

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2018)
Heft: 13

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: 21.06.2025

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

SERVICE

STELLENANGEBOTE,
IMMOBILIEN, AUS- UND
WEITERBILDUNG
21-26



Innovation

Gespräch mit Win-
naretta Zina Singer,
neue Head of Inno-
vation Pole an der
EHL, über ihre
Vision eines Inno-
vationsdorfes.
Seite 7 und 13

Meldepflicht

Ab dem 1. Juli
gilt die Stellen-
meldepflicht. Was
Arbeitgeber im
Gastgewerbe dabei
beachten müssen.
Seite 21



Bilanz

Exklusivinterview
mit Beat R. Sigg,
VR-Delegierter der
Victoria-Jungfrau
Collection, über die
Höhepunkte seiner
Karriere und die
Gründe für den
Rücktritt.
Seite 2

Airbnb zwischen Wachstum, Regulierung und Verboten

Ein Gigant im Visier

Der Ruf nach Regeln für Airbnb wird lauter. Ein Überblick über die Situation in der Schweiz.

Airbnb hat auch im letzten Jahr in der Schweiz kräftig zugelegt: Laut neusten Zahlen vom Walliser Tourismus Observatorium wurden Anfang 2018 auf der Home-Sharing-Plattform mehr als 32000 Objekte mit insgesamt gut 92000 Betten gelistet. Das sind über 8000 Objekte und fast 30000 Betten mehr als ein Jahr zuvor. Das ungebremste Wachstum des Giganten ruft mittlerweile weltweit Kri-

tiker auf den Plan, befeuert doch die private - und zunehmend kommerzielle - Kurzzeitvermietung von Unterkünften die Wohnungsknappheit und treibt die Mietpreise in die Höhe. Auch der Hotellerie ist die Konkurrenz aus der Sharing-Economy ein Dorn im Auge. Sie fürchtet unfairen Wettbewerb aufgrund ungleicher Vorschriften in den verschiedenen Branchen.

Benachteiligt sind Hotels etwa bei der Kurtaxe. Während sie die Abgabe jedem Gast gesetzestreu in Rechnung stellen, vergessen private Gastgeber diese Pflicht gerne. Immer mehr Kantone folgen deshalb den Beispielen von Zug und Baselland und suchen mit Airbnb ein Abkommen zur Einziehung der Kurtaxe. Die htr bietet den aktuellen Überblick. pt
Infografik auf Seite 4 und 5

Editorial

Entschleunigung in der Pendler-Hochburg



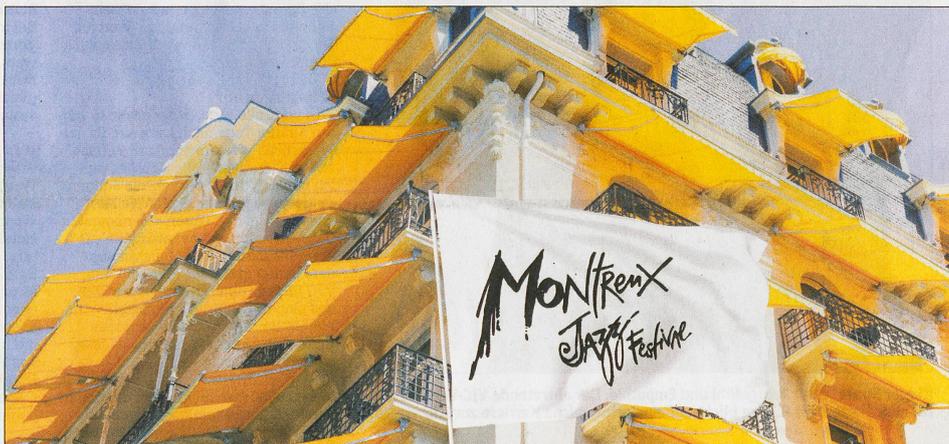
GERY NIEVERGELT

Inspiration Spektakulär, was sich derzeit in der Halle des Zürcher Hauptbahnhofs tut. Immer ausladender wächst dort der «GaiaMotherTree» in die Höhe, eine monumentale und gleichwohl luftige gehäkelte Installation des weltberühmten brasilianischen Künstlers Ernesto Neto. Das 2,7 Millionen teure Public-Art-Projekt der «Fondation Beyeler» wird während eines Monats bestehen.

Was diese Kunst im öffentlichen Raum aus touristischer Sicht interessant macht, ist nicht nur deren Anziehungskraft. Sie ist gleichzeitig ein Gegenentwurf zur Hektik des Alltags, die Einladung zu einer sinnlichen Erfahrung für all jene, die mit dem Handy vor Augen durchs Leben surfen. Wie es Ernesto Neto schafft, inmitten der Pendlerhochburg Hauptbahnhof einen Ort der Intimität und Meditation zu schaffen, ist grossartig. Und beispielhaft. Denn das Bedürfnis des von Informations- und Reizüberflutung gejagten Homo Digitalis nach einer sinnlichen Erfahrung, nach Entschleunigung und Oasen der Ruhe wächst rasant. «Offline» oder «Slow Tourism» sind Trends, die nicht so bald verpuffen - im Gegenteil. Das bietet Chancen für Hoteliers und DMOs. In den Ferienregionen tut sich diesbezüglich schon einiges. Ich meine, Touristen werden auch in den Zentren vermehrt nach derlei Nischen suchen. Wenn ich sehe, was der «GaiaMotherTree» bei Reisenden im HB Zürich auslöst, bin ich mir dessen sogar sicher.

Hôtellerie et festival

Un palace essentiel au Montreux Jazz



Alicscha Thomasschönberger/htr

Le Fairmont Montreux Palace, au centre d'un partenariat entre le groupe Accor et le Jazz. Le festival débute demain. Page 14.

Social Media

Mit Instagram mehr als nur Fotos teilen

Kurzfristig annullierte Plätze verticken, Special Events bewerben, neue Menüs ankünden: Immer mehr Gastronomen und Köche nutzen den Foto- und Video-Dienst Instagram gezielt, um ihren Betrieb zu vermarkten - mit Erfolg. «Instagram ist bestes Storytelling», sagt Experte Dominik Inal. fee
Seite 15

Fachkräftemangel

50plus: Ungenutztes Potenzial

Hoteliers sehen in älteren Mitarbeitenden eine Chance, dem Fachkräftemangel zu begegnen. Eingestellt werden diese jedoch noch wenig: Mit einem Anteil von 13 Prozent aller Erwerbstätigen gehört das Gastgewerbe zu den Branchen, in denen Ältere am wenigsten vertreten sind. Unbegründet, wie jene finden, die über 50-Jährige gerne beschäftigen. Sie sind nicht häufiger krank, die im Gastgewerbe

wichtige gute körperliche Konstitution ist auch bei Jungen ein Thema und bei der beruflichen Vorsorge kosten sie dank L-GAV auch nicht mehr.

Damit das Potenzial genutzt wird, braucht es ein Umdenken bei der Karriereplanung - sowohl bei Arbeitgebern als auch bei Arbeitnehmern. Zum Beispiel sollte man sich von der Vorstellung trennen, dass man am Ende der Karriere immer am

meisten verdient, so Marina Ricklin, HR Consultant bei der SV Group. Ein Karriereknick im Alter kann sogar gewünscht sein - im Sinne der Work-Life-Balance. Dafür müsse man aber als Arbeitgeber die Möglichkeit bieten, stufenweise das Arbeitspensum reduzieren zu können, unterstreicht Yvonne Seitz, Head Diversity & Employer Attractiveness bei AXA. gsg
Seite 17

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.news

Inhalt

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

ANZEIGE

HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Home, Spielzeug und Auszubildungsgestellen
www.horego.ch

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen
Optimierung ihrer Einkaufskosten
Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen?
Darin sind Sie bei uns richtig!
Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter!

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Utendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

german brand award winner

BAUR
WOHNFAZINATION SEIT 1882
BAUR WOHNFAZINATION GMBH
T +49 (0) 7755 93 93-0
WWW.BAUR-BWFE

BADAG GmbH
Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

Illycafé in Kapseln

Jilly

www.illycafe.ch

Jet-Cut
Inox - Dispenser+

Jetzt neu bei Ihrem CC- und Belieferungspartner

Die Kunst der richtigen Entscheidung

Mit Beat R. Sigg zieht sich ein Top-Hotelier vom Tagesgeschäft zurück. Im Exklusivgespräch nennt er die Gründe, blickt zurück und verrät, wen er beneidet – und wen nicht.

GERY NIEVERGELT



Kluger Strategie mit Taktgefühl und Empathie: Der abtretende VJC-Verwaltungsratsdelegierte Beat R. Sigg blickt auf eine erfolgreiche Karriere zurück. Olivier Maire

Beat Sigg, Sie treten in den Ruhestand. Wie tönt das in Ihren Ohren. Das tönt natürlich noch ungewohnt – und ist auch nur teilweise richtig. Ich trete vom operativen Geschäft zurück.

Warum? Das tägliche Fremdbestimmtsein durch Termine und Probleme aller Art beansprucht auf Dauer doch sehr. Nun ist für mich der Moment da, mich zu verändern.

Sind das Signale, die Sie spüren, oder ist es auch ein Umfeld, das Ihnen zum Rücktritt rät? Gottseidank nicht. Aber das ist der Punkt: Einen solchen Entscheid sollte man rechtzeitig selber fällen. Ich habe es in meinem beruflichen Umfeld immer wieder erlebt, dass Leute diesen Moment verpasst haben.

Sie waren nun sieben Jahre VR-Delegierter der Victoria-Jungfrau Collection. Davor sieben Jahre Dolder Grand, sieben Jahre Widder – die Zahl zieht sich durch Ihre ganze Laufbahn. Das ist richtig. Ich habe offenbar so etwas wie einen beruflichen Siebenjahreszyklus. Es ist eine Zeitspanne, in der ich mich voll einbringe, und danach ist eine Veränderung angesagt.

Erleben Sie auch Momente einer gewissen Befürchtung, sich zu früh zurückzuziehen? Ich weiss, dass ich einiges vermissen werde, etwa die engagierten Mitarbeiter. Das lässt sich nicht vermeiden. Als ich als Hotelier ins Management wechselte, vermisste ich zuerst einmal den regen Gästekontakt. Die Gäste vermisse ich übrigens auch heute noch.

Sie könnten irgendwo ein kleineres Boutique-Hotel übernehmen. Es ist ja nicht so, dass ich mir eine Beschäftigung suchen müsste. Ich verbleibe im Verwaltungsrat der VJC, habe ein spannendes Mandat beim Zürcher Zoo. Dort stehen zwar die Tiere im Fokus, aber das Erlebnis des Besuchers ist auch von der Verpflichtung geprägt. Zudem bin ich unter anderem involviert beim Kongresshaus Zürich oder in einer Stiftung für Kinder- und Jugendheime.

Für Sie stimmt der Zeitpunkt. Aber stimmt er auch für die VJC? Da gibt es derzeit ein paar Baustellen. Genau das ist die Falle, in die ich nicht tappen will. Denn diesen einen Moment, wo alles erfolgreich abgeschlossen ist, gibt es nicht. Ja, wir bauen derzeit im Eden au Lac um. Aber wenn diese Arbeiten abgeschlossen sind, gilt es, weitere Herausforderungen zu bewältigen.

Wie würden Sie den aktuellen Zustand der VJC beschreiben? Mit einer gewissen Befriedigung kann ich sagen, dass die Hotelgruppe in einem

guten bis sehr guten Zustand ist. Wir sind heute finanziell gesund. Das war nicht immer so, wir mussten immer wieder kämpfen.

Zudem stand die VJC als börsenkotiertes Unternehmen regelmässig im Schaufenster... ... und dies als einzige Gruppe in unserer Branche. Hätten andere ihre Bilanzen offenlegen müssen, hätte es unsere Ergebnisse relativiert. Aber das spornte uns auch an. Und für mich als damaliger VR-Präsident wurde klar, dass wir einen Anker brauchen, einen Grossaktionär. Nun haben wir mit Aevis Victoria SA einen Besitzer, der in der Schweiz stark verwurzelt ist, was mich ziemlich stolz macht. Wir sind gut unterwegs, investieren etwa auch ins Victoria-Jungfrau in Interlaken, wo soeben wieder 50 Zimmer erneuert wurden. Es ist sicher nicht der Moment, wo man sagen könnte, ich würde ein sinkendes Schiff verlassen.

Eine weitere Baustelle haben Sie vor kurzem noch behoben oder besser verlassen, indem sich die VJC vom Engagement im Palace Luzern zurückzog und die Zusammenarbeit mit dem neuen Besitzer Yunfeng Gao beendete. Warum?

Es stiessen extrem unterschiedliche Kulturen aufeinander. Der chinesische Besitzer tat sich erst mit der Luzerner Firma Eberli zusammen, vollzog dann jedoch einen klaren Schritt. So gerieten wir, die wir die Umbauprojekte im Palace sehr eng mit der Firma Eberli begleiteten, in eine unerwartete Situation.

Chinesische Geschäftsleute sind sehr harte Verhandlungspartner, wie man hört. Ja. Unser Vorteil war, dass wir mit Michel Reybier ebenfalls einen



Wollte ursprünglich Diplomat werden: Gastgeber Beat R. Sigg, 1993 in Zypern, mit der damaligen pakistanischen Premierministerin Benazir Bhutto. zvg

erfahrenen Geschäftsmann in unseren Reihen haben.

Aber schlussendlich galt: Übungsabbruch. Es war schlicht zu vieles unklar, etwa der Zeitpunkt des Umbaus, die Anzahl und Grösse der Zimmer und die Verantwortlichkeiten. Deshalb sind wir zum Schluss gekommen, die Zusammenarbeit zu beenden – taten dies jedoch im guten Einvernehmen.

Wie lebt es sich eigentlich unter dem Aevis-Dach? Bei einem früheren Gespräch äusserten Sie sich begeistert über die Aufbruchstimmung und den Schwung, den der Partner aus der Romandie mit einbrachte. Das ist noch immer so. Ich bin glücklich, dass der Drive von Aevis Victoria andauert – auf allen Ebenen.

Worin zeigt sich das? Nehmen wir als Beispiel die Management Days, wo sich das Kader aus allen Betrieben und Bereichen trifft. Beim ersten Mal war es etwas chaotisch. Das war es auch noch in diesem Jahr, beim bereits vierten derartigen Anlass, aber mittlerweile freuen sich alle darauf, weil es gerade deshalb unheimlich befruchtend und wertvoll ist. Und nun führten wir erstmals auch Junior Days durch.

Was ging da ab? Wir luden alle Mitarbeiter unter 25 Jahren für drei Tage nach Laax ein. Es gab Workshops etwa im digitalen Bereich, zudem Skirennen, tolle Abende, und ich gewann den Eindruck, die Jungen gingen so euphorisch nach Hause wie ich nach den ersten «Management Days». Die Junior Days wurden übrigens in rund drei Monaten aus dem Boden gestampft. Wir von der VJC hätten früher gesagt: Gute Idee, das planen wir für den nächsten Winter. Bei Aevis Victoria dagegen sagte man: Jetzt hat es Schnee. Jetzt machen wir das.

Dass das Zusammengehen zum Erfolg wurde, ist massgeblich Ihr persönliches Verdienst. Was das im Rückblick ihr grösster Challenge in Ihrer Karriere?

Es war eindeutig das Schwierigste. Auch an anderen Orten, wie im Dolder oder im Widder, war es nicht immer einfach. Aber die Situation vor der VJC-Übernahme war aussergewöhnlich komplex und belastend, wusste ich doch nicht mit Bestimmtheit, ob wir für das Unternehmen und die dort beschäftigten Menschen das Richtige taten.

Die Fusion wurde auch für die Medien zum Thema, vor allem als die Manz-Gruppe mitzubieten begann.

«Was mich heute noch stresst sind Gäste, die am Hotelmitarbeiter ihre Befindlichkeiten auslassen.»

Fühlten Sie sich manchmal ungerecht behandelt?

Nein. Aber es setzte mich zusätzlich unter Druck, vor allem, weil ich mich aus börsentechnischen Gründen nicht öffentlich äussern konnte.

Was war der emotionalste Moment in Ihrer Karriere?

Als Hotelier war es im Jahr 1993, als ich in Zypern die Commonwealth-Konferenz in dem von mir geführten Hotel durchführen konnte. Ein Staatsempfang ist das eine, Urs Bühler im Bellevue Bern erlebt es immer wieder. Aber 48 Staatsoberhäupter gleichzeitig unter einem Dach, das war schon etwas Besonders – und bedeutete eine ganz spezielle Verantwortung.

Waren es komplizierte Gäste? Die Gäste selbst nicht, aber ihre Sekretäre und Securitys. Jeder hielt sich selbst für den Wichtigsten, und der Sultan von Brunei sorgte auf seine Art dafür, dass er der Allerwichtigste war, indem im Vorfeld sein Sekretär mit dicken Couverts durch sämtliche Abteilungen ging.

Und bei Ihnen kam er mit dem dicksten Couvert vorbei? Bei mir erschien er am Schluss der Veranstaltung mit einem Scheck. Es war unglaublich – eine halbe Million Dollar als Dank. Wir haben das Geld gleichmässig unter den Mitarbeitern verteilt.

Was wird Ihnen als Tiefpunkt in Erinnerung bleiben? Was mich heute noch stresst ist, wenn sich Gäste nicht benehmen können. Wenn Gäste heute noch meinen, Hotelmitarbeiter seien der «Blitzableiter», an denen man seine persönlichen Befindlichkeiten auslassen könne. Und es wird nicht besser, sondern nimmt eher zu, weil heute mit den teilweise anonymen Bewertungsportalen noch mehr Möglichkeiten für das Ausleben von Ressentiments bestehen. Und wir Hoteliers fördern das noch durch unser manchmal zu devotes Verhalten gegenüber Gästen.

Tut sich die Branche deshalb so schwer mit dem Nachwuchs? Nicht nur. Es ist auch das Bild, die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Die Wertigkeit des Berufs. Der dumme Spruch «Wer nichts wird, wird Wirt» existiert tatsächlich immer noch. Mein Bruder ist Arzt. Er sagt immer: «Zu mir kommen die Leute mit Fragen.» Bei uns ist jeder gern, geht gerne in die Ferien und meint deshalb, er wisse alles besser. Dabei hat er oft wenig oder keine Ahnung, wie viel Arbeit dahintersteckt.

Also eröffnet man sein eigenes Restaurant – und ist im Nu bankrott. Ja. Mir sträuben sich die Nackenhaare beim Spruch, den ich in der Finanzwelt immer wieder höre: «Also wenn ich nicht Banker geworden wäre, wäre ich auch Gastronom.» Es besagt eigentlich: Ist noch cool, sein Hobby zum Beruf zu machen. Das sind die falschen Bilder.

Was sagen Sie einem Teenager, wenn er fragt, warum er einen Beruf im Gastgewerbe ergreifen soll? Der Beruf als solcher ist unglaublich bereichernd. Wenn man die Verantwortung hat, gerne auf Menschen zuzugehen, Menschen zu mögen, sich gerne mit fremden Kulturen auseinanderzusetzen, gerne für Jahre ins Ausland zu gehen, dann ist das ein Superberuf.

Sie sagen jedenfalls nicht: «Wäre ich nicht Hotelier geworden, würde ich ganz gerne eine Bankfiliale leiten.» Nie. Ich habe viel mit Bankern zu tun – und beneide sie nicht.

Wen beneiden Sie? (lacht) Den Zoodirektor.

Am Epizentrum der Gesellschaft – und dennoch im Abseits

Das Berufsbild des Tourismusmanagers ist in seiner Vielseitigkeit und seinem Anspruch fundamental unterschätzt.

Gastkommentar von Martin Bachofner

Zielsicher, kundenorientiert, polyvalent, mehrsprachig – das sind nur einige der Attribute, die heute vom modernen Manager und der erfolgreichen Managerin gefordert werden. Und immer wichtiger: die Fähigkeit Kooperationen zu formen, durch Competition-Modelle Mehrwert zu entwickeln und in einem Multi-Stakeholder-Umfeld die langfristigen Unternehmensziele konsequent durchzusetzen. Hört man solche Anforderungen, so müsste der Arbeitsmarkt doch geradezu auf uns Tourismusmanager und -managerinnen zustürmen, uns umarmen und innigst begehren. Emotionsfreier ausgedrückt: Wir müssten branchenübergreifend gefragte Kaderleute sein. Denn diese Anforderungen sind unsere Aufgaben

des Alltags. Wer im Tourismus führt, weiss, dass man nirgends näher am Epizentrum zwischen Politik, Gesellschaft, Medien und Markt im Einsatz steht.

Sie wissen's, die Realität sieht anders aus. Quereinsteiger kann man in den Tourismus, aber nur ganz selten vom Tourismus. Oder kommen Ihnen spontan viele Beispiele von Tourismusmanagern in den Sinn, die erfolgreich in Topfunktionen anderer Branchen wechselten? Suchen die Google's, UB'S oder Nespresso's nach neuen Marketing- & Sales-Cracks, so sind wir Tourismusmanager und -managerinnen nicht gefragt. Spricht man führende Executive Searchers darauf an, so wird's ruhig. Erklärungsnotstand und Unwissen treten ein. Die einen haften unserem

Berufsstand das lapidare Image der Gästepero-Manager an – die anderen wissen schlicht zu wenig über unsere Arbeits- und Führungsinhalte. Auf den Punkt gebracht: Wir sind nicht oder falsch auf dem Radar. Das Berufsbild des Tourismusmanagers ist in seiner Vielseitigkeit und seinem Anspruch fundamental unterschätzt. Wollen wir unsere Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt hochhalten, so müssen Massnahmen her. Aber noch viel wichtiger! Wollen wir die Zukunftsfähigkeit unseres Berufsstandes sichern und attraktiv sein für die besten Talente, so ist eine Wahrnehmungsverschiebung in Richtung Realität dringend angezeigt. Nur ein Berufsbild mit intakten Wechselchancen und Wechselattraktivität hat langfristig Chance im härter werdenden Kampf um die knapper werdenden Talente. Niemand will in eine Sackgasse wechseln, und lockt sie noch so attraktiv mit sinnstiftenden Inhalten und Arbeitsplätzen, wo andere Ferien machen.

Aber was tun! Ganz pragmatisch gilt es mal, quereinsteiger und branchenfremd aussteigen zu fördern. So entstehen Referenzen und Multiplikatoren. Ich plädiere aber auch für eine engagierte proaktive Kommunikation unserer hellsten Destinationsköpfe. Referate an nationalen Branchen- und Fachtagungen, Vorlesungen an Universitäten oder Mitwirken in nationalen Gremien sind gefragt – und dies vor allem ausserhalb der vertrauten Tourismuswände. Verlasst die Komfortzone und bringt euch auf Augenhöhe in andere Branchen ein!

Und, ich weiss es ja, über Verbände zu sprechen, ist weder erste Priorität, noch super sexy und schon gar nicht sehr populär. Auch fällt die Vereinsmitgliedschaft bei drohenden Sparübungen immer zuerst dem Rotstift zum Opfer. Die anderen werden's dann schon richten, ist die vorherrschende Meinung der sich aus der kollektiven Verantwortung Verabschiedenden. Genau hier möchte ich einen Standpunkt und lauten Ausruf zum systemkritischen Upgrade unseres Berufsbildes setzen: Wir müssen mit einer maximalen Mitgliederzahl gemeinsam an der Wahrnehmung unseres Berufsbildes schaffen, uns für höchste Messlatten in der Ausbildung einsetzen und unsere Stimme als der Verband des Tourismusmanager-Berufsstandes vermehrt, lauter und gekonnter erheben. Genau dafür setzt sich der Verband Schweizer Tourismusmanager, der VSTM, ein. Das sind unsere Kernaufgaben. Darum muss doch einfach jedes Kadermitglied und jedes Mitglied einer Geschäftsleitung einer touristischen Organisation oder Unternehmung Mitglied beim VSTM sein.



Martin Bachofner ist Präsident des Verbandes Schweizer Tourismusmanager VSTM

blickfang

Die «Bösen» kämpfen wieder

Sie stecken nicht etwa den Kopf in den Sand wegen einer Niederlage an der Fussball-WM. Es sind vielmehr die Verlierer eines Schwingerkampfes, die vom Sieger auf den Rücken gelegt werden. Das Bild stammt vom Bergkranzfest Schwarzsee am vergangenen Sonntag.

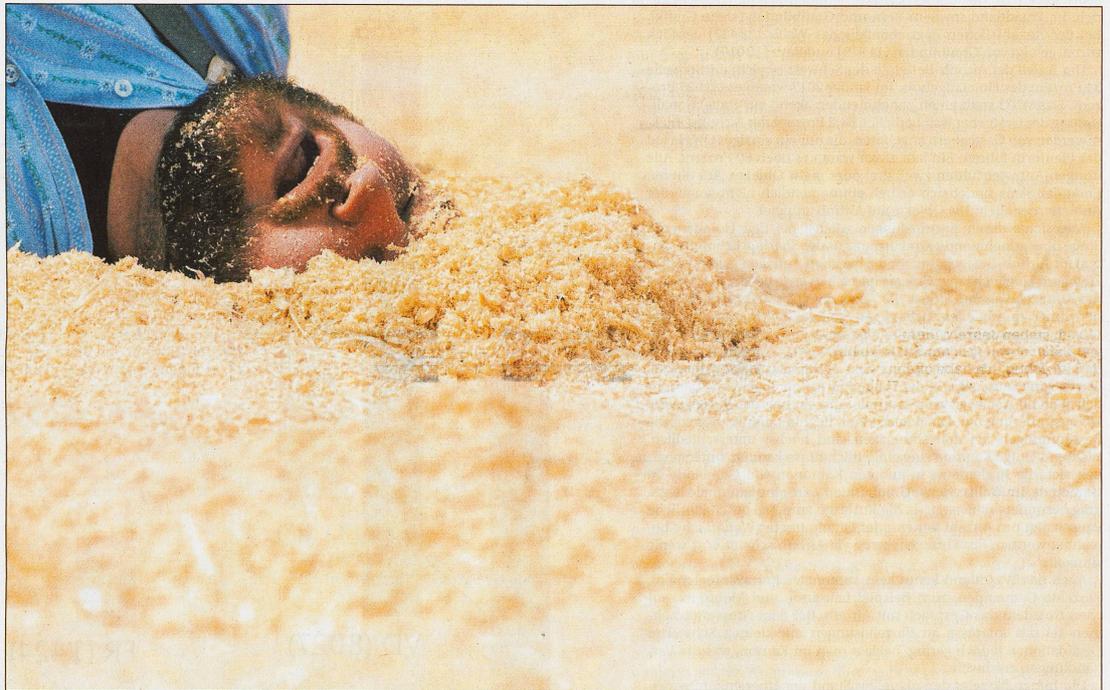


Foto Keystone/Peter Schneider

htr.ch

«Best of» htr im netz / sur la toile

Die Osteria Franciscana ist das beste Restaurant
Die Osteria Franciscana von Massimo Bottura ist das «Beste Restaurant der Welt 2018»

Topmeldung
BBVA Creating Opportunities
E. Moreno Esquibel/The World's 50 Best Restaurants

Meistgelesen
Part fifteen: Noch ein letzter strenger Bergsommer
Nach einem schneereichen Winter geht es nun in den Endspurt auf der Baustelle für die neue 3S Bahn auf dem Klein Matterhorn.

Neue F&B Managerin im Luzerner Seehotel Hermitage
People & Events
Beat R. Sigg gibt operative Führung bei der VJC ab
People & Events
Groupe B&B Hôtels plant weitere Expansion
Hotellerie
Das Hotel Bern startet in die Zukunft
Hotellerie

Actualités
Hôtel Beaulac: Le toit fait des vagues
Hotellerie
Le Taittinger recherche candidats
Gastronomie & Vin
Le patron de Michelin chez Jumeirah
Les gens
Un chef étoilé italien consultant au Capocaccia
Gastronomie & Vin

Wohltuend nüchtern

Wie erfolgreich ist Crowdfunding im Tourismus? Antworten gab es an der GV der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit.

Gery Nievergelt

Zahlreiche Mitglieder und Gäste erschienen am vergangenen Donnerstag im Zürcher Hotel Savoy Baur en Ville zu der von Präsident Thomas Bieger und Direktor Philippe Pasche angenehm tempo- reich dirigierten 50. Generalversammlung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit. Offensichtlich stiessen die für den Schluss der Veranstaltung angekündigten Referate zum Thema «Crowdfunding: Teil der Lösung für die Finanzierung von Tourismusprojekten oder nur Illusion?» auf Interesse. Kein Wunder: Neue Finanzierungsmodelle haben im digitalen Zeitalter rasch einmal Potenzial zum Hype.

