



Fulminanter Auftakt zum Gipfeltreffen der Branche

Bilder Philipp Schmidli, Corinne Glanzmann

Am ersten Tag des Hospitality Summit, dem ersten Beherbergungskongress, stand Netzwerken im Vordergrund. Bundespräsident Guy Parmelin begrüßte die Gäste mit einer Videobotschaft.

In der Halle 550 in Zürich-Oerlikon ist gestern der Hospitality Summit, der erste Beherbergungskongress der Branche, gestartet. Andreas Züllig, Präsident von HotellerieSuisse, eröffnete den Anlass mit ein paar Minuten Verspätung. Das Gedränge vor der Halle war kurz vor 10 Uhr derart gross, dass der Start kurzerhand etwas aufgeschoben wurde, damit niemand den Auftakt deswegen verpasste. Rund

1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben sich für den Anlass angemeldet. Jeder Stuhl war besetzt, als Andreas Züllig in seiner Rede zu noch mehr #bettertogether aufrief. Der Verband habe die vergangenen 574 Tage während der Pandemie genutzt, um die Interessen der Branche unermüdlich zu vertreten. An den Ständen der Partner trafen sich derweil alte Bekannte, alle hatten das Bedürfnis, sich

endlich wieder auszutauschen. Die Stimmung war heiter, aufgeschlossen und interessiert.

Auch als Bundespräsident Guy Parmelin in seiner Video-Grussbotschaft die gute Zusammenarbeit mit den Vertreterinnen und Vertretern der Branche lobte, lauschten gut knapp 600 Anwesende seinen Worten. Es folgten Podiumsgespräche zu Positionierung, Digitalisierung,

Innovation und der Rückkehr der internationalen Märkte. Aileen Zumstein und Urs Gredig führten als Moderatoren unterhaltsam und kompetent durch den Tag. Ein weiteres grosses Highlight dieses ersten Tages fand am Abend statt: Die Preisverleihung «Hotelier des Jahres» verlieh dem Anlass viel Glamour, und die gesamte Abendveranstaltung war ein grosses Fest zum Comeback der Branche.



Preisverleihung

Hotelier des Jahres

Nadja und Patric Vogel sind Hotelière und Hotelier 2021.

Seite 15, 16 und 17

Message de

Guy Parmelin

Programme de relance et nouvelle stratégie pour le tourisme et l'hôtellerie suisses.

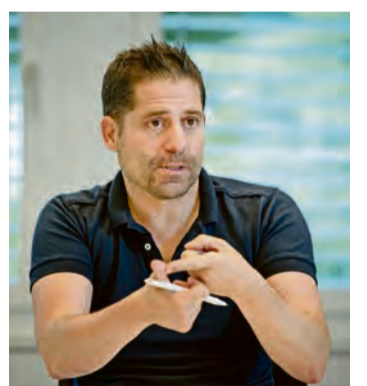
Page 5

Vision

Next.Gen Camp

Wie packen Jugendliche bekannte Probleme der Branche an? Aus einem neuen Blickwinkel.

Seite 6 und 7



Im Gespräch

Claude Meier

Der Direktor von HotellerieSuisse ruft die Branche zu mehr Kooperation auf.

Seite 13

Programm

Blick auf Tag 2

Zum Abschluss des Summit spricht Zukunftsforscher Matthias Horx.

Seite 24

Editorial

Zum Glück gibt es den Hospitality Summit



SABINE LÜTHI, CHEFREDAKTORIN
sabine.luethi@htr.ch

Hotelchefs wie Thomas Kleber von den Sorell Hotels, Politiker wie Bundespräsident Guy Parmelin oder Innovationsförderer wie Stephan Sigrist vom Thinktank W.I.R.E. und Ueli Schneider von HotellerieSuisse mit seinem Hospitality Booster; ein Stelldichein mit grossen Namen und vielen bekannten Gesichtern. Das war der erste Tag des Hospitality Summit in Zürich-Oerlikon – ein Anlass zur richtigen Zeit. Die Pandemie hat viele der Branche gebeutelt, isoliert, einige sogar zur Verzweiflung gebracht. Der Anlass bot allen einen Moment der Versöhnung, des Gesprächs und des Respekts füreinander.

Die Stimmung war gelassen. Interessiert unterhielten sich Hunderte Teilnehmerinnen und Teilnehmer über ihre Geschäfte und die Geschäfte der anderen. Gesprächsthema war aber auch die Ausweitung der Zertifikatspflicht, die Bundesrat Alain Berset am heutigen Tag verkünden dürfte.

Der erste Tag des Hospitality Summit sorgte für eine Pause im hektischen Tagesgeschäft eines jeden Hoteliers und einer jeden Hotelière. Die Alltagssorgen rückten etwas in den Hintergrund, die Köpfe waren frei und füllten sich mit inspirierenden Ideen. Es tut gut, bei diesem Gipfeltreffen dabei zu sein; die Vorfreude auf den zweiten Tag ist gross. Ich wünsche Ihnen viel Spass – auch beim Blättern in dieser Sonderausgabe der htr hotel revue, die nach Mitternacht in Druck ging und die heute Morgen ab 8 Uhr in der Halle 550 aufliegt. Eine tolle Leistung des gesamten Teams, grossen Dank allen Beteiligten fürs Möglichmachen!

Zahlen & Fakten

7000
Quadratmeter

Die Halle 550 in Zürich-Oerlikon beeindruckt mit ihrer enormen Fläche. Sie ist der neue Leuchtturm im Schweizer Eventmarkt – und für zwei Tage das «Daheim auf Zeit» des Hospitality Summit.

84
Referenten und Podiumsgäste

Die Fülle und die Vielfalt am Gipfeltreffen der Gastfreundschaft sind gigantisch. Zahlreiche Persönlichkeiten geben Einblick in ihr Denken und Wissen, lassen uns an ihren Erfahrungen teilhaben. Auf dem Programm stehen: 7 Talks, 6 Keynote-Referate, 13 Inputreferate, 15 Podiumsdiskussionen, 1 Round Table und 5 Kurzinterviews.

1152
Teilnehmende

Die Branche freut sich, endlich wieder an einem Anlass zusammenzukommen und sich auszutauschen. Die Premiere des Hospitality Summit ist gut angekommen, entsprechend hoch ist die Teilnehmerzahl.

3
Preisverleihungen

Am Summit werden die Gewinnerinnen und Gewinner von drei Preisen bekannt gegeben: «Best of ibex fairstay», «Hotelier des Jahres 2021» und neu «Special Award».

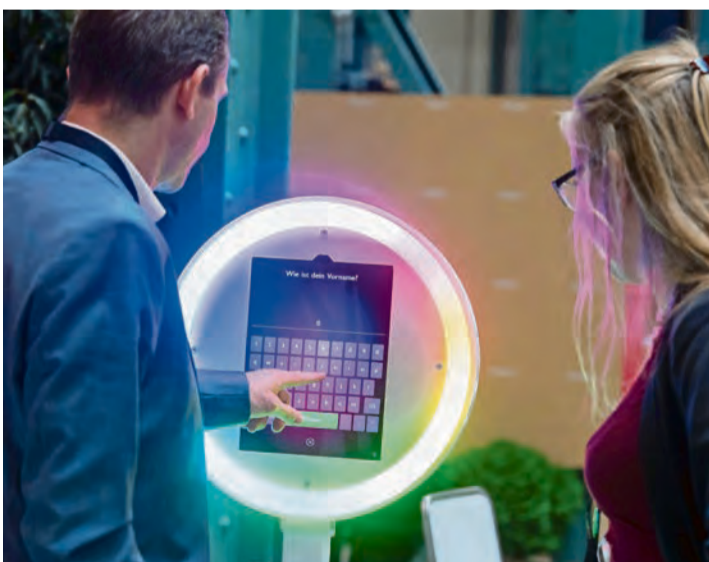
Mehr als 100
Partner

Ohne ihre Unterstützung wäre die Durchführung eines solchen Anlasses kaum möglich. Die zahlreichen Partner beteiligen sich am Hospitality Summit in verschiedensten Formen. Allein 90 von ihnen präsentieren sich mit einem eigenen Stand in der Netzwerkarena auf einer Fläche von insgesamt 3200 Quadratmetern.

Der Event in Bildern



Hochkarätige Podiumsdiskussion rund um das Thema Rückkehr der internationalen Märkte (v. r.): Dieter Vranckx, CEO Swiss International Airlines, Tourismus- und Dienstleistungsmanagement an der Universität St. Gallen, und Moderator Urs Gredig.



Technik zum Anfassen und Ausprobieren.

Nadia Schärli



Andreas Züllig, Präsident HS, begrüsst eine Bekannte.

Nadia Schärli



Gluschtige Häppchen, die Lust machen auf mehr.

Philipp Schmidli



Das Covid-Zertifikat wird am Eingang kontrolliert.

Philipp Schmidli



Martin Nydegger, Direktor Schweiz Tourismus, Urs Kessler, CEO Jungfraubahnen, Christian Laesser, Professor für Nadia Schärli



Welche Farbe darfs denn sein? Für Erfrischung ist am Hospitality Summit gesorgt.

Philipp Schmidli



Endlich treffen sich die Menschen aus der Branche wieder; hier und da gibt es eine herzliche Umarmung zur Begrüssung.

Philipp Schmidli

Gipfel der Gastfreundschaft – und der Geselligkeit



Moderatorin Aileen Zumstein spricht am Hospitality Summit in der Halle 550.

Philipp Schmidli



Zusammen einen Kaffee geniessen, lachen, plaudern.

Philipp Schmidli



«Was choschtet en moderni IT für mis KMU?»

Jetzt berechnen mit dem IT-Kalkulator.
swisscom.ch/it-kalkulator

swisscom

Bereit.



Präsident de la Confédération Guy Parmelin

«Savourez ces moments en présentiel!»

Mesdames, Messieurs,

Soyez les bienvenus au Hospitality Summit, le premier congrès de la branche suisse de l'hébergement. Et merci à Hotellerie-Suisse d'avoir organisé cet événement. Le programme du congrès a de quoi impressionner! Il y figure en effet des intervenants prestigieux, qui sont une réelle source d'inspiration propre à susciter de nouvelles idées et un élan de créativité.

La branche suisse de l'hébergement et le tourisme suisse en ont grandement besoin, car la pandémie les a sévèrement et durablement frappés.

La situation épidémiologique s'étant améliorée au printemps, le Conseil fédéral a décidé de nombreux assouplissements, d'une importance considérable pour le secteur touristique en particulier. Les touristes peuvent revenir en Suisse, on peut retourner au restaurant, et les manifestations publiques peuvent à nouveau avoir lieu, sous certaines conditions. La campagne de vaccination va bon train en Suisse, mais aussi dans le monde, ce qui est important pour le tourisme. Cela contribuera à réconcilier les touristes avec les voyages et à relancer le tourisme.

En Suisse, les nuitées hôtelières ont progressé de 14% par rapport à la même période de l'année passée. Si l'on reste loin des chiffres antérieurs à la pandémie, cela va dans la bonne direction.

Le tourisme urbain est particulièrement touché par les conséquences de la crise sanitaire. Malgré certaines



Le Président de la Confédération Guy Parmelin s'adresse aux invités lors de l'ouverture du premier Hospitality Summit à Zurich Oerlikon.
Images Corinne Glanzmann

améliorations, les villes restent confrontées à des défis d'envergure. Les raisons sont évidentes: l'absence des hôtes des marchés lointains et l'effondrement du tourisme d'affaires, qui perdure.

La situation des destinations fortement axées sur l'international reste également préoccupante.

Le tourisme urbain est particulièrement touché par les conséquences de la crise sanitaire.

Je suis en contact régulier avec la branche du tourisme et je connais parfaitement les difficultés auxquelles elle doit faire face. Par conséquent, prendre de nouvelles mesures de soutien en faveur de cette branche s'impose à mes yeux.

Le cœur de ces mesures doit porter sur la redynamisation de

la demande et le maintien de la capacité d'innovation, tout en privilégiant le tourisme urbain et le tourisme d'affaires. L'objectif du programme de relance est d'accompagner et de soutenir la reprise touristique. Le Seco a défini le canevas de ce programme, sur lequel le Conseil fédéral se prononcera prochainement. Nous travaillons également

d'arrache-pied à la future stratégie touristique de la Confédération, qui sera disponible à la fin de l'année. Elle permettra d'affronter les défis stratégiques posés à la branche du tourisme ces prochaines années. Le but est que ce secteur sorte renforcé et résilient de la crise sanitaire.

Le Seco et moi-même apprécions énormément la collaboration avec le secteur touristique.

Durant la pandémie, j'ai intensifié les échanges avec les secteurs de l'hébergement et du tourisme. Cette année, j'ai rencontré la branche lors des 4^e et 5^e Sommets du tourisme afin d'analyser la situation et de discuter des modalités de gestion de la crise. Fin mars, je me suis entretenu avec le groupe de suivi de la politique touristique de la Confédération. Les résultats de ces échanges seront intégrés dans les travaux relatifs à la future stratégie touristique. Le Seco et moi-même apprécions énormément la collaboration avec les représentants du secteur touristique et des cantons; celle-ci s'est avérée particulièrement efficace pendant la pandémie de coronavirus.

