

2022

Das Magazin zum Hospitality Summit



HotellerieSuisse

HOSPITALITY
SUMMIT2022





Das Beste für Ihre Gäste!



- Hotelmatratzen



- Boxspringbetten



- Funktionssofas



- Spezialanfertigungen



- Wellnessliegen



- Loungemöbel

Schlafconcept

 **HotellerieSuisse**
Trusted Supplier

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

Der Wandel braucht uns keine Angst zu machen!

Der zweite Hospitality Summit war ein voller Erfolg! In entspannter Atmosphäre und von viel Zuversicht getrieben haben sich an den zwei Tagen jeweils über tausend Kolleginnen und Kollegen aus der Branche getroffen, ausgetauscht und von den zahlreichen Referenten inspirieren lassen. Wir haben gespürt, dass es geschätzt wird, wenn wir als Verband entsprechende Plattformen anbieten. Wir haben gefeiert, dass sich der Kreis unseres Verbandes durch unglaublich innovative und nachhaltige Köpfe auszeichnet. Und wir haben gelernt, dass wir keine Angst vor Wandel haben müssen. Dies zeigte uns die Keynote von Dietmar Dahmen deutlich: Change lässt sich durchaus bewirken, wenn wir unsere Teams miteinbeziehen, uns von alten Gewohnheiten lösen und wenn wir bereit sind, gelegentlich zu scheitern. Mit diesen Rezepten gelingt es, «den Hai zu reiten» und nachhaltig erfolgreich zu sein.

HotellerieSuisse versteht sich als Wegbereiterin des Hospitality Summit. Für den Erfolg sind Sie verantwortlich. Daher möchten wir uns aus tiefstem Herzen bedanken. Bei allen Partnern, die uns aktiv unterstützen. Bei den Leuten, die im Hintergrund für einen reibungslosen Ablauf sorgen. Bei den Referentinnen und Referenten für ihre wertvollen Inputs. Und natürlich bei den zahlreichen Besucherinnen und Besuchern, die den einzigartigen Geist des Hospitality Summit ausmachen. Wir freuen uns bereits jetzt auf Sie und auf die Ausgabe 2023!

Andreas Züllig, Präsident HotellerieSuisse
Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse



Die Gastgeber: Claude Meier (l.) und Andreas Züllig.

Le changement ne doit pas nous faire peur!

Le deuxième Hospitality Summit a remporté un franc succès! Animés d'une grande confiance, plus d'un millier de confrères et de consœurs se sont rencontrés, ont échangé et se sont laissé inspirer par les nombreux intervenants et intervenantes dans l'ambiance détendue de ces deux journées. Nous avons senti que proposer, en tant qu'association, des plateformes appropriées était apprécié. Nous avons célébré le fait que le cercle de notre association se distingue par des esprits incroyablement innovants et durables. Nous avons appris que nous ne devons pas avoir peur du changement. C'est précisément ce que nous a montré la présentation de Dietmar Dahmen: le changement se produit lorsque nous impliquons nos équipes, nous défaisons de nos vieilles habitudes et sommes prêts à échouer de temps en temps. Cette recette nous permet de «dompter la vague» et de réussir durablement.

HotellerieSuisse se considère comme l'initiatrice du Hospitality Summit. C'est toutefois grâce à vous que celui-ci a remporté un tel succès. Nous tenons donc à remercier du fond du cœur l'ensemble des partenaires qui nous soutiennent activement, toutes les personnes dans les coulisses qui veillent au bon déroulement de l'événement, tous les intervenants et intervenantes qui ont présenté de précieuses idées et, bien sûr, tous les visiteurs et visiteuses qui font du Hospitality Summit un événement unique en son genre. Nous nous réjouissons d'ores et déjà de vous revoir lors de l'édition 2023!

Andreas Züllig, président HotellerieSuisse
Claude Meier, directeur HotellerieSuisse

2 Impressionen

Herzlich willkommen! Einblicke und Stimmungsbilder vom zweiten Hospitality Summit.

9 Aus der Krise

Was haben der Krieg in der Ukraine und Corona mit der Branche gemacht? Wo geht die Reise nun hin?

15 Zukunft & Trends

Was ein Gast heute punkto Kulinarik erwartet – und was guter Service kosten darf.

21 Finanzforum

Zahlen und Fakten geben Auskunft über den Wert einer Hotelimmobilie und wie sich der Markt entwickelt.

27 Partner

Mehr als hundert Unternehmen und Organisationen haben den Hospitality Summit unterstützt.

66 Hotelier des Jahres

Ausgezeichnet wurden Alexandra und Reto Invernizzi vom Hotel Landgasthof Kemmeriboden Bad im Emmental.

71 Digitalisierung & neue Technologien

Wo stehen wir, und was kommt noch alles auf uns zu? Einblick in spannende Themenfelder, die unseren Alltag verändern.

78 Talks

Persönlichkeiten stehen Rede und Antwort.

81 Leadership & Teamwork

Wie zeitgemässes Führen von Teams heute funktioniert.

86 Next Generation

Junge Menschen aus der Branche suchen nach neuen Perspektiven für altbekannte Probleme.

89 Gastfreundschaft

Das Fazit: Zusammen ist vieles einfacher. Und Wiedersehen macht Freude. Mit vielen People-Bildern von den zwei Summit-Tagen.



Die Halle 550 in Zürich-Oerlikon ist der optimale Standort für den Gipfel der Gastfreundschaft.



Neues kennenlernen. In der Netzwerkarena sinnieren verschiedenste Anbietende und potenzielle Kunden über spannende Themen.



Herzlich willkommen am Summit 2022! Die Gäste checken ein.

Mit hübsch drapierten und exzellenten Häppchen stärken sich die Teilnehmenden am Mittag.



Plötzlich ertönt laute Musik, die Tänzer von Red Bull strömen herbei und zelebrieren einen flotten Flashmob.



Freundinnen wieder mal sehen, sich austauschen und netzwerken. Der Kongress lässt auch Zeit für persönliche Treffen und Momente.

Der Summit in Zahlen

1250

Besucherinnen und Besucher, Referentinnen und Referenten haben sich für den zweitägigen Kongress angemeldet.

90

Unternehmen präsentierten ihre Produkte, Projekte und Neuigkeiten in der Netzwerkarena, wo es um Austausch und Inspiration ging.

4

Preisverleihungen gingen über die Bühne – ausgezeichnet wurde zum Beispiel das Hotelier-Ehepaar des Jahres und verliehen der «Myclimate Tourism Award».

91

Referentinnen, Referenten und Podiumsgäste traten im Laufe der zwei Tage auf.

12

Podiumsdiskussionen standen auf dem Programm – und ebenso viele Experteninterviews.

4500

Quadratmeter gross war die Netzwerkarena in der Halle 550, wo branchenrelevante Ideen gezeigt wurden.



Unter der Leitung von Roman Mezzasalma sprechen Nahost-Experte Erich Gysling und Schweiz-Tourismus-Direktor Martin Nydegger über die aktuellen geopolitischen Krisen.



Wenn sich die Hospitality-Branche trifft, hungert niemand. Diverse Partner sorgen dafür, dass die Kulinarik nicht zu kurz kommt.



In der Netzwerkarena präsentieren die gut neunzig Partner ihre innovativsten Ideen und neuesten Produkte.



Federlass von Zukunftsexperte Dietmar Dahmen während seiner Rede (links). Spannendes wird festgehalten (ganz oben) und Feines zwischendurch genascht (oben).

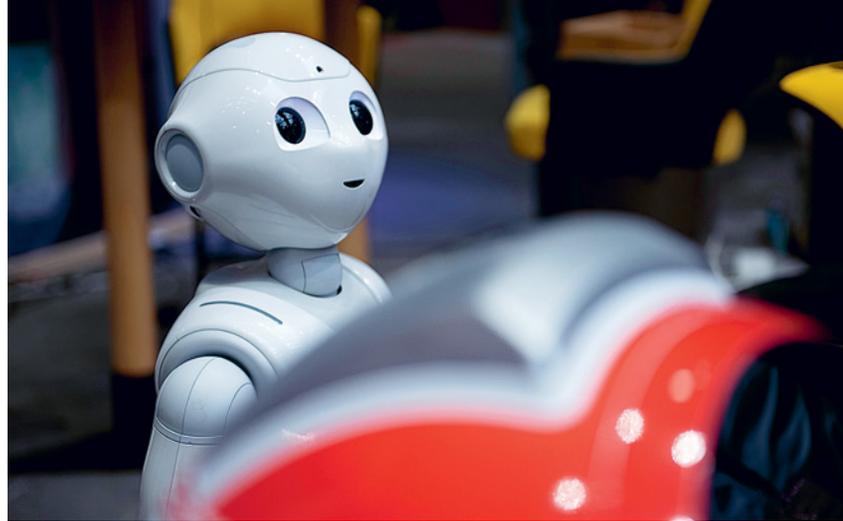
Anzeige

„Jedes Unternehmen sollte die Möglichkeit haben, die richtigen Mitarbeiter*innen zu finden, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.“

Jetzt Stellenanzeige schalten!



Bevor die Abendveranstaltung startet, gibt es für die Teilnehmenden einen Apéro.



Roboter Pepper erobert mit seinen Kulleraugen so manches Herz.



Etwas essen und den ersten Kongresstag Revue passieren lassen. Die Stimmung ist gut und fröhlich.

Anzeige



Powering Perspectives in Hospitality

Antworten und Lösungen auf komplexe Fragestellungen.

www.wuestpartner.com





Grosse Tafel für eine grosse Gesellschaft. Beim Dinner sind fünf Hotels um das Catering besorgt.

Ein Magazin als Merci für Einsatz und Treue

Ein Glas Weltklasse-Champagner zum Anstossen, ein Fondue vom Roboter serviert gegen das Hungergefühl oder einen Gin, wenn Schreiben und Fotografieren ins Stocken geraten. Ja, wir, die Redaktion der htr-Kanäle, haben vor Ort in der Halle 550 in Zürich-Oerlikon Texte verfasst, Bilder geschossen und dazwischen auch mal einfach nur den Anlass genossen. Das Resultat unserer Arbeit sehen Sie, liebe Leserin, lieber Leser, in unserer monothematischen Ausgabe der htr hotelrevue vom 2. Juni, auf htr.ch und in diesem Magazin, mit dem wir nochmals auf die zwei Tage Hospitality Summit von Anfang Juni zurückblicken. Podien, Referate, Talks zu aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit, Fachkräftemangel, Digitalisierung und Finanzierung haben uns inspiriert, bei diesen Themen auch redaktionell dranzubleiben. Danke für die vielen schönen und lustigen Begegnungen. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen, wenn es am 14. und 15. Juni 2023 wieder heisst: Hospitality Summit

Sabine Lüthi, Chefredaktorin htr-Kanäle



Ins Gespräch vertieft: Anita Gschwind, Geschäftsführerin von ibex fairstay, und Hotelier Chris Rosser aus Adelsboden BE.



Anstossen auf alles, was die Branche in den vergangenen schwierigen Jahren geschafft und gemeistert hat!



Eine Freude für Gaumen und Nase. Mit köstlichen Leckereien werden die Teilnehmenden in der Mittagspause verwöhnt.

Gewisse Innovationen und Apparate flitzen zu Demonstrationszwecken auch mal in der Halle herum.



Von Stand zu Stand schlendern, sich über Neues informieren oder einfach mal einen Moment verweilen. Dies alles ist in der Netzwerkkarena möglich.

**«Die arabischen
Gäste sind
mit 800 000
Logiernächten ein
wichtiger Markt, der
den Rückgang bei den
chinesischen Gästen
kompensieren kann.»**

Martin Nydegger
Direktor Schweiz Tourismus

**«40 Länder haben
Sanktionen ergriffen.
Die Mehrheit der
Welt jedoch hat
keine Sanktionen
beschlossen.»**

Erich Gysling
Politexperte

Aus der Krise

Der Krieg in der Ukraine hält Europa in Atem. Enorme Flüchtlingsströme sind unterwegs, Zerstörung und Sanktionen haben Auswirkungen auf die Nahrungs- und die Energieproduktion. Was bedeutet dies alles für unsere Reise- und Tourismusbranche? Und wann rollt die nächste gröbere Covid-Welle mit welcher Intensität heran?



**«Wir sind erst am Ende des ersten
Drittels angekommen; vor Ende Jahr
wird der Krieg nicht fertig sein.»**

Erich Gysling
Politexperte

«Wir wollen nicht zurück zum Zustand von 2019»

Pandemie, Krieg, Klimadebatte: Der Tourismus wird gerade heftig durchgewirbelt. Über die Folgen sprachen wir mit Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus.

Mischa Stünzi und Sabine Lüthi

Kaum hatte die Pandemie ihren Schrecken verloren, kam mit dem Ukraine-Krieg eine neue Herausforderung auf die globale Wirtschaft und den Tourismus zu. Am Hospitality Summit hat Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus, mit Politexperte Erich Gysling über die Auswirkungen der Krise auf den Tourismus und das künftige Reiseverhalten internationaler Gäste gesprochen.

Martin Nydegger, in der Ukraine herrscht Krieg. Wie wird das in den Märkten wahrgenommen, und was heisst das für den Tourismus?

Der Krieg ist vor allem ein humanitäres Desaster für die Direktbetroffenen. Welche Auswirkungen das auf den Tourismus in der Schweiz hat, ist so gesehen sekundär.

Trotzdem: Mit welchen Auswirkungen muss der Tourismus in der Schweiz rechnen?

Anfangs hatten wir Angst, dass die Leute in den Fernmärkten nicht unterscheiden zwischen Ost- und Westeuropa. Tatsächlich sind die Neubuchungen temporär eingebrochen. Stornierungen dagegen gab es kaum. Mittlerweile haben viele Märkte realisiert, dass der Krieg nicht zum Flächenbrand wird. Die Nachfrage ist heute auf einem soliden Niveau. Wir spüren jetzt sogar aus Ländern wie Polen und Tschechien erste Regungen.



Nach den Anschlägen von Paris reisten weniger Asiaten in die Schweiz – aus Angst. Wie reagiert Asien jetzt?

In einigen asiatischen Ländern wird der Ukraine-Krieg medial immer noch von Corona verdrängt – nicht nur in China, sondern auch in Japan, Südostasien und Korea. Aus Südostasien und Korea spüren wir steigendes Interesse an Reisen in die Schweiz, Japan ist noch etwas zögerlich, China ist dicht. Unsere Kollegen von Portugal Tourismus, mit denen wir zusammenarbeiten, rechnen mit dem besten Sommer ever. Sie profitieren vom Nachholeffekt und von einer Ost-West-Verlagerung. Viele Engländer und Amerikaner, die eigentlich nach Osteuropa reisen wollten, ziehen jetzt den Westen vor.

«Tourismusorganisationen aus anderen Ländern sagen alle dasselbe: Es floriert.»

Gibt es also in diesem Jahr einen guten Sommer?

Die Zeit der einfachen Antworten ist vorbei: Heute haben wir Rekordzahlen im Tessin und in Graubünden, gleichzeitig desaströse Zustände für viele städtische Mittelklassehotels. Vom florierenden Heimmarkt über den nach wie vor pandemiebedingt geschlossenen chinesischen Markt bis zum schnell zurückgekehrten US-Markt und Brasilien, das uns alle mit seiner starken Nachfrage überrascht hat, ist alles dabei.

Wie wollen Sie das Interesse der Schweizerinnen und Schweizer am Heimatland aufrechterhalten?

Es wird uns nicht gelingen, den aktuell hohen Schweiz-Anteil von 70 Prozent zu halten. Aber wir haben sehr viel erreicht: Viele Einheimische haben gemerkt, wie schön unser Land ist und wie freundlich sie empfangen wurden. Natürlich bearbeiten wir den Markt weiter. Aber es ist auch an den Leistungsträgern, aus Gästen Stammgäste zu machen. Ich bin der festen Überzeugung, dass wir auch langfristig mehr Schweizer Gäste haben werden als vor der Pandemie.

Vor einem Jahr hiess es, wenn in Peking die Olympischen Spiele durch seien, werde es zur Öffnung kommen.

Die Hoffnungen haben sich nicht erfüllt. Der nächste Strohalm sind die Kongresswahlen im Oktober: Davor will sich jeder Funktionär mit strengen Massnahmen profilieren, womöglich sieht das nach den Wahlen etwas anders aus. Abschreiben werde ich China keinesfalls. Während der Pandemie hiess es apokalyptisch: Reisen wird sich komplett verändern, wir werden nie wieder fliegen und nur noch rund ums Haus Urlaub machen. Aber heute sind wir punkto Reiselust wieder auf dem Niveau von 2019. Am Ostermon-

tag war ich am Flughafen. So etwas habe ich noch nie erlebt.

Aber das sind doch nur Peaks.

Natürlich. Doch Tourismusorganisationen aus anderen Ländern bestätigen mir alle dasselbe: Es floriert.

Wir werden also wieder die Zustände von 2019 haben, als viele Regionen über Overtourism klagten.

Unser Ziel ist es, über das ganze Jahr eine gute Auslastung zu erreichen. Peaks sind dabei unvermeidlich. Und zu glauben, man habe an einem schönen Augusttag einen touristischen Hotspot für sich allein, ist schlicht naiv.

Aber wollen wir wirklich zurück zum Zustand von 2019?

Nein. Wir wollen einen klügeren Tourismus. Dazu haben wir vier starke Hebel: Der wichtigste ist die Aufenthaltsdauer. Wir setzen alles daran, dass die Gäste länger bleiben. Das ist eine Herkulesaufgabe, denn sie geht gegen den Trend. Der zweite Hebel ist die räumliche Verteilung. Wir wollen den Gästen nicht vorschreiben, wann sie wo zu sein haben. Aber wir wollen ihnen die Informationen liefern, wann es wo wie viele Leute hat.

Man kann auch Sehenswürdigkeiten aufbauen.

Das versuchen wir. Wir haben gerade die Kampagne «50 unbekannte Schweizer Perlen» gestartet. Sie zeigt Orte, die zwar wunderschön sind, aber noch nicht diese Strahlkraft haben. Wie gut kennen Sie Ennenda? Wir wollen aber nicht dem Beispiel der norwegischen Fjorddörfer folgen, wo Tausende Kreuzfahrtpassagiere ankommen und ein Dorf überrollen.

Auch der Oeschinensee wird an manchen Tagen überrannt. Trotzdem taucht er in jeder Werbung auf.

Da war ich gerade am Auffahrtswochenende, es war grossartig – ohne Wartezeiten. Im Spot mit Roger Federer und Anne Hathaway kommt er auch wieder vor. Wenn wir uns der Welt präsentieren, ziehen wir das Sonntagskleid an und zeigen uns von der besten Seite. Der Grossteil unserer 3500 Marketingaktivitäten pro Jahr geht jedoch in die Breite.

Apropos: Wie hat der zweite Federer-Film im Vergleich zum ersten mit Robert De Niro eingeschlagen?

Anfang Mai hatten wir auf Youtube über 100 Millionen Klicks – drei Wochen nach der Veröffentlichung. Der erste Film hatte nach elf Monaten 55 Millionen Views. Ich glaube, in der Schweiz hat noch nie eine Werbung annähernd so viele Klicks.

Sie waren noch bei den Hebeln für den klügeren Tourismus.

Hebel drei ist der Ganzjahrestourismus. Es gibt zu jeder Jahreszeit Schönes, das

wir mehr ausleuchten können. Gerade der Herbst profitiert momentan stark, und der Frühling 2022 war ja wirklich traumhaft.

Da müssen aber Anbieter wie Hotels und Bergbahnen auch mitmachen.

Das ist ein wunder Punkt und die Huhn-Ei-Problematik. Wir bringen die Gäste nur hierher, wenn Bergbahnen und Hotels offen sind. Hotels und Bergbahnen sagen uns: Weshalb sollen wir öffnen, es kommt ja eh niemand! Im Herbst sehen wir aber immer mehr Hotels und Bahnen, die geöffnet haben. Im Frühling war ich sehr oft in der Schweiz unterwegs – und traf in den Berggebieten leider trotz Prachtwetter viele geschlossene Betriebe an. Die Branche muss an der Flexibilität punkto Öffnungszeiten arbeiten. Als Bauernsohn gilt für mich auch hier eine Bauernregel: «Man muss heuen, wenn die Sonne scheint!»

Und der vierte Hebel?

Ist Swisstainable, unser Nachhaltigkeitsprogramm.

Leistungsträger können sich bei Swisstainable mit Levels auszeichnen lassen. Wie kontrollieren Sie das?

Jedes Level hat klare Voraussetzungen, die man erfüllen muss. Bei Level eins ist es erst ein Commitment. Das ist schnell erreicht, wenn man es ehrlich meint und ernst nimmt. Es braucht nur ein paar Massnahmen und eine Stärke-Schwäche-Analyse. Ab Level zwei reicht eine Selbstdeklaration nicht mehr aus. Da muss ein Betrieb Nachweise erbringen.

Überprüfen Sie die Betriebe?

Es ist eine Mischung aus Selbstdeklaration und Zertifikaten. Weil es die Nachhaltigkeitszertifikate schon gibt, müssen wir nicht zusätzliche Kontrollen oder Befragungen vor Ort durchführen.

«Die Branche muss an der Flexibilität punkto Öffnungszeiten arbeiten.»

Neu sollen Destinationen und Campingplätze aufgenommen werden.

Stimmt. Vor allem aber wollen wir bei den Hotels eine höhere Durchdringung. Für viele Hotels ist das eine «low hanging fruit», weil sie entweder bereits über ein Nachhaltigkeitszertifikat verfügen oder sich zumindest schon Gedanken gemacht haben zum Thema. Es kommen erste Tour-Operator zu uns und verlangen nach nachhaltigen Anbietern. Wir schliessen erste Vereinbarungen ab, die nur noch Leistungsträger berücksichtigen, die mit dem Swisstainable-Signet ausgezeichnet sind. Ich verstehe Betriebe nicht, die da nicht mitmachen.



*im Vergleich zu konventioneller Papierproduktion

«putting beauty into travel»

ADA COSMETICS INTERNATIONAL GMBH | T. +41 41 726 82 96 | WWW.ADA-COSMETICS.COM



Ihr vertrauensvoller Weinlieferant für
Barons de Rothschild
Champagne

arvi.ch

ARYZTA
SERVING INSPIRATION



Mit grosser Freude und Stolz waren wir
als Partner beim Networking/Frühstückskaffee
und beim Apéro mit dabei.

Herzlichen Dank!

www.aryzta.ch

BAUR
Wohnfaszination seit 1882

HOTELWERK
by BAUR



Hotel- und Gastrodesign

MASSGESCHNEIDERT | AUTHENTISCH | KREATIV

Vielen Dank für Ihren Besuch an
unserem Hospitality Summit-Stand.

HotellerieSuisse
Trusted Supplier

WWW.BAUR-BWF.DE
WWW.HOTELWERK.CH

Belebte Innenstädte auch am Sonntag?

Innenstädte sollen auch am Sonntag attraktiv und lebendig sein, geöffnete Geschäfte sind gut für den Tourismus. Doch ist das auch gut für die Arbeitnehmenden? Das Politgespräch bot einen heissen Schlagabtausch.



Kann das Modell, das in den Bergen funktioniert, auch Städte beleben? Adrian Wüthrich, Carmen Walker Späh und Guglielmo L. Brentel (v.l.) waren sich nicht einig.

Was in ländlichen Tourismusorten wie Zermatt oder St. Moritz möglich ist, müsste auch für die Städte gelten: Die Geschäfte im Stadtzentrum sollen auch sonntags geöffnet werden dürfen. Dadurch gewännen Stadtzentren an Attraktivität und würden konkurrenzfähiger im Vergleich zu Städten in Europa.

Die drei Teilnehmenden am Politgespräch vertraten klare Positionen: Touristiker Guglielmo L. Brentel und Regierungsrätin Carmen Walker Späh wünschen sich Sonntagsöffnungszeiten, weil dies für Attraktivität der Städte Sorge und einem Bedürfnis entspreche. Adrian Wüthrich von Travail.Suisse erkennt jedoch Probleme für Arbeitnehmende. Er sieht mit erweiterten Öffnungszeiten bei Detailhandelsangestellten die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Gefahr.

Claudia Langenegger

Wiederbelebung der Städte durch Tourismus Politgespräch mit Guglielmo L. Brentel, Präsident von Zürich Tourismus, Carmen Walker Späh, Regierungsrätin Kanton Zürich, und Adrian Wüthrich, Präsident und Geschäftsführer von Travail.Suisse.

«Die Innenstädte sollen mit den Tourismuszonen gleichgesetzt werden. Es sollen gleich lange Spiesse herrschen. Und: Viele Angestellte wollen am Sonntag arbeiten!»

Guglielmo L. Brentel
Präsident von Zürich Tourismus

«Arbeitnehmende haben mit dem Sonntagsverkauf Schwierigkeiten, eine gesunde Work-Life-Balance hinzukriegen.»

Adrian Wüthrich
Präsident und Geschäftsführer des Gewerkschaftsdachverbandes Travail.Suisse

«Die Verordnung des Bundes ist nicht mehr zeitgemäss und wird den touristischen Ansprüchen nicht mehr gerecht.»

Carmen Walker Späh
Regierungsrätin des Kantons Zürich, Vorsteherin der Volkswirtschaftsdirektion

MERCEDES-EQ

FÜR ANSPRUCHSVOLLE FAHRGÄSTE. DER EQV.



«Planen Sie vor dem Bauen»

Die Experten des Podiums «Green & Smart Hospitality» waren sich einig: Hotels werden sich nur schon aufgrund von Gästebedürfnissen hinsichtlich Klimafreundlichkeit wandeln müssen. Laut Jürg Herzog von Siemens Schweiz wird Nachhaltigkeit zum Differenzierungsmerkmal. Denn Firmen wie Siemens, mit dem Ziel der Scope-3-Klimaneutralität bis 2030, würden bereits jetzt Nachhaltigkeit von Seminar- und Kongresshotels fordern. Peter Arnet, Geschäftsführer der BKW Smart Energy & Mobility AG, hakte ein: «Der Druck wird kommen – wenn es keine Lademöglichkeit fürs Elektroauto gibt, gehe ich nicht hin.» Doch Gratis-Strom für alle gehe ins Geld. Die BKW liefere ein komplettes System, mit dem sich Preise für den Strombezug definieren liessen. Wer frühzeitig in eine leistungsfähige Elektrotankstelle investiere, werde sichtbar für die Kunden.

Er prognostizierte, dass bereits in zwei bis drei Jahren jedes zweite Auto im Hotel über einen Stecker aufgeladen werde. «Planen Sie, bevor sie bauen!», riet er Hoteliere und Hoteliers. Eine solche Anlage sei keine grosse Investition. «Nur wenn ich falsch plane und die Anlage bald ersetzen muss, ist es teuer.» Er warnte davor, von einem zu geringen Bedarf auszugehen.

Stephan Hirt vom Wäschereibetrieb Schwob AG bezeichnete das Waschen per se als Recyclingprozess. Schliesslich könne Hunderte Male gewaschen werden. Die betriebseigene Fahrzeugflotte umfasse rund 30 LKW. «Wir werden auf Elektrofahrzeuge wechseln, wenn die Versorgung sichergestellt ist.» Schon jetzt gebe es beim Transport keine Leerfahrten, man liefere die saubere Wäsche und nehme auf dem Rückweg die dreckige mit.

Laut Arnet sind die ersten Elektro-Lastwagen auf Schweizer Strassen unterwegs. Die Infrastruktur müsse noch gebaut werden. «Diverse Länder haben Ausstiegsszenarien für den Verbrennungsmotor.» Porsche habe deklariert, dass ab 2035 keine Verbrennungsmotoren mehr hergestellt würden.

Ueli Abt

Unter der Moderation von Maria Säggerer traten am Podium «Green & Smart Hospitality» auf: Noémie Danthine, Director of Strategy and Sustainability der EHL, Peter Arnet, Geschäftsführer BKW Smart Energy & Mobility AG, Jürg Herzog, Country Head Smart Infrastructure von Siemens Schweiz, Stephan Hirt, Geschäftsführer und Mitinhaber der Schwob AG.

Zukunft & Trends

Neue Ideen sind gefragt, die den nachhaltigen Gedanken mittragen und dennoch das Geschäft ankurbeln. Was erwartet ein Hotelgast heute punkto Kulinarik und Service? Wie wichtig sind virtuelle Reisen im Tourismus? Was darf eigentlich wie viel kosten? Und wie schaut ein Zukunftsforscher auf die Zeit, die nun vor uns liegt?

«Ich gehe davon aus, dass in zwei bis drei Jahren jedes zweite Auto im Hotel an der Steckdose aufgeladen wird.»

Peter Arnet
Geschäftsführer
BKW Smart Energy & Mobility AG

«Uns als Unternehmen mit dem Ziel «netto null» wird es nicht mehr möglich sein, ein Seminar in einem Hotel zu veranstalten, das keinen Absenkpfad hat.»