Das gilt in diesem Fall nicht (mehr). Die beiden Referenten, Kerstin Wagner, Professorin an der HTW Chur, und Wolfgang Kleemann, Direktor der Österreichischen Hotel und Tourismusbank ÖHT, waren sich einig: Auf die anfängliche Euphorie ist Er-

nüchterung gefolgt. Zwar kann mit Crowdfunding rasch viel Geld beschafft werden. Doch bis eine Kampagne zur Lancierung bereit ist, braucht es eine professionelle Vorbereitung und fachliches Wissen. Und da herrscht in der Tourismusbranche relativ grosse Unklarheit, wie eine Umfrage der HTW Chur im letzten Jahr ergab.

«One-Stop-Shop»: die Vision 2020 der SGH, an der GV präsentiert

- Die SGH ist das partnerschaftliche Werk der Tourismus- und Beherbergungsakteure.
- Sie bildet die Kompetenz-, Beratungs- und Finanzierungsplattform entlang der Wertschöpfungs- und Dienstleistungskette der Beherbergung.
- Sie dient als «One-Stop-Shop» für die erweiterte Beherbergungsförderung.

Bremsend wirkt sich auch der befürchtete Image-Verlust bei einem Misserfolg einer Kampagne aus.

Man kann es auch positiv sehen: Crowdfunding ist ein gutes Instrument für die Marktforschung. Fällt ein Projekt schon bei grundsätzlich positiv gestimmten Spendern und Investoren durch, sollte man sich die Realisierung gut überlegen. Nützlich sein kann Crowdfunding zudem bei der Gästebindung und als Markenbotschafter.

Aber ja, im Kern geht es um die Finanzierung, und für die Crowd um Zinsen, auf die sie in der Regel nicht lange warten will. Interessant und klug ist der Ansatz der österreichischen Tourismusbank, die seit kurzem selbst Crowdfunding-Projekte unterstützt. Sie setzt als Finanzierungsstruktur eine Basisfinanzierung von 70 Prozent voraus, erstrangig durch die Hausbank, nachrangig durch die ÖHT. Dazu kommen notwendigerweise Eigenmittel. Die Crowd schliesslich soll noch 15 Prozent der Mittel beisteuern.

So war die Botschaft klar: Es geht auch beim Crowdfunding nicht ohne Know-how und verlässliche Partner. Die zündende Idee allein verursacht in der Regel bloss ein Strohfeuer.

Airbnb: Wachstum und Regulierung in der Schweiz

Mehr Betten, mehr Sorgen

Airbnb wächst und wächst – auch in der Schweiz. Da ein Grossteil der Gastgeber keine Kurtaxe abliefern, suchen immer mehr Kantone das direkte Gespräch mit der mächtigen Home-Sharing Plattform.

PATRICK TIMMANN

In wenigen Tagen veröffentlicht das Walliser Tourismus Observatorium (WTO) seinen neusten Bericht zur Home-Sharing Economy in der Schweiz. Der htr liegen bereits jetzt die aktuellsten Zahlen vor: Mit 32 761 Objekten und 92 315 Betten dominiert Airbnb auch 2018 klar den Schweizer Home-Sharing-Markt. Zum Vergleich: Bei den Konkurrenten Casamundo und Booking.com finden sich mit je rund 14 000 Objekten jeweils nicht einmal halb so viele Objekte. Das Angebot auf Airbnb nahm damit innerhalb nur eines Jahres, von Januar 2017 bis Januar 2018, schweizweit um mehr als 8000 Objekte zu. Die meisten Objekte befinden sich im Wallis, in Zürich, im Waadtland sowie in Bern und Graubünden (siehe Grafik). Bei der Anzahl Betten liegt ebenfalls das Wallis (28 427) deutlich vorne, gefolgt von Graubünden (11 919) und Bern (10 010).

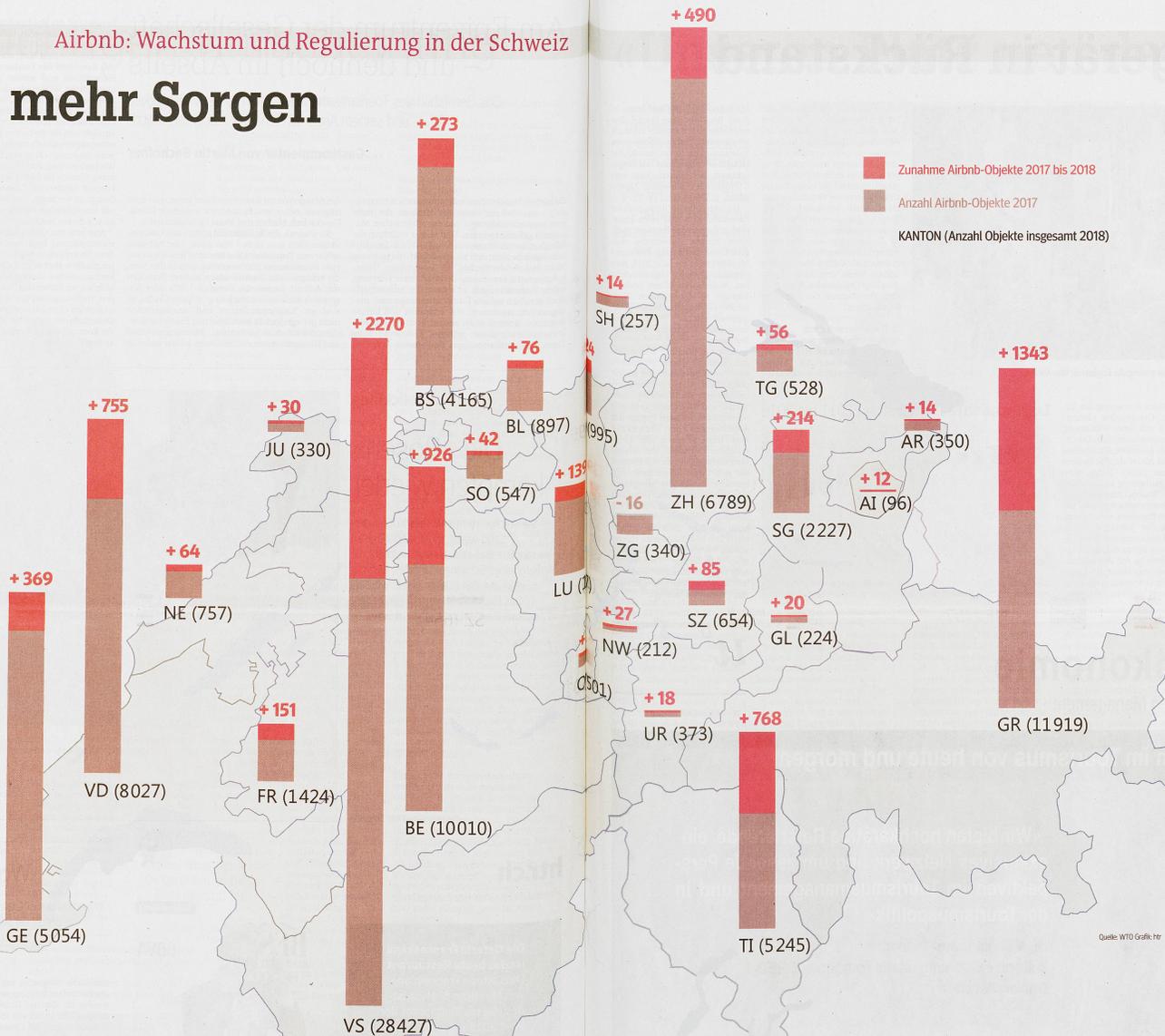
Der Anteil der Airbnb-Betten in der Schweiz erreicht mittlerweile 34 Prozent des Hotelangebots. Im Januar 2017 waren es erst 25 Prozent. Das WTO stellt einen zunehmenden Trend zur Professionalisierung der Gastgeber fest: Lediglich 54,2 Prozent der Airbnb-Objekte werden von Gastgebern angeboten, die nur ein einziges Objekt auf der Plattform führen. Ein Jahr zuvor waren es noch 60 Prozent. Alle übrigen Anbieter führen zwei, drei oder mehr Objekte. Am oberen Ende der Skala findet sich aktuell ein namentlich nicht genannter Anbieter, der allein 184 Objekte auf Airbnb anbietet.

Angesichts dieser Entwicklungen wächst bei den Hoteliers die Sorge über zunehmende Konkurrenz aus der Sharing-Economy. Zumal für Airbnb-Gastgeber nicht die gleichen Auflagen gelten wie für Hoteliers. Ungleich lange Spässe herrschen etwa bei der Einziehung der Kurtaxe. Während Hotels die Taxen dem Gast vorschrittsgemäss berechnen und bei der zuständigen Stelle abliefern, tun dies viele private Gastgeber nicht, was den Wettbewerb verzerrt. Eine Motion von Nationalratspräsident Dominique de Buman, die einen automatischen Einzug der Kurtaxe auf den Onlineplattformen forderte, wurde vom Nationalrat in der Frühjahrsession abgelehnt. Tatsächlich stellt eine schweizweite zentrale Abrechnung der Kurtaxe eine Herausforderung dar. Die Steuerhoheit liegt bei den Kantonen, die Bestimmungen bei den Gästen sind höchst unterschiedlich. Während einige Kantone eine einheitliche Taxe kennen, unterscheiden sich die Regelungen in anderen Kantonen von Gemeinde zu Gemeinde. Im Wallis oder in Graubünden wäre eine kantonale Regelung besonders schwierig, da die Kurtaxen zum Teil durch jährliche Pauschalen pro Anzahl Betten oder Quadratmeter Wohnfläche berechnet werden. Ein Kurtaxeneinzug via Airbnb scheint dort wenig sinnvoll.

Auch das Waadtland kennt kein kantonales Kurtaxenreglement. Einzelne Gemeinden, zum Beispiel Lausanne und Montreux, suchen trotzdem das Gespräch mit Airbnb. Bei dem Grossunternehmen sei das Interesse an Einzelösungen mit kleinen Schweizer Destinationen jedoch gering, beklagt man im Kanton, was die Verhandlungen erschwere.

Die Infografik zeigt den aktuellen Stand der Obergrenzen für zwischen Airbnb und einzelnen Schweizer Kantonen. Im Gegensatz zum Ausland sind Verbote in der Schweiz noch die Ausnahme.

Der aktuelle Airbnb-Bericht des WTO erscheint in Kürze auf toarobs.ch



Das Ausland setzt auf Verbote

Laut Airbnb hat das Unternehmen mit mehr als 370 Ferienorten auf der ganzen Welt Abkommen zum Einzug von Gästetaxen geschlossen. Vielerorts stehen die Zeichen dagegen auf Repression. Einige Beispiele.

PATRICK TIMMANN

Niederlande: In der niederländischen Hauptstadt Amsterdam dürfen Wohnungen nur während maximal 60 Tagen pro Jahr untervermietet werden. Airbnb ist verpflichtet, ein Angebot für den Rest des Jahres zu sperren, sobald dieses Maximum erreicht wurde. Ab 2019 will die Stadtregierung die Anzahl der zulässigen jährlichen Übernachtungen auf 90 halbmieten. In bestimmten Vierteln der Stadt könnte die Vermietung an Touristen grundsätzlich verboten werden.

Deutschland: In Berlin wurde im Mai 2018 ein seit zwei Jahren geltendes Kurzzeitverbot etwas gelockert. Die zeitweise Vermietung der eigenen Wohnung wird künftig erleichtert. Zweitwohnungen können für bis zu 90 Tage pro Jahr weitervermietet werden. Die Kontrollmöglichkeiten durch die Behörden wurden gleichzeitig jedoch verschärft. Die Hansestadt Bremen will Wohnungsanbietern ebenfalls nur noch drei Monate im Jahr gestatten, ihre Wohnung unterzuvermieten. Auch Frankfurt und Köln kennen Zweckentfremdungsverbote gegen die gewerbliche Vermietung von Wohnraum. Im Fall eines Verstoßes drohen Bußgelder. In München ist Wohnraum besonders knapp – dort werden Versteige mit bis zu einer halben Million Euro gebietet. Hamburg will seine Gesetzgebung ebenfalls noch verschärfen.

Spanien: Ab Juli 2018 dürfen Wohnungsbesitzer in Palma de Mallorca ihre vier Wände nicht mehr an Touristen vermieten. Ein ähnliches Verbot gilt künftig auch auf der Nachbarinsel Ibiza. Die Touristenmetropole Barcelona hat sämtliche Neubewilligungen für Kurzzeitvermietungen ausgesetzt. Unter anderem Airbnb wurde mehrfach eine Strafe von bis zu 800 000 Euro wegen illegaler Wohnungsvermittlung aufgebrummt. In Madrid soll die Kurzzeitvermietung von Wohnungen auf 90 Tage pro Jahr begrenzt werden. Mehrfamilienhäuser, in denen alle Wohnungen nur kurzzeitig vermietet werden, sollen die gleichen Auflagen wie Hotels erfüllen müssen. Im Studentenrum sollen an Touristen vermietete Wohnungen separate Zugänge haben, getrennt von den Eingängen der ständigen Bewohner. In Valencia gibt es Bestrebungen, Touristenapartments auf das Erdgeschoss oder das erste Stockwerk zu begrenzen, um den schönsten Meeresblick den Einwohnern vorzubehalten.

USA: In New York existiert ein ganzer Regelkatalog der Airbnb-Vermietern das Leben schwer machen soll. Seit Oktober 2016 gilt für Home-Sharing-Webseiten ein Verbot für Kurzzeitvermietungen. Die Vermietung eines ganzen Apartments für weniger als 30 Tage ist nun illegal. Wer eine entsprechende Unterkunft nur selten anbietet, macht sich strafbar. Auch in der Südstaatenmetropole New Orleans gilt im ältesten Stadtteil seit Oktober 2017 ein Kurzzeitverbot. Ganze Wohnungen dürfen zudem nicht länger als 90 Tage im Jahr an Nicht-Stadtbewohner vermietet werden. Eine der landesweit strengsten Regulierungen kennt Boston. Anfang Juni verabschiedete der Stadtrat neue Vorschriften zur Entspannung des ausgetrockneten Wohnungsmarkts. Im Fokus des Gesetzgebers steht die nächtliche Vermietung von ganzen Wohnungen über Websites wie Airbnb. Eigenheimbesitzer von Zwei- bis Dreifamilienhäusern, die selber in der Immobilie wohnen, sollen dagegen auch weiterhin einzelne Wohnheiten vermieten dürfen. Selbst die Heimatstadt von Airbnb, San Francisco, stellt Vermietern hohe Hürden: Die Untervermietung von Häusern durch abwesende Mieter ist auf 90 Tage im Jahr beschränkt. Zweitwohnungen dürfen überhaupt nicht weitervermietet werden. Seit 2015 müssen sich alle Airbnb-Anbieter über ein umständliches Verfahren bei der Stadt registrieren lassen.

Japan: Ein neues Gesetz in Japan verpflichtet sämtliche Airbnb-Gastgeber, sich zu registrieren. Kurz bevor die Regelung Mitte Juni in Kraft trat, kündigte die Regierung an, dass alle Anbieter pünktlich zum 15. Juni eine Lizenz vorweisen müssten, um aktiv zu bleiben. Airbnb musste daraufhin über Tausende Buchungen stornieren. Seit Ankündigung der Registrierungspflicht ging die Zahl der Objekte auf Airbnb um 80 Prozent zurück. Anbieter dürfen Zimmer zudem nicht mehr als 180 Tage im Jahr untervermieten. Auch gelten für die Unterkünfte die gleichen Sicherheitsregeln wie für Hotels.

Quelle: WTO Grafik, htr

Baselstadt
In Baselstadt zieht Airbnb seit 1. April 2018 bei allen Buchungen im Kanton automatisch die Gasttaxe ein (3,50 Franken pro Gast und Nacht) und leitet sie an Baselstadt Tourismus weiter.

Baselstern
In der Stadt Basel soll noch vor Beginn der Sommerferien ein ähnliches Modell wie in Baselstadt in Kraft treten: Airbnb soll die Kurtaxe (4 Franken pro Person und Nacht) an das zuständige Amt für Wirtschaft und Arbeit überweisen, welches die Gelder an Basel Tourismus weiterleitet.

Bern
Die Berner Stadtregierung will die temporäre Vermietung von Berner Altstadt-Zweitwohnungen verbieten, um die Mietpreise nicht weiter anzuhetzen. Parlament und Volk müssen allerdings noch zustimmen. Auf kantonaler Ebene soll noch diesen Sommer ein Abkommen mit Airbnb zur Einziehung der Taxen (eine Beherbergungsabgabe von 1 Franken pro Gast und Nacht sowie die kommunalen Kurtaxen in unterschiedlicher Höhe) unterzeichnet werden.

Freiburg
Im Kanton Freiburg laufen Gespräche mit Airbnb zur Einziehung der Gästetaxe. Laut der kantonalen Tourismusorganisation Freiburger Region arbeitet man aktuell noch an der Lösung von technischen Herausforderungen.

Genève
Bei der Regulierung des Angebots ist Genève in der Schweiz Vorreiter: Seit April 2018 dürfen Mieter ihre Wohnungen nur noch während maximal 60 Tagen pro Jahr über Plattformen wie Airbnb untervermieten. Häufigere Untervermietungen sind untersagt, da es sich ab dann mutmasslich um kommerzielle Angebote handelt. Einen Automatismus zur Sperrung des Angebots auf Airbnb, wie in Amsterdam der Fall, gibt es allerdings noch nicht.

Lucerne
Auch der Kanton Luzern verhandelt mit Airbnb über die Einziehung von Beherbergungsabgaben und Kurtaxen. Mit einer Eingangs wird noch 2018 gerechnet. Ein Verstoß der Sozialdemokraten im Luzerner Stadtrat, der auch bei bürgerlichen Politikern Anklang findet, will derweil die Untervermietung von Wohnungen in der Stadt auf maximal drei Monate pro Jahr beschränken.

Schwyz
Gemäss neuem Reglement werden die Kurtaxen in Zukunft nicht länger von den Gemeinden, sondern auf Kantonebene erhoben. Schwyz Tourismus verhandelt aktuell mit Airbnb über die Einziehung über die Plattform. Nach dem Willen der Plattform können die Kurtaxen künftig die Kurtaxe bei Buchungen über die Plattform erheben und an Schwyz Tourismus überweisen, bevor die Einnahmen anschliessend an die einzelnen Gemeinden gehen.

Tessin
Ticino Turismo und hotelierlesuisse Ticino stehen in Kontakt mit Onlinevermietungs-Plattformen, um die Kurtaxenerhebung zu regulieren. Das Tessin will sich jedoch nicht wie andere Kantone auf das Inkasso von Kurtaxen beschränken. Laut der Tourismusorganisation gehe es auch darum, unfairen Wettbewerb mit Hotels zu verhindern. Ein entsprechender Vorschlag werde derzeit ausgearbeitet und soll dem Kanton zur Abstimmung vorgelegt werden.

Zug
Bereits seit dem 1. Juli 2017 wird die Beherbergungsabgabe in Zug (unterschiedlich für alle Buchungen im Kanton Zug) automatisch einziehen und an Zürich Tourismus weiterleiten. Airbnb geht zudem eine Partnerschaft mit der Tourismusorganisation ein und wird Mitglied.

Zürich
Ab dem 1. August 2018 wird Airbnb die City Tax (2,50 Franken pro Gast und Nacht) für alle Buchungen im Kanton Zürich automatisch einziehen und an Zürich Tourismus weiterleiten. Airbnb geht zudem eine Partnerschaft mit der Tourismusorganisation ein und wird Mitglied.

Graubünden gerät in Rückstand

Der Bündner Tourismus hat sich in den letzten Jahren bezüglich Nachfrage und Auslastung unerfreulich entwickelt. Dies zeigt eine Benchmarking-Studie von BAK Economics AG.

DANIEL STAMPLI

Die zuvor schon historisch tiefen Frequenzen aus Westeuropa und insbesondere aus Deutschland sind nach Aufhebung des Mindestkurses Anfang 2015 in Graubünden abermals eingebrochen. Zwischen 2010 und 2016 ist der Übernachtungsanteil von Gästen aus Westeuropa insgesamt von 43 Prozent auf noch gut 30 Prozent zurückgegangen, wie aus der Studie «Tourismus-Benchmarking – Die Bündner Tourismuswirtschaft im internationalen Vergleich» des Forschungsinstituts BAK Economics hervorgeht. Anhaltende Zuwächse von Gästen aus Fern- und Wachstumsmärkten auf bescheidenem Niveau konnten diese Verluste in Graubünden bis heute bei weitem nicht wettmachen. Gerade im Vergleich zu anderen Schweizer Ferienregionen sei die Internationalisierung noch wenig fortgeschritten.



Samnaun registrierte im Schnitt pro Jahr das geringste Logiernächte-Minus.

swiss-image/Andy Mettler

In den vergangenen fünf Jahren ging die Anzahl der Hotellogiernächte in allen Bündner Destinationen zurück. Dabei war der Rückgang in Samnaun mit einem durchschnittlichen Minus von 0,6 Prozent pro Jahr am geringsten und in Disentis Sedrun mit minus 5,6 Prozent pro Jahr am deutlichsten. Im gesamten Alpenraum ist die Übernachtungszahl zwischen 2011 und 2016 dagegen angestiegen (+1,3% pro Jahr).

Deutlicher Rückgang der Auslastung

Der Rückgang der Übernachtungen widerspiegelt sich auch in

einer tieferen Auslastung der Kapazitäten. Graubünden platziert sich 2016 mit einer Auslastung von 28 Prozent hinter dem Durchschnitt des gesamten Alpenraums (35%) und hinter dem Schweizer Alpenraum (32%). Dabei habe sich die Auslastung in Graubünden im Beobachtungszeitraum laut Studienautoren von allen betrachteten Regionen am stärksten reduziert. Die Schweizer Regionen, und insbesondere Graubünden, habe in Bezug auf Nachfrage und Auslastung seit der Jahrtausendwende gegenüber den Nachbarländern Österreich, Italien und Deutschland an Boden verloren.

In Bezug auf die Faktoren der Wettbewerbsfähigkeit registriert BAK Economics im Bereich des Beherbergungsangebots in Graubünden einige strukturelle Schwächen. Allerdings bestünden diese vor allem im internationalen Vergleich, während die Hotelstruktur Graubündens im nationalen Vergleich relativ gut dastehe. Allerdings sei nur etwas mehr als jedes sechste touristisch genutzte Bett in Graubünden ein Hotelbett, während die österreichischen Regionen und Südtirol hier deutlich höhere Werte erreichten. Trotzdem liegt Graubünden damit über dem Durchschnitt des Schweizer Alpenraums.

2017 zeichnet sich durch positive Entwicklung aus

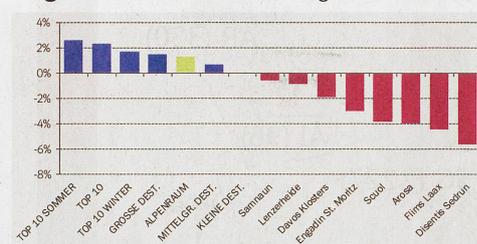
«Im Gegensatz zu 2016 hat sich das Tourismusjahr 2017 hingegen sehr erfreulich entwickelt»,

schreiben die BAK-Ökonomen in ihrer Benchmarking-Studie. Sowohl eine gute Sommer- als auch Wintersaison hätten sich in einem spürbaren Plus in der Anzahl der Hotelübernachtungen niederschlagen, mit einem Plus von 5 Prozent im Schweizer Alpenraum.

Hauptgründe für diese positive Entwicklung im 2017 seien einerseits, dass sich der Franken, nach einer starken Aufwertung aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses im Jahr 2015, nun allmählich wieder abgeschwächt hat. Andererseits hätten positive Impulse in der globalen Wirtschaft die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Schweizer Tourismus merklich verbessert.

Auch die Bündner Destinationen konnten davon profitieren, wenn auch etwas weniger ausgeprägt. Dort sind die Hotelübernachtungen im Vergleich zum Vorjahr um 3,8 Prozent gestiegen – das grösste Plus seit Beginn der Auswirkungen der Finanzkrise 2008. Und mit einem sehr dynamischen Wachstum der Hotelübernachtungen von 9,6 Prozent hat sich Davos Klosters von den betrachteten Vergleichsregionen am besten entwickelt. Demnach zeichnet sich für Graubünden ein deutlich erfreulicheres Bild als noch im Jahr 2016 ab. Jedoch bleibt laut BAK Economics vorerst unklar, ob die Entwicklung 2017 eine nachhaltige Trendwende oder lediglich einen Rebound-Effekt nach den besonders schwachen Vorjahren darstellt.

Logiernächte Entwicklung 2011 bis 2016



Alle Bündner Destinationen mussten einen Rückgang hinnehmen (durchschnittliche Veränd. pro Jahr). Quelle: div. statist. Ämter, BAK Economics

ANZEIGE

CAS Tourismusökonomie

Mit Option zum Executive MBA in Marketing Management

u^b

UNIVERSITÄT
BERN

Für Führungspersönlichkeiten im Tourismus von heute und morgen



«Wir bieten hochkarätige Referierende, ein exklusives Netzwerk und umfassende Perspektiven im Tourismusmanagement und in der Tourismuspolitik»

Dr. Monika Bandi Tanner,
Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T,
Universität Bern

Strategien, Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements

Nächster Info-Abend am 4. Juli 2018

Der Info-Abend findet im Hauptgebäude der Uni Bern, Hochschulstrasse 4, 3012 Bern, im Raum 214 statt ab 19.00 Uhr.

Anmeldung zum Info-Abend:

www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch

031 631 37 11, hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch

Universität Bern

Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch



«Unseren Platz neu definieren»

Die neue Head of Innovation Pole der EHL schildert ihre Vision des künftigen Innovationsdorfs. Für Winnaretta Zina Singer ist es eine Antwort auf eine sich verändernde Welt.

LAETITIA GRANDJEAN

Winnaretta Zina Singer, Sie sind seit kurzem Head of Innovation Pole der EHL. Womit sind Sie derzeit beschäftigt?
Im Moment konzentriere ich meine ganze Energie auf das Innovationsdorf, das wir an der Hotelfachschule, oder genauer in Le Châlet-à-Gobet, gründen. Ich arbeite hinter den Kulissen, verfeinere das Gesamtkonzept und bringe die Gespräche mit der Immobilienabteilung der EHL zum Abschluss. Danach wird es darum gehen, das Projekt zum Leben zu erwecken, sich über Konventionen hinwegzusetzen, zur Innovation anzuregen und eine neue Kultur zu begründen.

Sie waren vorher bei der EPFL, wo Sie sich auch schon mit Innovation befassten. Welche Verbindungen sehen Sie zwischen den Welten der Wissenschaft und der Hospitality?
An der EPFL war ich für die strategischen Partnerschaften mit den Grossunternehmen vom Innovation Park zuständig. Ich habe in Ökosystemen gearbeitet, in denen Start-ups, Grossunternehmen und Forschung miteinander verbunden sind. Es gefällt mir, Innovation zu stimulieren. Ob in der Wissenschaft oder in der Hospitality: Heute kommt es auf diese grossen Themen an, auf die zentralen Herausforderungen, die sich uns stellen, wie Ernährung und Mobilität. Die digitale Welt beeinflusst alle Industriezweige, auch die Hotellerie. Die Vision von der Entwicklung eines Marktes geht über die Forschung, und hier legt die EHL gerade kräftig zu.

Innovation als eine Zukunftsvision, ist es das?



Winnaretta Zina Singer widmet sich intensiv den Innovationen in der Hospitality-Industrie.

Aljoscha Thomas

Sie werden schliesslich die Leitung des Innovationsdorfs übernehmen. Wie stellen Sie, als ehemalige EHL-Studierende, sich das Dorf vor?

Das Innovationsdorf wird für eine neue Kultur eintreten, das wird eine echte kulturelle Herausforderung. Unter EHL-Alumni sagen wir oft, wir seien «vom gleichen Schlag». Unser Ziel ist es, junge Unternehmer aufzunehmen, offen zu bleiben und diese Offenheit weit über unsere Gemeinschaft hinaus auszustrahlen.

Erzählen Sie uns vom experimentellen Element des Dorfs...
Der Gasthof von Châlet-à-Gobet wird für die Öffentlichkeit zugänglich sein. Er soll zu einem Technologie-Schaufenster mit Wanderausstellungen werden. Eine Küche und mehrere Zimmer werden mit Forschungswerkzeugen ausgestattet, um zum Beispiel die Faktoren zu untersuchen, welche die Schlafqualität beeinflussen.