Je vous souhaite beaucoup de plaisir dans le cadre de ce congrès. Savourez ces moments en présentiel!

Mot de bienvenue du Président de la Confédération Guy Parmelin par écran interposé à l'occasion du premier Hospitality Summit le 7 septembre 2021.

HotellerieSuisse-Präsident Andreas Züllig

«Es ist Zeit, Zuversicht zu üben»

Herzlich willkommen, chers amis, cari amici, liebe Freunde der Hospitality-Branche. Es ist eine unglaubliche Freude, in so viele Gesichter zu blicken, so viele Stimmen zu hören und so viele Hände zu schütteln.

Knapp 600 Tage ist es her, dass wir in einen kollektiven Schock versetzt und insbesondere unsere Branche in eine Zeit grosser Unsicherheit katapultiert wurde. Die Zahlen und Entwicklungen der Branche kannten bis vor der Krise nur eine Richtung: aufwärts. Wir waren auf einem guten Weg. Covid-19 hat uns aufgezeigt, dass Situationen urplötzlich dramatisch ändern können und dass wir die Fähigkeit stärken müssen, uns laufend neu zu erfinden und zu improvisieren, um am Markt zu bestehen. Jeder Betrieb und jede Organisation war auf seine und ihre Art gefordert. HotellerieSuisse hat die Zeit genutzt, um die Interessen unserer Branche unermüdlich zu vertreten, auf allen Ebenen aktiv zu sein und unsere Mitglieder zu unterstützen – politisch, inhaltlich und auch moralisch.



HotellerieSuisse-Präsident Andreas Züllig eröffnet den Kongress.

Es ist aber an der Zeit, Zuversicht zu üben und positiv nach vorne zu blicken. Wir Hoteliers und Unternehmerinnen müssen das «Post-Covid-Heft» in die Hand nehmen, genau wie wir mit kreativen Ideen das Krisenmanagement in die Hand

genommen haben. Dabei müssen wir die Tugenden mitnehmen, die uns die Krise gelehrt hat. Allen voran: Better Together! Nutzen wir unsere Vielfalt, Individualität und unseren Ideenreichtum, um die Zukunft aktiv zu gestalten.

Menschen mit Ideen zusammenbringen und die Beherbergung sowie den Tourismus dadurch aktiv gestalten. Dieses Ziel setzt sich HotellerieSuisse.

Als Hoteliären und Unternehmer sind wir nicht nur Führungskräfte, sondern auch Visionäre, die Trends erkennen, Möglichkeiten spüren und vorausschauend agieren. Better Together gilt über die Branche hinaus. Daher setzen wir am Hospitality Summit auf einen bunten Mix aus Referenten, Inputgeberinnen und Besuchenden: Wirtschaftsführer, Unicorns, Branchenkenner und die Jüngsten unserer Branche, alle tragen dazu bei, die Konzepte der Zukunft zu erarbeiten und Lösungen für unsere Herausforderungen und die «Post-Covid-Hotellerie» zu gestalten. Nutzen wir die geballte Inspiration, um diesen positiven Geist in unsere Betriebe und zu unseren Mitarbeitenden zu tragen.

Zusammenfassung der Grussbotschaft von Andreas Züllig, Präsident HotellerieSuisse, anlässlich des ersten Hospitality Summit am 7. September 2021.

Impressum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le journal pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur: HotellerieSuisse, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion Chefredaktorin: Sabine Lüthi/sbl
Konzept und Produktion: Christine Zwygart
Redaktorinnen und Redaktoren: Natalie-Pascale Aliesch/npa; Bernadette Bissig/bbe; Alexandre Caldara/aca; Laetitia Grandjean/lg; Franziska Hidber/fh; Lucie Machac/lm; Mischa Stünzi/stü; Patrick Timmann/pt; Alain-Xavier Wurst/axw; Christine Zwygart/zwc
Layout/Grafik/Bild: Carla Barron/cb; Corinne Glanzmann/cg; Natalie Siegenthaler/ns
Sekretariat: Regula Herren **Korrektorat:** Danja Bischofberger, Ingrid Zufferey Frost
Milestone Tourismuspreis Geschäftsführung: Anja Peverelli
Verlag Leitung: Bernt Maulaz
Verkaufsinendienst und Rubrik-Anzeigen: Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser
Anzeigenverkauf: Daniel Verri (Leitung), Philipp von Däniken
Druck: CH Media Print AG, 9015 St. Gallen
Auflage: 11 514 (WEMF/SW-Beglaubigung 2020),
Leser: 65 000 (Studie DemoScope 2013), Verkaufspreise (inkl. MwSt): Jahresabonnement Fr. 172.–
ISSN: 1424-0440
Kontakt: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42, 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.

Frische Ideen für altbekannte Probleme

«Wir wollen unsere Zukunft mitgestalten»

Was müssen Jugendherbergen tun, um für Junge attraktiver zu werden? Und wie kann die Branche ihre Fachkräfte halten? Damit befasst sich das NextGen. Hospitality Camp.

CHRISTINE ZWYGART

Kann ein Koch auch im Home-office arbeiten? Braucht es in einem Hotel wirklich zwei separate Eingänge für das Personal und die Gäste? Und wie muss ein Betrieb strukturiert sein, damit ich selber gerne dort arbeiten würde?

Im Garten der Jugendherberge in Brienz BE wird an diesem Nachmittag diskutiert. Frische Ideen entstehen, andere werden verworfen und über dritte debatiert. Vierzehn junge Menschen haben die Herausforderung angenommen und machen beim ersten NextGen. Hospitality Camp mit. Fast alle von ihnen kommen aus der Branche, arbeiten in der Gastronomie oder der Hotellerie, an der Réception, im Service, in der Küche. Einige besuchen die Hotelfachschule, ein paar wenige sind branchenfremd. Für fünf Tage kommen sie alle zusammen und suchen nach

kreativen, frischen und unkonventionellen Lösungen für reelle Probleme von echten Auftraggebern. «Wir erhoffen uns, diese Themen mal aus einem anderen Blickwinkel betrachten zu kön-



«Hier erhalten wir eine Stimme – und stehen nicht nur daneben und schauen zu.»

Jessica Marti, 19
Abgeschlossene Lehre als Koch, lebt in Dinhard ZH

nen», sagt Lukas Gasser, Fachspezialist Bildungsmarketing bei HotellerieSuisse.

Gedankenspiele sind sehr willkommen

Es sind zwei unterschiedliche Aufgaben, welche die jungen Menschen unter die Lupe nehmen. So möchten die Schweizer Jugendherbergen gerne wissen, wie sie ihrem Namen gerechter werden können. Denn heute liegt das Durchschnittsalter der Gäste bei über 40 Jahren. Was müssten sie tun, um ein jüngeres Segment anzuziehen – eines, das die Institution nicht nur von den Skilägern her kennt? Was braucht es für ein Raumdesign, welche Wünsche gibt es beim Essen und Selberkochen, wie wichtig ist eine funktionierende Community mit gemeinsamen Aktivitäten?

Das zweite Thema ist aktueller denn je und brennt vielen unter den Nägeln: Was muss die Branche unternehmen, damit gut ausgebildete Fachkräfte bleiben und die Freude am Job auch über Jahre besteht? «Die Arbeitszeiten und die Entlohnung sind dabei nicht das primäre Problem», weiss Lukas Gasser. Es geht vielmehr um fehlende Wert-



«Wir machen uns Gedanken über echte Probleme von echten Auftraggebern.»

Noah Dörre, 19
Im dritten Lehrjahr als Hotelkommunikationsfachmann, aus Wil ZH

schätzung, den Umgang mit Vorgesetzten und festgefahrene Rahmenbedingungen. Jeder Gedanke ist erlaubt, jede Spielerei willkommen: Zimmerstunde abschaffen, 4-Tage-Woche, flache Hierarchien, Arbeiten von daheim aus – es lohnt sich, alles zu überdenken und auf unkonventionelle Weise neu anzupacken.

An diesem Nachmittag in Brienz manifestieren sich die zahlreichen Ideen in vielen bunten Zettelchen, die von den Teilnehmen-

den angeschaut, diskutiert und aussortiert werden. Unterstützung erhalten die Jugendlichen von Topshots aus der Wirtschaft, die das Camp besuchen, Inputs geben, anregen und ihnen die faszinierende Welt des Unternehmertums aufzeigen.

Mit Leidenschaft und Willenskraft

«Mich hat an diesem Camp gereizt, dass wir richtige Aufgaben lösen», erzählt Jessica Marti. Die 19-Jährige hat ihre Kochlehre abgeschlossen und ist im Moment am Werweissen, wie es beruflich weitergehen soll. Eine coole Beiz auf dem Land, ein Job in einem Hotel oder doch lieber in einer Sterneküche auf hohem Niveau? Gerade ihr Beruf kämpfte gegen ein schlechtes Image: Stress, rauer Ton in der Küche, unregelmässige Einsätze. «Dabei gehen so unfassbar schöne Aspekte vergessen», bekräftigt sie. Jeder Mensch isst gerne, die faszinierenden Esskulturen in den verschiedenen Ländern, die emotionale Verbindung mit Speisen aus unserer Kindheit. «Ich möchte den Menschen mit meinem Essen auch eine Art Wertschätzung entgegenbrin-



Viele Ideen, viele bunte Zettel. In Brienz ha

gen, durch das Kochen für sie da sein.» Ihr Traum: dereinst in einem Kinder- oder Jugendheim arbeiten.

Nette Gesten und Worte statt Fingerschnippen

Mitmachen, mitreden, mitbestimmen. Nicht nur übungshalber und in der Schule, sondern richtig – das kommt bei allen Teilnehmenden gut an. Oder wie

ANZEIGE



MIT ARUBA INSTANT ON ZU EINEM MODERNEN NETZWERK FÜR HOTELLERIE UND GASTGEWERBE

Digitalisierung und Personalisierung spielen eine wichtige Rolle bei der Verbesserung des Kundenerlebnisses und der betrieblichen Effizienz in der Hotellerie.

Wenn es um Infrastrukturen geht, stellt sich immer die Frage: weiß ich zu 100%, wer in meinem Netzwerk ist? Daher setzt sich Aruba als höchstes Ziel und Versprechen, Visibilität und Transparenz zu schaffen. Das ist besonders im Hotel- und Gastgewerbe wichtig, da es gilt, für schnell wechselnde Nutzer eine gleichbleibende Qualität und Güte des WLANs bereit zu stellen.

Selbst in einem kleinen Hotel unterliegt das WLAN großen Anforderungen. Geschäftsreisende tätigen Videoanrufe, Familien streamen in ihren Zimmern Videos auf den Smart TV, und die Mitarbeiter nutzen

das Reservierungssystem und VOIP-Telefone. Wie steht es um Sicherheitskameras, POS, Thermostate und intelligente Schließsysteme? Sie alle benötigen eine robuste Infrastruktur, die sicher und hoch redundant rund um die Uhr zur Verfügung stehen muss.

Mit Aruba Instant On stellen Sie sichere Netzwerke für Gäste und Ihr Unternehmen zur Verfügung, aktivieren den drahtlosen Zugriff auf Dienste wie Drucker und profitieren von der automatischen Priorisierung von Video- und Sprachanrufen. Sie können sich darauf verlassen, dass Sie durch neueste Sicherheitstechnologien geschützt sind – ohne Zusatzgebühren oder -geräte. Denn in jedem AccessPoint steckt eine Firewall. Das garantiert für Sicherheit!

Ein einheitliches Hochleistungsnetzwerk, das auf einer gemeinsamen Architektur von LAN, und WLAN beruht und durch eine App verwaltet wird, vereinfacht den IT-Betrieb und reduziert die Betriebskosten deutlich. Man benötigt keinen IT Spezialisten, um eine Anwendung zu sperren oder die Bandbreite für einen Gast zu verändern. Es geht alles mit ein paar Klicks in der Aruba Instant ON App. Von überall, zu jeder Zeit.

Machen Sie beim WLAN keine Kompromisse, denn Ihre Gäste erwarten das Beste!



Besuchen Sie uns auf dem Hospitality Summit 2021 am 7. und 8. September 2021 in Halle 550 in Zürich Oerlikon und informieren Sie sich, wie Sie ein optimales Erlebnis für Ihre Gäste im Hotellerie- und Gastgewerbe schaffen.

www.arubanetworks.com/de/solutions/gastgewerbe/





ben sich die Jugendlichen vor dem Summit intensiv mit zwei Fachthemen befasst.

