

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2019)
Heft: 10

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

htr hotelrevue

16. Mai 2019
 Nr. 10
 AZA/JAA - 3001 Bern/Berne
 Adresse: Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern
 Redaktion: Tel. 031 370 42 16
 E-Mail: redaktion@htr.ch
 Aboservice: Tel. 031 740 97 93
 E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

3893
 reiz, Nationalbibliothek
 odliedienst
 Mylerstrasse 15
 Bern
 A0080 21/21

SERVICE

STELLENANGEBOTE,
 IMMOBILIEN, AUS- UND
 WEITERBILDUNG
 21-25



unterwegs

Wie Cornelia Meltenberger von der SBB den Fernverkehr für ausländische Gäste attraktiver machen will.

Seite 2

innovativ

Die neue Bündner Online-Plattform BunaNotg sorgt für positive Reaktionen, aber auch für Kritik.

Seite 4



insolite

Naoyuki Miyayama importe avec succès les Chasselas vaudois. Notre reportage à Tokyo.

Page 11

einfacher

«CheckIn-FR» erleichtert den Hoteliers das Erfassen und Weiterleiten der Gästedaten.

Seite 5 und 13

Vermarktung durch Valais/Wallis Promotion

Wallis wird offensiver

Valais/Wallis Promotion fordert mehr Geld. Im Gegenzug soll realer Mehrwert geschaffen werden.

Die Vermarktungsorganisation Valais/Wallis Promotion (VWP) will künftig konkrete Produkte und Erlebnisse in ihre Kommunikation aufnehmen, die auch verkauft werden können. «Wollen wir Mehrwert für das Wallis generieren, der über den bloss emotionalen Mehrwert hinausgeht, müssen wir entlang der Wertschöpfungskette denken»,

erklärt VWP-Direktor Damian Constantin. Dazu reichten die heutigen finanziellen Mittel nicht aus. Entsprechend fordert VWP eine Erhöhung um jährlich 3,5 Millionen Franken für den vierjährigen Rahmenkredit 2021 bis 2024. Bisher standen jährlich 10 Mio. Franken zur Verfügung, was dem im Gesetz verankerten Minimum entspricht. Die zu-

sätzlichen finanziellen Ressourcen sollen laut Constantin auch eine intensivere Marktbearbeitung und die Stärkung des Verkaufs vor allem auf den Nah- und Fernmärkten ermöglichen. Die Verlängerung des Rahmenkredits für VWP wird im kommenden Herbst durch den Grossen Rat behandelt. **dst**
Seite 9

Editorial

75 Jahre Erfolge: eine exklusive Erfolgsgeschichte



GERY NIEVERGELT

Jubiläum Vor 75 Jahren entschieden acht tüchtige Hoteliers, die eigene Betriebsbuchhaltung offenzulegen, gemeinsam zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen, um sich auf dem Markt noch erfolgreicher behaupten zu können. Es war der Beginn einer Erfolgsgeschichte, die allerdings nie grosse Breitenwirkung erzielte. Benchmark ist eminent nützlich, aber eben auch eine Frage des Mutes. Nun, wer es in dieser Offenheit wagte, zählte und zählt in diesen 75 Jahren zu den Besten der Hotelbranche. Noch nie ging ein Erfahrungs-Betrieb in Konkurs. Jubiläen gehören gefeiert. Am Mittwoch vergangener Woche trafen sich die Mitglieder der unter dem Dach von hotellerieuisse versammelten 14 Erfahrungs-Gruppen in Basel zum «Summit», um den Austausch noch zu intensivieren und auszuweiten. Wir sind derzeit daran, den mit Workshops, Referaten und einer geselligen Rheinschiffahrt reich befrachteten Tag publizistisch aufzubereiten. Das Erfahrungs-Magazin liegt der htr vom 13. Juni bei. **Politik** Mit Andreas Züllig kandidiert endlich wieder einmal ein Hotelier für den Nationalrat. Auf kommunaler Ebene dagegen sind politisierende Gastgeber keine absolute Rarität. Einer, der begriffen hat, dass man gerade auf dem Land wenig beeinflussen kann, wenn man nicht mitmacht, ist Matthias Ramer, Hotelier in Zürich und Gemeinderat in Augst am Albis. Sie erfahren mehr auf Seite 5..

Aussergewöhnliches Hotelkonzept

Die neue 4-Sterne-Lobby in Zürich



Die neue Lobby des Zürcher 4-Sterne-Hotels Opera punktet mit viel Wohlfühlatmosphäre und noch mehr digitalen Gadgets. **Seite 15.**

Hôtellerie

Alain Becker veut fédérer les jeunes hôteliers

Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers depuis une année et demi fait un premier bilan de ses 200 visites d'hôtels. Il se dit frappé par toutes ces personnalités qui font la branche. Mais pense aussi que ses membres peuvent augmenter leur visibilité. Il vient de créer un club réunissant la jeune génération. **aca**
Page 14

Warenhäuser

Mit Gastronomie Kunden anlocken

Das Berner Traditionshaus Loeb macht's vor: Im Zuge seines 14-Millionen-Umbaus wird die Kulinarik ausgebaut. Auch Manor setzt auf den Mehrwert Gastronomie und eröffnet die neue Filiale mit Restaurant samt Dachterrasse. Fakt ist: Onlinehandel und sinkende Besucherfrequenzen setzen dem Detailhandel

zu. Um Kunden wieder in ihre Häuser zu holen und die Verweildauer zu steigern, setzen Warenhäuser vermehrt auf Gastronomie - mit Erfolg. «Die bediente Gastronomie», so Thierry Bromberger von Jelmolli Zürich, «ist finanziell sehr erfolgreich und wächst jährlich.» **fee**
Seite 16 und 17

Crans-Montana

La station rêve de stratégie face à Radovan Vitek

Face à la position dominante de Radovan Vitek à Crans-Montana, les acteurs de la station tentent d'avancer et de bâtir une stratégie à 2030. Le milliardaire fait l'objet de nombreuses accusations. «Nous sommes contents d'avoir des investisseurs mais la station n'est pas à vendre», résume Nicolas Féraud, président de la commune. **lg**
Page 10

Hospitality Technology Forum

2019

Tickets unter: htr-zuerich.com

Inhalt

meinung	2-3
thema	4-9
cahier français	10-14
hotel gastro welten	15-20
brands, impressum	22
showroom	27-28

Jet-Cut
 Lebensmittelfolien
DISPENSER PLUS
 Beide Folien in einem Gerät

Bei Ihrem Grossisten

«Für die Zukunft möchte ich nicht die Substanz hergeben.»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER
 Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

bommer-partner.ch

HUGENTOBLER
 Schweizer Kochsysteme

«Als Unternehmer will ich meine Rentabilität verdoppeln und Synergien nutzen.»

Wir bieten Lösungen - www.hugentobler.ch

BADAG GmbH
 Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

JA zum Waffenrecht
 JA zum Waffenrecht
 JA zum Waffenrecht

«Mit dem Ausschluss aus dem europäischen Visaverbund wären für den Schweizer Tourismus gravierende finanzielle Nachteile und ein ebenso grosser Imageverlust verbunden.»

Andreas Züllig,
 Präsident hotellerieuisse



Cornelia Mellenberger: «Weitet man das Touristen-GA auf zu viele teilnehmende Betriebe aus, hat dies Folgen für die Preisfestsetzung.»

Chantal Niklaus

«Touristen aus den Golfstaaten fahren eher weniger Zug»

Cornelia Mellenberger, Leiterin Fernverkehr bei der SBB, zu der Bedeutung des Bahnunternehmens für den Tourismus und dem Ärger mit den Doppelstockzügen Dosto.

DANIEL STAMPFELI

Cornelia Mellenberger, von Ihrem Wohnort aus pendeln Sie mit dem Regionalverkehr zu Ihrem Arbeitsplatz in Bern und nicht mit dem Fernverkehr, dem Sie vorstehen. Wie gelangen Sie zu persönlichen Erfahrungen im Fernverkehr? Regionalverkehr und Fernverkehr sind sehr eng miteinander vernetzt. Jedes der beiden Verkehrssysteme funktioniert alleine ohne das andere nicht. Der Regionalverkehr übernimmt oft die Rolle des Zulieferers für den Fernverkehr. Dies gilt auch für meine Situation. Reise ich beispielsweise nach Zürich oder Olten, gelange ich mit dem Regionalverkehr zu einem Hauptbahnhof und reise von dort mit dem Fernverkehr weiter und umgekehrt.

Welche Bedeutung hat der Tourismus für den Fernverkehr der SBB? Wichtig ist, wie man die Schweiz im Ausland wahrnimmt, und zwar nicht nur als Wirtschaftsstandort, sondern auch als Tourismusland. Und da die Schweiz ohne Bahn beziehungsweise ÖV sowohl für die Wirtschaft wie auch den Tourismus unvorstellbar ist, hängen Tourismus und Verkehr eng zusammen. Gerade im Ausland trägt die SBB viel zum guten Image der Schweiz bei. Die für unser Unternehmen wichtigen Werte Pünktlichkeit, Verlässlichkeit und Sauberkeit verbindet man auch mit der Schweiz

und dem Tourismus. Wir von der SBB profitieren vom Tourismus und die Tourismusregionen profitieren umgekehrt sehr stark vom funktionierenden öffentlichen Verkehr. Im Gegensatz zu früher, als Gäste etwa mit dem Flugzeug in die Schweiz kamen, und die Bahn nur als Transitweg zu ihrer Destination benutzten, wollen wir mit attraktiven Angeboten die Gäste animieren, während ihres Aufenthalts in der Schweiz vermehrt mit dem öffentlichen Verkehr zu reisen. Zudem bietet die SBB mit dem Gotthard Panorama Express ein eigenes, auf in- und ausländische Touristen ausgerichtetes Produkt auf der Schiene an. Der Tourismus hat also ganz klar für den Bahnbetrieb eine zunehmende Bedeutung, auch für den Fernverkehr, der die Schweiz mit ihren Regionen verbindet und zusammenhält.

Erhalten Sie Rückmeldungen von ausländischen Gästen, wie attraktiv sie die Angebote der SBB halten? Wir führen Kundenzufriedenheitsumfragen durch – auch bei touristischen Fahrgästen, für welche wir mit dem Swiss Travel Pass ein spezifisches Angebot führen – und analysieren die Rückmeldungen. Diese sind mehrheitlich positiv. Komfort, Sauberkeit und Verlässlichkeit der Bahn werden sehr geschätzt. Sehr wichtig, auch für die Hotellerie, ist die gute Anbindung an die Flughäfen und die Verbindung zwischen wichtigen Schweizer Städten und Destinationen.

Erhalten Sie auch Reklamationen? Ja sicher. Die SBB fährt über 6000 Züge pro Tag, im dichtesten Schienennetz mit Personen- und Güterverkehr der Welt. Es wäre vermessen zu behaupten, dass sich im Einzelfall Touristen bei Verspätungen oder Einschränkungen des Bahnverkehrs infolge Bauarbeiten, wie zurzeit in der Region des Lac Léman, nicht auch beschweren.

Viele Züge sind täglich mit Pendlern besetzt: Was können Sie unter diesen Voraussetzungen den Touristen komfortmässig anbieten?

Rund zehn Prozent unserer Bahnreisenden sind Kunden aus dem Ausland, die in die Schweiz reisen oder innerhalb der Schweiz unterwegs sind. Und diese reisen in der Regel nach dem frühmorgentlichen Penderanstrum. Dies eröffnet den Touristen mehr Platz und entsprechend auch mehr Komfort. Auch an den Wochenenden registrieren wir eine deutlich steigende Nachfrage durch touristische Fahrgäste, insbesondere aus Nachbarländern.

Gibt es «bahnergische» Touristen aus gewissen Quellmärkten? Eine Bahnallergie gibt es nicht. Es gibt hingegen Länder, in welchen der ÖV und insbesondere die Bahn als Transportmittel nicht sehr etabliert ist. Entsprechend bestehen gewisse Vorbehalte bedingt durch die Unkenntnis. Eher weniger Zug fahren bei uns Touristen aus den Golfstaaten.

Wie versuchen Sie, touristische Bahnmuffel vom Vorteil des ÖV zu überzeugen?

Neben der guten Leistung, mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Angebot und vielen Komfortvorteilen, geht es darum, das gute Angebot in den Herkunftsländern der Touristen und des Tourismus anbietern dort vor Ort zu vermarkten. Dazu arbeiten wir mit unseren Vermarktungspartnern im Ausland zusammen. Es ist für uns sehr wichtig, dass wir vor Ort Zugang zu den Märkten haben, etwa in China oder Indien. Es geht auch darum, die Bewegungsströme der Touristen hierzulande zu nutzen. Unsere Tochtergesellschaft Zentralbahn etwa profitiert davon, dass sie in der Verbindungslinie zwischen den touristischen Hotspots Luzern und Berner Oberland aktiv ist und sich mit dem «Luzerner Interlaken Express» auch touristisch engagiert. Paketangebote, wie sie neu auch im Rahmen der Grand Train Tour of Switzerland erhältlich sind, wo wir

als SBB mit dabei sind, stossen auf grosses Interesse bei den internationalen Touristen.

Das Touristen-GA, der Swiss Travel Pass, ist ein grosser Erfolg. Worauf führen Sie dies zurück?

«Die für die SBB wichtigen Werte verbindet man auch mit der Schweiz und dem Tourismus.»

Dies widerspiegelt den Erfolg des gesamten öffentlichen Verkehrs in der Schweiz mit einer durchgehenden Reisekette unter dem Motto «eine Reise ein Ticket». Ein derartiges Angebot sind sich die Gäste aus

dem Ausland nicht gewohnt. Der Swiss Travel Pass bietet ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und die Reisenden sind damit sehr bequem und flexibel unterwegs.

Das Angebot sorgt auch für Kritik. Aufw Schilthorn und aufs Stanserhorn etwa fahren Swiss-Travel-Pass-Inhaber ohne Zuschlag. Dies zum Unmut

grösserer Bergbahnen, die von Preis-dumping sprechen. Was antworten Sie diesen?

Das Touristen-GA ist ein Erfolgsprodukt. Dass andere auch partizipieren möchten, ist verständlich. Weitet man das Produkt auf zu viele teilnehmende Betriebe aus, hat dies Folgen für die Preisfestsetzung. Die SBB möchte eigentlich den Preis für den Swiss Travel Pass stabil halten oder gar senken. Es gilt, gemeinsam mit der Branche vorsichtig abzuwägen, ob man das Netz allenfalls ausweiten will oder eben nicht.

Das Angebot der TGV-Verbindungen nach Paris wird ausgebaut. Gleichzeitig streicht die SBB die direkte Verbindung von Bern und Interlaken nach Paris. Die Berner Regierung verlangt, dass die Wiedereinführung dieser Linie geprüft wird. Können Sie dies dem Kanton Bern versprechen?

Es ist bedauerlich, dass die direkte Verbindung von Bern nach Paris nicht mehr weitergeführt werden kann. Via Basel gibt es heute und auch in Zukunft ein sehr gutes Angebot, das bereits genutzt wird. Zusammen mit dem Kanton Bern werden wir jedoch an einem runden Tisch die Bedürfnisse des Kantons und dessen Bevölkerung abholen. Aber der Entscheid, dass wir die Direktverbindung nicht mehr anbieten können, ist gefallen.

Das heisst, die SBB kommt auf diesen Entscheid nicht mehr zurück.

Lassen Sie uns erst einmal diesen runden Tisch führen. Danach sehen wir weiter. Sicher ist, dass wir uns für eine aus Kundensicht gute Lösung einsetzen werden.

Weshalb führt die SBB trotz steigendem Bedürfnis das 2009 gestrichene Nachtzug-Angebot nicht wieder ein? Dies wäre doch im Rahmen der Klimadiskussionen eine willkommene Alternative zu Flugreisen.

Die Nachhaltigkeit hat für uns eine grosse Bedeutung. Deshalb möchte ich in diesem Zusammenhang nicht von Wiedereinführung des Nachtzugs sprechen, sondern von einer Weiterführung. Es ist unsere Strategie, für den internationalen Verkehr, diesen in Kooperation mit unseren ausländischen Partnerbahnen zu betreiben. Wir sind überzeugt, dass wir betreffend Angebot, Rollmaterial und Vertaktung über eine bessere Lösung verfügen, als wenn wir in Eigenregie gegen die ausländischen Bahnen arbeiten würden. Ein Beispiel insbesondere beim Nachtzugsangebot für eine Kooperation ist der Nightjet der Österreichischen Bundesbahnen, der von Zürich nach Wien, Budapest, Prag, Graz, Ljubljana und Zagreb sowie nach Hamburg und Berlin fährt. Dieses Angebot wäre ohne die Leistungen der SBB, die zum Beispiel in der Schweiz die Lokomotiven und die Lokführer stellt, nicht möglich.

Aber gegenüber früher, als das Reisen mit dem SBB-Nachtzug etwa nach Amsterdam oder Rom möglich war, handelt es sich heute klar um ein abgespecktes Angebot.

Nachtzüge produzieren und fahren ist angesichts einer in der Vergangenheit stark rückläufigen Nachfrage nicht einfach und sehr kostenintensiv. In Zukunft ist nicht entscheidend, ob die SBB selbst über ein entsprechendes Angebot und entsprechend notwendiges Rollmaterial verfügt, sondern dass es ein Angebot gibt und dass man das Angebot gemeinsam gut vermarktet.

Die neuen Fernverkehrs-Doppelstockzüge Dosto kommen mit grosser Verzögerung auf die Schiene. Ist dies Ihnen als Leiterin Fernverkehr peinlich?

Peinlich nicht, aber ärgerlich und sehr bedauerlich für unsere Kunden, die teilweise von Verspätungen oder gar Ausfällen betroffen waren. Dafür haben wir uns entschuldigt und den GA- und

Abokunden Gutscheine zukommen lassen. Das Thema FV-Dosto steht weit oben auf der Agenda. Denn es kann uns nicht egal sein, wenn ein in grossem Umfang bestellter wichtiger Zug nicht zur geplanten Zeit und nicht verlässlich fährt. Derzeit ist man daran, die Probleme zu beheben. Die Zahl der Zugsausfälle und Verspätungsminuten ist deutlich gesunken. Die Tendenz entwickelt sich in die richtige Richtung, aber es reicht noch nicht. Bombardier verbessert die Verlässlichkeit, damit wir weitere Züge in Betrieb nehmen können.

Zur Person An der Spitze des SBB-Fernverkehrs

Cornelia Mellenberger (40) ist seit Anfang 2019 Leiterin Fernverkehr bei der SBB und in dieser Funktion Mitglied der Geschäftsleitung Personenverkehr. Bei der SBB ist sie 2009 eingestiegen, seit Mitte 2014 war sie Leiterin Unternehmensentwicklung vom Konzern. Zuvor, nach ihrem Studium, war Mellenberger Beraterin bei Pricewaterhouse Coopers im In- und Ausland. Sie studierte an den Universitäten in Bern und Madrid Betriebs- und Volkswirtschaft, mit einem Abschluss als lic.rer.pol. Cornelia Mellenberger ist verheiratet, Mutter zweier Kinder und wohnt in Münchenbuchsee. dst



Bilder Keystone

Luzern und die Tourismusstrategie

Gestaffelt luden am Montag 95 Reisebusse rund 4000 chinesische Gäste auf dem Carplatz «Inseli» in Luzern ab. Es war die grösste Reisegruppe, welche je die Schweiz besucht hat. Die asiatischen Gäste profitieren von einem Geschenk ihres Arbeitgebers, welcher die besten Mitarbeitenden mit einer einwöchigen Reise in die Schweiz belohnte. Solche Incentive-Reisen sind ein wichtiges Standbein für den Schweizer Tourismus und für die Wertschöpfung nicht unwesentlich, doch sie passen nicht zur zukünftigen Strategie von Luzern Tourismus. In letzter Zeit kommunizierte die Tourismusorganisation immer wieder, dass sie eine Strategie in Richtung Premium-Destination verfolge. So auch am Dienstag an der

Generalversammlung von Luzern Tourismus, also einen Tag nach der chinesischen Rekord-Reisegruppe. Es müsse gelingen, Luzern stärker als Ferienort zu positionieren, um damit die Verweildauer zu erhöhen, sagte der neu gewählte Verwaltungsratspräsident von Luzern Tourismus, Martin Bütikofer. Mit anderen Worten: Die zukünftige Herausforderung für Luzern ist es, eine erfolgreiche Destination zu bleiben, aber die Wertschöpfung nicht primär durch uhrenkaufende Tagesgäste zu generieren. Bis dieser Strategiewechsel Früchte trägt, dürften aber noch einmal ein paar Jahre vergehen, und die Einheimischen müssen noch etwas Geduld aufbringen, denn: Destinationentwicklung ist ein langsamer Prozess. og

Spannender Tourismus

Das WTFL hat es aufgezeigt: Neue und innovative Geschäftsmodelle verändern die Reisebranche ständig.

Gastkommentar von Bruno H. Schöpfer

Das 6. World Tourism Forum Lucerne (WTFL), das Anfang Mai 2019 im KKL Luzern stattfand, ist der sprechende Beweis dafür: Nichts ist spannender als Tourismus. Über 580 Spitzenleute aus 80 Ländern, darunter CEOs, Unternehmer, Minister, Investoren und Professoren, fanden sich für zwei Tage in Luzern ein, um sich auszutauschen, aber auch, um dazuzulernen. Der Schwerpunkt des Forums lag dieses Jahr auf dem Innovations-, Talent- und Diversitätsmanagement. Das Feld der Referentinnen und Referenten sowie der Panelteilnehmenden war in allen Bereichen top besetzt. Das Forum hat es glasklar aufgezeigt: Neue und innovative Geschäftsmodelle verändern die Reise-, Tourismus- und Gastronomiebranche ständig. Sie stellen etablierte Strukturen und Organisationen in Frage und zwingen dazu, sie zu überdenken und zu reorganisieren, um dem schnellen, technologiegetriebenen Wandel zu folgen. Im Mittelpunkt des diesjährigen Forums standen neben der Innovation die Menschen, kurz: das Humankapital. Ich gratuliere den Initiatoren und

CEO Martin Barth und Reto Wittwer, welche das Forum vor zehn Jahren lanciert haben. Sie haben es mit Mut, Ausdauer und Hingabe zu einer Marke und damit einer einzigartigen Plattform entwickelt, auf der sich weltweit führende Unternehmen und Exponenten aus den Bereichen Tourismus, Reisen und Hospitality treffen, um eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten. Das World Tourism Forum Lucerne ist die einzige Plattform, die Start-up-Unternehmen, junge Führungskräfte und Studierende mit Investoren, Ministern und CEOs zusammenbringt. Dass das WTFL Perspektiven hat, zeigen die Zukunftspläne. Denn mit dem 2018 lancierten Projekt «Tourism by Tomorrow», das vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), der Neuen Regionalpolitik (NRP), der Stadt Luzern und verschiedenen Kooperations- und Industriepartnern wie der Bürgerstock Selection und der Orascom Development von Samih Sawiris unterstützt wird, entsteht in Luzern ein eigentlicher Innovationshub für den zukünftigen Tourismus. Das Konzept umfasst auch ein ein-

wichtiges Camp für schweizerische und globale Start-up-Firmen. «Tourism by Tomorrow» findet 2021 erstmals statt. Ein weiteres Element des Konzepts ist eine bereits bestehende Online-Plattform, welche die Start-up-Firmen mit Investoren und Dienstleistern zusammenbringt. Ihr Kern ist eine strukturierte Datenbank, welche laufend zukunftsreiche Start-up-Unternehmen in den Bereichen Tourismus, Reisen, Mobilität und Gesundheit aufspürt und im Sinne eines «Ökosystems» auf die Plattform führt. Die Zukunft gehört der Jugend. Das WTFL ist die Brücke dazu. Einer der starken Pfeiler ist das Start-up Innovation Camp, das im Vorfeld des Forums stattfand. 250 Jungunternehmen aus 56 Ländern haben sich in den Kategorien Hospitality, Mobility, Destination, Impact und Transaction beworben. 15 Start-ups erreichten den Final, fünf gingen als Sieger hervor. Was besonders auffällt: Allesamt sind es Schweizer Unternehmen. Bundesrat Guy Parmelin hat also im Zuge seines Auftritts am WTFL nicht zu Unrecht die Innovationskraft der Schweiz betont.

