

htr hotelrevue

7. März 2019

Nr. 5

AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
 Adresse: Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern
 Redaktion: Tel. 031 370 42 16
 E-Mail: redaktion@htr.ch
 Aboservice: Tel. 031 740 37 93
 E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

Hospitality
 Technology
 Forum
 2019

Der Ticketverkauf für das HTF mit Startup-Messe vom 26. Juni im Swissôtel Zürich startet in vierzehn Tagen.

ANZEIGE

Einer für alles. Nehmen Sie uns beim Wort.



VOGLAUER
 HOTEL GROUP

strategisch

Ein neuer Leitfadent soll die Destinationen bei der Implementierung der Nachhaltigkeit unterstützen.

Seite 4

bequem

Die TFA-Gastgeberin Innsbruck will mit neuen Bezahlmethoden den Chinesen den Einkauf erleichtern.

Seite 7

expansiv

Schweizer Hotelgruppen wachsen gleich schnell wie internationale Ketten.

Seite 20

Politik und Tourismus

Hilfe für Hotel-Käufer

Mit einem Postulat werden bessere Bedingungen für Hotelübernahmen verlangt.

Am Montag hat die Frühjahrs-session der eidgenössischen Räte begonnen. Über ein Geschäft, welches der Bundesrat dem Parlament zur Annahme empfiehlt, wird dieses jedoch frühestens in der Sommersession debattieren. Es handelt sich um ein Postulat des Walliser CVP-Nationalrates Benjamin Roduit. Dieser fordert Massnahmen, damit jungen Leuten bei der Übernahme touristi-

scher Betriebe geholfen wird. Roduit schwebt vor, dass die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) einen Teil der Förderbeiträge in Form eines nicht rückzahlbaren Betrags auszahlen könnte. Und dies soll nicht nur für Beherbergungs-, sondern auch für Gastronomiebetriebe gelten.

SGH-Direktor Philippe Pasche sieht dafür aufgrund der aktuell

geltenden Rechtslage keine Möglichkeit. Entsprechend könne die SGH Restauration nur in Kombination mit einem Hotelbetrieb oder als Teil einer Kooperation mit Hotels durch Darlehen finanzieren. Die Umsetzung der im Postulat vorgeschlagenen Massnahmen würde gemäss Pasche eine Gesetzesänderung bedingen. **dst**

Seite 5

Editorial

Coup de projecteur féminin



LAETITIA GRANDJEAN

Ladies first. A l'aube de la Journée internationale des femmes, nous avons souhaité leur accorder une attention particulière. En séance de rédaction, nous (hommes et femmes) nous sommes interrogés à la façon d'aborder cette question à la fois sensible, polémique et importante. Notre proposition: en privilégiant une approche factuelle, en donnant la parole à des femmes qui occupent une fonction dirigeante et en s'intéressant à la place des femmes dans leur entreprise. Elles sont hôtelière, cheffe de cuisine, responsable spa ou des ressources humaines et vigneronne indépendante. Comment abordent-elles les questions de représentativité féminine, d'égalité salariale, de congé maternité, de conciliation entre vie familiale et professionnelle? Encore peu de femmes occupent des postes de direction, notamment dans l'hôtellerie de luxe. hotelleriesuisse en fait elle-même le constat et annonce s'engager pour changer la donne. Le combat est certes politique, mais pas uniquement. Les femmes doutent trop souvent de leurs capacités, sûrement aussi parce qu'elles ne sont pas suffisamment encouragées. Par modestie ou humilité, elles préfèrent souvent l'ombre à la lumière. Celles qui sont parvenues au poste convoité ne veulent plus que l'on associe leur succès à leur genre. Non pas parce qu'elles sont femmes mais parce qu'elles sont compétentes.

Fête des Vignerons

Vevey prépare un événement majeur



La Fête des Vignerons attend cette année la foule. Comme ici en 1977 ou en 1999.