Jürg Herzog
Country Head Smart Infrastructure
Siemens Schweiz



Ibex-fairstay-Präsident Roland Zegg (l.) mit den Gewinner der diesjährigen «Best of ibex fairstay»-Preise (v.l.): Roman und Irène Hohenegger-Heini vom Hotel Landgasthof Staila in Fuldera (beste Performance), Valentin Bot von der Kartause Ittingen in Warth (beste regionale Verankerung), Tiba Ponnuthurai und Dominik Siegrist vom «Salecina» in Maloja (beste Gesamtwertung). Den MyClimate-Award für «The Dolder Grand» in Zürich nahmen Stefan Aerni und Markus Granelli entgegen (nicht auf dem Bild).

Digitales hat eine Chance verdient

Wo steht die Schweiz eigentlich in Sachen Digitalisierung? Kann unser Land ein digitaler Hub sein? Diana Engetschwiler von Digitalswitzerland erklärt, dass die Schweiz einerseits vorne mit dabei sei und in internationalen Rankings regelmässig Spitzenplätze belege. Bei anderen Faktoren hapere es aber mächtig: Es fehle an Förderung von Talenten, bis 2028 würden 35 000 Fachkräfte in der ICT fehlen, der Frauenanteil sei sehr tief, und die Start-ups hätten ein schwieriges Umfeld. Bei uns herrsche zudem eine No-Fail-Mentalität: also lieber nichts Ungewisses ausprobieren.

Die Hospitality kann von der Digitalisierung profitieren. So spielen etwa die Millennials eine wichtige Rolle, sie reisen viel und zeigen Trends an. Sie sind technisch versiert und möchten am liebsten alles per App erledigen.

Wenn man junge Arbeitskräfte einbindet und fördert, kann eine attraktive Umgebung für Talente geschaffen werden. Junge Menschen sind technikaffiner und können das Unternehmen mit ihren Skills weiterbringen.

Die Gastlichkeit soll durch das Digitale nicht ersetzt werden, sie soll durch die Digitalisierung mehr Raum erhalten. Anstatt langweilige Routinearbeit am Bildschirm beizubehalten, können Prozesse digitalisiert werden, die Mitarbeitenden haben so mehr Zeit für die Gäste.

Nicht nur die Customer Journey kann per App digitalisiert werden, sondern auch die Mitarbeitenden können die Gästereise in einer einzigen App bearbeiten.

Claudia Langenegger

Digitalisierung als Chance Inputreferat und Podiumsdiskussion mit Diana Engetschwiler (Referat), Deputy Managing Director von Digitalswitzerland; Tamara Dias, Area Manager Switzerland, citizenM; Markus Feller, Head Innovation & Transformation, SV Group; Peter Ritsch, Head of Sales, b_smart selection.

Hôtels dépassant leur façade pour considérer l'émotion

Un tourisme urbain à réinventer en attirant de nouveaux travailleurs nomades dans les hôtels. Le développement d'endroits protégés autour d'un rythme lent pour chaque projet. La création de zones de confort pas seulement dans des établissements de luxe. Offrir de la valeur ajoutée à chaque voyageur. Tels furent les mots-clés autour de la table ronde «We believe in».

Un joli plateau intitulé «Nous croyons en» se déroulait le premier jour du Hospitality Summit. Pour Jürg Schmid, copropriétaire de Schmid Pelli & Partner, qui ouvrait la discussion, il s'agissait surtout de montrer comment le tourisme urbain peut se réinventer. Selon lui, en ne misant plus uniquement sur des voyages d'affaires, mais en attirant aussi des nouveaux travailleurs nomades qui prennent leur énergie dans des hôtels. Il pense aussi que l'avenir appartient à des établissements affirmant leurs valeurs à travers de nouvelles coopérations. Il le prouve avec l'exemple de Responsible Hotels, autour de valeurs écologiques et sociales, qui a commencé avec une trentaine d'établissements et qui aujourd'hui en regroupe près de 45 dans des segments allant du 3 au 5 étoiles supérieur. Il considère aussi que de nombreux établissements de montagne pourront augmenter leur attractivité et séduire encore plus de collaborateurs en ouvrant toute l'année. Mais aussi en communiquant davantage sur la notion de résilience en lien avec une promenade en forêt et en accordant une attention particulière aux charmes encore non exploités de l'automne.

L'artisanat hôtelier réclame un rythme lent

Cofondateur de Mama Shelter et Mob Hotels, Cyril Aouizerate revendique des valeurs alternatives pour développer «des endroits protégés». Avec ses collaborateurs, il convoque des réunions de non-développement autour de réflexions spirituelles. Jürg Schmid pense que l'on peut convoquer des réunions de travail sans définir de lieu spécifique.

Cyril Aouizerate réclame un rythme lent entre cinq et sept ans pour conclure un projet d'artisanat hôtelier en se préoccupant de la sociologie d'une ville et de l'utilisation de matériaux durables. Il insiste beaucoup sur le développement des espaces qui prolongent la chambre comme le balcon, la terrasse, le potager; «ils permettent de réfléchir, de lire».



«Juste avant la crise sanitaire, nous sommes parvenus à 85% d'occupation sur des pods à 700 francs de moyenne la nuit»

Patrick Delarive

Fondateur du Delarive Group et propriétaire du concept des White Pods, aux Giettes, en Valais.



«Un deux étoiles urbain attractif ne propose pas seulement une chambre mais une destination»

Daniel Schneider

Fondateur du bureau d'architecture Monoplan, à Zurich, qui accompagne de nombreux projets hôteliers.



Le parcours de Patrick Delarive montre son éclectisme. Livreur de fleurs et vendeur de tabac à 20 ans, entrepreneur dans l'immobilier à 27 ans et depuis la fin des années 2000, actif dans le domaine de l'écoluxe. Il résume tout cela ainsi: «J'aime les passions, les rencontres, donner de l'attention aux centres d'intérêts des autres.» En 2008, il crée le plus grand écoquartier romand, à Vevey: «On a démontré comment faire économiser 80% d'énergie à des privés.» Dans le

même ordre d'idée en 2009, il reprend les White Pods, aux Giettes, en Valais, une microentreprise qui proposait une façon de camper différemment mais à l'époque sans eau, électricité et chauffage. «Pendant six ans, on a perdu de l'argent, et puis on a changé de fond en comble l'offre hôtelière. Finalement, juste avant la crise sanitaire, nous sommes parvenu à 85% de taux d'occupation sur des pods à 700 francs de moyenne la nuit. On propose même une tente à 2500 francs la

nuit, ce qui nous semblait impensable.» Il estime offrir de nouvelles zones de confort hors des centres urbains et autrement que dans les palaces traditionnels, qui permettent de sortir du sentiment anxigène que l'on peut parfois avoir chez soi. Pour ses derniers projets, il fait le pari d'investir dans une Suisse des petits villages désertée par le tourisme. «Dans les années 80, on trouvait partout des Hôtels de la Couronne, de la Fontaine ou de la Croix. Alors que le pouvoir d'achat des plus de 40 ans est de 35% supérieur aujourd'hui et le temps de vacances plus long. On doit pouvoir offrir des solutions. Au lieu d'établir un business plan, j'ai demandé à trois jeunes de 30 ans de parcourir la Suisse pour repérer de nouveaux endroits.»

Le potentiel de nouvelles marques économiques attractives

Pour Daniel Schneider, fondateur du bureau d'architecture Monoplan, le client des villes veut trouver de la valeur, des émotions, en investissant de l'argent dans un séjour. Il croit au potentiel de nouvelles marques hôtelières économiques attractives, qui incluent le design à tous les stades de leur réflexion. Il cite Motel One, citizenM, Moxy, qui ne se contentent pas d'extraordinaires façades mais amènent leur créativité à l'intérieur pour proposer au client une exploration, aussi d'un point de vue digital. «Un deux étoiles attractif ne propose pas seulement une chambre, mais une destination.»

Selon Cyril Aouizerate, pour réussir à accueillir des hôtes, «il faut s'intéresser à tout, penser en ethnologue, en poète, en philosophe, résoudre ses propres contradictions pour comprendre la raison d'un voyage».

Alexandre Caldara

La table ronde «We believe in»: Cyril Aouizerate, fondateur Mob Hotel et Mob House, Daniel Schneider, fondateur Monoplan, Patrick Delarive, fondateur Delarive Group et Jürg Schmid, copropriétaire Schmid Pelli & Partner. Animée par Maria Victoria Haas.

In uns steckt viel Zukunft

Zukunftsforscher Harry Gatterer verrät, was Zukunft für ihn bedeutet und wie wir uns ihr annähern können.

In den 1990er-Jahren kam in der Hospitality der Begriff Wellness auf, zehn Jahre später Individualität und Erlebnisökonomie. Im nächsten Jahrzehnt sprach man viel von Stimmung und Geschmack, mit der Pandemie wurden die Erfahrung und die Sehnsucht nach Resonanz aktuell. Und was kommt danach? Können wir die Zukunft irgendwo da draussen erkennen? Nein, denn: «Zukunft ist eine Vorstellung von etwas, das sein wird», erläutert Harry Gatterer. Die Betonung liegt dabei auf dem Wort Vorstellung. Zukunft stellen wir uns also vor, sie ist aber auch Planung. Und etwas planen heisst, Entscheidungen zu treffen. «Wir entscheiden uns aufgrund von Bildern in uns. Mit diesen Bildern formen wir die Zukunft.» So wie diese Vorstellungen nur in uns drin stattfinden können, so können wir

Veränderungen nur innerhalb unseres Umfeldes umsetzen.

Zukunft entsteht erst, wenn wir sie uns denken

Um Zukunft zu schaffen, müssen wir also an unseren eigenen Vorstellungen arbeiten. Dafür kommt man am besten mit jemandem zusammen, der eine völlig andere Vorstellung von der Welt hat: So lernen wir, Dinge loszulassen, Neues zu denken und Neues zu tun. Wir können also Zukunft kreieren, indem wir uns neue Vorstellungen der Welt ausdenken.

Claudia Langenegger

Zukunft in turbulenten Zeiten Vortrag von Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts.



Anzeige



SCAN MICH
& TREFFE MICH



Vielen Dank für deinen Besuch am Hospitality Summit & bis ganz bald.

Das Hotelrestaurant kann viel mehr als bloss Halbpension

Die Hotelgastronomie muss sich nicht gänzlich neu erfinden. Wer gemeinsam mit seinem Team in die Zukunft geht, hat bereits gewonnen.

Sven Wassmer, kann der Fachkräftemangel auch Innovationsbooster in der Hotelgastronomie sein?

Wer offen und kreativ sein will, kann jetzt neue, nachhaltige Wege gehen. Wir müssen unseren Stolz ablegen, Zusammenarbeiten fördern, uns den Rücken decken und voneinander lernen. Wenn wir die Nähe und den Austausch untereinander pflegen, steigt auch die Qualität.

Thomas Frei, wie könnte ein Erfolgskonzept für die Gastronomiefachkräfte im Hotel aussehen?

Die Konzepte müssen zusammen mit den Mitarbeitenden entwickelt werden. Unsere Mitarbeitenden können so viel mehr. Was beispielsweise die Servicefachkräfte leisten, ist unglaublich. Aber wer will denn bloss zwischen Tisch und Küche hin- und herlaufen? Dafür macht niemand eine Berufslehre. Die Servicekräfte sollen am Tisch filetieren, flambieren, sich dem Gast präsentieren und sich mit ihm unterhalten können. Das fördert auch die Kommunikation zwischen Betrieb und Gästen.



Mit Nicoletta Müller diskutierten Thomas Frei, Urs Heller, Marc Stierand und Sven Wassmer (v.l.).

Marc Stierand, wie können Revenue Management und Yielding eingesetzt werden, um die Gäste in den Hotelrestaurants zu halten?

Bei der Konzeptentwicklung dürfen keine Kompromisse eingegangen werden. Das Konzept muss aus dem Betrieb heraus wachsen. Die persönliche Handschrift, also die ästhetische Unverwechselbarkeit, wird in der Zukunft ganz wichtig sein.

Urs Heller, was bedeuten Sterne und Punkte für den Erfolg der Gastronomie?

Auszeichnungen helfen, den Betrieb bekannt zu machen. Danach muss der Koch die Chance packen. Die Frage «Isch

das rächt gsi?» geht nicht mehr. Der Gast will den Koch sehen und spüren, dass es jemand ist, der leidenschaftlich ist. Früher wusste man nicht, wer in der Küche steht. Heute braucht es Gesichter.

Nora Devenish

Über die Hotelgastronomie als Revenue-Modell diskutierten: Thomas Frei, Hotelier und VR-Präsident Hotel Bernerhof Gstaad AG, Urs Heller, Chefredaktor Gourmetführer GaultMillau Schweiz, Marc Stierand, Director Institute of Business Creativity & Association EHL, Sven Wassmer, Culinary Director, Grand Resort Bad Ragaz.

Nachhaltiger und digitaler: Was die Zukunft bringt

Welche Trends und Entwicklungen sind bis 2030 zu erwarten? Experten sprachen über die Zukunft von Beherbergungs- und Tourismusbranche.

«Künftig sehe ich eine Zweiteilung: Industrialisierung und Personalisierung – wie Swatch und Rolex.»

Andreas Züllig
Präsident
HotellerieSuisse

«Zum Wrack der Titanic kann ich vielleicht nicht persönlich tauchen – ich sehe Potenzial für virtuelle Erlebnisse.»

Martina Kühne
Trend- und Zukunftsforscherin
Büro Kühne Wicki

«Wir Veranstalter müssen unsere Verantwortung wahrnehmen und den Mut haben, die Preise zu erhöhen.»

André Lüthi
Verwaltungsratspräsident
Globetrotter Group AG

«Es gibt keine Alternative zum physischen Erleben einer Reise. Die Digitalisierung wird das Analoge aufwerten.»

Andreas Züllig
Präsident
HotellerieSuisse



Für Gäste, die bleiben

Unsere charakteristischen Raumkonzepte für Gastronomie und Hotellerie schaffen eine einzigartige Atmosphäre und laden zum Verweilen ein.

Jetzt inspirieren lassen:
beck-konzept.ch



**beck
konzept** **k**
Räume in Form bringen

Bindella
TENUTA VALLOCAIA



*Besuchen Sie unser kleines Paradies.
«Vallocaia» in Montepulciano.
Wenn Sie in die Toskana reisen.
Wir betreuen Sie persönlich ...*

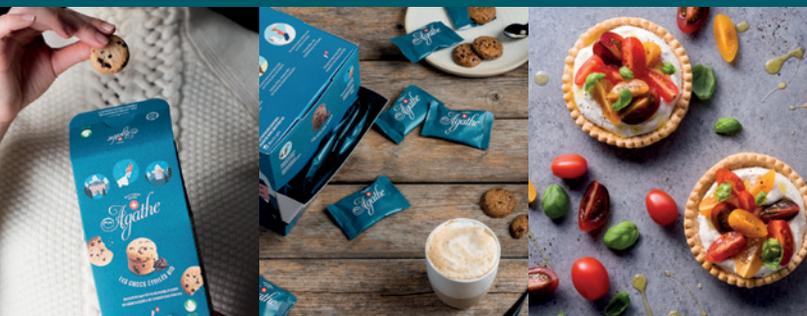
bindella.it



Jetzt bestellen!
[bindella.ch/
weinshop](http://bindella.ch/weinshop)

PETIT BISCUIT
SUISSE
Agathe

Die schweizerischsten Guetzli der Schweiz.



Retail-Sortiment

Professionelles Sortiment

Tartelettes-Sortiment



Hergestellt in der Schweiz
seit 1954



Kurze
Lieferwege



Schweizer Butter, schweizer
Mehl. Kein Palmöl oder
künstliche Zusatzstoffe.



beck
schwimmbadbau
ihr planer.

Beck Schwimmbadbau AG
Bürglistrasse 29
CH-8400 Winterthur

Telefon +41 (0)52 224 00 88
mail@beck-schwimmbadbau.ch

WWW.BISCUITS-AGATHE.CH
@biscuits_agathe

Neues Modell für Hotels

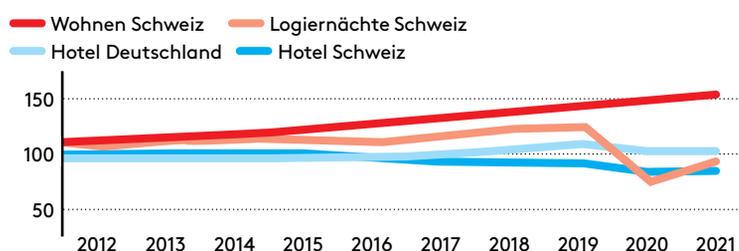
Eine eindruckliche Zahl: Über 31,5 Milliarden Franken betrage der Wert aller Hotelimmobilien in der Schweiz, sagt Andrea Roman Bernhard, Direktor bei Wüest Partner und Spezialist für den Markt für Hotelimmobilien. Dieser Wert verteile sich aber hauptsächlich auf einige wenige Gemeinden der Schweiz – vor allem auf die grossen Städte und die touristischen Hotspots. Interessant ist, dass der Wert der Hotelimmobilien weder mit den Logiernächtezahlen korreliert noch mit den Zimmerpreisen, die während der Pandemie trotz Nachfragerückgang erstaunlich konstant blieben. Stark zugenommen haben derweil gemäss Bernhard die Suchanfragen für Ferienwohnungen und -häuser (siehe Grafik). Das eröffne auch Hotels ein neues Finanzierungsmodell, bei dem Zimmer verkauft und während der Zeit, da die Besitzer sie nicht nutzen, an Gäste vermietet werden.

Finanzforum

Wie lassen sich Beherbergungskonzepte skalieren und damit rentabilisieren? Für welche Hotelprojekte sprechen Banken Kredite? Was ist der Wert einer Hotelimmobilie? Und wie entwickelt sich der Markt für Hotelimmobilien? Um solche und weitere Fragen drehte sich das Finanzforum, presented by SGH, moderiert von SGH-Direktor Peter Gloor.

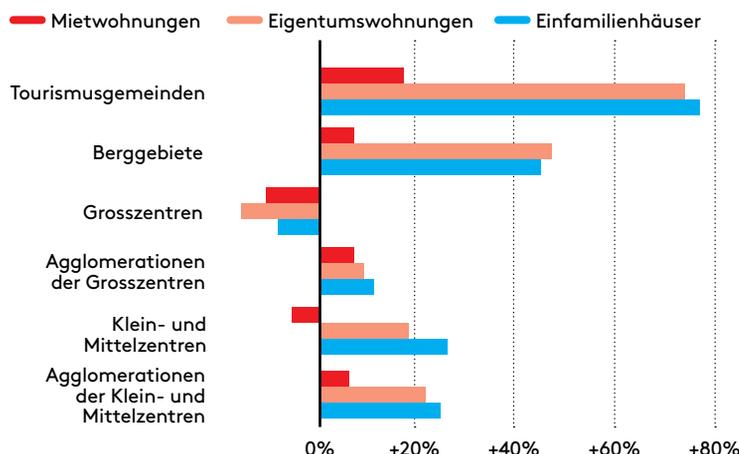
Hotels sind heute weniger wert als 2003

Eine Wohnliegenschaft, die 2003 einen Wert von 1 Million Franken hatte, war 2021 1,5 Millionen wert. Hotelimmobilien dagegen haben in dieser Zeit an Wert verloren – trotz lange Zeit steigender Logiernächtezahlen. Entwicklung der Bestandesbewertungen, indexiert (2003=100).



Nachfrage nach Ferienwohnungen steigt

Die Pandemie hat zur Folge, dass noch mehr Leute nach Wohneigentum in Schweizer Ferienregionen suchen. Veränderung der Anzahl Suchabos auf Immobilienplattformen zwischen Januar 2020 und Januar 2022.



«Hotelimmobilien sind vergleichsweise günstig bewertet, das heisst, das Risiko eines Wertezurfalls ist gering.»

Andrea Roman Bernhard
Direktor Wüest Partner



Podiumsdiskussion mit Michael Thomann, Christian Gressbach, Daniel Koller, Peter Gloor, Jan Schoch, Andrea Roman Bernhard und Christoph Känel (v.l.). Auf dem Podium fehlt Julia Faulhaber.



Zwei Projekte – eine Frage: Wie schaffe ich Rentabilität?

Was haben Ferienwohnungen im Toggenburg und ein über 400 Jahre altes Gasthaus im Appenzellerland gemeinsam? Sie stehen nicht unbedingt an einem touristischen Hotspot des Landes, und sie überzeugen mit innovativen Geschäftsmodellen.

Berg & Bett im Toggenburg

Den Tourismuspreis Milestone erhalten nur besonders innovative Projekte. Zum erlesenen Kreis gehört auch Berg & Bett aus dem Toggenburg, das letztes Jahr die begehrte Auszeichnung eingheimst hat.

Entstanden ist das Projekt eigentlich aus der Not heraus: «Unsere Hotellerie ist nicht die stärkste», räumte Christian Gressbach, Geschäftsführer von Toggenburg Tourismus, am Finanzforum ein. Und während andere Destinationsorganisationen (DMO) sich auf die Vermarktung des bestehenden Angebots reduzierten, habe man im Toggenburg glücklicherweise früh erkannt, dass gutes Marketing am Ende kontraproduktiv sei, wenn das Produkt nicht stimme. Gleichzeitig nütze die schönste Themenwanderung nichts, wenn es in der Region an Übernachtungsmöglichkeiten mangle. Denn die Übernachtungen brächten letztlich die Wertschöpfung.

Toggenburg Tourismus hat rasch das grosse Potenzial der vielen leer stehenden Ferienwohnungen erkannt. Wenn diese zu warmen Betten gemacht werden

könnten, würde die Destination zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Erstens gäbe es neue Übernachtungsmöglichkeiten, und zweitens würde die Region belebt und weniger ausgestorben aussehen.

Einen Event buchen statt einfach nur ein Zimmer

Den Verantwortlichen wurde klar, dass sie selbst aktiv werden müssen. Sie gründeten 2016 das Unternehmen Berg & Bett, über das die DMO Ferienwohnungen vermietet, aber auch ein Hotel betreibt. Dabei hatte die Destinationsorganisation anfangs ihre Bedenken. Wie werden wohl die Hoteliers und anderen touristischen Leistungsträger reagieren, wenn die DMO mit einem Mal zur Konkurrentin wird? Letztlich sei man aber dem Leitsatz «Menschen ziehen Menschen an» gefolgt, sagte Gressbach. «Je mehr Leute es in der Destination gibt, desto erfolgreicher können alle Anbieter sein.» Diese Belegung habe bisher recht gut funktioniert – ausser vielleicht für die Hotellerie, wie Gressmann eingestand.

Er denke immer vom Gast und seinen Bedürfnissen aus, wenn er ein Geschäfts-

modell beurteile, betonte Michael Thomann, der das Projekt beratend und als Verwaltungsratspräsident begleitet. Seine erste Frage sei anfangs gewesen: «Eine Familie, zwei Kinder, 2,5-Zimmer-Ferienwohnung für zwei Wochen gebucht: Nun regnet es eine Woche. Was passiert? Stress pur, für alle Beteiligten.»

So sei klar geworden, dass es einen Rückzugsort für die Erwachsenen brauche, einen Treffpunkt für Familien, einen Shop und Entertainment. Zu dem Zeitpunkt sei die Säntis Lodge eines jener Hotels in der Region gewesen, die mehr schlecht als recht gelaufen seien, so Thomann. Berg & Bett hat das Hotel gepachtet und nutzt es nun für zentrale Dienste für die Ferienwohnungsgäste: Aus dem Schwimmbad wurden ein Kino und ein Billardraum, aus dem Seminarraum ein Adults-only-Bereich. Die Gästezimmer im Hotel sind dabei gewissermassen bloss ein Nebenprodukt. «Die Réception gibt so nicht nur die Schlüssel für die Ferienwohnungen heraus, sondern wir können nebenbei auch noch die Hotelzimmer vermieten.» Damit leistet das Hotel einen Deckungsbeitrag an die Fixkosten.

Gleichzeitig achten die Verantwortlichen darauf, dass die Kostenstruktur möglichst flexibel bleibt, weil im Toggenburg die Nachfrage erheblich schwankt. Zu dem Zweck haben sie viele Aufgaben outgesourct – das Housekeeping, das Revenue Management, den Bereich Food & Beverage. Das ganze F & B etwa übernahm das Hotel Stump's Alpenrose, für das sich daraus wiederum Skaleneffekte ergeben, weil es in der

Küche Synergien nutzen kann. Unter dem Strich resultiert für Berg & Bett so eine schlanke Struktur mit fünf Angestellten.

Anregungen und Feedback per Mausclick

Aktuell betreut Berg & Bett 37 Objekte und generiert damit 30 000 Logiernächte. Die Auslastung beträgt 60 Prozent – «in einer Randregion wie dem Toggenburg», gab Daniel Koller, Geschäftsführer der

Berg & Bett Betriebs AG, zu bedenken. Das sei ausserordentlich. «Trotzdem beginnen wir im Ferienhausgeschäft erst gerade damit, Geld zu verdienen.» Der Start sei etwas harzig verlaufen, sagte Thomann.

Skalieren, skalieren, skalieren. Das war die Kernaussage der Verantwortlichen an die Zuhörerinnen und Zuhörer am Hospitality Summit. Das Ziel sei es, weitere Objekte auf die Plattform zu holen. Berg & Bett hat einerseits Gruppenunterkünfte ins Auge gefasst – «und davon gibt es im Toggenburg ziemlich viele», meinte Koller. Andererseits entsteht im Moment ein Erneuerungsprogramm, bei dem die Destinationsorganisation Ferienhausbesitzer bei der Sanierung ihrer Liegenschaft unterstützt – unter der Bedingung, dass sie danach ihr Objekt der DMO zur Vermietung zur Verfügung stellen. Für Berg & Bett ist klar: Sie wollen nur Top-Liegenschaften im Portfolio. «Denn wenn wir ein schlechtes Angebot im Portfolio haben, kriegen wir das nächste gute nicht mehr», ist Koller überzeugt.

Für Andrea Roman Bernhard von Wüest Partner stellte sich am Ende der Veranstaltung vor allem eine Frage: Wann taucht das erste Berg-&-Bett-Franchise in einer anderen Region auf? In Sachen Skalierung würde es dann erst so richtig losgehen.



Frühstücksbuffet in der Sämtis Lodge: Das Hotel spielt eine Hauptrolle im Geschäftsmodell, die Zimmer sind trotzdem ein Nebenprodukt.

Anzeige

**DU MACHST KARRIERE.
WIR BEZAHLEN.**

Lehrgänge Berufsprüfungen mit Kursstart 2022/2023

Chefköchin mit eidg. Fachausweis/
Chefkoch mit eidg. Fachausweis

Kursstart

Weggis:
14. Februar 2023

Bereichsleiterin Restauration mit eidg. Fachausweis/
Bereichsleiter Restauration mit eidg. Fachausweis

Weggis:
14. Februar 2023

Chef de Réception mit eidg. Fachausweis

Weggis:
Basismodul ab
12. September 2022,
Lehrgang ab
22. November 2022

Bereichsleiterin Hotellerie-Hauswirtschaft mit eidg. Fachausweis/
Bereichsleiter Hotellerie-Hauswirtschaft mit eidg. Fachausweis

Weggis:
Mai 2023

NEU ab 2022
Diätköchin/Diätkoch mit eidg. Fachausweis

Weggis:
25. August 2022

Jetzt anmelden und einplanen! Alle Angebote und Konditionen immer online auf weiterbildung-inklusive.ch



webstarshop.ch

Ihr Experte für Hygiene- und Verbrauchsartikel

Webstar bietet massgeschneiderte Komplett-Lösungen bei der Beschaffung und Feinverteilung aller Hygiene- und Verbrauchsartikel. Mit vielfältigen

Sortimenten, intelligenter Logistik und unabhängiger Beratung unterstützen wir Sie bei Ihrem Erfolg.



Produktvielfalt aus einer Hand

Alles aus einer Hand: 20'000 Artikel aus den Bereichen Waschraumhygiene, Ein- / Mehrweggeschirr, Reinigung, Entsorgung: Heute bestellt, morgen geliefert.



Unabhängiges Schweizer Unternehmen

Wir sind ein erfolgreiches, unabhängiges Schweizer Familienunternehmen in der fünften Generation und langjähriger Lieferant im Bereich Hotel und Gastronomie.



Ihr nachhaltigster Grosshändler

Wir unterhalten die grösste Photovoltaik-Anlage im Kanton Zürich, bilden insgesamt 15 Lehrlinge aus und bieten in allen Warengruppen über 2'500 nachhaltige Artikel an.

Hotel Bären in Gonten

Das Appenzellerland gilt als traditionell – oder verschlossen, wie die «Appenzeller Zeitung» in einem Bericht über Vorurteile schreibt. Wer nun also in dieser «verschlossenen» Region in eine 1400-Seelen-Gemeinde reist, erwartet vermutlich nicht unbedingt, dort auf ein besonders innovatives Hotelkonzept zu stossen. Doch im Innerrhoder Dorf Gonten wird man eines Besseren belehrt. Jan Schoch, bekannt als Mitgründer des Finanzunternehmens Leonteq und gestraucheltes Wunderkind der Finanzwelt, hat hier 2014 das Hotel Bären gekauft – aus persönlichen Motiven, wie er am Hospitality Summit erklärte: «Vor 46 Jahren, 7 Monaten und 10 Tagen haben meine Eltern im «Bären» geheiratet.»