«Die digitale Welt beeinflusst alle Industriezweige, auch die Hotellerie.»

Winnaretta Zina Singer
Verantwortliche Innovation Pole EHL

Wie werden Sie die Unternehmen auswählen, die bei Ihnen einziehen?
Die Auswahl wird ein Expertenkomitee

treffen. Wir werden vielversprechende Start-ups auswählen, die sich unserem Beschleuniger oder unserem Inkubator anschliessen. Und wir werden dafür sorgen, dass eine Vielfalt von relevanten Bereichen vertreten ist.

Ab wann kann man Ihrer Meinung nach von Innovation sprechen?

Ich betrachte Innovation als die Fähigkeit, sich Veränderungen zu stellen oder sie einzuleiten, sei es digital oder analog. Diese Vision deckt ein relativ breites Spektrum ab, von inkrementell bis disruptiv. Mit inkrementellem Vorgehen lassen sich kleine Anpassungen in weniger agilen Strukturen vornehmen, mit disruptivem Vorgehen werden agilere, neue oder zu kompletter Neupositionierung befähigte Strukturen umgebaut. Wir müssen beides fördern.

Ist Innovation ohne Digitalisierung möglich?

Wir gehen grossen Veränderungen entgegen. Die 5G wird unsere Kommunikation, den Datenaustausch und den Einsatz vernetzter Objekte erheblich beschleunigen. Die ganze Landschaft wird sich verändern und Auswirkungen auf den Konsumenten haben. Mit der Blockchain wird die Serviceauswahl ohne proaktives Vorgehen erleichtert. Die menschliche Interaktion wird immer eine wichtige Rolle spielen, doch um leistungsfähig zu bleiben, müssen die technologischen Fortschritte integriert werden. Wir müssen unseren Platz also neu definieren.

Muss man daraus schliessen, dass die Hospitality-Industrie in der Schweiz in Sachen

Innovation im Rückstand ist?
Die Hotellerie hat zwar sicher Chancen verpasst und ist von neuen, aus Start-ups hervorgegangenen Akteuren eingeholt worden, doch dieses Problem gibt es nicht nur in der Schweiz. Operativ tätige Führungskräfte haben weder ausreichend Zeit noch Ressourcen, um sich für Brüche zu interessieren. Und die Hotellerie darf den Zug nicht verpassen. Dieses Innovationsdorf muss genau hier den Zugang erleichtern, den Austausch zwischen den Branchen fördern und zu innovativen Projekten stimulieren.

Überall entstehen Innovationsparks, Start-up-Inkubatoren. Was zeichnet das Engagement der EHL aus?

Wir suchen nicht die Konkurrenz mit andern, sondern wollen die Teile desselben Puzzles zusammenfügen: Forschung und Unternehmertum. Das zukünftige Innovationsdorf entspricht einem Bedürfnis. Viele Leute, vor allem aus unserem Alumni-Netzwerk, wenden sich an uns und erwarten von uns Ideen. Das Dorf wird Sichtbarkeit, Unterstützung und Begleitung bieten. Damit die Chemie funktioniert, werden wir ein Gleichgewicht zwischen den verschiedenen Akteuren finden und Leben in die Gemeinschaft von Forschern, Start-ups und Industrievertretern bringen müssen. Wir werden Veranstaltungen organisieren, um den Austausch zu fördern.

Hospitality Technology Forum

by Milestone

Winnaretta Zina Singer wird am neuen «Hospitality Technology Forum by Milestone», welches am 5. Juli im «Trafó» Baden stattfindet, in Englisch referieren. An dieser Veranstaltung kommen Experten zu Digitalisierungs- und Innovationsthemen zu Wort. Rund 20 erfolgreiche Startups sind vor Ort, einige messen sich in «Startup-Battles». Publikum und Jury werden die Startups bewerten. Tickets unter:

htr-zuerich.com

Die Digitalisierung ist in vielen Branchen ein wesentlicher Schritt, aber neue Geschäftsmodelle oder die Erfindung neuer Materialien können ebenso zu Innovationen führen. Die Forschung macht mithilfe immer leistungsfähigerer digitaler Werkzeuge grosse Fortschritte. Daraus sind Start-ups und Innovationen entstanden. Ich denke aber, dass wir den Wert der Kreativität und der menschlichen Vision nicht vernachlässigen dürfen, die sich nicht durch Algorithmen ersetzen lassen.

Übersetzung: Christina Miller

Zur Person Industrie und Forschung verbinden

Winnaretta Zina Singer ist seit Mai Head of Innovation Pole der EHL. Sie ist in Monaco aufgewachsen, ihr Vater ist angelsächsischer und ihre Mutter iranischer Abstammung. Sie hat das Konzept des Key Account Managements an der EPFL und am EPFL Innovation Park eingeführt, wo sie während über fünf Jahren für strategische Partnerschaften zuständig war. Ausserdem hat sie abwechselnd in Start-ups und Grossunternehmen Erfahrungen im Management und Account Management, in Vertrieb und Marketing gesammelt. Sie ist Absolventin der EHL (1997) und des IMD. lg

14 Tage Das Wichtigste aus der Branche

alle News auf htr.ch



visualisierung zvg

hotelmarke InterContinental Hotels Group lanciert «voco»

Die InterContinental Hotels Group (IHG) führt eine neue Marke im oberen Preissegment ein. Unter dem Namen «voco» sollen in den kommenden zehn Jahren mehr als 200 neue Hotels eröffnet werden. Der Fokus liegt dabei vor allem auf der Umwandlung bestehender Individualhotels in Häuser der neuen Marke. Mit «voco» wird das Angebot der IHG im 40 Milliarden US-Dollar schweren Upscale-Segment gestärkt, bei dem laut der Gruppe bis 2025 ein Wachstum um weitere 20 Milliarden US-Dollar zu erwarten ist.



visualisierung bruegger architekten ag thun

parahotellerie Reka ersetzt Feriendorf an der Lenk (BE) durch Neubau

Die Schweizer Reisekasse (Reka) will das Lenker Feriendorf durch einen rund 30 Millionen Franken teuren Neubau ersetzen. Der Grund dafür ist die sinkende Auslastung der im Jahr 1974 erbauten Anlage. Der Ausbau, Komfort und die Serviceleistungen sind den wachsenden Gästebedürfnissen nicht mehr gewachsen, ausserdem ist das bestehende Feriendorf nicht barrierefrei konstruiert. Der Neubau soll eine bessere Erschliessung haben und mit seinen rund 60 Wohnungen neue Zielgruppen ansprechen.



zvg

charta Zukunft der Rigi bis 2030 geregelt

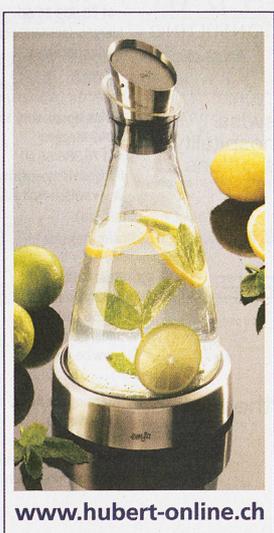
Bezüglich der zukünftigen touristischen Ausrichtung der Rigi herrschte Uneinigkeit, deshalb trafen sich die Interessensvertreter nun am runden Tisch. In Workshops setzte sich die Arbeitsgruppe mit der aktuellen Situation sowie den Zielen für die Rigi im Jahr 2030 auseinander. Die Vertreter haben eine Charta entworfen, welche das ökologische und kulturelle Erbe schützen soll, zur wirtschaftlichen Entwicklung beiträgt und die Lebensqualität der Bevölkerung auf dem Berg garantiert.



Bergbahnen Hohnsaas/Sandro Pollinger

bergbahnen Hohnsaas Bahnen sind zahlungsunfähig

Die Hohnsaas Bahnen in Saas-Grund haben beim Bezirksgericht Visp ein Gesuch um Nachlassstundung eingereicht. Der Entscheid des Gerichts wird in rund zwei Wochen erwartet. Das Unternehmen hat zu wenig flüssige Mittel, um kurzfristige Verpflichtungen in der Höhe von 2,8 Millionen Franken zu decken. Die offenen Forderungen sollen sich insgesamt auf 3,5 Millionen Franken belaufen. Die Bahn gibt die Euro-Krise und den verstärkten Preiskampf als Gründe für die schwierige finanzielle Lage an. og



www.hubert-online.ch

ANZEIGE

hotelmarktplatz

Partnersuche einfach gemacht.

Abhol- und Belieferungsgrosshandel



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



Winkler Weine GmbH
5630 Muri
+41 79 665 97 49
ww@winklerwein.ch
www.winklerweine.ch

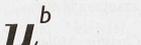
Aus- und Weiterbildung

hotelbildung.ch
hotellerieuisse

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



SHS Academy AG
3012 Bern
+41 79 751 87 41
d.planic@swisshospitality
solutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



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

Beratung



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



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



GAMPER SWISS
6436 Muotathal
+41 41 830 03 77
roman@gamper.swiss
www.gamper.swiss



PHAR SA
8152 Opfikon
+41 78 933 76 60
juergen.sperber@phar-swiss.ch
www.phar.swiss



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

Buffet, Bar und Getränkeausgabe



Beer Grill AG
5612 Villmergen
+41 56 618 78 00
info@beergrill.com
www.beergrill.com



Thermoplan AG
6353 Weggis
+41 41 392 12 00
thermoplan@thermoplan.ch
www.thermoplan.ch

Finanzen und Zahlungsverkehr



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



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



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

Food und Beverage



Agrano AG
4123 Allschwil
+41 61 487 72 00
info@agrano.ch
www.agrano.ch



Andros Chef
1260 Nyon
+41 22 566 08 94
info@andros.ch
www.andros-foodservice.ch



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



G. Bianchi AG
5621 Zufikon
+41 56 649 27 27
order@bianchi.ch
www.bianchi.ch



Bonflam GmbH
9200 Gossau
+41 71 383 40 80
info@bonflam.ch
www.bonflam.ch



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



Lescet.ch
4446 Buckten
+41 62 299 05 85
service@lescet.ch
www.lescet.ch



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



Traitafina AG
5600 Lenzburg
+41 62 885 21 21
info@traitafina.ch
www.traitafina.ch



Zamba Fruchtsäfte AG
8153 Rümlag
+41 44 405 10 10
info@zamba.ch
www.zamba.ch

Gebäudetechnik



Alpiq InTec Schweiz AG
4802 Stregelbach
+41 62 834 83 40
hotel.alpiq.its@alpiq.ch
www.hotel-alpiq.ch

Hotel- und Gastrobedarf



Amphiro AG
8004 Zürich
+41 44 500 38 73
info@amphiro.com
www.amphiro.com



Hubert Schweiz AG
6312 Steinhausen
+41 800 11 33 66
verkauf@hubert-online.ch
www.hubert-online.ch

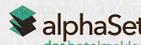


Provalora CS AG
8556 Wigoltingen
+41 52 763 40 22
info@provalora.ch
www.provalora.ch



spot-tech medien ag
8964 Rudolfstetten
+41 56 631 14 54
info@spot-tech.ch
www.spot-tech.ch

Hotelmakler



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



**hotelforsale -
Zumkehr&Etterli AG**
3800 Interlaken
+41 33 822 63 84
info@hotelforsale.ch
www.hotelforsale.ch

Inneneinrichtung



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



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



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



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

pers/share
Personal teilen -
Kosten senken
www.persshare.com



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



IDA14 by Karsten Schmidt
8005 Zürich
+41 44 463 12 33
atelier@ida14.ch
www.ida14.ch



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



Roviva Roth & Cie AG
3380 Wangen a.d. Aare
+41 32 631 12 22
roviva@roviva.ch
www.roviva.ch



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



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

Ihre Präsenz auf dem
hotelmarktplatz.

Sie profitieren von Top-Konditionen.

► **12-Monate-Paket für CHF 1900.-**
26 x htr hotel revue, 4 x Top hotel,
permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

► **6-Monate-Paket für CHF 1300.-**
13 x htr hotel revue, 2 x Top hotel,
permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

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

Hospitality Technology Forum

by Milestone

Neue Technologien für die Branche: In einer Woche findet im Trafo Baden zum ersten Mal das vom Tourismus- und Innovationspreis Milestone initiierte «Hospitality Technology Forum» statt. Mit internationaler Startup-Messe.

Donnerstag, 5. Juli 2018 / Trafo Baden
09.00–17.00 Uhr

Tickets unter: htf-zuerich.com

Programm

09:00–09:15 Uhr

Eröffnung durch Gery Nievergelt (Milestone und Chefredaktor htr) und Ullrich Kastner (CEO myhotelshop)

09:15–09:45 Uhr

Interview mit Johannes Thomas (Chief Revenue Officer trivaqo) – Quo vadis trivaqo?

Quo vadis Metasearch? Was sind die aktuellen Reisetrends und was sind die aktuellen Herausforderungen für Hotels, sich aktiv in der Kundenreise zu positionieren? Johannes Thomas, einer der erfolgreichsten Startup Professionals, redet Klartext.

09:45–10:30 Uhr

Battleground für junge Startups

Jury: Thomas Winkler (Head of Digital Management und Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus), Tillmann Fabricius (MairDumont Ventures) und Patrick Timmann (Redaktor HTR Hotel Revue)

Die jungen Startups:

- Apaleo, Martin Reichenbach (Founder)
- Hoxell, Carlo Fontana (CEO & Founder)
- Hotelhero, Florian Montag (Managing Director & Co-Founder)
- Upsellguru, Karl Schmidner (Managing Director)

10:30–10:55 Uhr

Kaffeepause und Besuch der Startup Messe

10:55–11:15 Uhr

Michael Böhler (General Manager Hotels Opera und Ambassador Zürich) – Best Practice aus dem Hotel

Wie ein Hotel den digitalen Wandel managt. GM Michael Böhler berichtet von seinen Erfahrungen und wie er seine Mitarbeitenden für das digitale Zeitalter fit macht.

11:15–11:35 Uhr

Cassian Silins (Senior Director EAME Accommodations KAYAK, Cheapflights, Momondo, Swoodoo, Checkfelix)

A multi-brand travel search engine talks travel trends across verticals and what users are looking for in hotels. And how KAYAK's accommodation's business has grown in Europe. (English presentation).

11:35–12:00 Uhr

Investoren-Panel mit Sascha Hausmann (Howzat Ventures), Roland Zeller (Business Angel) und Tillmann Fabricius (MairDumont Ventures)

12:00–13:30 Uhr

Stehlunch und Besuch der Startup Messe

13:30–14:00 Uhr

Battleground für junge Startups

Jury: Michael Thomann (Inhaber und Geschäftsführer Hospitality Management AG), Karin Kofler (Wirtschaftsredaktorin Sonntagszeitung) und Sascha Hausmann (Howzat Ventures)

Die jungen Startups:

- Hotelforce, Helmut Harz (CEO & Founder)
- respondelligent, Alexander Zaugg (Founder & CEO)
- Mesaic, Dr. Gerald Däuble (COO)

14:00–14:25 Uhr

Innovation in KMU-Branchen – Herausforderungen und Best Practice

Wie gelingt es KMU, nachhaltig erfolgreich zu sein? Gery Nievergelt im Gespräch mit Alberto Silini, Leiter Beratung bei Switzerland Global Enterprise.

14:25–14:55 Uhr

Battleground für wachsende Startups

Jury: Barbara Gisi (Direktorin Schweizer Tourismus-Verband), Andreas Güntert (Reiseblogger (derinternaut.ch) und Redaktor Handelszeitung) und Roland Zeller (Business Angel)

Die wachsenden Startups:

- Hotelchamp, Hannah Shahriyari (Account Executive)
- Hotelkit, Marius Donhauser (CEO)
- mylike, Uwe Hering (CEO)
- Beekeeper, Mila Nussbaumer (CH Country Manager)

14:55–15:25 Uhr

Kaffeepause und Besuch der Startup Messe

15:25–15:55 Uhr

Simon Lehmann (Consultant, ehemaliger President Phocuswright)

The big picture – was sind die aktuellen Reisetrends? Wie wird Mobile das Reise- und Buchungsverhalten der Kunden verändern? Und wie wird die Vermietung von privaten Unterkünften das Hotelbusiness beeinflussen? Vortrag mit anschließendem Interview durch Ullrich Kastner.

15:55–16:30 Uhr

Winnaretta Zina Singer (Head of Innovation Pool, Ecole hôtelière de Lausanne)

Ausbildung als Grundlage für die Digitalisierung. Wie die EHL Innovationen befördern will.

16:50–17:00 Uhr

Verabschiedung durch Thomas Allemann, Geschäftsleitung hotellerieuisse

hotelmarktplatz

VOGLAUER
hotel concept

Voglauer hotel concept
A-5441 Abtenau
+43 6243 2700 0
hotelconcept@voglauser.com
www.voglauser.com

swisscom

Swisscom (Schweiz) AG
3050 Bern
+41 800 800 568
hotelleriesuisse.info@swisscom.ch
www.swisscom.ch

innoma
innovation&marketing

Innoma GmbH
8335 Hittnau
+41 44 950 68 80
info@innoma.ch
www.innoma.ch

Textilien

PFEIFFER
TEXTIL
FÜR UNTERNEHMEN DER HOTELLEREI, REISEINDUSTRIE

Pfeiffertextil AG
8834 Schindellegi
+41 44 786 81 00
info@pfeiffertextil.ch
www.pfeiffertextil.ch

zieffleko
Hotel- und Objektreinigung • Innenreinigung

zieffleko Schweiz GmbH
8810 Horgen-Arn
+41 44 726 14 30
info@zieffleko.ch
www.zieffleko.ch

Küche

HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme

Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG
3322 Schönbühl
+41 848 400 900
info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch

Personalmanagement

AG
ACTIVE GASTRO ENG

ACTIVE GASTRO ENG GMBH
8048 Zürich
+41 44 432 73 73
r.eng@activegastro.ch
www.activegastro.ch

Schwob
textiles of Switzerland

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

IT und Multimedia

E-GUMA
Gutschein- & Ticketsystem

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

RATIONAL

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

PS
PermServ

PermServ AG
8002 Zürich
+41 44 552 71 11
jessica.agoras@permserv.jobs
www.permserv.ch

ZIMMERMANN
TEXTIL AG

ZIMMERMANN TEXTIL AG
3123 Belp
+41 31 802 09 80
info@zimmermantextil.ch
www.zimmermantextil.ch

gn
gastronovi

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

ROTOR
Lips

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

pers/share

Persshare AG
8002 Zürich
+41 44 285 79 90
info@persshare.com
www.persshare.com

Transport und Mobilität

Europcar

Europcar AMAG Schweiz AG
8302 Kloten
+41 44 804 46 46
europcar@europcar.ch
www.europcar.ch

localsearch

localsearch Swisscom Directories AG
8001 Zürich
+41 800 86 80 86
customer@localsearch.ch
www.localsearch.ch

Marketing und Vertrieb

GREENSTORM
MOBILITY SWISS

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

KÄRCHER
makes a difference

Kärcher AG
8108 Dällikon
+41 84 485 08 68
info@ch.kaercher.com
www.kaercher.com

Wellness und Sport

kuingsauna
sauna

Küing Sauna & Spa AG
8820 Wädenswil
+41 44 780 67 55
info@kuingsauna.ch
www.kuingsauna.ch

mirus
SOFTWARE

Mirus Software AG
7270 Davos-Platz
+41 81 415 66 88
info@mirus.ch
www.mirus.ch

HOTELMARKETING GRUPPE
Wir entwickeln hotelmarketinglösungen.

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

tiventa
Lüftungsreinigung

tiventa AG
5024 Küttigen
+41 62 844 42 05
tiventa@tiventa.ch
www.tiventa.ch

rebagdata
hotel management solutions

Rebag Data AG
8810 Horgen
+41 44 711 74 10
info@rebag.ch
www.rebag.ch

vanBaerle
Better. For you.

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

Chronique

Toujours rattrapé par les fulgurances d'un onze de rêve

Un voyage adolescent au Kenya, une rencontre à hotelleriesuisse, une course spéciale. Des faisceaux rôdent autour de moi en cette époque de Coupe du monde de football.

Le longiligne réceptionniste de l'Hôtel Leisure Lodge ressemble à un coureur de fond. J'ai 13 ans, je porte fièrement un t-shirt du basketteur Magic Johnson. Il m'adresse la parole parce que je viens de Suisse comme Thomas Bickel, joueur de Grashoppers et de la Nati. J'ai reconnu Bickel, à l'aéroport de Zurich, au premier coup d'œil. Andrew le réceptionniste kenyan aussi parce qu'il collectionne les images Panini. J'aime le regard doux d'Andrew, souvent le soir m'arrête un moment pour parler d'un onze de rêve Ruud Gullit centre, René Higuita bondit comme un scorpion. Aujourd'hui, lendemain de Suisse-Bésil, à la gare je croise cette fille habillée tout en noir avec ce minuscule drapeau helvète dessinée sur sa joue. Les campagnes de promotion de Suisse Tourisme n'ont qu'à bien se tenir, elle endosse gothiquement son rôle d'ambassadrice.

Sur le terrain jamais je ne brillerai, toujours à la gym je reste le dernier sur le banc celui qui fait perdre la meilleure équipe du monde, celle de notre préau des Charmettes. Pourtant le football me nourrit. Dans les couloirs d'hotellerie-suisse je marche d'un air grave, captivé par mon envie d'écrire sur ce sujet sérieux et dérisoire entre tous: le football. Je croise Thomas Alleman qui dit: «Tiens voilà le penseur de Rodin...» Et si le spécialiste de la classification hôtelière savait que je songeais à la façon dont les joueurs offensifs français pourraient écarter le jeu pour gagner en efficacité. Me trouverait-il aussi sérieux? Certes j'ai lu «Une vie débutante - Étude pour saint Symphorien» de Pascal Omhèvre où tout part du maillot du FC Metz et où on trouve cette phrase splendide: «Ce dont on ne peut parler, c'est cela qu'il faut dire...» Mais paradoxalement le football me renvoie surtout à l'intimité, à la solitude, à l'enfance et à l'éclat de rire de femmes intellectuelles, quand elles découvrent ma passion. Récemment à l'assemblée des délégués d'hotellerie-suisse, à Locarno, une jeune apprentie dit aimer l'hôtellerie parce qu'elle permet:



Samuel Beckett sur la plage de Tanger et un jeune footballeur, comme en écho.

François Marie Banier/screenshot pinterest

«D'aménager une chambre pour que les clients puissent se retirer tranquillement comme dans une oasis.» Bizarrement, enfant je considérais le secteur Pesage de la Maladière comme un espace que je pourrais décrire ainsi, l'endroit où je me sentais le mieux au monde. Le premier lieu comparable à un bistrot que j'ai connu fut la course spéciale des Transports Publics Neuchâtelois, je montais toujours à l'arrière, sûr d'y retrouver ces vieux Messieurs les épaules recouvertes de tabac de pipe prêts à refaire toutes les actions du match. Comme d'autres jeunes hommes attirés par le néoréalisme italien et les sculptures filiformes de Giacometti j'ai eu honte d'aimer le football. Puis petit à petit



Alexandre Caldara

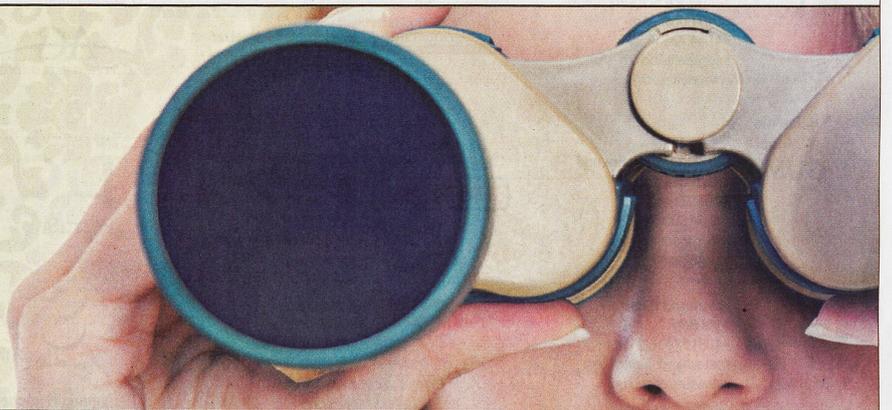
Responsable du cahier français. «D'abord, il faut que je précise que je m'intéresse au rugby et au football, mais que je vis l'écriture.» Dominique Fourcade

en frôlant la Boca de Buenos Aires, en repensant à la poussière soulevée par des mèmes dans un terrain fait de rien en Tunisie, en apprenant que Bernard Pivot aimait autant la littérature, le vin et le football. J'ai accepté de raconter.

Aujourd'hui dans un journal qui parle de tourisme, d'hôtellerie, de gastronomie, ici encore je digresse football comme pour convaincre les professionnels de ces branches que raconter des histoires doit partir de l'enfance. Un soir Andrew le réceptionniste disparut, on me dit qu'il était malade, un fantôme nommé malaria rôda. Je me sentis ce soir-là touriste du désespoir.

ANNONCE

Banque de données hôtelières
www.swisshoteldata.ch



Le guide de l'hôtellerie suisse
le plus complet qui soit



Faire la paix en trinquant au cèdre

Le Liban présentait à Genève le renouveau d'une tradition viticole ancrée dans la nuit des temps, mais mutilée. Diala Younes Lavenu, présidente des œnologues de Bordeaux, en a été l'ambassadrice.

ALEXANDRE CALDARA

Un hymne chanté à tue-tête, la présence de la télévision nationale, celle de Jean-Marie Aurand, directeur général de l'Organisation internationale du vin. Les Libanais ne lésinent pas sur la présentation de leur vignoble. Après Paris, New York et Los Angeles le pays du cèdre a levé le voile cette année sur sa journée du vin libanais à Zurich et Genève. Ce petit pays de 4 millions d'habitants veut mettre en avant ses 600 ans d'histoire viticole, les amphores des commerçants pharaons au temple de Bacchus, qui en font un pionnier mondial, dans la plaine de la Bekaa.

Ses 270 jours de soleil, mais aussi du froid et de la neige et ses 6 millions de bouteilles commercialisées sur 27 000 hectares: «Notre histoire avec le vin se perd dans la nuit des temps, date d'avant Dionysos et propose entre montagnes et plaines une variété de cépages presque aussi importante qu'en Suisse», note Carlos Bel Adem, représentant des producteurs. Et le



La culture du vin au Liban permet de valoriser les différents visages du pays.

vin semble un enjeu économique majeur, le pays exporte désormais 44% de sa production, contre 25%, voilà dix ans. Le Liban comptait 20 caves en 2006, pour 60 aujourd'hui et même un producteur musulman. Le ministre de l'agriculture Gebran Bassil a souligné le bonheur de se retrouver en Suisse: «Pays de l'excellence, de la minu-

tie et de la précision. Nous devons nous ouvrir à de nouveaux marchés.» On notera aussi la présence d'un juge directeur de l'inspection nationale chargé de contrôler les appellations et la lutte contre la corruption.

Opulente chevelure flamboyante, enveloppée dans un beau châle jaune, la pudeur de Diala

Younes Lavenu tranche un peu avec cet événement sous contrôle politique.

Elle parle rapidement des pierres fossilisées qu'elle ramasse aujourd'hui encore sur la plaine de la Bekaa ou des sols très pauvres, très arides de l'Anti-Liban qu'elle n'hésite pas à comparer à Châteauneuf-du-Pape. Le parcours de cette œnologue d'origine libanaise formé sur «le terroir magique» des 300 hectares de Château Pétrus, dont elle salue le travail de Michel de Bustos, pour dans les années

1970 avoir été le seul à replanter de la vigne pendant la guerre du Liban. Elle est aussi passée par des vendanges au domaine Bargylus en Syrie au début de la guerre civile et surtout mène une carrière à

Bordeaux, où elle arrive en 2006. Depuis mi-décembre et pour un mandat de trois ans, elle symbolise le renouveau de l'Association

des œnologues de Bordeaux qui a fêté ses 50 ans en 2016 et qui jusqu'ici n'avait connu que des présidents hommes travaillant directement pour des grandes caves. Comme Jean-Claude Berrouet de Château Pétrus ou Nicolas Guichard le designer du vin, figure de l'association pendant seize ans.

«Un coup de main pour la promotion»

L'arrivée de cette femme d'origine libanaise représentant Ana Sélection, la première tonnellerie du Bordelais, peut surprendre: «Je veux amener une ouverture internationale et faire le pont vers les métiers tech-

niques.» Un défi difficile que ce mandat bénévole et associatif à la tête d'une association d'environ 500 adhérents, qui représentent les 2600 diplômés de l'Institut de la vigne et du vin de Bordeaux répartis dans le monde entier: «Mais je pense que l'on peut développer un réseau important d'œnologues ambassadeurs de Bordeaux à l'international et donner la parole aux jeunes. Elle veut continuer à mettre sur pied ses matinées techniques qui rassemblent 450 professionnels pour des dégustations thématiques et techniques portant sur des vins d'ailleurs.