Keystone

La douzième Fête des Vignerons se déroulera du 18 juillet au 11 août 2019, juste après le Montreux Jazz Festival. Un événement majeur pour la Riviera vaudoise. Dans une interview, François Margot, abbé-président de la Fête, confirme que le chantier de l'arène et les répétitions du spectacle se déroulent selon le calendrier défini. Mais il confie une inquiétude quant à la vente des billets. La Fête drainera 20 000 personnes par jour pour le spectacle et tout autant en marge de l'arène.

Une affluence intéressante en termes de promotion pour les cantons et destinations, comme l'explique Christophe Reneveu, directeur marketing de l'Union fribourgeoise du tourisme: «Il y aura de l'audience: 40 000 personnes par jour sont attendues. C'est super intéressant d'un point de vue touristique.» **aca/cj/lg**

Nos pages spéciales 12 et 13

Hôtellerie médicalisée

125 millions d'investissement à Evolène

Charmée par l'authenticité du val d'Hérens, la société Parmigan va y investir 125 millions de francs. Son projet se décline en trois volets: un hôtel de luxe avec centre médical à Evolène, le rachat de l'hôtel historique Kurhaus à Arolla et l'acquisition de moyens en vue d'un projet agritouristique. **lg**

Page 14

Frauen in der Hotellerie und Gastronomie

Weibliche Branche mit Potenzial

Morgen 8. März ist Internationaler Tag der Frau, und was in anderen Branchen längst Thema ist, beschäftigt auch die unsere: Wie lassen sich Frauen fördern? Was ist mit Lohnungleichheit? Iris Plückiger, General Manager im Hotel Schweizerhof Bern, spricht sich für eine Frauenquote aus: «Ein bestimmter Anteil Frauen sollte zu jeder Firmenstrategie gehören». Sie ist eine von vier renommierten

Cheffinnen, die Einblick geben, wie sie die Gender-Thematik in ihrem Unternehmen handhaben – und zeitgleich zeigen, wie wichtig es ist, gute Vorbilder zu haben, die den Fokus nicht scheuen. Offizielle Zahlen belegen, dass unsere Branche zwar eine weibliche ist und je nach Stufe und Bereich gute Quoten ausweist. Dennoch gibt es viel Luft nach oben, insbesondere in der Küche und an der Spitze.

Konsequent und wirtschaftlich erfolgreich setzen dies die Sinn&Gewinn Hotels mit ihren 4 Betrieben um. Da haben Frauen immer Vorrang: Als Mitarbeitende werden sie bevorzugt, ihnen hilft man in der Not. Des weiteren haben wir die Winzerin Marie-Thérèse Chappaz besucht und mit ihr über ihren Werdegang gesprochen. **fee**

Kommentar S. 3, Artikel zum Thema Seite 11 (cahier français) und 15 bis 17

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.ch

Inhalt

meinung	2-3
thema	4-9
cahier français	10-14
hotel gastro welten	15-21
brands, impressum	22
service	21-26
showroom	27-28

ANZEIGE

BAUR HOTEL & GASTRO
 Wohninspiration seit 1892

NEUBAU-ERÖFFNUNG
Es ist eröffnet
 WWW.BAUR-BWF.DE

tourismusforum.ch

29. TFA TourismusForum Alpenregionen
 01. – 03. April 2019
 Innsbruck

TOURISMUS SOUVERÄNITÄT

HOREGO
 Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Home, Spätkauf und Auslieferungsgeschäften
 www.horego.ch

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen
 Optimierung Ihrer Einkaufskosten
 Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

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

BADAG GmbH
 Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

Illycafé in Kapseln

Illy
 www.illycafe.ch



Die Ferienregion Scuol Samnaun Val Müstair wirkt im nationalen Projekt «Angewandte Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen» als Pilotregion und Co-Projektleiterin mit.

Andrea Michael Badrutt

Allen eine attraktive Region bieten

Das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus ist komplex und stellt manche Destination vor grosse Herausforderungen. Ein praxisnaher Leitfaden soll helfen.