Bilder Christine Zwygart

Jessica Marti sagt: «Wir wollen unsere Zukunft mitgestalten.» Auch Noah Dörre spricht mit viel Leidenschaft über seine Ausbildung und seine vielseitigen Aufgaben als angehender Hotelkommunikationsfachmann: «Ich möchte ganz bestimmt in der Branche bleiben – und irgendwann selber Gastgeber sein.» Am liebsten in einem Stadthotel, mit Businessgästen und einem guten

Beziehungsnetz zu verschiedenen Firmen und Unternehmen, «ich komme drum vom Land und wünsche mir nun mal etwas Anderes, Kurzlebigeres». Der 19-Jährige schätzt den intensiven Austausch mit Gleichgesinnten und die Überraschungsmomente im Camp-Programm – die Jugendlichen wissen nicht durchgehend, was auf sie zukommt. Es geht auch

darum, sich spontan auf Sachen einzulassen, ohne Masterplan. Was sie von diesem Camp als Kernbotschaft mitnehmen wird? Da überlegt Layla Berger nicht lange: «Wir müssen immer am Ball bleiben, uns weiterbilden und aus der Komfortzone herauskommen», sagt die 21-Jährige. Sie hat die Gastgewerbliche Fachschule Graubünden absolviert, ist zudem Restaurationsfachfrau



«Nur wer aus der Komfortzone rausgeht, kann seinen Horizont erweitern.»

Layla Berger, 21
Gelernte Restaurationsfachfrau, aus Mollis GL

und macht gerade die Hotelfachschule – dereinst möchte Layla in die Weinhandlung ihrer Eltern einsteigen. Von ihrem derzeitigen Hotelpraktikum ist sie begeistert, weil «die Gäste so unheimlich nett sind». Andernorts hat sie auch schon das Gegenteil erlebt: mit Fingerschnippen und ungeduldigen «Frölein»-Rufen.

Starke Partner für eine gute Vernetzung mit der Wirtschaft
HotellerieSuisse führt das erste NextGen. Hospitality Camp in Zusammenarbeit mit dem Swiss Economic Forum durch, was für das Netzwerk sehr wertvoll sei, so Lukas Gasser: «Wer motiviert ist, den möchten wir gerne fördern

und mit den richtigen Menschen aus der Wirtschaft zusammenbringen.» Als Patronatspartner sind zudem Swiss Gastro Solutions, Hotelcareer, 89grad und die Schweizer Jugendherbergen beteiligt. Vom beschaulichen Brienz sind die Jugendlichen gestern nach Zürich gereist. Heute stellen sie ihre Ideen den Auftraggebern am Summit vor, erhalten ein erstes Feedback – und dann wird entschieden, was tatsächlich in der Praxis umgesetzt und ausprobiert wird. Sie möchten mehr über die Ideen der Jugendlichen erfahren?
Heute, 11.05 Uhr, Break-out 2

Fachkräfte

Weniger Lehrverträge abgeschlossen

Der Fachkräftemangel in der Branche ist momentan akut. Ebenso ist in der Ausbildung ein Rückgang auszumachen – wenn auch nicht in gleichem Ausmass. «Es betrifft alle Berufe», sagt Lukas Gasser, Fachspezialist Bildungs-marketing bei HotellerieSuisse. So wurden 2020 beispielsweise im Gastgewerbe 3192 Lehrverträge abgeschlossen. Das sind 104 weniger als im Vorjahr und gar 709 weniger als noch vor zehn Jahren. In einem interaktiven Dashboard auf der Website von HotellerieSuisse sind alle Zahlen dazu einsehbar: Auf der Plattform werden schweizweite und kantonale Daten zu Lehrverträgen, Bildungs-

abschlüssen, Beschäftigung und Migration zentralisiert. Ausserdem erhält man hier Auskunft über Motivationsfaktoren und Erfahrungen der Arbeitskräfte. **Hotelkommunikation – ein ausgebildeter Allrounder**
Sehr gefragt ist nach wie vor die Ausbildung in der Hotelkommunikation. Die Fachleute dieses neu geschaffenen Berufes arbeiten an der Réception und sind für die Gästebetreuung verantwortlich. Sie kennen die Abläufe in den verschiedenen Bereichen und können bei Bedarf in allen Abteilungen mithelfen. Im Backoffice übernehmen sie zudem Marke-

ting- und Kommunikationsaufgaben. «Diese Fachkräfte packen dort mit an, wo es nötig ist, und helfen, Spitzen zu brechen», erklärt Lukas Gasser. Gestiegen sei während der Corona-Krise auch das Interesse an Weiterbildungen, insbesondere an der Meisterprüfung. Aber auch hier wünsche er sich noch mehr Engagement und Einsatz. Denn gut qualifizierte und motivierte Berufsbildner tragen entscheidend dazu bei, dass sich Fachkräfte für die Branche begeistern und ihr über Jahre die Treue halten. zwc
hotelleriesuisse.ch/de/branche-und-politik/kennzahlen

ANZEIGE



Talent comes naturally.



Gemeinsam statt einsam



Alles rund ums perfekte Ausruhen und Erholen finden Interessierte am Stand von Schlafconcept.



Corinne Glanzmann



Guntram Suter

Geschäftsleitung
der Eng. Schlafconcept GmbH
www.hotelschlafsysteme.com

Hospitality Summit

Es ist spannend, zu sehen, wie dieses neue Format Informationsaustausch, Zukunftsperspektiven und Networking der Branche verbessern wird.

#bettertogether

Zusammen sind wir stärker. Heute ist es umso wichtiger, Partnerschaften und Kommunikationsplattformen zu bilden, um in Zukunft erfolgreich zu sein.

Innovationen

Der Garant für die Zukunft. Wir sind ständig bestrebt, unsere Produkte und Dienstleistungen vorausschauend zu gestalten.

Starke Partner mit Innovationskraft und Visionen

Die vier Patronatspartner und sechs Presenting Partner des Hospitality Summit erzählen, was sie vom Gipfeltreffen erwarten und worauf sie sich besonders freuen.



Jobs für Pagen und Hoteldirektorinnen, in der Küche oder an der Réception – Infos dazu gibts bei Hotelcareer.



Freude an Genuss und Kulinarik bietet der Service von Swiss Gastro Solutions.



Die Spezialisten der RMB-Gruppe planen die gesamte Gebäudetechnik – auch von Hotels und Restaurants.



Karoline Niggli

Team Manager Schweiz
von Hotelcareer by StepStone
www.hotelcareer.ch

Hospitality Summit

Das neue Leuchtturmevent der Branche! Wir freuen uns, bei der Erstausgabe dabei zu sein.

#bettertogether

Wie kaum eine andere Branche beweisen Hotellerie, Gastronomie und deren Dienstleister, dass sie auf Herausforderungen und den Wandel der Zeit mit neuen Ideen und mit Austausch und Zusammenhalt reagieren.

Innovationen

Der Fachkräftemangel wird immer deutlicher. Hier sind neue, innovative HR-Konzepte gefragt, um auch die nächsten Generationen zu begeistern.



Michael Schwarz

Head of Swiss
Gastro Solutions
www.swissgastro solutions.ch

Hospitality Summit

Eine tolle Gelegenheit, wo die Branche nach langer Zeit wieder zusammenkommt, um über Themen zu diskutieren, welche uns alle betreffen.

#bettertogether

Alleine geht nichts, nur gemeinsam können wir etwas erreichen. Dafür setzen wir uns täglich ein, damit wir auch morgen noch mit Freude und Enthusiasmus an die Arbeit gehen dürfen.

Innovationen

Nicht alles, was als Innovation betitelt wird, hat den Namen auch verdient – aber Innovationen sind absolut notwendig.



Xander Seiler

Verwaltungsratspräsident und
Partner der RMB Group
www.rmb.ch

Hospitality Summit

Wir freuen uns sehr, dass der Summit durchgeführt werden kann und wir uns mit der Branche austauschen können.

#bettertogether

Die Krise hat gezeigt, dass es better together geht und wir als Gemeinschaft mehr schaffen als jeder für sich.

Innovationen

Umso mehr freuen wir uns, die RMB-Gruppe und unsere innovativen Ingenieurdienstleistungen im Bereich der Energietechnik für den gesamten Lebenszyklus von Gebäuden und Anlagen der Branche vorzustellen.



Es bestehen viele Bedürfnisse rund um Kommunikation. Swisscom hilft, die optimale Lösung zu finden.



Der neue EQS 580 zum Bestaunen: In der Schweiz ist Mercedes-Benz die beliebteste Automarke im Premiumsegment.



Planen, entwerfen, gestalten. Mehr als 60 Architekten und Interior Designer entwickeln Hospitality-Projekte für Monoplan.



Urs Lehner

Head of Business Customers,
Swisscom (Schweiz AG)
www.swisscom.ch

Hospitality Summit
Das ist eine wichtige Initiative, um aus gemeinsamer Kraft heraus die Attraktivität der Schweiz und ihrer Beherbergungsbetriebe weiterhin sicherzustellen und zu fördern.

#bettertogether
Was die Digitalisierung betrifft, ist der Erfahrungsaustausch essenziell, um Chancen für den eigenen Betrieb erfolgreich zu nutzen.

Innovationen
Die Digitalisierung wird zum Motor der Wirtschaft. Sie eröffnet ganz neue Möglichkeiten in verschiedensten Bereichen.



Marc Langenbrinck

CEO Mercedes-Benz
Schweiz AG
www.mercedes-benz.ch

Hospitality Summit
Spannender Kongress mit lebhaftem Austausch zu Zukunftsthemen – und gutem Essen.

#bettertogether
Teamgeist und Solidarität sind für mich wichtige Aspekte im Leben. Wer sich auf vertrauensvolle Partner verlassen kann und selber ein guter zu sein versucht, kommt besser durchs Leben.

Innovationen
Unsere Produkte gehören zu den Besten. Den Durchbruch schaffen wir aber nur, wenn jeder seinen Beitrag leistet – Politik, Verbände und Gesellschaft.



Wolfgang Gallas

Development Board / Hotel
Development bei Monoplan AG
www.monoplan.ch

Hospitality Summit
Als wichtigste Veranstaltung rund um die Hotellerie für die Schweiz hat der Summit durch Corona noch mehr an Bedeutung gewonnen.

#bettertogether
Die Branche steht vor gewaltigen Herausforderungen und Verwerfungen nicht absehbaren Ausmasses. Zusammenhalt und Ausrichtung auf diese Herausforderungen sind überlebenswichtig.

Innovationen
Nur durch innovatives Denken von kühlen Köpfen lässt sich die Zukunft meistern und gestalten.



Abtauchen in die virtuelle Realität. So zeigt Red Bull, wie Produkte in Hotels platziert und präsentiert werden können.



Den Umsatz optimieren sowie den bestmöglichen Zimmerpreis finden – dabei unterstützt HotelPartner Management.



Aruba liefert intelligente Lösungen, die Netzwerke automatisieren und Daten nutzen, um bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen.

Für ausreichend Energie und Erfrischung ist beim **Hospitality Summit** gesorgt. Ob mit einer kalten beflügelnden Dose am Buffet oder bei einem inspirierenden Gespräch direkt bei uns am Stand. Das belebt Geist und Körper.

Als Partner haben wir zusätzlich die Möglichkeit genutzt, einige Specials zu integrieren: von einem Top-Künstler während der Award-Verleihung bis hin zum Spitzen-DJ beim Apéro. Um das Networking auch beim Gala-Dinner in Schwung zu halten, verwöhnen wir die Gäste mit köstlichen Drinks an der Bar ORGANICS by Red Bull.



Rainer M. Willa

CEO HotelPartner
Yield Management
www.hotelpartner-ym.com

Hospitality Summit
Das Konzept ist sehr gut und zukunftsfruchtig. Ich freue mich, Freunde und Bekannte wieder zu sehen und neue Branchenprofis kennenzulernen.

#bettertogether
Will man zu den Besten gehören, muss man sich mit den Besten der Branche zusammenschliessen und deren Know-how nutzen.

Innovationen
Hotelketten und innovative Konzepte drängen auf den Markt. Daher werden intelligente Preisstrategien die Voraussetzung sein für den Erfolg.



Beat Sommerhalder

Country Manager Switzerland von
Aruba / a Hewlett Packard Enterprise
www.arubanetworks.com

Hospitality Summit
Der Summit ist für die Hotelbranche eine Chance, in Richtung Digitalisierung zu gehen und das Gästerlebnis ins 21. Jahrhundert zu bringen.

#bettertogether
Zusammen, das heisst Hotellerie und Industrie. Wir sind bereit für Ihre digitalen Herausforderungen und haben die passende Lösung für Sie.

Innovationen
WLAN ist nicht gleich WLAN und bietet viele innovative Möglichkeiten für Ihr Unternehmen. Welche für Sie passen, erklären wir Ihnen bei uns am Stand Nr. 37.



Für anspruchsvolle Fahrgäste. Der EQV.

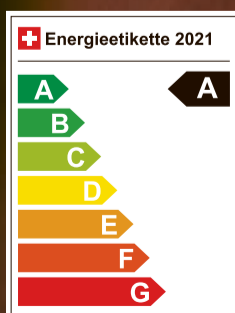
Wer immer in Ihr Shuttle steigt, der 100%ig elektrische EQV hinterlässt nichts – ausser einem guten Eindruck.