La défense des cépages autochtones comme l'Obeidy

A Genève elle présentait deux Masters Classes sur la diversité des vins libanais: «entre complexité et richesse». Elle reste persuadée que le nouveau dynamisme de ce secteur de l'économie peut guérir des plaies de 35 ans de guerre civile et contribuer à l'intégration des 1,5 million de réfugiés syriens. «Je n'hésite pas à donner un coup de main pour la promotion du vin.» Diala Younes Lavenu pense que l'identité, la signature libanaise passe par ces cépages autochtones blancs comme l'Obeidy ou le Merwah. Jo Assadou présente l'Obeidy 2017 du Château Saint Thomas: «Il ne ressemble qu'à lui-même.» Un vin frais, assez immédiat, aux arômes de pêche blanche, à l'acidité encore dominante. Le château Musar 2009, assemblage d'Obeidy et de Merwah, ne se laisse commercialiser qu'après 9 mois de fûts et 7 ans de cave, sa rondeur, sa richesse le rendent convaincant comme ses arômes de coings.

Le château Ksara vend 38% de la production du pays

Le marché reste dominé par Château Ksara qui vend à lui seul 38% du vin produit dans le pays. Sa Réserve du couvent (Syrah, Cabernet Franc et Cabernet Sauvignon) propose un rapport qualité prix assez déstabilisant.

Le vin libanais doit encore soigner ses erreurs de jeunesse, comme ses verres minuscules proposés pour la dégustation, mais il sait aussi parler au cœur. Joanna Gerges du Château Cana raconte: «Mon père dentiste a créé ce domaine pour redonner de la vie à son village après la guerre, les droits de l'homme furent son combat.» Comment lui reprocher alors ses vins trop boisés...

Découverte d'un vin vertical

Vertical 33 découvre pendant la Master Class avec un vin qui se nomme brutal, en hommage à un bar de Barcelone, puis un autre nectar cousin du soir. Le tout fait de 100% Cinsault, surtout connu pour des assemblages du Languedoc. Cette sensation de jamais bu se développe malgré l'ampleur de la griotte au nez. On fonce vers le producteur Eid Azar.

Il tient mordicus à nous faire goûter son blanc Obeidy en dernier. On repasse par un Cinsault du soir frappé par sa douceur, sa volupté. Il rit: «Tu te dis c'est quoi

ce Libanais qui fait des vins à la manière de Pierre Overnoy...» Eid Azar, médecin spécialisé dans les maladies infectieuses, parle le langage de la passion. A New York pendant ses études, il apprend à boire: «Je découvre d'abord les vieux riojas, les barolos, les vins du Jura français, puis les Rieslings allemands.» Partant en randonnée au centre de la Bekaa, il repère ces 10 hectares de vignes abandonnés depuis dix ans à 1000 mètres d'altitude, des terres jamais labourées. Il rêve d'un Pinot Noir à la bourgui-

gnonne son prochain projet. Il réalise des vins bios avec 10% de sulfites. Faire des vins sans sulfites: «C'est comme opérer sans se laver les mains, dangereux une fois sur 10.» On finit par cet Obeidy 2015 si particulier sans filtration, on adore ses notes de vieillissement, ce goût si particulier de noix, cette âpreté. Il travaille sans égrappage, sur de longues macérations, une fermentation indigène et vendange à fin octobre. Comme la poésie de Roberto Juarroz les vins d'Eid Azar se dégustent à la verticale. aca



«On peut développer un réseau important d'ambassadeurs à l'international.»

Diala Younes Lavenu
Présidente œnologues Bordeaux

Retour sur les 15 derniers jours

toutes les news sur htr.ch/actu



Bocuse d'Or

international
Le Maroc accueille le premier Bocuse d'Or Afrique

Le premier Bocuse d'Or Afrique réunit les meilleurs chefs du continent africain vendredi et samedi, à l'Hôtel Palmeria Golf Palace de Marrakech, au Maroc. Six équipes venant d'Algérie, du Burkina Faso, du Gabon, du Maroc, du Sénégal et de la Tunisie tenteront d'obtenir une place pour la finale du Bocuse d'Or prévue à Lyon, les 29 et 30 janvier 2019. «Plus qu'un tremplin pour ces chefs, le Bocuse d'Or Afrique est le reflet de l'émergence de nouveaux pays dans la haute gastronomie mondiale», relève un communiqué.



ldd

vaud
L'Hôtel Chavannes-de-Bogis mise sur le vin suisse

En activité depuis 35 ans, l'Hôtel Best Western de Chavannes-de-Bogis (3 étoiles), repense son identité. Du visuel aux papilles, son nouveau restaurant «26surVin» mise à 100% sur les vins helvétiques. Le directeur Christoph Zen Ruffinen voit dans ce nouveau positionnement un moyen de se démarquer. L'une des six régions viticoles de Suisse sera sélectionnée tous les deux mois afin d'offrir un choix de six vins ouverts. Le directeur ira visiter personnellement les domaines et vigneronns aux quatre coins du pays.



ldd

vaud
Meilleure collaboration entre ORP et employeurs

GastroVaud et le Service cantonal de l'emploi tirent un bilan positif de la campagne «Respect!». Elle visait à encourager les employeurs de l'hôtellerie-restauration à recourir prioritairement aux ORP pour recruter leur personnel. Tant le nombre d'annonces de postes vacants aux ORP (+28%) que le nombre de postes repourvus (+47%) grâce aux ORP ont augmenté. Des chiffres encourageants au vu de l'entrée en vigueur le 1er juillet de l'obligation faite aux employeurs d'annoncer les postes vacants aux ORP. lg



ldd

neuchâtel
Le toit du Beaulac fait des vagues

L'Hôtel Beaulac vient d'annoncer le lancement d'un nouvel établissement de luxe qui vient enrichir l'offre touristique de Neuchâtel. Waves, le bar lounge flambant neuf qui ouvre ses portes sur son toit-terrasse. Le coût total du projet s'élève à 9 millions de francs. Plus de 50 000 visiteurs sont attendus pour la première année d'exploitation. Le design conçu par l'architecte Pierre Studer puise son inspiration dans le lac qu'il surplombe: la structure principale est un grand ruban d'acier de 119 tonnes.



ldd

jura bernois
Des randonnées pour observer la faune sauvage

La thématique «Retour à la nature» a été mise en avant par Suisse Tourisme durant les années 2017 et 2018. Dans ce cadre-là, Jura bernois Tourisme a organisé et organise des sorties d'observation de la faune sauvage. Des guides accompagnateurs en moyenne montagne proposent trois types de sorties d'avril à septembre. Ce sont donc 18 randonnées qui permettent de tenter d'observer: les rapaces des montagnes jurassiennes à Moutier; les marmottes et chamois aux Savagnières; les castors à Bienne. aca



Le Grand Hôtel historique des Rasses a célébré la semaine dernière ses 120 ans d'existence. Le groupe Boas a investi 3 à 4 millions dans ses infrastructures ces dernières années.

images ldd

L'effort payant d'un hôtel historique

Menacé il y a quelques années, le Grand Hôtel des Rasses se réjouit d'avoir retrouvé des couleurs au moment de fêter ses 120 ans. Il vise le label «Swiss Historic Hotel».

CLAUDE JENNY

Magnifiquement situé sur le balcon du Jura vaudois, le Grand Hôtel des Rasses a célébré la semaine dernière ses 120 ans. Depuis l'arrivée du groupe Boas en 2011 en tant qu'exploitant et propriétaire majoritaire, cet établissement - que se partagent 14 copropriétaires, dont un qui vit à l'année - a été sauvé d'une mort lente. Son charme Belle Epoque indéfectible et l'engagement des précédents propriétaires, Hans et Raymonde Wyssbrod, n'y suffisaient pas. Aujourd'hui, cet hôtel trois étoiles possède de nouveaux atouts grâce à des investissements conséquents, de l'ordre de 3 à 4 millions confie Bernard Russi, PDG du

groupe Boas. A cela s'ajoutent une équipe super motivée dirigée par un enfant de la région, Patrice Bez Jacques, ainsi qu'un chef de cuisine talentueux, Sébastien Mazet.

D'autres investissements sont prévus à l'intérieur et à l'extérieur

Patrice Bez Jacques entend exploiter pleinement cette carte historique. Des rénovations de quelques chambres ont déjà été effectuées avec un mobilier et des décorations de l'époque sous la houlette d'Evelyne Lüthi Graf, directrice des Archives hôtelières suisses et consultante pour conduire ce chantier. Celui-ci va se poursuivre en vue d'obtenir le label «Swiss Historic Hotel». En Suisse romande, seuls une demi-douzaine d'établissements disposent de cette spécificité. Il s'agit d'un objectif clairement affiché: «Nous espérons l'obtenir dans un proche avenir», affirme le directeur. Optimisme partagé par la conservatrice-historienne: «Nous y sommes à 95%. Encore quelques aménage-

ments et nous répondrons à tous les critères». Bernard Russi a d'ailleurs annoncé des investissements supplémentaires de l'ordre de 5 à 6 millions pour poursuivre la rénovation intérieure et entretenir l'enveloppe extérieure du vaste édifice.



«D'autres établissements dans la région permettraient de créer un pôle.»

Philippe Thuner
Président de l'ARH

Acheté sur un «coup de cœur» par le patron du groupe Boas, cette vaste bâtisse - qui abrite aujourd'hui 44 chambres et suites - ne facilite pas l'obtention de bons ratios en raison de coûts d'exploitation élevés. Symbole du temps du boom industriel de la région de Sainte-Croix - qui regroupait nombre d'industries prestigieuses - le Grand Hôtel des Rasses, construit dès 1897 par

Edouard Baierlé, a connu moult vicissitudes en 120 ans, jusqu'à sérieusement compromettre la poursuite de son activité.

Un taux d'occupation en progression grâce aux entreprises
Avec 11 000 nuitées enregistrées en 2017 et un taux d'occupation

oscillant autour de 40%, Patrice Bez Jacques se déclare plutôt content car la progression est bonne, notamment grâce à un dernier hiver très favorable.

Cet établissement, avec sa situation isolée, son calme et son environnement nature, conduit évidemment la direction et le groupe Boas à jouer la carte des séminaires d'entreprises. «C'est son atout majeur», relève Philippe Thuner, président de l'Association romande des hôteliers. «Des sociétés connues viennent régulièrement chez nous», se réjouit le directeur. Le restaurant «Belle Epoque» ainsi que «La boîte à musique», réouverte dans un style bistrot, drainent à nouveau une clientèle locale qui a découvert la cuisine raffinée du chef auvergnat Sébastien Mazet.

Le week-end, c'est avant tout une clientèle qui apprécie le charme du lieu qui vient y séjourner, aux deux-tiers en provenance d'Outre-Sarine. Le lieu est aussi recherché pour la célébration de mariages ou autres festivités, offrant un charme spécifique et de vastes

espaces tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. L'actuelle équipe dirigeante s'attelle d'ailleurs à offrir un accueil et un service très personnalisé. Ainsi, le F&B représente un gros tiers du chiffre d'affaires de l'établissement.

La difficulté d'être l'unique hôtel de la région

Situé à une altitude de 1200 mètres, le Grand Hôtel des Rasses souffre d'être le seul hôtel de la région. «Il faudrait plusieurs établissements pour créer un pôle d'attraction», souligne Philippe Thuner, qui salue les efforts consentis par le groupe Boas pour dynamiser ce lieu. Le météo joue un rôle déterminant, tant en hiver avec l'enneigement qu'en été, puisque l'hôtel propose notamment un court de tennis

en terre battue et un minigolf. La rénovation de la piscine a été une étape pour étoffer l'offre. L'actuel chantier pour installer un centre de bien-être en est une autre.

Patrice Bez Jacques multiplie aussi les initiatives pour attirer des événements dans et autour de l'hôtel. Collectionneurs de vieilles voitures et de Harley Davidson et autres gros cubes affectionnent cet endroit pour y effectuer des rassemblements. Le festival Rockin' Les Rasses est d'ailleurs agendé au 4 septembre ainsi qu'un bal Belle Epoque en novembre.

A l'avant: Bernard Russi (PDG de Boas) au volant et Patrice Bez Jacques (directeur des Rasses). A l'arrière: le conseiller d'Etat Pascal Broulis avec les syndics de Ste-Croix et de de Bullet.

ldd



ANNONCE

Go big or go home?

Suisse.
tout naturellement.

Découvrez la réponse lors de la Journée du Marketing Hôtelier le 6 septembre 2018 au Lausanne Palace.

www.STnet.ch/journeehotelier

hotellerieSUISSE
Swiss Hotel Association

AMERICAN EXPRESS

« Nous devons redéfinir notre place »

La nouvelle responsable du pôle Innovation de l'EHL partage sa vision du village de l'innovation. Pour elle, une réponse à un monde en mutation, un pont entre industrie et start-ups.

LAETITIA GRANDJEAN

Winnaretta Zina Singer, vous venez d'arriver à l'EHL en tant que responsable du pôle Innovation. Qu'est-ce qui vous occupe actuellement ?

Toute mon énergie se concentre actuellement sur le village de l'innovation que nous sommes en train de créer à l'Ecole hôtelière, plus précisément dans le périmètre du Chalet-à-Gobet. Je travaille sur l'envers du décor, j'affine le concept général et finalise les discussions avec le département real estate de l'EHL. Il s'agira ensuite de donner vie à ce projet, de sortir du conventionnel, d'inspirer l'innovation et de créer une nouvelle culture.

Vous étiez avant cela à l'EPFL où vous vous occupiez également d'innovation. Quels liens voyez-vous entre ces deux mondes: la science et l'hospitalité ?

À l'EPFL, j'étais chargée des partenariats stratégiques avec les grandes sociétés implantées dans l'Innovation Park. J'ai travaillé dans des écosystèmes qui allient autant des start-ups, des grandes entreprises que de la recherche. Stimuler l'innovation me plaît. Qu'il s'agisse des sciences ou de l'hospitalité, ce qui importe aujourd'hui ce sont ces grandes thématiques qui se situent au centre des préoccupations, comme la nutrition, la mobilité. Le monde digital impacte toutes les industries, y compris l'hôtellerie. La vision de ce que veut devenir un marché passe par la recherche et l'EHL est en train de monter en puissance dans ce domaine.

L'innovation comme une vision d'avenir, c'est cela ?
Nous nous situons en amont d'importants changements.



Winnaretta Zina Singer a retrouvé les couloirs de l'Ecole hôtelière de Lausanne.

Alojscha Thomas

L'arrivée de la 5G va considérablement accélérer notre communication, les échanges de data, la présence d'objets connectés. Tout le paysage va changer et aura un impact sur le consommateur. Avec la blockchain, la sélection de service sera facilitée sans démarche proactive. Les interactions humaines joueront toujours un rôle important, mais les avancées technologiques doivent être intégrées afin de rester performantes. Nous devons donc redéfinir notre place.

Doit-on déduire qu'en Suisse l'industrie de l'hospitalité est à la traîne côté innovation ?

Si l'industrie hôtelière a certes manqué des occasions et s'est faite rattraper par de nouveaux acteurs issus de start-ups, ce problème n'est pas propre à la Suisse. Les personnes se trouvant dans l'opérationnel n'ont ni le temps ni les ressources de s'intéresser à la disruption. Alors que l'hôtellerie ne doit pas rater le train. Ce village de l'innovation doit justement faciliter cet accès, permettre de créer des échanges entre les diverses industries, stimuler des projets novateurs.

Partout on crée des parcs de l'innovation, des incubateurs

de start-ups. En quoi l'engagement de l'EHL est-il différent ?

Nous ne cherchons pas à entrer en concurrence avec d'autres, mais à mettre les pièces d'un même puzzle ensemble: la recherche et l'entrepreneuriat. Le futur village de l'innovation répond à un besoin. Beaucoup de personnes, notamment au sein de notre réseau d' alumni, se tournent vers nous et attendent qu'on les inspire. Le village apportera de la visibilité, du soutien, un accompagnement. Nous devons trouver un équilibre entre les différents acteurs pour que la chimie opère. Faire vivre cette communauté composée de chercheurs,

de start-ups, de représentants de l'industrie. Nous organiserons des événements pour favoriser ces échanges.

Vous serez responsable à terme de la gestion du village de l'innovation. Comment l'ancienne étudiante de l'EHL que vous êtes, imagine ce lieu ?

Le village définira une nouvelle culture, il s'agira d'un vrai défi culturel. Entre anciens étudiants de l'EHL, nous disons souvent que nous sortons du même moule. Le but consiste

à accueillir des jeunes entrepreneurs, à rester ouvert et à rayonner bien au-delà de notre communauté.

Parlez-nous du volet expérimental du village...

L'auberge du Chalet-à-Gobet sera ouverte au public et servira en vitrine des technologies avec des expositions itinérantes. Une cuisine et plusieurs chambres seront équipées d'outils permettant de faire de la recherche, par exemple de s'interroger sur les facteurs qui influencent la qualité du sommeil.

Comment choisirez-vous les entreprises que vous hébergerez ?

Les entreprises seront sélectionnées par un comité d'experts. Nous retiendrons des start-ups prometteuses qui rejoindront soit notre accélérateur soit notre incubateur. Nous veillerons à avoir une diversité de domaines pertinents.

A partir de quand peut-on parler d'innovation selon vous ?

Je perçois l'innovation comme une capacité de créer pour faire face au changement ou l'initier, que ce soit de façon digitale ou analogue. Cette vision couvre dès lors un spectre relativement large allant de l'incrémental au disruptif. L'incrémental permet de faire de petits ajustements dans des structures existantes moins agiles, alors que le disruptif concerne des structures plus agiles, nouvelles ou capables de se repositionner entièrement. Nous devons mettre en valeur les deux.

Parcours Créer des liens entre industrie et recherche

Winnaretta Zina Singer est responsable du pôle Innovation de l'EHL depuis le mois de mai. Elle a grandi à Monaco, avec des origines anglo-saxonnes du côté paternel et iraniennes du côté maternel. Elle a introduit la notion de key account management au sein de l'EPFL et de l'EPFL Innovation Park où elle a géré des partenariats stratégiques entre la recherche et l'industrie durant plus de 5 ans. Elle a par ailleurs alterné plusieurs expériences entre start-ups et grandes entreprises, dans le management, l'accueil management, la vente et le marketing. Elle est diplômée de l'EHL (1997) et de l'IMD. lg

L'innovation peut-elle se passer de la digitalisation ?

La digitalisation est un passage incontournable dans beaucoup de secteurs mais l'innovation peut également provenir de nouveaux modèles d'affaires ou de l'invention de nouveaux matériaux. La recherche réalise des avancées considérables grâce à des outils digitaux de plus en plus performants. Des start-ups ou des innovations en sont issues. Toutefois l'estime qu'il ne faut pas négliger la valeur de la créativité et de la vision humaine qui ne peuvent pas être remplacées par des algorithmes.

Hospitality Technology Forum
by Milestone

Winnaretta Zina Singer donnera une conférence (en anglais) à l'occasion du premier Hospitality Technology Forum by Milestone (HTF), le 5 juillet au Trafo de Baden. Cet événement réunira des experts en digitalisation et en innovation ainsi qu'une vingtaine de start-ups. Celles-ci se confronteront sur scène lors de «Start-ups battles». Le public et le jury seront invités à voter. Inscriptions sur: htf-zuerich.com

Faire trempette avec Roland Jaccard

Le nouveau guide de Lausanne Tourisme invite à dévaler ses pentes et à se rafraîchir dans ses eaux. «The Lausanner» défend sa position d'«insider».



Le nouveau guide de Lausanne Tourisme.

ldd

«Gamin, j'allais tous les jours à la piscine de Montchoisi avec ma bande d'amis. On aimait passer de la musique sur le gros jukebox, nager dans les vagues et sauter du plongoir de 10 mètres.» Roland Jaccard, écrivain, ancien journaliste et surtout, grand amateur de piscine, confie ses souvenirs dans le nouveau guide de Lausanne Tourisme. «The Lausanner» donne la sensation à ses lecteurs et à ses visiteurs de devenir un citoyen des rives du Léman.

Pour ce premier numéro (deux numéros par an sont prévus), la publication invite à goûter à la température de l'eau du lac, à se prélasser sur ses plages, à lézar-

der sur les pelouses de ses piscines. Lausanne Tourisme assume un numéro «largement subjectif». Il se veut un moyen de transmettre des bons tuyaux, de (re)découvrir la ville sous un angle inattendu, comme cette promenade le long de la rivière du Flon. Le guide donne la parole

à ses résidents. En suivant les conseils de Sofia Clara, blogueuse et cofondatrice du restaurant Le Pointu, nous irons manger une glace à la Folie Voltaire, au Parc de Mon-Repos. Alors qu'en compagnie de Laurence Vinclair, directrice des Docks, nous nous rendrons dans l'ancien quartier industriel Sévelin-Sébeillon visiter les magasins de design avant de filer au théâtre Sévelin 36.

Ce guide répond à la stratégie de l'OT de renforcer le tourisme de loisirs. «Lausanne se profile comme une ville énergique, tendance et dynamique. L'esprit lausannois représente un attrait indéniable pour les visiteurs et Lausanne Tourisme se donne pour mission de faciliter l'immersion de ses hôtes dans l'écosystème lausannois», explique Steve Pasche, directeur de Lausanne Tourisme. Le guide est tiré à 40 000 exemplaires, en français et en anglais. Car les expatriés font également partie de son public cible. lg

Les gens

Hôtelier passionné de gastronomie, il reste au sommet

José Silva (photo) n'a pas tardé avant d'imposer sa touche, ses visions de la gastronomie à la tête du groupe hôtelier Jumeirah, basé à



ldd

Dubaï. Il vient de débaucher l'américain **Michael Ellis**, charismatique patron du Michelin Monde qui le rejoindra en septembre comme «Chief Culinary Officer». La passion de José Silva pour la gastronomie était déjà éclatante lorsqu'il dirigeait le Four Seasons Hôtel es Bergues, à Genève. Sa nouvelle mission sera de doubler le nombre de restaurants de Jumeirah.

Un jeune chef ambassadeur de tradition italienne



ldd

Andrea Gaia vient de prendre les rênes de l'Accademia, le restaurant italien d'Angleterre et résidences à Lausanne. Ce jeune chef de 34 ans ans a suivi un parcours à travers des grandes maisons. Dès l'âge de 15 ans, il construit son savoir-faire sur de solides bases et vit dès le début de sa carrière une expérience internationale qui le conduira chez des étoilés Michelin en France et en Italie. A Lausanne, il proposera une cuisine italienne dans la pure tradition, notamment les pâtes de sa grand-mère.

Le président dit: «Sans hésiter. Naturellement.»

Pierre-Alain Morard, directeur de Fribourg Région et nouveau président de Swiss Wine Promotion, vient de présenter la stratégie



Melanie Barton

2018-2021 de l'organe de promotion du vin suisse. Il la qualifie d'audacieuse et pense qu'elle donnera une tonalité unique au vin suisse. «Notre ambition est de valoriser cette richesse de terroirs et de cépages, de raconter les histoires extraordinaires de nos crus», dit-il. Avec comme nouveau slogan: «Les vins suisses. Sans hésiter. Naturellement.» aca

Le sens des affaires en mode cool

Le Montreux Jazz Festival débute demain avec un partenariat hôtelier inédit. Son directeur Mathieu Jatton revisite la magie du Palace, ce «poumon artistique».

ALEXANDRE CALDARA

On va tenter de décrypter ce qui singularise Montreux sur la carte touristique du monde. Alors que le Montreux Jazz Festival commence demain, il lance ce que Christoph Sturny, directeur de l'office du tourisme, appelle les «Big Months» qui permettent à Montreux Riviera les belles années de concrétiser 10 000 nuitées. On caresse le sentiment qu'ici rien ne se passe comme ailleurs. Parce que rien n'éloigne des mêmes qui sautent d'une plateforme en bois devant une pancarte interdite à la baignade au pied d'une statue de Freddie Mercury; d'une tache d'encre de Vladimir Nabokov planquée dans un tiroir d'une suite du Montreux Palace. D'ailleurs Claude Nobs, le fils de boulanger travaillant à l'office du tourisme devenu inventeur du Montreux Jazz Festival (MJF), détestait le mot impossible.

Une rencontre avec Claude Nobs à cinq heures du matin

Quand on rencontre Mathieu Jatton et qu'on lui demande de choisir son coin préféré du Fairmont Montreux Palace il dit: «Laisse-moi réfléchir.» Respiration. Réflexe malin. Attente. Création d'un mythe. Déjà tout l'esprit insaisissable de Montreux que Christoph Sturny définit ainsi: «Quand je participe à un séminaire avec mes collègues à Malmö et que je leur dis que 25 000 personnes habitent à Montreux, ils rigolent. Eux viennent parfois de bleds autant peuplés. Et là on peut tous se rendre compte du renom incroyable de cette marque...» Mathieu Jatton a réfléchi: «Mon coin préféré du Palace se trouve dans mon jardin, les vieilles chaises de fonte de l'époque. Elles sont ultras lourdes, arrondies avec des rosaces, un peu abîmées, je les ai peintes en bleu ciel, Claude les



Au Montreux Jazz Café, où il aime venir prendre le petit-déjeuner. Mathieu Jatton, directeur du Montreux Jazz Festival, concerté et détendu entre les visages de Jamiroquai et de David Bowie.

Aljoscha Thomas

sentait toujours un peu paumé: «Toujours quelqu'un disait va voir machin.» Et en 1993 machin ce fut... «Je nettoiyais ma dernière table à cinq heures du mat' quelqu'un me tape sur l'épaule... Quelques mois avant j'étais venu lui faire écouter une démo de ma musique jazz rock. Claude me propose de venir l'aider le lendemain à cuisiner pour le patron des Monty Python.»

Une rénovation du centre de congrès jugée nécessaire

Aujourd'hui il qualifie volontiers le Montreux Palace de vaisseau amiral du MJF: «Quel autre festival peut se targuer d'avoir un tel établissement à 50 mètres des salles de concerts? A Glastonbury certains artistes font deux heures de voiture avant de rejoindre leur hôtel. A chaque fois que Quincy Jones revient, il s'exclame «back home». Chaque mur suinte quelque chose d'historique, ça part de Nabokov bien sûr, mais aussi de Ravel, Tchaïkovsky, Debussy. On sent tout cet héritage. Et même la présence de Scott Fitzgerald reste patente dans cette ville.» L'Écrivain américain dans «Tendre est la nuit» écrit: «A Montreux, sur les courts de tennis qui bordaient le lac, les joueurs n'étaient plus que des points d'aiguille. L'atmosphère changeait. Elle exhalait une fraîcheur nouvelle - fraîcheur qui se gonfla, peu à peu, de musique, et lorsqu'ils atteignirent Glion, ils entendirent un orchestre jouer dans le jardin de l'hôtel.» Un livre qui ne connaît aucun succès en 1934 et dont on parle aujourd'hui. Alors quand Christoph Sturny évoque des hôteliers et des acteurs du tourisme qui choisirent de construire un centre de congrès il y a 45 ans, on comprend mieux: «Ils furent des pionniers, il ont pu accueillir le concours de la Rose d'or, l'Eurovision, puis donner naissance au Montreux Jazz Festival.» Certes le discours de Christoph Sturny se veut politique, le peuple devra se prononcer au printemps 2019 sur l'avenir du 2m2c et ses rénovations: «C'est un projet nécessaire pour notre développement.»

Le Festival permet une autre respiration

Retour au Montreux-Palace pour Mathieu Jatton ci-gît le poumon artistique: «Pendant le festival je viens prendre mon petit-déjeuner au Montreux Jazz Café, personne ne prévoit de meetings. Et George Benson qui s'exclame «So happy to be here.»

Mathieu Jatton décrit un monde de la musique où les artistes vivent perdus par des plans de tournées harassants et là Montreux fait la différence: «Lady Gaga voulait rester une nuit, finalement elle a passé cinq jours ici.» Intact le mystère de Montreux. Faites gaffe, pendant le festival vous pourriez croiser Johnny Depp partageant une fondue avec Iggy Pop.