NATALIA GODGLÜCK

Wer mit intakter Natur wirbt, muss sich auch für sie einsetzen», sagt Martina Stadler. Seit knapp zwei Jahren leitet sie die Tourismusdestination Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (TESSVM) – die Ferienregion mit dem einzigen Schweizer Nationalpark, dem Naturpark im Val Müstair, dem länderübergreifenden Unesco-Biosphärenreservat und dem Biosfera-Label für einheimische Produkte. Die 31-Jährige, die 2016 für den «Milestone» in der Kategorie Nachwuchs nominiert war, ist überzeugt: «Erbe verpflichtet!» Dabei geht es ihr nicht bloss um den Schutz von Natur und natürlichen Ressourcen, die Ferienregion Unterengadin soll auch wirtschaftlich und sozial erfolgreich sein. «Nur wenn Tourismusanbieter und -betriebe ökonomisch gesund sind, können sie der Bevölkerung gute Arbeitsplätze anbieten.» Ihr Ziel sei es, Gästen wie

Einheimischen eine Region zu bieten, in der sie gerne und gut leben – mittel- und langfristig.

Handbuch soll konkrete Lösungsansätze bieten

Schon vor Stadlers Zeit hat sich die Tourismusdestination Unterengadin konsequent dem Thema Nachhaltigkeit angenommen. Aktuell entwickelt sie gemeinsam mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) ein Handbuch für nachhaltigen Tourismus. Dieses soll der nationalen Tourismusbranche konkrete Lösungsansätze bieten. Vorbild ist ein 2016 in Deutschland erschienener Praxisleitfaden, ein 84-seitiges Werk, das den Tourismusregionen konkrete Anleitungen gibt.

«Fühlen sich die Einheimischen ernst genommen, trägt es zur Nachhaltigkeit bei.»

Yvonne Pirchl-Zaug
Co-Projektleiterin an der ZHAW

Die ersten 5000 Exemplare waren im Nu vergriffen, 2000 wurden nachgedruckt und der Leitfaden ins Englische übersetzt. «Die grosse Nachfrage zeigt, wie aktuell das Thema ist», sagt Yvonne Pirchl-Zaug, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Forschungsgruppe Tourismus und nachhaltige Entwicklung an der ZHAW. Die Co-Projektleiterin weiss, dass Nachhaltigkeit für viele nur ein schwammiger Begriff ist, ein Thema, das viel Aufklärungsarbeit erfordert. «Es braucht dringend Hilfsmittel, wie Nachhaltigkeit konkret umgesetzt werden kann», sagt sie. Der Wissenschaftlerin ein Dorn im Auge sind marketingtaugliche Augenwischereien. Sie weiss aber auch, dass Nachhaltigkeit komplex ist, Ergebnisse Zeit brauchen und viele Akteure sich deswegen nur zaghaft oder gar nicht ans Thema wagen. Tourismusfrau Stadler ergänzt: «Das Tagesgeschäft hat meist Vorrang. Die Nachhaltigkeit wird zur Kür, die man lieber vertagt.» Sie weist fern darauf hin, dass man mit dem Leitfaden nicht lehrmeisterlich auf andere zeigen wolle. «Wir wol-

len mit Fakten aufklären, sensibilisieren und andere Tourismusregionen dazu animieren, ebenfalls aktiv zu werden.»

Natur und Kulturlandschaft als Kapital der Region

Ziel ist es, das deutsche Werk auf Schweizer Verhältnisse zu adaptieren. Verständlich, strukturiert und praxisnah. Beinhaltet soll der Leitfaden praktische Indikatoren, brauchbare Anwendungstools sowie Handlungsempfehlungen. «Oft haben bereits kleine Handlungen grosse Wirkung», sagt Pirchl-Zaug. Als Beispiel nennt sie den Einbezug der einheimischen Bevölkerung. «Fühlen sich die Einheimischen ernst genommen, trägt das zur Nachhaltigkeit einer Destination bei.» Martina Stadler bringt es auf den Punkt: «Keine kurzfristigen Gewinne auf Kosten der Einheimischen, der Natur und der Landschaft.» Die engagierte Schaffnerin weiss, dass gerade die Bergregionen wirtschaftlich vom Tourismus abhängig sind und deshalb ihre Angebote ausbauen möchten. «Das darf aber nicht zu Lasten der Natur und Kulturlandschaft gehen, denn sie sind das Kapital der Region.»