Bruno H. Schöpfer hat Einsitz in den Verwaltungsräten der Hotels der Bürgerstock Selection.



Virtual Reality: Keine Gefahr für das MICE-Geschäft

VR ermöglicht bald Online-Meetings in nie dagewesener Komplexität. Die Geschäftsreisbranche braucht sich trotzdem keine Sorgen zu machen.

Patrick Timmann

Es ist etwas still geworden um Virtual Reality (VR). Zu teuer, zu wenig Content, hiess es neulich beispielsweise bei Hotelplan. Anstatt in den Filialen kommen die VR-Brillen des Reisekonzerns zukünftig nur noch auf Messen und Events zum Einsatz. Unbeeindruckt dessen treiben die IT-Konzerne die Entwicklung neuer VR-Anwendungen voran. So ermöglicht «Facebook Spaces» die Interaktion mit Freunden im virtuellen Raum und erfasst dabei sogar ihre Gestik. Bald soll auch die persönliche Mimik zuverlässig erkannt und von virtuellen Avataren realitätsgetreu wiedergegeben werden können. Insider rechnen damit, dass VR in zehn Jahren ausgereift und allgegenwärtig sein wird.

«Video-Konferenzen sind eine unpersönliche Angelegenheit. Nuancen der Körpersprache gehen bei der Übertragung verloren.»

Zum Ferienersatz werden virtuelle Erlebnisse indes nicht, so der Konsens unter Experten. Im Gegenteil: Immersive Werbefilme geben den Konsumenten einen realistischen Vorgeschmack auf einen Ort, und wecken die Reiselust in ihnen erst recht. Was Geschäftsreisen angeht, gehen die Meinungen dagegen auseinander. Nüchterne Meetings und Konferenzen im analogen Raum könnten dank VR bald überflüssig werden, glauben einige. Aber erinnern wir uns zurück: Mit dem Aufkommen der Video-Telefonie kursierte schon einmal die Sorge, dass Geschäftsreisen zum Auslaufmodell werden könnten. Es kam anders. Denn trotz grosser Fortschritte bei Hardware, Software und Übertragungsbreite sind Video-Konferenzen bis heute eine ausgesprochen unpersönliche Angelegenheit. Nuancen der Körpersprache gehen bei der Übertragung verloren, die Unübersichtlichkeit nimmt mit der Anzahl Gesprächsteilnehmer zu. Wer spricht da gerade? Wie mache ich mich bemerkbar, wenn ich auch etwas sagen möchte? Gerade bei Gruppendiskussionen fallen sich einige gegenseitig ins

Wort, während die Aufmerksamkeit der Unbeteiligten abdriftet. Hier könnte der Sprung in den virtuellen, immersiven 3D-Konferenzraum tatsächlich neue Möglichkeiten eröffnen.

Ersetzen wird Virtual Reality die analoge Welt der Geschäftstreffen trotzdem nicht. Denn wenn es ums Business geht, sind Konferenzen und Meetings nicht selten nur ein Nebenschauplatz. Sie dienen oft nur als Rahmen und Inspirationsquelle für das, was hinterher im Restaurant oder an der Bar stattfindet: das informelle Netzwerken von Angesicht zu Angesicht inklusive Alkohol, Lärm, Händeschütteln und der damit verbundenen zwischenmenschlichen Nähe. Erst hier entsteht Vertrauen – eine unerlässliche Zutat für jeden Geschäftsabschluss. Und Vertrauen lässt sich auch in zehn Jahren mit grosser Sicherheit noch nicht simulieren.

Seite 6 und 7



Virtuelle Business Meetings in 3D: Anwendungen wie «Facebook Spaces» machen es möglich. Youtube/Screenshot

PUBLIREPORTAGE

Ökonomisch ökologisch funktioniert!

Unkenrufen zum Trotz, mit Nachhaltigkeit lässt sich in der Hotellerie Geld verdienen. Wählt ein Hotelier die richtige Methodik und verankert die nachhaltige Denk- und Arbeitsweise im Betrieb, gelingt die Synthese von Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit. Als Unternehmer folgt er – oder sie – damit einem immer lauter werdenden Bedürfnis vieler Beherbergungsgäste: dem Recht auf ein gesundes und produktives Leben im Einklang mit der Natur. Das erstarkte Bewusstsein für den Erhalt nicht erneuerbarer Ressourcen stellt in vielen Wirtschaftsfeldern das industrielle Wachstum und ein gewisses Naturvergessen in Frage. Auch touristische Anbieter sind gefordert.

Dem Hotelier und Gastgeber stehen dabei viele Ansatzpunkte zur Verfügung, im Rahmen einer Nachhaltigkeitsprüfung diese Synthese im eigenen Unternehmen gewinnbringend umzusetzen. Das Label ibex fairstay ist beispielsweise eine geeignete Methode, in den Säulen des Unternehmens die Qualität des Managements, den sorgfältigen Umgang mit Ressourcen, die Verankerung in der Region, die soziale Balance sowie die Finanzen und die Performance zu durchleuchten. Mit Hilfe eigener Kennzahlen und relevanten Benchmarks

werden Handlungsfelder erkannt und deutliche Verbesserungen erzielt: Einsparung von Wasser, Strom, Heizung oder Reduktion von Abfall. Ebenso wird beispielsweise die kostensparende, wertvolle Pflege langjähriger Stammgäste und treuer Mitarbeitenden der teuren Gästeakquise und mühsamen Personaleinarbeitung gegenübergestellt und gerechnet. Für ein zeitgemässes Beherbergungsunternehmen bedeutet es nicht «entweder-oder», sondern die Inklusion der Nachhaltigkeit, um damit einen Beitrag an der Gesundheit des Planeten und seiner Bewohner zu sorgen. Dies bei gleichzeitiger Wirtschaftlichkeit, um die laufenden Kosten sowie Investitionen finanzieren zu können.

Praxisnahe Impulse für gelebte – und wirtschaftliche – Nachhaltigkeit im Tourismus gibt es am ibex-fairstay-Netzwerktag am Dienstag, 4. Juni 2019 in der Umwelt Arena in Spreitenbach. Spannende Impulferate von Neumann Zanetti & Partner und my climate sowie eine Reinigung ohne Reinigungsmittel versprechen Mehrwert.

Hier gleich anmelden: www.ibexfairstay.ch/netzwerktag

Schlafen zum selbst gewählten Preis

Bei der Bündner Onlineplattform **BunaNotg** bestimmt der Gast den Preis für eine Übernachtung. Die meisten Hoteliers sind begeistert vom Ansatz, kritische Stimmen gibts auch.

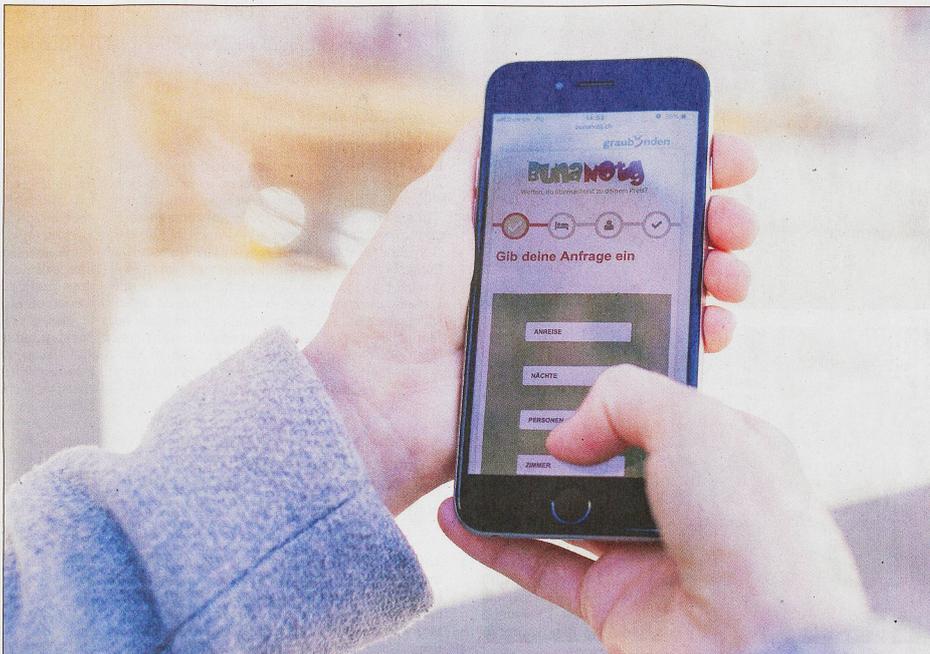
NATALIA GODGLÜCK

Mir gefällt das Prinzip vom anonymen Picken und Wählen. Ob und zu welchem Preis ich einen Gast beherberge, kann niemand sehen», sagt Christoph Schmidt, Gastgeber des Romantikhotels Schweizerhof in Flims. Der Hotelier, der gleichzeitig Präsident von hotelleriesuisse Flims Laax Falera ist, war nach der Präsentation der Plattform sofort begeistert. Ein kommissionsfreier Kanal, mit dem man auf Wunsch die freien Betten füllen kann.

Das Besondere an BunaNotg: Der Gast bestimmt, zu welchem Preis er übernachten will. Er wählt die Region, gibt Anreisedatum, Anzahl Personen, Zimmer und Nächte an und bestimmt, wie viele Sterne seine Unterkunft haben soll. Ist es ihm egal, klickt er einfach alle an und sagt, ob er Frühstück, Halbpension oder keine Verpflegung wünscht. Je nach Ort kann er weitere Kriterien wie zum Beispiel Bahnhofsnähe wählen. Sobald die Anfrage abgeschickt ist, erhalten alle Unterkünfte, die den angegebenen Kriterien entsprechen, vom System eine Nachricht. Der Schnellere ist der Geschwindere. Gibt es auf Anfragen keinen passenden Match, verfallen diese jeweils um Mitternacht, und der Gast kann seine Anfrage am nächsten Tag erneut stellen.

St. Moritz prämierte die Idee eines Thuner Webentwicklers

Bislang verzeichnet BunaNotg rund 60 Anfragen, 20 Buchungen und über 50 Logiernächte – alle in Chur. «Die Plattform ist richtig toll angelaufen», freut sich Martin Vincenz, CEO von Graubünden Ferien (GRF). «Seit der Bekanntgabe im Januar erhalten wir viele Anfragen von Hotels und Destinationen, aber auch Journalisten



Mit dem Buchungsanfrage-Tool BunaNotg bestimmt der Gast den Preis für eine Übernachtung, ohne ein bestimmtes Hotel zu wählen. ZVG



«Seit dem Start erhalten wir viele Anfragen von Hotels und Destinationen.»

Martin Vincenz
CEO Graubünden Ferien

aus Deutschland wollten wissen, was es mit der Plattform auf sich hat.» Das innovative Tool ist für GRF ein Glücksfall, denn die Organisation hat es quasi geschenkt bekommen.

Hinter BunaNotg steht David Kocher, ein Webentwickler aus Thun. Der Tourismusfan gab seine Idee für die Plattform im Rahmen eines Ideenwettbewerbs von St. Moritz ein. Da er diese aber nicht bloss auf Papier präsentieren wollte, programmierte er das Tool kurzerhand. St. Moritz prämierte zwar die Idee, hatte selbst jedoch kein Interesse. Kocher stellte BunaNotg kurzerhand auf die Bündner Innovationsplattform «Imovation.gr», worauf er bald einen Anruf von GRF erhielt.

Der Webentwickler erklärt seine Motivation: «Auf meinen Reisen finde ich es oft mühsam, für eine Übernachtung die Plattformen zu durchforsten und zig Anfragen zu platzieren. Wenn ich mit einer Buchungsanfrage gleichzeitig mehrere Hotels errei-

chen kann, ist das doch eine super Lösung.» Wichtig ist dem touristisaffinen Thuner zudem, dass BunaNotg keine Schnäppchenplattform ist, sondern für Gast und Hotelier eine Win-win-Situation generiert.

Neu bei BunaNotg ist zudem die spielerische Komponente für beide Seiten: Da die beteiligten Hotels nicht ersichtlich sind, weiss der Gast bis zur Bestätigung nicht, in welcher Unterkunft er schlafen wird. Der Hotelier wiederum weiss nicht, wer sein Gast sein wird.

Geiz-ist-geil-Mentalität bereitet einzelnen Mühe

Bei den Churer Hoteliers kommt das neue Buchungstool gut an. «Es ist sehr innovativ. Und es ist toll, dass diese Neuheit in Graubünden stattfindet», freut sich Adrian K. Müller vom Romantikhotel Stern. Mitbewerber Kurt Künzli vom Hotel ABC gefällt besonders der neue Ansatz sowie die einfache Handhabung.

«Wenn mir das Angebot nicht gefällt, ignoriere ich es einfach». Die kleine hr-Umfrage ergibt, dass vor allem Gastgeberinnen BunaNotg kritisch gegenüberstehen. Dazu eine, die namentlich nicht genannt werden will: «Wir nah-

men teilweise einmal einen BunaNotg-Gast zu einem viel tieferen Preis zu uns. Aber gegenüber unseren Stammkunden finde ich das nicht fair. Zudem kann ich die Milch in der Migros auch nicht zum halben Preis kaufen.» Josiane Stockmann vom Ambiente-Hotel Freieck sagt, dass ihr Mann von der Idee sofort begeistert war, sie selber aber Mühe mit der Geiz-ist-geil-Mentalität habe. Zudem fehle ihr vorab der persönliche Kontakt zum Gast, und sie könne deshalb nicht auf spezifische Bedürfnisse

«Es ist toll, dass diese innovative Neuheit in Graubünden stattfindet.»

Adrian K. Müller
Romantikhotel Stern in Chur

gehen. «Wie weiss ich, ob ein Gast grösser als 1,90 Meter ist und ein Spezialbett möchte?»

GRF-Chef Vincenz weiss, dass die Einstellungen von BunaNotg hier und dort noch angepasst werden müssen. «Wir befinden uns erst in der Startphase, und es gibt noch einiges zu tun. Aber ich glaube an den Erfolg der Plattform, denn sie ist sehr clever.» Der oberste Bündner Hotelier, Ernst Aschi Wyrsch, ist ebenfalls guten Mutes: «Ich freue mich immer über neue Ideen, welche zusätzliche Übernachtungen generieren und arm an Kommissionen sind. Ich verstehe die digitale Welt als ein ständiges Ausprobieren von neuen Tools, darum warte ich gespannt auf die Resultate der Plattform.»

Fakten zum Tool Mindestpreis soll Dumpingpreise verhindern

BunaNotg ist das Buchungsanfrage-Tool von Graubünden Ferien (GRF). Die Plattform ist Ende Januar 2019 mit elf Hotels in Chur und Umgebung gestartet. Ende März kamen 17 Hotels aus der Lenzerheide und zehn aus Arosa dazu, einen Monat später sieben aus der Destination Flims Laax Falera. Die nächsten Regionen werden Disentis-Sedrun, Savognin, Bivio, das Untere Engadin sowie Davos sein. Ziel von GRF ist es, dass bis im Sommer alle 17 Bündner Destinationen auf BunaNotg vertreten sind. Dann

sollen gezielte Kommunikationsmassnahmen zu mehr Traffic führen. Nutzer der Plattform erhalten bei jeder Buchung einen Punkt; erscheinen sie ohne Abgabe nicht, werden sie im System entsprechend gekennzeichnet. Um Dumpingpreise zu verhindern, ist auf der Plattform ein Mindestpreis festgelegt, den die Gäste nicht unterbieten können. Dieser ist abhängig von Lage, Kategorie und Verpflegungsleistungen. god

bunannotg.ch

14 Tage Das Wichtigste aus der Branche

alle News auf htr.ch



Schweizerland Tourism/Philipp Giegel

gästekommunikation
Tessiner und italienische Touristiker kooperieren

Ticino Turismo startet im Mai gemeinsam mit italienischen Nachbarregionen ein digitales Projekt, um potenzielle Gäste gezielter anzusprechen. Das grenzüberschreitende Projekt «DESY» hat zum Ziel, die touristische Attraktivität des grenzübergreifenden Gebiets zu verstärken. Das digitale Projekt soll in den nächsten drei Jahren gemeinsam von Ticino Turismo und den italienischen Organisationen Distretto Turistico dei Laghi, ATL Novara und Provinz VCO umgesetzt werden.



Unsplash/Ricardo Gomez Arnel

logiernächte
Guter Winter für Schweizer Hotellerie dank den Städten

Die Schweizer Hoteliers beherbergten im Winter mehr Gäste als in der Vorjahreszeit. Allerdings legten die Städte mehr zu als die Wintersport-Destinationen. So wiesen die Hotels der Stadt Zürich über 37'000 mehr Gäste als in der Vorsaison aus, was einem Plus von 3,2 Prozent entspricht. Auch Luzern und Genf konnten deutlich zulegen. Bei den Wintersport-Orten sieht die Bilanz weniger rosig aus. Empfindliche Einbusen bei den Übernachtungen mussten Engelberg (-12'500) und Saas-Fee (-9'200) hinnehmen.



Pixabay/Tero Vestalinen

sharing economy
Westschweizer Hoteliers fordern Regeln für Airbnb

Die Buchungsplattform **Airbnb** sei kein Feind, schreibt die Association romande des hôteliers (ARH) in einem Communiqué. «Wettbewerb ist willkommen, solange er fair ist.» Der Verband fordert aber gleich lange Spiesse: Aktuell sei die Gleichbehandlung von Hoteliers und Airbnb-Gästen nicht gewährleistet. Diese zahlten keine Einkommensteuer, Mehrwertsteuer oder Kurtaxe, moniert die ARH. Auch füllten die Vermieter keine Ankunftsformulare aus und unterlägen nicht den Brandschutznormen.



hoherkasten.ch

bergbahn
Rekordergebnis und neuer Tunnel für den Hohen Kasten

Die **Hoher Kasten** Drehrestaurant und Seilbahn AG ist zufrieden mit dem Geschäftsjahr: Die Anzahl Gästebeförderungen stieg im Jahr 2018 um 10,8 Prozent auf 210'082 Frequenzen, der Gesamtumsatz von 3'039'510 Franken übertrifft den bisherigen Rekordwert von 2008. Noch dieses Sommer soll ausserdem das Baugesuch für einen Tunnelausbau auf dem Hohen Kasten eingereicht werden. Geplant für den Verbindungstunnel ist eine Verbreiterung mit Schräglift für den Personen- und Materialtransport.



ZVG

klima- und alpenschutz
Zwei Klimaprojekte mit Cipra-Preis ausgezeichnet

Die Alpenschutzorganisation **Cipra** hat in Bern zum vierten Mal den «CIPRA Preis Schweiz» verliehen. Die Jury hat sich entschieden in diesem Jahr den Hauptpreis im Wert von 5000 Franken aufzuteilen. So wurden für ihren klimagerechten Tourismus die Stiftung Myclimate mit dem Projekt «Cause We Care» sowie die engagierten Schneeschportler von «Protect Our Winters» ausgezeichnet. Der Cipra-Solidaritätspreis ging an das Projekt «Inkas Vivientes» der Organisation Jóvenes Indígenas Inkas Vivientes. og/npa/pt



Die Gäste der Tourismusregion Freiburg erhalten künftig die Gästekarte per SMS oder E-Mail, bevor sie am Ort eintreffen.

Fribourg Region

Willkommenes Tool

Mit dem Konzept «CheckIn-FR» führt Fribourg Region bei der Erhebung der Gästedaten eine erhebliche Vereinfachung ein. Ein Modell auch für andere Destinationen.

MIROSLAW HALABA

Eines der Ziele, die Fribourg Region, der Freiburger Tourismusverband (FTV), mit der Vision 2030 verfolgt, ist die Vereinfachung der administrativen Prozesse, um mehr Mittel für die Gästebetreuung einsetzen zu können. Ein wichtiges Element ist dabei das letzte Woche an einem Netzwerktreffen von Pro Tourism vorgestellte Projekt CheckIn-FR. «Bis Januar 2020 werden wir ein Management-Tool für alle Freiburger Beherberger haben», erklärte FTV-Direktor Pierre-Alain Morard den rund 200 Tourismusfachleuten, die sich in Murten auf den LNM-Schiffen eingefunden hatten.

Bei der geplanten administrativen Vereinfachung geht es um die Erfassung der Daten von Gästen der Freiburger Hotel- und Parahotellerie-Unterkünfte. Derzeit muss der Kunde bei seiner Ankunft ein Meldeformular ausfüllen. Der Beherberger ergänzt die Daten und händigt ihm die Gästekarte «Be my Guest» in Form eines Armbands aus. Die erhobenen Informationen übermittelt der Beherberger für die Abrechnung der

Übernachtungen monatlich an das Bundesamt für Statistik, an die Zentrale Kasse für die Aufenthalts- und an das Freiburger Tourismusobservatorium.

Als Ersatz für das Armband ein QR-Code

Das vom Freiburger Unternehmen Omnisoftory Engineering SA entwickelte Online-Tool CheckIn-FR zentralisiert nun alle Kundendaten und verteilt sie nach ihren spezifischen Anforderungen automatisch an die zuständigen Institutionen. Gäste, die ihren Aufenthalt reserviert haben, erhalten die Gästekarte neu per SMS oder per E-Mail, noch bevor sie an Ort eintreffen. Ein QR-Code wird das Armband ersetzen. Neben Ermäßigungen auf Sehenswürdigkeiten bietet er den Inhabern für ihren Aufenthalt Zugang zu nützlichen georeferenzierten Informationen, wie den Veranstaltungskalender.

Der Zeitgewinn für die Beherberger liegt auf der Hand. Raymond Surchat, Präsident des Freiburger Hoteliervereins und Direktor des Parc Hôtel in Freiburg, ist begeistert. Sein Haus gehört zu den Be-

trieben, die das System seit 2018 besten konnten. «Es geht viel schneller», erklärt er. «Zum Beispiel brauchte man vorher eine halbe Stunde, um die Daten einer Touristengruppe einzugeben. Jetzt ist das in wenigen Minuten erledigt.»

Auch Susanna Baumann, Leiterin des B&B Perron13 in Murten, hat an der Testphase teilgenommen. «Zuerst hatte ich Zweifel, aber dann habe ich gesehen, dass das System funktioniert.» Im Laufe der nächsten Monate werden die Beherberger ausgebildet, damit sie das neue Tool möglichst schnell nutzen können.