Mehr Informationen unter www.mercedes-benz.ch/eqv

100 % elektrisch
 Für bis zu 8 Personen
 Bis zu 378 km Reichweite



Leasing
bereits ab **CHF 399.-/Monat**



EQV 300, lang, 204 PS (150 kW), Barkaufpreis: CHF 71 303.- (Fahrzeugwert CHF 79 590.-, abzüglich CHF 8288.- Preisvorteil). 32 kWh/100 km (3,5 l/100 km), 23 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie: A.

Leasingbeispiel: Laufzeit: 48 Monate, Laufleistung: 10 000 km/Jahr, eff. Jahreszinssatz: 1.92 %. 1. grosse Rate: CHF 17 850.-, Leasingrate ab dem 2. Monat: CHF 399.-. Ein Angebot der Mercedes-Benz Financial Services Schweiz AG. Vollkaskoversicherung obligatorisch. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls diese zu einer Überschuldung des Leasingnehmers führen kann.

Abgebildetes Modell: EQV 300, lang, 204 PS (150 kW), inklusive Sonderausstattungen (Dachreling, LED Intelligent Light System, Leichtmetallräder 7.5 J x 18, schwarz, glanzgedreht, AIRMATIC, EQV Design-Paket Exterieur, separat zu öffnende Heckscheibe) Barkaufpreis: CHF 79 370.-, 32 kWh/100 km (3,5 l/100 km), 23 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie: A.

Leasingbeispiel: Laufzeit: 48 Monate, Laufleistung: 10 000 km/Jahr, eff. Jahreszinssatz: 1.92 %. 1. grosse Rate: CHF 20 800.-, Leasingrate ab dem 2. Monat: CHF 429.-. Angebot gültig bis 30.09.2021. Unverbindliche Preisempfehlung. Änderungen vorbehalten.

Innovative Ideen per Rohrpost

Neue Plattform

Mit dem Hospitality Booster ermöglicht HotellerieSuisse Innovation. Dieser steht allen offen und wird von Innotour unterstützt.

UELI SCHNEIDER

Mehr Innovation in der Schweizer Beherbergungsbranche und folglich gestärkte Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Hotelbetriebe – dieses Ziel verfolgt HotellerieSuisse mit der neuen Innovationsplattform «Hospitality Booster». Denn die Schweizer Hoteliers und Hoteliere sehen sich seit Jahren einem erhöhten Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Herausforderungen entstehen, die nicht jeder Hotelbetrieb individuell für sich selbst lösen kann. Knappe Ressourcen und das fehlende Wissen, wie ein Innovationsprozess ablaufen kann, machen die heute notwendige stete Erneuerung nicht einfach. Es braucht deshalb ein offenes Netzwerk, in dem sich Hoteliere und Hoteliers, Partner aus der Branche und von ausserhalb, Start-ups und weitere Interessierte austauschen sowie gemeinsam Ideen und Innovationsprojekte vorwärtstreiben können.

Diese Funktion übernimmt der Hospitality Booster. Neue Ideen werden auf der Plattform mit der Community geteilt, dis-

kutiert, weiterentwickelt und mit Partnern umgesetzt. So entstehen innovative und bedarfsorientierte Lösungen, die Mehrwert schaffen.

Hospitality Booster für alle – nur so ist Innovation möglich
Mit der Unterstützung von Innotour baut HotellerieSuisse den Hospitality Booster gemeinsam mit den Partnerschulen EHL Group und deren «Village de l'innovation» und der Hotelfachschule Thun (HF Thun) und dem zugehörigen The Lab Hotel auf. Zahlreiche Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft sind ebenso involviert wie natürlich die Mitgliederbetriebe von HotellerieSuisse. Der Hospitality Booster ist jedoch keine exklusive Plattform, sondern steht allen interessierten Anspruchsgruppen offen. Denn nur Offenheit und Partizipation machen Innovation erst möglich.

Der Austausch unter den verschiedenen Akteuren und die übergreifende Zusammenarbeit lassen aus Ideen neue Dienstleistungen, Produkte, Prozesse



Ueli Schneider, Geschäftsleitungsmitglied von HotellerieSuisse, am Booster-Stand.

Corinne Glanzmann

«Ein Branchenprofi macht dank neuer Weinkarte vier Prozent mehr Umsatz.»

Ueli Schneider
Geschäftsleitungsmitglied
HotellerieSuisse

oder Geschäftsmodelle entstehen. Ideen dürfen von allen Interessierten eingegeben werden. Dabei ist es unwichtig, ob bereits ein ausgearbeitetes Konzept oder sogar ein Prototyp vorliegt oder ob erste Ideen im Kopf herumschwirren. Wichtig ist, dass sich die Idee mit der Beherbergungsbranche beschäftigt. Ein Beispiel: Ein Branchenprofi hat die Darstellung der Weinkarte optimiert. Dank seiner neuartigen Präsentation der Weine

macht er in seinem Betrieb nachweislich vier Prozent mehr F&B-Umsatz. Derzeit wird in Pilotbetrieben getestet, ob sich dieser Erfolg multiplizieren lässt. Falls ja, wird das Konzept allen Interessierten zugänglich gemacht.

Eine grosse Vielfalt an Ideen ist gerade im Entstehungsstadium wichtig. Dies im Wissen darum, dass lediglich aus rund fünf Prozent aller Ideen auch ein marktfähiges Produkt oder eine Dienstleistung reift. Um die Effizienz

dieses Prozesses zu erhöhen, werden Rückmeldungen des Marktes im Hospitality Booster sehr früh einbezogen. Die Ideen werden im The Lab Hotel in Thun, im «Village de l'innovation» in Lausanne oder direkt in Pilotbetrieben getestet. Daraus fliessen Erkenntnisse in die weitere Entwicklung der Projekte ein. Auf diesem Weg begleitet das Team des Hospitality Booster die Ideengeber mit Prozess-Know-how und dem Booster-Netzwerk.

Ideen kommen mittels Rohrpost beim Booster-Team an

Am Hospitality Summit wird der neue Innovationsprozess erlebbar gemacht. Mittels Rohrpost können die Besucherinnen und Besucher ihre innovativen Ideen dem Booster-Team übermitteln. Mit einem Augenzwinkern setzen wir ein längst überholtes Kommunikationsinstrument ein, um die Ideenwand am Booster-Stand zu füllen. Eine Jury wählt am Ende des Hospitality Summit die spannendsten, überraschendsten Ideen aus. Attraktive Preise und die Unterstützung bei der Konkretisierung der Ideen warten auf die Gewinnerinnen und Gewinner. Über einen Besuch am Booster-Stand freut sich das Team hinter dem Hospitality Booster ebenso wie die dort präsenten Start-ups und die verschiedenen Partner des Boosters.

hospitalitybooster.ch

ANZEIGE

AUS FREUDE AN GENUSS UND KULINARIK



Starke Marken für Sie vereint. swissgastrosolutions.ch



Kooperationsprojekt «Arts & Culture» in Basel: Caroline Jenny, Co-Initiantin des Projekts (Mitte), Moderatorin Lucie Machac (htr hotel revue) und Filmproduzent Linus Spitz (Smovie). Bilder Smovie



Die Roadtrip-Crew (v. l.): Lucie Machac (htr hotel revue), Ronja Zeller (Smovie), Dorothea Portmann (HotellerieSuisse), Salome Kuster (Smovie) und Patric Schönberg (HotellerieSuisse).



Kooperation im Hotel Bigatt in Lugano (v. l.): Hotelier Lorenzo Steiger, Roadtrip-Organisatorin Dorothea Portmann (HS), Donatella Zappa (Cooperativa Area) und Moderator Patric Schönberg (HS).

Unterwegs zu innovativen Projekten

Von Ort zu Ort
Als Appetizer auf den Hospitality Summit haben wir einen Roadtrip durch die Schweiz gemacht.

LUCIE MACHAC

Es war lehrreich. Oft lustig. Teils stressig. Und klar ging ab und zu auch etwas in die Hose. Aber so ist es halt, wenn man sich in neue Sphären vorwagt. Eine gehörige Portion Mut, neue Ideen umzusetzen, haben in den Monaten der Krise nicht nur Hoteliern und Gastronomen bewiesen. Auch HotellerieSuisse und htr hotel revue haben sich auf unbekanntes Terrain begeben und zum ersten Mal gemeinsam einen Roadtrip unternommen – auf der Suche nach innovativen Kooperationen. Kernstück des einwöchigen Abenteuers durch die Schweiz waren tägliche Live-

Reportagen, in denen erfolgreiche Kooperationsprojekte aus der Gastgewerbebranche vorgestellt wurden. Kulinarische Genüsse, kulturelle Highlights, Biker-Hotspots, findige Köpfe – wir hatten sie alle vor der Kamera. Wobei: Auf schweres technisches Gerät haben wir bewusst verzichtet. Die Zürcher Filmproduktionsfirma Smovie hat alles mit Smartphones locker aus dem Handgelenk gefilmt. Und natürlich waren wir auch möglichst ökologisch unterwegs – unser Tourbus, der uns von der Westschweiz über die Alpen bis ins Tessin brachte,

war ein Elektrobus EQV 300 von Mercedes. **Von Wellness über Kultur bis zu Bike-Action** Gestartet haben wir den Roadtrip im Wallis, im Hotel Beau-Séjour in Champéry, wo Co-Chef Philippe Zurkirchen und seine Gäste erläuterten, wie man mit Crowdfunding erfolgreich eine Wellnessoase finanziert. Weiter ging es nach Basel zur Initiative «Arts & Culture», einer Kooperation zwischen vier Stadthotels und zwei Museen. Ein Projekt übrigens, das dank vereinten Kräften in nur drei Monaten auf die Beine

gestellt wurde. Local Sourcing inklusive Hackbrettdarbietung haben wir im Appenzell unter die Lupe genommen – und zwar im Hotel Hofweissbad. Auf der Lenzerheide war dann Action angesagt: Wir haben uns aufs Mountainbike geschwungen und fahrend über das Bike Kingdom berichtet, wo Hotels, Bikeschulen und Marketingprofis zusammenspannten, um die Lenzerheide als Ferienparadies für Freizeitsportler und Familien zu positionieren. Für die letzte Station haben wir sogar die Alpen überquert – und wurden endlich auch mit Sonnenschein belohnt.

Hoch über Lugano haben wir das Hotel Bigatt besucht, das sich gemeinsam mit der Società Cooperativa Area sozial engagiert und Fachkräfte fördert. Was wir von der Reise mitnehmen? Viele spannende Einblicke und die klare Bestätigung: Zusammen geht vieles definitiv besser. Hauptsache, man ergreift die Initiative – und legt gemeinsam los.



QR-Code scannen und alle Live-Reportagen anschauen.

ANZEIGE

Anzeigenpaket gewinnen!
Besuchen Sie uns an unserem Stand und gewinnen Sie ein Jahres-Anzeigenpaket für Ihre nächste Personalsuche.

Ihr starker Hospitality Partner

Personalsuche mit unseren branchenspezifischen Jobbörsen Für die Hotellerie, Gastronomie und Touristik.

Claude Meier

«An der Basis werden wir gebraucht»

#bettertogether lautet das diesjährige Motto von HotellerieSuisse. Direktor Claude Meier glaubt an die vereinte Kraft der touristischen Akteure.

SABINE LÜTHI

Herr Meier, welches ist Ihr persönliches #bettertogether-Highlight in diesem Jahr?

Ich habe in diesen schwierigen Monaten über 200 Betriebe besucht. Als nationale Geschäftsstelle muss man in dieser Zeit der Pandemie an der Front sein und unterstützen. Dieses gemeinsame Suchen nach Lösungen, nach Perspektiven ist mein Highlight, sowohl im letzten als auch in diesem Jahr.

Wie haben die Mitglieder reagiert?

Unsere Mitglieder schätzen den Austausch sehr. Dass mal «einer von Bern» vorbeikommt, ist wichtig, denn an der Basis werden wir gebraucht, wir von der Geschäftsstelle, aber auch die Vertreter der 13 Regionalverbände. Nur so können wir Hilfestellungen anbieten und die Anliegen in den politischen Prozess einfließen lassen.

Warum lautet das Motto in diesem Jahr #bettertogether?

Weil wir nur dann erfolgreich aus dieser Krise kommen, wenn wir sie gemeinsam meistern – mit unseren Mitgliedern, mit den Polit- und Sozialpartnern, mit den Bildungsinstitutionen. #bettertogether dürfen wir nicht nur predigen, wir müssen es leben.

Welche Projekte, die der Verband in der Zeit der Pandemie auf die Beine gestellt hat, waren erfolgreich?

Unser Coachingprogramm. Wir haben damit Hoteldirektoren mit ihren Fragen und schwierigen Situationen nicht alleine gelassen, wir haben sie unterstützt. Wir haben es mit den Mitgliedern entwickelt, und das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) hat es über das Förderinstrument der Neuen Regionalpolitik (NRP) mitermöglicht.

Ein weiteres erfolgreiches Beispiel?