Bevor das Gasthaus den Betrieb vor zehn Jahren einstellte, wollte Schoch seine Eltern noch einmal in den 1602 erbauten «Bären» einladen. Beim Besuch seien sie mit der Kellnerin ins Gespräch gekommen, die 30 Jahre dort gearbeitet und nun vor der Entlassung gestanden habe. Da habe er mit drei anderen Unternehmern den Plan geschmiedet, das Haus zu kaufen. «Nachdem wir die Umbaupläne diskutiert hatten, sind dann drei von vier ausgestiegen.»



Die Hotels Bären (rechts) und Löwen sollen nach dem Umbau auch mithelfen, das Dorfzentrum von Gonten zu beleben.

Das Haus hatte damals zehn Gastzimmer, und er müsse ja niemandem erklären, wie schwierig es sei, ein so kleines Hotel rentabel zu betreiben, sagte Schoch. Im Rahmen des Umbaus, der mehrere Millionen Franken verschlang, baute Schoch deshalb in den oberen Etagen zwölf weitere Zimmer ein. Weil das Hotel auch so noch an der unteren Grenze war, um gewinnbringend betrieben zu werden, kaufte Schoch

6000 Quadratmeter Bauland hinter dem Haus – «ohne genau zu wissen, was ich damit tun werde».

Zwei Hotels im beschaulichen Dorf sind erst Phase eins des Projekts

Wie der Zufall manchmal spielt, kaufte Schoch später auch noch den auf der anderen Strassenseite gelegenen Gasthof Löwen, der zuvor acht Jahre lang geschlossen gewesen war. Nach einem Umbau, der

Anzeige

MIT ARUBA ZUM FLEXIBLEN HOSPITALITY-ERLEBNIS AM PULS DER ZEIT.

aruba
a Hewlett Packard
Enterprise company

The Student Hotel (TSH) ist ein neues Hospitality-Konzept, das Studentenwohnungen, Meetings, Co-Working und Events unter einem Dach vereint. Dieses Wertversprechen findet Anklang: The Student Hotel verfügt inzwischen über 16 Standorte in Europa mit mehr als 6.000 Zimmern.

Unterkunft, Arbeitsraum und Co-Working, Lifestyle-Umgebung und Tagungsräume – jede dieser Leistungen gibt TSH die Möglichkeit, optimale Erlebnisse für Gäste zu definieren und anzubieten. Der Einsatz von Technologie zur Gewährleistung der Flexibilität, die für die Anpassung der Räume an jedes Angebot erforderlich ist, steht im Mittelpunkt der Gestaltung der TSH-Immobilien. „Mithilfe von Technologie können die TSH-Objekte multidimensional sein: Konnektivität auf jedem Zentimeter jeder Immobilie ist von grundlegender Bedeutung“, erläutert Mark Liversidge, Chief Digital & Experience Officer, The Student Hotel.

Die Aruba Edge Services Platform (ESP) bietet TSH die erforderliche Konsistenz, Integration und dennoch das Maß an Skalierbarkeit und Flexibilität, um die richtige Netzwerkkapazität, Leistung und Sicherheit für jeden Standort bereitzustellen. Das Netzwerk besteht aus verschiedenen Aruba Switches, Wireless Access Points und Hospitality Access Points, um die Konnektivität für öffentliche Bereiche, Gäste und Arbeitsplätze zu gewährleisten. Das Online-Portal Aruba Central ermöglicht die Zero-Touch-Installation, die Konfiguration und die Verwaltung der gesamten Infrastruktur aus der Cloud. Dies geschieht zentral, es werden keine IT-Fachkräfte vor Ort benötigt. Darüber hinaus waren die WAN-Konnektivität

und die Leistung zwischen den Standorten und der Zentrale für TSH von höchster Bedeutung. Die Aruba SD-Branch-Architektur mit Aruba Headend Controllern, VPN-Konzentratoren und Aruba Branch Gateways war die beste Lösung. Dank der Verwaltung und Steuerung über Aruba Central hat das IT-Team von TSH volle Transparenz und Kontrolle über LAN-, WLAN-, WAN-, VPN- und Firewall-Operationen. Die Überwachung der Netzwerk-Sicherheit sowie die Automatisierung der Durchsetzung von Richtlinien ist für das IT-Team nun ein einfacher Vorgang. Der Zugriff auf das Netzwerk wird komplett und nahtlos über den Aruba ClearPass Policy Manager verwaltet, zentralisiert und einfach aus der Cloud.

Die Zusammenarbeit mit Aruba hat dazu beigetragen, Konsistenz und langfristige Planungssicherheit für TSH zu schaffen. Bis jetzt wurden fünf TSH-Objekte modernisiert. TSH hat vor, bis 2022 auf 50 Objekte zu wachsen und schließlich weltweit tätig zu werden. Alle neuen Immobilien werden auf der Aruba-Plattform basieren und ältere Objekte werden nachgerüstet.

„Aruba sorgt für Konsistenz, Qualität und eine Strategie für die Zukunft“, resümiert Henk Jan Boer, Director of IT Infrastructure & Support, The Student Hotel.

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



zurzeit noch im Gange ist, werden die Häuser ab Ende Jahr als Schwesterhotels mit insgesamt 48 Zimmern geführt.

Doch damit gibt sich Schoch noch nicht zufrieden. «Das ist die erste Phase. In einer zweiten Phase setzen wir auf der Wiese hinter dem «Bären» ein Wellness-Hotel um.» Entstehen soll aber nicht nur ein Hotel, denn dafür wären die 6000 Quadratmeter zu gross. Schoch plant auf der Fläche mehrere Holzbauten mit gemischter Nutzung: Neben dem Hotel mit 30 Zimmern entstehen eine Altersresidenz, Serviced Apartments und Wohnungen.

Interessant am Konzept ist, dass Schoch die einzelnen Betriebe zwar als Schwesterhotels führt, um Synergien zu nutzen, sie aber am Markt eigenständig positioniert: Der «Bären» ist das Hotel für Romantiker und Sportler, im «Löwen» sollen Anlässe wie Hochzeiten und Kultur stattfinden, und das geplante Haus zielt auf Wellness-Gäste. Diese Diversifikation mit unterschiedlichen Zielgruppen sei wichtig, findet Schoch. Denn: «Mal läuft das eine Segment besser, mal das andere.»

Zentral für die Rentabilität ist nicht zuletzt die Digitalisierung. In Schochs Betrieben werden die Gäste zwar nicht vom Roboter begrüsst, trotzdem findet der Inhaber den Begriff Tech-Hotel

passend. Im Hintergrund seien viele Prozesse digitalisiert. Den Buchungsprozess etwa hat Schoch ausgelagert, damit die Angestellten an der Réception mehr Zeit für die Gäste vor Ort haben.

«Es gibt noch Banken, die Hotels finanzieren»

Ein so grosses Projekt verlangt entsprechende finanzielle Mittel. Wie er die besorgt habe, wollte Moderatorin Julia Faulhaber von Schoch wissen. Phase eins hat er selber finanziert. Um für Phase zwei ein Fremdkapital zu kommen, hat Schoch dann bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) eine Bewertungsstudie gemacht. «Das war auch ein guter Check für mich, ob das, was wir im Businessplan angedacht haben, wirklich funktioniert, und ein wichtiger Ausgangspunkt für die Gespräche mit den Banken», so Schoch.

Am Ende machte die Bank WIR das Rennen, auch dank ihrer Fachstelle für Hotelfinanzierungen. Das von Schoch eingereichte Dossier habe überzeugt – durchdachter Businessplan und ein realistisches Budget –, erklärte Banker Christoph Känel die Beweggründe des Instituts, die Finanzierung zu machen. Am Ende falle der Entscheid aber nicht am Bürotisch nur aufgrund der vorgelegten

Zahlen und Konzepte. Wichtig seien ebenso eine kompetente Führung und welche Eindrücke bei einer Betriebsbesichtigung gewonnen worden seien.

Die Bank finanziert bis zu 75 Prozent des Werts eines Hotelprojekts – in Zusammenarbeit mit der SGH sogar noch mehr. Diesen Ertragswert berechnet sie klassisch mit der Discounted-Cashflow-Methode, bei der sie die künftig anfallenden Erträge abdiskontiert.

«Für mich lautet das Fazit dieser Veranstaltung: Es gibt noch Banken, die Hotels finanzieren», so Peter Gloor, Direktor der SGH. Wer einen realistischen Businessplan habe und diesen überzeugend vertrete, dürfe mit Kapital der Banken rechnen.

Mischa Stünzi

Die zwei Vorzeigeprojekte vorgestellt und darüber diskutiert haben Christian Gressbach, Geschäftsführer Toggenburg Tourismus, Daniel Koller, Geschäftsführer Berg & Bett Betriebs AG, Michael Thomann, Inhaber Thomann Hospitality Management, Jan Schoch, Inhaber Hotel Bären in Gonten, Christoph Känel, Fachspezialist für Hotellerie und Gastronomie bei der Bank WIR, Julia Faulhaber, Inhaberin und Geschäftsführerin Faulhaber Marketing Services, und Andrea Roman Bernhardt, Direktor Wüest Partner. Moderiert wurde das Finanzforum von Peter Gloor, Direktor SGH.

Anzeige

Ihr Vorteil: Unser Revenue Management

Sichern Sie **jetzt und für die Zukunft** Ihre Einnahmequellen!

Strategieimplementierung & Ausführung

Alle technischen Implementationen & die Ausführung der Strategie werden in Absprache mit Ihnen & im Einklang mit Ihren Unternehmenszielen durchgeführt.

Performance Management

Unmittelbare Reaktion auf Veränderungen am Markt und laufende Analyse Ihrer Mitbewerber, Ihrer Märkte und Ihrer Distributionskanäle.

Risikomanagement, Beratung & Prognosen Erstellung

Prognosen bis zu 365 Tage im Voraus & Preisabfragen am Markt mehrmals pro Tag, um auf zukünftige Marktdynamiken zu reagieren.

Expertise, Beratung & Know-how:

Ermöglichen kurze Reaktionszeiten & regelmäßige Meetings mit Ihrem Portfoliomanager.



HotelPartner
YIELD MANAGEMENT
www.hotelpartner-ym.com





IMPRESS YOUR GUESTS WITH IN-ROOM INTERACTIVE FITNESS EQUIPMENT

GET THE BEST REVIEWS FOR YOUR HOTEL!

FLEXIBLE SOLUTIONS EASY TO MOVE

PEACE OF MIND WITH FULL SERVICE AND WARRANTY 5 YEARS

INFO@FREEMOTION-FITNESS.CH



DIESER EINE MOMENT

wenn der Kaffee den perfekten Aufenthalt vollendet.



Bei Franke verkaufen wir nicht einfach nur Kaffeemaschinen. Wir sorgen vor allem dafür, wundervolle Kaffeeerlebnisse für unsere Kunden zu schaffen. Es geht um diesen einen Moment. Wir helfen Ihnen, diesen wundervoll zu machen.



FRANKE

MAKE IT WONDERFUL

Möchten Sie mehr erfahren? coffee.franke.com

Glatz



PALAZZO® Royal

Draussen ist drinnen

Unsere Schirme machen Ihren Aussenbereich bei jedem Wetter attraktiv und nutzbar. Sie sind robust und einfach zu handhaben.

Seit über 125 Jahren produzieren wir bei Glatz Sonnenschirme in Schweizer Qualität und in mehr als 20 000 Kombinationsmöglichkeiten: elegant, ergonomisch und langlebig.

Guestline

Der direkte Draht zu Ihren Gästen

mit dem Guestline PMS und Google Free Booking Links



#GoDirect! Jetzt anfragen: guestline.com/de/google

Halle 550: Mehr als nur eine Eventlocation

Wo früher die legendäre Krokodil-Lokomotive gebaut wurde, steht heute im Norden Zürichs, im historischen Industrieviertel direkt beim Bahnhof Oerlikon, die Halle 550. Ein Ort für Events, Messen und Kongresse auf über 7000 m².

«Anything goes» lautet das Motto der Halle 550. Dass es sich dabei um mehr als nur einen Slogan handelt, hat die Eventlocation bereits mehrfach mit verschiedenen Formaten unter Beweis gestellt. Neu hat die Halle 550 auch Eigenveranstaltungen im Repertoire. So auch die erfolgreiche Man's World sowie ein Public Viewing während der Fussballweltmeisterschaft im Winter. Besucht werden kann die Liveübertragung der WM als Privatperson oder mit der Firma als Teamausflug oder gemeinsames Weihnachtsessen.

Eventkalender:

18.08.22

XAVER Award

15.–18.09.22

Neue Räume

27.–30.10.22

Kunst Zürich

15.–16.11.22

SMIDEX SUISSE

21.11.–18.12.22

WM Public Viewing

13.–16.04.23

Man's World

Halle550.ch

Partner

Sie sorgten für ein schönes Ambiente, lieferten Pflanzen, Möbel und Lebensmittel, erweckten die Halle zum Leben und präsentierten ihre neusten Ideen und Produkte. Über hundert Partner, Supporter und Supplier unterstützten den Hospitality Summit. In der Netzwerkarena entstand so ein Ort der Inspiration, der Innovation und des Austauschs.



«Als Gastgeber gilt es, die Extrameile zu gehen, um mit den kleinen Dingen einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Zudem ist das Team, das diese Werte vertritt, unverzichtbar.»

Rudi Müller
Leiter Veranstaltungen
in der Halle 550

1876

wurde die Maschinenfabrik Oerlikon gegründet. Sie produzierte hier Werkzeuge, Maschinen, Turbinen und elektrische Teile für Lokomotiven. Mehrere Jahre waren Charles Brown junior und Walter Boveri Chefelektriker – bevor sie 1891 die Brown, Boveri & Cie. gründeten.

Mercedes-Benz Schweiz AG

Intelligent und nachhaltig in die Zukunft

Der EQV hat am Hospitality Summit alle Blicke auf sich gezogen. Mit seiner Funktionalität und Variabilität konnte er vor Ort punkten, und entsprechend spannend und inspirierend waren der Austausch und die Gespräche mit den Teilnehmenden des Kongresses. Der EQV bietet Platz für bis zu acht Personen. Seine Reichweite beträgt bis zu 378 km. Er punktet mit einer schnellen Ladezeit – und mit seiner Einsatzvielfalt. Durch die Unterbringung der Batterie im Unterboden steht das volle Raumangebot zur Verfügung – ohne Einschränkungen im Fahrzeuginneren. Somit erfüllt er auch höchste Ansprüche an Funktionalität und Variabilität. Ideal für den Einsatz in der Hotelbranche. Mercedes-Benz stellt die Weichen für eine vollelektrische Zukunft: Bis Ende des Jahrzehnts wird die Marke mit dem Stern bereit sein, vollelektrisch zu werden – überall dort, wo es die Marktbedingungen zulassen. Mit diesem strategischen Weg hin zu «Electric only»



beschleunigt Mercedes-Benz die Transformation in eine emissionsfreie Zukunft. Bereits 2022 werden in allen Segmenten, in denen die Marke vertreten ist, batterieelektrische Fahrzeuge angeboten. Und ab 2025 sind alle neuen Fahrzeug-

architekturen ausschliesslich elektrisch. Die Ambition von Mercedes-Benz: eine CO₂-neutrale Neuwagen-Flotte und Lieferkette bis zum Jahr 2039.

mercedes-benz.ch

Eng. Schlafconcept GmbH

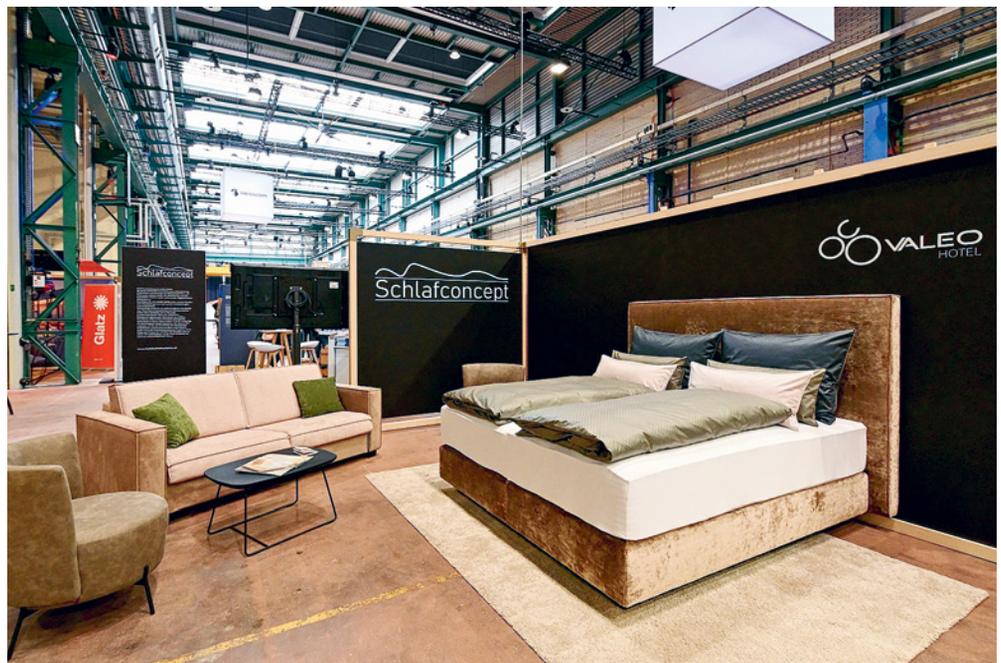
Das Ausstatten von Hotels ist unser Metier

Ein guter und erholsamer Schlaf ist kein Zufall, sondern das Ergebnis eines perfekten Schlafsystems. 30 Jahre internationale Erfahrung in Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Boxspringbetten und Matratzen stehen hinter der

«Es ist spannend zu sehen, wie der Hospitality Summit den Informationsaustausch, die Zukunftsperspektiven und das Networking der Branche positiv verbessert. Natürlich freuen wir uns auch über viele neue Kontakte.»

Guntram Suter, Geschäftsleitung

Gestaltung und den Konzepten unseres exakt aufeinander abgestimmten Programms. So erhält mit VALEO HOTEL jeder unserer Kunden sein Hotelbett genau so, wie es seinen Anforderungen und Ansprüchen entspricht. Gleichzeitig zeichnet uns grösstmögliche Flexibilität aus. Technische Ausstattung und



handwerkliches Know-how versetzen uns in die Lage, kundenindividuelle Wünsche effizient in Einzelanfertigung oder Kleinserien zu erfüllen. Ihre Gäste sollen einen besonders gelungenen Aufenthalt in Ihrem Haus erleben und Sie künftig als

Stammgäste wieder besuchen. Bei diesem Ziel möchten wir Sie als Ihr Partner für hochwertige Hotelbetten und Funktionsmöbel unterstützen.

www.hotelschlafsysteme.ch

Monoplan AG

Wir leben unsere Werte

Wir sind gute Zuhörer

Wir sehen uns als Dienstleister. Unser Ziel sind zufriedene Auftraggeber. Um das zu erreichen, hören wir zu. Wünsche und Bedürfnisse zu verstehen, ist die Grundvoraussetzung für erfolgreiche Projekte. Wir entwickeln die Architektur aus diesen spezifischen Anforderungen der jeweiligen Aufgabe und der Umgebung.

Stay positive & «up to date»

Der Schlüssel zum Erfolg ist unsere positive Grundeinstellung. Daraus ergibt sich auch unsere Offenheit und Begeisterung für neue Entwicklungen. BIM und Virtual Reality oder die IMMER neue, individuelle Story als roter Faden für jedes Projekt zeigen, dass bei Monoplan nur eins gleich bleibt: die Veränderung. Mit frischem Elan stellen wir uns immer neuen Herausforderungen.

Unser Handschlag gilt

Loyalität, Verlässlichkeit und langfristige Beziehungen werden bei uns grossgeschrieben. Sowohl den Auftraggebern,



den Geschäftspartnerinnen als auch den Mitarbeitern gegenüber. Wir legen Wert auf partnerschaftlichen Umgang auf der Basis von Vertrauen und Transparenz. Das verstehen wir als nachhaltiges Handeln, auch in ökonomischer Hinsicht.

Mehr als Sie denken

Monoplan steht für Vielfalt und mehr als sie denken. Unser Team ist international und unsere Palette an Dienstleistungen reicht von klassischer Architektur und

Interior-Design-Aufgaben über Branding bis hin zu TSA und vielem mehr. Be different ist unsere Devise.

Mit Spass & Effizienz

Spass an der Arbeit ist uns wichtig und ein Augenzwinkern gern gesehen. Wir sind der Überzeugung, dass gut und effizient arbeitet, wer sich erholt und Zeit für Familie, Partner oder Freunde hat.

monoplan.ch

Swisscom (Schweiz) AG

Mit diesen drei Massnahmen verbessern Sie die IT-Sicherheit

Jedes dritte KMU in der Schweiz wurde bereits Opfer eines Cyberangriffs – trotz Sicherheitsmassnahmen. Das zeigt eine Studie der gfs-zürich von Ende 2021. Ein wirksamer Schutz vor Ransomware und Co. braucht also mehr als Technik. Diese drei Massnahmen helfen dabei:

1. Erklären Sie die IT-Sicherheit zur Chefsache: Die Verantwortung für den Betrieb und damit auch für die IT-Sicherheit liegt bei der Geschäftsleitung. Diskutieren Sie in GL-Meetings regelmässig die Sicherheitsstrategie zusammen mit der zuständigen IT-Fachperson.

2. Sensibilisieren Sie Mitarbeitende: Diese können Cyberkriminellen die Tür öffnen, indem Sie auf Links in Phishing-Mails klicken. Oder die Tür abriegeln, indem sie solche Mails erkennen und melden. Sorgen Sie als Mitglied der Geschäftslei-



tung deshalb für die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Sicherheitsthemen.

3. Prüfen Sie den Schutz der IT-Infrastruktur laufend: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Lassen Sie die Sicherheitsmassnahmen von externer Stelle überprüfen, zum Beispiel mit einem Security-Assessment. Das gibt Ihnen Aufschluss über die Wirksamkeit und Argumente für das

IT-Sicherheitsbudget.

Wir begleiten Sie auf Ihrem individuellen Weg zur Digitalisierung mit umfassender IT-Sicherheit. Bei Fragen dürfen Sie uns gerne unter der Nummer 0800 055 055 kontaktieren oder unter Swisscom (Schweiz) AG, Geschäftskunden, 3050 Bern.

www.swisscom.ch

ZÜRICH | FRANKFURT | ATHEN

LEADING IN HOSPITALITY

EXPERTS IN HOTEL DEVELOPMENT + DESIGN



monoplan.

ARCHITEKTUR
INTERIOR DESIGN
BRANDING

H100 Das
Möbelhaus

seleform

Partner von HotellerieSuisse

Partner 31

25%
Rabatt auf
Ihre
Bestellung
gültig bis 30 Juli

Coray

Spaghetti

u7

Stella/H100

Profitieren Sie jetzt von unserem
Spezialangebot:
Die Outdoor-Klassiker Frühling 22
Wir freuen uns auf Ihre
Kontaktanfrage:

www.h100.ch/hotelleriesuisse

H100 44 40

Seleform AG / 1
info

Seleform / H100

Zeitlose Designklassiker und Vintage-Trouvailles

H100 ist unser Zuhause an der Hohlstrasse 100, 8004 Zürich, und gleichzeitig Dach unserer Marken Bogen33, Viadukt*3, Time Tunnel Living, Memorie.ch und Openstorage. Über 2500 Quadratmeter Möbelwelt inmitten der Stadt Zürich.

H100 ist Ihr Möbelspezialist und steht für qualitativ hochwertiges Wohnen und Arbeiten. Vintage oder neu: Wir beraten, bemustern und beliefern Privat- und Geschäftskunden für den Innen- und Aussenbereich seit 2003.

Der thematische Unterschied der einzelnen H100-Marken erfährt durch unser wertvolles und motiviertes Team, acht Fest- und vier Temporärangestellte, Zusammenhalt für Innovation, Qualität, Kundenberatung und Abwicklung.

Die Serviceleistungen:

Mit unserem Van und kräftigen Jungs bringen wir auf Wunsch die bei uns bestellten und gekauften Möbel direkt zu Ihnen nach Hause oder ins Büro. Auch holen wir Vintage-Möbel, für die wir Interesse zeigen, gerne bei Ihnen ab (Lieferkonditionen beachten). Reparaturen oder Anpassungen an bei uns gekauftem Mobiliar erledigen wir vor Ort in unserer Werkstatt oder – nach Absprache – zusammen mit dem Hersteller.

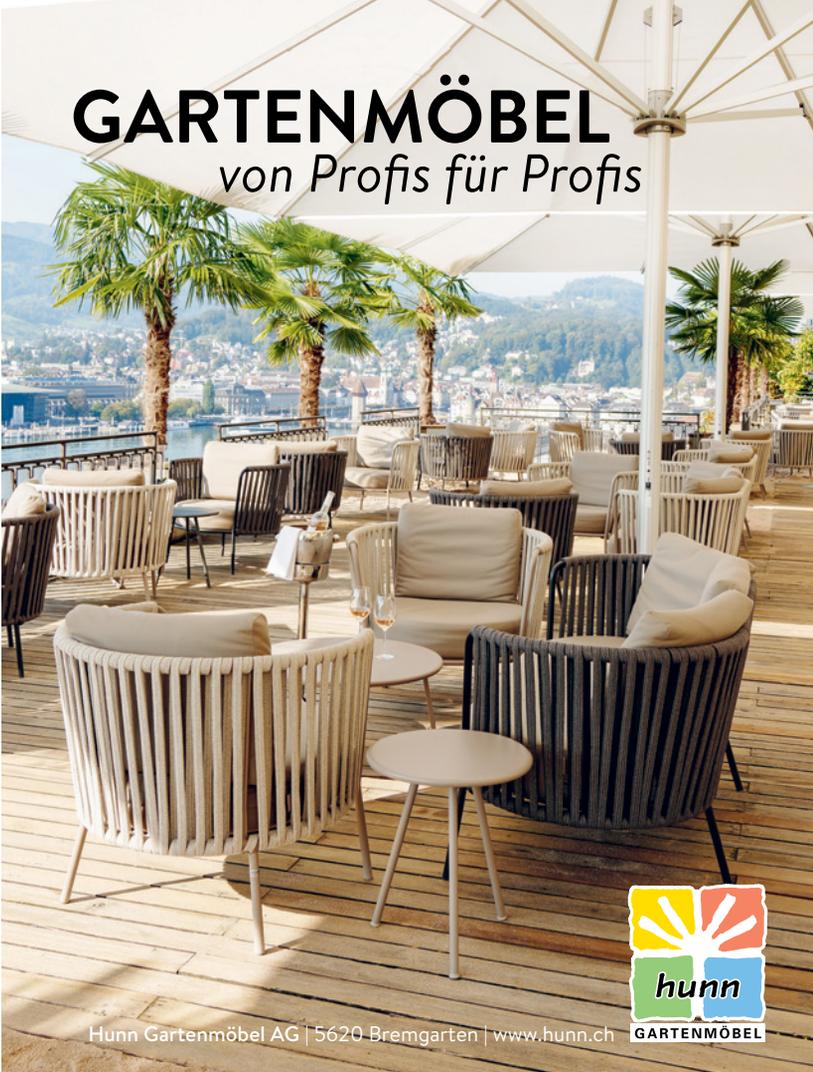
h100.ch/memorie.ch



HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme®

«Ich will meine
Küchencrew **effizienter**
einsetzen und
zufriedene Gäste,
die wieder kommen.»