Das als «ehrgeizig» qualifizierte Projekt wurde sorgfältig vorbereitet. «Es war wichtig, es gut aufzugleisen. Wir haben drei Arbeitsgruppen gebildet, in denen die Beherberger, die touristischen Leistungsträger und die Informatiker vertreten waren», erklärt Pierre-Alain Morard. Besondere Vorkehrungen wurden getroffen, um die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen zu gewährleisten, erläuterte die Projektkoordinatorin Mélanie Beuret.

Die zuständige kantonale Behörde wurde seit Projektbeginn Ende 2017 integriert. Stéphane Moret, Direktor von Murten Tourismus, begrüsst das demokratische Vorgehen in dieser Phase. «Dank der Bildung von Arbeitsgruppen mit allen Beteiligten hat sich der Prozess als gesund erwiesen», kommentiert er.



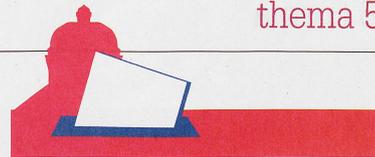
«Ich hatte schon Gelegenheit, das System in der Deutschschweiz vorzustellen.»

Pierre-Alain Morard
Dir. Freiburger Tourismusverband

Durch Innotour unterstützt
CheckIn, von dessen Gesamtkosten in Höhe von 660 000 Franken Innotour 280 000 Franken übernimmt, ist eine Innovation. Dies

ist anderen Regionen nicht entgangen. «Ich hatte schon mehrmals Gelegenheit, das System in der Deutschschweiz, im Jura und in den Waadtländer Alpen vorzustellen», freut sich der Direktor des FTV. Das System ist nach seiner Auffassung interessant, weil es den gesamten Prozess der Informationserhebung und -verteilung steuert. Zwar führt es das kantonale FR im Namen, doch als CheckIn könnte es durchaus auch andere Regionen erobern.

Übersetzung: Christina Miller



Wahlen 2019 Tourismus stärken

«Sind wir nicht dabei, können wir auch nicht Einfluss nehmen.»

Matthias Ramer, Sie sind Hotelier und seit fünf Jahren als Parteiloses Mitglied des Gemeinderats von Aeugst am Albis. Warum dieses Engagement?
Ich wollte meinen Horizont erweitern und Menschen kennenlernen, mit denen man im Hotelieralltag nicht in Kontakt kommt. Und es war mir ein Anliegen, der Bevölkerung den Tourismus näherzubringen.

Wie reagierten die Menschen in Aeugst auf die Kandidatur eines Hoteliers?
Man glaubte anfänglich, ich sei als Hotelier zu beschäftigt, um mich politisch zu engagieren. Aber diese Vorbehalte zerstreuten sich rasch. Wir Hoteliers haben gerade im Umgang mit den verschiedensten Menschen grosse Fähigkeiten. Zudem können wir organisieren und meinungsbildend sein. Ich erlebe es in den Kommissionen und Arbeitsgruppen, wie die Leute Tourismus plötzlich interessant finden. Gerade letzte Woche hatten wir im Bezirk ein Treffen zum Thema Gemeinde-Kooperationen, und da waren die 12 000 Chinesen in Luzern ein grosses Thema. Da konnte ich mich einbringen und erklären, wie die Schweiz vom Tourismus profitiert, und dass grosse Reisegruppe leichter zu kontrollieren sind als die vielen, die über Airbnb zu uns kommen.

Was lernen Sie von der politischen Arbeit?
Man sagt, in der Ruhe liege die Kraft, und es stimmt. In unserem politischen System drehen sich die Räder nicht so schnell. Dafür nimmt man es genauer, geht mehr ins Detail. Und ich lerne, wie wichtig es ist, dass man alle ins Boot holen kann, nicht nur eine gewisse Gruppierung.

Warum engagieren sich so wenige Hoteliers und Touristiker auf politischer Ebene?
Der Hotelier tut sich schwer damit, sich politisch und vor allem parteipolitisch zu outen. Er fürchtet, dass das nicht gut ankommt. Genau das Gegenteil ist der Fall! Man wird extrem positiv wahrgenommen. Wenn wir als Branche wahrgenommen werden wollen, müssen wir auch mitgestalten wollen – und das beginnt an der Basis. Ich erlebe es tagtäglich in unserem Bezirk, bei uns auf dem Land. Seit ich mich einbringe, ist Tourismus kein abstrakter Begriff mehr. Man ist jetzt zum Beispiel viel offener für Massnahmen bei der Standortförderung.

Wie viel Zeit investieren Sie in die politische Arbeit?
(lacht) Ich arbeite einfach noch zwanzig Prozent mehr.
Gery Nievergelt



Matthias Ramer ist GM im Zürcher Sorell-Hotel Seidenhof, Präsident der Zürcher City Hotels und seit 2014 Gemeinderat in Aeugst am Albis.

ANZEIGE

Unserem Wirtschaftsstandort Sorge tragen! JA zum Waffenrecht heisst JA zu Schengen.



Stefan Brupbacher
Direktor Swissmem

Hans-Ulrich Bigler
Direktor Schweizerischer
Gewerbeverband

Monika Rühl
Direktorin economieuisse

Roland A. Müller
Direktor Schweizerischer
Arbeitgeberverband

Stephan Mumenthaler
Direktor scienceindustries

Claude Meier
Direktor hotelleriesuisse

Die Schweizer Wirtschaft lebt vom Aussenhandel. Isolationismus führt unser Land in die Sackgasse – politisch, gesellschaftlich, aber vor allem auch wirtschaftlich. Deshalb JA am 19. Mai.



Weil mehr dranhängt: Jetzt abstimmen

Konfine «JA zum Waffenrecht und Schengen-Quälin», Postfach, 8032 Zurich

World Tourism Forum Lucerne

Touristiker fliegen auf Virtual Reality

Am World Tourism Forum Lucerne (WTFL) zeigte die Branche, was mit Virtual Reality im Tourismus heute schon möglich ist und was uns in naher Zukunft erwartet.

PATRICK TIMMANN

Was hat die Virtual-Reality-Technologie dem Tourismus zu bieten? Davon konnten sich die Besucherinnen und Besucher Anfang Mai beim World Tourism Forum Lucerne (WTFL) selbst ein Bild machen. Virtual Reality (VR) war auf dem internationalen Tourismus-Gipfel nur eines von zahlreichen Zukunftsthemen – dafür ein besonders eindrückliches. Mit auf dem Podium sass nämlich Martina Stadler, Direktorin der Tourismusorganisation Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (TESSVM). Mitgebracht hatte sie drei VR-Brillen sowie eine exklusive Vorschau dreier VR-Erlebnisse, die demnächst zur Promotion in ihrer Region zum Einsatz kommen werden. Wer eine VR-Brille besitzt, kann sich bald auf einem virtuellen Flug durch die Nationalparkregion begeben, durch die Kirche des Unesco-Klosters in Müstair wandeln oder in Samnaun die Skispiste herabfahren. Noch vor den Sommerferien sollen diese Erlebnisse der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. «Wir sind überzeugt, dass Virtual Reality in Zukunft eine grosse Rolle spielen und als Inspirationsquelle dienen

wird», so Stadler. Das Feedback der Probanden am WTFL sei ausgesprochen positiv gewesen. Einige hätten nach dem Erlebnis sogar spontan beschlossen, die nächsten Skiferien im Engadin zu verbringen, freut sich die Tourismusdirektorin.

Virtuelles Schellen-Ursli-Erlebnis wirbt für das Untere Engadin
Bei der TESSVM setzt man schon länger auf VR. Genaue sagt seit dem Publikumserfolg des Films «Schellen-Ursli». Dank der Partnerschaft mit dem Europapark entstand dort eine Achterbahnfahrt, bei der den Passagieren mithilfe von VR-Brillen eine halbbrüchige Rutschpartie durch die verschneite Untere Engadiner Schellen-Ursli-Landschaft vorgegaukelt wird. Laut Martina Stadler besuchen allein im vergangenen Jahr mehr als 70000 Besucher den Schellen-Ursli-Ride im Europapark – mit grossem Werbeeffekt für ihre Tourismusregion. Auch dieses Achterbahnerlebnis konnte man am WTFL in etwas abgespeckter Form nachvollziehen: auf einem Rittstahl mit Windgebläse. Stadler steht zu solchen VR-Experimenten: «Man muss Sachen ausprobieren, um

neue Erfahrungen zu sammeln. Wir wollen den Lauf der Zeit nicht verpassen.» Ebenfalls vom Potenzial der virtuellen Realität überzeugt ist Diti Bürgin-Brook, Producer bei der Schweizer Filmproduktionsfirma La Sala Entertainment, Co-Produzent des Schellen-Ursli-Films und auch zu Gast am diesjährigen WTFL. Was den Tourismus angeht, stecke die VR-Technologie allerdings noch in

VR & Co am WTFL. Blick durch die Zukunftsbrille
Beim 6. World Tourism Forum Lucerne am 2.–3. Mai 2019 standen die Themen Innovation, Disruption, Diversität und Humankapital im Mittelpunkt. Weitere Fokusse lagen auf Zukunftsthemen wie Virtual Reality, der digitalen Transformation, Blockchain sowie selbstfahrenden Autos.

wflucerne.org
Weitere Infos und Bilder vom WTFL auf Seite 28



Dank Virtual Reality lässt sich die Nationalparkregion schon bald «aus der Luft» erleben.

St/Neo Schauer/123RF/Montage htr

sehen an der Berlinale 2018 ausdrückte. Herausforderung der Kreativität sei es, mit dieser neuen Sprache umzugehen und sie zu sprechen. Die Erzählform werde breiter und tiefer.

Martina Stadler bestätigt dies aus eigener Erfahrung: «Man muss umdenken, da man die Kamera nicht einfach in eine bestimmte Richtung ausrichten kann.» Im Gegensatz zu normalen Kameras filmen 360-Grad-Kameras in sämtliche Richtungen gleichzeitig. Mit herkömmlichen Kameras habe ein spektakulärer Blick in eine Richtung genügt, um ein tolles Bild zu schiessen. Mit der neuen Technik müsse man auch darauf achten, was in allen anderen Himmelsrichtungen zu sehen ist, erklärt Stadler. Das habe eine mentale Umstellung erfordert.

Mit William Turner auf den Vierwaldstättersee
Auch an anderen Schweizer Orten kommt VR zur touristischen Vermarktung zum Einsatz. So entsteht derzeit ein virtuelles Schiffsfahrserlebnis auf dem Vierwaldstättersee bei dem der Nutzer mit einem Abbild des englischen Malers William Turner interagiert. Auch dieses Erlebnis



«Wir stehen an einem Punkt, wo wir eine komplett neue Sprache lernen.»
Diti Bürgin-Brook
La Sala Entertainment GmbH

konnten die WTFL-Besucher vorab erfahren, unter Leitung von Jenny Beutnagel: «Während der Fahrt über den Vierwaldstättersee erhält der Betrachter Einblicke in die wunderschöne Umgebung und auf die Rigi. In der Anwendung verschmilzt dann die Kunst von Turner mit der realen Aufnahme», so die Director Corporate Development bei der deutschen IT-Firma Interlake.

Bereits seit letztem Jahr im Einsatz ist VR auf knapp 3000 m Höhe auf der «Diavolezza» bei Pontresina. «Unser 360-Grad-Film zeigt, was man im Winter alles in der fabelhaften Bergwelt erleben kann», so Nicola Michael, Produktmanagement & Marketing bei der Corvatsch AG. Viele Sommergäste seien nämlich nicht wintersportaffin. Mit dem VR-Erlebnis wolle man ihnen die Schönheit und Faszination des Engadiner Winters zeigen und sie dazu bewegen, die Region auch in der kalten Jahreszeit zu besuchen. Künftig soll VR auch als verkaufsförderndes Marketinginstrument im Sales-Bereich eingesetzt werden, verspricht Michael. In Planung sei zudem ein weiterer 360-Grad-Film, der die sommerliche Bergwelt virtuell erlebbar machen soll.

Die Kosten für den bestehenden Winter-Film beziffert Nicola Michael auf insgesamt 40000 Franken. Darin enthalten seien nicht nur die reinen Produktionskosten, sondern auch Helikopterflüge und Hardware. Martina Stadler möchte für ihr Projekt keine genauen Summen nennen. Die Kosten seien nicht repräsentativ, da es sich um ein Pilotprojekt handelt und sich die Beteiligten entsprechend «in der Mitte» getroffen haben. Stadler habe jedoch «einen guten Deal» bekommen. «Die Investition in die 360-Grad-Filme war nur unwesentlich höher als bei einer normalen Produktion.» Zudem seien die Filme auch am Bildschirm ganz traditionell in 2D schaubar, was einen zusätzlichen Mehrwert darstelle. Für die Zukunft stellt sie weitere VR-Anwendungen in Aussicht.

Jenny Beutnagel von Interlake empfiehlt den Touristikern indes, den Blick nicht auf VR zu beschränken. «Ich sehe die Chancen im Gesamtthemenbereich der erweiterten Realitäten (XR).» Das könnten 360 Grad in VR sein, wie im Engadin oder am Vierwaldstättersee, oder auch «nur» Augmented Reality (AR) à la «Pokémon Go», um einen Standort mit digitalen Elementen erweitert wird. Zum Beispiel wie im Porsche-Museum in Stuttgart, in dem ein Guide als Hologramm erscheint (Porsche Museum, Stuttgart) und durch die Ausstellung führt. «Alle Szenarien, die nicht mehr nur Zukunftsmusik sind, sondern bereits im Einsatz sind», so Beutnagel.



Jenny Beutnagel (Interlake) «verkabelt» am WTFL eine Besucherin für eine «Rundfahrt» auf dem Vierwaldstättersee. Boris Badtger

MILESTONE

+ EXCELLENCE IN TOURISM

2019

20 JAHRE HÖHENFLÜGE DER INNOVATION

Anmeldeschluss 23.08.2019

Teilnahmebedingungen und Bewerbungsunterlagen unter htr-milestone.ch

Träger

Unterstützt von

Tourismuspartner

Supportingpartner

Braschler kommt ins Paradies.

Braschler's Comestibles heisst neu Frischeparadies. Mehr Angebot für die Gastronomie mit den Ihnen vertrauten Ansprechpartnern und der gleichen Telefon-Nr. 044 444 10 20. frischeparadies.ch

hotelmarktplatz

Partnersuche einfach gemacht.

Abhol- und Belieferungsgrosshandel

HOREGO

HOREGO AG
8042 Zürich
+41 44 366 50 50
einkauf@horego.ch
www.horego.ch



TESMAG
8001 Zürich
+41 44 404 14 14
info@tesmag.ch
www.tesmag.ch



Provalora CS AG
8556 Wigoltingen
+41 52 763 40 22
info@provalora.ch
www.provalora.ch



TKS Swiss AG
5000 Aarau
+41 62 822 44 66
swiss@tks.net
www.tks.net

PISTOR

Pistor AG
6023 Rothenburg
+41 41 289 89 89
info@pistor.ch
www.pistor.ch

Finanzen und Zahlungsverkehr



Concardis Schweiz AG
8050 Zürich
+41 44 552 00 45
christian.ess@concardis.ch
www.concardis.ch

Hotelmakler



alphaSet GmbH
8953 Dietikon
+41 44 500 98 19
makler@alphaset-hotels.com
www.alphaset-realestate.com

IT und Multimedia



E-GUMA Gutschein- und Ticketsystem
8006 Zürich
+41 44 500 54 00
info@e-guma.ch
www.e-guma.ch

Aus- und Weiterbildung

hotelbildung.ch

hotelbildung.ch
3001 Bern
+41 31 370 44 66
bildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch



IBC Insurance Broking and Consulting AG
1951 Sion
+41 27 327 50 88
walch@ibc-broker.com
www.ibc-broker.ch



gastronovi GmbH
3123 Belp
+41 31 528 16 85
kontakt@gastronovi.com
www.gastronovi.com

shs academy

SHS Academy AG
3012 Bern
+41 79 751 87 41
d.plancic@swishhospitality.com
www.swishhospitality.com



Swisscard AECS GmbH
8810 Horgen
+41 44 659 64 44
info.partner@swisscard.ch
www.americanexpress.ch



Hotelhero UG
D-10439 Berlin
+49 151 50 87 85 86
welcome@hotelhero.tech
www.hotelhero.tech

u^b

Universität Bern, Forschungsstelle Tourismus CRED-T
3012 Bern
+41 31 631 37 11
info@cred.unibe.ch
www.cred-t.unibe.ch

Food und Beverage



Saviva AG
Geschäftsbereich apposito
1964 Conthey
+41 58 564 55 00
info@apposito.ch
www.apposito.ch

Inneneinrichtung



Badag GmbH
6032 Emmen
+41 41 260 41 41
info@badag.ch
www.badag.ch



casa nobile cioccolateria
3011 Bern
+41 32 665 77 60
info@casa-nobile.ch
www.casa-nobile.ch



Barmade AG – die Gastrodesigner
6130 Willisau
+41 41 982 08 08
info@barmade.ch
www.barmade.ch



Illycafé AG
8800 Thalwil
+41 44 723 10 20
info@illycafe.ch
www.illycafe.ch



BAUR WohnFaszination GmbH
D-79862 Höchenschwand
+49 7755-9393-19
info@baur-bwf.de
www.baur-bwf.de



Saviva AG
8105 Regensdorf
+41 44 870 82 00
info@saviva.ch
www.saviva.ch



beck konzept ag
6018 Buttsholz
+41 41 929 60 30
info@beck-konzept.ch
www.beck-konzept.ch



Verein Schweizer Rapsöl VSR
3001 Bern
+41 31 385 72 78
info@raps.ch
www.raps.ch



Hilding Anders Switzerland AG
8718 Schänis
+41 55 619 66 00
info@happy.ch
www.happy.ch

Gebäudetechnik



Bouygues E&S InTec
4802 Stregelbach
+41 44 905 58 02
hotel@bouygues-es.com
www.hotel-bouygues-es.ch



LIGNO in-Raum AG
6032 Emmen
+41 41 267 07 67
info@ligno.ch
www.ligno.ch

Beratung

BOMMER + PARTNER

Bommer + Partner Treuhandgesellschaft
3004 Bern
+41 31 307 11 41
mailbox@bommer-partner.ch
www.bommer-partner.com

Hotel- und Gastrobedarf



Abegglen-Pfister AG
6014 Luzern
+41 41 259 60 40
verkauf@abegglen-pfister.ch
www.abegglen-pfister.ch



Segula GmbH
8037 Zürich
+41 44 440 43 34
info@segula.ch
www.segula.ch

Wo sich Inserenten und Stellensuchende finden.

hoteljob.ch

MINOTEL

Centrale d'achats MINOTEL
1006 Lausanne
+41 21 310 08 00
info@minotel.com
www.minotel.com

EAC ELTSCHINGER

EAC Eltschinger Audit & Consulting AG
8800 Thalwil
+41 44 721 42 42
consulting@eac-eltschinger.ch
www.eac-eltschinger.ch

swiss hospitality solutions

Swiss Hospitality Solutions AG
6045 Meggen
+41 76 386 68 01
info@swisshospitality.com
www.swisshospitality.com



Gastroimpuls – Hunkeler Gastro AG
6002 Luzern
+41 41 368 91 91
info@gastroimpuls.ch
www.gastroimpuls.ch



SWISSFEEL AG
8126 Zumikon
+41 43 558 96 40
info@swissfeel.com
www.swissfeel.com

Ihre Präsenz auf dem hotelmarktplatz.

Mit einem Eintrag auf dem hotelmarktplatz der htr hotel revue sichern Sie sich eine **365 Tage-Präsenz** bei den Entscheidungsträgern der Branche:

- Firmeneintrag mit Logo in der htr hotel revue
- Firmenportrait inkl. Prospekt-Upload auf hotelmarktplatz.ch

Sie profitieren von Top-Konditionen:

► **12-Monate-Paket für CHF 1900.-**
25 × htr hotel revue, permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

► **6-Monate-Paket für CHF 1300.-**
13 × htr hotel revue, permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

Buchen Sie jetzt! Kontaktieren Sie uns.
+41 31 370 42 49, inserate@htr.ch

Mehr Geld für mehr Aufgaben

Valais/Wallis Promotion will künftig auch Produkte und Erlebnisse in die Kommunikation aufnehmen. Dafür wird die Erhöhung des Rahmenkredits für vier Jahre beantragt.

DANIEL STAMPLI

Die Vermarktungsorganisation Valais/Wallis Promotion (VWP) hat ihre Strategie für die Jahre 2021 bis 2024 definiert. Diese konzentriert sich auf vier Schwerpunktthemen: Kommunikation für die Referenzmarke Wallis, auf einen Ganzjahrestourismus ausgerichtete Freiheitsgefühle, Walliser Köstlichkeiten sowie ein innovatives und kreatives Wallis. In diesem Zusammenhang werde im kommenden Herbst vom Grossen Rat die Verlängerung des Rahmenkredits für VWP von 2021 bis 2024 behandelt, hält Valais/Wallis Promotion in einer Medienmitteilung fest. Konkret beantragt VWP eine Erhöhung um jährlich 3,5 Millionen Franken, wie deren Direktor Damian Constantin auf Anfrage erklärt. Somit würde das Gesamtbudget künftig 13,5 Millionen Franken pro Jahr betragen. Der vierjährige Rahmenkredit von VWP ist im Gesetz verankert und beträgt im Minimum 10 Millionen Franken pro Jahr. Im Gesetz verankert sei auch die intersektorale Tätigkeit der Walliser Promotionsagentur, also für die Wirtschaftssektoren Tourismus, Landwirtschaft, Industrie und Gewerbe.

«Wollen wir Mehrwert für das Wallis generieren, der über den bloss emotionalen Mehrwert hinausgeht, müssen wir entlang der Wertschöpfungskette denken. Das heisst, dass wir in unsere Kommunikation auch konkrete Produkte und Erlebnisse aufnehmen müssen, welche auch verkauft werden können», sagt Damian Constantin. Dafür seien mehr finanzielle Ressourcen notwendig. Aber auch um die ganze Marktbearbeitung und den Verkauf, vor allem auf



Für viele Besucher des Wallis ist der Kontakt mit der Natur wichtig. Dazu gehören auch Weintourismus und Genuss. Wallis Promotion/David Carlier

den Nah- und Fernmärkten, zu verstärken.

Ohne mehr Mittel ist Ausbau fraglich

«Sollte der Grossrat einer Budgeterhöhung nicht zustimmen, müssten wir uns überlegen, wie wir die Strategie für 2021–2024 entlang der Wertschöpfungskette definieren wollen», so Damian Constantin. Aber das Basismandat, die Kommunikation, könne immer ohne Abstriche wahrgenommen werden. Hingegen würden sehr wahrscheinlich die Marktbearbeitung und vor allem die Kommerzialisierung nicht wie vorgesehen vorangetrieben werden können.

Markus Schmid, Präsident von hotelleriesuisse Valais-Wallis, erklärt: «Valais/Wallis Promotion macht einen guten Job. Und wir erhalten im Wallis für den wichtigen Wirtschaftszweig Tourismus sicher nicht zu viel Geld.» Entsprechend sei es gerechtfertigt, dass der Kredit angepasst werde. Es werde Geld für das Marketing benötigt und Geld, das auf den Märkten eingesetzt werde. «Wenn man schon die Möglichkeit hat,



«Das Basismandat Kommunikation können wir jederzeit wahrnehmen.»

Damian Constantin
Direktor Valais/Wallis Promotion

mehr für den Tourismus zu tun, macht es keinen Sinn, auf mehr Mittel zu verzichten», so Markus Schmid weiter.