Un pacte d'héritage et d'innovation

Il y a la formule officielle du communiqué: «Accor Hotels, leader mondial dans le domaine du voyage et du lifestyle et le Montreux Jazz Festival dévoilent aujourd'hui un partenariat pour cette 52e édition et destiné à évoluer dans les années à venir.» La manière dont Fabien Gavard-Gaton, responsable Global Sponsorship & Events chez Accor Hotels définit: «Ce partenariat revêt une signification particulière qui traduit un savoir-faire mondial reconnu dans leur domaine respectif; le Montreux Jazz Festival et Accor Hotels ont depuis plus d'un demi-siècle à cœur de s'entourer des plus grands noms et de mettre l'innovation et les nouvelles technologies au service des émotions de leurs clients.» Puis la façon dont Mathieu Jatton raconte ce nouveau Global Strategic Partner entre deux marques nées en 1967 et qui partagent le goût de l'héritage et de l'innovation. «Cela se passe toujours à travers de belles rencontres, celle de Philippe Allanou, di-

recteur d'Accor Suisse à travers son ami Rémy Crégut, directeur du 2m2c. Puis plusieurs entrevues à Paris dont celle de Franck Gervais, directeur général pour l'Europe. Ils se sont vite rendus compte que je dirigeais le festival comme un hôtel et ils trouvaient incroyable tout ce que l'on fait.»

«Conclu en trois mois, alors que cela pourrait prendre trois ans»

Mathieu Jatton et Mélanie Ducret, sa responsable partenariats, découvrent aussi le nouveau portefeuille du groupe: «Loin de l'image des seuls Ibis, Formule 1, Sofitel. Je constate que le Raffles de Singapour que Claude Nobs adorait en fait partie, tout comme Orient Express, une marque qui me fait rêver. Avec Claude qui collectionnait les petits trains, je me dis, évidemment, on va le faire, il faut juste savoir comment.»

Le directeur de MJF pense aussi vite aux zones de regroupement comme les communautés Welcome Fans du groupe hôtelier

et Insider du festival. Et finalement lorsqu'il rencontre Sébastien Bazin, CEO d'Accor à Paris: «Il savait très bien de quoi on parlait, en 20 minutes cela est devenu concret.» Et Mathieu Jatton, enthousiaste, de préciser: «Avec de la passion, on a conclu ce partenariat en trois mois, alors que pour d'autres, cela prendrait trois ans.»

Jusqu'en 1996, le festival était organisé par l'Office du tourisme

Alors dès demain, les festivaliers découvriront la reconstitution de la voiture piano-bar de l'Orient Express avec le compartiment single d'une voiture lit LX datant de 1929 avec des show-cases et un piano mis à disposition du public. La House of Vinyl qui, au Montreux Palace propose, de découvrir 3500 disques, de collection, choisis dans celle de Claude Nobs. Et enfin le Fairmont European Tour Award, une tournée au sein de quatre palaces européens, pour les nouveaux talents du festival.

Il faut rappeler que jusqu'en 1996 le festival était organisé par l'Office du tourisme. En 1999, Mathieu Jatton reprenait le département sponsoring et marketing du Montreux Jazz créé l'année d'avant.

Et depuis 1967, cela fonctionnait comment? «Avec les tripes et le cœur, comme toujours avec Claude», répond Mathieu Jatton. Lui commence par enlever tous les slogans de sponsors et les couleurs de parasols dépareillés. «Je leur ai dit, ce qui vous intéresse c'est l'expérience pas les logos. On a construit la terrasse Nestlé en bois à peine brandée et surtout cool. Chaque partenaire doit rester singulier.» Et tant pis si cela ne fonctionne pas: «Parfois nos démarches émotionnelles ne colent pas, c'est pas grave.»

Pour celui qui se définit comme un gérant de festival, les partenariats répondent à la même logique que les relations avec les artistes ou le public. «Je ne fais jamais rien pour me faire plaisir à moi tout seul.» aka

avait récupérées, elles traînaient dans son garage. J'aime bien ce bout de palace dans mon jardin qui me rappelle la folie de Claude.» Son histoire avec cet hôtel mythique ouvert en 1906, Mathieu Jatton la lie à ses 18 ans, il y effectua des extras pendant qu'il étudiait à l'Ecole hôtelière de Lausanne. J'adorais l'ambiance, on se

Partenariats La hiérarchie à Montreux et les choix sélectifs du groupe Accor

Pour comprendre l'importance du partenariat avec Accor, il faut le restituer. La marque hôtelière devient Global Strategic Partner du Montreux Jazz Festival en remplacement de Jeep. Seul l'horloger Parmigiani figure à ce niveau-là dans l'organigramme.

Ces deux marques restent impliquées sur l'intégralité des activités commerciales à l'année. Il y a ensuite six Main Partners dont les deux Global Strategic. Puis huit co-partenaires et enfin une cinquantaine d'entreprises de toutes tailles partenaires dans la logistique, les transports ou les produits. Puis figure encore un groupe de

partenaires stratégiques qui offrent une plus-value stratégique au produit comme Nagra, Kudelski, la RTS ou Meyer Sound.

Quant à Accor, il dispose d'un partenariat dans le domaine de la musique et du divertissement en nommant la plus grande salle de spectacle de Paris, l'Accor Hotels Arena et en la transformant «en meilleur et le plus complet des acteurs de l'hospitalité.»

Accor a conclu d'autres partenariats dans le monde du sport. Avec Roland Garros, L'Australian Open, La Ryder cup, l'Évian Championship et la Fédération française de golf. aka

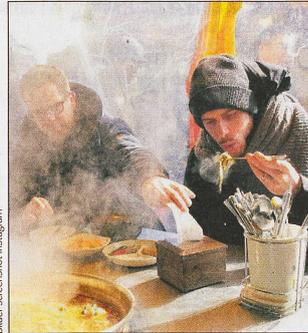
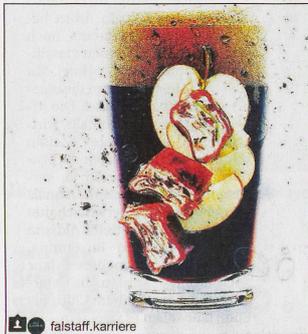
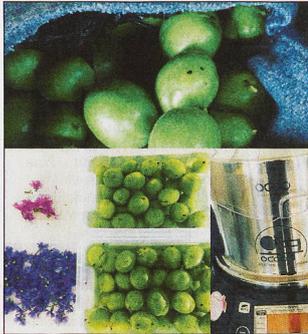
Mehr als Likes und Herzchen ernten

Schöne Fotos? Instagram ist weit mehr. Mit dem Online-Dienst pflegen Gastronomen nicht einfach den «Foodporn», sondern gewinnen auch punkto Marketing und Vernetzung.

FRANZISKA EGLI

Wenn er des Morgens in den Wald geht auf der Suche nach Zutaten für seine ausgeprägte Lokal-Küche, dann ist es gut möglich, dass er im Verlaufe seines Streifzugs sein Handy zückt und «klick-klick» – kurzerhand abdrückt. So entstehen nicht wenige von Frank Widmers Fotos, die er hochlädt auf «parkhuusrestaurant», dem Instagram-Profil seiner Arbeitsstätte, dem Restaurant Parkhuus im «Park Hyatt» in Zürich, und sich später freut ob Likes, Reaktionen und gar Tisch-Reservierungen, die er aufgrund des Posts erhält. Küchenchef Widmer, Anfang fünfzig und folglich kein Digital Native, sondern einer, der der Aufforderung seines Arbeitgebers nachkam, sich bewusster um sein Profil zu kümmern und deswegen extra ein Mini-Studio kaufte für optimal ausgeleuchtete Food-Fotos. Er hat die Vorteile erkannt – und befindet sich damit in bester Gesellschaft: Kaum ein Koch, ein Restaurant, ein Hotel, das nicht mehr oder weniger aktiv ein Social-Media-Profil unterhält und so die Welt an ihrer Welt teilhaben lässt.

Gerade Instagram hat es den Köchen besonders angetan, was naheliegend ist: Der Foto- und Video-Online-Dienst, der zu Facebook gehört, lebt von der Momentaufnahme und lässt – im Gegensatz zu Facebook und Twitter – vorab Bilder sprechen. Das kommt ästhetischen Themen wie der Kulinarik sehr gelegen. Dennoch vermag Instagram weit mehr sein als eine bilderreiche Menüabfolge und kulinarische Inspirationsquelle. Markus Arnold nutzt das Profil seines Restaurants Steinhalle seit der Eröffnung des Fine-Dining-Betriebs im vergangenen September relativ gezielt als Marketinginstrument, etwa in-



♥ Gefällt 84 Mal

@rolf_caviezel Produkte und deren Entwicklung in Szene setzen und die Follower daran teilhaben lassen: Nüsse fermentieren, Bier-Pairing, schwarzes Brot (von o. nach u.).

♥ Gefällt 39 Mal

@parkhuusrestaurant Events und Regionalität promoten: Küchenchef Frank Widmer mit Gastkoch Alain Bossé, ein Gericht des «The Kilted Chef», Bärlauch-Saison (v. o. n. u.).

♥ Gefällt 59 Mal

@steinhallebern Auf Spezialanlässe und letzte Plätze hinweisen: Drinks für den Berner Frauenlauf, Eierkochen zum Brunch, Küchenchef Markus Arnold in Korea (v. o. n. u.).

Instagram «Zeit zum Posten einplanen und strategisch vorgehen»

Dominik Inal, wie sieht der ideale Instagram-Post aus? Das Foto sollte ansprechend und selbstsprechend sein, der Text und die Hashtags müssen zum Foto passen. Das mag jetzt einfach klingen, ist es aber nicht, denn als Koch oder als Betrieb muss man sich im Klaren sein, was man bezwecken, wen man ansprechen will. Geht es um unser neues Menü oder will ich einen Einblick in unseren Alltag geben?

Das ist mehr als schnell mal ein Foto hochladen. Absolut. Wie bei jeder Vermarktung lautet auch hier die Frage: Wer ist unsere Zielgruppe? Das ist auf Instagram – so spielerisch hier manches daherkommt – nicht anders. Es ist erstaunlich, wie bei vielen Posts elementare Informationen

vergessen gehen, die auf einer Homepage selbstverständlich sind, wie beispielsweise, das Standort-Tagging.

Beginnen wir von vorn: Wie wichtig ist die Qualität des Bildes, wie wichtig sind die Hashtags?

Das Foto ist nicht unwichtig, aber es muss je nach Qualitätsanspruch des Betriebes nicht von einem Profi sein, sollte jedoch Inhalt haben. Für die Hashtags gilt: Weniger ist mehr, dafür gezielt eingesetzt, schliesslich dient es der Kategorisierung. Wer ein

Dominik Inal, Social-Media- & Content-Profi im Gastronomie-Bereich, Mitinhaber der Luzerner Agentur Behind the Brands.



veganes Menü anpreist, sollte «vegan» verwenden, ein Allerechts-Hashtag wie «international» jedoch macht selten Sinn. Dasselbe gilt fürs Verlinken mit Influencern und Brands: Es ist wichtig, muss aber authentisch sein und zum Betrieb passen.

Wie oft soll man was posten und zu welcher Tageszeit? Es lohnt sich, die Ressourcen gut einzuteilen und sich etwa täglich eine Stunde Zeit zu nehmen, um einen Post aufzubereiten, aber auch, um selber zu liken. Für den Algorithmus ist es wichtig, dass regelmässig Bilder und Videos publiziert werden. Wer nur alle drei Monate ein Foto postet, muss sich nicht wundern, wenn er trotz 2000 Followern nur noch eine Handvoll Likes erhält. Es empfiehlt sich, strategisch

vorzugehen: Wann präsentieren wir das neue Gericht, wann zeigen wir einen Blick in die Küche, wann etwas vom Besuch bei unserem Metzger, was ein Selfie. So lässt sich verhindern, dass aus Mangel an Alternativen einfach zum nächstbesten Teller gegriffen wird. Punkto Zeitpunkt ist entscheidend, ob man international vernetzt ist.

Nicht wenige Follower geben Kommentare ab. Ist es wichtig, auf diese zu reagieren? Unbedingt, das ist eine Frage der Wertschätzung und kann zugleich als eigenes Feedback-Tool verstanden werden. Dasselbe gilt, wenn der Gast ein Foto aus dem Restaurant oder von einem Gericht postet. Da reicht ein Like nicht, da ist ein «Schön, wart Ihr da» angebracht, denn offensichtlich

hat es ihm gefallen – gibt es ein schöneres Feedback? Durch solche Massnahmen erzeugt man langfristig und nachhaltig eine Kundenbindung.

Und was gilt bei Kritik? Zwingend reagieren, nur schon um zu zeigen, dass man sie wahrgenommen hat. Aber anstelle einer öffentlichen Erklärung reicht ein «Wir melden uns via PN» und dann auf privatem Weg Stellung zu beziehen. Grundsätzlich gilt: Instagram ist Storytelling. Das sieht man bei Spitzenköchen wie Andreas Caminada gut, der seinen Followern Einblick in seine Welt gibt. Und darum gehts: die Follower auf eine Reise mitzunehmen. Früher pflegte man zu sagen: «Tue Gutes und sprich darüber». Das ist heute nicht anders. fe

Neuer Versuch mit Clubhotel

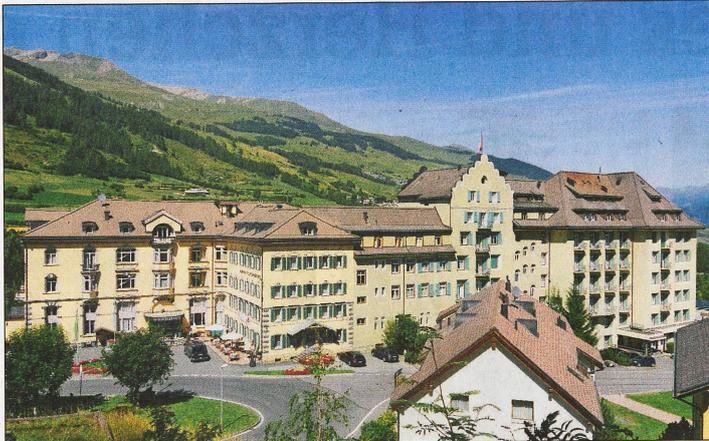
Der «Schweizerhof» in Vulpera wird wieder ein Clubhotel. Trotz dem Scheitern mit der Marke Robinson Club will der Investor diesen nun als Aldiana Club wiedereröffnen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Seit zwei Jahren sind die Türen des «Schweizerhofs» in Vulpera oberhalb von Scuol zu. Erst wollte die Besitzerin, die holländisch-schweizerische Investorengruppe LMEY Investments mit Sitz in Zug aus dem Hotelbau Apartments mit Service machen. Nun hat man es sich anders überlegt und versucht zum zweiten Mal mit Clubtourismus in Vulpera sein Glück: Ein neuer Aldiana Club «mit besonderem Ambiente», wie es in der kürzlich erschienenen Programmankündigung von Aldiana für kommenden Winter heisst, ergänzt zukünftig im Engadin das Portfolio.

30 Jahre lang war der Schweizerhof ein Robinson Club

Zum zweiten Mal, da der Schweizerhof vor der Schliessung im 2016 30 Jahre lang als Robinson Club geführt wurde. LMEY Investments kaufte das Club-Ho-



Vor 120 Jahren als Hotel erbaut, die letzten 30 Jahre bis zur Schliessung als Robinson Club geführt: Der «Schweizerhof» soll Club bleiben und als Aldiana Club wiedereröffnet werden.

tel erst 2014 der Tochter des Tui-Reisekonzerns, dem Robinson Club, ab und führte das Hotel bis zur Schliessung als solchen weiter. Vor allem aus wirtschaftlichen Gründen und aufgrund anstehender Investitionen entschied man bereits ein Jahr später, das Haus zu schliessen. Mit Unterstützung der Bergbahnen Motta Naluns konnte der Betrieb dann noch eine Wintersaison verlängert werden. Rund 50 000 Übernachtungen soll das Clubhotel der Region beschert haben.

Aus den anfänglich geplanten Upgrade-Investitionen wurde nichts.

Investieren will man nun wieder in Vulpera, aktuell sei man in der Projektphase. Nach der Renovation soll das ehrwürdige Jugendstil-Palais dem Club-Gast «viel Raum und Flair für erstklassigen Urlaub in den Bergen bieten», verspricht der Winterprospekt von Aldiana. Was baulich gemacht werden muss und wann das Haus nun als Club wiedereröffnet, sei noch offen, so der

Aldiana-Pressesprecher Michael Mutz. Für die deutsche Aldiana ist es das erste Haus in der Schweiz, der Markt neu.

Warum nun der Clubtourismus im zweiten Anlauf in Vulpera erfolgreich sein soll, dazu kann und will man sich aktuell ebenfalls am Aldiana-Hauptsitz im hessischen Oberursel nicht äussern. Klar ist nur, dass Produkt und Zielgruppe von Aldiana und Robinson Club fast deckungsgleich sind. Doch die Wogen rund um den Frankschock haben sich gelegt und die Konjunktur ist gut. Eine Chance für die Region ist die Wiedereröffnung des Jugendstilbaus mit seinen rund 130 Zimmern auf jeden Fall.

Mit Aldiana bringt man nun die hauseigene Marke ins Spiel

Die Aldiana GmbH gehört der LMEY Investments und dem Reiseanbieter Thomas Cook gemeinsam, wobei LMEY Investments die Mehrheit hält. In Arosa betreibt LMEY Investments noch immer ein mit 4 Sternen klassifiziertes Robinson-Club-Hotel. Mit Aldiana bringt man nun die eigene Club-Marke ins Spiel. Die Aldiana GmbH hat ebenfalls wirtschaftlich schwierige Zeiten hinter sich: Nach vielen verlustreichen Jahren konnten im vergangenen Geschäftsjahr erstmals wieder Gewinne erwirtschaftet werden. Aktuell betreibt Aldiana acht Club-Anlagen in Europa, zwei weitere sollen dieses Jahr noch eröffnet werden. In Österreich führt man einen Club, bis Ende Jahr sollen es zwei sein.

Produkt und Zielgruppe von Aldiana und Robinson Club sind fast deckungsgleich.

Schlafen im Hotelgarten unter Sternenhimmel

Bei den Schweizer Garten-Hotels kann man diesen Sommer erstmals auch im Garten schlafen.

Camping wird in der Schweiz immer beliebter. Um 14 Prozent konnten die Schweizer Campingplätze letztes Jahr die Zahl der Logiernächte steigern. Die Schweizer Garten-Hotels nutzen den Outdoor-Trend: Bei Betrieben der Hotel-Kooperation «Garten Hotels Schweiz» kann man diesen Sommer in lauschiger Garten-Atmosphäre nächtigen. Ohne auf Liegekomfort verzichten zu müssen. Und falls das Wetter nicht mitspielt, ist ein Zimmer im Hotel reserviert. Die teilnehmenden Hotels: Beim Romantik Hotel Bären Dürrenroth schläft der Gast im Kreuzgarten, beim Hotel Schloss Münchenwiler im Kräutergarten, in der Kartause Ittingen im Bubble Hotel und beim Hotel Lindenhof in Brienz im ausfahrbaren Bett auf der Terrasse. Zum Aufenthalt gehören der hauseigene Gin, ein 4-Gänge-Menü und Frühstück. gsg



Bett im Garten: Romantik Hotel Bären Dürrenroth. zvg

ANZEIGE



Sparen Sie Zeit und Geld mit HOTELA+
www.hotela.ch

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Damit Fachkräfte über 50 eine Chance im Gastgewerbe haben, braucht es ein Umdenken – auf Arbeitgeber- und Mitarbeiterseite. Punkto Karriereverlauf, Lohn und Arbeitszeit.

GU DRUN SCHLENCZEK



Ältere Arbeitnehmer sind mit ihrer Kompetenz eine Bereicherung für ein Team. Die Chefposition müssen sie deshalb nicht unbedingt innehaben.

iStock

Der Fachkräftemangel nimmt einen Spitzenplatz auf dem Sorgenbarometer der Hoteliers ein. Besonders viel Potenzial für eine zusätzliche Fachkräftegewinnung sehen Betriebe dabei in jener Arbeitnehmergruppe, die älter als 50 Jahre ist, ergab der frisch gedruckte Analysebericht von Ecoplan zum «Wettbewerb um Fachkräfte» im Auftrag von hotelieruisse (siehe Box). Dass das Potenzial gross ist, lassen auch die Zahlen vermuten: Denn aktuell gehört das Gastgewerbe zu jenen Branchen der Arbeitswelt, in denen der Anteil der älteren Erwerbstätigen besonders klein ist: Gemäss Hochrechnung des Bundesamtes für Statistik lag der Anteil im Gastgewerbe 2017 bei 13 Prozent (siehe Grafik). Zum Vergleich: Im Gesundheits- und Sozialwesen ist der Anteil fast 50 Prozent höher. Eine Branche, in der die körperlichen Anforderungen wohl mit jenem im Gastgewerbe vergleichbar sind.

Körperliche Belastbarkeit checkt man auch bei den Jungen

Die abnehmende körperliche Belastbarkeit älterer Mitarbeiter gerade auf Fachkräftestufe ist im Gastgewerbe eine der grössten Befürchtungen beim Einsatz. «Man muss darauf achten, dass die körperliche Belastung nicht zu hoch wird», betont Clemens Hunziker, Direktor Hotel Schweizerhof Luzern. «Man nimmt eher Rücksicht und verteilt die Aufgaben etwas anders.» Marina Ricklin, HR Consultant bei der SV Group, relativiert jedoch: «Die für die gastgewerblichen Tätigkeiten oft wichtige körperliche Konstitution müssen wir auch bei jüngeren Arbeitnehmenden genau abklären.» Häufiger krank sind ältere Arbeitnehmer gemäss Hunziker jedoch nicht. Aber wenn, dann eventuell länger, musste Matthias von Wyss, Hôtel de l'Aigle in Couvet im Val-de-Travers, erfahren, was sich dann negativ aufs Krankentaggeld auswirkte.

Grundsätzlich können aber alle Positionen mit älteren Arbeitnehmern besetzt werden, meint Hunziker. Lebensstil und Lebenserfahrung der älteren Generation machen diese für manche Einsatzorte sogar besonders geeignet. Beispiel Service: Dagmar Weber, Direktorin des Hard Rock Hotels in Davos, setzt ältere Mitarbeitende gerne im Frühstücksservice ein. «Die sind morgens ausgeschlafen und verbreiten so

50plus: Karriere ist nicht alles

gute Morgenstimmung.» Auch Matthias von Wyss betont, dass Ältere oft «mehr bei der Sache sind». Familien- und Beziehungssorgen haben sie meist schon hinter sich. Auch manche Kaderposten besetzt Dagmar Weber bewusst mit Berufserfahrenen. Wie die Leitung des Housekeepings oder des neuen Spas des Hotels,

Berufliche Vorsorge Kein Beitragsanstieg mit dem Alter

Die Sozialleistungen, welche Betriebe für ältere Arbeitnehmer entrichten müssen, sind ein oft angeführter Grund, diese nicht zu engagieren. Im Gastgewerbe besteht hierfür jedoch kein Anlass: Gemäss Artikel 27 des Gesamtarbeitsvertrages des Gastgewerbes wird für Mitarbeitende nach Vollendung des 24. Altersjahres für die berufliche Vorsorge (zweite Säule) ein Beitrag von mindestens 14% des koordinierten Lohnes erhoben. Eine Unterscheidung nach Alter ist nicht vorgesehen. gsg

l-gav.ch

der kommenden Winter eröffnet: «Für solche Stellen braucht es eine gewisse Lebenserfahrung.» Diese tue generell dem Team im Hard Rock Hotel gut: Weniger wettbewerbsorientiert und gelassener sorge die ältere Generation für den inneren Zusammenhalt. Für Matthias von Wyss ist das Alter sekundär, er will primär Mitarbeitende aus der Region.

Für die 50plus müssen die Arbeitsplätze flexibler gestaltet werden

Clemens Hunziker rechnet damit, dass aufgrund der Arbeitsmarkt- und demografischen Entwicklung mittelfristig fast jeder dritte Mitarbeitende über 50 Jahre alt sein wird. Heute beträgt der Anteil in seinem Hotel 18 Prozent. In den öffentlichen Restaurants und Sorell-Hotels der ZFV-Unternehmungen gehören 21,6 Prozent der Mitarbeitenden der Generation 50plus an. Überdurchschnittlich viele ältere Mitarbeitende finden sich in der Gemeinschaftspflege: Rund 27 Prozent der Mitarbeitenden von SV Schweiz sind über 50 Jahre alt, bei den

nutzen kann. «Mehr Mut für Teilzeit und vor allem auch für Wiedereinsteiger», fordert Clemens Hunziker. 30 Prozent seiner 50plus-Mitarbeitenden würden Teilzeit arbeiten. Die Bedeutung einer flexiblen Arbeitsplatzgestaltung unterstreicht auch Yvonne Seitz, Head Diversity & Employer Attractiveness bei AXA: zum Beispiel indem man die Möglichkeit bietet, stufenweise das Arbeitspensum zu reduzieren, wobei das auch als erhöhter Ferienanspruch umgesetzt werden könne.

«Man muss sich von der Idee trennen, am Ende der Karriere am meisten zu verdienen.»

Marina Ricklin SV Group

Stufenweise Arbeitspensum senken – für mehr Lebensqualität

Solche Lösungen erhöhten die Attraktivität des Arbeitgebers und ermöglichten den Zugang zu sehr gut Qualifizierten, die sonst vielleicht in anderen Branchen wirken würden. «Wenn ein Arbeitgeber nicht auf die Bedürfnisse älterer Arbeitnehmer eingeht, bricht ihm ein grosser Brocken an Mitarbeiterpotenzial weg», so Yvonne Seitz.

Es gäbe tatsächlich sehr viele tolle ausgebildete 50plus, die nach der Familienphase wieder eine feste Anstellung suchen, beobachtet Clemens Hunziker. An Bewerbungen der älteren Generation würde es ihm nicht fehlen, aber oftmals passen dann Vorstellungen der Bewerber und sein Bedarf nicht zusammen: «50plus sind hier oft unflexibel. Sie haben konkrete Vorstellungen vom Jobprofil und wollen weniger Anspruchsvolles nicht mehr machen.»

Es braucht ein Umdenken beim Karriereverlauf, sowohl bei den Arbeitnehmern als auch bei den Unternehmen. Bewerben sich Erstere für Stellen, die unter ihrem Qualifikationsniveau liegen, heisst es seitens Arbeitgeber schnell, sie seien überqualifiziert. Umgekehrt geben sich viele ältere Arbeitnehmer unflexibel auf ihrer Karriereleiter. Bei den für sie infrage kommenden Positionen haben wir dann eher selten Vakanzen, verdeutlicht Hunziker den Mismatch. Entscheidend sei, dass so ein «Schritt zurück» in der Unternehmenskultur gewünscht sei, betont Marina Ricklin von der SV Group. «Wir haben Mitarbeitende, welche in den Jahren vor der Pensionierung im Sinne einer erhöhten Work-Life-Balance ihren Kompetenzbereich oder ihren Beschäftigungsgrad reduzieren.»

Genauso wichtig sei aber, so Marina Ricklin, sich von der Vorstellung zu lösen, dass ein Karriereemphender am Ende der Karriere immer am meisten verdienen

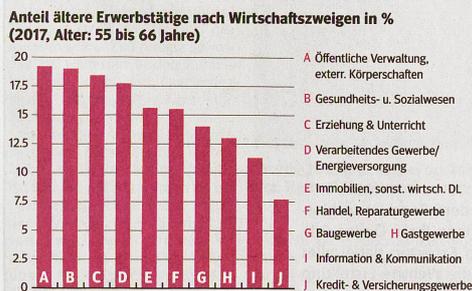
Fachkräftemangel Meinung der Branche gefragt

Ecoplan hat im Auftrag von hotelieruisse den Arbeitsmarkt der Beherbergungsbranche analysiert und Handlungsfelder definiert. Eingeflossen sind die Ergebnisse der Diskussionen von über hundert Hoteliers im Rahmen der Delegiertenversammlung 2017. Brancheninteressierte sind aufgerufen, den Bericht, der auf hotelieruisse.ch aufgeschaltet ist, kritisch zu lesen und Feedback zu geben. Die Rückmeldungen fliessen in die Massnahmenarbeit gegen den Fachkräftemangel ein.

futurehospitality@hotelieruisse.ch

muss. Sowohl aufseiten des Unternehmens als auch aus Sicht des Arbeitnehmers braucht es hier neue Ansätze. Es gehe bei älteren Arbeitnehmenden dann doch eher um Erfüllung und Teamwork als um Karriere und Höchstlöhne, so der Eindruck von Dagmar Weber.