Wir bieten Lösungen – www.hugentobler.ch

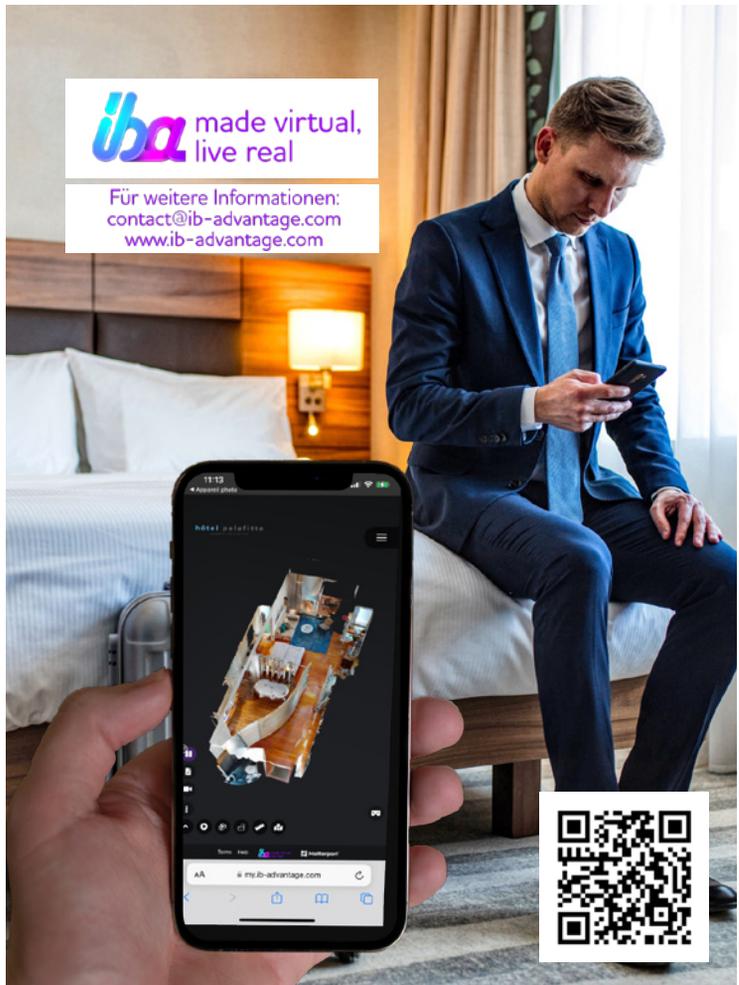


GARTENMÖBEL

von Profis für Profis



Hunn Gartenmöbel AG | 5620 Bremgarten | www.hunn.ch



iba made virtual,
live real

Für weitere Informationen:
contact@ib-advantage.com
www.ib-advantage.com



IDA14 by Karsten Schmidt ist ein Boutiquestyle Designstudio in Zürich, Schweiz. Hospitality, Living, Branding und Beratung gehören zu unseren Kernkompetenzen. Seit mehr als 25 Jahren bearbeiten wir Projekte klassisch in allen Bereichen der Architektur und Innenarchitektur und des Designs. Wir haben uns auf das Finden der feinen Balance zwischen moderner, zeitgemässer Ästhetik und warmer Raumatmosphäre spezialisiert. Karsten Schmidt-Hoensdorf ist national und international auch als Berater, Fachautor und Dozent tätig.

IDA14
BY KARSTEN SCHMIDT

IDA14 by Karsten Schmidt is a boutique style design studio in Zurich, Switzerland. Hospitality, living, branding and consulting are among our core competencies. For more than 25 years we have been working on classic projects in all areas of architecture, interior architecture and design. We have specialized in finding the fine balance between modern, contemporary aesthetics and a warm room atmosphere. Karsten Schmidt-Hoensdorf is also active nationally and internationally as a consultant, specialist author and lecturer.



INTERIOR DESIGN ARCHITECTURE CONSULTING
IDA 14 Karsten Schmidt-Hoensdorf Im Viadukt...7 Viaduktstrasse 73 CH - 8005 Zürich T: +41 44 4631233 E: atelier@ida14.ch Homepage: www.ida14.ch





Madlab

Auf einen Gin und gute Gespräche

Wir sind ein Büro für Digitalisierung und verlagern ins Internet, was nicht niet- und nagelfest ist. Webseiten und Webapplikationen, E-Commerce und Schnittstellen zu Umssystemen – das kann von einfachen Anwendungen bis hin zu sehr anspruchsvollen Lösungen gehen. Zugegeben, wir sind nicht wirklich verrückt. Zumindest nicht alle. Aber ein klein wenig Nerd und Geek steckt in jedem von uns. Sind wir doch schliesslich alle «digital natives» – oder fühlen uns zumindest so.

MADLAB ist im ehemaligen Gebäude der Druckerei Benteli Hallwag am Stadtrand von Bern stationiert. Auf über 200 Quadratmetern haben wir hier unser kreatives, nicht ganz alltägliches, manchmal auch ein bisschen verrücktes

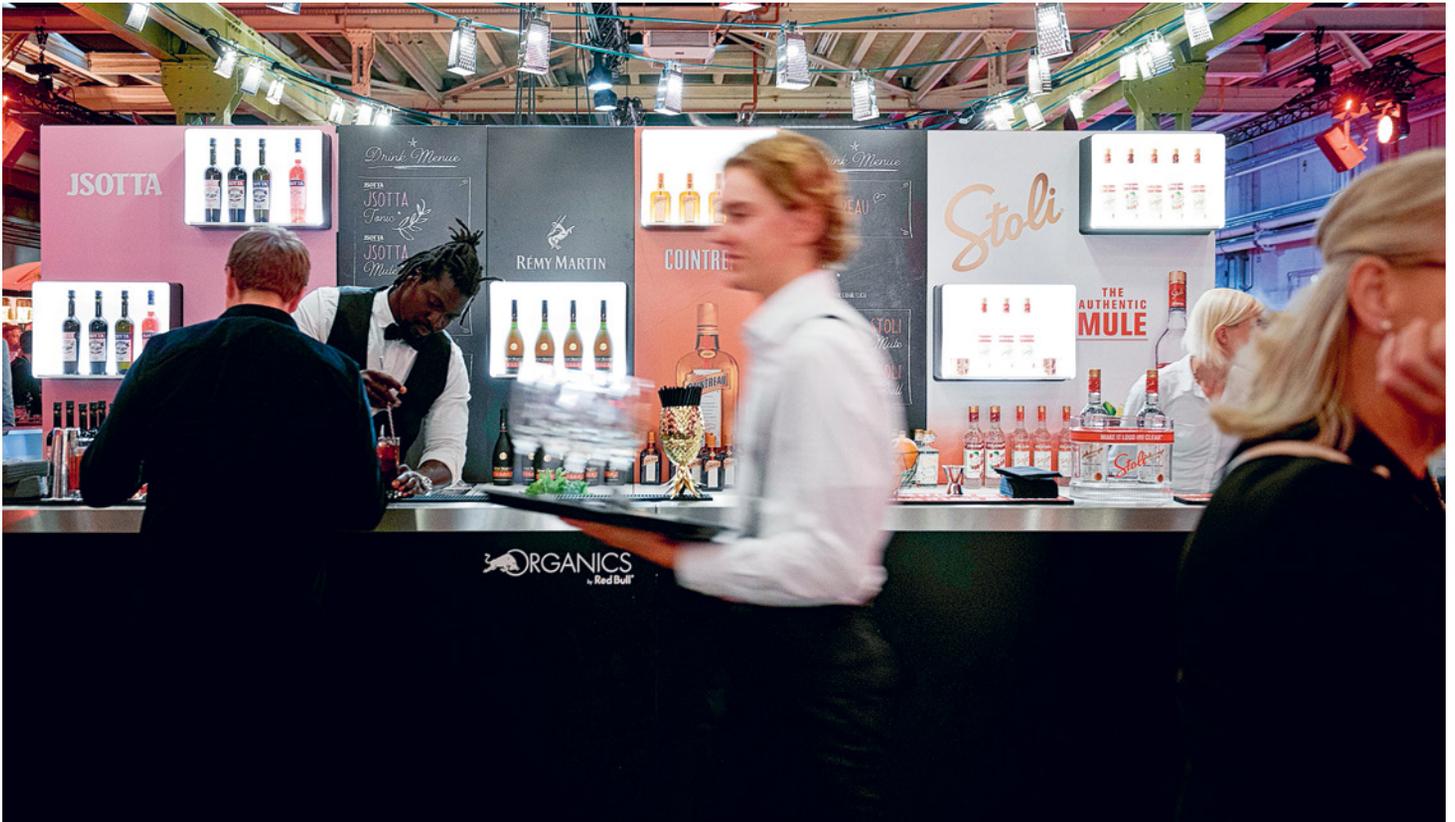
Labor eingerichtet. Zum Wohlfühlfaktor trägt bei uns unter anderem die schöne Dachterrasse bei, die regelmässig zum gemeinsamen BBQ einlädt. Natürlich darf auch die hauseigene Gin-Bar mit edlen und auserlesenen Wacholderbränden nicht fehlen.

HotellerieSuisse und die htr hotelrevue gehören seit Jahren zu unseren Kunden: Wir betreuen und unterstützen sie bei ihrer Weiterentwicklung. Also war es Ehrensache, für den Hospitality Summit unsere Gin-Bar zwischenzeitlich von Bern nach Zürich zu zügel. Ein super Event – und wir sind mit unserem Auftritt und den Reaktionen der Gäste dort sehr zufrieden.

madlab.ch

Verlässliche Partner mit starken Ideen und Visionen

Einrichten, servieren, präsentieren, verwöhnen und weiterhelfen – verschiedenste Sponsoren, Supporter und Supplier haben am Kongress für eine stimmige Atmosphäre, kulinarischen Genuss und viel Wohlergehen gesorgt.



Parat für einen Drink an der Bar von Lateltin? Das Sortiment umfasst internationale sowie eigene Markenspirituosen, und es werden auch Eigenprodukte für den Schweizer Markt entworfen. lateltin.com



Ein Nespresso ist zu jeder Tageszeit heiss begehrt. Kaffee ganz individuell – von einem milden, fruchtigen Espresso bis zu einem neapolitanischen kurzen Ristretto, mit oder ohne Milch. nespresso.com



Wie das duftet! Was darfs denn sein bei Aryzta? Das Sortiment mit den Hauptmarken HIESTAND und COUP DE PATES besteht aus 800 hochwertigen Tiefkühl-Backwaren. aryzta.ch



Präsentieren Neuheiten zum Ausprobieren: Transgourmet/Prodega ist das führende Unternehmen im Abhol- und Belieferungsgrosshandel – und mit 31 Prodega-Märkten und 8 Regionallagern immer in Ihrer Nähe. transgourmet.ch



Nestlé Waters holt ein Stück Italien an den Summit: In den lombardischen Alpen entspringt das S. Pellegrino, nördlich von Florenz das Acqua Panna. sanpellegrino.com/acquapanna.com

Seit 111 Jahren importiert Bindella italienischen Wein und vertritt führende Winzerinnen und Winzer – vom Norden bis in den Süden. Wer Lust hat, kann ein paar edle Tropfen ausprobieren. bindella.ch



Hände gut desinfiziert – auch am Kongress! Steinfels bietet Wasch-, Reinigungs- und Desinfektionsmittel für die Bereiche Küchenhygiene, Textilpflege, Objektreinigung und persönliche Hygiene. steinfels-swiss.ch



Gegen den Durst und gut nach dem vielen Parlieren am Kongress: Nestlé Waters Schweiz produziert die drei Schweizer Marken Henneiz, Cristalp und Romanette. henneiz.ch

Anzeige



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

Wilhelm Luxem
General Manager, Baur au Lac

Building Systems & Organization

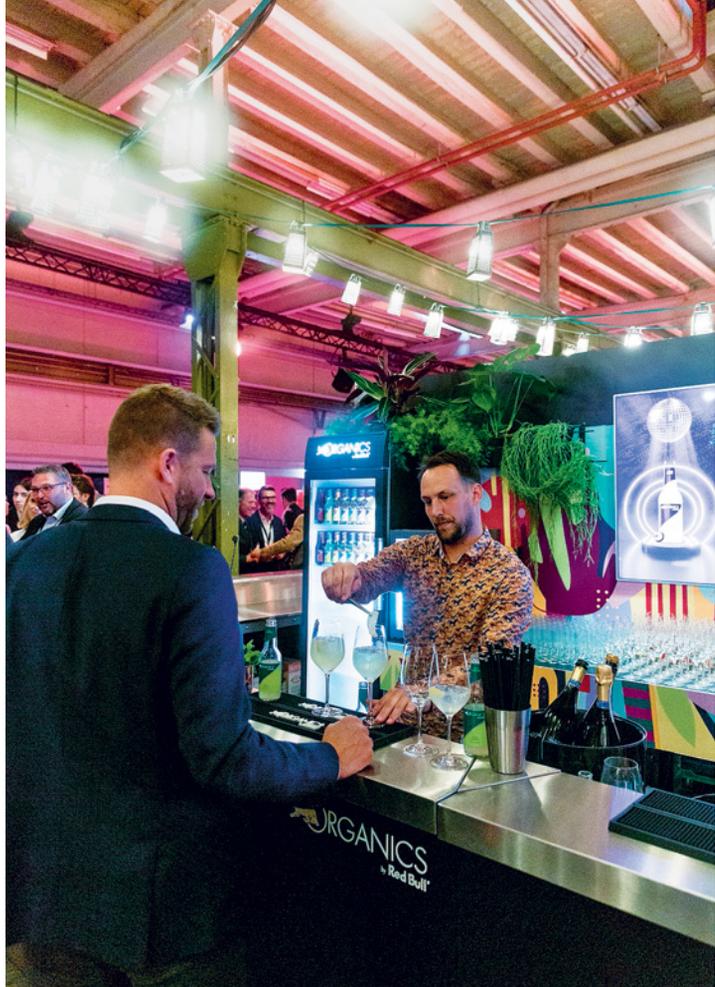
RMB
Group

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 | Chur



Nebst den bekannten Energy Drinks serviert Red Bull an der Bar seine Bio-Erfrischungsgetränke in unverwechselbaren Geschmacksvarianten. redbull.ch



Die Woehle Pirola AG hilft beim Eventmanagement, beim Umsetzen von Projekten, entwickelt Ideen und sucht Partner wie auch Sponsoren. So auch für den Hospitality Summit. woehlepirola.ch



Zum Abschied gibts Schokolade von Swissone. Im Jahr 2018 gründete Vernon Stuber das Schweizer Start-up mit dem Ziel, hochwertige Schokoladenprodukte nach traditioneller Schokoladenkunst herzustellen. swissone.swiss



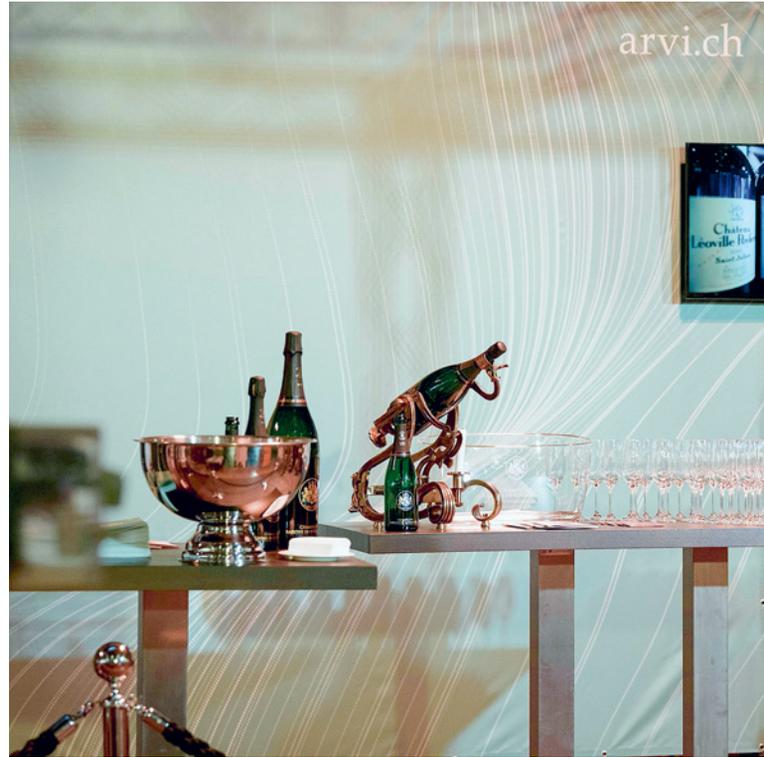
Ein Prosit auf den ersten Kongresstag mit einem «Schützengarten». Hopfen, Malz, Wasser, Hefe und rund 220 Mitarbeitende sind das Geheimnis der vielfältigen Biere. Das Unternehmen wurde 1779 in St. Gallen gegründet. schuetzengarten.ch



Recyclinggeschirr ist gut für die Natur. Pacovis beliefert Kunden mit Produkten aus den Bereichen Food Packaging & Catering, Verbrauchsartikel, Hygiene, Reinigung und Arbeitsschutz. pacovis.ch



In der Lounge von Hauser Design lässt es sich zwischendurch gemütlich die E-Mails checken. Die Experten berücksichtigen jeden Aspekt beim Einrichten: Möbel, Bepflanzung, Materialien, Beleuchtung und vieles mehr. hauserdesign.ch



Perlend und frisch – ein Gläschen Champagner, serviert bei Arvi. Das Unternehmen ist einer der weltweit führenden Händler für exquisite Weine. arvi.ch

Anzeige

Bank **WIR**



«Für Finanzierungen setze ich auf die Bank mit Hotelexpertise.»

Jan Schoch, Hotel Bären Gonten AG,
Gonten, WIR-Netzwerker

Jetzt
Beratung
sichern

wir.ch/hotellerie



Einen Moment verweilen im Innenhof der Halle 550. Die Schattenspender von Glatz zeichnen sich durch zeitlose Eleganz im Design, Langlebigkeit in der Verarbeitung sowie durch die Verwendung hochwertiger Materialien aus. glatz.com



Möbel zum Ausleihen verschönern Atmosphäre und Stimmung am Kongressort. Die Party Rent Group ist ein europaweit agierender Eventausstatter mit 24 Standorten und rund 950 Mitarbeitenden in neun Ländern. partyrent.com

Anzeige



Kleine Muntermacher für zwischendurch. Andros Chef ist aus Andros Leidenschaft für Früchte entstanden und bietet die umfassendste Auswahl an 100% natürlichen Fruchtzutaten. andros-foodservice.ch



Wir digitalisieren Ihr Hotel!

- Hospitality Mobile App
- POS
- Self-Ordering
- Warenwirtschaftssystem
- Online-Ordering
- ERP

Zucchetti Switzerland SA
 In der Luberzen 29, CH-8902 Urdorf
 Tel. +41 44 8644410 - infoch@tcpos.com
www.zucchetti.com - www.tcpos.com

Abkühlung für alle Naschkatzen. Die über 3000 Produkte von Swiss Gastro Solutions zeichnen sich durch Qualität, einen hohen Convenience-Grad sowie eine gute Portionierbarkeit aus. swissgastro-solutions.ch



Freundlich und aufmerksam: Die Mitarbeitenden von tempSTAFF bieten einen ausgezeichneten Service und sorgen für einen reibungslosen Ablauf. tempstaff.ch



Hunn Gartenmöbel hat bezaubernde Gartenecken aufgebaut. Spitzenqualität und Wetterfestigkeit zeichnen die Produkte aus, auf die bereits über 4000 Betriebe setzen. hunn.ch

Anzeige

modifier_ob.modifiers.new("...
 mirror object to mirror_ob
 mirror_mod.mirror_object = mirror_ob
 operation == "MIRROR_X":
 mirror_mod.use_x = True
 mirror_mod.use_y = F
 mirror_mod.use...

selected_objects[0]
 objects[one.name].select = 1
 ("please select exactly two objects,
 OPERATOR CLASSES -----

Near Field Communication

Web-to-print

SCHELLENBERGGRUPPE
 +41 44 953 11 11

Nachhaltigkeit erlebbar gemacht mit Holzkarten für:

- Zutrittskontrollen, Zahlungssysteme
- Loyaltylösungen
- RFID-Karten
- Gutscheinkarten

Wir haben die innovativen Tools und die richtigen Materialien.

SCHELLENBERGGRUPPE

Das innovative Familienunternehmen für Printmedien und digitale Kommunikationslösungen – schweizweit vertreten.



SCHELLENBERGGRUPPE
 +41 44 953 11 11
schellenberggruppe.ch



DJs, gesponsert von Red Bull, sorgen am Abend für guten Sound und fröhliche Stimmung.

Software und Service mit Herzblut, Kompetenz und Verstand. Mirus ist der führende Anbieter für Softwarelösungen im gesamten Hospitality-Bereich. mirus.ch



Supporting Partner

Besten Dank für das Engagement und die Verbundenheit.



Möchten auch Sie sich für die Branche engagieren und am Hospitality Summit 2023 eine aktive Rolle übernehmen? Dann melden Sie sich bitte unter hospitality.summit@hotelleriesuisse.ch. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.



Die Gestaltungsprofis von Konform kreieren, entwickeln und fabrizieren kleine und grosse Massanfertigungen – von der Idee bis zum Objekt. konform.ch



Für das Ticketing und den reibungslosen Einlass sorgt e-guma. Das Unternehmen verkauft Gutscheine, Tickets und Artikel über den eigenen Online-shop oder direkt auf der Website der Kunden. e-guma.ch



Wer möchte da nicht zugreifen? Zum Catering-Team gehören am Gala-Abend fünf Hotels – unter anderem das Hyatt Zürich. hyatt.com



Im Endspurt: Die Mitarbeitenden von Chalet RoyAlp Hôtel & Spa. royalp.ch



Sorgen am Gala-Abend für kulinarische Highlights: The Living Circle ist eine Gruppe von erstklassigen Hotels und Restaurants an den schönsten Standorten, geführt von leidenschaftlichen Gastgeber. thelivingcircle.ch



M-Industrie AG, Swiss Gastro Solutions

Die Ansprüche an die Beherbergungsbranche sind hoch und werden in Zukunft weiter steigen. Umso wichtiger ist es, einen Gastropartner zu haben, der mehr ist als ein Lieferant. Wir unterstützen die Gastronomie mit einem vielfältigen, bedürfnisorientierten Produktangebot und individueller Konzeptberatung.

swissgastroolutions.ch



E. Weber & Cie (Webstar)

Webstar bietet massgeschneiderte Komplettlösungen bei der Beschaffung und Feinverteilung aller Verbrauchsartikel: Waschraumhygiene, Ein-/Mehrweggeschirr, Reinigung, Entsorgung. Mit vielfältigen Sortimenten, intelligenter Logistik und unabhängiger Beratung unterstützen wir Sie bei Ihrem Erfolg.

webstar.ch



Weiterbildung inklusive/Formation inclusive/Formazione inclusa

«Weiterbildung inklusive» mit über 40 kostenlosen Angeboten. Weiterbildung fördert Mitarbeitende und bringt den Betrieb und die Branche weiter. Am Hospitality Summit stand beim Aus- und Weiterbildungsprojekt des L-GAV die Bildungsoffensive im Fokus: Bis Ende 2023 sind für L-GAV-Unterstellte alle Angebote kostenlos!

weiterbildung-inklusive.ch



RAST KAFFEE

Die «Coffee Bar» von RAST KAFFEE war ein voller Erfolg. Wir durften Hoteliers aus der ganzen Schweiz mit ausgesuchten Spezialitäten begeistern. Besonders freute uns das Treffen mit vielen bekannten Hotelier-Freunden und interessierten Neukunden. Die Hotellerie hat den Zeitgeist und die Wichtigkeit von Spezialitätenkaffee erkannt und unternimmt aktiv Schritte, ihre Gäste mit auserlesenen Kaffees zu verwöhnen. RAST KAFFEE steht als kompetenter Kaffee-Partner für die professionelle Umsetzung zur Verfügung.

rast.ch



ibex fairstay

ibex fairstay begleitet und zertifiziert Beherbergungsbetriebe auf dem Weg zur nachhaltigen Betriebsführung. Die ganzheitliche Unterstützung beinhaltet die fünf Dimensionen Management, Ökologie, Regionalität, Soziales und Finanzen. Mittels Kriterien- und Massnahmenkatalog werden praktische Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt.

ibexfairstay.ch



SBB

Tourismus heisst Reisen, und Reisen heisst in der Schweiz oft SBB. Wir sind Ansprechpartnerin für eine komfortable und nachhaltige An- und Abreise Ihrer Gäste. In Zusammenarbeit von Gastgebern und SBB findet gar das Gepäck allein den Weg von der Haustür der Gäste direkt ins Hotelzimmer (Gepäck Special).

sbb.ch



Happy Professional

Der Hospitality Summit war ein gelungener Networking-Anlass. Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Daher verwenden wir hochwertige regionale Rohstoffe, so auch Schweizer Schafschurwolle, und pflegen mit unseren Lieferanten langfristige Partnerschaften, damit Ihre Gäste den besten Schlafkomfort erhalten.

happy.ch



SALTO Systems AG

«Digitalisierung und Nachhaltigkeit – die Kernthemen des Hospitality Summit sind wie gemacht für uns. Und wir gratulieren dem SALTO Kunden Daniel Renggli zur Auszeichnung mit dem Special Award 2022!»

Fabio Lo Curto, Country Manager Hospitality,
SALTO Systems AG

saltosystems.ch



Glatz AG

«Der Hospitality Summit ist für Glatz ein Branchenhighlight, bei dem man gerne dabei ist. Als mit HotellerieSuisse verbundenes Schweizer Unternehmen liegt uns die Partnerschaft mit der Hotelbranche am Herzen, die wir mit unseren massgeschneiderten Beschattungslösungen fachmännisch unterstützen.»
Tamara Roost, Marketing Manager

glatz.com



Schwob AG

«Als Textilhersteller und Textilpfleger in der Schweiz ist Nachhaltigkeit ein Teil unserer Firmen-DNA – und dies seit 150 Jahren.»
Stephan Hirt, CEO

Auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Textilien sind ein echter Mehrwert. Als langjähriger Premium Partner bieten wir alles aus einer Hand: Schwob sorgt für Glücksmomente bei den Gästen.

schwob.swiss



msb Schliess-Systeme GmbH

msb Schliess-Systeme GmbH – das sind spezialisierte Schreiner, Schliess-Techniker und Hotelfachleute mit langjähriger Erfahrung. Durch die Vielfalt an elektronischen Öffnungsarten erfüllen wir jeden Anspruch. Bieten Sie Ihren Gästen ein 24-Stunden-Check-in an.

e-schloss.ch



ARVI SA

ARVI ist ein führender Weinhändler, dessen Portfolio eine Referenz für Jahrgangsweine aus der ganzen Welt geworden ist. Beim Hospitality Summit 2022 hat ARVI mit dem Champagnerhaus Barons de Rothschild kooperiert und wurde offizieller Sponsor für alle ausgeschenkten Perlweine während des Events.

arvi.com



Beck Schwimmbadbau AG

Die Beck Schwimmbadbau AG ist ein Planungsunternehmen (Bau & Technik) für Schwimmbäder & Spa (öffentliche Bäder sowie Hotelbäder). Unser Dienstleistungsspektrum erstreckt sich von der Betriebs- und Machbarkeitsstudie über die Projektierung/Submission/Realisierung bis zur Inbetriebnahme – alles aus einer Hand!

beck-schwimmbadbau.ch



Franke Kaffeemaschinen AG

Schön wars! Zwei Tage Trends der Hospitality-Zukunft diskutieren, Ideen und Erfahrungen austauschen, netzwerken, Kontakte knüpfen und pflegen: Franke Coffee Systems bedankt sich bei allen Besuchern und Partnern des Hospitality Summit 2022 für eine erfolgreiche und inspirierende Veranstaltung.

coffee.franke.com



Catering by Transgourmet Schweiz AG

Transgourmet/Prodega ist das führende Unternehmen im Schweizer Abhol- und Belieferungsgrosshandel. Mit der neuen Bio-Eigenmarke Natura profitieren Sie von viel Bio aus einer Hand – und das in der ganzen Schweiz. Natura steht für ein Vollsortiment mit gesicherter Bio-Qualität zu bezahlbaren Preisen.

transgourmet.ch



LIGNO in-Raum AG

Entwicklung, Planung und Realisierung von Innenarchitektur- und Designkonzepten für Hotels, Restaurants und repräsentative Räume im Gesundheits- und Pflegebereich. Wir entwickeln Raumlösungen, die Emotionalität und Funktionalität vereinen und mit eigener Designsprache und Identität überzeugen.

ligno.ch



Hoxell SA

Kommunikation, Organisation und Optimierung! Dank der Hoxell-Plattformen werden Prozesse digitalisiert, Ressourcen gespart und Hotelabteilungen effizienter, mit dem Ziel, mehr Zeit für Gäste zu haben.

«Der Hospitality Summit ist für uns eine wichtige Plattform, um Entscheider zu treffen.»
Julia Geffers, CEO Hoxell

hoxell.com



hotelkit GmbH

Die Hotel Operations Plattform hotelkit ermöglicht es, Teams zu vernetzen, die interne Kommunikation zu verbessern und die täglichen Arbeitsabläufe vollständig zu digitalisieren und zu vereinfachen! Bereits über 2300 Hotelteams weltweit bewältigen ihren täglichen Arbeitsalltag mit dieser Lösung.

hotelkit.net



Victor Meyer Hotelbedarf AG

«Die hohe Qualität der Messebesucher und die grossartige Organisation haben für zwei spannende Tage gesorgt. Vielen Dank. Und wir freuen uns aufs nächste Jahr!»

Daniela Meier, Key Account

victor-meyer.ch



American Express

American Express ist ein langjähriger, starker Partner der Hotellerie und kennt die Bedürfnisse der Branche. Über kostenlose Marketingprogramme erreichen Sie direktbuchende neue Gäste. Zusätzlich profitieren Sie von Kreditkarten zu Vorzugskonditionen für Ihren persönlichen Gebrauch und von attraktiven Firmenkarten für das einfache Abrechnen von Spesen in Ihrem Betrieb.

americanexpress.ch



TOP-Ausbildungsbetrieb

«Unsere Stiftung am Hospitality Summit zu präsentieren, war eine tolle Erfahrung. Im direkten Austausch konnten wir den Fachleuten die vielen Vorteile von TOP-Ausbildungsbetrieb näherbringen und ihnen aufzeigen, wie sie mit unserem Label ihre Ausbildungsqualität erhöhen und sichtbar machen können.»