Im laufenden Jahr plant VWP die Lancierung verschiedener grösserer Projekte: Positionierung als Lebens- und Arbeitsort im Rahmen des Pilotprojekts WIWA, Beilage «Vom Wallis in die Welt» in der Schweizer und Walliser Presse sowie der kantonale Tag an der Fête des Vignerons, der ein traditionelles und modernes Wallis aus kultureller, gastronomischer und touristischer Sicht präsentieren wird.

Bekanntheit des Wallis hat in den vergangenen Jahren zugenommen

2014 und 2015 hatte Valais/Wallis Promotion zusammen mit dem LINK Institut eine unabhängige Imagestudie durchgeführt, um die Bekanntheit und das Image des Wallis zu beurteilen. 2018 wurde dieselbe Umfrage erneut durchgeführt. Aus dieser geht hervor, dass sich der Bekanntheitsgrad der Marke Wallis seit der ersten Befragung im Jahr 2014 auf 62 Prozent verdoppelt hat. Ende 2017 sei die Marke Wallis damit die be-

kannteste Marke der Schweizer Alpenregionen gewesen. Das Wallis wird laut Umfrage weiterhin in erster Linie für seine touristischen Reize geschätzt. 59 Prozent der Befragten empfehlen es uneingeschränkt als Ferienziel. Es gibt jedoch noch starkes Entwicklungspotenzial hinsichtlich seiner Position als Lebens- und Arbeitsort (16 Prozent). «Wir müssen das

Wallis verstärkt als Lebens- und Arbeitsort positionieren. Vielen Menschen ist nicht bewusst, dass der Wirtschaftsstandort Wallis zahlreiche Arbeitsmöglichkeiten in den verschiedenen Branchen bietet», unterstreicht Damian Constantin. In den Nahmärkten (Europa) geniesst das Wallis einen deutlich geringeren Bekanntheitsgrad als andere Tourismusregionen wie zum Beispiel das Tirol oder das Südtirol. Der Grund dafür sei, dass diese Regionen seit vielen Jahren territoriale Markenkommunikation betreiben und über ein wesentlich grösseres Budget als das Wallis für die Standortpromotion verfügen.

Bei den Gästen hat das Wallis an Attraktivität gewonnen. 93% der Befragten waren schon einmal im Kanton, und er wird zunehmend in seiner Gesamtheit besucht. Tatsächlich besucht die Mehrheit der Gäste (58%) bei ihrem Aufenthalt sowohl das Ober- als auch das Unterwallis. Das Besuchsinteresse steigt kontinuierlich, vor allem bei Leuten, die das Wallis nicht gut oder gar nicht kennen. Für 76% der Befragten ist der Kontakt mit der Natur ein wichtiger Besuchgrund. Das Wallis hat es geschafft, sich als Ganzjahres-Tourismusdestination zu etablieren. «Das Überwinden der Saisonalität bleibt eines unserer Hauptziele. Deshalb investieren wir in Aktivitäten und Kampagnen für alle Jahreszeiten», erklärt Damian Constantin. Die grösste Nachfrage besteht mit 64% der Gäste im Sommer, gefolgt von Winter (52%) und Herbst (42%).

Vorstand Wechsel im neunköpfigen VWP-Gremium

Anlässlich der Generalversammlung von Valais/Wallis Promotion in Sitten vergangene Woche wurde ein neues Vorstandsmitglied vorgestellt. Nach mehr als fünf Jahren Tätigkeit gibt Markus Hasler, Direktor der Zermatt Bergbahnen AG, seinen Platz an Paul-Marc Julien, Verwaltungsrats-Präsident von Zermatt Tourismus, ab.

Der Vorstand von VWP besteht aus neun Mitgliedern aus verschiedenen Bereichen: Karin Perraudin (Präsidentin von VWP), Yvan Aymon (Prä-

sident des Verbands der Unternehmen Valais Excellence), Willy Giroud (Präsident der Walliser Landwirtschaftskammer), Bernard Bruttin (Präsident der Walliser Industrie- und Handelskammer), Beat Rieder (Präsident der Walliser Tourismuskommission), Thomas Elmiger (Landgut Pfyn AG), Jean-Daniel Clivaz (Hotelier und Präsident von Crans-Montana Tourismus & Kongress), Vincent Bonvin (Direktor von Marcel Bonvin & Fils SA) und Paul-Marc Julien. dst

hotelmarktplatz

Küche

HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme
Hugentobler Schweizer
Kochsysteme AG
3322 Schönühl
+41 848 40 09 00
info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch

RATIONAL
Rational Schweiz AG
9435 Heerbrugg
+41 71 727 90 92
info@rational-online.ch
www.rational-online.ch

ROTOR
Rotor Lips AG
3661 Uetendorf
+41 33 346 70 68
info@rotorlips.ch
www.rotorlips.ch

rebagdata protel

BERATUNG NACH MASS,
SUPPORT NACH BEDARF.

Mehr erfahren auf rebag.ch

Marketing und Vertrieb

GREENSTORM
MOBILITY SWISS
GREENSTORM Mobility GmbH
6003 Luzern
+43 5358 43582
office@greenstorm.eu
www.greenstorm.eu

GREGOR VOGEL
INTERNET | MARKETING | CONSULTING
Gregor Vogel
6025 Neudorf
+41 76 383 09 00
mail@gregorvogel.ch
www.gregorvogel.ch

**HEIM HOTELMARKETING -
HOTELMARKETING GRUPPE**
6006 Luzern
+41 41 534 40 50
info@hotelmarketing.ch
www.hotelmarketing.ch

Reinigung, Hygiene und Unterhalt

vanBaerle
Better. For. you.
vanBaerle Hygiene AG
4142 Münchenstein
+41 61 415 90 90
hygiene@vanbaerle.com
www.vanbaerle.com

Textilien

Schwob
textiles of Switzerland
Schwob AG
3401 Burgdorf
+41 34 428 11 11
contact@schwob.ch
www.schwob.swiss

Diverse

Betimax
Auszeichnung hat einen Namen
Betimax AG
6405 Immensee
+41 41 822 07 50
info@betimax.ch
www.betimax.ch

Radovan Vitek et les autres acteurs

Face à la position dominante du milliardaire à Crans-Montana, les acteurs de la station tentent d'avancer et de bâtir une stratégie à 2030.

LAETTITA GRANDJEAN

L'investisseur tchèque Radovan Vitek étoffe peu à peu son portefeuille à Crans-Montana. Par le biais de la société de remontées mécaniques CMA et sa petite sœur CMA Immobilier, il détient la presque totalité du domaine skiable (85% des actions), dix restaurants d'altitude, deux magasins de sport, une clinique et depuis peu, la régie du Rhône (22% des propriétés du Haut-Plateau). Sa position dominante, ses décisions intempestives, et ses démêlés judiciaires ont créé de vives tensions sur le Haut-Plateau (lire

ci-dessous). Pourtant, dans la station, on affirme aujourd'hui un retour au calme et vouloir bâtir une stratégie à l'horizon 2030 en tenant compte de cette nouvelle donne. On parle coopérations et on fait le poing dans sa poche. La création de lits chauds fait partie des priorités.

«Nous avons l'ossature qui correspond aujourd'hui à ce que nous voulons», tente de rassurer Philippe Magistretti, bras droit de Vitek et président de CMA des remontées mécaniques de Crans-Montana, tout en relevant que les investissements de la société se



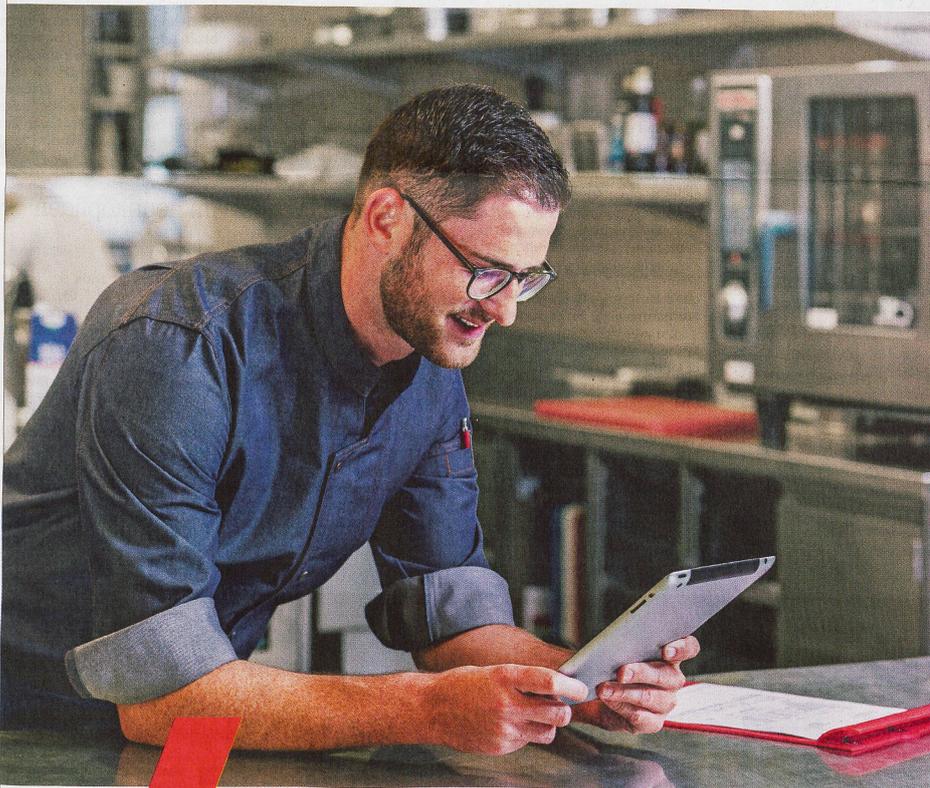
Radovan Vitek étoffe peu à peu son portefeuille à Crans-Montana.

Keystone

ANNONCE

Précisément.

PISTOR



connecté

Avec nos nombreux partenaires de réseau, nous connectons pour vous précisément ce qui vous rend encore plus performant.

Axé sur vos besoins.
pistor.ch

font au gré des opportunités. Selon lui, Vitek aurait déjà investi entre 180 et 200 millions de francs dans la station, depuis son arrivée en 2013. «Des montants gérables pour lui, un petit enjeu d'un point de vue économique. Il le fait parce qu'il aime la station», aime-t-il répéter. Jean-Daniel Clivaz, l'hôtelier de l'Olympic et président de Crans-Montana Tourisme, estime que l'argent ne fait pas tout. «Nous vivons tous dans un seul écosystème touristique avec une forte interdépendance entre tous les acteurs. Nous devons travailler main dans la main.»

Accéder rapidement à l'hébergement

Mais l'investisseur s'impatiente. Son vaste projet de complexe hôtelier avec parkings et commerces sur la parcelle de Mérignou, au pied des pistes de ski, est toujours bloqué par des dizaines d'oppositions. Selon Philippe Magistretti, il pourrait se concrétiser d'ici quatre ou cinq ans. Une éternité pour Radovan Vitek qui veut faire de Crans-Montana une station intégrée. Le rachat de la régie du Rhône était un moyen d'accélérer ce processus. «Il est vrai que nous devons avoir accès assez rapidement à l'hébergement. Une régie immobilière est un point de vente idéal pour mettre en place notre système de forfaits», indique Philippe Magistretti. Ceux-ci seront lancés dès l'hiver prochain.

Les acteurs locaux relativisent les ambitions de Vitek de créer une station intégrée. «Mais c'est impossible», tranche David Bagnoud, président de la commune de Lens. «Vitek n'a pas un lit dans la station. La reprise de la régie du Rhône ne porte que sur de la gestion.» Son homologue de la commune de Crans-Montana, Nicolas Féraud, relève les 125 ans d'histoire de Crans-Montana et la multitude d'acteurs impliqués. «Pour créer une station intégrée, il faut partir d'une feuille blanche. Nous sommes contents d'avoir

des investisseurs mais Crans-Montana n'est pas à vendre.» Quant à Joseph Bonvin, conseiller communal et hôtelier de l'Art de vivre, «intégrer ne signifie pas être propriétaire de tout». Selon lui, il y avait nécessité de professionnaliser la station. «Radovan Vitek a joué ce rôle de détonateur. Faire du tourisme une industrie intégrée, c'est l'avenir», estime-t-il.

Objectif: doubler les nuitées d'ici à 2030

De part et d'autre, on affirme la volonté d'aller de l'avant, de composer avec cette situation «qui est ce qu'elle est» et de faire en sorte d'en sortir gagnant. Créé sous l'impulsion des collectivités, le groupe de travail Crans-Montana 2030 (qui réunit les communes, l'OT et CMA et la société de Vitek CPI) vise à définir une stratégie touristique coordonnée. L'un des objectifs consiste à doubler les nuitées d'ici à 2030. Mais tous ne partagent pas la même vision pour y parvenir. Philippe Magistretti émet un bémol sur la construction de nouveaux hôtels. «Il s'agit d'une vision à 20 ans. On peut augmenter les nuitées de manière beaucoup plus rapide et verticale, en réchauffant les lits froids.» Le groupe de travail planche également sur la segmentation de la clientèle et la cohérence de l'offre. Car la vaste palette de Crans-Montana rendrait son positionnement difficile.

Philippe Magistretti estime que les ressources doivent être accordées prioritairement à la promotion. Sur ce point également, la vision de CMA ne fait pas l'unanimité. Jean-Daniel Clivaz observe: «Il est régulièrement évoqué un problème de communication. Au vu des résultats de satisfaction clients, nous pensons qu'il est prioritaire d'agir sur la qualité de notre offre pour être plus forts en comparaison internationale.» Une vision à deux vitesses qui laisse présager encore bien des discussions sur le Haut-Plateau.

Les casseroles de Vitek Accusé de gestion déloyale, vol et escroquerie

Le milliardaire à la tête de la CPI Property Group fait l'objet de plusieurs accusations. En octobre 2018, la justice valaisanne a ouvert une enquête sur l'augmentation du capital de CMA à 50 millions en décembre 2016. Vitek y aurait souscrit seul et racheté juste après CMA Immobilier à CPI pour 35 millions de francs. Scandale, cette transaction est jugée surévaluée par les communes. Vitek répare le préjudice, en rachetant CMA Immobilier au même prix qu'il l'a vendu. En attendant les conclusions de la justice valaisanne, plusieurs rapports rendus publics récemment confirment que la valeur réelle était de 5 millions. Selon eux, Vitek «a violé son devoir

de fidélité». Ils évoquent aussi le dépôt de plaintes pénales contre CMA pour faux dans les titres, escroquerie et gestion déloyale.

On se souvient aussi de sa réaction impulsive l'an dernier, lorsqu'il avait fermé inopinément le domaine skiable. Plus récemment, en janvier 2019, l'investisseur a licencié sept personnes du restaurant Merbé (propriété de CMA) au lendemain d'une de ses visites. Selon la «Frankfurter Allgemeine Zeitung» qui a révélé l'information, il réagissait à un service trop lent et un steak servi froid. Vitek est également visé par une plainte aux États-Unis. Il est accusé d'avoir volé plus d'un milliard de dollars à deux sociétés. 1g

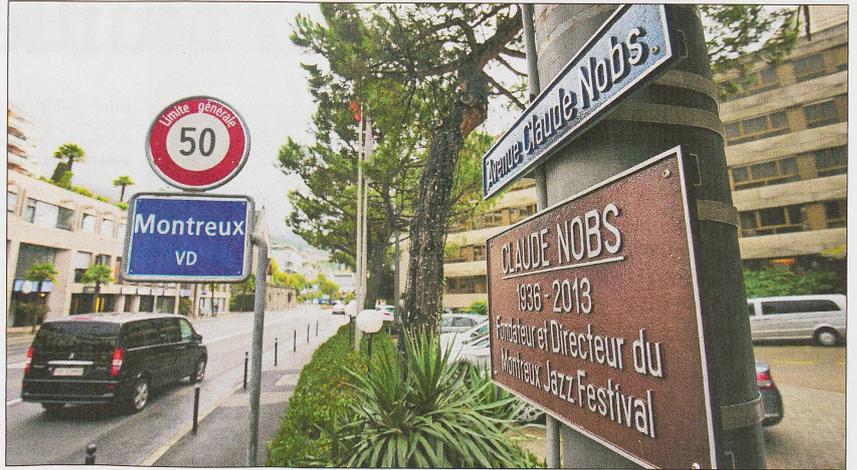
Chronique

Avenue Claude Nobs: atout touristique

Les noms de rue portant des noms propres font polémique. Mais pas seulement...

Comme à Lausanne on n'aime pas les têtes qui dépassent, il a fallu une campagne de presse pour que la Municipalité consente enfin à attribuer à un quai le nom du conseiller fédéral (et ex-syndic de Lausanne) Jean-Pascal Delamuraz. Les noms de rue... dossier chaud! A Lausanne comme à Neuchâtel, la polémique fait rage. Est-il acceptable qu'une rue ici, qu'un espace là maintiennent le souvenir du glaciologue de réputation mondiale Louis Agassiz que l'on a découvert tardivement raciste? A Neuchâtel, l'espace a été débaptisé. A Lausanne, un panneau «explicatif» sera apposé. A Vevey, une plaque rappelait sur la façade du château de l'Aile que l'écrivain Paul Morand, citoyen d'honneur de la ville et membre de l'Académie Française, y vécut de 1948 à sa mort en 1976. Elle a été enlevée pour la durée des travaux de rénovation. Une nouvelle plaque la remplacera, mais sans mention de Morand. Motif: antisémite et homophobe, Morand a été ambassadeur de Vichy à Bucarest et à Berne.

On ne trouvera pas de rue Paul Morand à Vevey, contrairement à Perpignan, Limoges et Montréal. Et pourtant, mieux que «chemin des hirondelles» ou qu'«avenue des bégonias», les rues portant le nom de personnalités peuvent contribuer à un tourisme de proximité. Montreux en sait quelque chose qui a voulu maintenir vivant le souvenir de Claude Nobs, l'âme du Montreux Jazz Festival, en attribuant son nom à une des principales artères. Et l'ombre de nombreux artistes plane sur la ville. Ainsi les fans de Freddie Mercury sont-ils invités à partir sur ses traces, rue du lac où il vécut. Ils peuvent visiter le Mountain Studio, rue du théâtre, où il enregistra tant de succès, et aller se recueillir devant sa statue, place du marché. A Montreux toujours, d'autres sculptures rendent hommage à d'autres hôtes de marque: Nabokov, Strauss, Furtwängler, Stravinski... Une rue du Sacre du printemps rappelle même que c'est là que fut composé un des chefs-d'œuvre du XXe siècle. Montreux n'a que l'embaras du



Claude Nobs reste lié à Montreux. Il a reçu le Milestone pour l'œuvre d'une vie en 2012.

Keystone/Jean-Christophe Bott



Jean Pierre Pastori

Journaliste et écrivain. Ancien directeur du Château de Chillon et président de la Fondation Béjart Ballet Lausanne.

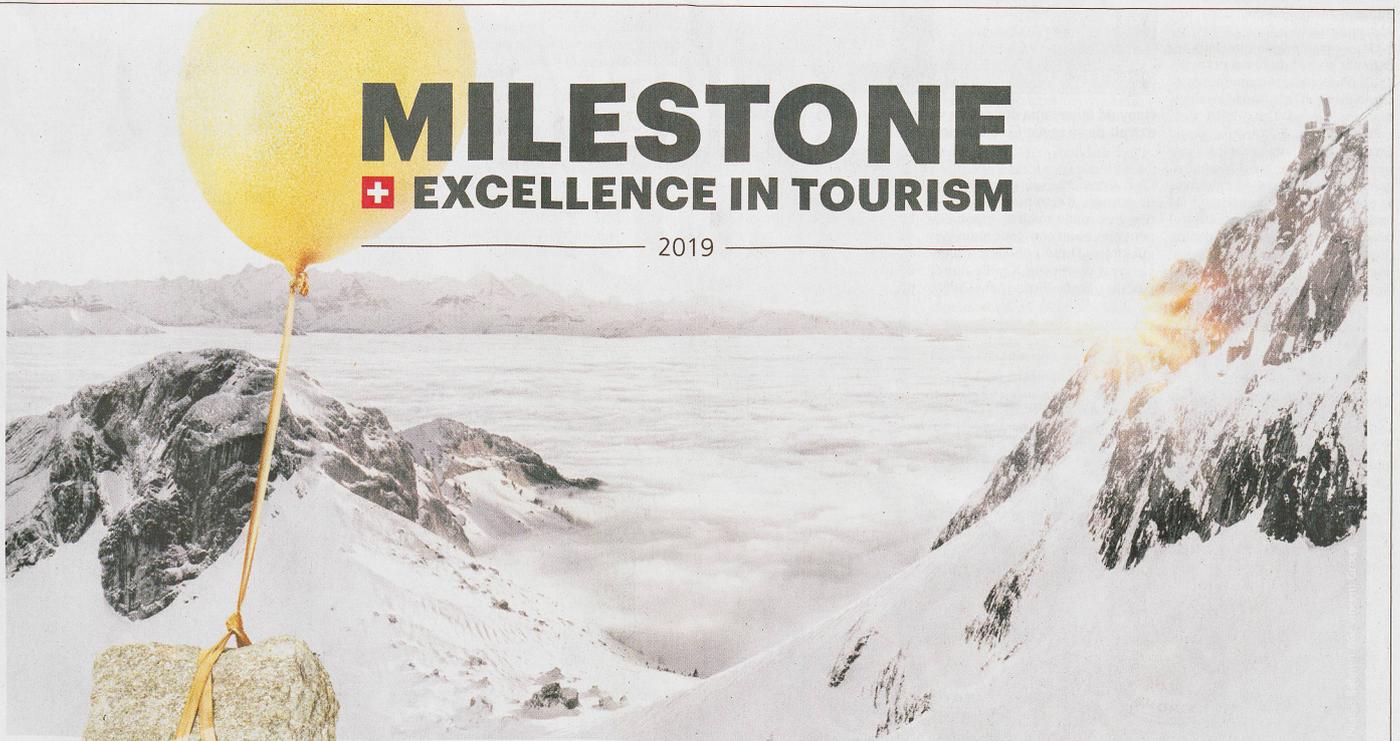
choix. Zelda et Scott Fitzgerald fréquentèrent la clinique Valmont, tout comme le poète Rilke qui y rendit l'âme. Le dramaturge Noel Coward, le chef d'orchestre Richard Bonyngue et la cantatrice Joan Sutherland s'installèrent aux Avants où séjourna également Hemingway. Si autant de personnalités ont choisi cette région, c'est assurément qu'elle vaut le déplacement... Un livre tout juste paru promeut le tourisme littéraire. Sous le titre «Le Poème et le territoire» (éditions Noir sur blanc), ce bel ouvrage incite à mettre ses pas dans ceux d'une vingtaine d'écrivains. Région par région, textes introductifs, extraits d'œuvres, dessins, photographies et plans à l'appui. On y suit Borges Grand Rue 28, à Genève; Cendrars rue de la Paix 27 à La Chaux-de-Fonds;

Anne Perrier passage de Belle-Rose 5, à Lausanne; etc. Comme le note Antonio Rodriguez, l'un des auteurs, «par son invitation à déambuler, ce livre incarne un «savoir vivant», une géographie littéraire dans un geste qui rapproche les habitants d'une région ou les passants d'un jour à un lieu majeur de poésie.»