55plus Wenige im Gastgewerbe



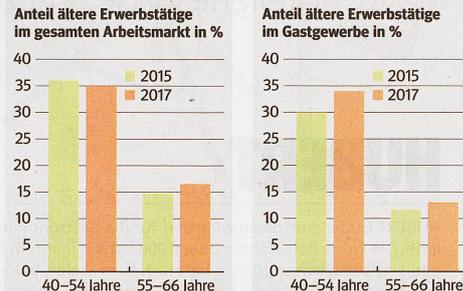
Der Anteil der über 55-jährigen Arbeitnehmer ist im Gastgewerbe vergleichsweise klein, zeigt eine BFS-Hochrechnung. Quelle: BFS/Grafik: htr



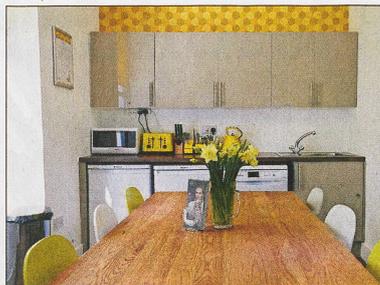
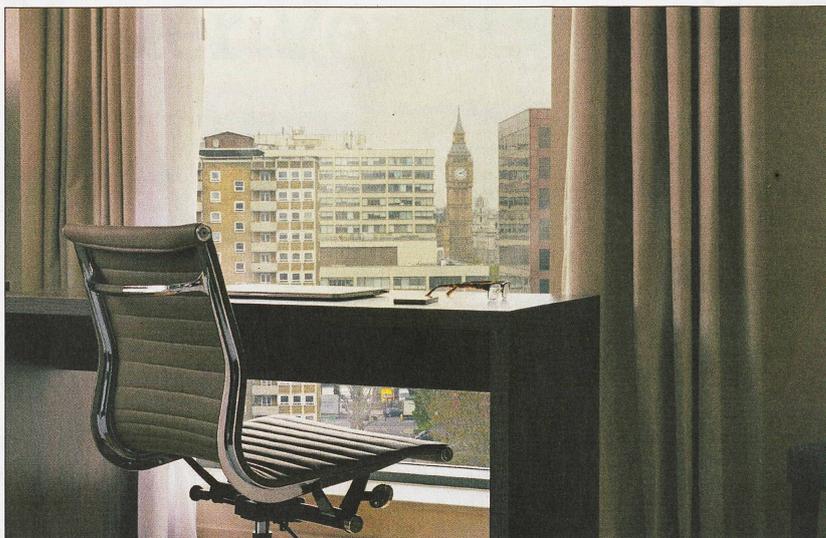
«Mittelfristig wird fast jeder dritte Mitarbeitende über 50 Jahre alt sein.»

Clemens Hunziker Hotel Schweizerhof Luzern

Zunahme besonders im Gastgewerbe



Der Anteil der älteren Erwerbstätigen nimmt zu: Im Gastgewerbe sogar stärker als im Gesamtmarkt. Zwischen 2015 und 2017 stieg der Anteil der 40- bis 54-Jährigen um 4 Prozentpunkte. Quelle: BFS/ Grafik: htr



Wohnung im neuen Marlin's Waterloo Apartment-hotel des Serviced-Players Marlin (L. u.). Die Gemeinschaftsküche der Bridge Street Global Hospitality im «Studyo» in Paddington (r. o.).

Bilder: zvg

einem guten Preis eine willkommene Alternative für viele Reisende ist. Für zukünftige «Studyos» wird ein Mix aus kommunaler Küche und «In-room»-Mikroküchen geplant.

Cycas Hospitality wiederum bietet Gästen, die länger als zwei Wochen im Residence Inn London Bridge buchen, ein komplettes Programm an. Die Auswahl ist gross – von Yogasession, kreativen Spaziergängen bis zum gemeinsamen Joggen. Die soziale Vernetzung ist bei einem längeren Apartment-Aufenthalt fast genauso wichtig wie die eigene Küche.

Serviced-Apartment-Player profilieren sich an der Londoner Börse

Einen ähnlich lokalen Charakter propagiert Go Native, die seit einigen Wochen einfach Native heissen. «Warum ein Hotel buchen, wenn Du einheimisch sein kannst» lautet ihr Werbespruch. Die Firma wurde 1998 gegründet und verstand sehr schnell die Anforderungen ihrer Geschäftskunden, die mehr und mehr längere Zeiträume buchen wollten. Der Sektor ist lukrativ, und so baute Go Native seit 2012 selbst Apartment-hotels mit dem Ziel der Vermietung (Build to rent).

Go Native gehört derzeit zu den am schnellsten wachsenden mittelständigen Firmen an der Londoner Börse. 2017 wurde Dalston Works mit 125 Units, davon 102 als Service Apartments, eröffnet. Mitten im kreativen Londoner Osten.

Serviced Apartments Britische ASAP akkreditiert

Eine Klassifikation der Serviced Apartments erfolgt in Grossbritannien durch die ASAP (Association of Serviced Apartment Providers). Die Kontrollreue der ASAP besuchen die Apartments, prüfen alle Aspekte der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes sowie des Angebots bis hin zum Testen der Matratze und dem Prozess der Buchung. Eine Internetkundenwertung wird ebenfalls in das Rating eingearbeitet. Fünf ist die beste Note. Die Akkreditierung der Apartments ist das wichtigste Unterscheidungsmerkmal zu anderen Plattformen wie Airbnb. ks

theasap.org.uk

Alle Apartments sind von Conran Contracts mit Balkon und Zugang zur Dachterrasse designt. Es ist, so die Architekturfirma Waugh Thistleton, das grösste und höchste Massivholzgebäude der Welt und damit wesentlich nachhaltiger als ein Bau aus Beton und Stahl. Aber auch in der Londoner City, im Westend oder im Norden der Stadt ist «Native» mit seinen Objekten vertreten. Immer nah am Business. Allein für 2018 hat Go Native die Eröffnung von drei neuen Aparthotels geplant.

Auch die Londoner Hotels beginnen, ihr Geschäft mit Serviced Apartments zu ergänzen. So befinden sich im Holiday Inn in Stratford auf den oberen Etagen 162 Squarebridge Suites. Ecclestone Square Hotel (die htr berichtete) hat im März ein neues Townhouse für mittel- und langfristige Aufenthalte eröffnet. Buchen kann man die Serviced Apartments nur über das Hotel. Und Marlin, die mit Serviced Apartments angefangen haben, dann ihr erstes Apartment-hotel 2017 in London eröffneten, sind nun dabei, ihr erstes Hotel in Dublin zu bauen.

Big Business in London

In Grossbritannien boomen Serviced Apartments. Anbieter locken mit tieferen Preisen im Vergleich zum Hotel und mit sozialem Anschluss.

KATRIN SINGER

Meine Adresse: 4, Hyde Park Gate. Das klingt cool. Wer so eine Wohnung in London besitzt, muss auf eine lange Familientradition zurückblicken können oder superreich sein. Wer hier lebt, kann gleich morgens früh die Ruhe des Parks geniessen, mittags zu Fuss die besten Restaurants in Knightsbridge besuchen und abends zu hervorragenden Konzerten in die Royal Albert Hall gehen. Die Adresse stimmt, auch der beschriebene Luxus, nur die Besitzverhältnisse sind etwas anders als angenommen.

Die Wohnung gehört keiner Privatperson, sondern Cheval Residencies, die seit 35 Jahren auf dem Markt der Serviced Apartments tätig sind. Sie besitzen in London acht Objekte in den interessantesten und prestigereichsten Gegenden. Ihre Gäste aus der

ganzen Welt, darunter viele Stammkunden, mieten die Apartments, Mews oder Penthäuser für einen Tag, eine Woche, einen Monat. Manche sind seit 20 Jahren nicht ausgezogen.

Die Gründe sind unterschiedlich. Vor allem Familien kommen für eine kürzere Zeit, um ihre Ferien in London zu verbringen, Kunden aus dem arabischen Raum verbringen den Sommer hier, wenn es in ihren eigenen Ländern viel zu heiss ist, viele sind auch in medizinischer Behandlung und deshalb für Monate in London ansässig. Und eben dann ist der Komfort eines schönen Apartments mit Speisezimmer und eigener Küche gefragt. Ein zweites Zuhause. Für alle Apartments gibt es einen 24-Stunden-Concierge-Dienst. Alles andere – wie oft die Bettwäsche gewechselt, wie oft saubergemacht wird – ist Verhandlungssache. Nicht billig aber «value for money», wie immer wieder betont wird. Das Geschäft floriert, Cheval Residencies ist immer wieder auf der Suche nach neuen Objekten.

Doch Luxus muss nicht unbedingt mit der imperialen Vergangenheit verbunden sein. Die international agierende irische Firma Staycity offeriert allermoderndes Design gepaart mit höchstem technischen Standard. Jüngste Eröffnung: das «Wilde Aparthotel» im März im Londoner Westend.

Aber nicht nur das obere Segment der Kunden wird bedient. Eine wichtige Kundengruppe sind die Millennials, Touristen wie auch Geschäftsleute dieser Altersgruppe. Für sie ist es von Bedeutung, Teil der lokalen Community zu sein. Grosse international agierende Unternehmen wie Bridge Street Global Hospitality tragen dem Rechnung. In dem Brand «Studyo» in Paddington hat Bridge Street deshalb kommunale Speiseräume eingerichtet und auf die Küchen in den Apartments, was eigentlich bisher das typische Element der Serviced Apartments (SA) war, verzichtet. Vizepräsident Paul Rands vertritt die Meinung, dass eine geringere Quadratmeterzahl in einer guten Gegend zu



Wachstum Treiber sind Rendite, tiefe Preise und Mehrwertsteuer

Die Serviced-Apartment-Industrie in Grossbritannien hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt. Die Auslastung betrug im vergangenen Jahr 81,7%. Die Zuwachsrate wird 2018 auf 9% veranschlagt. Gemäss der Association of Serviced Apartment Providers (ASAP) sollen allein in diesem Jahr 2000 neue Einheiten eröffnet werden. Und das nicht nur in London, sondern auch in Städten wie Cardiff, Glasgow, Cambridge oder Edinburgh. Ein

attraktives Geschäft für Investoren, so Joyce Cawthorpe von der Serviced-Apartment-Vereinigung ASAP: «Die Personalkosten sind gering, da man kaum mit Speisen und Getränken zu tun hat.» Für den Kunden ist ein Serviced Apartment in der Regel 20% preiswerter als ein Hotel des gleichen Standards, und er bezahlt nur den Service, den er nutzt. Ab einem Aufenthalt von 28 Tagen sinkt zudem die Mehrwertsteuer von 8% auf 4%. ks

Marketing In den proaktiven Verkauf wird viel investiert

Die Businesskunden nehmen einen besonderen Platz in dem Sektor ein. Ob Native, Staycity oder Marlin – alle haben spezielle Accountmanager. Vier Mitarbeitende widmen sich im Marlin den Geschäftskunden. Die Accountmanager agieren sehr proaktiv. Ein Beispiel: Wenn sie sehen, so Corporate Sales Managerin Katie Brown, dass die Auslastung der Zimmer generell zunimmt, werden die Kunden zwei Wochen vor Ablauf ihrer

eigenen Buchung darüber informiert, um ihren Aufenthalt eventuell zu verlängern. Eine nicht seltene Situation, wenn Projekte länger dauern als geplant. Nathan Lovegrove, Sales Direktor von TheSquare.re erläutert, dass jeder Kunde vor der Anreise individuell angeschrieben wird, um noch einmal genau dessen Wünsche festzuhalten. Allein in London sind 75 Mitarbeiter für Fragen der Relocation zuständig. ks

ANZEIGE

Business Partner:

Exklusive Konditionen für Mitglieder von hotelleriesuisse

www.hotelleriesuisse.ch/partner

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

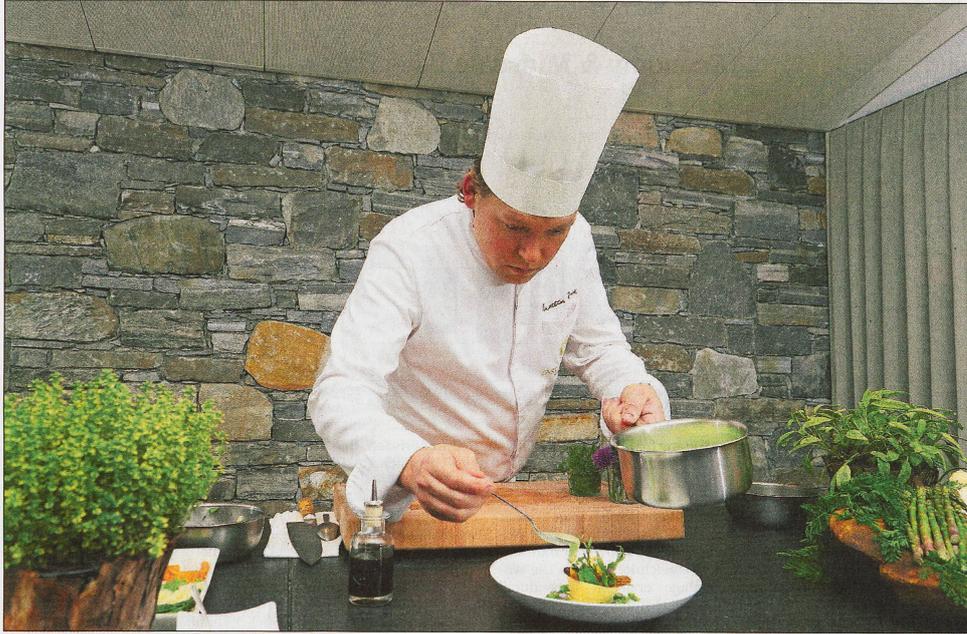
HUBERT

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Die Firma hält ständig über 6000 Artikel in ihrem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit. Neben vielen bekannten Marken bietet HUBERT auch zahlreiche innovative, selbst entwickelte Produkte an.

localsearch

Rund 8000 Kunden vertrauen «My Website», dem Rundum-sorglos-Paket für die professionelle Erstellung und Pflege Ihrer Online-Präsenz. Zum Fixpreis übernehmen die localsearch Experten dabei alles – von der Registrierung der Web-Adresse über die Website-Erstellung bis zum Texten und unbegrenzten inhaltlichen Aktualisierungen.

Pasta-Luxus frisch aus dem Drucker



Mattias Rook vom «Castello del Sole» kochte als einer der Ersten mit Pasta aus dem 3D-Printer. Sein Resümee: ein Luxusprodukt, das willkommene neue Möglichkeiten bietet.

FRANZISKA EGLI

Vorgestellt hat er es sich so: Er fährt hin mit einer Idee – er dachte an eine personalisierte Pasta passend zum Haus, dem «Castello del Sole» – diese wird gemeinsam entworfen, programmiert, gedruckt und wäre flugs parat für die Verarbeitung in der Küche. «Aber als wir da vor Ort waren und uns alles angeschaut haben, war schnell klar: Formen zu kreieren ist gar nicht so einfach. Mehr noch: Das ist ein Luxusprodukt, dessen Einsatz gut durchdacht und durchkalkuliert sein will», erklärt Mattias Rook, Küchenchef im 5-Sterne-Superior-Hotel Castello del Sole in Ascona TI.

Für Rook, mit 17 Gault-Millau-Punkten sowie einem Michelin-Stern gekrönt und eben von Hoteltester Karl Wild zum Hotelkoch

des Jahres 2018 gewählt, ist Pasta immer ein willkommenes Thema. Entsprechend fasziniert zeigt er sich vom italienischen Startup Blu Rhapsody, eine innovative Pasta-manufaktur in Parma, der er im Frühjahr einen Besuch abstattete, wo ein Gerät steht, das in seiner Art weltweit seinesgleichen sucht: ein 3D-Pasta-Drucker. Dessen Prototyp, erfunden vom italienischen Teigwarenhersteller Barilla, wurde 2015 an der Expo Milano 2015 erstmals vorgestellt. Seit September 2017 ist der Drucker nun im Einsatz, mittlerweile führt das Unternehmen zahlreiche dreidimensionale Teigsulpturen im Angebot. Figuren mit Hohlraum wie Körbchen, Kugeln, Amphoren, allesamt Formen halt, die man auf herkömmlichem Weg nicht einfach so hinkommt, und genau dies macht den Unter-

schied: Während Penne beispielsweise, die mittels Druck durch eine Scheibe gepresst werden, minütlich tausendfach ausgespuckt werden, erfolgen die dreidimensionalen je nach Grösse und Komplexität der Figur im Zwei- oder Drei-Minuten-Takt. Dabei «zeichnet» ein Stift einem Tintenstrahl ähnlich mittels hauchdünnem Teigfaden die Form. Das ergibt bestenfalls ein paar Dutzend Stück pro Stunde. «Wenn man dann noch bedenkt, dass erst eine geeignete Form für frischen Hartweizengriesspasteteig programmiert werden muss, dieser einer statischen Konstruktion entsprechen muss, die zudem siedbar ist – spätestens dann ist der Punkt erreicht, wo das Objekt aufhört, Pasta zu sein, und zur Delikatessens wird. Obwohl sein Grundprodukt an den Gekochten sich geschmacklich nicht von klassischer Pasta unterscheidet», resümiert Rook. Kein Wunder, kostet ein Stück je nach Form, Grösse und Entstehungsdauer ab drei Euro aufwärts, «und da sprechen wir von einer Grösse im Apéro-Bereich», ergänzt er. Entsprechend will sein Einsatz gut überlegt sein.

Rook entschied sich für das geflochtene Körbchen mit einem Durchmesser von sechs Zentimetern sowie für kleine Amphore. Die sensiblen Frischeprodukte wurden schockgefroren und umgehend nach Ascona geliefert, wo sie als innovative Kunstwerke die Frühlingkarte des Gourmetrestaurants Locanda Barbarossa ergänzten: Das Körbchen war als «Cesto di pasta e uovo Onsenfester Bestandteil des Degustationsmenüs und wurde angerichtet wie ein kleiner Gemüsegarten, die Amphoren gefüllt mit Carbonara-Espuma und an einem Anlass zur Vorspeise gereicht.

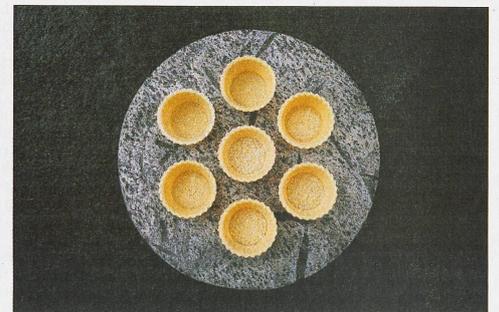
wenige zeigten sich enorm interessiert und «wollten unbedingt den Drucker sehen», lacht er. Manche hätten sich auch kritisch geäussert, etwa was das Produkt – notabene Convenience-Ware im besten Sinn – in der Gourmetküche zu suchen, was dies mit «Handwerk» zu tun habe. «Es ist ein klassisches Rohprodukt wie eine Praliné-Hohlkugel oder eine Mini-Tartelette», pflegte er zu antworten und sieht darin insbesondere für die gehobene Gastronomie durchaus Vorteile: «Diese Technik eröffnet uns ganz neue Welten von der Formgebung über Aromen bis zum Anrichten», schwärmt er und verfolgt die Entwicklung mit grossem Interesse – gleichwohl überzeugt, dass mit der Weiterentwicklung die Preise künftig zwar sinken werden, die 3D-Pasta im Endeffekt aber «ein Luxusprodukt ist – und es wohl auch bleiben wird».

Kollegen zeigten sich beeindruckt – manche übten Kritik

Natürlich gab es zahlreiche Reaktionen – auch wenn die meisten Gäste die Revolution auf dem Teller bewusst kaum wahrnahmen, so doch seitens Kollegen. Nicht

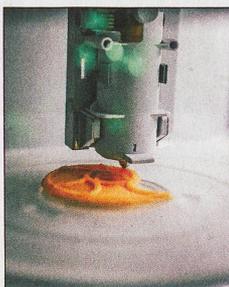
Formen, die der Gastronomie ganz neue Perspektiven und Optionen bieten: Pasta-Fan Mattias Rook hat die Pasta-Körbchen angerichtet wie einen kleinen Gemüsegarten.

Bilder Remy Steinegger



3D-Print Langsame Entwicklung

Was alles mit ihrer 3D-Pasta möglich ist, zeigt die Homepage von Blu Rhapsody eindrücklich: Die komplexen Figuren, die unterschiedlich in Szene gesetzt werden, stellen unter Beimischung andersfarbiger Aromen den Profi in seiner Kreativität nochmals vor ganz neue Herausforderungen. Dennoch steckt die Technik, um die es in letzter Zeit ruhiger geworden ist, weiterhin in den Kinderschuhen. «Seit der Lancierung letzten September verläuft die Nachfrage gut, wenn auch langsam und im gehobenen Segment», heisst es beim Startup selber. Nebst Mattias Rook vom «Castello del Sole» in Ascona würden sie ein paar Sterne-Köche in Italien und in den USA beliefern, das Produkt sei vornehmlich etwas für den Nischenmarkt, so Jacqueline Delgado von Blu Rhapsody: «Auch wenn 3D-Food-Drucker Teil der Zukunft sind: Die herkömmliche Pastaproduktion wird sie nicht ersetzen. Dafür ist das Produkt zu exklusiv».



Wurde 2015 lanciert: «Foodini» von Natural Machines. Naty Creci

Auch für Philipp Binkelt vom Zürcher Unternehmen 3D-Model ist der Markt, der nicht nur Köche, sondern erst recht auch Pâtisseries und Chocolatiers interessiert, weiterhin in der Entwicklungsphase: «Die Nachfrage ist zwar da,

aber die Technik, wonach aus Produkten neue in abgewandelter Form kreiert werden – zum Beispiel Steaks aus Spinat – enorm aufwendig und weit davon entfernt, alltagstauglich zu sein», meint der Inhaber des Startups. Dennoch besteht bereits ein Markt, zeigen Firmen wie Natural Machines mit Sitz in Barcelona, das 2015 mit «Foodini» einen 3D-Food-Drucker lanciert hat, der bei gehobenen wie innovativen Profis etwa Paco Pérez oder Joel Castanyé zum Einsatz kommt. In den Niederlanden sorgt zudem das 3D-Drucker-Unternehmen By Flow für Aufsehen, das per Herbst diesen Jahres gar ein Restaurant angekündigt hat, das vollumfänglich auf Menüs aus dem 3D-Drucker setzen will – Sternekoch und Forschungslabor inklusive. fee

blurhapsody.it
3d-model.ch
naturalmachines.com
3dbyflow.com

ANZEIGE

Die Knipsbox ist das perfekte Foto-Paket für Ihren nächsten Kundenanlass! **Standard Package** ab CHF 389.– mit iPad Viewer, Verkleidungsbox, Online Galerie und Original Fotos. Weitere Infos und Optionen finden Sie auf www.knipsbox.ch oder kontaktieren Sie uns unter info@knipsbox.ch

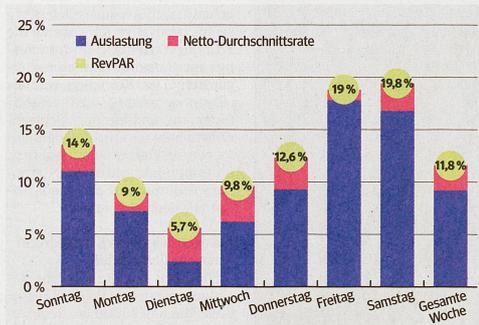
knipsbox.ch
Die Fotobox zum Mieten.

Fachbeitrag zum Thema Kennzahlen

Luxus-Stadthotels mit Weekendplus

Unter der Woche verdienen Schweizer Stadthotels klar mehr als am Wochenende. Ausnahmen sind Luzern und Hotels im gehobenen Segment.

Luxushotels Im Aufwind



Auslastung, Zimmerpreis und RevPAR stiegen bei den Luxus-Stadthotels im ersten Quartal 2018 im Vergleich zu 2017. Quelle: STR

Eine Analyse von STR verschafft einen Einblick in die Ergebnisse von Wochentagen versus Wochenenden in sechs grossen Schweizer Städten. Der betrachtete Zeitraum: das erste Quartal 2018. Die betrachteten Leistungskennzahlen: durchschnittliche Zimmerauslastung, durchschnittlich erzielter Netto-Zimmerpreis (ADR) und durchschnittlich erzielter Erlös je verfügbarem Zimmer (RevPAR). Als grundsätzlicher Trend konnte ein deutlich besseres Ergebnis an den Wochentagen im Vergleich zu den Wochenenden festgestellt werden, wie die Tabelle verdeutlicht.

In Basel konnten die höchsten Ergebnisse an den Dienstagen des ersten Quartals in 2018 erzielt werden. Mit einer Auslastung von 76% und einer Durchschnittsrate (ADR) von 209 CHF konnte ein RevPAR von 159 CHF erreicht werden. Die Samstage hingegen erzielten das niedrigste Ergebnis mit einem RevPAR von 91 CHF, hauptsächlich verursacht durch geringe Auslastung von nur 44%. Dabei ist jedoch zu vermerken, dass im Vergleich zum Vorjahr die Wochentage 8% RevPAR eingebüsst haben, die Wochenenden hingegen durch 7% höhere Auslastung einen RevPAR-Zuwachs von über 1% erzielten.

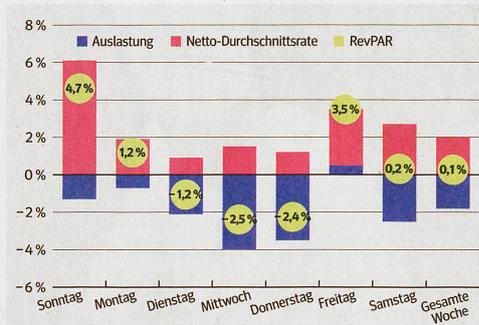
Auch Bern war stärker an den Wochentagen (RevPAR 104 CHF) im Vergleich zu den Wochenenden (RevPAR 74 CHF), wobei die Letzteren im RevPAR mit -8% deutlicher verloren als die Wochentage (-5%). Der grösste Verlust wurde hierbei an Sonntagen

verzeichnet mit einem RevPAR-Rückgang von 19% im Vergleich zum Vorjahrsquartal. Dies ist sowohl auf einen Rückgang in ADR (-8%) als auch der Auslastung (-12%) zurückzuführen.

Genf begann mit einer sehr starken ersten Wochenhälfte (Montag 237 CHF, Dienstag 247 CHF und Mittwoch 241 CHF). Die zweite Wochenhälfte erzielte deutlich geringere RevPAR-Ergebnisse, konnte jedoch im Vergleich zum Vorjahr positive Veränderungen im RevPAR erzielen (Freitag +1%, Samstag +1% und Sonntag +5%).

Lausanne erzielte eine deutliche Verbesserung an den Samstagen (RevPAR +14%) gleichermassen durch steigende ADR (+7%) als auch höhere Auslastung (+7%) erreicht. Damit stiegen die Wochenendergebnisse um +8% im RevPAR, wohingegen sich Wochentage nur um 1% im RevPAR verbesserten.

Economy & Midscale Unter Druck



Economy & Midscale-Hotels: Höhere Zimmerraten, dafür weniger Auslastung im ersten Quartal 2018 im Vergleich zu 2017. Quelle: STR

In Zürich konnten sowohl unter der Woche als auch an den Wochenenden positive Veränderungen verzeichnet werden. Die Wochentage erzielten dies durch Rateswachstum (+2%); am Wochenende konnte sowohl die ADR (+4%) als auch die Auslastung (+5%) gesteigert werden.

Bessere Preise, tiefere Auslastung bei Economy & Midscale-Hotels

Ausschliesslich in Luzern konnte ein ausgewogenes Bild von Wochenenden versus Wochentagen beobachtet werden. Die RevPAR-Ergebnisse lagen gleichermassen bei 79 CHF, wobei die Donnerstage (+6%), Freitage (+6%) und Samstage (+15%) den grössten Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr aufzeigten. Insgesamt entwickelte sich hier das Geschäft an den Wochenenden (RevPAR +10%) deutlich positiver als während der Woche (RevPAR -3%). Auch im Vergleich der verschiede-

nen Hotelklassen ist deutlich erkennbar, dass die Wochentage einen höheren RevPAR erreichen als die Wochenenden. Besonders hervorzuheben sind die Luxury Class Hotels, welche einen 12%-Zuwachs im RevPAR für die Gesamtwoche erreichten. Dies setzt sich aus 10% RevPAR-Wachstum an Wochentagen und 19% RevPAR-Wachstum an Wochenenden zusammen. Die wohl höchsten Ergebnisse wurden an Freitagen (RevPAR +19%) und Samstagen (RevPAR +20%) erzielt, was hauptsächlich auf gesteigerte Auslastung zurückzuführen ist.