Sereina Wohler, Leiterin Geschäftsstelle der Stiftung TOP-Ausbildungsbetrieb

topausbildungsbetrieb.ch



hotelforsale ag

Obwohl der Summit erst zum zweiten Mal stattgefunden hat, war die Stimmung sehr familiär. Interessante Podiumsdiskussionen, spannende Netzwerkarena-Partner und ein qualitativ hochkarätiges Publikum haben diesen Summit ausgezeichnet. Wir freuen uns auf die Durchführung im Jahr 2023.

hotelforsale.ch



Kessler & Co AG

Kessler ist das führende Unternehmen für ganzheitliche Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgeberatung. Unser Hospitality Team begleitet rund einen Drittel der führenden Unternehmen in dieser Wirtschaftsbranche. Dank unserer Expertise entwickeln wir die besten Lösungen und optimieren die Risikokosten.

kessler.ch



UNISONO Hospitality Management AG

Die Rückmeldungen zahlreicher Hoteliers am Hospitality Summit zu unserem Backoffice-Modell für Individualhotels haben uns bestätigt, wie akut der Fachkräftemangel in der Branche ist und wie unsere Dienstleistung helfen kann, Mitarbeitende zu entlasten und den Fokus wieder auf die Gäste zu legen.

unisono-hm.ch



Red Bull AG

Entdecke die Welt von ORGANICS by Red Bull und lass dich inspirieren. Moderner Lifestyle, nur noch besser. Die acht einzigartigen Bio-Erfrischungsgetränke sind aus Zutaten 100 % natürlicher Herkunft. Basierend auf der EU-Bio-Verordnung dürfen Bio-Produkten keine künstlichen Aromen, keine künstlichen Farbstoffe, keine Konservierungsmittel oder Zusatzstoffe wie z.B. Phosphorsäure zugesetzt werden.

organicsbyredbull.com



WIR Bank Genossenschaft

«Der Kongress war für uns eine optimale Gelegenheit, uns als nationaler Partner für Finanzierungen in der Hospitality-Branche zu präsentieren. Geniale Stimmung, Top-Gespräche und wertvolle fachliche Inputs – so lässt sich der Hospitality Summit 2022 zusammenfassen!»

Christoph Känel, Leiter der Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie der Bank WIR

wir.ch



Banholzer AG

Der Hospitality Summit war wieder eine tolle Plattform für den Austausch mit der Branche und unsere neue Exklusivmarke RAK Porzellan. Entdecken Sie in unserem Onlineshop stilvolles und innovatives Tafelgeschirr von RAK, um Ihre kulinarischen Kreationen als Kunstwerk zu vollenden.

banholzer.ch



myclimate

Wir konnten am myclimate-Stand spannende Gespräche führen und die Branchenlösung «Cause We Care» sowie die weiteren Beratungsdienstleistungen von myclimate präsentieren. Zudem hat unsere Expertin Bettina Kahlert am Panel «Ökologische und soziale Nachhaltigkeit in der Hospitality» teilgenommen und mitdiskutiert. Nicht zuletzt haben wir den «myclimate Tourismus Award 2022» verliehen.

myclimate.org



Aruba, ein Hewlett Packard Enterprise Unternehmen

Die Aruba Access Points ermöglichen sicheres, zuverlässiges, flächendeckendes WLAN und Anschlüsse für die Endgeräte in Hotels. Aruba unterstützt auch die Einbindung von elektronischen Türschlössern und innovativen Lösungen wie BLE, ZigBee und weitere Technologien. Statt mehrerer konkurrierender Funkssysteme sind die Aruba APs universelle all-in-one Gateways.

arubanetworks.com



RMB Group AG

Die RMB Gruppe – Gebäudetechnik und Immobilienunterhalt in Perfektion – auch für die Hotellerie. Ausgeklügelte Strategien sorgen für ein optimales Zusammenspiel von Bauherrschaft, Planern und Ausführenden und begleiten Sie und Ihre Immobilie durch den kompletten Lebenszyklus.

rmb.ch



HotelPartner Management AG

Der Hospitality Summit ist eine wunderbare Möglichkeit, um herauszufinden, was die Tourismusbranche im Moment wirklich bewegt. Nur so können wir unseren HotelPartner-Service perfekt den aktuellen Bedürfnissen anpassen und maximale Erfolge für unsere Partner erzielen.

hotelpartner.ch



Hotelcareer by StepStone (Yourcareergroup Schweiz GmbH)

Es war eine Freude, auch im zweiten Jahr des Hospitality Summit als Partner zu unterstützen. Gemeinsam Trends erkennen und dafür Perspektiven für die Zukunft finden: Das sehen wir als Kernelement des Hospitality Summit. Wir möchten dabei unterstützen, Talente heute und in Zukunft für die Branche zu begeistern. Vielen Dank an HotellerieSuisse! Wir freuen uns schon auf den Summit 2023.

hotelcareer.ch



Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG

Mehr denn je sind Weiterbildung und ein inspirierendes Netzwerk für die Branche entscheidend. Der Summit 2022 hat genau das geboten. In Zeiten von gravierendem Fachkräftemangel und oft fehlender F&B-Rendite sind wir Ihr Partner. Für innovative Küchenkonzepte und wirtschaftliches Küchenmanagement.

hugentobler.ch



BAUR WohnFaszination GmbH

Als langjähriger, starker Partner der Hotellerie kennen wir die Bedürfnisse der Branche. Exklusiv präsentierten wir daher unser neues «HOTELWERK by BAUR» – unser Team voller Kreativkraft für herausragende Hoteldesignkonzepte. Wir sind überwältigt vom Interesse der Schweizer Hoteliers an modern und innovativ gestalteten Hotelzimmern.

baur-bwf.de



Pistor AG

Hotels sollen sich optimal auf die Bedürfnisse ihrer Gäste fokussieren und unvergessliche Erlebnisse schaffen können. Mit über 24 000 Food- und Non-Food-Produkten, innovativen Dienstleistungen und einem breiten Spezialisten-Netzwerk kann Pistor viel dazu beitragen – und das tun wir mit Herzblut.

pistor.ch



TERRAVIGNA AG

TERRAVIGNA ist eine familiengeführte Weinhandlung mit Sitz in Utzenstorf BE. Was uns einzigartig macht? Das generationenübergreifende Zusammenspiel. Unser Portfolio-Mix besteht aus zeitlosen Klassikern und renommierten Brands sowie aufstrebenden Jungwinzern. Ob Super-tuscan, biodynamisch oder Natural Wine: Bei uns finden Sie den passenden Wein für Ihren perfekten Weinmoment.

terravigna.ch



SWISSONE, Cocoa Luxury S.A.

Der Schokoladenhersteller mit mehr Kakao und weniger Zucker. Es war uns eine grosse Freude, als Summit-Partner dabei sein zu dürfen. Rückblickend waren die Kontakte, die wir knüpfen konnten, in jeder Hinsicht wertvoll und von hoher Qualität. Der Summit war bestens organisiert und die Vorträge höchst interessant. Die Resonanz auf die SWISSONE Produkte bestätigen uns, die richtige Richtung eingeschlagen zu haben.

swissone.swiss



Schellenberg Gruppe

Nachhaltigkeit erlebbar gemacht. Die Schellenberg Gruppe bietet Ihnen die Möglichkeit, den Plastikbedarf mit unseren innovativen Holzkarten-Lösungen zu reduzieren. Um Sie im Betrieb zusätzlich zu entlasten und Kosten einzusparen, setzen wir erfolgreich unser digitales Tool (Web-to-Print) und unsere crossmedialen Möglichkeiten ein.

schellenberggruppe.ch



VOGLAUER HOTEL CONCEPT

«Als Generalunternehmer im Hotel-Innenausbau wissen wir, wie wichtig der Austausch in der Branche ist. Wir freuen uns daher auch beim zweiten, sehr erfolgreichen Hospitality Summit dabei gewesen zu sein.»

Wolfgang Schaurecker, Geschäftsfeldleiter
VOGLAUER HOTEL CONCEPT

voglauer.com



Guestline GmbH

Guestline bietet innovative Cloud-Technologie für den Hotelbetrieb: vom PMS über die Zahlungslösung GuestPay, das Konferenz- und Bankettmodul und GuestStay für die digitale Gästereise bis hin zur Distribution via Channel Manager und Buchungsmaschine – jetzt neu mit direkter Schnittstelle zu Google Free Booking Links.

guestline.com



HOTELA

Die HOTELA, die Sozialversicherung für Hotellerie und Gastronomie, schätzte die Teilnahme am Hospitality Summit sehr. Wir bedanken uns bei unseren Kunden für die Treue und die angeregten Gespräche. Der Summit hat für uns eine hohe Bedeutung, da Hoteliers aus der ganzen Schweiz vereint werden.

hotela.ch



Zucchetti Switzerland SA

Zucchetti treibt die Digitalisierung in der Hotellerie voran: ein leistungsstarkes, einfaches und integriertes Angebot. Durch unsere langjährige Erfahrung und Expertise sowie ein hochintegriertes 360°-Lösungsportfolio kann Zucchetti Sie dabei unterstützen, Ihre Gäste an jedem Touchpoint entlang der Customer Journey zu begleiten.

zucchetti.com



Bindella – Rudolf Bindella Weinbau-Weinhandel AG

Wir blicken mit Freude auf den Hospitality Summit 2022 zurück: gute Gespräche, schöne Atmosphäre, Zeit für Genuss – kurz: ein toller Anlass für den Austausch mit Kundinnen und Entscheidungsträgern der Branche. Auch unsere mitgebrachten Toskana-Weine von Rudi Bindellas Tenuta Vallocaia kamen beim Publikum gut an – fantastico!

bindella.ch/weinshop



Siemens Schweiz AG (smart Infrastructure CH)

Smarte Hotels der Zukunft – ganzheitliche Lösungen für ein einzigartiges Gästelerlebnis. Mit Gebäudelösungen schaffen wir komfortable, sichere, nachhaltige und energieeffiziente Unterkünfte für Ihre Gäste. Sie erhöhen nicht nur den Wettbewerbsvorteil, die Produktivität Ihres Personals und sparen Kosten, sondern stärken auch die Kundenbindung und das Markenimage.

siemens.ch



Hero AG

Der beste Morgen beginnt mit einem «Mmmhhh»! Mit dem Zmorge begrüßen Sie Ihre Frühstücksgäste. Wir alle wissen, was uns schmeckt und was wir von einem guten Zmorge erwarten. Umso wichtiger ist, dass Sie Ihre Gäste mit einem vielfältigen und hochwertigen Angebot überraschen. Wir helfen Ihnen dabei!

gastro.hero.ch



Swiss Quality Hotels

Das Dienstleistungspaket für Swiss-Quality-Mitglieder deckt eine breite Palette von Leistungen ab: komplexes Distributionsnetz, Akquisition von neuen Partnern, Schnittstellen zu Hotel PMS + RMS, globale Verkaufsaktivitäten, digitales Marketing, Mehrwerte/Spezialkonditionen, Beratung, SEO + SEM, Schulungen.

SwissQualityHotels.com



Schnarwiler Health & Beauty

Swiss made, 100 % natürlich, nachhaltig, plastikfrei, refill, reuse und vieles mehr! Was will ein Hotelier mehr? Von Private Label bis zur Wunschverpackung bietet Schnarwiler Health & Beauty seit über 35 Jahren fast alles, was sich ein Hotelier wünschen kann. Sagen Sie dem Plastikmüll in den Zimmern jetzt den Kampf an!

reuseme.ch



Syntax Übersetzungen AG

«Bereits zum zweiten Mal nach 2021 durften wir den HotellerieSuisse Summit mit unserer remotebasierten Simultandolmetscherlösung in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch unterstützen. Dabei konnten wir eine Zunahme der Syntax-App-Nutzung feststellen, was uns natürlich sehr freut.»

Yvan Zimmermann, CEO und Mitinhaber

syntax.ch



Leuchter IT Solutions AG

Cyber Security ist Chefsache – das sollte spätestens nach dem Hospitality Summit klar sein. Als IT-Partner wissen wir, dass die Hotellerie auch spezielle Bedürfnisse im Bereich Cyber Security hat. Unsere IT-Services sind auf KMU ausgelegt und darum auch für kleine Betriebe erschwinglich.

leuchterag.ch



Freemotion Fitness – Continuum

Wir befinden uns in einer Welt, in der Sport eine boomende Aktivität ist und die Menschen zunehmend auf ihre körperlichen und geistigen Bedürfnisse achten. Continuum Solutions möchte seine Kunden dabei unterstützen, ein Sportangebot zu erstellen, das den räumlichen Gegebenheiten und den Bedürfnissen des Kunden entspricht, und dabei einen langfristigen Service garantieren.

continuum-solutions.ch



J.T. Ronnefeldt KG

Ronnefeldt ist mit der Schweizer Hotellerie seit Jahrzehnten eng verbunden. Der hohe Anspruch an Qualität, exzellenten Service, Gastfreundschaft und die gelebte Sterne- und Grand-Hotellerie entsprechen der DNA und Philosophie unseres Unternehmens und unserer Marke. Wir haben in den vergangenen Jahren auch zahlreiche TeaMaster® Gold und Silber in diesem für uns so wichtigen Markt ausgebildet, die in den besten Hotels der Schweiz ihre Gäste mit Tee verwöhnen und Teekultur vermitteln.

ronnefeldt.com



FurniRent (Liechtenstein) AG

FurniRENT – Ihr leistungsstarker Partner für Finanzierungsfragen rund um die Renovierung Ihres Hotelbetriebes. Unser Dienstleistungsumfang: 100% Hoteleinrichtung und 50% Finanzierung aus einer Hand. Informieren Sie sich unverbindlich auf unserer Website oder senden Sie direkt eine Anfrage an: info@furnirent.li

furnirent.li



Positioner SA

«Es ist spannend, zu sehen, wie der Hospitality Summit die Vernetzung der Schweizer Hotellerie stärkt. Gemeinschaftlich werden aktuelle Geschehnisse, Zukunftsperspektiven und Herausforderungen diskutiert. Durch diesen persönlichen Austausch entstehen Projekte oder Best Practices, die als Leitbilder für die gesamte Branche genutzt werden können. Nicht ohne Grund gilt die Schweiz als Wiege der Spitzenhotellerie.»
 Fabian Messer, Architect, Member of the Board, Positioner SA

positioner.com



Avatarion Technology AG

Avatarion bietet eine Hotellerie-Reception-Lösung an. Dank der Schnittstellen zu verschiedenster Hotel-Software können Ihre Gäste beim humanoiden Roboter ein- und auschecken, ein Taxi bestellen, Informationen über das Hotel abrufen und sogar den Nachtportier entlasten. Mit dem Echtzeit-Übersetzer gibt es keine Kommunikationsprobleme mehr. Nebst den humanoiden Robotern durften wir auch unsere Bring-Me Robots vorstellen – diverse Modelle für den Transport verschiedenster Materialien.

avatarion.ch



Biscuits Agathe

Das 1954 gegründete Familienunternehmen wurde im 2020 von Alexis Richard mit einem Ziel übernommen: Benchmark für Schweizer Bio-Guetzli zu werden. Innerhalb des ersten Jahres entsprechen alle Rezepte den Swissness-Standards, die zu mindestens 80% aus Schweizer Zutaten bestehen müssen. Alle Hauptzutaten stammen aus Waadtländer Produktionen. Palmöl und künstliche Zusatzstoffe sind verbannt worden.

biscuits-agathe.ch



Hospitality Booster

Ideen sammeln und umsetzen, welche die Hospitality-Branche verbessern. Mit diesem Ziel vernetzt der Hospitality Booster – eine Initiative von Hotellerie-Suisse und ihren Partnern – Hotelières und Hoteliers, Partner aus der Hotellerie-Branche, Start-ups sowie interessierte Dritte.

hospitality-booster.swiss



MAGIC powered by SV Group

MAGIC bietet den Gästen ein seamless digitales Erlebnis entlang der gesamten Gästereise. Die eigens entwickelte Web-App macht es spielend leicht, den Aufenthalt nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Mitarbeiter verfügen über Informationen für eine optimale Gästebetreuung. Somit können sie sich vollumfänglich um den Gast kümmern und sind nicht mit administrativen Arbeiten beschäftigt.

likemagic.tech



Schweiz Tourismus

Die Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Körperschaft des Bundes besteht darin, die touristische Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland zu fördern. Dazu ist Schweiz Tourismus in 27 Ländern präsent.

stnet.ch



COM.CIERGE GmbH

Der Hospitality Summit 2.0 bestätigt, was die Premiere versprochen hat. Wir blicken auf zwei ereignisreiche und von spannenden Gesprächen geprägte Tage zurück. Abgerundet mit der Feier zum Hotelier des Jahres, ist der Summit eine gelungene Plattform für die Branche. Wir freuen uns aufs 2023!

comcierge.ch



THOMANN Hospitality Management AG

Michael Thomann liefert als ausgewiesener Experte Fachwissen und Know-how aus 25 Jahren Berufserfahrung. Er setzt Theorie in die Praxis um. Seine Devise: «Umsetzen statt rumsitzen.» Das Leistungsspektrum umfasst strategische und operative Beratung, Coaching, Entwicklung von Geschäftsmodellen, Projektmanagement und Verwaltungsratsmandate.

hospitality-management.ch



D&D Hospitality Projects GmbH

Der diesjährige Summit war erneut von aufschlussreichen und dynamischen Gesprächen geprägt. Die Vernetzung verschiedener Entscheidungsträger der Hotellerie ermöglichte einen bodenständigen Austausch und Einsicht in neue Konzepte, welche unsere Projekte vorantreiben.

hospitalityprojects.ch



Gasph Vertriebs GmbH

Green Cleaning – reinigen ohne Putzmittel. 1988 gegründet, konnten wir in über 30 Jahren reichlich Erfahrungen in den Bereichen Verkauf, Markenaufbau, Service, Support und Beratung aufbauen – und wir führen dieses Konzept immer weiter.

gasph.ch



Nets Schweiz AG

Wir bieten Ihnen intelligente Lösungen für das bargeldlose Bezahlen sowie Unterstützung beim Kundenmanagement. Als Mitglied von Hotellerie-Suisse profitieren Sie durch einen exklusiven Rahmenvertrag von attraktiven Konditionen. Als Teil der Nexi Group, einem führenden europäischen PayTech, agieren wir aus einer Position der Stärke und stellen passgenaue Lösungen bereit.

nets.eu/payments



Küng Wellness AG

Die Schweizer Wellness-Manufaktur Küng kreiert mit Handwerkskunst, Innovationsgeist und viel Liebe zum Detail massgeschneiderte Entspannungswelten. Das Angebot reicht von Saunen, Dampfbädern, Dampfduschen und Whirlwannen aus eigener Produktion bis hin zu ganzheitlicher Spa-Architektur und umfassenden Service-Leistungen. Hotelzimmer mit integrierten Wellnessanwendungen ermöglichen den Gästen, ganz persönlich und mit maximaler Privatsphäre die wohltuende Wirkung zu genießen.

kuingsauna.ch



Gastroimpuls (Hunkeler Gastro AG)

Der Event hat uns sehr überzeugt. Die Vorträge waren vielfältig und das Netzwerk einzigartig. Schön, dass Alexandra und Reto als Hoteliers des Jahres gewählt wurden. Sie geben wie die Veranstaltung Impulse. Genau das lieben wir: zusammen mit innovativen Kunden in neue Gastrosphären abheben können.

gastroimpuls.ch



rebag data

Das inhabergeführte Unternehmen zeichnet sich durch zukunftsorientierte PMS-Lösungen, einen persönlichen 24/7-Support und eine innovative Produktpalette aus. Das erfahrene Team setzt sich täglich mit viel Engagement für die Bedürfnisse der Hoteliers ein und steht beratend zur Seite, um für jeden Betrieb die passende und auf Wunsch auch massgeschneiderte Lösung zu finden.

rebag.ch



Weita AG

Ihr One-Stop-Shop: Als Gesamtlösungsanbieter finden Sie bei uns ein vielfältiges Sortiment an Verbrauchsmaterialien sowie zusätzliche Serviceleistungen wie Schulungen, Expertenberatungen, Tipps zu nachhaltigen Produktalternativen und innovative IT- und Logistiklösungen. Unser Anliegen ist es, Ihnen tagtäglich die Arbeit zu erleichtern.

weita.ch



Onstay AG

Seit 2016 entwickeln, produzieren und betreiben wir Self-Check-in-Gesamtlösungen für die Beherbergungsbranche. Mit kreativen Ideen und interdisziplinärem Fachwissen erarbeiten wir mit unseren Kunden innovative, langfristige Lösungen, die sich wirtschaftlich rechnen. So schaffen wir Mehrwerte für Hotels und Gäste. Die strategische Basis der Onstay bilden solide wirtschaftliche Kennzahlen, hohe Innovationskraft und Kontinuität.

onstay.ch



Saviva Food Services

Das Unternehmen bietet Ihnen ein umfassendes Sortiment an Trocken-, Frisch- und Tiefkühlprodukten über nichtalkoholische und alkoholische Getränke bis zu Non-Food-Produkten – alles kombiniert mit einer persönlichen Beratung. Saviva Food Services sorgt dafür, dass Ihre Beschaffung von der Warenbestellung bis zur Zahlung der Rechnung möglichst effizient abläuft und Sie sich auf den Gast konzentrieren können.

saviva.ch



Steinfels Swiss

Wo immer Reinheit und Hygiene im Vordergrund stehen, wo Keime keine Chance haben dürfen und zusätzlich grosser Wert auf Umweltschonung und Wirtschaftlichkeit gelegt wird, werden die Reinigungsprodukte und Hygieneslösungen von Steinfels Swiss eingesetzt: in Hotels, Restaurants, Spitälern und Heimen.

steinfels-swiss.ch



Andros (Suisse) SA

Andros Chef ist aus Andros Leidenschaft für Früchte entstanden und bietet die umfassendste Auswahl an 100 % natürlichen Fruchtzutaten ohne Verwendung von Aromen an. Wir stellen das Beste unserer Früchte wie auch unser Know-how Fachleuten zur Verfügung, die von Natur aus auch neugierig und interessiert sind, um sie bei Ihren Kreationen zu inspirieren.

andros-foodservice.ch



beck konzept ag

Als Spezialisten der Planung und Ausführung für Projekte in der Hotellerie und Gastronomie ist es für uns unabdingbar, den Puls des Marktes zu fühlen. Wir sehen es als unsere Aufgabe, stets die aktuellsten Bedürfnisse unserer Kunden und ihrer Gäste wahrzunehmen, um die besten und kreativsten Lösungen zu entwickeln. Der Hospitality Summit bietet dafür eine ideale Grundlage und war ein voller Erfolg!

beck-konzept.ch



Hunn Gartenmöbel AG

Hunn Gartenmöbel präsentierte sich als zuverlässiger Partner für hochwertige Aussenmöblierungen in der Hotellerie und Gastronomie. Der Summit bietet eine wertvolle Plattform für den persönlichen Austausch und die Netzwerkpflege.

hunn.ch



Swibeco AG

Zufriedene und loyale Mitarbeitende sind das höchste Gut jedes Unternehmens. Mit dem modularen Benefits-Angebot von Swibeco erhöhen Sie den Wert des Lohnes Ihrer Mitarbeitenden. Ganz einfach mit dauerhaften Einkaufsvorteilen bei zahlreichen Top-Marken in der Schweiz sowie individuellen Lohnnebenleistungen, natürlich völlig steuerfrei. So gewinnen und halten Sie die besten Talente.

swibeco.ch



Hotelbird GmbH

Das 2015 gegründete Technologieunternehmen ist Marktführer in Deutschland im Bereich digitale Check-in/-out Services und verfolgt eine klare Mission: den Check-in/-out-Prozess durch die Automatisierung unsichtbar zu machen und dabei die Hotels zu befähigen, ihre Betriebe dezentral zu betreiben. Alle nötigen Formalitäten können einfach über eine Software abgewickelt werden.

hotelbird.com



TEXTILWERKE AG TWB

Tolle Begegnungen, interessanter Austausch, spannende Diskussionen und Referate. Der Hospitality Summit hat dies mit einer zeitgenössischen, modernen Plattform ermöglicht. Herzlichen Dank! All das nehmen wir als kompetenter Textilpartner mit zu unseren Kunden. Hohe Qualität, modernes Design, Nachhaltigkeit und wunderbare Begegnungen. Wir freuen uns.

textilwerke.ch



IDA 14 by Karsten Schmidt

Wir sind ein Boutiquestyle-Designstudio in Zürich. Hospitality, Living, Branding und Beratung gehören zu unseren Kernkompetenzen. Seit mehr als 25 Jahren bearbeiten wir Projekte klassisch in allen Bereichen der Architektur und Innenarchitektur und des Designs. Wir haben uns auf das Finden der feinen Balance zwischen moderner, zeitgemässer Ästhetik und warmer Raumatmosphäre spezialisiert.

ida14.ch



Schindler Aufzüge AG

«Für uns war der Austausch mit Entscheidungsträgern aus der Hotellerie enorm wichtig. Wir sind überwältigt vom Interesse am «Aufzug als Kommunikationsplattform». Die ungenutzte Zeit im Lift kann mit dem Smart-Mirror mit Mehrwert eingesetzt werden.»
 Roger Schwander, Product Manager Digital out of Home

schindler.ch



Nestlé Nespresso SA

Dank unserer Qualitätsstandards können Sie die Erwartungen Ihrer Gäste noch übertreffen. Bei Nespresso beziehen wir einige der besten Kaffees der Welt. Die aussergewöhnliche Qualität resultiert aus einer sorgfältigen Planung, die von der Ernte der Kaffeeirschen bis zum Moment der Verkostung reicht.

nespresso.com



HOFMANNs

Ihre Hotelmitarbeitenden sollen mit gesundem und hochwertigem Essen verpflegt werden, aber Ihr Küchenteam ist mit der Gästebewirtung schon voll ausgelastet? HOFMANNs bietet eine ausgewogene und wirtschaftliche Alternative! Ihr Fachpersonal fokussiert sich voll und ganz auf Ihre Gäste, und wir bieten zur Entlastung eine konstant hohe Qualität mit klarer Kalkulierbarkeit und einem individualisierten Menüplan für Ihre Mitarbeiterverpflegung. Wir sorgen für Ihren Hochgenuss. Ganz persönlich.

hofmanns-swiss.ch



Mirus Software AG

Nicht das Produkt steht im Vordergrund, sondern der Nutzen, den es bringt. Die Aufgabe der Mirus Software AG ist es, Ihnen zuzuhören, die Entwicklungen in der Hotellerie zu verfolgen und Arbeit und Lösungen danach auszurichten. Das Produktangebot ist modular aufgebaut, sodass auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Basislösungen mit Spezialmodulen kombiniert werden können.

mirus.ch



Immersive Business Advantage

IBA ist eine Digitalagentur und seit 2014 ein führender Anbieter im Bereich der immersiven und interaktiven virtuellen 3D-Touren in Europa. Wir bieten Ihnen massgeschneiderte Lösungen, um Ihre vorhandenen Räume mittels immersiver Technologien aus der Distanz zu vermarkten. Mit einem Background im Hotelfachbereich (Alumni EHL) vereinfachen und optimieren wir Ihre Prozesse und schaffen neue Kundenerlebnisse.

ib-advantage.com



VDH - Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure

Die VDH ist die Alumni-Vereinigung der Absolventinnen und Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement Hotelleriesuisse. Diese Weiterbildung für die Hotel- und Gastrobranche wurde 1967 unter dem Namen «Unternehmerseminar des Schweizer-Hotelier-Vereins» ins Leben gerufen.

vdh.swiss



ADA Cosmetics International GmbH

Wir entwickeln neue Ideen und marktfähige Konzepte für Hotelkosmetik, die die Erwartungen der Hoteliers und ihrer Gäste nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Ein starkes Produktportfolio aus angesagten Lifestyle-Konzepten, exklusiven Luxus- und Designermarken sowie fortschrittlichen Spendersystemen, gepaart mit langjähriger Erfahrung, hoher Innovationskraft und herausragendem Service machen uns zum bevorzugten Partner unserer Kunden.

ada-cosmetics.com



VISYT Digital AG

VISYT schafft Klarheit für Ihr Angebot und ist ein perfektes Marketingtool. Mit Bildern und Videos der Speisen sowie Anzeige der Beschreibungen in 15 Sprachen erleichtert es den Gästen die Auswahl. Es gibt Filter wie vegetarisch, glutenfrei oder vegan. Restaurants und Gerichte können per Messenger weiterempfohlen werden. Navigation zum Restaurant, Reservierungen und Zahlung in Bitcoin sind integriert.

visyt.me



EHL Hospitality Business School

Die EHL ist die erste Hotelfachschule der Welt und wurde 1893 als Ecole hôtelière de Lausanne gegründet. Im Jahr 2022 wurde die EHL zum vierten Mal in Folge von den QS World University Rankings for Hospitality and Leisure Management zur weltweit besten Hotelfachschule gekürt.

ehl.edu



Key & Card AG

Die Key & Card AG entwickelt die Systemlösung «Checkin24-7 All in One» für die personaloptimierte Gästeorganisation. Ein Mitarbeiter begleitet Sie bei der Umsetzung für KeyCard-Systeme, Checkin24-7 Kiosk und Onlinebuchungs- und Verwaltungsplattform Checkin24-7. Modular werden auch alle RFID KeyCard Schliess-Systeme integriert und der Buchungsabgleich zu den PMS-Anbietern ist verfügbar.

key-card.com

Guten Zmorgen Schweiz



Für die moderne Küche. Seit 1886.
www.gastro.hero.ch

JETZT IDEE EINGEBEN



Ideen sammeln und umsetzen, welche die Hospitality-Branche verbessern.

