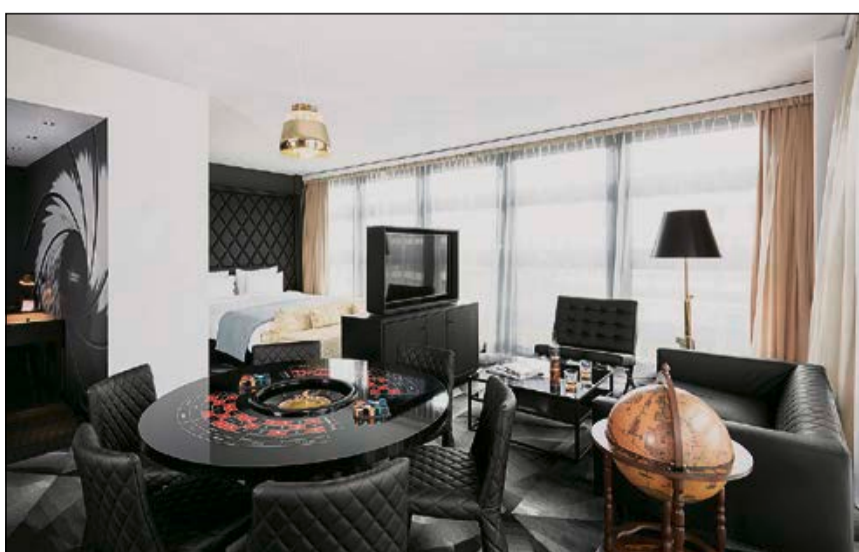
**Welche Standorte kämen in Frage?**

Es gibt wenige ideale Orte. Ich glaube an Luzern, das in den nächsten fünf bis zehn Jahren einen Boom erleben wird, wenn die Chinesen und Inder beginnen, individuell zu reisen. Ich glaube auch an Basel als Metropole im Herzen Europas – und an München und an Stuttgart.

**Wenn Sie in die Zukunft blicken: Wo steht das Kameha Grand Zürich in fünf Jahren?**

Das weiss ich nicht. Ich denke, in fünf Jahren wird das Haus hier in einer Business-Area stehen, die von sich reden macht. Ich glaube, dass das Hotel dann sehr gut positioniert ist, und ich glaube ausserdem, dass ich darüber ein Buch schreiben werde. Es wird um Vertrauen, Vielfalt und Verantwortung gehen und den Titel tragen: Was kostet die Freiheit?

«Ich habe dem Hotel ein Jahr lang meinen Stempel geben dürfen und das Haus geprägt, wie ich es wollte.»



Themen-Suite im Stil von James Bond im Kameha Grand.

zvg

## Botschafter für das Kameha Grand Das überraschende Comeback des Werner Knechtli

Mit Werner Knechtli, 67, kehrt ein erfahrener Hotelmanager ins Business zurück. Der Bauernsohn aus Schöftland schloss 1973 die Hotelfachschule Luzern ab, startete darauf eine internationale Karriere und arbeitete in leitender Stellung in Hotels in Kenia, Saudi-Arabien oder Berlin. Über 30 Jahre lang war Knechtli danach für die Rezidor Hotel Group tätig, zuletzt von 2008 bis 2015 als General Manager des Radisson Blu Hotel am Flughafen Zürich. Ganz in der Nähe, im Kameha Grand, nimmt der Hotelier, der sich mit dem Ruhestand schwertat, auch weil er sich nach eigenen Angaben «wie 50 fühlt», nun eine neue Herausforderung an.



Nicht für den Ruhestand geboren: Werner Knechtli.

zvg