Lire Gustave Roud à Carouge où il passa toute sa vie, Philippe Jaccottet à Moudon où il est né, Maurice Chappaz au Châble où il avait une maison de famille... Est-il meilleure façon de répondre à l'appel du promeneur solitaire que fut Jean-Jacques Rousseau? «Va et découvre ton pays!»

Les chroniques du «cahier français» cèdent la plume à Jean Pierre Pastori et Anouck Weiss.

ANNONCE



20 ANS AU SOMMET DE L'INNOVATION

Délai d'inscription
23.08.2019

Conditions et documents
de participation
sur htr-milestone.ch

Organisateurs

hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Soutenu par

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche, DFE
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Direction de la promotion économique

inno
tour

Partenaire touristique

STV_FST
Städtische Tourismusverband
Fédération suisse de tourisme
Fédération suisse des touristes
Fédération suisse de tourisme

Supportingpartner

VERBAUDSCHIEFER TOURISMUSMANAGER
ASSOCIATION BUREAU DES MANAGERS EN TOURISME
ASSOCIATION SUISSE DE MANAGERS EN TOURISME
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME

VILLE DE MONTREUX
LAUSANNE

Vers une simplification bienvenue

Avec le concept CheckIn-FR, Fribourg Région simplifie grandement la collecte des informations auprès des hôtes. Et facilite leur distribution aux instances.

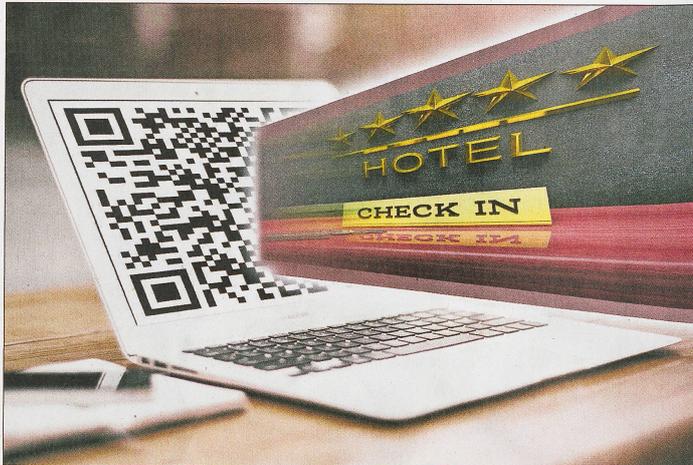
MIROSLAW HALABA

Simplifier les processus administratifs afin de dégager davantage de moyens pour s'occuper des hôtes est l'un des objectifs de la Vision 2030 que poursuit Fribourg Région, l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT). Le projet CheckIn-FR, présenté la semaine dernière lors d'une rencontre du réseau Pro Tourism, apporte une pierre de taille à cet édifice.

«D'ici janvier 2020, nous disposerons d'un outil de gestion destiné à l'ensemble des hébergeurs fribourgeois», a indiqué Pierre-Alain Morard, directeur de l'UFT, à l'adresse des quelque deux cents professionnels du tourisme réunis à Morat sur les bateaux de la LNM.

Un code QR pour remplacer la carte d'hôte bracelet

La simplification administrative proposée porte sur la collecte des informations auprès des hôtes sé-



Un nouvel outil de gestion à disposition de l'ensemble des hébergeurs fribourgeois. 123RF/Montage htr

journalant dans des établissements hôteliers et parahôteliers fribourgeois. A son arrivée, le client doit actuellement remplir une fiche de police. L'hébergeur complète alors ces données afin de lui remettre la carte d'hôte «Be my Guest», présentée sous la forme d'un bracelet. Chaque mois, ces informations sont transmises par l'hébergeur à l'Office fédéral de la statistique pour le décompte des nuitées, à la Centrale fribour-

geoise d'encaissement de la taxe de séjour et à l'Observatoire fribourgeois du tourisme. L'outil en ligne CheckIn-FR, développé par l'entreprise fribourgeoise Omnisoft Engineering SA, centralisera désormais l'ensemble des données relatives aux clients et les distribuera automatiquement aux organismes concernés selon leurs besoins spécifiques.

Les hôtes qui auront réservé leur séjour recevront la carte

d'hôte par SMS ou par courriel avant d'arriver sur place, ce qui est nouveau. Un code QR remplacera le bracelet. Outre les réductions aux sites, il donnera aux détenteurs le moyen d'obtenir des informations géolocalisées utiles pour leur séjour comme le calendrier des événements.

Le gain de temps pour les hébergeurs est évident. Raymond Surchat, le président de l'Association fribourgeoise des hôteliers et

exploitant du Parc Hôtel à Fribourg, est ravi. A l'image d'autres établissements, il a pu tester le système depuis 2018. «Cela va beaucoup plus vite, explique-t-il. Avant, il fallait, par exemple, 30 minutes à une heure pour introduire les données d'un groupe de touristes. Maintenant, quelques minutes suffisent.»

Les hébergeurs seront formés sur ce nouvel outil prochainement

Susanna Baumann, qui gère le B&B Perron13 à Morat, a aussi participé à la phase de test.

«J'avais des doutes au début, mais j'ai pu constater que ce système marchait.» Durant ces prochains mois, les hébergeurs seront formés sur ce nouvel outil afin qu'ils puissent en tirer pleinement profit au plus vite.

Ce projet, qualifié «ambitieux», a été préparé avec soin. «Il était important de bien le mettre en route. Aussi, avons-nous créé trois groupes de travail qui incluèrent les hébergeurs, les prestataires touristiques et les informaticiens», explique Pierre-Alain Morard. Des précautions particulières ont été prises pour s'assurer qu'il respecte bien les règles en matière

de protection des données, a expliqué Mélanie Beuret, la coordinatrice du projet. L'autorité cantonale compétente a ainsi été intégrée dès le départ fin 2017.

Novateur, le système intéresse d'autres régions

Engagé dans sa mise en place, Stéphane Moret, le directeur de Morat Tourisme, salue la manière démocratique qui a prévalu durant cette phase. «En créant des groupes de travail associant tous les acteurs, le processus s'est révéillé sain», dit-il.



«Cela va plus vite qu'avant pour introduire les données d'un groupe.»

Raymond Surchat
Président des hôteliers fribourgeois

CheckIn, dont le coût total s'élève à 660 000 francs, financé à hauteur de 280 000 francs par Innoutour, est novateur. Ce qui n'a pas échappé à d'autres régions. «J'ai déjà eu l'occasion de présenter le système une demi-douzaine de fois en Suisse allemande, dans le Jura et dans les Alpes vaudoises», indique le directeur de l'UFT. Selon lui, le système est intéressant, car il maîtrise tout le

processus de collecte et de distribution des informations. En portant le sigle cantonal FR, le nom de CheckIn n'est pas déjà préparé pour s'ouvrir à d'autres régions du pays...

ANNONCE

BONHEUR FRUITÉ!

Action
-20ct sur la gamme verre 1l
et 3+1 sur la gamme verre 20cl
du 13.05 au 31.05.2019

granini®

«Barrière psychologique à casser»

Le directeur de l'Association romande des hôteliers pense que ses membres peuvent augmenter leur visibilité. Il vient de créer un club réunissant la jeune génération.

ALEXANDRE CALDARA

Alain Becker, pourquoi l'Association romande des hôteliers (ARH) juge-t-elle utile d'informer les médias au sujet des hébergeurs commerciaux clandestins, notamment ceux hébergés par la plateforme Airbnb?

C'est notre rôle en tant qu'association de faire un travail de fond sur ces questions et de le communiquer, d'intensifier notre lobbying sur des points cruciaux pour nos membres. Aujourd'hui nous tenons à interpeller les gouvernements et parlements cantonaux afin que des mesures soient prises rapidement quant à la problématique des hébergeurs commerciaux clandestins. Un marché ne peut fonctionner que si l'égalité de traitement est assurée. Tous les acteurs du marché de l'hébergement doivent être soumis aux mêmes règles du jeu. Or, ce n'est aujourd'hui pas le cas. Voilà ce que nous tenons clairement à dire face à Airbnb et à l'ensemble des acteurs du marché.

Vous dirigez l'ARH depuis une année et demi et vous invitez la presse pour la première fois. Quel est

votre regard sur la médiatisation de la profession?

On invitera la presse à chaque fois que nous avons quelque chose à dire, que l'on jugera indispensable de le faire. Sur ce dossier précis des hébergeurs

commerciaux clandestins des solutions cantonales peuvent se dessiner, nous devons agir. Beaucoup de gens pensent que les hôteliers communiquent moins efficacement que les restaurateurs. Pour moi la raison est simple: 80% de la clientèle d'un restaurant est locale alors que 95% de la clientèle des hôtels vient d'ailleurs. Les médias ne sont pas en lien direct avec elle. J'ai rencontré de nombreux rédacteurs en chef de la presse romande pendant les premiers mois de mon mandat. On peut déterminer les angles qui les intéressent, mettre en valeur nos sujets, tout en respectant leur indépendance. Cela repose sur une étroite confiance et des relations personnelles.

Votre sens de la formule peut aider...
Tout être humain est potentiellement client d'un hôtel. (Rires)

«Cela doit être utile. On ne fonde pas un club d'hôteliers pour le plaisir.»

Alain Becker
Directeur de l'ARH

Cela passe aussi par une plus grande visibilité des hôteliers...

Absolument. En moins de deux ans, j'ai rencontré 200 membres de notre association, dans les cantons de Vaud, Fribourg,

Neuchâtel et le Jura. Il me reste une vingtaine de visites. Je vais à leur rencontre dans leur établissement. Je suis frappé par toutes ces personnalités qui font notre branche et la qualité de leurs projets. Certains ne le communiquent pas assez. Il faut parvenir à casser une barrière psychologique, les mettre à l'aise. Les relations humaines prennent alors tout leur sens. Je suis frappé par la diversité de la branche, par les différences entre l'hôtellerie de montagne et des régions de campagne où certains luttent pour leur survie et la relative bonne santé de l'hôtellerie dans les grandes villes.

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris pendant vos visites?

Comment certains établissements hors des grands centres urbains restent encore éloignés des réalités du marché avec parfois des prix de chambres qui n'ont pas bougé depuis 20 ans... Alors que dans les villes, certains hôtels pratiquent le Yield Management et changent leur prix tous les jours ou donnent le mandat à une



Alain Becker, un directeur de l'ARH qui veut mettre en lien.

Anouk Ruffieux

société pour le faire. Le retour que nous entendons de ces hôtels fait part d'un chiffre d'affaires en croissance. Donc il serait intéressant pour ces petits établissements qui font l'essentiel de leurs affaires sur de la restauration et qui affichent des taux d'occupation de leurs chambres relativement faibles d'adapter leur prix au moins en fonction des saisons. Le rôle de l'association reste de s'occuper de tous les acteurs, autant des auberges de campagne que des 5 étoiles. Et peut-être que les auberges en ont encore plus besoin.

La composition des membres de l'association évolue

beaucoup ces dernières années...

Oui historiquement les associations hôtelières en Suisse étaient représentées en majorité par des propriétaires exploitants. Aujourd'hui cinq groupes Accor, la fondation Sandoz, Boas, Sidin, Hôtel et Patrimoine sont membres. On remarque aussi l'apparition de nouveaux acteurs sur le marché, notamment des appartements hôtels.

Au point où vous avez décidé de créer un club des groupes hôteliers à l'ARH. Pouvez-vous nous en parler?

Je trouvais important de réunir deux fois par année, les CEO de

groupes, afin de créer des liens solides entre eux. Dans le même état d'esprit, j'ai également créé le club des 5 étoiles qui réunit une dizaine d'établissements. Nous nous sommes réunis au Royal Savoy autour de la politique des prix. Cela leur permet de comparer des stratégies, de se retrouver et d'évacuer ensemble certains problèmes. Je demande toujours à ces acteurs s'ils trouvent utile de se retrouver. On ne fonde pas ces clubs pour se faire plaisir. Il ne faut pas abuser de cet outil.

Pourtant vous en avez formé un troisième qui vous tient particulièrement à cœur...

Oui celui des jeunes hôteliers. Cela m'ennuyait qu'ils ne participent pas à nos assemblées générales. Ils seront nos membres actifs de demain. J'ai voulu provoquer un dialogue entre eux, autour de cercles de compétences comme les nouvelles technologies. Cela leur permet de se connaître, se souder. Et cette année, certains d'entre-eux viendront à notre AG. Ce club réunit une trentaine

«On peut faire le lien avec des projets-pilotes de start-ups de l'EPFL vers nos membres afin de tester le marché.»

de membres de moins de 40 ans occupant des fonctions de cadres. Marina Ostinelli, de Base Nyon, le préside. Nous nous sommes réunis déjà trois fois. J'aimerais aussi recréer du lien avec nos minorités allemandes du Lac Noir, de Tafers et de Morat.

Pouvez-vous proposer de nouvelles offres à vos membres?

Avec Winnaretta Zina Singer du pôle innovation de l'Ecole hôtelière de Lausanne, on peut faire le lien avec des projets-pilotes de start-ups vers nos membres, cela permet de tester le marché. L'Université de Neuchâtel a pris contact au sujet des évolutions technologiques, Roland Schegg de la Haute école de gestion et tourisme nous consulte. Notre partenaire l'Ecole Vatel vient de créer une bourse pour un étudiant de 40 000 francs pour une formation de trois ans offerte.

Quels sont vos liens avec l'Association des hôteliers du Valais (AHV) et la Société des hôteliers de Genève?

Nous échangeons énormément, même si les structures d'associations et les disponibilités de chacun ne sont pas les mêmes. Mais un sujet comme le Championnat du monde de cyclisme à Aigle et à Martigny nous mobilise avec Patrick Béro, directeur de l'AHV.

Votre parcours professionnel vous aide-t-il dans votre travail associatif et influence-t-il votre management?

Pour défendre les conditions-cadres de notre profession, la connaissance du fonctionnement politique et administratif suisse me semble fondamentale. En termes de management, la lecture de «La comédie inhumaine» de Nicolas Bouzou et Julia De Funes me correspond pleinement. Je recherche l'efficacité permanente.

ANNONCE

Comment diminuer votre facture d'électricité dans les cuisines?

Profitez du programme d'encouragement «Aération des cuisines» pour réduire votre facture d'électricité de moitié au moins!
www.hotelleriesuisse.ch/ventilation-cuisine

hotelleriesuisse – compétence, dynamisme, enthousiasme.
Tél. +41 31 370 43 14
nachhaltigkeit@hotelleriesuisse.ch

PrüfKilowatt Avec le soutien du programme d'encouragement Profiteur sous la direction de l'Office fédéral de l'énergie

hotelleriesuisse SWISS HOTEL ASSOCIATION

OUI à la loi sur les armes

«L'exclusion de la Suisse du dispositif Visas Schengen Uniformes entraînerait de graves désavantages financiers pour le tourisme suisse et une perte d'image tout aussi grave.»

Andreas Züllig, président d'hotelleriesuisse

La CCNT: Application gratuite désormais disponible!

La version pense-bête mobile de la convention collective nationale de travail – bonne pour tous dans l'hôtellerie et restauration.

Pour iOS, Android et Windows Phone

Jet-Cut. Films alimentaire

DISPENSER PLUS
Les deux films dans un seul appareil

Chez votre grossiste

Multioptional: «The Lobby»

4 Sterne und keine Réception? Wie das geht, der Service dabei noch besser wird, zeigt das Zürcher «Opera» mit «The Lobby». Digitale und soziale Welt werden geknüpft.

GU DRUN SCHLENCZEK

Die Réception ist im «Opera» verschwunden, genauso wie der bisher angrenzende Frühstücksraum. Beim Eintritt in das Zürcher 4-Sterne-Hotel empfängt den Gast seit letzter Woche viel Wohlfühlatmosphäre in Pastell- und Brauntönen, trendige Sitznischen, eine halbrunde Bar mit einer Tresenfront, deren Bekachlung einem Sitzkamin nachempfunden wurde sowie eine frei zugängliche Wohnküche im Nostalgie-Stil.

Am Bartresen sitzt die «Réceptionsmitarbeiterin» mit ihrem Laptop. Sie springt auf, um den neuen Gast zu empfangen. Die administrative Arbeit am Laptop kann warten. Denn Offline-Ein-

checken ist in «The Lobby» wie bis anhin möglich. Dafür begleitet die Mitarbeiterin den neuen Gast mit ihrem Tablet zu einer der gemütlichen Sitzgelegenheiten. Pass einsammeln? Kein Problem, auch das geht am Tablet. Nur der Gast, der doch lieber gleich online eincheckt – die Hälfte der Gäste mache das bereits, erklärt Gastgeber Michael Böhler im Gespräch – wird ab Sommer seinen Zimmerschlüssel gleich per E-Mail erhalten.

Doch die bisherigen Réceptionsmitarbeitenden können noch viel mehr: Sie wurden geschult, gleichzeitig professionell wie ein Barista oder Bartender die Café- und Cocktailbar zu betreiben und morgens das Hotelfrühstück

«Mit The Lobby wollen wir uns von der Hotel-Konkurrenz in Zürich abheben.»

Michael Böhler
Ambassador & Opera AG Zürich



1



2



3



4



5

Claim verspricht, sorgen. Gratis Zürich-Wasser zur Selbstbedienung direkt ab Hahn, ausschliesslich Schweizer Spirituosen, Weine Bier, Softgetränke und ein lokales Snackangebot unterstreichen das Lokalkolorit.

Smartphone am Tresen beim Kaffeetrinken aufladen

So richtig multifunktional wird «The Lobby» aber durch die vielen digitalen Raffineszen, die unaufdringlich dem Gast ganz neue Möglichkeiten geben und geknüpft mit dem Retro-Stil des Ganzen verknüpft wurden. Ein Highlight ist der auf den «Stammtisch» über einen – nicht sichtbaren – Beamer projizierte Touchscreen. Hier lassen sich digital, aber grossflächig Zeitungen aus aller Welt lesen, die Inhalte des eigenen Smartphones hochladen oder Brettspiele wie Schach spielen. Und natürlich Präsentationen durchführen.

«Ich habe bereits die ersten Anfragen von Firmen, die den Tisch buchen wollen», so Böhler. Und das bei laufendem gastronomischen Betrieb. Denn geschlossene Veranstaltungen sind in «The Lobby» kein Ziel. Ein Frequenz-

bringer sind sicher auch die in den Tresen integrierten sechs Aufladestationen für Smartphones. Etwas trinken und gleichzeitig Handy aufladen? In «The Lobby» geht das wie selbstverständlich. Ebenso wie per Smartphone Hotel- oder Gastro-Service direkt am Tisch zu ordern: Ein QR-Code verbindet automatisch mit allen Facilities des Hauses. Das gleiche Prinzip wie bereits auf den Zimmern des «Opera». Kein umständliches Login mehr.

Und Michael Böhler testet bereits den nächsten digitalen Schritt: Zusammen mit der HTW Chur prüft der Hotelier den Einsatz des humanoiden Roboters «Pepper» für den Empfang, interessant sei das «insbesondere für die Nachtstunden». Als emotionales Gadget im Gespräch ist zudem der Roboterhund «Aibo» von Sony. Mit der gekonnten Verknüpfung modernster digitaler Facilities, bewährt 4-Sterne-Service und einem für junge Trendkonzepte typischen sozialen Hotelleben will Michael Böhler das «Opera» nun von der bestehenden und der neuen Hotel-Konkurrenz in Zürich klar abheben.



6

Ambassador & Opera AG Zwei Hotels unter einer Führung

Das «Opera» (58 Zi.), Zürich, ist das Schwesterhotel des gegenüberliegenden und ebenso mit 4 Sternen klassierten «Ambassador» (45 Zi.). General Manager beider Hotels ist Michael Böhler. Möglich machte die Umnutzung der Réception im «Opera» das PMS-System Mews, das die Reservierungsarbeit deutlich vereinfacht.

operahotel.ch
ambassadorhotel.ch

1. Zum Wohlfühlen: Sitzecken in «The Lobby».
2. Blick in die Wohnküche.
3. Espresso trinken und Smartphone aufladen dank in den Tresen integrierter Ladestationen.
4. Hotelier Michael Böhler mit Lukas Julien, CEO Abusizz und Entwickler des interaktiven Tisches.
5. Der interaktive, voll digitalisierte Tisch soll Menschen wieder offline an einen Tisch bringen.
6. Der ruhige Lobby-Teil: Hier sind unter anderem moderierte Gespräche geplant.

Bilder: zvg





Laden Sie Ihre Gäste zu Tisch...

...und mit der kundenfreundlichen andi be free® Wireless Powerbank Charging Station auch deren Handy!

349,- inkl. MwSt.
www.andi.store/ch/powerbank-station/

Ausleihen. Aufladen. Zurückgeben.

ANZEIGE

raps.ch



Koch des Jahres 2018 **Franck Giovannini**, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Crissier
LouMalou **Nadja Zimmermann**, Foodbloggerin, Zürich
Aufsteiger des Jahres 2018 **Simon Apothéloz**, Eisblume, Worb



Raps
Colza

Schweiz. Natürlich.

Private Selection ist neu auch Reiseveranstalter. Ende Jahr will man die Gruppe noch um Boutique-Hotels erweitern. Geschäftsführerin Esther Dysli erklärt, was der Hotelier davon hat.

GUDRUN SCHLENCEK

Esther Dysli, wieso muss jetzt eine Hotelgruppierung auch noch zum Reiseveranstalter werden: Hat es davon nicht schon genug auf dem Markt? Heute braucht ein Hotel keine Hotelgruppe mehr, um sich internationalen Vertriebskanälen anzuschließen, heute hat jeder Betrieb über seinen Channel Manager direkten Anschluss – und das ist gut so. Der Gast wiederum kann heute auf Booking schnell und problemlos reservieren. Wir müssen also nicht nur Hotelzimmer verkaufen, sondern Emotionen und Erlebnisse. Ansonsten müssten wir uns tatsächlich fragen, ob es uns eigentlich noch braucht.

Und die Antwort war, zum Reiseveranstalter zu werden, seit Anfang Jahr heisst die Hotelgruppe nun Private Selection Hotels & Tours ... Unter anderem. Das ist unser erster grosser Schritt in die Zukunft. Wir wollen das Angebot horizontal diversifizieren, dem Gast und dem Hotelier mehr bieten als nur den Verkauf von Betten.

Aber eben, Tour Operators gibt es schon viele auf dem Markt. Warum soll der Gast nun auch noch bei Ihnen buchen? Der Unterschied zu üblichen Reiseveranstaltern: Bei uns kann der Gast jede Tour individuell seinen Wünschen anpassen. Wenn ihm eine Velo-Route zu lang ist, passen wir sie an oder holen ihn auf halber Strecke ab. Wenn er bei unserer Kreuzfahrt durchs Bündnerland Samnaun schon kennt, kann er zum Beispiel in Scuol übernachten. Wir bieten Reiseveranstaltung à la carte und stellen auch ganz indivi-

«Im Gegensatz zum Tour Operator ist unser Ziel eine möglichst hohe Zimmerrate.»

Esther Dysli
Geschäftsführerin Private Selection

Wir sind aber auf der Suche nach weiteren Mitgliedshotels – besonders im Wallis. Wir suchen ganz dringend ein Hotel in Zermatt und sehr gern hätten

duelle Touren zusammen. Zudem kennen wir, das heisst auch alle unsere Mitarbeitenden im Call Center, jedes Mitgliedshotel persönlich und können so mit einer ganz anderen Tiefe beraten.