Ja, mit «rock your future» haben wir innerhalb von vier Monaten eine neue Dienstleistung auf die Beine gestellt, mit der wir Quereinsteigerinnen und jungen Interessierten unsere Branche näherbringen und sie von den Qualitäten und Möglichkeiten, zum Beispiel einer schnellen Karriere, überzeugen wollen. Die nationalen Berufserkundungstage im Oktober und November zur Nachwuchsförderung sollen Jugendliche im Berufswahlprozess unterstützen. Mit dem SBFI haben wir die Finanzierung für drei Jahre gesichert; über 100 Betriebe haben sich bereits angemeldet. Mit diesem Projekt versuchen wir uns auch in #bettertogether mit GastroSuisse.

Die Pandemie hat den Fachkräftemangel verschärft.

Ja, die Corona-Krise hat langfristige Folgen für unsere Branche. Einerseits hat sie den strukturellen Wandel beschleunigt, insbesondere in den Städten. Andererseits hat sie einen ausgeprägten Fachkräftemangel zur Folge, der in den nächsten zehn Jahren DAS zentrale Thema sein wird. Hier gibt es keine schnelle Lösung und kein Patentrezept.

Sondern?

Wir müssen künftig die Rolle als aktive Berufsentwickler stärken. Wir müssen bezüglich Berufsimagen und -marketing ein aktiveres Engagement an den Tag legen. Weiter braucht es im Bildungsmarkt zusätzliche Massnahmen: Die Durchlässigkeit der beruflichen Grundbildung bis und mit Fachhoch-

«Der Fachkräftemangel wird in den nächsten zehn Jahren DAS zentrale Thema der Branche sein.»

schulen im Hospitality-Markt muss viel besser werden, um für Interessierte attraktiver zu werden. Es wird Veränderungen auf mehreren Ebenen geben.

Wie wird sich die Bildungslandschaft verändern müssen?

HotellerieSuisse ist heute Träger und Stifter der EHL-Gruppe und der Höheren Fachschule Thun und bietet selber mit Schulhotels und weiteren Kursen Bildungsprodukte auf dem Markt an – dies in einem intensiven Wettbewerb mit anderen Bildungsinstitutionen, die öffentlich-rechtlich organisiert sind oder auch von Verbänden getragen werden. Der Markt fordert hier mehr Durchlässigkeit, damit lebenslanges Lernen möglich wird. Dafür müssen die Bildungsanbieter von HotellerieSuisse besser zusammenarbeiten können.

Der Tourismussektor funktioniert nicht ohne #bettertogether, würde man meinen. Und doch gibt es Player, die da resistent sind. Woran liegt es?

HotellerieSuisse ist der dritte Verband, für den ich tätig bin: Nach Funktionen im Gesundheitswesen und im kaufmännischen Bereich bin ich nun seit 2016 im Hotellerie-, Gastronomie- und Tourismusbereich tätig. Ich finde, dass das Denken in eng begrenzten Räumen hier



Claude Meier ist überzeugt, dass es in Zukunft noch mehr Kooperationen braucht. «Wer nicht kooperiert, wird untergehen.»

Corinne Glanzmann

Gärten. Wo genau harzt es denn noch? Es hat mir einer Haltung zu tun. Wer mit Scheuklappen unterwegs ist und diese nicht ablegen will, der wird nicht in kooperative Lösungsansätze investieren. Ich weiss alles, ich kann alles – das funktioniert heute nicht mehr. Hotellieren und Hoteliers haben mir in Gesprächen immer wieder gesagt: Wenn Beizen und Museen zu sind, die Bahnen nicht fahren und der Event nicht stattfindet, dann habe ich auch keine Übernachtungen. Und vice versa.

Ist es eine Generationenfrage?

Nein, eine Haltung ist unabhängig vom Alter. Die Krise hat die Digitalisierung beschleunigt, eine andere Form von Mobilität bewirkt, das Lokale wird mehr geschätzt, die Nachhaltigkeit gewinnt an Wert – dies alles muss ein Betrieb antizipieren, sonst fällt er durch die Maschen.

Die Krise hat auch ein neues #bettertogether auf politischer Ebene bewirkt.

Wir hatten fünf Tourismusgipfel, sassen jeweils mit drei Bundesräten am Tisch. Das hat so kein anderer Sektor erreicht. Wir sind direkt betroffen, und die elf verschiedenen touristischen Akteure haben sich zusammengerauft. Wir sind gemeinsam stark aufgetreten, das macht uns erfolgreich. Das muss uns auch in Zukunft gelingen.

«Die elf touristischen Akteure haben sich zusammengerauft und sind gemeinsam stark aufgetreten.»

Auf welche politischen Erfolge während der Krise schauen Sie zurück?

Wir haben als Erste Kredite verlangt, die einige Wochen später Realität wurden. Wir haben schnell mal eine Vereinfachung der Härtefallinstrumente gefordert, einige Wochen später war dies möglich. Wenn wir elf Akteure kooperieren, können wir äusserst erfolgreich sein.

Auch der Hospitality Summit steht unter dem Motto #bettertogether. Warum braucht es gerade jetzt einen solchen Branchenanlass?

Für uns ist es wichtig, in dieser Zeit, wo wir unsere Mitglieder und Partner nur über Zoom, Teams oder Skype getroffen haben, das Netzwerk wieder im persönlichen Austausch pflegen zu können. Diesen Austausch wollen wir zelebrieren, wir wollen gemeinsam nach vorne schauen. Wir wollen Perspektiven schaffen, Impulse geben im Bereich Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder Fachkräftemangel. Mehr als 90 Partner beteiligen sich am Anlass. Das ist nicht selbstverständlich, denn viele von ihnen erlebten zum Beispiel als Zulieferer ebenfalls schwierige Zeiten.

Wo wird sich #bettertogether am Hospitality Summit für Sie im Speziellen manifestieren?

Im 1:1-Kontakt. Ich freue mich darauf, mehr als 700 Leute begrüßen zu dürfen, viele Einzelgespräche zu führen und neue Ideen aufzuschnappen.

Zur Person

Ein politisch gut vernetzter Volkswirtschaftler an der Verbandsspitze

Der 43-jährige **Claude Meier** ist seit Mitte 2016 Direktor von HotellerieSuisse. Er ist Stiftungs- und Verwaltungsratsmitglied der EHL Group. Der studierte Volkswirtschaftler ist auch Vorstandsmitglied des Schweizer Tourismus-Verbandes und der Reka-Verwaltung. Zuvor war er als Leiter Zentralsekretariat und Mitglied der Gruppenleitung beim Kaufmännischen Verband Schweiz in Zürich und als Geschäftsführer der Organisation der Arbeitswelt Gesundheit Bern tätig. Ende 2020 kandidierte Meier bei den Gemeindewahlen auf der Liste der FDP für einen Sitz im Stadtberner Parlament. Im März 2022 kandidiert er auf der Liste der FDP für einen Sitz im Berner Kantonsparlament.

PICTURE: Hotel AMERON Zürich Bellerive au Lac designed by Monoplan AG

ZÜRICH | FRANKFURT | ATHEN

LEADING IN HOSPITALITY

EXPERTS IN HOTEL DEVELOPMENT + DESIGN

monoplan.

ARCHITEKTUR
INTERIOR DESIGN
BRANDING

monoplan.ch | office@monoplan.ch

Erstmals gewinnt ein Paar den Award

Ausgezeichnet

Der Fach-Award Hotelier des Jahres kürt zum ersten Mal ein Hotelier-Paar. Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel haben die Jury mit ihrer Strategie überzeugt.

BERNADETTE BISSIG

Schreitet man auf das Märchenhotel in Braunwald GL zu, ist es, als würde man selber wieder zum Kind. Überall entdeckt man Spannendes, wie in einem Wimmelbuch. Da sind einerseits die Lamas, die friedlich unterhalb des Hotels weiden, vor dem Hotel erspäht man eine Brücke, eine Nachahmung der Golden Gate Bridge, hier wird sie keck «Golden Geiss Bridge» genannt. Denn über diese Brücke spazieren majestätisch die Zwerggeissen. Vor dem Hoteleingang halten die Hasen in ihrem Schlosse Hof, die Hühner logieren in einer noblen Villa, und bei einem Blick auf den Spielplatz taucht ein Kran im Augenwinkel auf, wo kleine Lausmädchen und -buben wacker Lasten umschichten. Die Attraktionen ums Hotel sind nur ein Bruchteil dessen, was die Vogels bieten. Im Innern des Hotels verstecken sich viele weitere Überraschungen.

Vor nun zehn Jahren übernahm das Paar das Hotel von Patrics Eltern: «Die einzige Bedingung, war, die Tradition des abendlichen Märchen Erzählens weiterzuführen», erinnert sich Nadja Vogel. Abwechslungsweise verzaubern sie seither abends die Kinder mit ihren Geschichten. Teils aus dem Fundus von Vater Vogel, teils mit selbst erfundenen. Nach dem Märchen wird die Kinderschar von der Lokomotive Emma – eine Einzelanfertigung – in den «Saal der Könige» geführt. Hier läuft das Znacht für die Kinder mit vielen spielerischen Elementen ab. Welcher Tisch sich als Erstes am Lok-Buffer – jeweils von Emma

Auswahlverfahren

Welche Kriterien galten?

Die Fachjury um Jurypräsident André Witschi hat sich aufgrund folgender Kriterien für das Hotelierpaar Nadja und Patric Vogel, Inhaber und Gastgeber des Märchenhotel in Braunwald, entschieden.

Positionierung

Die einzigartige Positionierung macht das Haus krisenresistent, profitabel und attraktiv für angestammte und neue Gäste.

Strategie

Nadja und Patric Vogel haben sich in einer kleinen Destination auf eine klare Zielgruppe fokussiert und sind durch das vielfältige Angebot im Hotel wetterunabhängig.

Innovation

Das Märchenhotel liefert durch immer neue Produkte und Angebote viele wertvolle Impulse für das Segment Familie.



Nadja (43) und Patric Vogel (41) führen das Märchenhotel in Braunwald GL seit zehn Jahren äusserst erfolgreich.

Bilder Corinne Glanzmann

in den Saal gefahren – bedienen darf, entscheidet eine Lichtshow. Am Ende des Kinderzachts fliegen die Kindertische in die Höhe, und eine Hüpfburg schwebt auf der anderen Seite des Saals von der Decke.

Der Kinderspeisesaal zeigt exemplarisch, wie innovativ, verspielt und erfindungsreich das Hotelierpaar ist. Dass der Raum nur für eine halbe Stunde pro Tag genutzt wurde, fanden die beiden schade. Doch wohin mit den Tischen? Die Lösung: Hoch an die Decke mit ihnen. Heute werden die Tische per Knopfdruck hochgezogen, und der Saal ist innerhalb von zehn Minuten umgebaut und zu anderer Nutzung bereit.

Dazu meint Nadja Vogel mit einem Lachen: «Mein Mann kann hier all seine Bubenträume ausleben.» Ein reines Spiel ist es jedoch nicht, sondern bedingt viele Diskussionen und stundenlanges Tüfteln. «Wir haben ein gutes Team an Experten, das uns in unseren Vorhaben unterstützt», erzählt Patric Vogel. So etwa den Hotelarchitekten Peter Hummel von Hunikat, mit dem er bereits im Hotel Montana ge-

arbeitet hatte. Doch es war nicht von Anfang an klar, dass Patric Vogel, gelernter Banker und Betriebsökonom, in die Hotellerie finden würde. Erst über ein Nachdiplomstudium in Hotelmanagement und einer Tätigkeit bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) stieg er als Sales- & Marketingmanager ein, zuerst im «Giardino» in Ascona bei Daniela und Philippe Frutiger, danach im Art Deco Hotel Montana in Luzern bei Fritz Erni.

Auch Nadja Vogel kommt von der betriebswirtschaftlichen Seite. Sie absolvierte ein Studium der Ökonomie und der Betriebswirtschaft an der Universität Bern, arbeitete als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und war Assistentin des damaligen Schweiz-Tourismus-Direktors Jürg Schmid.

Solide betriebswirtschaftliche Basis gepaart mit Ideenreichtum Diese betriebswirtschaftlich geprägte Ausbildung des jungen Hotelierpaars bildet eine solide Basis. Eine grosse Portion Kreativität, nie versiegende Ideen und ein grosses Herz für Kinder – sel-

«Es ist toll, dass wir als Paar mit einem kleinen Familienbetrieb ausgewählt wurden.»

Nadja und Patric Vogel
Inhaber, Gastgeber sowie Märchenfee und Märchenonkel

ber stolze Eltern zweier kleiner Töchter – bringen die beiden obendrauf mit. Mit viel Ausdauer, einer Schärfung der angelegten Positionierung und einer gezielten Vermarktung haben die Vogels die Gästefrequenz in den zehn Jahren ihres Wirkens mehr als verdoppeln können.

Konstante Auslastung von rund 90 Prozent übers ganze Jahr

Mittlerweile haben sie das Hotel zehn Monate im Jahr geöffnet bei einer konstanten Auslastung von rund 90 Prozent. «Diese hohe Auslastung ist sicherlich unserer messerscharfen Positionierung zuzuschreiben», sagt Patric Vogel. Viele Hoteliers hätten Angst vor einer klaren Positionierung, da sie befürchteten, Gäste zu ver-

lieren. Man dürfe jedoch nicht vergessen: Verliere man einen Gast, gewinne man zwei.