Upper Upscale Hotels hatten deutlich gemischtere Ergebnisse mit einem RevPAR-Rückgang von -2% an Wochentagen und einem RevPAR-Zuwachs (+2%) an Wochenenden. Besonders die Wochenmitte verlor deutlich an ADR wie auch Auslastung, mit RevPAR-Resultaten, welche für Dienstag mit -4% auf 192 CHF und Mitt-

woch mit -6% auf 191 CHF sanken. In der Upscale und Upper Midscale Class hielten die Wochenenden auf. Verbesserungen konnten in den Upscale Hotels an Freitagen (RevPAR +4%), Samstagen (RevPAR +0%) und Sonntagen (RevPAR +1%) erzielt werden. Die verbleibenden Tage mussten deutliche Rückgänge verzeichnen, sodass der RevPAR für Wochentage im Vergleich zum Vorjahr bei -3% liegt. Die Upper Midscale Hotels schlossen das erste Quartal mit einem Wochentags-Ergebnis im RevPAR von -7% ab, hauptsächlich verursacht durch niedrigere Auslastung für Montag (-3%), Dienstag (-5%) und Mittwoch (-7%). Auch hier profitierten die Wochenenden von stärkerer Nachfrage, was den Wochenenden einen RevPAR-Zuwachs von +3% einbrachte.

Die Hotels der Economy und Midscale Class erzielten ein RevPAR-Ergebnis im Vergleich zu 2017 von nur +0,1%. Dies liess eine gleichbleibende Performance zum Vorjahr vermuten. Schaut man sich die Ergebnisse jedoch genauer an, ist deutlich erkennbar, dass die gesteigerten Netto-Logisraten einen Einbruch in Auslastung mit sich brachten.

Die hier vorgestellten Daten basieren auf den Ergebnissen aller Hotelbetriebe, die ihre Kennzahlen im STR-Benchmark-Tool erfassen. Die Auswertung für den Markt Schweiz ist in Franken dargestellt.

STR Benchmarking Hotels vergleichen sich mit Konkurrenz

STR ist Marktführer im Benchmarking. Gegründet 1985, verschafft STR Hoteliers weltweit Einblicke, wie sich das eigene Hotel gegenüber der Konkurrenz entwickelt und im Markt positioniert. Dafür fragt STR bei den teilnehmenden Hotels lediglich zwei Zahlen ab: die Anzahl verkaufte Zimmer und den Netto-Logisumsatz. Dank diesen Daten erhalten Teilnehmer einen Bericht mit den Kennzahlen Zimmerpreis, Auslastung und RevPAR für das eigene Hotel sowie ausgewählte Mitbewerber. Für hotelleriesuisse-Mitglieder ist die Nutzung des STR-Benchmarkings kostenlos.

Informationen und Kontakt: hotelleriesuisse.ch/benchmarksales@str.com



Die Autoren

Stefanie Eissner, STR Account Manager DACH & BeNeLux, ist Kontaktperson für Bestandskunden, veranstaltet Trainings zu STR-Produkten und ist bei Messen und Veranstaltungen.

Christian Strieder, STR In-Market Manager DACH, ist Ansprechpartner für Neukunden und Interessenten in der Schweiz, Deutschland und Österreich. Er vertritt STR auf Konferenzen und Veranstaltungen in diesen Regionen.

Auslastung und Zimmerpreis der Schweizer Stadthotellerie im 1. Quartal 2018

Stadt	Wochentage*				Wochenenden**			
	Auslastung	Veränderung***	ADR	Veränderung***	Auslastung	Veränderung***	ADR	Veränderung***
Basel	64%	-0%	221 CHF	-8%	47%	+7%	208 CHF	-5%
Bern	63%	-4%	166 CHF	-1%	51%	-4%	146 CHF	-4%
Genf	71%	-0%	306 CHF	-2%	60%	+2%	237 CHF	-1%
Lausanne	61%	-0%	203 CHF	+1%	41%	+4%	185 CHF	+4%
Luzern	56%	+3%	142 CHF	-6%	55%	+13%	143 CHF	-2%
Zürich	68%	-0%	236 CHF	+2%	60%	+5%	205 CHF	+4%

*Sonntag bis Donnerstag **Freitag und Samstag ***Veränderung gegenüber dem Vorjahrsquartal

Quelle: STR

ANZEIGE

hotelbildung.ch
hotelleriesuisse

hotelleriesuisse CAREER DAY 2018 mit SwissSkills Highlights!



Nutzen Sie die Chance, sich als junge Nachwuchskraft über die Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Hotellerie und Gastronomie zu informieren und praktische Tipps von Branchenprofis zu erhalten!

SwissSkills Highlights:

Profitieren Sie von einem exklusiven Blick hinter die Kulisse der Schweizer Berufsmeisterschaften und sichern Sie sich Ihr gratis Ticket für den Besuch der SwissSkills!

Wann: Donnerstag, 13. September 2018, ab 13.30 Uhr

Wo: Hotel Novotel, Bern

Kostenlose Anmeldung unter: www.hotelbildung.ch/careerday

hotelleriesuisse
Telefon +41 31 370 42 35
bildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch/careerday



Die Expertin weiss Rat

Die neue Meldepflicht hat es in sich



Annette Rupp ist Projektleiterin Rechtsdienst bei hotelleriesuisse. Sie beantwortet an dieser Stelle regelmässig Ihre Fragen.



Offiziell Arbeitslose müssen bei Stellenvergabe neu berücksichtigt werden.

Fotolia

Bereits ab dem 1. Juli 2018 gilt die Stellenmeldepflicht. Was muss ich als Arbeitgeber dabei beachten?

Antwort: Die Stellenmeldepflicht ist die Folge des Verfassungsartikels zur Steuerung der Zuwanderung (Masseneinwanderungsinitiative) und gilt ab dem 1. Juli 2018. Die Stellen sind dem RAV zu melden, unabhängig davon, ob eine Stelle mit einem Inländer oder einem Ausländer besetzt werden soll. Sie schafft einen Vorrang für bei der öffentlichen Arbeitsvermittlung/RAV registrierten Stellensuchenden Personen. Während 5 Arbeitstagen nach der Stellenmeldung beim RAV gilt ein Verbot, die zu besetzenden Stellen anderweitig zu publizieren, dies gilt auch für die eigene Website des Hotels.

Betroffen sind im Gastgewerbe aktuell folgende Berufsarten – unabhängig vom Ausbildungsniveau: Servicepersonal, Küchenpersonal, hauswirtschaftliche Betriebsleiterinnen Empfangspersonal und Portier, Etagen-, Wäscherei- und Economatpersonal. Der Bund bestimmt die betroffe-

nen Berufe jeweils für ein Jahr, erstmals nun bis Ende 2019. Die Stellenmeldepflicht gilt auch für Saisonstellen, selbst wenn nach der Zwischensaison wieder dieselbe Person angestellt wird. Personen, die früher im Betrieb angestellt waren und nach einem Unterbruch der Betriebszugehörigkeit erneut angestellt werden sollen, sind von dieser Ausnahmeregelung nicht erfasst. Die Tatsache, dass Mitarbeitende der vergangenen Saison wiederingestellt werden, begründet keine Ausnahme.

Der Arbeitgeber erhält innert 3 Arbeitstagen nach Meldung der Stelle eine Rückmeldung des RAV zu passenden Dossiers von Stellensuchenden. Selbst wenn das RAV keine passenden Dossiers zustellen kann, darf das Publikationsverbot von 5 Arbeitstagen nicht verkürzt werden.

Der Arbeitgeber prüft die vom RAV übermittelten Dossiers und teilt diesem mit, welche Kandidatinnen und Kandidaten er als geeignet erachtet und zu einem Bewerbungsgespräch oder einer Eignungs-

abklärung eingeladen hat und ob er eine oder einen der Kandidaten angestellt hat. Falls keine der vorgeschlagenen Personen passt, kann der Arbeitgeber dies dem RAV mitteilen, ohne dass eine Begründungspflicht besteht. Die Arbeitgeber bestimmen zwar selbst und ohne Vorgaben, welche Kandidaten sie als geeignet einstufen. Die für die Arbeitgeber geeigneten Personen müssen jedoch zu einem Bewerbungsgespräch oder zu einer Eignungsabklärung eingeladen werden. Die Verletzung dieser Pflicht kann mit einer Busse bestraft werden – genauso wie generell ein Verletzen der Stellenmeldepflicht. Die Stellenmeldepflicht muss gemäss den Vorgaben eingehalten werden.

Folgendes Vorgehen erleichtert die Umsetzung in der Saisonhotellerie:

- ▶ Melden Sie die Stelle gleich nach Abschluss der Saison, so ist das Publikationsverbot für die Stelle bereits abgelaufen, wenn die Stelle in der neuen Saison besetzt werden muss.
- ▶ Falls der bisherige Stelleninhaber für die neue Saison wiederum eingesetzt werden soll, dann können Sie ihn direkt wieder rekrutieren, falls er in der Zwischensaison beim RAV als Stellensuchender gemeldet ist; hier greift die Ausnahmeregelung, dass eine Stelle, die mit einem Stellensuchenden direkt besetzt wird, der beim RAV bereits gemeldet ist, nicht gemeldet werden muss.

Merktblatt von hotelleriesuisse sowie die Liste meldepflichtiger Berufsarten unter: hotelleriesuisse.ch/stellenmeldepflicht

Das jeweils **zuständige RAV** ist abrufbar auf: arbeit.swiss

Für diese Stellen gilt keine Meldepflicht:

- ▶ Stellen, die durch Stellensuchende besetzt werden, die bei einem RAV gemeldet sind. Diese Personen dürfen direkt angestellt werden.
- ▶ Praktikanten von Hotelfachschulen: Stellt das Praktikum einen obligatorischen Bestandteil einer Ausbildung dar, so ist es den Lehrstellen gleichgestellt und die entsprechenden Stellen unterliegen nicht der Meldepflicht.
- ▶ Bei Stellenbesetzungen innerhalb von Betrieben, beispielsweise die Weiterbeschäftigung von Lernenden im Anschluss an eine Lehre oder bei internen Beförderungen oder Reorganisationen, sofern die betroffene Person seit mindestens sechs Monaten im betreffenden Unternehmen beschäftigt ist.
- ▶ Für Beschäftigungen, die maximal 14 Kalendertage dauern (wie Aushilfen über die Festtage). Eine Verlängerung dieser Arbeitseinsätze untersteht jedoch der Stellenmeldepflicht.
- ▶ Wenn Personen eingestellt werden, die mit zeichnungsberechtigten Personen im Betrieb durch Ehe oder eingetragene Partnerschaft verbunden oder mit ihnen in gerader Linie oder bis zum ersten Grad in der Seitenlinie verwandt oder verschwägert sind.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

Telefon 031 370 43 50
(Montag–Freitag, 8.30–12 Uhr und 14–16 Uhr)
E-Mail: rechtsberatung@hotelleriesuisse.ch

Neue Bücher

50 Beizen in den Alpen und im Jura



Weil das Schönste am Wandern das Einkehren ist, hat die Gastro-Journalistin, Buchautorin und passionierte Wanderin Elsbeth Hobmeier ihr neuestes Wanderwerk den Gourmets und Geniesern gewidmet. Für «Einkehren»

hat sie 50 Betriebe aus dem Jura, dem Emmental, dem Berner Oberland, Wallis, Tessin sowie der Südostschweiz aufgesucht und beschreibt diese anhand von persönlichen Porträts. Die geografische wie kulinarische Vielfalt ist enorm: Sie reicht von der Bison Ranch im jurassischen Les Prés-d'Orvin und ihren Bison-Spezialitäten über die legendäre «Suppenalp» ob Mürrin BE mit ihrer herausragenden Holzherd-Kost bis zum Cervo Mountain Boutique Resort in Zermatt, das mit Küchenchef Markus Kösslers edler und mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Koch-

kunst trumpft. Darunter sind so manche Gaumenfreuden, die jeden Umweg lohnen oder gar einen gezielten Ausflug. Stimmungsmässig schön eingefangen und ins rechte Licht gerückt hat die Betriebe der junge, talentierte Solothurner Fotograf Tim X. Fischer. Die Texte sind versehen mit praktischen Infos zu Anreise und Öffnungszeiten, dazu kommen passende Vorschläge für kleinere oder grössere Wanderungen. fee

Elsbeth Hobmeier, **Einkehren. Die 50 besten Beizen in den Schweizer Alpen und im Jura**, AT Verlag, 224 Seiten, ISBN 978-3-03800-976-4, CHF 36.90

1279 Alpbeizli, Buvettes und Grotti



Bereits in der 13. Auflage ist Richi Spillmanns legendärer «Berg-Beizli-Führer». Seit bald 30 Jahren gilt der Guide als ultimativer Leitfaden vieler Wanderer und Biker, die den Genuss lieben, aber auch Profis schenken dem kom-

pakten Büchlein gerne ihre Aufmerksamkeit – bietet es doch einen breiten, stets aktuellen Einblick in die Welt der hiesigen Bergbetriebe: Alle zwei Jahre testen Spillmann und sein Team die Bergrestaurants, Alp- und Bergwirtschaften, Buvettes, Métairies und Grotti in der ganzen Schweiz. In der neusten Ausgabe ergibt dies die stolze Zahl von 1279 Einträgen. Seit der letzten Ausgabe im Jahr 2016 sind 62 neue Adressen hinzugekommen, davon 14 in der Westschweiz, eine im Tessin sowie 47 in der Deutschschweiz. Für die Betriebe ist der Eintrag kostenlos, jedoch sind die Auf-

nahmekriterien relativ strikt: Sämtliche aufgeführten Lokale müssen an Wander- oder Höhenwegen sein. Spillmann fällt auf, dass immer mehr selbst produzierte Hausspezialitäten zum Zuge kommen. Diese werden im Führer besonders gekennzeichnet. Und: «Die Gastfreundschaft in den Betrieben hat sich nochmals gesteigert.» fee

Richi Spillmann, **Berg-Beizli-Führer 2018/2019**, Spillmann Verlag, 492 Seiten, ISBN 978-3-9524943-0-1, CHF 39.–

Die Bücher sind erhältlich auf hotelleriesuisse.ch/buchshop

ANZEIGE

Eine zuverlässige und sparsame Kälteanlage erhalte ich dank der Leistungsgarantie...
...und profitiere von den Förderbeiträgen von ProFrio und KLIK!
www.oeffizientekaelte.ch

energieschweiz
Unser Engagement: unsere Zukunft.

klik Stiftung Klimaschutz und CO₂-Kompensation KLIK

ProFrio
ProFrio – das Förderprogramm für energieeffiziente Kälteanlagen

SVK Schweizerischer Verein für Kälte- und Kryotechnik
ASF Association Suisse du Froid
ATF Associazione Ticinese Frigoristi

Die Gemüseschneider Varimat Inox & Varimat Inox Gourmet

Mit den Gemüseschneidern Varimat Inox & Varimat Inox Gourmet von der Rotor Lips AG aus Uetendorf werden Sie in ein neues Zeitalter des Gemüseschneidens katalysiert. Die Technik – ein in Uetendorf hergestellter Hochleistungsmotor gibt den Power an die aus INOX gefertigten Schneidwerkzeuge weiter. Beide Maschinen sind natürlich mit variabler Drehzahl ausgerüstet, damit Ihnen das Schneiden von hartem und weichem Gemüse optimal

gelingt. Dank diesen leistungsstarken, robusten Maschinen mit Grossschacht und Gurkenstützen sind Sie bestens gerüstet für die tägliche Arbeit.

Der Varimat Inox vereint unbegrenzte Anwendungsmöglichkeiten, Produktivität, Hygiene und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis – Swiss Made.

www.RotorLips.ch



Eier aus Freilandhaltung als «free range» von EIPRO

Für alle Profi-Köche, Gastronomen, Grossverbraucher als auch Bäcker und Konditoren, die auf Eier aus Freilandhaltung setzen: Es gibt sie nun auch als Eiproduct. Unter dem Label «free range» bietet EIPRO grösste Sicherheit und Top-Qualität für conveniente Eiproducte, hergestellt aus Freilandeiern.

EIPRO bietet unter dem Label «free range» ein Eiproducte Sortiment an, das exklusiv aus Eiern von Legehennen in Freilandhaltung hergestellt wird. Die Range für den Einsatz im Profibereich umfasst die Varianten Vollei, Eigelb und Konditor Eiweiss PLUS. Die «free range» Produkte haben selbstverständlich alle bewährten EIPRO Vorteile: Maximale Produktsicherheit ohne Zusatz von Farb- und Konservierungsstoffen oder Geschmacksverstärkern, zugleich gelingsicher und einfach zu handhaben. Das Konditor Eiweiss PLUS zeichnet sich zudem durch höchste Aufschlagfähigkeit, optimale Stabilität, längere Verarbeitungszeiten und eine stabilere Konsistenz aus. Die flüssigen Eiproducte sind schonend pasteurisiert und aseptisch in wiederverschliessbaren Tetra Bricks bzw. Bag-in-Box abgefüllt.



www.eipro.de



Rundum versorgt mit Pistor Care.

sturti/Getty Images

Rundum versorgt mit Pistor Care

Pistor Care versorgt Alters- und Pflegeheime sowie Spitäler mit einem umfassenden Sortiment, kompetenter Fachberatung und zuverlässigem Lieferservice. Pistor bringt alles in einer Lieferung – von medizinischem Verbrauchsmaterial über Lebensmittel bis hin zu Non-Food-Artikeln.

lösungsorientiert und mit viel Herzblut. Dank des lösungsorientierten Services von Pistor arbeiten Heime und Spitäler effizient und kostensparend. Pflegeabteilung, Hauswirtschaft und Küche profitieren von optimierten Beschaffungsprozessen – von der Bestellung bis hin zur Abrechnung.

volle Zusammenarbeit in der Versorgung ist unabdingbar. Das Pistor Care Fachberatungsteam begleitet von der Testphase eines Produkts über die reibungslose Einführung bis hin zu dessen täglicher Anwendung. Gut beraten mit dem Pistor Care Fachberatungsteam.

Effiziente Lösung mit Herz
Das Pistor Care Fachberatungsteam verfügt über einen medizinischen Hintergrund, berät

Partnerin für das Inkontinenzmanagement
Inkontinenz ist eine Herausforderung für alle. Eine vertrauens-

Jetzt Kontakt aufnehmen: Tel. 041 289 89 89 oder care@pistor.ch.

www.pistor.ch

Spot an!

Brauen zupfen, Wimpern tuschen, Lidstrich nachziehen – für den perfekten Auftritt braucht es eine optimale Vorbereitung. Dafür gibt es einen cleveren Helfer: Er reagiert auf Nähe und setzt jedes Gesicht ins beste Licht – der Sensorspiegel von Keramikland.

Im Bad herrschen oft nicht die besten Lichtbedingungen. Detailarbeiten am Gesicht oder das Einsetzen von Kontaktlinsen unter kurzsichtigen Bedingungen sind dann Glückssache. Mit einer 5-fach-Vergrößerung und einem automatischen Ringlicht wirkt der Sensorspiegel von Keramikland der schlechten Sicht entgegen. Sobald Sie sich dem Spiegel mit Ihrem Gesicht nähern, schaltet sich sein Ringlicht automatisch ein. Entfernen Sie sich wieder, schaltet sich das Licht aus. Die Helligkeit lässt sich durch Touch-Bedienung einfach regulieren. Der Spiegel ist kabellos benutzbar und entsprechend mobil und flexibel. Aufladen lässt er sich einfach per USB-Kabel. Der elegante Sensorspiegel aus Edelstahl hat einen Durchmesser von 20 cm. Promotionsangebot vom 1.6.–31.8.2018: 191.– statt 239.95, Preis in CHF und inkl. MwSt.

www.keramikland.ch



Reagiert auf Nähe und setzt jedes Gesicht ins beste Licht.

Mit gutem Gewissen in die Federn

Mit der Zertifizierung seines gesamten Programms an Feder- und Dauneprodukten nach den strengen Kriterien des Gütesiegels «Downpass» setzt der Laichinger Hotelwäsche-Spezialist Wäschekrone ein klares Statement zum Thema Nachhaltigkeit. Der Downpass dokumentiert die ethische Beschaffung von Daunens und Federn von Enten sowie Gänsen, die als Füllmaterial eingesetzt werden. Unter anderem sind Käfighaltung und Stopf untersagt, zudem dürfen Daunens und Federn nicht vom lebenden Tier gewonnen werden. Neben diesen Kriterien wird überprüft, ob Qualität und Zusammensetzung der Füllung den Angaben der Hersteller und den gültigen Kennzeichnungsvorschriften (z. B. DIN EN 12934 oder vergleichbare nationale/internationale Kennzeichnungsvorschriften) entsprechen. Ein wesentliches Qualitäts-Kriterium dabei ist, dass der auf dem Etikett angegebene Anteil an Daunens und Federn korrekt ist.

Mit der Einführung des Gütesiegels Downpass steht das Bett-



Daunen- und Federbetten «Downpass».

wäsche-Programm von Wäschekrone aus hochwertigen Daunens und Federn nicht nur für ein unvergleichliches Schlafklima und höchsten Kuselkomfort. Hotelgäste können sich nun auch mit einem guten Gewissen in die weichen Federn fallen lassen. Es gibt verschiedene Gründe, die Wäschekrone zu diesem Schritt bewegen haben. Dazu Wäschekrone-Geschäftsführer Hans-Werner Gross: «Zum einen ist es unser Anspruch, unseren Kunden Qualitätsprodukte anzubieten, von denen sie und ihre Gäste gleichermaßen profitieren. Der Downpass steht für höchste Qualitätsstandards, Produktion «Made in Germany» und für Transparenz von der Farm bis zur Fertigung. Darüber hinaus ist nachhaltiges Handeln tief in unserer Unternehmenskultur verankert. Die gilt nicht nur im Hinblick auf Mensch und Umwelt, sondern auch für den Tierschutz. Hier greifen ebenfalls die hohen Standards des Downpass, die die Einhaltung von Schutzvorgaben gewährleisten.»

www.waeschekrone.ch

Impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn
Stv. Chefredaktorin: Laetitia Grandjean
Bongard/lb

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascale Alesch/hpa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Grandjean Bongard/lb; Alexandre Caldera/jaca (Verantwortlicher cheffer

französis); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/og; Gudrun Schlenzcek/gsg (Verantwortliche hotel gastro weltweit); Daniel Stampfli/dst (Verantwortlicher thema); Patrick Timmann/pt

Grafik:

Carla Barron-Scoci/cbs (Verantwortliche); Natalie Siegenthaler/ns; Aljoscha Thomas/at (Praktikum)

Meinung/Leserbriefe:

Gery Nievergelt
Sekretariat: Danijela Bosnjak (Verantwortliche); Anja Peverelli

Korrektur: Paul Le Grand

Milestone Tourismuspreis

Geschäftsführung: Anja Peverelli

Verlag

Leitung: Bernt Maulaz

Assistent: Alain Hänni

Stelleninserate: Angela Di Renzo Costa
Geschäftsanzüge: Michael Müller, Simona Manelli, Yves Golaz (Westschweiz)
hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen

Auflage: 10'926 (WEMF/SW-Beglaubigung 2017)

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

Erlebnis – und Seminarhotel Säntis
CH-9657 Unterwasser
www.beutler-hotels.ch



Anfangsdirektor/in

Träumen Sie von einem modernen 60 Betten Hotel mit Hallenbad, welches Sie mit Know How, Leidenschaft und einem hervorragenden Team selbständig führen, als wär's ihr eigenes Baby?
Führungs- und Fiderioerfahrung sind wünschenswert, obwohl für knifflige Fragen jederzeit kompetente Ansprechpartner erreichbar sind.

Küchenchef/in

Sind Sie motiviert, kreativ, führungssicher und kostenbewusst? Dann erwartet Sie eine grosszügige Küche mit perfekten Arbeitszeiten inmitten einer tollen Bergwelt.

Gastgeberpaar

Verkörpern sie als Paar sogar die beiden Stellen und würden gerne diesen Schritt gemeinsam unternehmen, dann sollten Sie diese „Chance“ packen.
Wir freuen uns auf ihre Bewerbung an: Paul Beutler
Schönenbodenstr. 16, CH-9658 Wildhaus oder
(paul.beutler@beutler-hotels.ch)

43683-13659

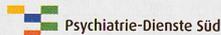
Gastro Express



Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

42638-13474



Praktikantin / Praktikant Hotellerie 100%
Klinik St.Pirminsborg in Pfäfers

Auf www.psych.ch/karriere

finden Sie unser Bewerberportal, unser gesamtes Stellenangebot sowie weiterführende Informationen.



43768-13673

GENEVA LIVE

La Fondation Genève Tourisme recherche un-e Directeur-trice général-e

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à consulter l'offre dans son intégralité sur le site de notre mandataire www.emmenegger-conseils.ch, onglet offres d'emploi.

43751-13670

Bocken

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 18 Seminarräume sowie eine Eventhalle für 200 Personen, 2 Restaurants und weiteren Möglichkeiten drinnen und draussen. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt in einer grossen Parkanlage, von einzigartigen Kunstwerken eingebettet, in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere anspruchsvollen Gäste geniessen internationale Gerichte mit saisonalen Akzenten sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter.

Für unser Receptionsteam suchen wir **per 1. Juli 2018** oder nach Vereinbarung eine/n

Night Auditor (w/m), 40%

Sie betreuen unsere anspruchsvolle Kundschaft mit Freundlichkeit und grosser Servicebereitschaft und sind für die Sicherheit im Hotel verantwortlich. Hierzu gehören Check-in und Check-out, der Tagesabschluss sowie die täglichen Rundgänge durch unsere Häuser.

Wir bieten

- eine positive Betriebskultur und zeitgemässe Arbeitsbedingungen
- hohe Eigenverantwortung und abwechslungsreiche Tätigkeit
- strukturierte Betriebsabläufe und einen modernen Arbeitsplatz

Sie bieten

- Erfahrung im Nachtdienst oder in ähnlicher Position
- Freude im Umgang mit Menschen und ausgeprägte Kundenorientierung
- gute Deutsch- und Englischkenntnisse mündlich (und schriftlich)
- hohes Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit

Sind Sie überzeugt? Dann bewerben Sie sich bitte online unter: www.sv-group.ch/jobs

43777-13676



Über nichts nach frisch.

Für unsere Abteilung Hotel und Restaurant in Zufikon AG suchen wir einen

Verkaufsberater (100%)

Sie haben Erfahrung in der Lebensmittelbranche. Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre alt. Sie können offen kommunizieren und kennen den Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln. Ihre Muttersprache ist Deutsch, weitere Sprachkenntnisse sind von Vorteil.

Ihr Aufgabenbereich:

- Sie bauen sich einen eigenen Kundenkreis auf.
- Sie betreuen Kunden am Telefon.
- Sie unterstützen das Verkaufs-Team aktiv.
- Sie erstellen Kundenofferten.
- Sie führen selbstständig Verkaufsverhandlungen.
- Sie repräsentieren unser Unternehmen.

Wir bieten Ihnen eine interessante, selbstständige Tätigkeit mit zeitgemässer Entlohnung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbung an: Marina Hofmann, bewerbung@bianchi.ch.

43728-13670

Ahaan Thai

THAI STYLE

Wir suchen für die Wintersaison 2018/2019 folgende qualifizierte Mitarbeitende zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gäste aus aller Welt.

Thailändische/n Küchenchef/in und thailändische Spezialitätenköche für unser Restaurant Ahaan Thai

Anforderung:

- Gault-Millau- und/oder Michelin-Erfahrung in thailändischem Restaurant

Bewerbungen an jobs@aroskopulm.ch



***** CHARMING SINCE 1882
AROSA KULM HOTEL & ALPIN SPA
Innere Poststrasse · CH-7050 Arosa
Fon +41 (0)81 378 88 07 · Fax – 89
jobs@aroskopulm.ch · www.aroskopulm.ch

43757-13672

BRING YOUR OWN DEVICE

BYOD steht für «Bring Your Own Device» – oder zu gut Deutsch «Bring dein eigenes Gerät». Dieser Grundsatz gewinnt als Konzept für die digitale Ausstattung von Schulen rasant an Bedeutung. Alle Lehrpersonen und Studierenden bringen einfach die eigenen Smartphones, Tablets oder Laptops mit, die sie ohnehin schon besitzen. Doch ist es wirklich so einfach?

Was genau ist mit Gerät gemeint? PC, Notebook, Tablet, Smartphone, Smartwatch oder Handy? Und welches Betriebssystem darf es denn sein? Windows, Mac OS, Linux, Android, iOS oder gar noch etwas anderes? Die Anwendungssoftware lasse ich der Einfachheit halber schon mal weg, sonst würden die Kombinationen ins Unendliche steigen.