Mit 56 Hotels in Europa ist die Auswahl aber doch sehr begrenzt ... Klein aber fein – und übersichtlich, so wollen wir auch bleiben.

Wir stellen fest, dass der Gast gar nicht mehr selber planen will. Vor lauter Auswahl und bereits Erlebtem weiss er gar nicht mehr, zu welchen Ferien er sich als nächstes entscheiden soll. Von uns bekommt er ein spannendes Angebot, wir planen alles pfannenfertig für ihn, vom Reisemittel bis hin zu

Restaurantbuchung, spannenden Erlebnissen und Outdoor-Aktivitäten.

Wie viele Reisen konnten Sie seit Anfang Jahr verkaufen? Wenn wir von Reisen im Sinne von Touren sprechen: 252 mit einer durchschnittlichen Dauer von sechs Tagen (5 Nächte) und vier Reisenden. Wir können so sozusagen gruppenübergreifend die Aufenthaltsdauer pro Gast erhöhen. Für den Verkauf arbeiten wir unter anderem mit unseren Partnern wie dem Hauseigentümergebiet zusammen oder nutzen auch mal Flash Saler, welche die Tour als Versuchsballon zehn Tage online stellen. So können wir gut testen, welche Angebote gefragt sind.

85 Prozent der Touren verkaufen wir direkt.

Was ist besonders gefragt? Im Moment sind die Bodensee-Radtour, die Wanderroute Oberengadin und diejenige im Bündnerland (Klosters-Davos-Arosa-Lenzerheide) sowie die «Best of Berner Oberland» am meisten gefragt – gefolgt vom Erlebnisprogramm «Ostküste Sizilien» und der Unesco-Tour Südf Frankreich-Italien.

Wie gut sprechen Fernmärkte auf das neue Angebot an? Mit den Aktiv-Touren haben wir auf dem australischen und dem USA-Markt enorm Erfolg. Aber auch asiatische FIT-Gäste wollen die «Best of» der Schweiz zunehmend mit der



Individualität und persönlicher Service werden bei Private Selection Hotels & Tours grossgeschrieben: Geschäftsführerin Esther Dysli (links vorne) begleitet hin und wieder sogar selbst die Touren – gemeinsam mit ihrem Hund Thabo.

Christof Sonderegger

«Wir können so die Aufenthaltsdauer erhöhen»

Private Selection Hotels & Tours Auch für Boutique-Hotels

Nach gut 20 Jahren wurde aus den 1998 gegründeten Private Selection Hotels der Reiseanbieter Private Selection Hotels & Tours. Aktuell zählt die Gruppe 56 Mitgliedshotels in Europa, davon 43 4-Sterne/4-Sterne-Superior-Betriebe und 13 5-Sterne-Betriebe. Für die Reisevermittlung zahlt das Hotel 5% Kommission. Zirka Ende Jahr will sich die Gruppe mit dem neuen Label Private Selection Boutique-Hotels auch für gehobene Kleinsthotels öffnen, eine Mindestklassifikation mit 4 Sternen ist für diese aber nicht Bedingung. gsg

privateselection.ch

eigenen Muskelkraft entdecken: also mit dem Velo oder zu Fuss. Manche kommen gleich als Minigruppe, fahren mit einem Guide, der ihre Sprache spricht, per Kleinbus durch die Schweiz und lassen sich von uns die Tour organisieren.

Was bringt das neue Angebot dem Hotelier?

Wir sind bei der Tourengestaltung darauf bedacht, dem Hotelier insbesondere an schlecht gebuchten Tagen Belegung zu bringen. Zum Beispiel eine Tour so zu gestalten, dass sie am Wochenende in der Stadt Zürich beginnt und die See- und Bergdestinationen Midweek gebucht werden. Während ein Tour Operator versucht, die Zimmerpreise zu drücken, sind wir bemüht, eine möglichst hohe Zimmerrate zu erzielen. Zudem können wir mit den Touren die Gäste in der Private-Selection-Hotels-Gruppe halten und an diese stärker binden.

Von der Hotelgruppe zum Reiseveranstalter soll nur der erste Schritt sein. Was plant Private Selection weiter?

Wir haben noch ganz viele Ideen ... Eine davon: Heute nehmen wir ausschliesslich 4- und 5-Sterne Hotels in unsere Gruppierung auf. Künftig wollen wir unsere Gruppe um Boutique-Hotels erweitern. Aktuell analysieren wir die Bedürfnisse solcher Kleinsthotels im gehobenen Niveau mit 10 bis 20 Zimmern. Wir planen, zirka Ende Jahr ein zusätzliches Label «Private Selection Boutique Hotels» zu lancieren.

In Kürze Nationale und internationale News aus der Branche

alle News auf htr.ch



NOVUM Hospitality

modulhotel
Niu-Hotel in Holz-Modulbauweise auf Shopping-Dach

Novum Hospitality eröffnet mit dem «The Niu Hide» in Berlin das weltweit erste modular errichtete Hotel auf dem Dach eines Einkaufszentrums. Das Midscale-Hotel auf dem Parkdeck des Ring-Center II verfügt über 152 Zimmer. Das Niu-Konzept steht für eine vom Standort inspirierte Geschichte: Beim «Niu Hide» also für historischen Ostsich und sozialistischen Klassismus. Das erste Schweizer Niu ist für 2021 in Bülach geplant.

niu.de/niu-hide



Necon AG

hotelgruppe
Althoff Hotels eröffnen 2020 drittes Schweizer «Ameron»

Die Althoff Hotels übernimmt ab Herbst 2020 das Bellerive au Lac Hotel in Zürich. Ab Januar 2020 wird das Haus komplett umgebaut und im vierten Quartal 2020 als drittes Ameron-Hotel und erstes Ameron-Boutique Hotel in der Schweiz wiedereröffnet – mit 60 Zimmern und Suiten, Erlebnisgastroonomie und Tagungsräumlichkeiten. Die deutsche Hotelgruppe betreibt aktuell unter der Marke Ameron acht 4-Sterne-Hotels in Deutschland und der Schweiz und unter «Althoff Collection» sechs Luxushotels.



Arcona Hotel & Resorts

hotelkette
Vienna House führt neu das Arcona Living Schaffhausen

Vienna House hat 17 Stadthotels und zwei Projekte der Rostocker Unternehmensgruppe Arcona übernommen. Neben acht Arcona Living und vier Arcona Hotels, betrifft dies auch fünf Steigenberger Betriebe des Franchisegebers Deutsche Hospitality sowie zwei Projekte in Greifswald und Mannheim. Vienna House betreibt damit auch neu das Arcona Living in Schaffhausen. Arcona konzentriert sich künftig auf die Ferienhotellerie und will das Barefoot-Hotel-Konzept von Til Schweizer massiv vorantreiben.



Jerónimo Vilaplana

hoteleröffnung
Welcome Hotels weihen Allegra Lodge in Kloten ein

Die Welcome Hotels Schweiz feierten letzten Freitag die Eröffnung ihres neuesten Hotels: die Allegra Lodge in Kloten mit 76 Zimmern und 14 Business Serviced Apartments. Die Zimmer Einrichtung verbreitet dank alpiner Einrichtung mit echten Altholzelementen viel Swissness, ebenso der moderne Alphütten-Stil in der Lobby, ergänzt durch das Restaurant & Bar Tschadun. Welcome-Hotels-CEO Marcel Wohlgemuth verbindet das Ganze mit viel Digital-Technik, wie Online-Check-in, Self-Check-in und Mobile Key.



Soeren Dam Thomsen

rebranding
Aus dem «Park Inn» in Rüm- lang wird ein «Radisson»

Die Radisson Hotel Group hat diese Woche das ehemalige Hotel Park Inn in Rüm- lang unter der Marke Radisson Hotel neu eröffnet. Mit dem Upgrade soll sich das Business-Hotel klarer von neuer Rüm- langer Hotel-Konkurrenz wie dem kürzlich eröffneten B&B Hotel abheben und sich leichter zusammen mit dem direkt am Airport gelegenen Radisson Blu vermarkten lassen. Es ist das zweite «Radisson» in Europa und das erste in der Schweiz. Inhaber des Hotels in Rüm- lang ist Urs Hammer (Ex-Chef McDonald's Schweiz). gsg

Zur Baselworld 2019 war das Bett billiger

Basler Hotels stehen wegen zu hoher Preise während der Baselworld in Kritik. Eine Analyse zeigt: Die Zimmerpreise sind seit 2017 während der Messe sogar um 16 Prozent gesunken.

GU DRUN SCHLENCZEK

Die Baselworld erlebte schon bessere Jahre. Als bis anhin grösster Aussteller kehrte die Swatch Group letzten Sommer der Messe den Rücken. Kleinere Uhrenhäuser folgten dem Beispiel. Die Zahl der Aussteller brach um ein Fünftel ein, und auch die Besucherzahl sank an der diesjährigen Basel Uhr- und Schmuckmesse vom 21. bis zum 26. März um 22 Prozent. Aussteller kritisieren in erster Linie die mit dem Messeauftritt verbundenen hohen Kosten. In der Kritik stehen auch die während der Messe deutlich höheren Hotelpreise. Die Messeveranstalterin MCH Group hatte deshalb für die diesjährige Messe mit einem Teil der Hotels Preisgrenzen definiert.

Doch die Zimmerpreise scheinen aufgrund der sinkenden Ausstellerzahl und Besucherfrequenz bereits von selbst zu purzeln. Das internationale Hoteldaten-Unternehmen STR hat die ADR- und RevPAR-Entwicklung während den Messtagen der letzten drei Jahre

«Hotels sind während der Baselworld bei den Preisen vorsichtiger geworden.»

Christian Strieder
Country Manager DACH STR

unter die Lupe genommen. In die Marktforschung flossen überwiegend Daten von Mittelklasse- oder höher klassierten Hotels und primär solcher aus dem Stadtgebiet

Basel ein. Die Analyse zeigt: Während die Zimmerauslastung in den letzten drei Jahren während der Messe konstant hoch blieb, sanken in diesem Zeitraum sowohl der Zimmerpreis (ADR) als auch der Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPAR) über die gesamten sieben Messenächte gesehen um rund 16 Prozent. Eine besonders hohe Nachfrage konnte an den ersten Messtagen verzeichnet werden, in welchen mit bis zu 97 Prozent Auslastung fast keine freien Zimmer mehr zu finden waren.

Trotzdem: Noch immer vierfacher Preis vom Quartalsdurchschnitt

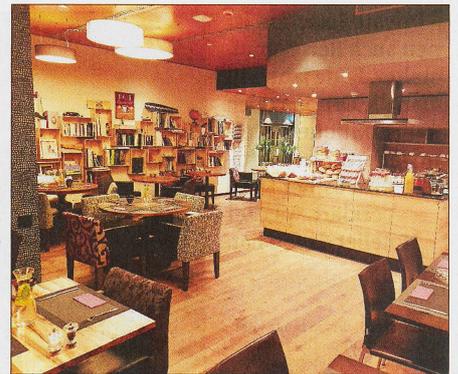
Während der diesjährigen Baselworld erzielten die Stadtbasler Hotels gemäss Marktforschung von STR durchschnittlich eine Auslastung von 90 Prozent und einen Netto-Preis pro Zimmer von 490 Franken (siehe Grafik). Im Vergleich zu den letzten Jahren fiel 2019 der durchschnittliche RevPAR der sieben Messenächte mit 440 Franken jedoch deutlich geringer aus. «Die Hotels sind während der Baselworld bei der Preisgestaltung vorsichtiger geworden», konstatiert Christian Strieder, Country Manager DACH-Raum bei STR. Die durchschnittlich erwirtschaftete Netto-Zimmerrate lag gut 78 Franken unter dem Vorjahr.

Die Wichtigkeit der Messe für den Hotelmarkt sei jedoch weiter-

hin deutlich zu sehen. Christian Strieder: «Der RevPAR war 2019 an den Baselworld-Tagen immerhin noch gut vier Mal höher als im Durchschnitt des gesamten ersten Quartals.» Aber auch im gesamten ersten Quartal sind Zimmerrate und RevPAR der an der Analyse beteiligten Hotels gesunken: um 17 respektive 19 Prozent im Vergleich zu 2017, bei ebenfalls konstanter Auslastung (2019: 58%).

Die rückläufige Entwicklung bei RevPAR und Zimmerpreis während der Baselworld setzte allerdings bereits vor einigen Jahren ein. Im Jahre 2017 erzielten die in der Marktanalyse berücksichtigten Hotels während der Messe noch einen durchschnittlichen RevPAR von 521 Franken, welcher im darauffolgenden Jahr (2017) dann bei 516 Franken lag. Einen richtigen Preisknick erlebte die Basler Hotellerie aber erst in diesem Jahr. Die in den Basler Hotels während der Messe gehaltene Auslastung ging nicht nur auf Kosten der erzielten Preise, sondern auch auf Kosten der Hotellerie im Umland. Laut Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus, liesse sich der Rückgang an den umliegenden Städten messen: «Die Hotels in Basel sind während der Messe noch relativ gut ausgelastet, dafür sind die Zahlen in Olten oder im deutschen Freiburg stark zurückgegangen.»

strglobal.com



Nach dem Umbau punktet der Frühstücksraum im Hotel Bären Bern mit warmen Materialien und Wohnküche.

Hotel Bären will nach Umbau mit «Home-Feeling» punkten

Für einen höheren einstelligen Millionenbetrag wurde das Hotel Bären in Bern komplett renoviert. Neu unter anderem: Service-Etage mit Laundry und Duschbad.

Die Lage des Hotel Bären am Bundesplatz in Bern könnte zentraler nicht sein. Die historisch bedingte, dichte Bebauung im Zentrum der Hauptstadt hat aber auch ihre Nachteile. Der Frühstücksbereich des 4-Sterne-Hotels, der vom Eingang her gesehen direkt im Anschluss an die Réception liegt, bietet kein Tageslicht. Mit neuer, warmer Materialisierung (Holz, stoffbezogene Wände), wohllichem Design und einer Wohnküche, wie man sie von zu Hause kennt, soll der F&B-Bereich des Hotels nun zum Aufenthalts- und Eventort werden.

Der umgebaute Frühstücksbereich ist das jüngste und letzte Highlight einer mehrjährigen Renovation für einen höheren einstelligen Millionenbetrag. In den letzten Jahren wurde das Berner Hotel komplett saniert und zusätzlich von 57 auf 69 Zimmer erweitert. Carla Tichelli, Direktorin des «Bären am Bundesplatz» wünscht sich eine Belebung der bislang vor allem zur Frühstückszeit genutzten Erdgeschossfläche. Dafür schweben ihr auch Events wie Lesungen vor oder das Bespielen mit geschlossenen Veranstaltungen.

Dem Hotelgast steht ein Barangebot in Selbstbedienung (Getränke, Wein, salzige Snacks) zur Verfügung.

Neu für ein 4-Sterne-Haus: die «Selfservice-Etage» mit Laundry (einmal Waschen und Tumbler kostet Fr. 5.-), Duschbad und Businesscorner mit Bibliothek. «Bleibt der Gast nach dem Auschecken noch in der Stadt, ist er zum Teil froh, sich vor der Abreise noch mal frisch machen zu können», erklärt Carla Tichelli.

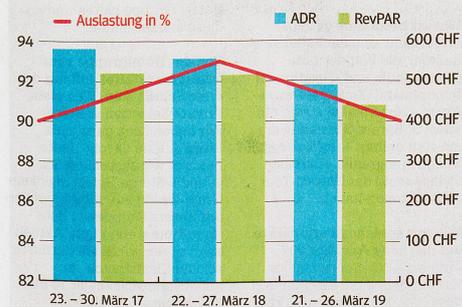
Ein besonderes Augenmerk hat man auf die Nachhaltigkeit gelegt. Die Klimaanlage wurde auf ein wasserbasiertes, effizientes Kühlsystem umgerüstet. Zudem will man vermehrt auf Plastik verzichten. In den Hotelzimmern beispielsweise wurden die PET-Flaschen durch Mehrwegflaschen ersetzt.

Das Hotel Bären am Bundesplatz wird seit drei Jahren durch die Firma Alhonna Hotel Bern betrieben, die sich im Besitz von Philipp Näpflin, Stiftungsratspräsident der Hotelfachschule Thun, und seiner Frau, Christine Babst, befindet. Zusammen mit Tobias Burkhalter betreibt Näpflin ebenfalls das Hotel Goldener Schlüssel Bern.

ZVG

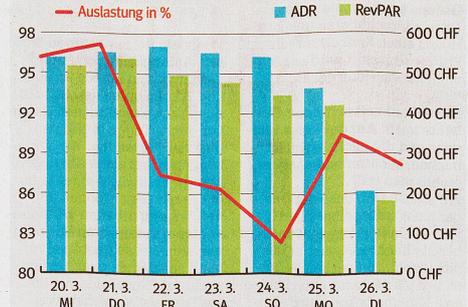
ZVG

Baselworld Sinkende Zimmerpreise



Stadtbasler Hotels als Mittelklasse sind seit Jahren mit sinkenden Zimmerpreisen während der Baselworld konfrontiert. Quelle: STR

Messewoche Erste Tage lukrativ



Am meisten verdient der Stadtbasler Hoteller im Logement an den ersten Messtagen der Baselworld. Quelle: STR

In Kürze Nationale und internationale News aus der Branche

alle News auf htr.ch



Fabian Hafeli



Grand Resort Bad Ragaz



wildfermentation.com



The Dolder Grand



Gastronemuseum

gastronomie
Gourmetfestival The Epicure mit hochkarätigem Line-up

Wenn er ruft, kommen sie alle: Heiko Nieder hat für seine sechste Ausgabe des Gourmetfestivals The Epicure, das heuer vom 3. bis 8. September im «The Restaurant» des «The Dolder Grand» in Zürich stattfindet, erneut hochkarätige Kollegen aus aller Welt am Start: Von Christian Jürgens über Alain Passard bis zu Alvin Leung – sie alle kreieren gemeinsam mit dem Gastgeber je ein 8-Gang-Menü. Höhepunkt bildet «The Final» am Sonntag mit neun Spitzenköchen, dazu kommen ein Pâtissier und ein Bartender.

wellness
Grand Resort Bad Ragaz lanciert Wellnessfestival

Vom 8. Juni bis 17. Juli findet anlässlich des internationalen Wellnessstags vom 8. Juni erstmals das «WellRagaz»-Festival statt. Ins Leben gerufen hat es Stephan Wagner, Spa Director des Grand Resort Bad Ragaz. Es bietet Interessierten die Möglichkeit, an vielfältigen Aktionen und Angeboten teilzunehmen. Das Programm reicht von Yoga- und Meditations-Lektionen über Kräuterwanderungen bis zu Workshops mit Fokus Gesundheit und Gastautritten von Ernährungsberatern oder spirituellen Songwritern.

veranstaltung
Fermentationsworkshop mit Pionier Sandor Ellix Katz

Der weltweit bekannte Fermentationsexperte aus den USA und Autor des Buches «Die Kunst des Fermentierens», Sandor Ellix Katz, kommt für einen Workshop in die Schweiz. Er wird am 2. Juni zu Gast sein bei «Pure Taste», der Fermentationsmanufaktur in Basel. Mit dabei ist auch der hiesige Fermentationsexperte Patrick Marxer von «Das Pure» sowie Matteo Leoni, Gründer von «Pure Taste». Die Veranstaltung gibt Einblick in das praktische Wissen erfahrener Experten und ist für Fachleute gedacht.

hotelgesellschaft
Dolder Hotel AG ist mit dem Geschäftsjahr 2018 zufrieden

Die Dolder Hotel AG mit dem «Dolder Grand», dem «Dolder Waldhaus» und den Dolder Sports konnte die positive Geschäftsentwicklung vom 2017 im 2018 fortsetzen. Die Gesellschaft schliesst das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von 69'763 Franken (Vorjahr: 53'488) ab. Das EBITDA lag bei 6,85 Millionen Franken (Vorjahr: 6,42 Millionen). Auch der Umsatz stieg. Beim «The Dolder Grand» konnte der Zimmerpreis gehalten sowie die Zimmerbelegung um rund 2,5 Prozent erhöht werden (Auslastung: 61,6%).

museum
Gastronemuseum wartet mit Neuerungen auf

Nach einer erfolgreichen ersten Saison am neuen Standort auf Schloss Hünegg in Hilterfingen BE wartet das Schweizerische Gastronemuseum nach der Winterpause mit Erneuerungen auf: Nicht nur wurde die Ausstellung mit neuen Exponaten ergänzt. Für internationale Gäste stehen die Informationen nun auch in englischer und französischer Sprache zur Verfügung. Zudem wird es neu von Stephan Marolf (Dozent HFS Thun) sowie Urs Wandeler (Leiter Gastronomie Spital Wallis) geleitet.

fee/gsg

Die Expertin weiss Rat

Aufteilen von Lohn und Dividende



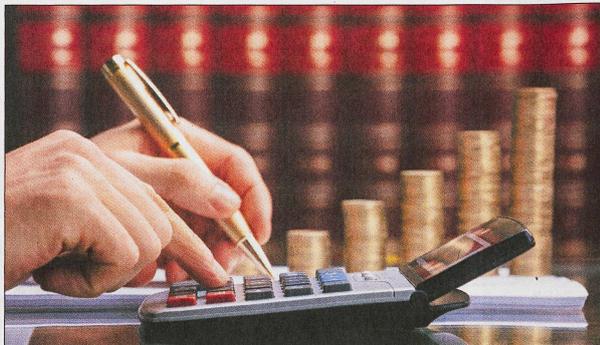
Ursula Heggli Baldin ist Juristin bei der Hotela in Montreux. Sie beantwortet an dieser Stelle regelmässig Ihre Fragen.

Frage: Wir führen unseren Hotelbetrieb in der Rechtsform einer GmbH. Meine Ehefrau ist Geschäftsführerin und ich bin Gesellschafter der GmbH. Anlässlich der letzten Kontrolle beanstandete der Revisor der AHV-Ausgleichskasse meinen Lohn als Direktor. Dieser sei im Verhältnis zur Dividende zu niedrig. Aus diesem Grund erfasste der Revisor einen Lohn von CHF 30'000.00 pro Jahr nach. Wie verhält es sich diesbezüglich?

Antwort: Sozialversicherungsbeiträge werden nur vom Erwerbseinkommen erhoben. Bei Dividenden wird angenommen, dass der Grund für deren Auszahlung nicht das Arbeitsverhältnis, sondern die Beteiligung an der Gesellschaft ist. Deshalb gehören Dividenden nicht zum für die AHV massgebenden Lohn. Die AHV-Ausgleichskasse akzeptiert grundsätzlich die von Ihnen gewählte und von den Steuerbehörden akzeptierte Aufteilung zwischen Lohn und Dividende. Dies ist hingegen nicht der Fall, wenn ein offensichtliches Missverhältnis zwischen Arbeitsleistung und Lohn einerseits und zwischen eingesetztem Vermögen und Dividende andererseits besteht. Um zu beurteilen, ob ein Missverhältnis besteht, werden nach der Rechtsprechung das deklarierte AHV-Einkommen und ein branchenübliches Gehalt, sowie die Dividendenzahlung und der Unternehmensteuerwert zueinander in Beziehung gesetzt.

Überhöhte Dividendenzahlungen werden vermutet, wenn diese 10% oder mehr des steuerlichen Unternehmenswertes betragen.