Das Paar ist Patrics Eltern enorm dankbar, dass «sie uns so einen gesunden, gut geführten und clever positionierten Betrieb übergeben haben». Dass sie nun mit dem Award «Hotelier des Jahres» ausgezeichnet wurden, ist eine grosse Ehre für die Gastgeber: «Es ist toll, dass wir als Paar mit einem kleinen Familienbetrieb ausgewählt wurden.» Einerseits seien sie voller Ehrfurcht ob der Prominenz ihrer Vorgänger, andererseits sei es ein schönes Kompliment, in einer Reihe mit solch erfolgreichen Unternehmern zu stehen.

maerchenhotel.ch

Zur Geschichte des Hotels

Es war einmal ein quengelndes Kind...

Das Märchenhotel in Braunwald GL ist seit fast 50 Jahren im Besitz der Familie Vogel. 1972 hatte Fridolin Vogel – er führte bereits seit 20 Jahren das Hotel Glarnerhof in Glarus – die Gelegenheit, das 1907 erbaute Grandhotel zu kaufen. Das Haus war damals in einem desolaten Zustand. Der erfahrene Hotelier liess sich davon nicht abschrecken, sondern sah das Potenzial der Liegenschaft.

Sein Sohn Martin und dessen Frau Lydia übernahmen das Hotel 1977. Im gleichen Jahr wurde durch Zufall auch der Grundstein für die Positionierung als Märchenhotel gelegt. Ein kleines Mädchen soll im Speisesaal so laut geschrien haben, dass es den Eltern peinlich wurde. Der Hotelier versprach dem Mädchen ein Märchen. Es blieb nicht bei dem einen... Für die konsequente Weiterverfolgung



Ein Hotel, das die Herzen von Klein und Gross höherschlagen lässt.

dieser Ausrichtung wurden Martin und Lydia Vogel 2006 mit dem Sonderpreis «Klein und kreativ» des Tourismuspreises Milestone ausgezeichnet. An der anschlies-

senden Cocktailparty lernten sich Nadja Bänziger und Patric Vogel kennen. Heute führen die beiden als Ehepaar Vogel das Märchenhotel in dritter Generation. bbe

Hotelier des Jahres

Mit dem Fach-Award «Hotelier des Jahres» werden jährlich Persönlichkeiten ausgezeichnet, die sich innerhalb der Branche durch Erfolg, Einzigartigkeit und Innovation profiliert haben und dadurch für die nationale Hotellerie von besonderem Interesse sind. Zusätzlich wird seit 2019 ein «Special Award» verliehen, der spezielle Leistungen würdigt. Mehr dazu auf Seite 16.

Die neunköpfige Jury wertet bei der Wahl insbesondere Managementleistung, Profitabilität, Innovation oder innovative Ausrichtung, Originalität, Risikobereitschaft, positives Image in der Branche sowie Kundenbezug.

hotelierdesjahres.ch

Special Award



Beat Kuhn

Managing Director, SV Hotel

Beat Kuhn, Sie sind für das Konzept Stay Kooook von SV Hotel mit dem «Special Award» gewürdigt worden. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?
Ich freue mich sehr über die Anerkennung. In erster Linie ist es eine riesige Bestätigung für das ganze Team. Was wir in den letzten rund fünf Jahren entwickelt und umgesetzt haben, funktioniert und begeistert. Sie bedeutet auch, dass innovative Konzepte eine mögliche Antwort auf die sich verändernden Reisebedürfnisse und Marktbedingungen sind und schwersten Krisen trotzen können. Nicht zuletzt hoffe ich, dass junge Talente in unserer Branche angespornt und motiviert werden, Neues zu wagen.

Was war ausschlaggebend für die Entwicklung?
Wir haben das Potenzial im Extended-Stay-Segment sehr früh erkannt. Viele Studien und Marktanalysen haben dies untermauert. Wir konnten bereits erstes Know-how durch die Marriott-Marke Residence Inn sammeln und haben evaluiert, welche Bedürfnisse die Zielgruppe hat. So stellten wir fest, dass es eine Marktlücke zwischen Airbnb,

«Ein Jahr Stay Kooook hat gezeigt, dass diese moderne Art des Wohnens ein breites Publikum anspricht.»

Extended-Stay und Lifestyle-Brands gibt, die die Vorteile moderner Übernachtungsformen in einem Angebot kombiniert. Diese Lücke wollen wir mit Stay Kooook schliessen. Wir sehen das Potenzial vor allem an zentralen, urbanen Standorten in den wichtigen Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Natürlich wollen wir mit dem Produkt in diesem Segment längerfristig wachsen. Stay Kooook ist auch für Investoren sehr attraktiv, da wir mit wenig Fläche auskommen und dabei volle Funktionalität sowie Flexibilität anbieten.

Wie sind Sie bei der Entwicklung vorgegangen?
Wir arbeiteten mit Hospitality-Experten, Designern und Architekten zusammen. So haben wir ein intelligentes Raumdesign entwickelt, das auf rund 22 Quadratmetern eine optimale Flächenausnutzung ermöglicht. Ausserdem bietet das Studio dem Bewohnenden alle Annehmlichkeiten für einen längeren Aufenthalt, die er auch auf grösserem Raum hätte. Durch unser smartes, modulares Wohnelement lässt sich jedes Studio situativ den individuellen Bedürfnissen anpassen. Zudem können die Bewohnenden ihren Raum auf Wunsch persönlich einrichten. Individualisierung ist ein ganz wichtiger Punkt, damit sich unsere Gäste auch bei längeren Aufenthalten wohlfühlen. Ein absoluter Mehrwert bietet unser Host. Er stellt den lokalen Bezug her und liefert Insidertipps aus erster Hand.

Neu werden Sie neben den Studios auch smart ausgestattete Zimmer anbieten. Warum?
Ein Jahr Stay Kooook hat gezeigt, dass diese moderne Art des Wohnens ein breites Publikum anspricht. Der gemeinsame Bereich mit Wohnzimmer und Küche als Begegnungs- und Arbeitsort, die unkomplizierte digitale Gästereise und die Nähe zu den Hosts entsprechen auch den Bedürfnissen von Kurzreisenden. Diese benötigen aber kein Studio mit Kitchenette und Waschmaschine, vielmehr ein funktionelles Zimmer mit top Schlafkomfort und erstklassigem Duscherlebnis.

Stay Kooook ist eine Entwicklung von SV Hotel. Das Konzept richtet sich an Gäste, die eine praktische und flexible Übernachtungsmöglichkeit zu einem fairen Preis suchen. Bern Wankdorf eröffnete 2020, Nürnberg City (D) ist für 2022 geplant wie auch Leipzig City (D) und Bern City. Weitere zentrale, urbane Standorte folgen.

staykooook.com

Abendveranstaltung



v. l.: Jurypräsident André Witschi, die Hoteliers des Jahres Patric und Nadja Vogel, Beat Kuhn, Preisträger «Special Award», Vize-Jurypräsidentin Anne C

Impulsgeber für die ganze

Gross ist jeweils die Spannung, wer die begehrten Trophäen «Hotelier des Jahres» und «Special Award» erhält. Sind es doch Awards von der Branche für die Branche.

BERNADETTE BISSIG



«Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel – das ist eine ausgezeichnete Wahl. Ein solcher Preis hat grosse Strahlkraft.»

Miriam Böger
Direktorin Art Deco Hotel Montana
Luzern

Die Preisverleihung Hotelier des Jahres war das Highlight von Tag 1 des Hospitality Summit. Rund 700 Hotelièren, Hoteliers und Brancheninsider wohnten dem Event bei. Aileen Zumstein, Gastgeberin und Moderatorin des Gala-Abends, brachte die Stimmung am Hospitality Summit gleich zu Beginn der Preisverleihung auf den Punkt: «Ich habe heute so viel gute Energie und so viel Mut gespürt.» Energie und Mut sollten auch den Abend prägen. Für die Steigerung der guten Energie war der Basler Newcomer Zian mitverantwortlich, der den Abend musikalisch begleitete. Eine grosse Portion Mut stand auch bei den Preisträgern im Zentrum.

Mit viel Mut eine Marktlücke geschlossen
Mit dem «Special Award», der dieses Jahr zum zweiten Mal verliehen wurde, würdigte die Jury eine spezielle, herausragende Leistung. Anne Cheseaux, Jury-Vizepräsidentin, löfnete das Geheimnis: Beat Kuhn, Managing Director bei SV Hotel, durfte den «Special Award» für die Entwicklung innovativer Hotelkonzepte und für die Lancierung von Stay Kooook entgegennehmen. Dazu Anne Cheseaux: «Beat Kuhn hat ein Flair für Trends. Mit der Umsetzung des Extended-Stay-Konzepts Stay Kooook hat er eine



«Es ist grossartig, dass ein Hotelierpaar gewonnen hat. Ein schönes Zeichen für all die Paare, die gemeinsam einen Betrieb führen.»

Karin Kunz
Generaldirektorin Kursaal
Bern

Marktlücke gefunden und viel Mut bewiesen.» Weiter lobte sie in ihrer Laudatio: «Erstmals in der jüngeren Geschichte der Schweizer Hotellerie hat eine Schweizer Hotelgruppe ein Hotelprojekt entwickelt, das internationales Wachstumspotenzial hat und wirklich neuartig ist.» Weiter führte sie aus: »Mit Beat Kuhn zeichnet die Jury den zurzeit wahrscheinlich international erfolgreichsten Schweizer Hospitality-Manager aus.«

Beat Kuhn war es auf der Bühne sichtlich unwohl. Er schäme sich ein klein wenig ob all der Aufmerksamkeit, die seiner Person zukomme, meinte er. Doch er freue sich sehr für sein Team. «Dass ich dieses Konzept umsetzen konnte, ist ein Verdienst der

SV Group, insbesondere von CEO Patrick Camele und des Verwaltungsrates.

Messerscharfe Positionierung und viel Innovationsgeist
Und dann war es auch schon Zeit für den «Hotelier des Jahres». Mit dieser Auszeichnung sollen jährlich Persönlichkeiten ausgezeichnet werden, die sich innerhalb der Branche durch Erfolg, Kreativität und Innovation profiliert haben und dadurch für die nationale Hotellerie von besonderem Interesse sind. Laut Fiorenzo Fässler, Initiant und Veranstalter des Fach-Awards, waren rund 36 Bewerbungen eingegangen. Bei der Beurteilung dieser Projekte legte die hochkarätige Jury – alle sehr tief im Hotelleriebusiness drin – Wert auf eine klare Positionierung, eine weitsichtige Strategie, Rentabilität und Innovation.

Die Spannung stieg nochmals merklich an im Saal, als Jurypräsident André Witschi zu seiner Laudatio ansetzte. Erstmals in der Geschichte des bereits zum sechsten Mal durchgeführten Awards hat die Jury ein Hotelierpaar ausgezeichnet, das gemeinsam operativ tätig ist: Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel in Braunwald, einer kleinen Destination im hintersten Glarnerland. Dort betreibt das Paar in dritter Generation als Familienbetrieb ein Hotel für Familien.

«Es ist nicht einfach, ein gut positioniertes Hotel zu übernehmen und erfolgreich weiterzuführen», würdigte Jurypräsident André Witschi die Leistung der beiden Gastgeber. Dem Paar, welches das Hotel nunmehr seit zehn Jahren erfolgreich führt, sei



heseaux und Veranstalter Fiorenzo Fässler. Corinne Glanzmann

Branche

Preisträger

Wer bisher gekürt wurde

Der Fach-Award wird seit 2015 verliehen. Folgende Hoteliers und Hoteliären konnten den Hotelier-Award und den Special Award – seit 2019 – entgegennehmen.

- Hotelier des Jahres 2015**
Raphael Wyniger, Wyniger Gruppe, Basel
- Hotelier des Jahres 2016**
Felix Suhner, Balance Familie, Meisterschwanden
- Hotelier des Jahres 2017**
Fritz Erni, Art Deco Hotel Montana, Luzern
- Hotelier des Jahres 2018**
Kurt Baumgartner, Belvédère Hotels, Scuol
- Hotelier des Jahres 2019**
Yvette Thüring, Le Mirador Resort & Spa, Mont-Pèlerin, Vevey
- Special Award 2019**
Chris Rosser, Hotel Krone, Thun, sowie Hotel Schützen, Steffisburg
- Hoteliars des Jahres 2021**
Nadja und Patric Vogel, Märchenhotel, Braunwald

Special Award 2021
Beat Kuhn, SV Hotel, Schweiz und Deutschland

Die Preisverleihung des «Hotelier des Jahres 2022» findet wiederum im Rahmen des Hospitality Summit von HotellerieSuisse statt, voraussichtlich am 7. und 8. Juni 2022.

dies jedoch meisterhaft gelungen. Sie hätten Jahr für Jahr beste Bewertungen, eine ausgezeichnete Auslastung und ein hohes Preisniveau. Zudem hätten sie die Positionierung als Familienhotel, die bereits die Eltern von Patric Vogel implementiert hatten, strategisch klug weitergeführt. «Mit diesem wirklich einzigartig positionierten Hotel will die Jury ein Zeichen setzen, damit beim Thema Strategie möglichst viele Nachahmer gefunden werden.»

