



2005: Die Verantwortlichen der Hotelkooperation (Hotellers, Verwaltungsrat, Werbeagentur und GL) freuen sich über den neuen Brand «Private Selection Hotels».



WE ARE FAMILY

20 JAHRE PRIVATE SELECTION HOTELS – DIE MEILENSTEINE

Die profilierte und erfolgreiche Hotelkooperation «Private Selection» feiert diesen Monat ihr zwanzigjähriges Bestehen. Wir blättern im Album und «klicken» uns durch die Geschichte der «Hotelfamilie».



1996: Esther Dysli und Beat Anthamatten (rechts) bezwingen mit Unterstützung eines Bergführers das Allalinhorn.



1996. Aus einer losen Amicale (Genossenschaft) mit Sitz bei den Swiss International Hotels in Zürich soll die Alpine Classic Hotels Service AG als schlagkräftige Marketing-Organisation gegründet werden. Olaf Reinhardt als Mehrheitsaktionär (damals Gastgeber im Seehotel Kastanienbaum in Luzern) und Laurenz Schmid (Wellness- & Spa Hotels Ermitage in Schönried und Beatus in Merligen) als Vizepräsident sind federführend. Esther Dysli erhält die Chance, die Marketingorganisation als Geschäftsführerin und (vorerst) einzige Mitarbeiterin aufzubauen. Die Organisation vertritt 18 Hotels in der Schweiz unter der Marke «Alpine Classic Hotels of Switzerland».

18. Oktober 1996: Die Gründungsversammlung der Alpine Classic Hotels Service AG findet in Luzern statt, das Handelsregister trägt die AG am 23. Oktober 1996 ein. Als Verwaltungsräte zeichnen Olaf Reinhardt (Präsident), Laurenz Schmid (Vizepräsident) und Prof. Dr. Thomas Bieger (Beisitzer).

Mai 1997: Mit dem Hotel Sunnwies in Naturns (Südtirol) kann das erste Mitgliedhotel ausserhalb der Schweiz gewonnen werden. Der neue Brand lautet «Alpine Classics Private Hotels».

Sommer 2000: Alpine Classic Hotels haben bisher mit Stoppdatenlis-



1995: Erste Gästeaktion mit Koffergeschichten, erzählt von Peter Hotz (Adula Flims) und Elisabeth Herren (Cresta Palace Celerina).

ten der Hotels und Fax-Anfragen/-Reservationen gearbeitet und auf dem internationalen Markt vergeblich nach einem Ferienhotellerie-konformen

Reservationsystem gesucht. Der Auftrag zur Programmierung eines eigenen

Systems wird an die Firma Garaio Informatik in Bern vergeben. Das Reservationsystem wird im Frühling 2001 in Betrieb genommen. Es ist ein in sich abgeschlossenes System, das (noch) über keine Schnittstellen zu Hotels oder Vertriebskanälen verfügt.



2005: Cresta Palace, Front-Office-Tagung zum ersten Mal im Private-Selection-Look.

Frühjahr 2001: In den letzten Monaten ging ein Schub von Investitionen in die Wellness-Infrastruktur durch viele der Mitgliedhotels. Um sich gegenüber der mächtigen Konkurrenz in den angrenzenden Alpenländern positionieren zu können, finden neun



2013: Feriengefühle bei der Mitgliederversammlung auf Mallorca.

Wellnesshotels innerhalb der Private Selection Hotels zusammen und gründen die Qualitätsmarke «Wellness Plus».

2004/2005: Immer öfter fragen Stammgäste nach Hotels in Destinationen ausserhalb des Alpenraums. Gleichzeitig gehen Bewerbungen von Hoteliers im Ausland ein, die die Arbeit der Gruppe kennen und schätzen gelernt haben.

1. Oktober 2005: Die Firma zeichnet neu als Private Selection Service AG und positioniert den Brand «Private Selection Hotels» als Gütesiegel für privat geführte Erstklass- und Luxushotels mit besonderem Charme und authentischem Charakter in den schönsten Regionen Europas. Zu den 43 Hotels im Alpenraum kommen Mitgliedshotels aus anderen wichtigen Feriendestinationen Europas dazu. Das Firmenlogo wird mit dem Slogan «zauberhaft persönlich» ergänzt.

Frühjahr 2007: Das alte Reservationssystem wird von einer neuen, auf Microsoft-Basis offen programmierten Softwarelösung der



2005: Margot Meier, Hotel Meierhof Davos, plauscht mit Private-Selection-Präsident Olaf Reinhardt.

Firma Achermann Consulting abgelöst. Dieses System bietet Schnittstellen zu einigen (wenigen) Vertriebskanälen. Mit der Einführung wird auch das Bonusprogramm – das gruppeninterne Gästebindungsprogramm der Private Selection Hotels – lanciert.

2012-2014: Die Bedürfnisse der Mitglieder an ihre Hotelkooperation haben sich geändert. Einzelne Kooperationen können es sich nicht mehr leisten, ein eigenes Reservationssystem zu unterhalten, das regelmässig an die neuen Technologien und Bedürfnisse angepasst wird. Die Zentrale der Private Selection Hotels evaluiert bestehende internationale Systeme und prüft ihre Kompatibilität mit CMS (Content Management System) und CRM. Am 1. Oktober 2014 geht die neue Homepage mit dem Reservationssystem SynXis von Sabre und verbunden mit Dailypoint, dem «Big Data – CRM» von Toedt, Dr. Selk & Coll., online.

Anfang 2014: Im Bewusstsein, dass sich Privathotels nur durch ihr ganz spezielles «gewisse Etwas» – die UFPs (Unique Feeling Propositions) – und die durch die Mitarbeitenden ermöglichten Magic Moments von den Mitbewerbern abheben können, wird das Empathie-Schulungskonzept lanciert.

2014-2015: Der Generationenwechsel hält Einzug. Innerhalb weniger Monate verabschieden sich in knapp einem Dutzend langjähriger (Gründungs-)Mitgliedshotels die Gastgeber und übergeben in jüngere Hände.

Auch bei der Private Selection Service AG ist der Wechsel im Gang: Um den nahtlosen Übergang zu garantieren, wird der Verwaltungsrat im Frühjahr 2015 ergänzt durch die Hoteliers Philip Genner (Hotel L'Estelle en Camargue), Marc Traubel (Hubertus Alpin Lodge & Spa), Wilhelm K. Weber (Swiss Hospitality Solutions). Als Delegierte des Verwaltungsrates zeichnet Geschäftsführerin Esther Dysli.

2016. Heute umfasst die Hotelfamilie 11 x 5*--, 32 x 4*-Superior- und 17 x 4*-Hotels in sechs Ländern Europas. Die durchschnittliche Weiterempfehlungsrate liegt bei 94 Prozent.