Die an Sie ausgerichteten Dividendenzahlungen müssen diese Grenze überschritten haben, weshalb der Revisor zusätzlich ge-



Mehrere Kriterien entscheiden darüber, welchen Lohn man sich auszahlt. 123RF/Andrey Popov

prüft hat, ob der von Ihnen bezogene Lohn branchenüblich ist. Das Bundesgericht hat in seinem neuesten Urteil (9C_4/2018 vom 24. Januar 2019) zu diesem Thema die für die Prüfung massgebenden Kriterien beschrieben. Einerseits handelt es sich um die Verhältnisse innerhalb des betreffenden Betriebes. Welche Löhne haben rang- und funktionsmässig ähnlich gestellte Mitarbeiter und ihre Stellvertreter? Dabei werden die Grösse, der Umsatz sowie die Kapital- und Gewinnverhältnisse im Unternehmen mitberücksichtigt. Weiter ist auf die Stellung der betroffenen Person innerhalb des Unternehmens zu achten. Wie erfüllt diese ihre Aufgaben? Dies hängt wiederum von der Ausbildung, den

Spezialkenntnissen, Begabungen, Erfahrungen und Beziehungen ab. Ergänzend zu den innerbetrieblichen sind schliesslich die Verhältnisse in vergleichbaren Unternehmen in der Gesamtbeurteilung einzubeziehen. Als Anhaltspunkt dient auch der vom Bundesamt für Statistik zur Verfügung gestellte Lohnrechner «Salarium». Die Abklärungen des Revisors müssen ergeben haben, dass der an Sie ausbezahlte Lohn zu tief war. Aus diesem Grund wurde der Betrag von CHF 30'000.00 aufgerechnet. Dabei dürfte es sich um die Differenz zu einem branchenüblichen Gehalt handeln.

www.lohnrechner.bfs.admin.ch

Frage: Meine GmbH musste Konkurs anmelden. Ich habe der AHV-Ausgleichskasse die Lohnschlussabrechnung trotz erfolgter Mahnung noch nicht einreichen können. Was hat dies für mich für Folgen?

Antwort: Wenn die Lohnschlussabrechnung trotz erfolgter Mahnung nicht eintrifft, ist die AHV-Ausgleichskasse verpflichtet, eine Veranlagungsverfügung zu erlassen, in welcher sie die der Beitragspflicht unterliegenden Löhne schätzt. Die Beiträge können Ihnen anschliessend in Rechnung gestellt werden. Auch wenn Sie diesen Betrag bezahlen, erlaubt es dieses Vorgehen jedoch nicht, den Arbeitnehmenden ein Einkommen auf ihrem individuellen Konto gutzuschreiben. Dies, weil der AHV-Ausgleichskasse die Namen der Arbeitnehmenden und das korrekte Einkommen nicht bekannt sind. Dies kann bei den betroffenen Arbeitnehmenden Beitragslücken zur Folge haben, was zu einer tieferen Rente führen kann. Aus diesem Grund ist es wichtig, auch nach Aufgabe der Geschäftstätigkeit eine Lohnschlussabrechnung zu verfassen und einzureichen. Wenn die Abrechnung nach erfolgter Mahnung immer noch nicht eintrifft, auferlegt die AHV-Ausgleichskasse zudem eine Ordnungsbusse.

Hotela

Die Hotela ist die Verbandsausgleichskasse von Hotellerieuisse. Sie betreibt sämtliche fünf Sozialversicherungen für die Mitglieder ihrer vier Gründerverbände. Hotela übernimmt zudem auf Wunsch die Lohnbuchhaltung für ihre Kunden dank der Lösung Hotela Full.

hotela.ch

ANZEIGE

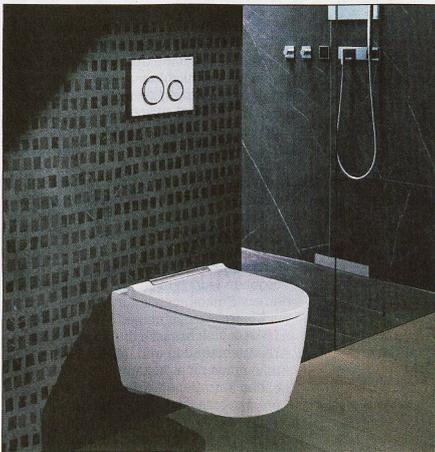
FREUDE AUS DER FRUCHT!

Aktion

-20 Rp. auf 1L und 3+1 auf das
20 cl Glasflaschen-Sortiment
vom 13.05. bis 31.05.2019

Deutlich reduzierter Reinigungsaufwand

Geberit definiert neuen WC-Standard



Geberit ONE WC: überzeugt mit Design und Funktionen.

Mit dem neuen Geberit ONE WC setzt Geberit einen neuen Standard für das Bad. Das Ergebnis überzeugt sowohl bezüglich des Designs als auch funktionell.

Geberit hat sich mit dem Geberit ONE WC dem echten Kundenbedürfnis nach reduziertem Reinigungsaufwand des WCs angenommen: Sitz und Deckel des Geberit ONE WCs können mit einem einzigen Handgriff abgenommen und wieder angebracht werden. Dadurch wird die Reinigung der Keramikoberfläche, auch dank der komplett geschlossenen Aussehenform, deutlich erleichtert. Die patentierte TurboFlush-Spültechnik sorgt für

eine flüsterleise und ausgesprochen gründliche Ausspülung der sprühdichten WC Keramik. Mit KeraTect® wendet Geberit, wie bei den meisten seiner WCs, eine Spezialglasur für Sanitärkeramiken an, welche für optimale Hygiene und Pflegeleichtigkeit steht. Die Oberfläche ist damit nahezu porenfrei. Auf dieser extrem glatten Oberfläche findet Schmutz wie Kalk, Mineralien usw. kaum Halt. Verborgene Schmutzansammlungen gehören definitiv der Vergangenheit an. Der Zeitaufwand bei der Pflege wie auch der Verbrauch an Reinigungsmitteln werden reduziert.

www.geberit.ch/one

Hero lanciert neue Dipsaucen in der Squeeze Flasche

Der nächste Sommer kommt bestimmt und mit ihm die Grillsaison. Das kulinarische Vergnügen wäre allerdings nicht komplett, würde die Grillade nicht mit kreativen Beilagen und köstlichen Dipsaucen abgerundet. Rechtzeitig zur Grillsaison hat Hero ihr ungekühltes Dipsaucen-Sortiment ausgebaut und lanciert fünf köstliche Dips in der praktischen 490g Squeeze Flasche: Barbecue-Hot, Cocktail, Curry, Knoblauch und Tartar. Dank ihres attraktiven Designs lassen sich die Flaschen auf dem Tisch erst

noch gut präsentieren. Ergänzt wird das ungekühlte Dipsaucen-Sortiment mit zwei Neuheiten aus dem Kühlregal: einer würzigen «Hus-Sauce» und einer scharfen Cocktail-Sauce. Übrigens, auf der Website gibt es nicht nur spannende Informationen zu Produkten und Neuheiten aus dem Hause Hero, sondern unter der Rubrik «Bonne idée» monatlich wechselnde Inspirationen und kreative Rezeptvorschläge zu saisonalen Themen.

www.gastro.hero.ch



Mobil, rekordschnell und formschön: die neuen Swiss Indu Flex von Hugentobler.

Hauptsache FLEXibel

Sie sind mobil, rekordschnell und höchst effizient: Die neuen Flex-Serien der Induktions-Tischgeräte und -Griddles von Hugentobler sind Arbeitstiere mit Köpfchen. Outdoor wie Indoor.

Mit Swiss Indu Flex rekordschnell kochen. Ob für Partyservice, Caterings, Satellitenküchen, Terrassenbetriebe oder im Frontcooking, die formschönen Tischgeräte sind einfach zu transportieren, vielseitig einsetzbar, rekordschnell aufgeheizt und darum energiesparend. Der Koch wohnt, wie er arbeitet: entweder mit Leistungsstufen oder mit gradgenauen Temperaturen. Die moderne RTCsmp®-Technologie misst kon-

tinuierlich die Temperatur im Pfannenboden und stellt ein konstantes Leistungs- und Temperaturverhalten sicher. Auch erkennt sie die Pfannenqualität und optimiert automatisch die Parameter. Die Swiss Indu Flex sind als Einer-, Zweierkochfeld oder als Wok erhältlich.

Mit Indu-Griddle Flex gradgenau und energiesparend braten. Auch der Swiss Indu-Griddle Flex ist mit der RTCsmp®-Technologie ausgestattet. Diese ermöglicht die digitale Regelung der Grilltemperatur von 50–230°C, gradgenau und in Echtzeit! Die verzögerungsfreie Regelung der Brattemperatur begeistert jeden Küchenprofi. Der Griddle ist be-

sonders energieeffizient, besticht durch eine extrem kurze Aufheizzeit (in 3,5 Minuten von 20 auf 200°C) und eine absolut gleichmässige Wärmeverteilung. Swiss Indu-Griddle gibt's in zwei Modellvarianten: klein oder gross mit zwei individuell einstellbaren Bratzonen.

Einfach clever und sicher. Alle Geräte der Flex-Serie verfügen über «Tip and Turn»: Dank dem Druck- und Drehknopf lassen sich Funktion und Einstellung mit nur einem Knopf regeln. Der neu integrierte Timer schaltet das Gerät auf die Sekunde genau aus.

www.hugentobler.ch

Die Portion Liebe aus der Zentralschweiz



Neu erhältlich: Unsere feinen Kernser Rustico Pasta.

Pasta Röthlin AG produziert für Sie seit 1936 mit viel Herzblut und Liebe zum Detail einzigartige Pasta-Spezialitäten von höchster Qualität. Wir setzen auf Schweizer Qualität und Regionalität. Unsere Pasta-Produkte enthalten 100% hochwertige und auserlesene Rohstoffe, wie besten Hartweizen oder Zentralschweizer Urdinkel, frische Schweizer Freilandäcker und Kernserwasser vom Arvirat. Die traditionellste Pasta-Linie aus Kerns sind die Urschweizer Spezialitäten. Seit Jahrzehnten sind die Kernser «Original Äpler-Magronä» in den Küchen nicht mehr wegzudenken. Bei Feinschmeckern äusserst beliebt sind aber auch unsere verschiedenen farbigen Nächstchen. Mit herrlich intensiven Aromen wie Safran und Zitronen zaubert man schnell vielfältige Gerichte für höchsten Genuss. Neu im Sortiment ist nun die Kernser Rustico Pasta erhältlich. Diese erhält dank traditionellen Bronzeformen eine raue Oberfläche für ein intensiveres Mundgefühl und die perfekte Saucenhaftung. Die neuen Rustico Produkte, sowie auch unsere farbigen Nächstchen finden Sie auf unserer Homepage im Online-Shop.

www.kernser-pasta.ch

Neuer Prodega-Abholmarkt in Kriens

Am 7. Mai 2019 öffnete der neue Prodega-Abholmarkt für rund 3000 Gastronomie-Betriebe im Einzugsgebiet seine Türen. Diese profitieren künftig von noch mehr regionaler Präsenz. Das integrierte Transgourmet-Regionallager wird in den kommenden Monaten in Betrieb genommen.

Das Krienser Nidfeld ist ein Gewerbegebiet, das sich in den nächsten Jahrzehnten zu einem urbanen Wohn- und Arbeitsgebiet entwickeln wird. Der Standort liegt verkehrstechnisch günstig an der Autobahnausfahrt Luzern-Kriens und löst den alten Standort des Prodega-Marktes im Kuonimatt-Quartier ab. Beim Neubau handelt es sich um ein sogenanntes 2000-Watt-Areal. Um sich als sol-



Coolway mit mehr als 5000 Frischprodukten.

ches zu zertifizieren, wurde ein definierter Kriterienkatalog erfüllt. Kriens ist bereits das achte Regionallager, bei dem die Kunden von der regionalen Logistik von Transgourmet profitieren. Von hier aus werden in den nächsten Monaten auch sämtliche Belieferungskunden der gesamten Zentralschweiz beliefert.

Rund 2000 Gäste folgten der Einladung zum grossen Eröffnungsfest vom 6. Mai. Der Markt wie auch das Regionallager konnten frei besichtigt werden. Peter Wyss, Geschäftsführer Transgourmet/Prodega Kriens war stolz darauf, dass der Markt nach rund 19-monatiger Bauzeit endlich eröffnet wurde.

www.transgourmet.ch

Impressum

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn
Stv. Chefredaktorin: Laetitia Grandjean/lg

Redaktorinnen und Redaktoren:
Natalie-Pascalie Alesch/hpa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Grandjean/lg; Alexandre Caldera/aca (Verantwortlicher cahier français); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/og;

Gudrun Schlenzcek/bsg (Verantwortliche hotel gastro welt/en); Daniel Stampfli/dst (Verantwortlicher thema); Patrick Timmann/pt

Grafik:
Carla Barron/cbs (Verantwortliche); Natalie Siegenthaler/ns; Chantal Niklaus/cn (Praktikum)

Meinung/Leserbriefe: Gery Nievergelt
Sekretariat: Danijela Bosnjak (Verantwortliche); Anja Peverelli (Mutterschaftsurlaub); Ramona Schürch
Korrektorat: Paul Le Grand

Milestone Tourismuspreis
Geschäftsführung: Anja Peverelli

Verlag
Leitung: Bernd Maulaz

Verkaufsdienst und Rubrikanzeigen:
Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser
Anzeigenverkauf: Michael Müller (Leitung), Fiona Russo, Raul Wyss, Yves Golaz (Westschweiz)
hoteljob.ch: Fiona Russo
Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen

Auflage: 10 794 (WEMF/SW-Beglaubigung 2018)
Leser: 65 000 (Studie DemoScope 2013)
Verkaufspreise (inkl. MwSt):
Jahresabonnement Fr. 172.–
ISSN: 1424-0440

Kontakte
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch,
Milestone: Tel. 031 370 42 16

Newsportal
htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

STELLENINSERATE



Im Zuge der erfolgreichen Unternehmensentwicklung, zur Verstärkung unseres kleinen Teams, suchen wir per 1. August 2019 oder nach Vereinbarung

ASSISTENT/ASSISTENTIN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG
für mein Immobilienbüro in Interlaken

Wir wünschen uns:

- Kenntnisse und Interesse an der Immobilienbranche
- Kenntnisse Hotellerie Schweiz
- Sehr gute Englischkenntnisse (auch aus dem englischen Sprachraum möglich)
- Deutsch und Französisch in Wort und Schrift
- Computerarbeiten, E-Mail-Verkehr, Internet- Auftritt, Marketing
- Kundenfreundlich, positiv, selbstständige, initiative Persönlichkeit mit der Bereitschaft zu teilweise flexiblem Arbeitseinsatz

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Françoise Zumkehr
zumkehr hotelforsale ag
Bernastrasse 25
3800 Interlaken
Telefon: 079 310 39 39 / 033 822 63 84
E-Mail: francoise.zumkehr@hotelforsale.ch
www.hotelforsale.ch

Wir suchen

Chef de Partie Rest. Olivo
Jobcode hoteljob.ch: job8760586

Grand Casino Luzern AG
Haldenstr. 6, 6002 Luzern, +41 41 418 56 56
michael.kaelin@grandcasinoluzern.ch

Residenz Bellvuepark in Thun sucht eine/n

Geschäftsführer/in
Jobcode hoteljob.ch: job9014252

Tertianum Management AG
Bewerbung ausschliesslich über online
www.tercianum.ch

Wir suchen

Servicefachmitarbeiter 100%
Jobcode hoteljob.ch: job8935600

Grand Casino Luzern AG
Haldenstr. 6, 6002 Luzern, +41 41 418 56 56
michael.kaelin@grandcasinoluzern.ch

Am Ufer des Bodensees, mittendrin in der City von Kreuzlingen/Konstanz mit über 100.000 Einwohnern liegt das Boutique-Hotel SIX mit 25 Gästezimmern (Booking.com-Bewertung 8,8), mit einer modernen CafeBar, einer sonnigen Terrasse sowie mit eigenen Parkplätzen und Garagen.

Das Hotel SIX ist ein im Markt sehr gut eingeführtes, modern strukturiertes Boutique-Hotel mit einer Auslastung weit über dem CH-Durchschnitt. Die optimale Struktur der Gäste (1/3 CH, 1/3 D, 1/3 international) wird durch dynamische Preisstrukturen akquiriert.

Es sind alle Elemente eines modernen Hotelbetriebes implementiert. Der gesamte Betrieb ist personaloptimiert. Ziel für die nächsten Jahre ist es, die Auslastung bei gleicher Qualität zu erhöhen und damit die Profitabilität weiter zu steigern.

Sie als Pächter/Mieter wollen nicht alte Zöpfe der Hotellerie umsetzen. Sie brauchen kein Korsett der Kettenhotellerie! Sie suchen die Challenge für Ihre nächsten 10 bis 20 Jahre und sind sich nicht zu schade, auch eigenhändig Hand anzulegen.



Für diese herausfordernde und spannende Aufgabe suchen wir
einen Pächter/ein Pächterpaar
mit folgendem Profil

- Energie, um die Verdienstmöglichkeiten über 150/200 TOCHF zu erreichen
- Erfahrung in einer ähnlichen Position und gute Kommunikationsfähigkeiten in Deutsch und Englisch
- Hohe Motivation, das moderne Hotelkonzept erfolgreich zu verfeinern
- Exzellente Gastgeberqualitäten
- Fundiertes kaufmännisches Wissen sowie Führungserfahrung
- Ein finanzieller Background von ca. 200 TOCHF

Sie haben die Möglichkeit, sich an einem wunderschönen und bekannten Ort eine sichere Zukunft aufzubauen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen per E-Mail an:
paechterhotel@bluewin.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Eine der Kernaufgaben von hotelleriesuisse ist die Klassifikation, welche auf den europäischen harmonisierten Kriterien der Hotelstars Union basiert. Die Audits werden nach Schweizer Standards ausgeführt. Dadurch und aufgrund der Kompetenz der Auditoren genießt das Schweizer Verfahren hohe Akzeptanz bei den Hotels und grosse Reputation im Ausland. Nebst der Einstufung in die Sternekategorien klassiert hotelleriesuisse auch verschiedene Spezialisierungskategorien wie z. B. Wellnesshotels.

Für den Bereich Klassifikation suchen wir eine engagierte und motivierte Persönlichkeit als

Lead-Auditor/In der Schweizer Hotelklassifikation

60% / Region Deutschschweiz West/Eintritt nach Vereinbarung

Weitere Informationen und alle Details zu der Anstellung finden Sie auf
https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf15/MA_Hauswirtschaft_60_2019.pdf

hotelleriesuisse – Kompetent. Dynamisch. Herzlich.
hotelleriesuisse
Daniel Beerli, Leiter Schweizer Hotelklassifikation
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Lass dich finden!

hoteljob.ch

STELLENINSERATE AUF HOTELJOB.CH

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Hotel Manager	SV Group	VD	job9100746
Stv. Geschäftsführer/-in	InSearch AG	BE	job9096046
hotel ambassador	citizenM	ZH	job9016306
Geschäftsführer/in	Terianum Management AG	BO	job9014252
Hoteldirektor/in	Edinger Tourismusberatung	AT	job8913576
Direktionsassistent/in	ibis und ibis budget Bern Expo	BE	job8889905
Stv. Geschäftsführung	Casa Novo - Restaurants & Vinoteca	BE	job8871675
Hoteldirektor/in	JUFA Hotels Personalmanagement	EU	job8867364
GeschäftsführerIn	PermServ AG	ZH	job8758608
Eidg. Dipl. Hotelier / Gastgeber	Balance Familie AG	Z-CH	job8183124
Geschäftsführer	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job7945049

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Seminar- & Eventkoordinator/in	Hotel Sempachersee	Z-CH	job9106127
Assistant Hotel Manager	SV Group	FR	job9100692
Cost Controlling/Einkauf	Storchen Zürich	ZH	job9073153
Event Manager	Hotel Seedamm Plaza	ZH	job9070866
HR Bereichsverantwortlicher	PermServ AG	ZH	job9045941
Direktionsassistent/in	Adecco Human Resources AG	O-CH	job9018908
Regionalverkaufsleiter Graubünden	PMS Schönenberger AG	GR	job8940299
Sales & Marketing Manager	oprandi & partner	GR	job8916377
Consultant Hotellerie/Gastronomie	PermServ AG	ZH	job8758809
Praktikant Projekte 50-100 %	SV Group	ZH	job8758062
Direktionsassistent/in	Tschuggen Grand Hotel	GR	job8754293
Accounts Manager / Buchhalter	Suvretta House	GR	job6540500

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Leitung Massage & Kosmetik	Deltapark Vitalresort	BO	job9050631
Dipl. Physiotherapeut 50-60%	Deltapark Vitalresort	BO	job8182993
Masseur/in	HRMaker GmbH	Z-CH	job7979746
Spa Therapist (On Call)	Alex Lake Zurich	D-CH	job7888623
KosmetikerIn	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job6132281

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Teamleiter/-in Rezeption 80%	Hirslanden AG	BE	job9100755
Chef de Réception	Adecco Human Resources AG	O-CH	job9100629
Receptionist/in	Derby Swiss Quality Hotel Grindelwald	BO	job8836110
Guest Service Agent	Bürgenstock Hotels AG	LU	job8833042
Receptionist/in	Hotel-Restaurant Alpenblick	BO	job8812919
Réceptionist/in	Sorell Hotels	GR	job8758983
Front Office Manager	Fred Tschanz Hotels	ZH	job8757937
Guest Relation Agent	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job8579020
Teamleader Front Office	Adecco Human Resources AG	ZH	job8494837
Porter - Front Office	Alex Lake Zurich	D-CH	job8267599
Front Office Agent	Schweizerhof Bern	BE	job8265976
Receptionist/in	Sunstar Hotel Wengen	BO	job8154834
Koch/Köchin EFZ	Kraftf Basel	BS	job8109516
Receptionisten	Adecco Human Resources AG	ZH	job8108675
ReceptionistIn	Fred Tschanz Hotels	ZH	job8003949
Night Auditor	Alex Lake Zurich	D-CH	job7821837
Rezeptionist	Adecco Human Resources AG	BE	job7734042
Rezeptionist/-in	Hotel Kirchbühl AG	BO	job3973561
Réceptionspraktikant/-in	Storchen Zürich	ZH	job3119511

Bäcker-Konditoren

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Bäcker/ Konditor	Hotel Lenzerhorn Spa & Wellness	GR	job8387874

Küche

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Jungkoch/Koch	Konzert Theater Bern	BE	job9103545
Sous Chef	Hofgarten Luzern AG	D-CH	job9102694
Commis de Cuisine	Hotel Belvoir	ZH	job9101756
Sous Chef	TOPOFF Restaurant und Kulturzentrum	BO	job9097313
Sous-Chef	Hotel Hofgarten	LU	job9097059
Bistroverantwortlicher	SV Group	O-CH	job9076100
Chef de Partie/Sous Chef	Adecco Human Resources AG	O-CH	job9075929
Chef de Partie Saucier	Schweizerhof Bern	BE	job9071960
Allrounder / Küchenhilfe	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job9050723
Sous Chef / Chef de Partie	Marco Polo Restaurant & Bar	SO/AG	job9050456
Chef de Partie	Chalet Hotel Schönegg	O-VS	job8912968
Hilfskoch / Hilfspizzaiole 80%	Ospena AG	D-CH	job8912463
Sushi Koch	Hotel Seedamm Plaza	D-CH	job8891096
Jungköchin/koch	Casino Bern	BE	job8890389
Koch / Küchenchef	Hotel Bahnhof	O-VS	job8813560