Ein Ehrenplatz für den Award «Hoteliars des Jahres»
Nadja und Patric Vogel zeigten sich sehr gerührt. Es sei eine Ehre für sie, in einer Reihe mit solch erfolgreichen Unternehmern zu stehen. Etwa mit Fritz Erni, dem langjährigen Direktor des Art Deco Hotel Montana.

Nadja Vogel betonte, welches Privileg sie hätten, eine solch tolle Aufgabe zu haben: «In der Ferienhotellerie begleiten wir die Gäste an ihren schönsten Tagen des Jahres. Dabei könnten sie nach wie vor auf die Unterstützung von Patrics Eltern zählen. Zudem sei ganz Braunwald eine grosse Familie, die einander unterstützte.

Auf die abschliessende Frage von Aileen Zumstein, wo der Award denn nun zu stehen komme, meinte Patric Vogel mit einem Schmunzeln: «Es gab da mal so eine Vitrine, die mein Vater für Preise vorgesehen hatte. Vor fünf Jahren haben wir an diesem Ort eine Vintothek gemacht.» Die logische Folge daraus: Die edle Trophäe wird neben edlen Tropfen zu stehen kommen.



«Beat Kuhn hat den «Special Award» mehr als verdient. Er sorgt mit seinen Ideen für Lichtblicke in der Hotellerie.»

Michael Böhler
Group General Manager, Meili Gruppe Zürich



1. Die Abendveranstaltung war gut besucht. Rund 700 Teilnehmende waren dabei.

2. Erwartungsvolle Spannung im Saal.

3. Bei der Vorbereitung der Desserts für das Flying Dinner.

4. Fünf Zürcher Hotels bestritten das Edelcatering des Abends gemeinsam.

5. Konzentriertes, speditives Anrichten war gefragt. Für die Köchinnen und Köche der fünf Hotels war es eine schöne Erfahrung, nach so langer Zeit wieder für so viele Gäste zu kochen.

Bilder Corinne Glanzmann, Philipp Schmidli



#bettertogether

Ein Schmaus für Gaumen und Ohren

Nach der Preisverleihung war die Award-Night noch lange nicht vorbei. Lockeres Dinner und entspanntes Networking standen noch auf dem Programm. Dabei lautete das Motto auch bei der Kulinarik «Von der Branche für die Branche». Das Edelcatering für die Gala steuerten Zürcher Hotels bei. So hatten das «Dolder Grand», das «Park Hyatt», die drei Hotels Storch, Alex Lake Zürich und Widder der Living-Circle-Gruppe sowie die Meili-Gruppe je einen «Marktstand», wo sie den Teilnehmenden ihre hochkarätigen Leckerbissen anboten.

Als lockeres Flying Dinner konzipiert, zirkulierten die Gäste zwischen Stehtischen und den sieben Ständen, wo sie sich etwa bei Tarik Lange vom «Park Hyatt» ein Tellerchen mit Schweizer Lachsfilet, Erbse, schwarzer Knoblauchcreme und Salzmelone schnappten, sich zwischen einem Schwatz mit Branchenkolleginnen und -kollegen zur Abwechslung ein veganes Häppchen einer Kürbisvariation mit gebackenen Kichererbsen bei Ingo Kühn vom «Dolder Grand» abholten. Um sich danach etwa noch an einem Fleischgericht mit Lamm-Mignonette, Fregola Sarda,

Taggiasca-Oliven und getrockneten Tomaten von Maurice Marro vom «Baur au Lac» göttlich zu tun. Die süsse Krönung hatten Tino Staub vom Hotel Alex Lake Zürich und Pascal Schmutz, kulinarischer Berater der Meili-Gruppe, im Angebot. Zur Auswahl standen bei Pascal Schmutz zwei Desserts, einmal nuss- und einmal schoggilastig. Tino Staub kredenzte luftige Macarons. Wer den Magen mit Käse schliessen wollte, wurde beim Marktstand von Jumi glücklich, einem innovativen Berner Unternehmen, das sich mit seinen Käse- und Fleischspezialitäten auch in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie einen Namen gemacht hat.

«Es ist ein toller Beitrag für die Branche»
Insgesamt hatten die fünf Hotels je 500 Portionen vorbereitet, aufgeteilt in acht verschiedene salzige Gerichte mit Fleisch, Fisch, veganen oder vegetarischen Komponenten sowie drei verschiedene Desserts. «Das Lachsfilet kam bei den Gästen sehr gut an – wie auch das Schweizer Short Rib», so Tarik Lange vom «Park Hyatt». Bei Marcel Köhn von der Living-Cir-

cle-Gruppe gingen der Lachs und das Onsen-Ei ebenfalls weg wie «heisse Weggli». Und alle Köche sind sich einig: Es war schön, wieder einmal an einem solch grossen Event dabei gewesen zu sein. «Es ist ein toller Beitrag für die Branche, den die beteiligten Hotels mit ihrer Teilnahme geleistet haben», zeigt sich Adriano Pirola von der Agentur Woehrl Pirola begeistert, die massgeblich an der Eventgestaltung des Hospitality Summit beteiligt war. «Für zukünftige Award-Galas können wir uns durchaus vorstellen, andere Regionen wie die Westschweiz oder das Tessin miteinzubeziehen.» Doch nicht nur für Speis war gesorgt, sondern auch für Trank. An den verschiedenen Bars in der weitläufigen Halle waren Weine von Bindella und Arvi im Angebot, die Palette von San Pellegrino löschte den Durst, und beim Kaffeetruck von Nespresso war Koffein in verschiedensten Varianten im Angebot. Wem neben Wein nach etwas Stärkerem war, der wurde an der Red-Bull-Bar glücklich. Im Hintergrund sorgte DJ Bazzoka für den passenden Soundteppich.

Das Beste für Ihre Gäste!



• Hotel Boxspringbetten • Hotelmatt ratzen • Funktionssofas

Hotelausstattung ist unser Metier

Ihre Gäste sollen einen besonders gelungenen Aufenthalt in Ihrem Hotel erleben und Sie zukünftig als Stammgäste wieder besuchen. Bei diesem Ziel möchten wir Sie als Ihr Partner für hochwertige Hotelbetten und Funktionsmöbel unterstützen.

Unsere Stärke! Qualität und Zuverlässigkeit

Als Hersteller von anspruchsvollen Boxspringbetten und Schlafsystemen bieten wir Ihnen vom Standardprodukt bis zur individuellen Lösung alle Möglichkeiten an. Ob modern oder zeitlos klassisch, unsere Boxspringbetten bestechen nicht nur durch ihr Design, sondern auch durch ihre handwerkliche Verarbeitung.

Ihr Vorteil! Unser umfassendes Konzept.

Für jeden einzurichtenden Raum werden Sie immer ein Möbelstück aus unserer Produktpalette finden, das zu Ihrem Projekt optimal passt.

Unser Plus! Eine sehr breite Angebotspalette.

Dank unserer grossen Auswahl an Betten, Sessel und Sofas können Sie Ihr Produkt ganz nach Ihren Bedürfnissen und Erwartungen finden.

Ihr Interesse! Ein exzellentes Preis-Leistungsverhältnis.

Auch wenn die Verwirklichung eines Projektes keine Frage des Preises ist, sondern von Qualität und vor allem von Lebensdauer, ist der Preis trotzdem ein nicht zu unterschätzender Faktor.

 **HotellerieSuisse**
Trusted Supplier


Schlafconcept

Eng. Schlafconcept GmbH.
Esenstrasse 139 9443 Widnau - Schweiz
Tel. +41 71 740 01 12 E-Mail: info@schlafconcept.com
www.hotelschlafsysteme.ch



Spontane Runde (v.l.): Stefan Grossniklaus (HS Berner Oberland), Michaela-Maria Nazarek (Steinenschanze Stadthotel Basel), Claude Meier (Direktor HS), Caroline Spatz (Hotel Golf Panorama), Anja Kramarz (Hotel Marta/Josephine's Guesthouse Zürich), Esther von Ziegler (Lofthotel Murg), Annette Stoffel (HS Berner Oberland) und Alain Becker (HS ARH).
Bilder Corinne Glanzmann / Nadia Schärli

Endlich wieder ein persönlicher Austausch



Die MICE-Fraktion: Oliver Stoldt, CEO MICE Service Group, Judith Huisman und Anouk Roohe, Gründerinnen von Meetingselect.



Gut gelaunt: Janine Bunte, CEO Schweizer Jugendherbergen, und Martin Gerber, Co-Founder und Managing Partner E-Guma.



Aus dem Engadin: René Stoye, Gastgeber und Küchenchef im «Guarda Val», und Sandy Stöckenius, HR-Leiterin Belvedere-Hotels.



Am Plaudern: Murat Baki, Gastgeber im «La Couronne» in Solothurn, und Samuel Koenig, Direktor «Holiday Inn Express Geneva».



Kollegen aus Luzern: Miriam Böger, Direktorin Art Deco Hotel Montana, und Clemens Hunziker, Direktor «Schweizerhof Luzern».



Aus dem Tessin angereist: Die beiden Vertreter von HotellerieSuisse Ticino: Fabio Corti und Federica Riva.

Meet & Greet



Barbara Jenzer, Hotel zum Ochsen, Arlesheim, und Michaela Nazarek, Steinenschanze Stadthotel Basel.
Corinne Glanzmann



Trio in guter Stimmung: Martin Von Moos, Geschäftsführer Hotel Belvoir, Rüschlikon, Daniel Kost, Direktor Hotel Belvoir, und Michael Thomann, Thomann Hospitality.
Nadia Schärli



Plaudern und sich austauschen: Daniel Beer, Jean-Marc Habersaat, Monique Moretti, Rol...



Am Ibex-Fairstay-Stand: Anita Gschwind, Geschäftsführerin, und Tanja Kreis.
Corinne Glanzmann



Na dann, Prost: Karin Breitenstein, Senior-Beraterin Kohl & Partner, Frank Reutlinger, Inhaber und Geschäftsführer Kohl & Partner, Janine Rüfenacht, Vizedirektorin The Lab Hotel, Thun.
Corinne Glanzmann



Delegation von Schweiz Tourismus: Joelle S.



Besuch aus Grindelwald: Gisela Heller, Eiger Selfness Hotel, Stefan und Suzanne Grossniklaus, Aspen alpin Lifestyle Hotel und Präsident HotellerieSuisse Bern.
Nadia Schärli



Muntere Runde: Nicoletta Müller, Innovation, Sales & Marketing GmbH, Daniel Tschudy, Journalist, Markus Conzel, son Blu Hotel Luzern, und Elisabeth Erber, Vereinigung dipl. Hoteliers.
Corinne Glanzmann



li, Leiter Klassifikation HotellerieSuisse, Pascale Schaufelbühl, Klassifikation, Marc Aeberhard, land Mattmann, alle Lead-Auditoren HotellerieSuisse, Roberto Pensa.

Corinne Glanzmann



Aus dem Berner Oberland angereist: Patrick Jäger, Hotel Eden, Spiez, Stephan Maeder, Hotel Carlton-Europe, Interlaken, und Grégoire Allet, Hotel Seaside ABZ, Spiez.

Corinne Glanzmann



schmidt, Nina Kölbl, Oliver Weibel und Annika Grünig.

Corinne Glanzmann



Herrenrunde (v.l.): Raphael Wyniger, Inhaber Wyniger Gruppe, Georges Beutler, Direktor Hotel Interlaken, und Thomas Allemann, Geschäftsleitungsmitglied HotellerieSuisse.

Corinne Glanzmann



mann, Radis-
inne Glanzmann



Gemeinsam unterwegs: Barbara Friedrich, HotellerieSuisse, und Franz-Xaver Leonhardt, Krafft Gruppe.

Corinne Glanzmann



Sich austauschen und die Köpfe zusammenstecken: Patric und Nadja Vogel, Märchenhotel Braunwald, Nadja Christensen, Hotel Artos, Simona und Luzi Seiler, Parkhotel Margna.

Nadia Schärli

Retrouvailles pour agitateurs d'idées

Hôteliers romands

Présents à Zurich, ils se réjouissent d'échanger et d'apprendre. Ils apprécient de découvrir des modèles business.

ALEXANDRE CALDARA

Les hôteliers romands présents au Hospitality Summit, à la Halle 550 Zurich Oerlikon, semblaient apaisés, réjouis. «Très contents de retrouver nos collègues romands et les Suisses alémaniques que l'on avait un peu perdus de vue», confesse Samuel König, vice-président de la Société des hôteliers de Genève.