Mit diesem Ziel vernetzt der Hospitality Booster – eine Initiative der HotellerieSuisse und ihren Partnern – Hoteliären und Hoteliers, Partner aus der Hotellerie-Branche, Start-ups sowie interessierte Dritte.

Gib auch du deine Idee in den Hospitality Booster ein und bewege die Hospitality-Branche!



HOTELBIRD

Jedes Hotel kann digitalisieren!

Ohne Kosten, ohne Vertragsbindung, ohne Risiko

- ✓ Check-in/out
- ✓ Gästemappe
- ✓ Meldeschein
- ✓ Zutrittskontrolle
- ✓ Covid-Check
- ✓ Bezahlung

Steigern Sie den Erfolg Ihres Hotelbetriebes und digitalisieren Sie teure, manuelle Hotelprozesse mit unserer digitalen Gastreise.

Jetzt
kostenfrei
testen



www.hotelbird.com

DAS ORIGINAL- JSOTTA & TONIC



SEIT 1899.
DER SCHWEIZER VERMOUTH.

DRINK RESPONSIBLY



Dream-Team am Anfang der Welt

Reto und Alexandra Invernizzi vom Hotel Landgasthof Kemmeriboden Bad wurden als Ehepaar zum «Höteliier des Jahres» gekürt. Unter anderem mit einem «Wintermärchen» und «Schlafen im Garten Deluxe» haben sie Erfolg.

Als Kind nannten sie ihn im Dorf den «Schattebueb». Reto Invernizzi, gross gewachsen, als Gastgeber so schwungvoll wie gelassen, erwähnt dies nur nebenbei. Von Dezember bis Ende Februar falle selbst tagsüber kein direkter Sonnenstrahl auf das Hotel Kemmeriboden Bad.

An einem prachtvollen Frühlingstag ist von alledem nichts zu sehen. Schmuck, hell und frisch herausgeputzt wirkt das Gebäudeensemble aus historischem Hauptgebäude, Stöckli, früherem Käsespeicher und ehemaligem Bauernhof. Autos mit Nummernschildern aus diversen Kantonen stehen auf dem Parkplatz. Gäste, die nicht reserviert haben, hoffen kurz vor Mittag am Eingang zum Terrassenrestaurant auf einen freien Platz unter den Sonnenschirmen. Eine gedeckte Holzbrücke führt über die Emme, hoch ragen Felswände auf zwei Seiten auf. Eine Felsspitze vor blauem Himmel verleiht der Szenerie einen Hauch von Wildem Westen.

Kein Mann der Welt würde sie dazu bringen, hier zu wohnen

Als Alexandra Invernizzi 2009 erstmals zusammen mit einer Kollegin im Postauto über die gewundene Strasse durch Wiese und Wald zu dem entlegenen Landgasthof bei Schangnau im Oberen Emmental kam, fragte sie sich, wie die Kollegin in dieser Gegend wohnen konnte. Damals erwog sie, nach Zürich zu ziehen. Sie war sich sicher: Kein Mann der Welt würde sie jemals dazu bringen, dorthin aufs Land zu ziehen. Dass sich Reto (40) und Alexandra (39) Invernizzi kennenlernten, hat indirekt auch mit dem Schatten zu tun. Um den Spott der Dorfkinde über die Lage des «Kemmeriboden Bad» kümmerte sich Reto Invernizzi schon als Kind wenig. Mochte der Spitzname doch teils auch dem Erfolg des florierenden Betriebs geschuldet sein, den seine Eltern in fünfter Generation führten – am «Anfang der Welt», wie Reto Invernizzi in Anspielung auf den nahen Ursprung der Emme scherzhaft sagt.

Mit Wertschätzung über Beruf und Branche geredet

Aus der Art, wie die Eltern nach Feierabend über den Betrieb und die Hotellerie redeten, sprach Wertschätzung und Begeisterung. Und das habe ihn geprägt, sagt Invernizzi. Als sie ihn fragten, ob er den Betrieb übernehmen wolle, freute er sich sehr, war sich aber auch der Verantwortung bewusst, die damit einhergehen würde. So ging er zunächst nach Kanada und in die USA zur Weiterbildung. Ausserhalb der elterlichen Sphäre stellte er sich die Schlüsselfrage: Würdest du den Betrieb auch übernehmen, wenn es nicht jener der Eltern wäre?

Herz und Kopf sagten Ja. Und auch das Glück in der Liebe spielte mit. Reto und Alexandra übernahmen den Betrieb 2010

und heirateten 2013. Schon früher hatten stets Ehepaare das Hotel geführt. Mit Reto und Alexandra Invernizzis Töchtern Lynn und Anina könnte dereinst eine weitere Generation das Mehrgenerationenwerk fortsetzen.

Für Alexandra Invernizzi änderte die Liebe einiges. «Ich wuchs langsam hinein», erzählt die Tourismusfachfrau und frühere Mitarbeiterin von Mittelland Tourismus. Sie kümmert sich um die Administration, die Réception und um das Personelle. Bei 65 Mitarbeitenden, davon 15 Lernende, sei dies ein bedeutender Aufgabenposten. «Wir haben zum Glück kaum Schwierigkeiten, unsere Stellen zu besetzen.» Und: «Die Jungen sind interessiert und finden die Branche toll.» Überzeugen müsse man wenn schon die Eltern und Lehrpersonen, die den Kindern immer wieder eher abrieten.

Der Branche und deren Image Sorge tragen

Es liege aber auch in der Verantwortung der Betriebe, der Branche und deren Image Sorge zu tragen. Dies unter anderem, indem sie sich als Lehrbetriebe in der Ausbildung des Nachwuchses engagierten. «Kaderpositionen besetzen wir ausschliesslich mit Personen, die eine Affinität haben für die Ausbildung von Lernenden», sagt Reto Invernizzi. Zufriedene, kompetente Mitarbeitende sind das eine. Zum Erfolg trägt aber auch eine geschickte Vermarktung der Nähe zur Natur, zur Region und von Ursprünglichkeit bei. So spielt sich unter anderem die jährliche Viehschau direkt vor der

Haustür ab, das Hotelpersonal kauft Produkte teils direkt ab Hof.

Und das Paar hat die Auslastung optimiert, etwa durch Kooperationen. Ein Schlafberater stellt exklusive Betten und Decken für die Outdoorsuite «Schlafen im Garten Deluxe» und andere Zimmer zur Verfügung, Kundinnen und Kunden des Beraters dürfen im «Kemmeriboden Bad» gratis probenhalber übernachten. Die Zimmer wiederum offeriert das Hotel, das dem Verein «Best 3 Star Hotels of Switzerland» angehört, dem Schlafberater zum Vorzugspreis.

In den letzten Jahren hat das Ehepaar Invernizzi denn auch immer wieder Neuheiten eingeführt. So etwa «Schlafen im Stroh Deluxe» – eine Koketterie mit allen Annehmlichkeiten der Hotellerie. Zunächst habe man «das grösste Hotelzimmer im Emmental» im Heuboden des ehemaligen Stalls primär aus Marketinggründen lanciert. Dann aber sei es gelungen, durch Kunstvernissagen zwischen Check-in und Check-out die Hotelgäste beiläufig auf das Zimmer aufmerksam zu machen. «Heute haben wir eine Auslastung von gegen 98 Prozent», sagt Alexandra Invernizzi.

Iglu-Dorf: In vier Jahren zum ausgereiften Produkt

Und ebenso erfolgreich entwickelte sich die Idee mit den Iglus. Am Anfang stand der Gedanke, den Nachteil der schattigen Lage in einen Vorteil zu verwandeln. Iglu als Gastro- und Hotelkonzept hatte Reto Invernizzi in Kanada kennengelernt. Das wars: Dank dem Schatten würden die Schneehäuser bei Tauwetter auf nur 976 Metern über Meer nicht gleich dahinschmelzen.

Innerhalb von vier Jahren wurde aus der Idee ein ausgereiftes Produkt. Auslastung: 90 Prozent. Mit den Iglus sei es gelungen, eine gewisse Überalterung unter den Gästen aufzufangen. Diese Kundschaft kehre oftmals im Sommer nach Schangnau zurück.

Reto Invernizzi spricht von einem «Wintermärchen» – einem Erlebnis für die Sinne. Zwischen Ende Dezember und Mitte März rieche es jeweils nach hausgemachtem Glühwein und «Brätzeli». Eines der Iglus dient als Restaurant.

Das Iglu-Restaurant war es, das Alexandra Invernizzi und ihre Kollegin an jenem schicksalhaften Abend ins «Kemmeriboden Bad» geführt hatte. Die Kollegin war damals im Betrieb angestellt, über sie lernte Alexandra vor Ort Reto kennen. «Ich habe das grosse Los gezogen», sagt Reto Invernizzi heute über seine Frau. «Eigentlich wollte ich immer schon ein Hotel führen», sagt Alexandra Invernizzi und lacht. Zwar lag das Hotel ihrer früheren Träume am Meer. Doch welche Rolle spielen solche Details noch, wenn man die grosse Liebe gefunden hat?

Ueli Abt

Vom Unwetter Anfang Juli hart getroffen

Nach der Freude über die Auszeichnung «Hotelier des Jahres» am Hospitality Summit folgte die Katastrophe: Während des Unwetters vom 4. Juli 2022 schwoll die Emme an und flutete den Landgasthof Kemmeriboden Bad sowie die Umgebung. Das Zuhause und der Betrieb von Familie Invernizzi wurden stark beschädigt, Hotel und Restaurant versanken im Schlamm. Verletzt wurde niemand, doch der Betrieb muss bis auf Weiteres schliessen. Die Gemeinde koordiniert die Aufräumarbeiten im Tal und sammelt Spenden: Einwohnergemeinde Schangnau, Gemeindehaus 290, 6197 Schangnau / IBAN CH82 0900 0000 3002 5353 7 / mit Vermerk «Unwetter 2022» oder «Kemmeriboden». Wir wünschen Invernizzis viel Kraft und hoffen, dass sie bald wieder Gäste empfangen können.

GEHEN SIE RICHTIG MIT RISIKEN UM?
SPRECHEN SIE MIT UNS, WIE
SIE RISIKEN ERKENNEN, VERMEIDEN
UND VERSICHERN.



Wir beraten Sie ganzheitlich in den Themen Risikomanagement, Versicherung und Vorsorge und leisten einen wesentlichen Beitrag zu Ihrem nachhaltigen Erfolg. Profitieren Sie von unserer Expertise in Ihrer Branche im Umgang mit den versicherbaren und nicht versicherbaren Risiken Ihres Unternehmens. www.kessler.ch

MIT SICHERHEIT VORAUSS.



« **Wellness**
ganz persönlich.»

kueng.swiss

küng
wellness | swiss made





HOTEL OPERATIONS PLATFORM

**Die zentrale Plattform
für Kommunikation und
Zusammenarbeit im Hotel**

- einfaches Reparaturenmanagement
- digitale Housekeeping Prozesse
- nachhaltige Wissensdokumentation
- transparente Kommunikation

Mehr Informationen unter

www.hotelkit.net
Ansprechpartner: Sophia Anker
Email: sophia.anker@hotelkit.net
Telefon: +43 664 8800 3581



Leuchter
IT SOLUTIONS

**Ihre IT ist unsere
Leidenschaft!**

Die Leuchter IT Solutions AG baut und betreibt IT-Infrastrukturen in den Modellen On-Premises, Public Cloud oder in der privaten Leuchter-CLOUD, sowie WLAN, Telefonie und Cyber Security Lösungen.

Am zweiten Hospitality Summit waren wir mit unserem Leuchter Security Operations Center vor Ort, denn Cyber Security ist wichtiger den je. Als IT-Partner wissen wir, dass die Hotellerie auch spezielle Bedürfnisse im Bereich Cyber Security hat. Unsere IT-Services sind auf KMU's ausgelegt und darum auch für kleine Betriebe erschwinglich.

 leuchterag.ch/hotellerie

Bild: HotellerieSuisse: Yanik Gasser



Akteure und Gewinner der Gala (v.l.): Patronatspartner Rainer M. Willa (HotelPartner Management AG), Jurypräsident André Witschi, das Hotelier-Paar Reto und Alexandra Invernizzi, Moderatorin Maria Victoria Haas und Initiator Fiorenzo Fässler.

Ehre für Erfolg und Ideenreichtum

Innovationskraft, Leidenschaft und Engagement in der Berufsbildung – dafür zeichnete die Jury die Betreiber des «Kemmeriboden Bad» als Hoteliers des Jahres aus. Daniel Renggli von den Revier Hotels erhielt den «Special Award».

Jurypräsident André Witschi hatte noch nicht einmal den Hotelnamen ausgesprochen. Das Publikum mochte nicht warten und ehrte Reto und Alexandra Invernizzi vom Landgasthof Kemmeriboden Bad an der Gala «Hotelier des Jahres» am Mittwochabend mit einer Standing Ovation.

«Wir sind sehr stolz, dass wir diesen Award in den Händen halten dürfen, der unsere Leistung als Team und Familienunternehmen würdigt», sagte Alexandra Invernizzi. Vor einem Publikum mit vielen gestandenen Hoteliers den Preis in den Händen halten zu dürfen, erfülle ihn mit Ehrfurcht, ergänzte ihr Mann Reto Invernizzi. Die Ehre gelte auch den fünf Generationen zuvor, die viel zu diesem Erfolg beigetragen hätten. Die Auszeichnung ermögliche ihnen nun, etwas zu bewegen.

«Matchentscheidend, wie wir über die Branche reden»

Angesprochen auf das Engagement des Betriebs in der Berufsbildung und auf Nachwuchssorgen der Branche, sagte Reto Invernizzi: «Es ist matchentscheidend, wie wir über die Branche sprechen. Wir müssen Vorbilder sein. Die beste und günstigste Imagekampagne beginnt bei uns selbst. Wir müssen Botschafter unseres Handwerks sein und daran glauben, dass es gut kommt.» Zuvor hatten die früheren Preisträger

Raphael Wyniger von der Wyniger Gruppe (Hotelier des Jahres 2015) und Kurt Baumgartner von den Belvedere Hotels (Hotelier des Jahres 2018) Einblick gegeben in ihr Selbstverständnis als Gastgeberpersönlichkeiten und leidenschaftliche Hoteliers.

«Coolness der Städte in den Alpenraum gebracht»

Mit dem «Special Award» würdigt die Jury seit 2019 jeweils besondere, herausragende Leistungen der jüngsten Vergangenheit in der Hotellerie. Diesmal ging der Award an Daniel Renggli, CEO der Revier Hospitality Group. Die Jury zeichnet ihn für seine Verdienste bei der Umsetzung von neuartigen Hotelkonzepten im Bereich der Next-Generation-Hotellerie aus. «Die Revier Hotels bringen die Coolness der Städte in den Alpenraum», beschrieb Anne Cheseaux von der Jury das Revier-Hotelkonzept.

Für eine musikalische Auflockerung an der Gala sorgte die Genfer Sängerin, Produzentin, Songwriterin und Swiss-Music-Award-Preisträgerin Danitsa. Dann war es Zeit für einen Dekorwechsel: Per Videoanruf aus der angrenzenden Halle machte Firas El-Borji, Oriental Chef beim «The Dolder Grand», Appetit auf feinste Delikatessen, die auf das Publikum warteten.

Ueli Abt



«Special Award»-Gewinner Daniel Renggli und Maria Victoria Haas.



Die Genfer Sängerin und Produzentin Danitsa begeisterte das Publikum.



Vize-Jurypräsidentin Anne Cheseaux würdigte das Konzept der Revier Hotels.

750
Gäste nahmen an der Gala teil.

83
Helferinnen und Helfer waren im Einsatz.

3
«Special Awards» hat die Jury bislang vergeben.

12
Hoteliers, Hotelièren wurden seit 2015 ausgezeichnet.

«Isch mis Hotel sicher vor Hacker?»»

Holen Sie sich Antworten und Tipps
zur Cybersicherheit mit dem IT-Security-Check.
swisscom.ch/security-check

Bereit.





«Wir müssen mehr Frauen für Mint-Berufe gewinnen, denn sie haben dafür dasselbe Talent wie die Männer. Wir müssen die Eltern und die Lehrer dafür sensibilisieren.»

Patrick Warnking
Country Director, Google Switzerland

«Wir kämpfen um Skills, die super knapp sind. Es ist wichtig, in diesen Zeiten in den sozialen Netzwerken präsent zu sein.»

Michael Bruggmann
HR Lead for Swisscom
Business Customers

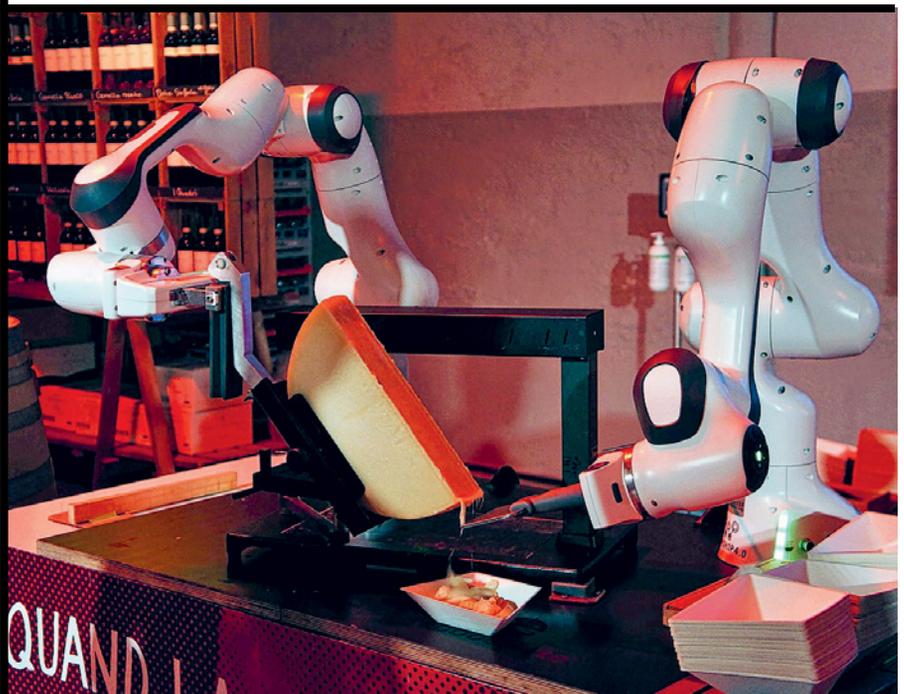
«Change gelingt, indem man es macht. Der Mensch ist dabei das höchste Kapital.»

Marc Langenbrinck
CEO Mercedes-Benz Schweiz AG

Über das Thema Change diskutierten unter der Leitung von Maria Victoria Haas: Marc Langenbrinck, CEO, Mercedes-Benz Schweiz AG; Patrick Warnking, Country Director, Google Switzerland; Michael Bruggmann, HR Lead for Swisscom Business Customers.

Digitalisierung & neue Technologien

Die Digitalisierung verändert unser Leben: In fast allen Tätigkeitsfeldern eröffnen sich nie dagewesene Möglichkeiten. Und fortschrittliche Technologien sind gerade in systemrelevanten Bereichen wie dem Energiesektor von enormer Bedeutung. Wo stehen wir, was kommt auf uns zu – und wie stellen wir uns all den Herausforderungen?



Cleverer Helfer, die dazulernen

An kleinere und grössere Roboter haben wir uns in der Hotellerie und Gastronomie längst gewöhnt. Sie stehen dort im Einsatz, wo sie nützliche Dienste leisten und das Personal entlasten können. Sie bringen Koffer und Kaffee, helfen als Nachtportiers aus oder stehen in der Lobby als «Auskunftszentrale» im Einsatz. Wissenschaftler aus dem Wallis haben einem Roboter sogar beigebracht, wie man ein Raclette

vom Käse schabt – am Hospitality Summit zeigte dieser digitale Gourmet sein Können. Im Gegensatz zu anderen Robotern, die nur für eine einzige, sich wiederholende Aufgabe programmiert sind, kann der Roboclette die menschlichen Bewegungsabläufe lernen und nachahmen. Er soll künftig primär der Industrie und der Medizin zugutekommen, wo er sich neuen Situationen und neuen Aufgaben anpassen kann.



HIER VEREINEN SICH
TRADITION...



Serviovorschlag

...UND
INNOVATION

Für ein Kaffee-Erlebnis in vollem Umfang.
Entscheiden Sie sich für typisch schweizerische Qualität und
Schweizer Handwerkskunst und Gastfreundschaft,
auf die sich Ihre Gäste - und Sie selbst - stets verlassen können.
Nespresso. Intensiv schweizerisch.

NESPRESSO
PROFESSIONAL

HENNIEZ

lädt ins *Restaurant* ein



**SCANNEN UND
GEWINNEN**
10'000 x CHF 40.-
oder teilnehmen auf henniez.ch



Pistor am Hospitality Summit 2022

Der diesjährige Hospitality Summit bot uns eine inspirierende Plattform für zahlreiche gute Gespräche, die wir rund um unseren Stand führen durften. Wir waren gemeinsam mit dem Verein United Against Waste vor Ort, dessen Präsident wir mit Silvan Pfister stellen.

Es war in der Halle 550 deutlich spürbar, wie sehr sich die Beherbergungsbranche darüber freut, dass wieder Live-Events vor Ort durchgeführt werden dürfen. Zugleich waren auch die Sorgen wegen Krieg und Personalmangel präsent. Wir wünschen den Hotelbetrieben viel Erfolg dabei, die Herausforderungen zu meistern. Derweil tragen wir unseren Teil bei und sorgen dafür, dass sich die Hotelbranche auch in solch unsicheren Zeiten stets auf die Dienstleistungen von Pistor verlassen und so besser auf die Bedürfnisse ihrer Gäste konzentrieren kann. Zugleich treiben wir weiter das Zukunftsthema der Nachhaltigkeit mit unseren Partnern und Kunden voran.

Mehr darüber erfahren Sie hier:



Silvan Pfister, Vereinspräsident UAW und
Geschäftsentwicklung Verkauf Pistor AG.

PISTOR

DIGITAL
GUEST
JOURNEY
FLEXIBLE
RECEPTION
EFFICIENT
WORKFORCE
INCREASING
REVENUE
CONVENIENT
PROCESS
BETTER
EXPERIENCE
**Onstay
Check-In/Out
Solutions**
SURPASSING
EXPECTATIONS
24 HOURS
365 DAYS
REAL
TIME
OPTIMIZATION

onstay
by Pistor

Future is an Opportunity
Hotel Self Service | www.onstay.ch

«Wandel befreit – ich muss meine Flugrichtung ändern»

Futurologist und Innovationsexperte Dietmar Dahmen machte mit einer eigentlichen Show und witzigen Präsentation klar, dass es verhängnisvoll sein kann, nie die Flugrichtung zu ändern. Es seien die Superhelden, die adaptierten.



«Geht nicht» – für den Futurologen und Innovationsexperten Dietmar Dahmen geht das gar nicht. An der Präsentation musste die Wand weg.

Als Experte für Digitalisierung, Leadership und Disruption wurde er angekündigt, als «Rockstar der Eventbühnen»: Dietmar Dahmen bot auf der Bühne eine eigentliche Show. So brach er eine Wand aus Kartonschachtel-Mauerwerk ein, auf welcher mehrfach «geht nicht» stand. «Geht nicht» geht für Dahmen eben gar nicht. Zudem zersägte er einen Stuhl und stach in ein Kissen, bis die Daunen durch die Luft wirbelten.

Digitalisierung ändert alles

Sollte wohl heissen: Wer sich nicht wandelt, muss Federn lassen. Apropos tierisch: Anhand verschiedener Arten zeigte er auf, was Hoteliers von der Natur lernen können (siehe nächste Seite). Erstaunlich rasch gelingt es Arten, sich verändernden Umweltbedingungen anzupassen, um sich so entweder neue Lebensräume zu erschliessen – oder schlicht um zu überleben. Dass sich die Umwelt für Hoteliers ändert, liegt für Dahmen insbesondere an der fortschreitenden Digitalisierung. Wie er im Verlauf seines Auftritts sagte, seien es die

Superhelden, die adaptierten. Dies veranschaulichte er unter anderem mit einem Bild aus dem Superman-Comic. Darauf streift sich der Superheld seine Reporterkluft ab und wandelt sich zum bekannten Helden im blau-roten Kostüm.

Liebgewordenes aufgeben

«Superman muss die alten Dinge aufgeben, auch wenn er sie liebt. Als er Reporter war, war die Krawatte super.» Doch bei der Innovation sei es wie beim Verreisen: «Es kommt nicht darauf an, wo du bist, sondern wo du hinwillst.» Heldenhaft sei, dass Superman sage, «ich

«Wie beim Reisen kommt es nicht darauf an, wo du bist, sondern wo du hinwillst.»

Dietmar Dahmen
Experte für Disruption und Innovation

will mich jetzt ändern». Er gebe seine teuren Reporterschuhe auf, auch wenn sie 5000 Franken gekostet hätten.

Doch dann gebe es Vorbehalte von aussen. «Supermans Freundin sagt: «Die Krawatte war ein Liebesbeweis.» Und auch in Betrieben gebe es Tausende von Dingen, bei denen die Leute sagten, «es geht nicht».

Lesebrille noch nicht erfunden

Einwände gegen den Wandel und die Erneuerung – das verglich Dahmen mit einer Wand. Hinter diese müsse man kommen.

Anhand wichtiger historischer Erfindungen argumentierte er, dass das vermeintlich vernünftige Denken falsch sei. Als beispielsweise Gutenberg den Buchdruck erfunden habe, habe einiges gegen die Erfindung gesprochen. Schliesslich hätten 93 Prozent der Menschen nicht lesen können, es habe keine Buchgeschäfte gegeben und die Lesebrille sei auch noch nicht erfunden gewesen. In den Worten von heute: Schlechte «user experience», es gibt keine

seleform

Ge-
winne

4 Stühle Deiner
Wahl in rot

Partner von HotellerieSuisse

Wähle Dein "rot"
& Gewinne
4 Stühle
Deiner Wahl:

Coray
Spaghetti
Stella-Stuhl

zur Auswahl stehen:

Coray Stuhl / Spaghetti Stuhl
Stella Stuhl. Gehe auf:

www. **BOGEN33**.ch

Nimm an der Verlosung teil!
Viel Erfolg, wünschen

H100 & Seleform

H100 / Tel: 044 400 00 33
info@h100.ch / www.h100.ch

Seleform AG / Tel: 044 396 70 10
info@seleform.ch / www.seleform.ch

Coray



Spaghetti



Stella/H100



H100 steht für Servicegarantie
und vs. Replika

www.h100.ch

seleform

Freund & Partner
V*3 / TT / B33 / MEMORIE / H100
Gruppe, Ltd. Inc. Comp. AG GmbH **H100**
Gr.

Distribution und auch keinen Markt. Doch Gutenberg kümmere sich eben nicht um die Welt, in der er gerade sei. «Gutenberg sagt: Es kommt darauf an, wo ich hinwill.» Analog dazu erzählte Dahmen die Erfindung der Glühbirne auf seine Weise. «Alle sagen: ‹Super, Edison, das geht nie. Es gibt keine Kraftwerke, es gibt keine Stromleitungen, und es gibt keine Lichtschalter.›»

Dann aber schlug er den Bogen zur Hotellerie: «Und nun stehen Sie in Ihrem Hotel und sagen, es geht nie, nachhaltig zu werden.» Einwände dagegen seien: Man könne keine Fotovoltaik-Anlage auf die Wiese stellen oder kein Loch in den Boden graben wegen Geoenergie. Und es gebe nicht genügend fleischlose Gerichte. «Unsere Köche können Schnitzel und Zürcher Geschnetzeltes, aber keine veganen Gerichte.» Doch wenn man dahin, durch diese Wand, kommen wolle, müsse man das schnell und mit Vollgas machen. «Dann kommen Sie dahin.»