Legende:
 D-CH = Deutschschweiz
 Z-CH = Zentralschweiz
 O-CH = Ostschweiz
 BO = Berner Oberland
 O-VS = Oberwallis
 U-VS = Unterwallis
 CH = ganze Schweiz
 INT = International

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Chef de Partie	Hotel-Restaurant Alpenblick	BO	job8813243
KüchenchefIn	PermServ AG	ZH	job8753630
Produktionskoch	Schöpfer Gastronomie AG	BO	job8733491
Koch Aushilfe	SV Group	Z-CH	job8730548
Sous Chef	Swiss Holiday Park AG	D-CH	job8726941
Pizzaiole/Koch	Hotel Lenzerhorn Spa & Wellness	GR	job8726762
Commis de cuisine	Brasserie Romana	D-CH	job8726631
Koch/Köchin 80-100%	Hirslanden Bern	BE	job8703937
Sous Chef / Chef de Partie	Antipasteria la Barca GmbH	LU	job8669724
Chef de Partie	Restaurant Schiff GmbH	LU	job8669677
Chef de Partie	Swiss-Chalet Merlischachen	Z-CH	job8580433
Chef de partie	Hotel Sempachersee	D-CH	job8433477
Chef de Partie	Alex Lake Zurich	D-CH	job8357683
Koch/ Köchin EFZ	Gotthard Raststätte A2 Uri AG	Z-CH	job8294871
Koch	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	job8271211
Commis de cuisine	Oberwaid - Das Hotel. Die Klinik.	O-CH	job8270003
Tournant	Belvédère	BE	job8181770
Chef de Partie	Derby Swiss Quality Hotel Grindelwald	BO	job8150844
Commis de cuisine	Parkhotel Margna	GR	job8133787
Koch/Chef de Partie Tournant	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job8130630
Küchenpraktikant	Kraftf Basel	BS	job8110361
Demi Chef de Partie	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	job7599913
Chef de Partie Saucier/Entremetier	Hotel Bären Suhre AG	D-CH	job7573267
Chef de Partie	Kraftf Basel	BS	job7515925
Sous Chef	Adecco Human Resources AG	SO/AG	job5201238
Koch/Köchin EFZ	Nomad	BS	job4234780
Koch	Landgasthof Schönbühl	BE	job2815881

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Teamleiter/-in	gastro-sear.ch	BS	job9103260
Service-Persönlichkeit	Domino Gastro AG	D-CH	job9101260
Servicemitarbeiter Aushilfe	SV Group	SH	job9100647
Gastgeberpersönlichkeit	Adecco Human Resources AG	O-CH	job9100543
Management Trainee Operations	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	job9099901
Restaurantleiter (m)	Domino Gastro AG	D-CH	job9014350
Barmitarbeiter	Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa	GR	job8941936
Supervisor	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	job8940645
Aushilfen Event	Casino Bern	BE	job8890626
Servicemitarbeiter	Schöpfer Gastronomie AG	Z-CH	job8486920
Stv. Chef de Service	Adecco Human Resources AG	BS	job8386779
Restaurantmanager/in	Schweizerhof Bern	BE	job8361957
Servicemitarbeiter	Deltapark Vitalresort	BO	job8182973
Servicemitarbeiter	Sunstar Hotel Wengen	BO	job8156434
Restaurationsfachfrau/-mann EFZ	Nomad	BS	job8080980
Servicemitarbeiter	Antipasteria la Barca GmbH	LU	job7971052
Commis de Rang	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	job7599864
Aushilfen Service	Seerose Resort & Spa	SO/AG	job7593367
Restaurationsfachfrau/mann	Hotel Bären Suhre AG	D-CH	job7573306
Restaurationsfachmann/frau	Hotel Hermitage	LU	job6882047
Chef de Service	Hotel Spinne	BO	job6828639
Restaurationsfachpersonen	Oberwaid - Das Hotel. Die Klinik.	O-CH	job6650022
Service-Aushilfe	Hotel Schützen	BS	job6251247
Restaurationsfachfrau/-mann	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job5967462
Servicemitarbeiter	Kappeler Gastro AG	BO	job5750789
Chef de Rang	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job5455633
Servicemitarbeiter	Kraftf Basel	BS	job4660972
Servicemitarbeiter	Kappeler Gastro AG	BO	job4370822
Restaurant Supervisor	Swissotel Le Plaza	BS	job3845145

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Gouvernante (w)	Hotel Restaurant Schiff	ZH	job8946426
Praktikant/-in Hotellerie	Klinik Hirslanden	ZH	job8889276
Aushilfe / Etagenmitarbeiterin	Hotel Seeburg	LU	job8886278
Stv. Hauswirtschaftsleiterin	Cascada Hotel	LU	job8867762
Mitarbeiter Housekeeping und Portier	Hotel Monopol Luzern	LU	job8838587
HauswirtschaftsleiterIn	PermServ AG	LU	job8758233
Housekeeping Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job7927814
Aushilfe Hauswirtschaft / Reinigung	Seerose Resort & Spa	SO/AG	job7593905
Generalgouvernante	Suvretta House	GR	job6747770
Portier mit handwerklicher Begabung	Hotel Monopol Luzern	Z-CH	job4108788

Diverses

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
IT Supporter	SV Group	ZH	job9050344
Hauswart	Casino Bern	BE	job9018828
Seminartechniker	Hotel Seepark AG	BE	job9014029
Engineer	SV Group	ZH	job8836202
Haustechniker/Gipfelwart	Titlis Bergbahnen, Hotels & Gastronomie	Z-CH	job8835810
IT Coordinator	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job8788647
Fachfrau/-mann Betreuung Kind 80-100%	Hirslanden AG	BE	job8730579
Haustechniker	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & SPA	GR	job8109661



DIE STELLENPLATTFORM FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS.
 FINDEN SIE IHREN TRAUMJOB MIT HOTELJOB.CH!

Einfach unter hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen. Viel Erfolg bei der Suche!

IMMOBILIEN

HESSER
 Unternehmensberatung
 für Hotellerie & Restauration

Wir arbeiten auf Erfolgsbasis

- Wir verkaufen – vermieten – suchen für Sie diskret Hotels u. Restaurants
- Wir erarbeiten Konzepte zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit Ihres Betriebes
- Wir optimieren das Marketing für ein besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis

Senden Sie uns eine Mail, wir informieren Sie gerne persönlich und unverbindlich über die Details

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
 055 410 15 57 - hesser@bluewin.ch
www.hesser-consulting.ch

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

Für nur 150 Franken ist Ihre Immobilie einen Monat online abrufbar.

KANTON LUZERN

Die Dienststelle Militär, Zivilschutz und Justizvollzug ist eine Leistungserbringerin für die öffentliche Sicherheit und die Justiz. Sie ist insbesondere zuständig für das kantonale Militärwesen, den kantonalen Zivilschutz und den Justizvollzug.

Für die unten genannten Standorte suchen wir infolge Pensionierung des bisherigen Pächters per 1. Januar 2020 eine/n

Pächterin/Pächter für den Restaurationsbetrieb im Armee-Ausbildungszentrum Luzern (AAL) und die Kantine der Generalstabsschule in Kriens (Gst S)

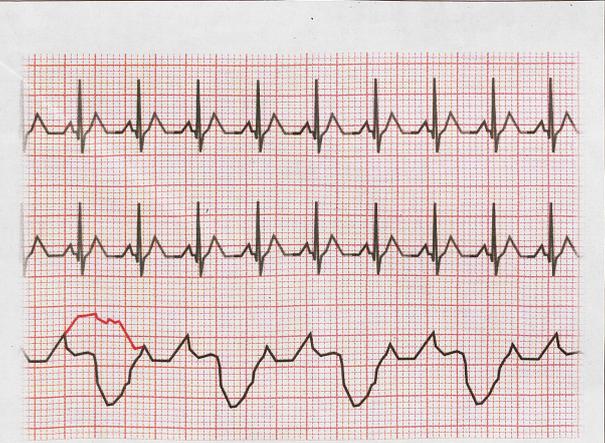
Das AAL ist das Zentrum für die höhere Kaderausbildung der Armee (HKA). Neben den hier stattfindenden militärischen Lehrgängen ist das AAL auch eine Veranstaltungs- und Tagungsstätte für zivile Kunden und Arbeitsort für ca. 150 Mitarbeitende von Bund und Kanton.

Die/der zukünftige Pächterin/Pächter stellt die Verpflegung der militärischen Kundschaft an beiden Standorten sicher und betreibt das öffentliche Restaurant/Murmatt im AAL. In den bestens ausgestatteten Infrastrukturen des AAL finden sich weitere Potenziale für die Durchführung eigener Anlässe und Bankette sowie für Cateringaktivitäten. Die gute Auslastung, eine solide Stammkundschaft und zeitgemässe Pachtbedingungen bilden den Rahmen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Als versierte/r Gastronomin/Gastronom oder Gastrounternehmung und somit Profi in der Gemeinschaftsverpflegung trägt Ihr unternehmerisches Know-how, Ihre Innovationsbereitschaft sowie Ihr Gespür für die Bedürfnisse unserer mehrheitlich militärischen Kundschaft massgeblich zur Erfolgsgeschichte der beiden Ausbildungszentren bei.

Die detaillierten Ausschreibungsunterlagen sind auf www.simap.ch (Ausschreibung vom 4. Mai 2019) verfügbar.

Dienststelle Militär, Zivilschutz und Justizvollzug mzj.lu.ch



Für Gesundheit in Afrika. SOLIDAR MED

SolidarMed ist die Schweizer Organisation für Gesundheit in Afrika und verbessert die Gesundheitsversorgung von 1,5 Millionen Menschen.

www.solidarmed.ch

A louer à Champéry-Valais Restaurant-Steakhouse

L'Hôtel Beau-Séjour cherche un locataire-gérant pour son Restaurant-Steakhouse ouvert au public. Infos complètes : www.beausejour.ch/vieuxchalet.pdf

Zu verkaufen:

Catering Firma Im Raum Bern. (Aktiengesellschaft)

Das über 30 Jahre erfolgreiche Unternehmen ist auch im Bereich Gemeinschaftsverpflegung tätig.

Grosser Kundenstamm. Sehr gute Auftragslage im 2019.

Betrieb mit grosser, gut ausgestatteter Produktionsküche.

Interessenten melden sich bitte unter Chiffre 1925, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern oder per Mail an: inserate@htr.ch

AUFFORDERUNG ZUR INTERESSENBEKUNDUNG

für die Miete der **VILLA HELENEUM**
 Parz. 462 via Cortivo 24
 Lugano Castagnola

Die Stadt Lugano lädt potentielle Mieter ein, ihr Interesse für die Teilnahme an einer öffentlichen Ausschreibung bekannt zu geben unter Angabe einer möglichen Bestimmung des historischen Gebäudes sowie eines Vorschlags für die Jahresmiete.

Die Bekundung birgt für eine allfällige spätere öffentliche Ausschreibung weder Pflichten noch Rechte.

Link zu den Unterlagen: www.lugano.ch/VH_call

www.lugano.ch

Die attraktive Immobilienbörse der htr hotel revue htr.ch/immobilien



Swiss School
of Tourism and Hospitality

EHL Hotelfachschule Passugg

LAST MINUTE
OFFER

Stipendium garantiert!

Bis zu CHF 4000.-
für den Studienstart
im August 2019.

Ihr Hotelmanagement-Studium
Dipl. Hôtelière-Restauratrice/Hôtelier-Restaurateur HF
Deutsch oder Englisch

Lernen Sie uns kennen. Wir laden Sie
in unser Pop-up-Restaurant oder zu
einer Schulführung in Passugg ein.

Melden Sie sich noch
heute an!
www.ssth.ch

 mehr people-news unter htr.ch/people-events

«Jammerlappen und Problem-denker bringen keinen Fortschritt»

Alexandre Spatz ist zum neuen Präsidenten des Regionalverbands Hotellerie Ostschweiz gewählt worden. Er übernimmt die Nachfolge von Urs Majer, der acht Jahre im Amt war.

Welchen Tipp geben Sie jungen, aufstrebenden Hoteliers?

Mir hat es geholfen, eine klare Vision zu haben, was ich erreichen möchte. Zudem sollte man «Bock» auf das haben, was man macht und sich mit Herz, Hand und Verstand dafür einsetzen.

Was zeichnet einen guten Hotelier aus?

Ein guter Hotelier ist ein «Troubleshooter» und sieht, wo es ihn braucht, ohne dass er gerufen werden muss. Er wird von den Mitarbeitenden für seine Fähigkeiten im Housekeeping, in der Küche und im Service bewundert.

Was wünschen Sie sich für den Schweizer Tourismus?

Kreativität und Innovation sind für mich zentral für den Schweizer Tourismus. Wir sollten aber trotzdem unserer Linie treu bleiben und Werte wie Qualitätsbewusstsein und Zuverlässigkeit hochhalten.

Was mögen Sie an Ihrer Branche nicht?

«Jammerlappen» und «Problemdenker» bringen keinen Fortschritt. In unserer Branche sind Lösungen gefragt.

Was ist das Faszinierende an Ihrem Beruf?
Kein Tag ist gleich wie der andere.



Kaffeepause mit **Alexandre Spatz**

Der gebürtige Bieler Alexandre Spatz führt seit 2010 zusammen mit seiner Frau Caroline das 4-Sterne-Superior-Wellnesshotel Golf Panorama in Lipperswil (TG). Der 39-jährige gelernte Koch absolvierte 2003 die Belvoirpark Hotelfachschule HF Zürich und lancierte seine Hotellerie-Karriere im Ferien-Art Resort & Spa in Saas-Fee.

Die unglaubliche Vielfalt an Menschen, Aufgaben und Erfolgserlebnissen, die der Alltag als Hotelier mit sich bringt, faszinieren mich.

Wie sieht für Sie ein attraktiver Arbeitsplatz aus?

Ein Indiz für einen attraktiven Arbeitsplatz ist, wenn Mitarbeitende wie auch Vorgesetzte Freude haben, dorthin zu gehen. Wenn Mitarbeitende spüren, dass sie geschätzt, gefordert und gefördert werden, dann ist es für alle eine Erfolgsgeschichte.

Wie begeistern Sie Mitarbeitende für und in Ihrem Betrieb?

Indem ich vorlebe und die Mitarbeitenden miteinbeziehe, konnten wir unsere Ziele immer wieder erreichen, was sehr motivierend für alle ist.

Wie sorgen Sie für eine Work-Life-Balance?

Bei meinen wöchentlichen Besuchen auf der Flughafenterrasse und beim Fitness-Training komme ich zur Ruhe.

Für was würden Sie sich entscheiden und warum: Punk-Musik in einem 5-Sterne-Hotel oder Walzer in einer Jugendherberge?

Da kann ich mich nur schwer für etwas entscheiden, denn ich finde beides cool.

Welches Hotel inspiriert Sie?

Das Waldhaus in Sils hat eine über hundertjährige Tradition und spricht jede Generation an. Das finde ich faszinierend und inspirierend zugleich.

Mit welcher berühmten Person würden Sie gerne Nachtessen?

Mit dem Schweizer Bundespräsidenten Ueli Maurer würde ich mich gerne mal unterhalten.

Welche besondere Fähigkeit würden Sie gerne beherrschen?

Ich bewundere Leute, die sich einfach ans Klavier setzen und loslegen.

Welches Lied können Sie im Dauerloop hören?

«La isla bonita» von Madonna, bei dem verschiedene musikalische Einflüsse zusammenschmelzen.

Welchen Jugendstreich vergessen Sie nie?

Ein klassischer Schulsilvester-Streich ist mir noch präsent: Rasierschaum im Briefkasten der Nachbarn.

Was wollten Sie als Kind einmal werden?

Ich wollte immer schon Hotelier werden. npa



Unser Blickfang

ausgewählt vom Grafikteam der htr hotel revue

Foto: Erik Olsson

Magnus Nilssons nord-schwedische Kargheit

Erstmals seit Jahren sei er aufgewacht und wollte nicht arbeiten gehen. Das verkündete Magnus Nilsson via Instagram und kündigte damit das Ende an: Er schliesst per Ende 2019 sein Restaurant Fäviken, ein winziges Lokal im kargen, nord-schwedischen Jämtland, in dem der Küchenchef mit seiner radikal-regionalen Küche weltweit für Aufsehen sorgte. Auch optisch: Seine Jakobsmuscheln auf Wacholderglut sind bestes Foodsetting mit stimmiger Farbigkeit.

Sesselrücken

Neuer Direktor im Hotel Eden Roc Ascona

Der gebürtige Luzerner **Simon Spiller** (Bild) folgt auf Interims-Direktor **Leo Maissen** und wird ab August 2019 die Geschicke der



ZVG

beiden Tessiner Hotels Eden Roc und Albergo Carcani in Ascona leiten, welche beide zur Tschuggen Hotel Group gehören. Nach verschiedenen Stationen in Asien, Afrika und Amerika hatte Spiller 2015 die Leitung des Brenner's Park-Hotel & Spa in Baden-Baden (D) übernommen, wo er noch bis Ende Mai 2019 tätig sein wird.

Ticino Turismo ernennt neuen Direktor



Ti-Press/Francesca Agosta

Der Verwaltungsrat der Tessiner Tourismusagentur AG hat **Angelo Trotta** (Bild) zum neuen Direktor von Ticino Turismo ernannt. Der 1965 geborene Tessiner aus Locarno verfügt über 25 Jahre internationale Erfahrung im Marketing und Vertrieb von Luxus- und Konsumgütern sowie im Bereich Finanzdienstleistungen. Er übernimmt die Direktion am 1. Juli und tritt damit die Nachfolge von **Elia Frapolli** an, der die Tourismusorganisation sieben Jahre leitete.

Neuer Präsident für Thunersee-Hoteliere

An der Mitgliederversammlung des Hotelierevereins Thunersee wurde ein neuer Präsident gewählt. **Sebastian Moser** (Bild),



ZVG

Direktor im Hotel Beatus in Merligen, ersetzt **Roman Zahler**, ehemaliger Direktor des Hotels Krone in Thun. Letzterer hat sich beruflich neu orientiert und leitet operativ keinen Hotelbetrieb mehr. Er wird aber im Vorstand verbleiben und ist für das Ressort «Qualitätssicherung und Mitgliederentwicklung» zuständig.

EHL ernennt einen neuen COO und stv. CEO



Jean-Marie Michel

Die EHL Group hat per 1. Mai **Maxime Medina** zum neuen Chief Operating Officer (COO) und stellvertretenden CEO ernannt. Medina soll in seiner neuen Rolle dafür sorgen, dass die operativen Belange funktionieren, ebenso zeichnet er für die Stärkung des Lehrbetriebs sowie der internen Hospitality Services verantwortlich. Er ist für die Umsetzung der Strategie zuständig und überwacht die Campus-Entwicklung der Ecole hôtelière de Lausanne.

Rigi Bahnen AG trennt sich von ihrem CEO

Die Rigi Bahnen AG und CEO **Stefan Otz** (Bild) haben ihre Zusammenarbeit beendet. Die Trennung erfolgte im gegenseitigen



ZVG

Einvernehmen, wie das Unternehmen mitteilte. Unterschiedliche Vorstellungen bezüglich Unternehmensführung und Unternehmensentwicklung hätten zum Entscheid geführt. Bis ein geeigneter Nachfolger evaluiert ist, wird **Marcel Waldis** als CEO ad interim die operativen Geschäfte der Rigi Bahnen AG führen.

Wechsel im Verwaltungsrat von BE! Tourismus



Yanik Gasser

Als neuer Verwaltungsratspräsident von BE! Tourismus wurde das langjährige Verwaltungsratsmitglied **Patrik Scherrer** (Bild) bestimmt. Bis Ende 2017 war Scherrer Mitglied der Verbandsleitung von hotellerieuisse. **Andrea Wucher**, CEO der Weiss+Appetit Holding AG, wurde als neue Kantonsvertreterin im Verwaltungsrat bestimmt. Sie ersetzt den zurücktretenden Verwaltungsratspräsidenten **Andreas Rickenbacher**. og/npa



Aufmerksame Zuhörer am 6. World Tourism Forum Lucerne (WTFL): Unter den Teilnehmenden fand man im Publikum unter anderem auch **Guglielmo L. Brentel**, Präsident Zürich Tourismus und Gastgeber 3.0 AG, **Christoph Juen**, Geschäftsführer Juen Consulting GmbH, und **Philippe Pasche**, Direktor Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH (oben v. l.) sowie **Reto Gurtner**, Präsident und Vorsitzender Weisse Arena Gruppe.

Stelldichein der globalen Tourismusprominenz



Daniel Gschwind, CEO Queensland Tourism Industry Council, mit **Elizabeth Sara Dominguez Rodriguez**, Young Talent, und **Gabrielle Walters**, beide University of Queensland (v.l.).

6. World Tourism Forum Lucerne (WTFL)

Wann und wo 2. und 3. Mai 2019 im KKL Luzern

Gäste 550 Teilnehmende aus 80 Ländern

Schwerpunkthemen Innovations-, Talent- und Diversitätsmanagement im Zeitalter der Disruption

Highlights Die internationale Topbesetzung der Referierenden und Panel-Teilnehmenden, die Start-ups mit jungen Talenten, die Gastgeber-Destination Ras Al Khaimah, das Young Talents Programme und die detaillierte Präsentation des Projekts «Tourism by Tomorrow». Einen starken Auftritt legte auch Isabel Wijsen aus Bali hin. Sie und ihre Schwester erreichten in ihrer Heimat ein Plastikbeutel-Verbot.



Ulrich Eckhardt, Smart Hospitality Solutions (SHS), **Kaye Chon**, SHTM, The Hong Kong Polytechnic University, **Reto Wittwer**, Gründer SHS, Vorsitzender WTFL, **Werner Knechtli**, Savoy Hotel Baur en Ville (v.l.).

npa/pt



Martin Barth, Präsident und CEO World Tourism Forum Lucerne, Bundesrat **Guy Parmelin**, WBF-Vorsteher und Tourismusminister (v.l.).



Christa Augsburger, SHL Schweizerische Hotelfachschule Luzern, mit **Satish Jayaram**, Institute of Hotel Management Aurangabad (IHM-A).



Die «Greta Thunberg» von Bali: **Isabel Wijsen**, 16 Jahre jung und Mitgründerin von Bye Bye Plastic Bags. Bilder WTFL/Boris Baldinger und Sandra Blaser

Welcome Hotels Schweiz eröffnen «Allegra Lodge»



Feiern das neue Hotel am Flughafen Zürich (v.l.): **M. Wohlgemuth**, CEO Welcome Hotels Schweiz, **A. Grauf** und **J. Pereira**, beide SWISS Int. Airlines, **I. Gsponer**, Direktorin Allegra Lodge und Hotel Allegra in Kloten. zvg

Eröffnungsfeier für das «Holiday Inn Express» in Kriens



An der offiziellen Eröffnung (v.l.): **C. Wiget**, Stadtpräsident Kriens, **D. Ducrey**, CEO der Besitzerin Mobimo Management AG, **P. Hächler**, Direktor Holiday Inn Express, **R. Zindel**, VR der Betreiberin Säntis Home AG. zvg