Betrachtet man das Video «Der digitale Schüler», soll es in Zukunft keine Rolle mehr spielen, welches Gerät in die Schule mitgenommen wird. Damit dies auch wirklich so sein könnte, müssten die folgenden Bedingungen erfüllt sein.

- Es gibt nur noch ein Betriebssystem
- Es gibt keine parallelen Versionen

► Alle Anwendungen sind rückwärtskompatibel
Schon beim ersten Punkt wird klar, dass ein mittleres Weltwunder passieren müsste, damit dieser Fall eintreten wird. Diese Wahrscheinlichkeit tendiert heute schon gegen Null. Betrachtet man noch die Eintretenswahrscheinlichkeit des zweiten Punktes, so ist auch diese praktisch Null. Bei Punkt drei geben Sie mir wohl Recht, wenn ich mir die Wahrscheinlichkeitsrechnung hier erspare. Die ist gleich Null!

Alles kein Problem!

Dies die Antwort der «Experten» auf meine Sichtweise. Zukünftig spielen Betriebssysteme, Versionen und Geräte keine Rolle mehr, da nicht anwendungsorientiert, sondern konzeptionell unterrichtet wird.

Das mag stimmen, aber ich will trotzdem noch Dokumente elektronisch verteilen, Ideen der Lernenden präsentieren und/oder ausdrucken, Arbeiten zusammen erstellen, und dazu braucht es kompatible Hard- und Software.

Das Problem kann auf verschiedene Arten gelöst werden.

- Die Schule hat Reservegeräte – aber wie viele? Kosten-Nutzen-Frage.
- Ich kaufe mir ein neues Gerät. Eher nicht wahrscheinlich.
- Die Schule nutzt nur Software, die auch mit alten Betriebssystemen funktionieren. Funktionieren auch die Neuesten? Die Schule gilt als rückständig.

Welche Lösung auch gewählt wird – es befriedigt keine so richtig. Bis also «BYOD» wie gewünscht funktioniert, werden noch ein paar Jahr(zehnt)e ins Land ziehen.



Daniel Schwarz
Dozent für Informatik an der Hotelfachschule Thun
taos.ch

STELLENINSERATE AUF HOTELJOB.CH

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Betriebsassistent	Active Gastro Eng GmbH	ZH	job4074450
Gerant	Ospena AG	ZH	job4062752
Gastgeber	Pizolbahnen AG	O-CH	job4062231
Restaurant Manager	SV Group	SO/AG	job4027914
Betriebs-Assistent/in	Hotel Sternen	O-CH	job4027620
Betriebs-Assistent/in	Restaurant & Bar Havanna	SO/AG	job4027587

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Assistant Cluster Director of Finance	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4068758
Head of Sales	Kongress + Kursaal Bern AG	BE	job4068585
PR-Berater/in	Primus Communications GmbH	BE	job4062334
Head of CRM	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job4056796
Assistent/in der Pflegedirektorin	Hirslanden Klinik St. Anna	LU	job4045901
Mitarbeiter/in Clinic-Administration	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4045661
Director of Human Resources	Radisson Blu Andermatt	Z-CH	job4040268
Sachbearbeiter/in 80%	GastroGraubünden	GR	job4039884
Mitarbeiter/in Administration	Restaurantsbetriebe Jungfrauoch AG	B O	job4033686
Product Manager	Migros Valais	VS	job4027695
Eventmanager	Grand Casino Luzern AG	LU	job3998759
Direktionsassistent	Deltapark AG	BO	job3910633
Sales Executive	Hotel Astoria	LU	job3799243
Director of Sales & Marketing	Schaefer & Partner GmbH	ZH	job3792140
Sales Manager	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3781865
Director of Sales	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job3741861

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Badgefachangestellte/r 40% - 60%	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4045670
Spa & Fitness Manager	Radisson Blu Andermatt	Z-CH	job4040227
Kosmetiker/Spa Therapist	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734904
Abteilungsleiter	Deltapark AG	B O	job3298217

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Rezeptionistin	Hotel Schweizerhaus AG	GR	job1482759
Mitarbeiter Rezeption & Reservation	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job3407896
Teammitglied Front Office	Hotel des Balances	Z-CH	job3660961
Chasseur	Schweizerhof Bern	BE	job3706721
Front Office Supervisor	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734795
Réceptionist/in	Sunstar Alpine Hotel Grindelwald	B O	job3805391
Réceptionsmitarbeiter	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job3837581
Front Office Manager	Park Hotel Vitznau	LU	job3837852
Réceptionist/in	Seminar- und Wellnesshotel Stoons	Z-CH	job3844923
Mitarbeiter/in 60%	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job3887808
Réceptionniste	Astra Hotel Vevey	VD	job3949353
Rooms Division Manager	Active Gastro Eng GmbH	ZH	job3992364
Front Office Manager	Sorell Hotels	ZH	job3999429
Supervisor Front Desk	Lenkerhof gourmet spa resort	BE	job4005173
Rezeptionist/in	Hotel Ibis Baar	Z-CH	job4015722
Direktor/in Front Office	Das Kranzbach Hotel & Wellness-RefugiumDE	job4021344	
Front Office Supervisor	PermServ AG	ZH	job4021417
Rezeptionist/in	HRMaker GmbH	ZH	job4027517
Mitarbeiter Empfang und Kundenbetreuung	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4033553
Night Auditor	Walhalla & Leoneck Swiss Hotel	ZH	job4033588
Rezeptionistin	Hotel Zürcherhof	ZH	job4033759
Rezeptionist	Adia Switzerland	BE	job4033831
Réceptionist/-in	Storchen Zürich	ZH	job4034060
Front Office Mitarbeitende	Hotel Belvoir	ZH	job4039736
Rezeptionist/in	Hotel Luzernerhof AG	LU	job4056621
Rezeptionist	Hotel Seeburg	Z-CH	job4056840
Rezeptionist	frutt Resort AG	Z-CH	job4056877
Rezeption-Seminarmitarbeitende/n	Hotel Bildungszentrum 21	BS	job4062761
Nachtportier	Swiss Heidi Hotel	GR	job4068497
Front Office Mitarbeiter/in	Hotel Schweizerhof Zürich	ZH	job4068541
Rezeptionist 50 %	SV Group	SO/AG	job4068940

Küche

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Chef de Partie	Hotel Bellevue Palace	BE	job2472561
Jungkoch	Landgasthof Schönbühl	BE	job2815881
Chef de Partie Tournant	Sonnmat Luzern	LU	job2922666
Spezialitätenkoch Thai	Hotel Astoria	LU	job3214348
Sous-Chef	Seeblick Höhenhotel	LU	job3223734

Legende:

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

Commis de Cuisine	Renaissance Lucerne Hotel	LU	job3223815
Commis de Cuisine	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	job3298231
Chef de Partie	Hotel Wysses Rössli	Z-CH	job3544006
Commis de Cuisine	Schweizerhof Bern	BE	job3567606
Tournant	Belvédère	B O	job3582751
Demi Chef de Partie	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3625173
Souschef	Brasserie Löwenzorn	BS	job3645841
Commis de cuisine	Hotel Sempachersee	Z-CH	job3675392
Koch	Restaurant & Bar Havanna	SO/AG	job3675662
Koch	Restaurant Schwendelberg	LU	job3699324
Chef de Partie	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734730
Chef de Partie	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	job3748760
Chef de Partie	Hotel Astoria	LU	job3755247
Küchenchef	Schaefer & Partner GmbH	BE	job3782130
Commis de cuisine	Deltapark AG	B O	job3792334
Commis de Cuisine	Park-Café Kleine Schanze	BE	job3830668
Commis de Cuisine	Hotel Hermitage	Z-CH	job3837346
Chef de Partie Entremetier	Schweizerhof Bern	BE	job3837809
Commis de Cuisine	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3844750
Commis de cuisine	Hotel Bellevue Palace	BE	job3888192
Sous Chef	Titlis Bergbahnen, Hotels & Gastronomie	Z-CH	job3894650
Küchenchef	Restaurant Gifhüttli	BS	job3904217
Koch	Schöpfer Gastronomie AG	B O	job3904627
Koch/Köchin	Haus zur Eintracht	O-CH	job3910623

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Teammitglied Service / Bar	Hotel des Balances	Z-CH	job3214249
Barmitarbeiter	Hotel Astoria	LU	job3214359
Service-Mitarbeiter	Renaissance Lucerne Hotel	Z-CH	job3214386
Service-Mitarbeiterin	Hotel Astoria	LU	job3226871
Servicemitarbeiter	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3333486
Chef de rang	Seminar- und Wellnesshotel Stoons	Z-CH	job3351214
2. Chef de Service	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3399442
Jungsommelier	Park Hotel Vitznau	LU	job3595005
Servicemitarbeiter/in	Gasthof zum Ochsen	BS	job3646134
Servicemitarbeitende	Hotel Sempachersee	Z-CH	job3675031
Stellvertretender Chef de Service	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job3675649
Servicemitarbeiter/in	Restaurant & Bar Havanna	SO/AG	job3675677
Servicefachangestellte	Hotel Holiday Thun	B O	job3692508
Management Trainee	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	job3706508
Service-Mitarbeiter	Ramazotti	BS	job3706525
Restaurantsfachfrau	Landgasthof Schönbühl	BE	job3707402
Chef de Rang	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734743
Commis de Rang	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3782054
Chef de Rang	Central 1	ZH	job3811897
Servicefachangestellte/r	Hotel Alte Post	GR	job3830953
Restaurantsfachfrau/mann	Hotel Hermitage	LU	job3837318
Restaurantsfachfrau/mann	Hotel Schweizerhof Luzern	Z-CH	job3837590
Restaurantsfachangestellte	Park Hotel Vitznau	LU	job3837870
Chef de Rang	MMC Hotel AG / Hotel Ascot	ZH	job3844616
Servicemitarbeiter/in	Swissotel Le Plaza	BS	job3845136
Chef de Rang	Hotel & Restaurant Blausee	B O	job3864319

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Hauswirtschaft	Seerose Resort & Spa	SO/AG	job3119298
Mitarbeiter/in Housekeeping	Seehotel Kastanienbaum AG	LU	job3567568
Leiter Hauswirtschaft	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job3625164
Housekeeping Supervisor	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734812
Allrounder	Swiss-Chalet Merlischachen	Z-CH	job3923053
Zimmerfrau	Hotel Chalet Swiss	B O	job3999281
Assistant Executive Housekeeper	Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	B O	job4015588
Lingerie-Mitarbeiter/in	Universität Zürich	ZH	job4015963
Femme de chambre	Coop Genossenschaft	VD	job4021597
Housekeeping Mitarbeiterin 80%	Hotel Astoria	LU	job4027744
Fachfrau/-mann Hauswirtschaft 70%	Hirslanden AG	BE	job4027923
Mitarbeiter/in	Klinik Belair	SH	job4027934
Housekeeping Mitarbeiter	Walhalla & Leoneck Swiss Hotel	ZH	job4028070
Praktikant/-in Hotellerie	Klinik Hirslanden	ZH	job4040079
Director of Rooms	Radisson Blu Andermatt	Z-CH	job4040197
Zimmermädchen 20 % - 30 %	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4045688

Diverses

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Jobcode
Kinderbetreuung	frutt Family Lodge	Z-CH	job4056868
Assistent Technischer Dienst	Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	B O	job4015997
Allrounder	Hotel Sempachersee	Z-CH	job3675973

hoteljob.ch

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!

STELLENINSERATE

IMMOBILIEN

SVIZZERA ITALIANA



CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO

www.continentalparkhotel.ch

Zur Ergänzung unseres Teams
bieten wir folgende Stelle an:

SERVICEFACH-Mitarbeiter/in

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Edgar Fassbind
Via Basilea 28
CH-6900 Lugano
edgar.fassbind@continentalparkhotel.com

HESSER

Wir verkaufen-vermieten Hotels u. Restaurants und sind die Spezialisten für Marketing u. Betriebsanalysen für bessere Betriebsergebnisse.

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

43878-13466

Bocken:

Unser stilvolles Seminar- und Eventhotel in Horgen hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 18 Seminarräume sowie eine Eventhalle für 200 Personen. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt in einer grossen Parkanlage, von einzigartigen Kunstwerken eingebettet, in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere Gäste geniessen internationale Gerichte sowie den Charme unserer professionellen Mitarbeitenden.

Für unser Küchenteam suchen wir per 1. August 2018 oder nach Vereinbarung eine/n

Commis de Cuisine (w/m), 100%

Sie verstehen es als motivierte Fachperson mit Berufserfahrung, unser junges Küchenteam zu unterstützen. Sauberkeit und Einhaltung der geforderten Standards sind keine Fremdwörter für Sie.

Wir bieten

- sehr hohe Eigenständigkeit mit Aus-/Weiterbildungsmöglichkeiten
- interessantes und spannendes Umfeld mit strukturierten Betriebsabläufen

Sie bieten

- abgeschlossene Berufslehre als Koch/Köchin EFZ
- eine hohe Belastbarkeit und schnelle Auffassungsgabe
- Flexibilität in der Dienstplangestaltung (Abend- und Wochenendeinsätze)

Sind Sie überzeugt? Dann bewerben Sie sich bitte online unter: www.sv-group.ch/jobs

43776-13675

Vallatscha
HOTEL-RESTAURANT
7184 Curaglia
Graubünden

CURAGLIA
AM LUKMANIERPASS

Schönes, umgebautes und saniertes Hotel mit Restaurant und Seminarräumen zu verkaufen.

IMMO DARMS AG
Schulstrasse 46
7130 ILANZ
081 925 41 51
www.immo-darms.ch

43755-13671

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

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



DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit Behinderung.

Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken. Und mit einer Spende Ferien schenken.

PC 40-1855-4

www.denkanmich.ch



Eine Solidaritätsstiftung von Schweizer Radio und Fernsehen.

It's a match.

**Neu mit Matching-Funktion für Inserenten
und Stellensuchende.**

hoteljob.ch

Mehr people unter htr.ch/events

Kaffeepause mit Werner Bernet

«Ein guter Touristiker ist ein Teamplayer, kein Blender»



Werner Bernet, Sie sind seit über 40 Jahren im Tourismus tätig. Was bleibt Ihnen von dieser Zeit beruflich als Highlight in Erinnerung?

Viele interessante und bereichernde Begegnungen mit wertvollen Personen. Aus einer geschäftlichen Beziehung wurde oft eine Partnerschaft, später eine Seilschaft und sogar eine Freundschaft.

Was waren die grössten Herausforderungen zum Beginn Ihrer Karriere?
 Sich als junger Kurdirektor (27) in Wildhaus zu behaupten gegenüber «Dorfkönigen» (meist Hoteliers!) und den Ferienort als professionelles Unternehmen «Wildhaus» zu positionieren.

Sie waren während sieben Jahren Verwaltungsratspräsident der Volkshaus AG. Was hat Sie zum Rücktritt bewogen?

Vor sieben Jahren hatte das Hotel Bern Schulden von 16,3 Millionen Franken. Ich bin als Verwaltungsratspräsident angetreten mit dem Auftrag, die Volkshaus AG finanziell zu sanieren und fit zu machen für künftige Investitionen. Heute steht in der Bilanz: 0 Franken Schulden und ein Cashflow von 3,5 Millionen Franken. Mit einem super Team habe ich meinen Auftrag erfüllt, und mein Nachfolger soll diese Chance nutzen.

Beim Hotel Bern sind demnächst grössere Investitionen geplant. Mit was für Neuerungen ist zu rechnen?

Der Verwaltungsrat hat an meiner letzten Sitzung einen Baukredit von 32 Millionen Franken beschlossen für die Sanierung aller 99 Zimmer, Vergrößerung der Reception und Lounge, Erneuerung der Küche, Angebotserweiterung um sechs Hotelzimmer und zwei Longstay-Rooms sowie den Bau einer Dachterrasse mit Bar als zusätzlicher USP.

Sie sind weiterhin ehrenamtlich tätig als Tourismusexperte bei der Schweizer Berghilfe und dem Stiftungsrat «Ferien im Baudenkmal». Haben Sie noch weitere Projekte für die Zukunft geplant?

Für die Berghilfe und für die Stiftung «Ferien im Baudenkmal» zu arbeiten, macht Spass und ist eine äusserst dankbare Tätigkeit. Zudem habe ich einige Anfragen aus dem Tourismus, die von meiner Erfahrung profitieren möchten.

Was zeichnet einen guten Touristiker aus?

Ein guter Touristiker ist primär ein Teamplayer, und kein Blender. Deren gibt es zur Genüge in unserer Branche.

Mit welcher historischen Person würden Sie gerne Nachtessen?

Ich lebe in der Gegenwart und gebe nicht so viel auf historische Personen. Ein Nachtessen mit dem portugiesischen Mitarbeiter, welcher «der Mann für alles» im Hotel Bern ist, macht mehr Spass... Mit einer St. Galler Bratwurst und Kartoffelsalat.

Wenn Sie als Gast ein Hotelzimmer betreten, worauf achten Sie am meisten?

Für mich ist die «Software» wichtig: der Empfang, die Betreuung und die Dienstleistungsbereitschaft. Kurz: die Seele im Hotel! Auf meiner Bike-Tour vor zwei Wochen habe ich in Einsiedeln, in Willisau, in Langnau und in Thun ebendiese Seele allorts bestens erlebt. Kompliment für die Hotellerie!

Was darf auf keinen Fall fehlen, wenn Sie auf Reisen gehen?

Ganz simpel: Zahnbürste und Lippenpflegestift.

Was war Ihr grösster Fehlentscheid?

Die meisten Fehler im Management passieren meines Erachtens bei der Anstellung von Mitarbeitenden. Ist auch mir einige Male passiert.

Wie erholen Sie sich nach einem anstrengenden Tag?

Mit einer Biketour entlang der Aare; nicht vergiftet, sondern gemütlich mit meinem Trekking-Bike.

Hätten Sie gern einmal ein Jahr frei?

Ich «beherrsche» einige Fremdsprachen, aber keine perfekt. Sich sattelfest auszudrücken und fehlerfrei zu schreiben in einer fremden Sprache, quasi bilingue, wäre ein Challenge.

Welche besondere Fähigkeit würden Sie gerne beherrschen – und warum?

Ich «beherrsche» einige Fremdsprachen, aber keine perfekt. Sich sattelfest auszudrücken und fehlerfrei zu schreiben in einer fremden Sprache, quasi bilingue, wäre ein Challenge.

Was bringt Sie auf die Palme?

Wenn betriebs- und finanzwirtschaftlich gut aufgestellte Projekte mit ideologischen und politischen Argumenten gekillt werden.

Wem würden Sie gerne einmal Ihre Meinung sagen?

Wenn es nicht passt, sage ich jedem/ jeder meine Meinung... Wobei ich als Touristiker gelernt habe, diese Meinung diplomatisch auszudrücken.

Wen bewundern Sie und warum?

Als Reka-Direktor und mit dem Reka-Angebot «Ferienhilfe für einkommenschwache Familien» habe ich alleinerziehende Mütter sehr bewundert, die mit ihren Kindern und mit (sehr) wenig Geld glücklich, zufrieden und strahlend sind.

Was wollten Sie als Kind einmal werden?

Mein Vater war Architekt, und dieser Beruf hat mich fasziniert. Auch als Betriebswirt, als Reka-Direktor und Verwaltungsratspräsident vom Hotel

Bern und «Freienhof» Thun liess mich die Bauerei nicht los, und ich durfte als Projektleiter einige neue Reka-Ferienörter entwickeln und aktiv die Erneuerung der beiden Hotels mitgestalten. Spannende Aufgaben!

Was empfinden Sie als stillos?

Arroganz, Besserwisseri, Machtspiele und Dummheit, gepaart mit Frechheit.

Welchen Jugendstreich vergessen Sie nie?

Zusammen mit meinem einiigen Zwillingbruder haben wir oft viele Menschen in die Irre geführt und «veräppelt».

Welches Buch/Lektüre liegt bei Ihnen auf dem Nachttisch?

Ich bin kein Bücherwurm, auf meinem Nachttisch liegt meist ein ungelesener, interessanter Zeitungsartikel.

Was möchten Sie unbedingt noch erleben?

Ganz simpel: einen romantischen, wunderbaren Sonnenuntergang auf der neuen Dachterrasse des Hotels Bern, die im Februar 2020 eröffnet. og



Werner Bernet auf einer Biketour über die Amdener Höhe (SG) auf 1537 Metern über Meer. zvg

Werner Bernet studierte an der HSG St. Gallen Betriebswirtschaft mit der Fachrichtung Fremdenverkehr. Ab 1974 war er Kurdirektor in Wildhaus und Geschäftsführer der Werbegemeinschaft Oberotggenburg. Ab 1984 arbeitete der gebürtige St. Galler als stv. Direktor und Leiter der Abteilung «Reka-Ferien» bei der Schweizer Reisekasse, ab 1997 bis 2011 übernahm er dort die Direktion. Im Jahr 2004 wurde das Lebenswerk von Werner Bernet mit dem Tourismuspreis MILESTONE gewürdigt. Nach langjähriger Tätigkeit im Verwaltungsrat des Hotels Bern und des Hotels Freienhof in Thun gibt der 68-Jährige nun beide Ämter als Präsident an Corrado Pardini ab.



Werner Bernet (r.) und Daniel Siegenthaler, Direktor des Hotels Bern. zvg



Peter Feuz (l.), Präsident des Verwaltungsrates Schilthornbahn AG, und Christoph Egger, Direktor Schilthornbahn AG.

Generalversammlung Schilthornbahn AG

Wann und wo 15. Juni in Mürren

Gäste 275 Aktionärinnen und Aktionäre

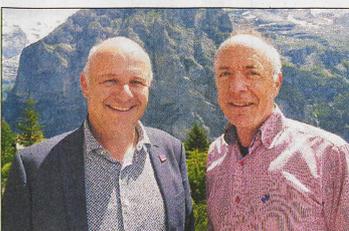
Gesprächsthema Die guten Jahresergebnisse und die Digitalisierung des Bergbahnunternehmens.

Highlight «Bond will be back», versprach Christoph Egger, Direktor der Schilthornbahn AG: 2019 jährt sich die Premiere des Films «Im Geheimdienst Ihrer Majestät» zum 50. Mal. Das Jubiläum wird im Sommer 2019 entsprechend gefeiert.



og Samuel Bichsel (l.), Direktor Mürren Tourismus, und Daniel Sulzer, Direktor Interlaken Tourismus. Bilder Schilthornbahn AG

Sonnige Aussichten für die Aktionäre der Schilthornbahn AG in Mürren



Verwaltungsräte der Schilthornbahn AG: Thomas Baumann (l.), VR-Präsident Altes Tramdepot Bern, und Ralph von Allmen, Hotel Blumenthal Mürren.



Karl Guntern (l.), Präsident Stechelberg Tourismus, und Bernhard Stucki, Leiter Technik Schilthornbahn AG.



Sabine Lüthi, Leiterin Zentrale Dienste Schilthornbahn AG, und Hans-Peter Huber, Leiter Betriebsbüro Schilthornbahn AG.



Adrian Stähli (l.), Direktor Hotel Eiger Mürren, und Ferdinand T. Salverda, Direktor Hotel Alpenruh Mürren.

Sesselrücken

Sven Wassmer wechselt nach Bad Ragaz

Sven Wassmer wechselt ins Grand Hotel Quellenhof in Bad Ragaz und wird dort ab Juli 2019 gleich für zwei Restaurants verantwortlich sein. Der Sternekoch wird bereits ab Januar 2019 zur Planung und Aufgleisung der Prozesse und Strukturen vor Ort sein. Seine Frau **Amanda Bulgin** wird als Sommelière das Weinangebot betreuen.



Jeremy Mason McGraw

antwortlich sein. Der Sternekoch wird bereits ab Januar 2019 zur Planung und Aufgleisung der Prozesse und Strukturen vor Ort sein. Seine Frau **Amanda Bulgin** wird als Sommelière das Weinangebot betreuen.

Neue Leitung im Parkhotel Bellevue & Spa Adelboden

Karin Brandt (Bild) tritt per 1. August 2018 die Nachfolge von **Daniel Schüpfer** und **Denise Mani** an, welche eine berufliche



zvg

Neuorientierung planen. Bereits mit 31 Jahren bekleidete die 45-jährige gebürtige Frankfurterin erstmals eine Stelle als Direktorin im Hotel Belvedere in Wengen. Darauf folgten Stationen im Hotel Silberhorn in Wengen und im Hotel National Davos. Zuletzt war sie in den drei Davoser Hotels Posthotel, Schweizerhof und «Fifty-one» tätig.

Wechsel bei Luzern- und Zentralschweiz Hotels

An der von Luzern Hotels und Zentralschweiz Hotels gemeinsam durchgeführten Generalversammlung wurden in beiden Organisa-



Bilder zvg

tionen neue Vorstandsmitglieder gewählt: **Patric Graber**, Präsident des Regionalverbandes Zentralschweiz wie auch der Sektion Luzern, gibt nach zwölf Jahren das Amt an **Conrad Meier** (Bild) ab. Bei Luzern Hotels wurde **Nicole Winkler** einstimmig in den Vorstand gewählt. Sie ist seit 2013 General Manager der Grand Hotel National AG, Luzern, bei welcher sie bereits seit 2007 in verschiedenen Funktionen tätig ist. npa/og



Public Award «Wellnesslocations»: **Lucia Bergmann**, Spa Director, und **Marco R. Zanolari**, Direktor Grand Resort Bad Ragaz.



Das Team vom **«See & Park Hotel Feldbach»** in Steckborn durfte bei den diesjährigen Swiss Location Awards den Public Award in der Kategorie «Tagunglocations» entgegennehmen.



Das Team vom **Hotel Restaurant Blausee** gewinnt den Public Award in der Kategorie Hochzeitslocations. Bilder Christoph Rös

Die aussergewöhnlichsten Locations



Das Team vom **Romantik Hotel Bären Dürrenroth** gewinnt in der Kategorie Hochzeitslocations.

Swiss Location Awards 2018

Mehr als 8500 Eventveranstalter, Besucher und eine unabhängige Fachjury wählten die Sieger der diesjährigen Swiss Location Awards. Schweizweit waren insgesamt mehr als 500 Hotels, Restaurants, Kongress- und Eventlocations für die diesjährigen «Swiss Location Awards» nominiert gewesen. Der Preis wurde dieses Jahr zum dritten Mal durch das nationale Event-Portal eventlokale.ch verliehen.



Gewinner «Tagunglocations»: Direktor **Stephan Schür** vom Seminarhotel Bocken, Horgen.



Gewinner Kategorie «Wellnesslocations»: **Jonas Reif**, Communications Manager, und **Celia Nosetti**, Sales-Assistent, Bürgenstock Resort.



Public Award «Kongresslocations»: **Stephanie Keller** und **Michael Vogt**, Direktor vom «Einstein St. Gallen Hotel Congress Spa».



Public Award «Meetinglocations»: Direktor **Philip Bühler**, **Eliane Kipfer** und **Céline Grieshaber** vom Hotel Bienenberg in Liestal.



Sieger «Genusslocations»: **Jan Stiller**, Direktor vom Lenkerhof Gourmet Spa Resort.

Diplomierte Hotelmanager/-innen NDS HF



Am 23. Juni 2018 durften die **Absolventinnen und Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement** in Bern ihr Diplom in Empfang nehmen. Nach anderthalbjährigen Studium tragen sie nun den Titel «Dipl. Hotelmanager/-in NDS HF». Ramon Lehmann

«Sommelier's Best» Award 2018



«The Japanese Restaurant» im «Chedi Andermatt» wurde vom Weinmagazin Vinum für seine Weinkarte ausgezeichnet (v.l.): **Philipp Paatsch**, **Simon Gustafsson**, **Daniel Merk**, **Erik Maier**, **Sylvain Carnal**. Andrea Zraggen/Europas Weinmagazin

hotelleresuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Wir machen Hotels erfolgreicher.

rebagdata Tel. 044 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

«Sind meine Wachstumspläne realistisch?»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

bommer-partner.ch

ANZEIGE

Chrysoamed

Bettwanzenkiller
Bettwanzen sind eine Realität - Wegschauen hilft nicht!

Chrysoamed-Bettwanzenspray ist DIE Massnahme gegen Bettwanzenbefall!

Chrysoamed-Vertrieb Schweiz:
BORCUS GmbH
CH-8900 Frauenfeld
Tel. +41 (0)52 761 28 35
E-Mail: office@chrysoamed.ch
www.chrysoamed.ch