Irrtum: Wandeln müssen sich andere

Dahmen warnte weiter vor zwei Arten der Lähmung. Zum einen führe die «Teflon-Paralyse» dazu, dass alles an einem



Weg mit den alten Sachen – Dietmar Dahmen auf der Eventbühne.

abpralle und man meine, dass der Appell zum Wandel sich nur an andere richte. Um eine «Analyse-Paralyse» handle es sich, wenn jemand glaube, dass es zuerst noch mehr Daten, mehr Forschung, mehr Zeit brauche, bevor man eine Veränderung angehen könne.

Mit Terminator-Einstellung ans Werk

«Werden Sie zornig mit sich selber, und machen Sie den Wandel. Machen Sie die Dinge, die Sie wollen, seien Sie kein

Rumsitzer», riet er seinem Publikum. Und: «Wir neigen dazu, den langfristigen Erfolg weniger zu sehen als die kurzfristige Mühe.» Der Keynote-Speaker riet dabei, sich die «Terminator-Einstellung» von Kleinkindern zu eigen zu machen. Denn beim Laufenlernen fielen diese immer wieder hin, 50-mal pro Stunde hintereinander, und probierten es einfach nochmals, nach dem Motto «I'll be back».

Er riet zudem, sich die Wände – Möglichkeiten also, Überkommenes zu überwinden – aktiv zu suchen. Allerdings seien diese manchmal gar nicht so leicht sichtbar. Beispiel Koffer: Während Jahrzehnten hätten die Menschen Koffer geschleppt, weil sie gedacht hätten, es sei unvermeidbar. Jahrtausende nach der Erfindung des Rades sei endlich einer auf die Idee gekommen, Gepäckstücke mit Rollen zu versehen.

Ueli Abt

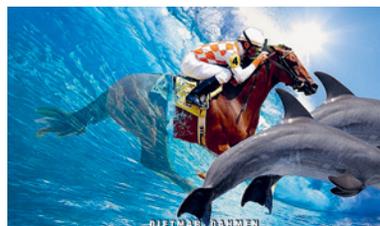
Keynote-Speaker Dietmar Dahmen, Futurologist und Innovationsexperte, sprach zum Thema «What's next?». Als Innovator, Bühnen-Rockstar und Experte für Disruption und Digitalisierung gab er Einblick in künftige Entwicklungen und spannte den Bogen zur Schweizer Tourismus- und Beherbergungsbranche. Moderation: Roman Mezzasalma.

Die Fliege machen, statt fleissig zu sein



Im Rahmen seiner Präsentation verwendete Dietmar Dahmen das Bild einer Biene, die mit einem Trinkglas eingefangen wird. «Wenn Sie dieses Glas ans Küchenfenster halten, dann sieht die Biene durchs Glas die schönen Blumen im Garten und sagt, da will ich hin.» Sie fliege in Richtung Blumen. Doch erreiche sie auf diese Weise ihr Ziel nicht. «Sie fliegt härter und gibt alles, fliegt und fliegt und fliegt, bis sie stirbt. Die fleissige Biene erreicht ihr Ziel nicht, weil sie sich nicht verändert.» Anders reagiere die Fliege. «Sie stösst ans Glas, fliegt wild und chaotisch herum.» Nach dem Prinzip Versuch und Irrtum finde sie schliesslich einen Spalt und sei in vier Minuten frei. Der Unterschied sei ganz einfach. «Die Fliege sagt: ‹Wandel befreit mich. Ich muss meine Flugrichtung ändern.›»

Ein Delfin sein, wenn alles liquid wird



«Never change a winning horse.» Dahmen warnte vor diesem Irrtum. Was über Jahrzehnte geklappt habe, klappe vielleicht plötzlich nicht mehr, wenn sich das äussere Umfeld ändere. Der Keynote-Speaker visualisierte das in der Präsentation mit einem Rennpferd und einem Jockey, als Bild für den Wettbewerb mit anderen: «Sie reiten gegen andere.» Eine Fotomontage in der Präsentation zeigte den Jockey gewissermassen beim Wellenreiten. «Wenn sich die Umwelt ändert, hat man plötzlich andere Gewinner. Gewinner sind plötzlich die Delfine, die sind an Land nicht gut. Doch im Flüssigen, in dem sich alles ändert, sind sie erfolgreich.» Der Delfin habe «eine flachere Struktur, Entscheidungswege sind kürzer und schneller, darum ist er der neue Gewinner».

Den Hai reiten und sich nicht fressen lassen



«Die neuen Verlierer werden angegriffen von der Technologie», sagte Dahmen im Verlauf der weiteren Präsentation. Als Bild verwendete er einen Hai. Der Hai, das sei die Blockchain, das Metaverse, künstliche Intelligenz. Nach bekanntem Schema reagierten Lebewesen in Gefahr meist mit einer der drei Möglichkeiten «fight, flight, freeze»: Kampf, Flucht oder Erstarren. Doch alles bringe nichts. Die einzige Möglichkeit, damit umzugehen, sei, «den Hai zu reiten». Es gelte, Pferd und Hai gemeinsam zu betrachten und einzusehen, dass das Pferd früher gut gewesen sei, nun aber durch den Hai verdrängt werde. Auch wenn es zuerst nicht reibungslos klappe und der Hai einen abwerfe, so werde es schliesslich gelingen, wenn man immer wieder aufsteige.

Der Ernst der Lage ist noch nicht in allen Köpfen angekommen

Wegen der Russland-Sanktionen drohen Gas und Öl knapp zu werden. Und auf dem europäischen Strommarkt steht die Schweiz abseits. Geht uns im Winter die Energie aus? Eine Frage, die auch Daniel Büchel, Vizedirektor im Bundesamt für Energie, umtreibt.

Man meinte, die Zuhörerinnen und Zuhörer im grossen Plenum gleich mehrmals leer schlucken zu hören, als Daniel Büchel über die energetischen Zukunftsperspektiven des Landes und der Hotellerie sprach. Mit klaren Worten und unmissverständlichen Ansagen rüttelte der Vizedirektor des Bundesamts für Energie die Anwesenden auf: «Wenn in Deutschland das Gas knapp wird, können wir kaum davon ausgehen, dass es etwas von diesem knappen Gut an die Schweiz weitergibt. «Es ist nicht sicher, dass wir ohne Energieknappheit durch den nächsten Winter kommen.» «Im Gebäudebereich werden wir bis 2050 nicht netto null brauchen, sondern null.» Nein, rosig war das Bild, das Büchel zeichnete, wahrlich nicht.

CO₂-Ausstoss und Klimakrise haben die Energiedebatte in den letzten Jahren dominiert. Mit dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine hat jedoch der Wind

«Es ist nicht sicher, dass wir ohne Energieknappheit durch den nächsten Winter kommen.»

gedreht. Nun dominiert die Versorgungssicherheit. Sinnbildlich dafür steht ein Entscheid aus Österreich, der kürzlich international für Schlagzeilen sorgte: Unser Nachbarland, das eigentlich 2020 den Kohleausstieg vollzogen hat, will aus Angst um die Versorgungssicherheit ein stillgelegtes Kraftwerk darauf vorbereiten, dass es wieder aus Kohle Wärme und Strom erzeugen kann.

Gescheiterte EU-Verhandlungen und ausgeschaltete AKW

In der Schweiz sei eine drohende Versorgungslücke schon länger ein Thema, sagte Büchel in seinem Keynote-Referat, «weil der Ausstieg aus der Kernenergie bevorsteht und noch nicht sicher ist, wie schnell wir mit den erneuerbaren Energien hochfahren und diese Lücke schliessen können».

Allerdings drehte sich die Diskussion bisher vor allem um den Strom. Zu reden gaben etwa die im Mai 2021 abgebrochenen Verhandlungen zwischen der Schweiz und der Europäischen Union über ein institutionelles Rahmenabkommen. Denn dadurch komme auch das Stromabkommen zwischen der Schweiz und der EU kurz- bis mittelfristig nicht zustande, das den grenzüberschreitenden Stromhandel regeln und der Schweiz den Zugang zum europäischen Strommarkt sichern sollte, schreibt das Bundesamt für Energie auf seiner Website.

Etwas unter dem Radar sei dagegen ein weiteres Problem, warf Büchel ein: «In Frankreich ist derzeit über die Hälfte der Kernkraftwerke aus Sicherheitsgründen vom Netz, weil grosse Schäden festgestellt wurden.» Wenn diese bis im Winter nicht behoben werden könnten, habe die Schweiz unter Umständen zusätzlich zu den hausgemachten Schwierigkeiten noch ein importiertes Stromproblem.

Mögliche Versorgungsengpässe und hohe Preise

Aber: «Strom macht in der Schweiz nur ein Viertel der Energieversorgung aus, drei Viertel die fossilen Energieträger Öl und Gas», gab Büchel zu bedenken, und 40 Prozent des Gases beziehe die Schweiz im Endeffekt aus Russland. Die Thematik hole uns deshalb nun ein – nicht nur wegen möglicher Versorgungsengpässe, sondern auch wegen der hohen Preise.

Obwohl das Thema Energie seit einigen Wochen in den Medien dauerpräsenz ist, sei der Ernst der Lage noch nicht in allen Köpfen angekommen. «Die meisten spüren derzeit höchstens, dass das Benzin etwas teurer geworden ist», sagte Büchel und warnte: «Dabei haben wir massive Probleme in verschiedenen Bereichen.» Etwa bei den Holzpellets. 10 Prozent der in der Schweiz verfeuerten Pellets importieren wir laut Pro Pellets, dem Verein der Schweizer Holzpelletsbranche, aus Deutschland. «Aber die Pellets aus Deutschland stammen ursprünglich aus der Ukraine», so Büchel. «Wir wissen jetzt schon, dass wir dort auf ein Problem zusteuern, und



arbeiten zusammen mit dem Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung und dem Bundesamt für Umwelt an einer Lösung, um Holzpellets aus Kanada zu importieren.»

Büchels Rat an die Hotelbranche: Kaufen Sie jetzt Pellets, damit die Händler ihre Lager frühzeitig wieder auffüllen können (siehe Randspalte rechts).

Wie kann der Betrieb mit weniger Energie aufrechterhalten werden?

Und nun? Jede und jeder müsse sich überlegen: Was kann ich selber tun? Klar ist für Büchel: «Wir können nicht alle 900 000 fossilen Heizungen bis zum Winter ersetzen.» Es brauche auch Haushalte und Unternehmen, die Effizienzmassnahmen wie eine bessere Isolation der Gebäudehülle und Wärmerückgewinnung umsetzen.

Als Unternehmerin und Unternehmer müsse man sich zudem bereits jetzt überlegen, wie man den Betrieb auch dann noch aufrechterhalten könne, wenn

einem auf einmal weniger Energie zur Verfügung stehe. Denn es werde nicht keinen Strom mehr geben, sondern allenfalls Kontingente. «Dieses Szenario sollten Sie einmal im Kopf durchgehen. Wenn Sie die Antwort am Ende nicht aus der Schublade zu holen brauchen, umso besser», riet Büchel.

Am Ende ist die Versorgungssicherheit aber doch nur einer von fünf Pfeilern der Schweizer Energiepolitik. Die anderen

«Die Herausforderung im Klimabereich können wir meistern. Der Handlungsdruck ist aber gross.»

vier sind: die Kosten, die Nachhaltigkeit, eine breite Fächerung und die technische Sicherheit. Diese fünf Ziele unter einen Hut zu bringen, ist die grosse Herausforderung, weil sie sich teils widersprechen, wie das erwähnte Beispiel aus Österreich verdeutlicht.

Öl- und Gasheizungen erst ersetzen, wenn sie am Ende sind

Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist mit dem Ukraine-Krieg zwar etwas in den Hintergrund getreten, darf aber angesichts des Klimawandels nicht aus den Augen gelassen werden. «Im Klimabereich haben wir eine Herausforderung, die wir meistern können. Der Handlungsdruck ist aber gross», beschrieb Büchel die Ausgangslage. Es gebe heute Technologien, mit denen ausgestossenes CO₂ wieder aus der Atmosphäre geholt werden könne. Die Hotellerie dürfe sich aber keine Hoffnung machen, mit diesen

Technologien den eigenen CO₂-Ausstoss kompensieren zu können. Die Kapazitäten dieser CO₂-Absorption bleibe ab 2050, wenn die Schweiz netto null erreicht haben soll, jenen Branchen vorbehalten, bei denen es noch keine Alternative zur CO₂-Produktion gebe. «Sie können deshalb davon ausgehen, dass Sie Ihre Heizung bis 2050 ersetzen sollten, wenn Sie jetzt noch mit fossiler Energie heizen», mahnte Büchel die Anwesenden. Man müsse aber nichts überstürzen, so der Chefbeamte. Eine Heizung zu ersetzen, lohne sich dann, wenn sie am Ende ihres Lebenszyklus angekommen sei.

Büchel ging noch weiter: Jetzt eine funktionierende Heizung zu ersetzen, könne sogar kontraproduktiv sein. «Wenn Sie heute einen Heizungsmoniteur anrufen und für diesen Winter eine Wärmepumpe bestellen, wird er vermutlich abwinken.» Denn es gebe schlicht nicht genügend Monteure und Apparate, um die hohe Nachfrage zu decken. Büchels Aufforderung: Lassen wir jenen den Vortritt, die ihre Heizung tatsächlich erneuern müssen, nicht dass diese wieder eine Ölheizung einbauen, weil für einen Wechsel die Kapazitäten fehlen, und sie dann die nächsten 20 Jahre mit Öl weiterheizen. «Das ist eine Aufgabe, die wir gemeinsam als Volkswirtschaft lösen müssen.»

Mischa Stünzi

An der Podiumsdiskussion nach dem Keynote-Referat von Daniel Büchel nahmen neben dem Leiter der BFE-Abteilung Energieeffizienz und Erneuerbare Energien der Walliser Hotelier Lukas Kalbermatten vom Hotel Edelweiss in Blatten und der Energieberater René Baggenstos von Enerprice teil.

Das können Hoteliers nun machen

Öltank und Holzpellet-Lager jetzt auffüllen

Wer bereits jetzt seine Energiespeicher fülle, sei für den Winter auf der sicheren Seite, sagt Daniel Büchel, Vizedirektor des Bundesamts für Energie. Und: Wer sich bereits jetzt mit Öl und Pellets eindeckt, leistet einen wichtigen Beitrag zur Versorgungssicherheit. Denn so können die Lieferanten ihrerseits die Lager wieder auffüllen für den Ansturm im Herbst, wie Büchel erläutert.

Das eigene Haus kennen

Viele Unternehmer hätten zu wenig Kenntnis, was im Betrieb energetisch laufe, findet Büchel. So liege oft Potenzial brach. Gerade in grösseren Hotelbetrieben komme es vor, dass die Direktion das Haus und den Energiebedarf zu wenig kenne, meint auch Hotelier Lukas Kalbermatten aus Blatten. Zu wissen, was läuft, sei aber eine Voraussetzung, um etwas verbessern zu können.

Es geht nicht ohne Berater

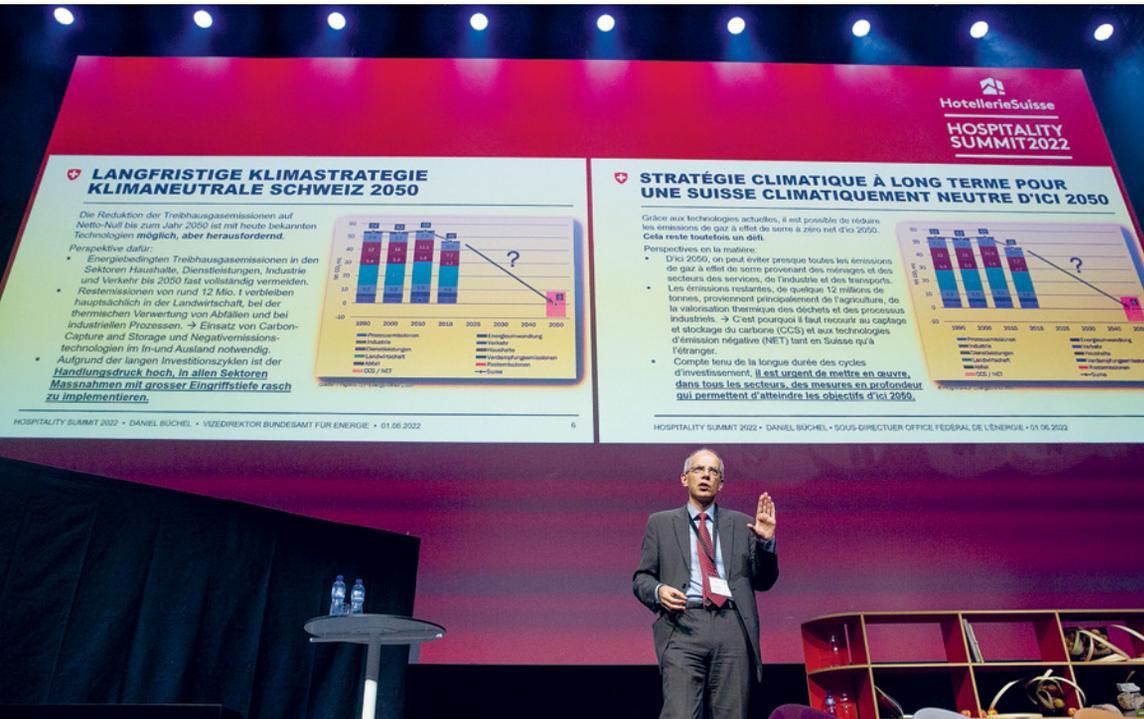
Für Kalbermatten, der in seinem Hotel Edelweiss bereits so einiges energetisch saniert hat, ist klar, dass die Zusammenhänge derart komplex sind, dass eine Fachperson her muss. Allein die Subventionslandschaft zu kennen, sei eine eigene Wissenschaft.

Fotovoltaik ist ein Must

Für ein Hotel lohne sich Fotovoltaik praktisch immer, weil der Betrieb den produzierten Strom selbst verbrauche, sagt René Baggenstos, Geschäftsleitender Partner bei Enerprice. Eine PV-Anlage sei deshalb bei einer energetischen Sanierung ein Must.

Rasch handeln

«Politikerinnen und Politiker müssen auf die Mehrheit der Leute Rücksicht nehmen; deshalb gibt es aktuell Fördergelder für energetische Sanierungen und das Umstellen von Öl auf eine nachhaltige Technologie», sagt Büchel. Wenn aber dereinst die Mehrheit der Wählerinnen und Wähler ihr gedämmtes Haus mit einer Wärmepumpe heize, werde sich das ändern. Dann gebe es Verbote statt Geld.



Netzwerkarena-Talks powered by Swisscom

Sechs Persönlichkeiten hat Moderator Patric Schönberg auf der Swisscom Stage empfangen und mit ihnen diskutiert. Dabei gaben die Gäste persönliche, individuelle und tiefgreifende Einblicke in aktuelle Themen der Hospitality-Welt. Für ein Highlight sorgte Gault-Millau-Chefredaktor Urs Heller. Er lobte die Schweizer Küche im internationalen Vergleich als «Champions League» und zeigte aus seiner Perspektive auf, wie gewiefte Gastronomen die Pandemie als Chance für die eigene Positionierung nutzten.



«Wir haben immer auf Qualität und Glaubwürdigkeit gesetzt. Und wir arbeiten nur mit Firmen zusammen, die wir auch unseren Freunden weiterempfehlen würden.»

Valeria Mella
Bloggerin LittleCity.ch

«Jeder von uns muss einen eigenen Weg gehen. Für mich ist mein Job eine Mission – und 50 Prozent davon sind rein spirituell.»

Cyril Auizerate
Gründer MOB HOTEL und MOB HOUSE



«Bei der Swiss ist die Nachhaltigkeit kein Marketing-instrument, sondern tief in der DNA des Unternehmens verankert. Wir kommunizieren ehrlich, sind auf dem Weg, aber noch nicht angekommen.»

Laura Braun
Director Customer Strategy & Commercial Steering bei Swiss

Anzeige

Ronnefeldt
TEA EXCELLENCE SINCE 1823

100%

ORGANIC | VEGAN | ECO-FRIENDLY

Eine genussvolle Reise in die Natur
Entdecken Sie feinsten Tee genuss in Bio-Qualität nachhaltig verpackt. Von klassischen Teesorten bis hin zu fruchtigen Kreationen mit saftiger Papaya. 100% biologisch abbaubar, recycelbar oder beides.
Ronnefeldt. Tea excellence since 1823.

SALTO
inspired access

ELEKTRONISCHE HOTELSCHLIESSYSTEME

- FÜR HOTELS JEDER ART UND GRÖSSE
- FÜR EINE DURCHGÄNGIGE DIGITALE GUEST JOURNEY
- FÜR EFFIZIENTE INTERNE PROZESSE

SALTO Systems AG, www.saltosystems.ch



swisscom

«Ich bin ein sehr untreuer Liebingsesser, denn ich wechsle meine liebsten Restaurants und Köche jeden Monat.»

Urs Heller
Chefredaktor Gault Millau Schweiz



«Man braucht eine gewisse Abgebrühtheit für ein solches Projekt. Wenn man es nicht versucht, erfährt man nie, ob man so eine Challenge packt.»

Ingvar Groza
Ruderer des Swiss Row Team / Sieger bei der Whisky Atlantic Challenge



«Ich würde mich freuen, wieder mal einen grossen Boxing-Event im Hallenstadion zu haben.»

Philipp Musshafen
Direktor Hallenstadion Zürich

Preisgestaltung, IT-Sicherheit, soziale Aspekte in der Hospitality, Gebäudetechnik und nachhaltige Anreise:

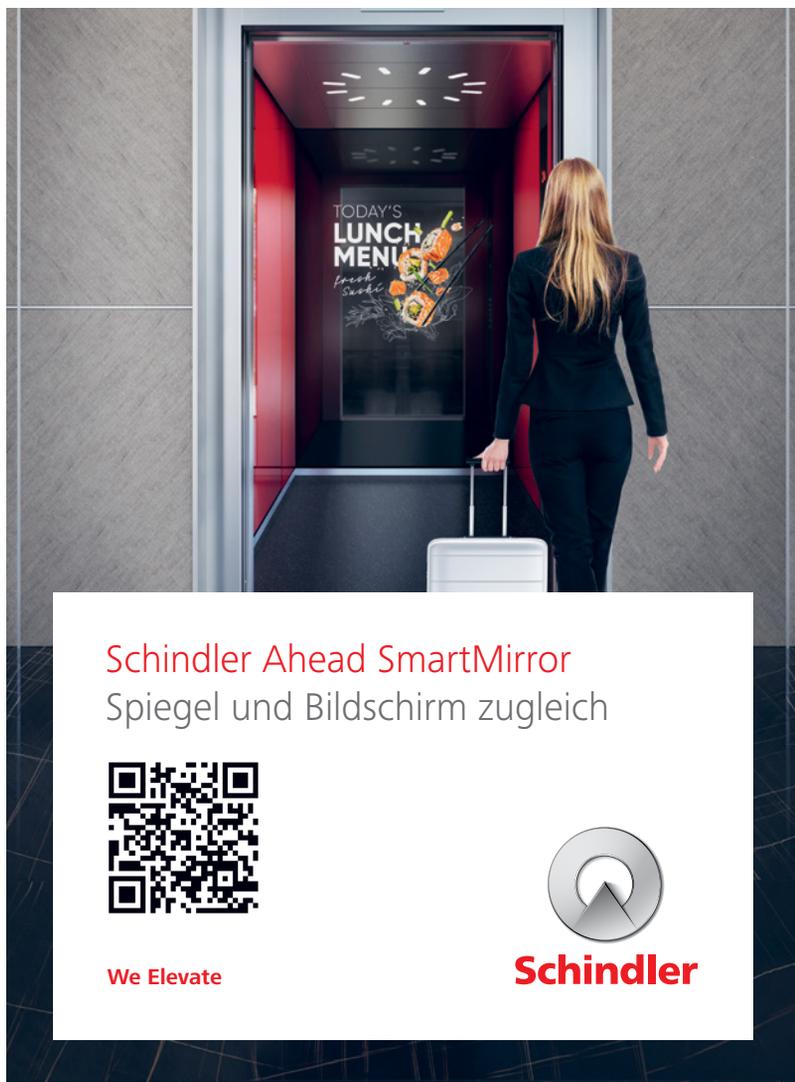
Unter der Leitung von Stephan Lendi sprachen Fachleute in der Netzwerkarena Expert Stage über Aspekte ihrer Sparte, zeigten Lösungen auf und verrieten ihre Tipps. Zu Gast waren: Romy Bacher, Projektmanagerin Nachhaltigkeit beim Schweizer Tourismus-Verband, Siegfried Bernath, Solution Consultant bei Swisscom, Bettina Kahlert, Leiterin Ressourceneffizienz bei myclimate, Valentin Bot, Direktor Stiftung Kartause Ittingen, Rainer M. Willa, CEO der HotelPartner Management AG, Marcel Michel und Xander Seiler, RMB Group AG, Jörg Ostwald, Leiter Produkt, Service und Events bei den SBB.

Anzeige



SBB CFF FFS

Vielen Dank für Ihren Besuch.
Ihr Partner für clevere Reise- und Gepäcklösungen.
sbb.ch/gepaeck-special-partner



Schindler Ahead SmartMirror
Spiegel und Bildschirm zugleich



We Elevate



Schindler



Unser Geschirr begeisterte
am Hospitality Summit – tun
Sie es auch bei Ihren Kunden!

PACOVIS.CH

Wir sind stolz, dass wir das Hospitality Summit an der Abendveranstaltung mit nachhaltigem naturrese-Geschirr unterstützen durften. naturrese-Produkte werden aus schnell nachwachsenden Rohstoffen produziert und sind 100 % klimaneutral.

pacovis

Happy to Serve.

«Menschen suchen, die uns die Wahrheit ins Gesicht sagen»

Ob Fussballverein, Wirtschaftsunternehmen oder Tourismusbetrieb – Erfolg bringt gelebtes interkulturelles Management, Wertschätzung und Teamwork. Dies propagierte Bernhard Heusler, Fussballexperte und Unternehmer, im Rahmen seiner Präsentation. Hier einige seiner pointiertesten Aussagen:

Kombination der Talente

«Wenn ich verschiedene Talente zu einer Schicksalsgemeinschaft kombiniere, dann kann ich Dinge erreichen, von denen ich früher nur geträumt hätte. Und ich muss den Mut haben, Verschiedenes zu kombinieren. Die Kombination des kleinen Gedrungenen mit der langen Bohnenstange macht es aus. Im Teamwork können wir Träume wahr machen.»

Selbstreflexion

«Je höher oben Sie sind, je mehr Sie in der Öffentlichkeit stehen, desto mehr versammeln sich Menschen, die einem genau das sagen, was man hören will. Wenn wir uns wundern, wie kann der eine oder andere Wirtschaftskapitän einen derart grossen Mist bauen am Ende der Karriere und sich sein ganzes Leben zerstören, dann liegt es daran, dass er nur noch Menschen um sich duldet, die ihm das sagten, was er wollte. Wenn wir in der Führung sind, ist es ganz wichtig, dass wir Menschen suchen, die uns die Wahrheit ins Gesicht sagen.»

Ändern, wenn es gut läuft

«Entscheide zu fällen, heisst auf Neudeutsch auch: <Change in good times.> Wenn Sie Meister geworden sind, wenn Sie ein glänzendes Jahr gehabt haben, kommen alle und sagen, glänzend gemacht, jetzt nur nichts ändern. In dem Moment müssen Sie sich selbst hinterfragen, das ganze Hotel und das ganze Unternehmen.»

(Selbst-)Vertrauen

«Die Menschen gehen ins Risiko fürs Ganze, wenn wir ihnen Vertrauen schenken. Und wenn wir kein Vertrauen schenken, bildlich gesprochen hier im Fussball, dann schiebt er den Ball lieber noch einmal nach rechts und sagt sich,

Leadership & Teamwork

Was muss eine zeitgemässe Führungsstruktur alles umfassen? Wie lassen sich junge Menschen für die Branche begeistern – und welche neuen Ideen haben sie selber? Verschiedene Fachleute, vom Top-Kader bis zum Nachwuchstalent, erzählten von ihren Erfahrungen, Wünschen und wie sie die Zukunft sehen und gestalten möchten.



ich will nicht schuld sein, wenn das Tor nicht fällt. Er geht ins Risiko, weil er das Vertrauen spürt. Er hat das nötige Selbstvertrauen, um dem Druck standzuhalten auf dem Platz.»

Intrinsische Motivation

«Wir müssen immer wieder die Urmotivation in den Menschen hervorkitzeln, die wir alle haben: Freude. Wenn ich in einem Hotel einchecke, merke ich nach drei Minuten an der Réception, ob die Menschen in diesem Hotel mit Freude arbeiten oder nicht. Auch das ist Teil der Verantwortung der Führung: dass diese Freude nicht verloren geht.»

Teambildung mit den Richtigen

«Wir müssen fürs Team immer die Richtigen finden. Die Richtigen sind nicht immer die Besten. Die Richtigen sind die, die <team spirit> haben, die sich integrieren lassen. Die bereit sind, eben auch in einer diversen Gruppe zu performen. <Hire for attitude, train for skills.> Schauen Sie aufs Herz, nicht nur auf den Kopf, wie Elon Musk sagt.»