Débats de fond et nombreux exposants

«Un réseautage sans masque redémarre enfin après cette période incertaine et surtout revoilà les agitateurs d'idées», se réjouit Stéphane Compagnon, directeur de l'Eurotel, à Montreux. Gentiment interloqué aussi: «Je suis surpris de voir autant de monde à nouveau réuni, quelle bonne nouvelle. On éprouve le besoin de se revoir, d'échanger, d'apprendre», explique Philippe Attia, gestionnaire du Saint Georges, à Gruyères. Et même taquin: «Je



Des membres de l'Association romande des hôteliers (ARH) se retrouvent: Nicolas Ming, Hôtel Astra, à Vevey; Stéphane Compagnon, Eurotel, à Montreux; Muriel Roumier, responsable administrative de l'ARH; Nicolas Lagier, Hôtel Carlton, à Lausanne et Alain Becker, directeur de l'ARH.

Images Corinne Glanzmann



Gilles Rangon, président, et Samuel König, vice-président de la Société des hôteliers de Genève.

«On débat de technologies innovantes tout en découvrant de nouveaux fournisseurs.»

Samuel König
Vice-président de la Société des hôteliers de Genève.

dois venir ici pour retrouver un collègue de la Riviera vaudoise», s'amuse un hôtelier de Vevey. Pour Gilles Rangon, président de la Société des hôteliers de Genève, il s'agit surtout «de partager un vécu, le nôtre, celui d'Interlaken, de Lucerne, et d'aller vers la nouvelle normalité en marche».

Les hôteliers romands se félicitent aussi de ce mix réussi entre débats de fond et présence de nombreux exposants. Sur le premier thème: «Je suis content

de savoir comment les autres pensent les nouveaux modèles de business, par exemple en termes d'espaces de coworking dans nos hôtels», partage Stéphane Compagnon. Sur le second: «Cela fait longtemps que l'on ne voyait plus nos fournisseurs, sans le salon Igheo cette année. Cela me permet de continuer à tisser des liens avec eux et donc de résoudre par la suite des problèmes plus rapidement, car on se connaît», explique Phi-

lippe Attia. Samuel König synthétise avec habileté les deux aspects: «On débat de technologies innovantes et en même temps, on découvre de potentiels nouveaux fournisseurs.»

Les idées utilisables de suite ou farfelues nourrissent la branche
Philippe Attia a écouté avec attention la présentation de la Banque nationale suisse. Mais il avoue avoir en ce moment besoin d'entendre encore davantage

d'experts pointus de l'économie européenne et pense qu'on devrait les inviter lors d'un prochain sommet.

Dans le même ordre d'idées, lors du débat sur «L'avenir de l'hôtellerie de ville», Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers, rappelait que toutes les idées utilisables tout de suite ou paraissant farfelues nourrissent la branche mais qu'elles nécessitent obligatoirement des moyens financiers.

ANNONCE



Sichern Sie sich **Ihren Wettbewerbsvorteil** durch ein exklusives Zusammenspiel aus Know-how, Technologie und Expertise!

Exklusive Revenue Management Strategien für Ihr Hotel

www.hotelpartner-ym.com

Vermeiden Sie schlecht definierte Strategien und implementieren Sie die richtige Taktik, ohne Ihre eigenen Ressourcen oder Ihre eigene Zeit investieren zu müssen. Ob für Strategieentwicklung, Prognose, Controlling, Channel-Management oder Content-Optimierung, unsere Experten stehen Ihnen als strategische Berater für Ihren Zimmerverkauf jederzeit zur Seite.

Ein Angebot maßgeschneidert auf Ihre Bedürfnisse:

- Recovery Package – keine Startkosten
- Permanente Erfolgskontrolle mit dynamischen Preisanpassungen
- Limitierte Anzahl Partner-Hotels pro Destination – Ihr Wettbewerbsvorteil
- Hochspezialisierte IT-Lösungen im Bereich Vertrieb und Performance
- Langjährige, fundierte und Datenbezogene Marktkennntnisse (Stadt bis Ferienregion)
- Stressfreie Integration in bestehende Prozesse und Systeme

HotelPartner[®]
YIELD MANAGEMENT

Plus de data, moins de mètres carrés

Secteur de l'évènementiel

Les salons et expositions ont connu une chute vertigineuse de leurs chiffres d'affaires. Une crise qui annonce de nouveaux modèles économiques.

ALAIN-XAVIER WURST

Selon une enquête réalisée en février de cette année, la branche des salons et foires suisses a enregistré une chute de plus de 60% de son chiffre d'affaires, soit environ 3 milliards de francs. Avec d'inévitables et lourdes répercussions sur l'hôtellerie, la restauration ou encore les transports, lorsque l'on sait qu'un franc dépensé sur un site d'exposition génère en moyenne 7 francs de chiffre d'affaires pour la destination, tous secteurs confondus.

Avec les changements de comportement des entreprises et des individus induits ou accélérés par la crise du Covid, les organisateurs de congrès doivent se réinventer. A l'exemple de Bombardier, Mercedes ou John Deere, nombreux sont les grands groupes qui ont fortement réduit leurs participations aux manifestations internationales, quand ils ne les ont pas simplement supprimées de leur agenda, privilégiant la tenue d'événements entièrement privés pour leur clientèle.

Pour les spécialistes de la branche, le marché des salons et expositions ira dans le sens d'une

régionalisation accrue, voire d'un rétrécissement à l'échelle nationale. «Nous ne sommes plus dans la globalisation, ce qui représentera pour la Suisse un certain désavantage concurrentiel», souligne Claude Membrez. «Mais il y a quantité d'autres produits qui vont naître de cette crise pandémique; pourquoi ne pas inventer de nouveaux événements, la Suisse sait le faire», ajoute le Managing Director de Palexpo SA de Genève, lors de la discussion «Messeland Schweiz im Jahr 2030», tenue hier au Hospitality Summit.

Des manifestations virtuelles tout au long de l'année

En dépit d'une conjoncture extrêmement difficile, l'avenir n'est pas pour autant compromis. S'il est essentiel de «maintenir le rythme des organisations pour que les gens ne perdent pas l'appétit ni l'habitude de se retrouver physiquement», comme le souligne Christoph Kamber, président de l'association faîtière Expo Event, le business model classique, avec des manifestations se



Au centre, Claude Membrez et Judith Krepper, au premier plan de dos, Daniel Egloff.

Nadia Schärli

déroulant une fois par an, et entre deux éditions, deux ou trois newsletters envoyées aux exposants, est nécessairement appelé à évoluer. Dans quelle direction? Les chiffres de fréquentation des plateformes de streaming, qui ont explosé pendant la pandémie, en donnent un avant-goût et annoncent «la normalité de demain», comme le dit Claude Membrez. Pour les acteurs de la branche, il est clair que les manifestations

digitales seront amenées à prendre place tout au long de l'année, afin de créer et fidéliser des communautés d'exposants. After-show networking, keynote panel, virtual event, virtual launch... autant d'anglicismes pour désigner ces réunions virtuelles qui viendront s'intercaler entre la tenue de manifestations physiques. «Le digital s'invite dans nos métiers, il nous faudra créer des communautés qui hier étaient fédérées par les associations, notamment.

«La digitalisation ne va pas remplacer les salons ou les congrès, mais au contraire les renforcer.»

Judith Krepper
Head of Segment Hospitality/
Director Igeho

Demain, ces communautés seront fédérées par des rencontres surtout digitales. Il faudra travailler avec elles en continu. Les salons vendront vraisemblablement moins de mètres carrés, mais vendront plus les données de leurs clients aux exposants. Ces tendances prévalaient déjà avant la crise, mais le processus va s'accélérer», souligne Claude Membrez.

Repenser les relations entre l'hôtellerie et l'évènementiel

Un exemple de cette évolution est déjà donné par l'Igeho. «Nous lancerons à partir de 2022 une plateforme digitale sur laquelle nos exposants pourront se retrouver avec leurs clients et futurs clients, et échanger toute l'année», explique Judith Krepper, Director de l'institution bâloise. «La digitalisation ne va pas remplacer les congrès ou les salons, mais au contraire les renforcer.» Un avis partagé par Daniel Egloff, directeur de Bâle Tourisme. «Les relations entre organisateurs, exposants et destinations vont désormais s'étendre sur douze mois, il y a beaucoup de place pour la créativité et de nouveaux services», ajoute-t-il.

L'enjeu est évidemment d'importance pour l'hôtellerie. La discussion a de fait également porté sur la collaboration entre hôteliers et organisateurs. Là aussi, une certaine créativité dans les relations entre branches permettrait à toute la place suisse de gagner en compétitivité.

ANNONCE

«Seit vielen Jahren schätzen wir die herausragende Kompetenz und professionelle Begleitung durch RMB.»

Wilhelm Luxem
General Manager, Baur au Lac

Building Systems & Organization

RMB
Group

Gebäudetechnik und Immobilienunterhalt für Hotellerie in Perfektion

Wir planen die gesamte Gebäudetechnik von multifunktional genutzten Gebäuden jeglicher Art. Durch die Realisierung diverser renommierter Hotels und Restaurants verfügen wir über umfassende Erfahrung im Hotel- und Gastronomiebereich.

RMB Group AG, www.rmb.ch

Zürich | Lenzburg | Basel | Luzern | Lausanne | Winterthur | Bern

Aufgefallen

Last, but noch least: Die Highlights abseits der Podien

Neben den zahlreichen Referaten, erhellenden Diskussionen und inspirierenden Break-out-Sessions gab es noch einiges mehr zu entdecken. Was uns am Hospitality Summit sonst noch ins Auge fiel.



Ente gut, alles gut: Deko beim Stand von Beck Schwimmbadbau.



Im Ein Fusselroller? Nein, ein Air Cleaner von Ozonos, der Viren und Gerüche beseitigt. Philipp Schmidli



Unangenehm, aber für Ungeimpfte Pflicht: Der Covid-Test.



sbl Weglaufen unmöglich: Gepäck von Besuchern hinter einer Absperrung. Im



Der Roboter als DJ (Avatarion Technology). N.Schärli

Programm

Einige Programm-Rosinen am zweiten Kongresstag

Worauf muss die Branche bei der Ausbildung des Nachwuchses achten, und wie fördert sie Fachkräfte? Was heisst Nachhaltigkeit für einen Betrieb, und wieso ist das Verringern des ökologischen Fussabdrucks eine Chance? Wie sieht es in dieser herausfordernden Zeit aus mit Investitionen und Finanzierungen? Freuen Sie sich auf den zweiten Kongresstag mit spannenden Referaten, Gesprächen und Diskussionen zu all diesen Themen – und noch vielem mehr. Auf Sie warten unter anderem:

8.30 Uhr
Maud Bailly

CEO Accor Southern Europe



In ihrem Referat spricht sie über erfolgreiche Strategien für die Zukunft, wie Accor die Krise meistert und welches die grossen Herausforderungen der Zukunft sind. Sie gibt dabei einen Einblick in die Strategie des Unternehmens und teilt ihre Vision der Gastfreundschaft von morgen.

9.05 Uhr
Prof. Dr. Ursula Renold

Chair of Education Systems, ETH Zürich



Sie erläutert, weshalb eine solide Grundbildung für eine erfolgreiche Branche essenziell ist. Und welche Rolle dabei die Beteiligung der einzelnen Unternehmen spielt, damit die Branche auch in Zukunft attraktiv für motivierte und engagierte Nachwuchskräfte bleibt.

10.30 Uhr
Finanzforum

Das Finanzforum beleuchtet gezielt Finanzierungsfragen mit kurz-, mittel- und langfristiger Relevanz für die Beherbergungsbetriebe. Diverse Experten stehen dabei Red und Antwort. Und anhand von drei konkreten Beispielen werden anschauliche und praxisbezogene Probleme beleuchtet. Die Veranstaltung wird in Zusammen-

arbeit mit der SGH, der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit, durchgeführt.

11.05 Uhr
Next.Gen Hospitality Camp

Ein gutes Dutzend engagierte junge Fachkräfte aus allen Hospitality-Bereichen hat während fünf Tagen lösungsorientierte Business Cases ausgearbeitet. Sie tauchten gemeinsam in die faszinierende Welt des Unternehmertums ein und tauschten sich mit erfolgreichen Start-ups und Topshots aus der Wirtschaft aus. Ziel ist es, ihren Unternehmergeist zu wecken und den Spass am gemeinsamen Anpacken zu fördern. Heute stellen sie ihre Ideen und Projekte vor.

14.30 Uhr
Dr. Mathis Wackernagel

Präsident Global Footprint Network



Der bewusste Umgang mit den vorhandenen Ressourcen als Basis für den künftigen Erfolg: Er erläutert, warum es ein Umdenken braucht und welche Chancen sich dank einer konsequenten Ausrichtung auf Nachhaltigkeit ergeben.

15.15 Uhr
Matthias Horx

Future-Speaker und Gründer des Zukunftsinstituts



Wie sieht die Zukunft aus? In einem thematischen Round-up gibt er eine persönliche Beurteilung der Post-Covid-Herausforderungen für die Beherbergungs- und Tourismusbranche. Seine Einschätzungen und Handlungsempfehlungen zeigen Perspektiven und Chancen für die Zukunft der Hotellerie und des Tourismus auf.

Mehr Veranstaltungen wie auch Details zu den einzelnen Anlässen finden Sie im Programmheft oder auf www.hospitality-summit.ch. Wir wünschen Ihnen einen interessanten und unterhaltsamen zweiten Kongresstag.