Ueli Abt

Zum Thema **Führungsverantwortung und Teamwork unter dem Titel «Ein Team gewinnt. Immer.»** sprach Keynote-Speaker Bernhard Heusler. Von 2012 bis 2017 war er Präsident des FC Basel. Unter der Ära von Heusler gewann der Schweizer Club den Meistertitel achtmal in Folge. Heusler studierte Rechtswissenschaften an der Universität Basel und ist Rechtsanwalt.

«Es braucht Leidenschaft, um erfolgreich zu sein»

Die Hoteliers Duncan O'Rourke, CEO von Accor Nord-europa, und Roland Fasel, Chief Operating Officer der Aman Resorts, lieben und leben ihren Beruf. Sie gaben Einblick in ihre Karrieren und ins Thema Leadership.

Unser Anlass heisst «Adventure Hospitality». Ist die Hospitality-Branche eine aufregende Industrie?

Roland Fasel: Die Hotellerie ist voller Möglichkeiten. Ich bin in einem kleinen Dorf aufgewachsen, nun leite ich eine Weltmarke! Der Job ist nach wie vor voller Abenteuer.

Duncan O'Rourke: Es ist eine aufregende Branche, sie ist sehr gut zu mir. Ich habe in der Schweiz als Koch angefangen, die Hotelfachschule abgeschlossen und danach eine tolle Karriere gemacht.

Braucht es ein spezielles Mindset, um in der Hospitality erfolgreich zu sein?

R. F.: Es braucht Leidenschaft, um erfolgreich zu sein, und man muss

wissen, wohin man will – das Ziel muss klar sein.

D. O.: Mit einer guten Portion gesunden Menschenverstands kannst du eine schnelle und unglaubliche Karriere machen. Es ist eine Branche, die sich lohnt. Man arbeitet viel mit Menschen, das ist toll.

Ihr habt euren Beruf von der Pike auf gelernt, ihr beide habt in der Küche angefangen. Sind solche «Tellerwäscherkarrieren» noch immer möglich?

D. O.: Ja, das ist nach wie vor möglich. Die heutige Generation will vielleicht nicht mehr so lange in einer tiefen Position arbeiten. Das ist aber völlig in Ordnung, die Zeiten ändern sich. Ich bin viel gereist



Anzeige

AUS FREUDE AN GENUSS UND KULINARIK



Starke Marken für Sie vereint. swissgastrosolutions.ch

«Wir reden nun seit zehn Jahren von Fachkräftemangel. Es braucht weniger Management und weniger Hierarchien!»

Duncan O'Rourke
CEO von Accor Nordeuropa

für den Job, und ich denke, das gehört dazu: Man muss viel reisen, viele Orte und viele Hotels kennenlernen, um so erfolgreich im Beruf zu sein.

Ihr arbeitet mit Leidenschaft. Was fasziniert euch denn so sehr an der Hotellerie?

D. O.: Ich mag die Branche, weil du jeden Tag die Möglichkeit hast, Fremde kennenzulernen, die dann keine Fremden mehr sind.

R. F.: Der Job gibt mir die Möglichkeit, einen globalen Blick auf die Dinge zu erhalten. Und er gibt dir die Chance, andere Leute zu inspirieren. Das Schöne ist, dass ich in meinem Beruf meine persönlichen Werte umsetzen und verwirklichen kann.

Personalmangel ist spätestens seit Corona weltweit in der Branche ein Thema. Wie begegnet ihr dem Mangel an Fachkräften?

D. O.: In der Accor Gruppe sind 15 Prozent

Fachkräftemangel. Nun ist es akut. Es braucht mehr Coaching, weniger Management und weniger Hierarchien!

Roland Fasel, du brauchst pro Gast sechs Angestellte – warum so viele?

D. O.: Gib mir ein paar! (Gelächter)

R. F.: Wir brauchen diese Angestellten, um genau dieses Erlebnis zu schaffen, das die Aman Hotels bieten wollen. Die Zimmerpreise sind nicht umsonst so hoch.

Die Accor Gruppe vereint verschiedenste Hotelbrands und andere Marken.

Warum brauchst du, Duncan O'Rourke, so viele Brands?

D. O.: Das ist unsere Strategie. Wir sind eine Gruppe mit «augmented hospitality», wir haben Brands, die ausserhalb der Hospitality tätig sind. Insgesamt sind es 43 Marken, die unter einem Dach zusammengehören. Sie sprechen sozusagen die gleiche Sprache, haben aber unterschiedlichste Eigentümer. Jeder Brand ist sehr anders, hat seine Spezialitäten und seine eigene Geschichte. Damit sind wir sehr erfolgreich: Wir bieten jedes Segment an, von ökonomisch bis luxuriös. Wir sind vielfältig, haben Hotels, Restaurants und Cateringunternehmen und arbeiten auch mit Fussballclubs und Musikevents zusammen.

R. F.: Bei uns ist es anders, wir kreieren unser Business um einen einzigen Brand und haben sogar unsere eigenen Linien – beispielsweise bei den Spa-Produkten –, das ist sehr wichtig.

Macht ihr in euren Hotels Ferien?

R. F.: Ich war mit meiner Familie schon im eigenen Hotel, das geht gut.

D. O.: Ich gehe in den Ferien in andere Hotels, in meinen eigenen kann ich nicht entspannen. Da gibt es immer etwas zu tun, ich rede mit den Mitarbeitenden – und schon bin ich wieder am Arbeiten. Es ist jedoch immer gut, andere Hotels zu besuchen. So sieht man, wie andere es machen. Ins «Aman» gehe ich nie, Roland gibt mir nie gute Raten, ich habe schon ein paarmal gefragt! (Gelächter)

Claudia Langenegger

Adventure Hospitality Podiumsgespräch über Leadership mit Duncan O'Rourke, CEO von Accor Nordeuropa, und Roland Fasel, Chief Operating Officer der Aman Resorts, Hotels & Residences.



«Der Job hat mir die Möglichkeit gegeben, einen globalen Blick auf die Dinge zu erhalten.»

Roland Fasel
Chief Operating Officer der Aman Resorts, Hotels & Residences

der Stellen vakant. Die Pandemie ist aber nicht der Grund, die Probleme waren schon vorher da. Etwa, die Talente zu behalten, neue anzulocken, flexible Arbeitsbedingungen und bessere Löhne zu bieten. Es ist heute zudem wichtig, als Firma Werte zu haben, für die man eintreten kann.

R. F.: Man soll den Mitarbeitenden auch nicht nur einen Job geben, sondern sie für das Unternehmen gewinnen und ihnen die Möglichkeit bieten, im Job zu wachsen und neue Fähigkeiten zu lernen.

D. O.: Wir reden nun seit zehn Jahren von



tempSTAFF

Professionelles Personal für die Gastronomie

Das professionelle Servicepersonal der tempSTAFF AG begleitet Ihre Veranstaltung und unterstützt Sie beim Eindecken, Servieren und bei den Aufräumarbeiten. Ob an Banketten, Flying Dinners oder Mittagessen: Unser eingespieltes Team verwöhnt Ihre Gäste nach allen Regeln der Servicekunst.





Animée par Nicole Brändle Schlegel d'HotellerieSuisse (au centre), la table-ronde sur le thème «Travail et formation» a réuni Séverin Bez, Adrian K. Müller, Katrin Rüfenacht et Karoline Niggli (de gauche à droite).

Mieux se présenter pour mieux séduire

Comment attirer le personnel qualifié et le garder? De la formation au recrutement en passant par les conditions de travail, quatre experts exposent leur vision.

«Les stagiaires sont souvent les meilleurs candidats. Nous soignons le contact avec les hautes écoles afin d'accueillir des jeunes régulièrement»

Katrin Rüfenacht
Directrice générale de l'hôtel 7132 (5 étoiles sup.), à Vals

«Dès l'entretien d'embauche, nous devons offrir des perspectives en termes de salaire, de formation, surtout pour les personnes qui débutent»

Adrian K. Müller
Propriétaire et hôtelier de l'hôtel Stern (4 étoiles, swiss historic), à Coire

«Nous devons repenser l'attractivité de la branche. On doit par exemple valoriser le potentiel de carrière qu'offre l'hôtellerie-restauration»

Séverin Bez
Managing Director EHL Vocational and Professional Education

«Lorsqu'il recrute, l'hôtel devrait mieux vendre ses atouts en intégrant des images ou des vidéos. L'univers et la culture de l'hôtel intéressent les candidats»

Karoline Niggli
Senior Team Manager HoGa Suisse chez Hotelcareer by StepStone



Michael Bolt

Directeur général de Hotela, organisation sans but lucratif fondée par HotellerieSuisse, spécialiste des cinq assurances sociales et de la gestion des salaires

Comment Hotela est-elle touchée par le manque de personnel qualifié?

Les assurances sociales sont intimement liées à la solidarité, entre les jeunes et les plus âgés, les personnes en bonne santé et celles dans l'incapacité de travailler. Le système fonctionne durablement si la relève est bien formée et gère avec succès les établissements de la branche. Les assurances sociales dépendent d'un marché du travail équilibré.

Quelles valeurs défend Hotela ?

Nous soignons particulièrement la coopération et l'innovation. Par coopération, j'entends le dialogue constant avec les partenaires sociaux. Concernant l'innovation, il s'agit de soutenir l'hôtelier au maximum grâce à la digitalisation. C'est le cas notamment avec la nouvelle version de la plateforme Hotela+.

Pour l'heure, il n'est pas prévu d'adapter la CCNT de la branche. Est-ce judicieux?

Le partenariat social est selon moi indispensable pour assurer la formation professionnelle ainsi que de bonnes conditions de travail dans la branche. Au vu de l'évolution démographique, on ne peut plus se contenter de n'engager que des jeunes. Je suis confiant que les hôteliers trouveront des réponses au manque de personnel qualifié en adaptant les conditions de travail et en optimisant l'organisation de leur établissement.



Die Fachkräfte von morgen im Einsatz für ihre Branche

Mitreden, mitentscheiden und umsetzen. Am NextGen. Hospitality Camp von HotelierSuisse und dem Swiss Economic Forum haben die Nachwuchsfachkräfte das Wort. Wer die Chance packt, kann die Zukunft des Gastgewerbes aktiv mitgestalten.

Das Chalet-Hotel Alpenland in Lauenen bei Gstaad will vermehrt junge Gäste gewinnen, die SV Group sucht nach digitalen Mitarbeiter tools, und die Job-Plattform Hotel Career will das Branchenimage aufbessern. Aktuelle Herausforderungen, welche die gesamte Beherbergungsbranche kennt. Ihnen stellten sich 14 junge Fachkräfte im NextGen. Hospitality Camp von HotelierSuisse und Swiss Economic Forum. Am Hospitality Summit präsentierten sie der Branche mögliche Lösungsansätze. Die Resonanz war gross, der Publikumssaal bis auf den letzten Platz gefüllt.

Das Branchenimage steigern – wie von Kinderhand

Die Idee, während der Nebensaison ein Hotelcamp für 10- bis 14-jährige Kinder zu organisieren, erntete besonders viel Applaus. Mit ihrem Programm «Discover the Hospitality» wollen die Nachwuchs-

fachkräfte Corinne Schmuki, Natalia Zingg und Noah Hauri gleich vier Fliegen mit einer Klappe schlagen.

Während ihres Hotelaufenthalts spielen die Kinder Seite an Seite mit den Profis Gastgeber und kümmern sich um den Betrieb. Ob an der Réception, in der Küche, im Service oder auf der Etage: Sie sorgen sich um das Wohl der Gäste, ihrer Eltern und Geschwister. So kommen die Kinder auf eine positive und spielerische Weise mit dem Gastgewerbe und dessen Berufen in Berührung. Die Eltern, wichtige Entscheidungsträger bei der Berufswahl ihrer Zöglinge, können sich während ihrer Auszeit im Hotel nicht nur von den Fähigkeiten ihrer Kinder, sondern auch gleich von den beruflichen Zukunftsaussichten im Gastgewerbe überzeugen lassen. Gleichzeitig profitiert das Hotel von einer besseren Auslastung in der Nebensaison und gewinnt potenzielle Fachkräfte. Die Branche wiederum steigert ihr Image – wie von Kinderhand.

Digital Natives in Zeiten der Digitalisierung. Ein Widerspruch?

Auffallend: Die Digitalisierungsthematik polarisiert auch unter den Digital Natives. So richtig wollte sich nämlich zu Beginn des fünftägigen Camps keiner der Jugendlichen mit digitalen Lösungen für die Branche auseinandersetzen. Zwar sehen sie in der Prozessautomatisierung durchaus Chancen, sorgen sich aber gleichzeitig um ihre Gastgeberrolle oder Jobsicherheit. Überraschenderweise präsentierte dann aber doch die Mehrheit der Arbeitsgruppen digitale Lösungsansätze. In kurzweiligen Pitches wurde aufgezeigt, wie die Präsenz auf Social-Media-Kanälen, interaktive, userfreundliche Webportale oder smarte Front-Office-Apps Mitarbeitende und Gäste generieren.

Dank alternativen Lehrmethoden zur Brancheninnovation

«Die jungen Camp-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer waren alle hochmotiviert



«Die jungen Camp-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer waren alle hochmotiviert und lernbegierig.»

Lukas Gasser
Fachspezialist Bildung bei HotellerieSuisse und NextGen.-Hospitality-Camp-Verantwortlicher

und lernbegierig», resümiert Lukas Gasser, Fachspezialist Bildung bei HotellerieSuisse, seine Erfahrung am diesjährigen Camp. NextGen-Podiumsteilnehmer und Hotelier Jonas Gass wagte am Hospitality Summit denn auch die These, dass die Branche nicht in erster Linie unter dem Nachwuchs-, sondern einem Innovationsmangel leidet. Dies widerspiegelt auch die unterschiedliche Wahrnehmung einer unorthodoxen Lehrmethode wie dem NextGen. Hospitality Camp unter den

Lehrbetrieben. Die Voraussetzungen für die Teilnahme waren sehr unterschiedlich. Während den einen ihr Einsatz als Arbeitszeit angerechnet wurde, mussten andere ihre Freizeit opfern. Die Erkenntnis: Das Potenzial, welches sich aus den Inputs der Jungen für die Branchenzukunft ergibt, muss stärker verankert werden. Die Gastgeber von heute können auf die Leader von morgen zählen.

Nora Devenish

Am NextGen. Hospitality Camp 2022 nahmen teil: Nicolas De Peri, Julian Ferrante, Melina Grüning, Noah Hauri, Lea Laubé, Jessica Liem, Andrea Munaro, Corinne Schmuki, Elisa Theiler, Nathalie Wyss, Natalia Zingg, Alissia Zurfüh, Valeria Huber, Alexandra Schibli, Sven Frei, Alina Speck, Marco Soland, Jennifer Huber und Jainabe Lowe.
Über und mit der NextGen. diskutierten: Sophia Krekel, Senior Team Manager Hospitality Solutions, Jonas Gass, Direktor Nomad Design & Lifestyle Hotel Basel, Nathalie Wyss, Hotelkommunikationsfachfrau in Ausbildung, und Elisa Theiler, Hotelfachfrau.



Christian Zinn, Direktor Hotel Schweizerhof Lenzerheide, NextGen.-Hospitality-Camp-Leiter.

«Wir müssen die Jungen verstehen»

Christian Zinn, wie nahmen Sie die Zusammenarbeit mit den Jugendlichen am NextGen. Hospitality Camp wahr?

Es hat mich sehr beeindruckt, wie die jungen Menschen innert kürzester Zeit zu einem Team zusammengewachsen sind und welche kreativen Ansätze im Verlauf des Camps zum Vorschein kamen. Dabei erlebten wir Höhen und Tiefen. Die Geschichten der jungen Menschen aus Beruf und Alltag haben mich staunen lassen. Es waren alle Ideen und Vorträge sehr wertvoll. Daraus ergaben sich für jeden Auftraggeber tolle und in meinen Augen auch umsetzbare Präsentationen.

Was spricht für ein Hotel-Camp für Kinder wie «Discover the Hospitality», was dagegen?

Es spricht alles dafür! Darum nehmen wir im Hotel Schweizerhof Lenzerheide die Idee von «Discover the Hospitality» auch auf und werden diese, à la Schweizerhof, realisieren. Das heisst, dass unsere beiden NextGen.-Camp-Teilnehmerinnen die Chance erhalten, dieses Projekt selbstständig umzusetzen.

Wie wichtig ist es, die Inputs der NextGen. ernst zu nehmen?

Das ist unabdingbar. Wir müssen die Jungen verstehen lernen. Wenn wir das können, fällt uns schon vieles leichter. Wenn wir Nachwuchs für unsere Branche gewinnen wollen, müssen wir kreativ sein.

DEIN SCHÜGA.

Richard Reinart
Chef-Braumeister



Wir nehmen uns Zeit für unser Bier.

Wir setzen
Ihr Hotel
in Szene.

Die Mission des Unterkunftsmarketings von Schweiz Tourismus ist es, Gästen aus dem In- und Ausland auf inspirative und kreative Weise die passende Auswahl an Übernachtungsmöglichkeiten zu präsentieren. Im Rahmen von neuen thematischen Kooperationen bieten wir spezialisierten Unterkünften eine Plattform.

Detaillierte Informationen über die Unterkunfts-kooperationen und die Aktivitäten finden Sie unter www.STnet.ch/hotels.



Schweiz.



Smarte Hotels der Zukunft

Mit der richtigen Kombination aus Menschen, Technologie und Dienstleistungen können wir dafür sorgen, dass sich die Gäste sicher und gut versorgt fühlen. Unsere Technologie unterstützt die Mitarbeiter dabei, als reibungsloses Serviceteam zusammenzuarbeiten, und ermöglicht es Hotels, umweltfreundlicher und profitabler zu werden.

siemens.ch/hotelsolutions

SIEMENS



SEHEN SIE IHRER NÄCHSTEN
LEBENSMITTELKONTROLLE
ENTSPANNT ENTGEGEN

QM Spot: Hygiene- und Qualitätsmanagement ist eine digitale Lösung zur Kontrolle, Überwachung und Dokumentation der Hygienestandards in Gastronomie- und Lebensmittelbetrieben.



Steinfels
SWISS



www.steinfels-swiss.ch/de_qmspot

Ein Event mit Leidenschaft, viel Lust und guten Lösungen

Der zweite Hospitality Summit ist bereits Geschichte – aber noch lange nicht vergessen. Für die einen ist der Anlass ein Glanzlicht der Branche, für die anderen eine hervorragende Networking-Plattform. So oder so nimmt jede und jeder seine ganz persönlichen Eindrücke und Impulse mit nach Hause.

«HotellerieSuisse ist es erneut gelungen, für zwei Tage eine Welt zu schaffen, welche den Zündstoff für Ideen, andere Blickwinkel sowie Innovationen fördert. Danke für dieses Glanzlicht.»

Reto Invernizzi
Geschäftsführer & Inhaber Hotel
Landgasthof Kemmeriboden Bad

«Deux jours fantastiques au Hospitality Summit, avec de nombreux nouveaux contacts et des discussions intéressantes. Merci pour l'excellente organisation.»

Thibaut Hannedouche
CEO IBA

«Spannende neue Begegnungen, Freude an Wiedersehen, Leidenschaft, Inspiration und Wissensvermittlung. Ein Anlass, der verbindet und an den wir sehr gerne zurückkehren werden!»

Sara Henzmann
Dipl. Hôtelière-Restauratrice HF SHL,
Co-Inhaberin LIGNO in-Raum AG

«In der Tat ein Event für Hotelièren und Unternehmer! Ein Anlass für Inspiration, für Innovation und um Change zu verstehen. Herzlichen Dank für die äusserst professionelle Organisation und Durchführung!»

Roger Reuss
Key Account Management,
Eidg. dipl. Hotelier/Restaurateur HF,
Hugentobler Schweizer Kochsysteme

«Making Change Happen – der Hospitality Summit verbindet und zeigt auf, wie wir als Branche gemeinsam Lösungen entwickeln und in zukunftsgerichtete Konzepte umwandeln können.»

Annika Grünig
Head of Accommodation & Gastronomy
Marketing, Schweiz Tourismus

«Ein herausragender Anlass, der die aktuellen Herausforderungen lösungsorientiert thematisiert und eine hervorragende Networking-Plattform war.»

Raphael Wyniger
Inhaber des «Teufelhof Basel» und der
Wyniger Gruppe

Plaudern und Kontakte knüpfen



Beatrice Schweighauser, EHL Swiss School of Tourism and Hospitality (I.), und Nicoletta Müller, Innovation, Sales & Marketing GmbH.



Jan Stiller, Hotel Lenkerhof AG Lenk; Markus Conzelmann, Radisson Blu Hotel Luzern; Urs Bircher, Verbandsleitung HotellerieSuisse; Philipp Albrecht, Park Hotel Winterthur (v.l.).



Daniel Twerenbold, Regional Director Switzerland, Italy, Austria & South East Europe der Radisson Hotel Group (I.), und Guglielmo L. Brentel, Gastgeber 3.0 AG.



Marcel Neuhaus, Direktor Seminar- und Wellnesshotel Stoos (2.v.l.), mit Philip Rüegg, Jasmin Ott, Peter Gloor und Giles Zoltinger, alle Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH (v.l.).



Nadja und Patric Vogel, Märchenhotel Braunwald. Das Ehepaar erhielt 2021 die Auszeichnung «Hotelier des Jahres».



Anne Cheseaux, Boutique-Hotel La Rocca Ascona, und André Witschi, Jurypäsident «Hotelier des Jahres».



Stefanie Hermann, Zürcher Hoteliers; Martin von Moos, Hotel Belvoir Rüschtikon; Yvonne Hiller, Zürcher Hoteliers (v.l.).



Michaela-Maria Nazarek, Stadthotel Steinenschanze Basel; Barbara Jenzer, Gasthof zum Ochsen Arlesheim; Nadine Minder, Geschäftsführerin HotellerieSuisse Basel und Region (v.l.).



Nicolas Ming, Astra Hospitality Services, und Marie Forestier, Verbandsleitung HotellerieSuisse.



Janine Rufenacht, The Lab Hotel Thun; Chris Rosser, Apart Hotel Adelboden; Heike Schmidt, Hotel Lenkerhof Lenk (v.l.).



Das Team der rebag data AG: Mounir Brown, Alexander Höfer, Birgit Pflugfelder, Teresa Reeh, Erik Zimmermann und Sandro Berger (v. l.).



Christoph Rohn, Direktor Hotelfachschule Thun (l.), und Ueli Schneider, Geschäftsleitungsmitglied HotellerieSuisse.



Levente Gyorgy (l.) und Markus Marti (r.), beide Chalet RoyAlp Hotel & Spa, Villars-sur-Ollon, mit Beat Ganz, Sophos Hotels SA.



Urs Leuthold, Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG; Alexandra und Reto Invernizzi mit Priska Theiler, alle Hotel Landgasthof Kemmeriboden Bad, sowie Stefan Muster, Proviande (v.l.).

Anzeige

SWISS  MADE

SWISSONE[®]

• SWISS COCOA LUXURY •

More cocoa
Less sugar
Finest recipes
Palatable, round shape
FAIR TRADE
BIO foil
No palmoil
No gluten



The Swiss One




FAMILIÄR. DYNAMISCH. KUNDENNAH.

Die familiengeführte Weinhandlung.



#WINEMOMENTS

 @TERRAVIGNA

 **TERRAVIGNA**

WWW.TERRAVIGNA.CH



Michael und Barbara Thomann, THOMANN Hospitality Management AG.



Aloys von Reding, Seehotel Waldstätterhof Brunnen, und Annika Grünig, Schweiz Tourismus.



Miriam Böger, Art Deco Hotel Montana, Luzern (I.), und Renate Stocker, Seehotel Wilerbad, Wilen am Sarnersee.



Sven Häberlin, Tourismusconsult; Nicole Diermeier, Geschäftsleiterin der IST Höhere Fachschule für Tourismus & Outdoor; Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismus und Mobilität, Luzern; Sandro Bucher, Unesco Biosphäre Entlebuch (v.l.).



Renée Nicole Wagner, Project Manager Corporate Social Responsibility Northern Europe bei Accor, und Vincenzo Ciardo, SHRF SA.



Bettina Bülte und Gerry Romanescu, beide G&B Travel and Hospitality Ltd.

Andreas Züllig, Präsident HotellerieSuisse (l.), und Silvan Pfister, Geschäftsentwicklung Verkauf Gastronomie Pistor AG.



Das Team der Monoplan AG: Barbara Lubert, Andrea Joerger, Philip Wohlfarth und Daniel Schneider (v.l.).



Cedric Nake, Fred Tschanz AG; Corina Gilgen, Präsidentin HotellerieSuisse Bern Mittelland; Stefan Grossniklaus, Präsident HotellerieSuisse Berner Oberland (v.l.).



Philippe Bambis, Chantal Mantegazzi und Markus Wittig, alle Swisscom (v.l.).

Anzeige

KONFORM

Die Raumfabrik

EINCHECKEN UND GENIESSEN.

Als Gestaltungspartner von HotellerieSuisse war es uns auch bei der zweiten Auflage des Hospitality Summit ein grosses Anliegen, den Gästen ein rundum passendes und gut funktionierendes Raumgestaltungskonzept zu bieten.

Sehr willkommen war dieses Jahr die stimmig gestaltete Hospitality Lounge in der Halle 550 – ein beliebter Treffpunkt für alle Besucherinnen und Besucher.





Jasmin Berger und Karoline Niggli, beide Yourcareer-group Schweiz GmbH, mit Sophia Krekel, Hospitality Solutions by StepStone (v.l.).



Kurt Baumgartner, Hotel Belvedere Scuol; Martin Nydegger, Direktor Schweiz Tourismus; Martin Barth, Dozent an der Hochschule Luzern (v.l.).



Michael Mäder, Switzerland Travel Centre AG (STC); Hans Ulrich Gerber, Lead-Auditor; Oliver Tamas, STC; Philippe Zurkirchen und Urs Zimmermann, beide Verbandsleitung HotellerieSuisse (v.l.).

Anzeige

natura

bio
Aus einer
Hand



Weil es auch
der Natur schmeckt

transgourmet.ch/natura

TRANS-GOURMET
PRODEGA

TEXTILWERKE
switzerland

**Klein, aber fein –
Familienunternehmen
mit Herzblut**

Textilien entfalten unsere Leidenschaft. Stadt, Land oder Berge Trends und Tradition verbinden wir mit Stilsicherheit für Hotellerie, Gesundheitsbereich und Privatdomizile. Qualität, Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und Design stehen in unserem Focus. Die TWB arbeitet mit spezialisierten Webereien zusammen. Dieses Konzept erhöht die Flexibilität und gewährleistet das Umsetzen aussergewöhnlicher Kundenwünsche.

TEXTILWERKE AG TWB
6037 Root
www.textilwerke.ch



Daniel Fankhauser, Hotel Wettstein Basel; Raphael Wyniger, «Teufelhof Basel», und Martin von Bertrab, BäleHotels Basel (v.l.).



Glen Brändli, Hotel Luna Ascona (l.), und Federico Haas, Hotel Delfino Lugano.

IMPRESSUM

Herausgeber
 HotellerieSuisse
 Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern

Chefredaktion
 Sabine Lüthi

Konzept und Produktion
 Christine Zwygart

Gestaltung / Art Direction
 Pablo Tys

Texte
 Ueli Abt, Alexandre Caldara,
 Nora Devenish,
 Laetitia Grandjean,
 Claudia Langenegger,
 Sabine Lüthi, Mischa Stünzi,
 Christine Zwygart

Bilder
 Yanik Gasser, Susanne
 Keller, Nicole Philipp,
 Philipp Schmidli

Korrektur
 Danja Bischofberger,
 Ingrid Zufferey Frost

Verlag
 Bernt Maulaz

Druck
 AVD GOLDACH AG

Das Magazin zum Hospitality Summit erscheint in einer Auflage von 14 000 Exemplaren und liegt unter anderem der htr hotelrevue vom 28. Juli 2022 bei.

Anzeige

Gläser?

JETZT IM NEUEN ONLINE SHOP!

Direkt zum Onlineshop

shop.victor-meyer.ch

victor meyer

unisono
 HOSPITALITY MANAGEMENT

BACK-OFFICE FÜR INDIVIDUALHOTELS

- || Reservierungsmanagement
- || Call-Center
- || Distribution
- || Digital Marketing
- || Financial Controlling
- || Revenue Management

WHITE-LABEL MANAGEMENT
 PROJEKTENTWICKLUNG
 DIGITALISIERUNG

unisono-hm.com

Danke | Merci



HotellerieSuisse

HOSPITALITY
SUMMIT

Presenting Partner



Patronatspartner | Partenaires de patronage



Summit Partner



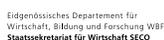
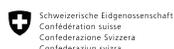
Träger | Soutien



Schweiz Tourismus.



Patronat | Patronage



...und allen weiteren engagierten Partnern.

...et tous nos autres partenaires qui se sont engagés à nos côtés.

Save the date!

Der nächste Hospitality Summit
findet am 14. und 15. Juni 2023 statt.