Wie das nachbarländische Vorbild konzentriert sich auch der Schweizer Leitfaden hauptsäch-

lich auf ländliche- und Bergregionen. ZHAW-Mitarbeiterin Pirchl-Zaug erklärt, es würde das Projekt sprengen, würde man die spezifisch städtischen Themen ins Projekt einbeziehen. Sie ist jedoch überzeugt, dass auch urbane Regionen vom Handbuch profitieren werden. Erscheinen soll das Handbuch Anfang 2021, es ist aber nur eines von vier Teilprojekten. Weitere Projekte befassen sich mit einer neuen Weiterbildung zu Nachhaltigkeit in Destinationen, mit der Frage, ob öffentliche Rankings oder Auszeichnungen nachhaltiger Aktivitäten ankurbeln können und ob es eine Kompetenzstelle «Nachhaltigkeit im Tourismus» braucht.

Schaffhauerland Tourismus auch mit der Partie

Die Pilotregionen Unterengadin und Schaffhauerland-Tourismus (SHLT) testen sämtliche Teilprojekte auf ihre Praxisstauglich-

keit. «Das Projekt ist sehr wichtig und hilft uns, das komplexe Thema überhaupt erst zu verstehen», sagt Yvonne Bähler, Leiterin Tourist Office Stein am Rhein und Geschäftsleitungsmitglied von SHLT. Als konkretes Ziel sieht sie zum Beispiel – mit Hinblick auf eine ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit –, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zu verlängern. «Wir haben jährlich rund 800 000 Gäste, die gerade mal ein paar Stunden bleiben.» Das umfangreiche dreijährige Projekt ist im Juni 2018 gestartet und mit rund 480 000 Franken budgetiert. Gut 200 000 davon zahlt das Seco (Innotour), der Kanton Graubünden steuert 70 000 bei. Nebst der ZHAW, TESSVM, dem Kanton Graubünden und Schaffhauerland-Tourismus sind weitere Projektpartner der Schweizer Tourismus-Verband (STV), Schweiz Tourismus sowie sanu future learning.



«Keine kurzfristigen Gewinne auf Kosten von Einheimischen, Natur und Landschaft.»

Martina Stadler
Tourismusdirektorin Unterengadin



Marcel Perren

«Unser Ziel ist nicht, laufend mehr Gäste nach Luzern zu holen.»

Direktor Luzern Tourismus

Die Tourismusdestination Unterengadin erarbeitet gemeinsam mit der ZHAW einen Nachhaltigkeitsleitfaden für den Schweizer Tourismus. Braucht der heimische Tourismus Nachhilfe?

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung. Zusammen mit anderen Pilotdestinationen haben wir bereits im Jahr 2016 mit der Hochschule Luzern einen Leitfaden für nachhaltige Tourismusangebote entwickelt. Man kann auch immer wieder von den Erfahrungen anderer Destinationen und Leistungsträger lernen.

Tourismus ankurbeln und gleichzeitig Nachhaltigkeit anstreben – ist das nicht ein Zielkonflikt?

In Luzern setzen wir uns für eine nachhaltige Tourismusentwicklung ein. Diese ist auf strategischer Ebene festgehalten und fliessen beispielsweise auch in das Reporting unserer Leistungsvereinbarung mit der Stadt Luzern entsprechend ein. Dabei konnten wir in den Bereichen Wirtschaft, Ökologie und Gesellschaft gute Resultate

aufweisen. Es ist uns aber auch bewusst, dass unsere vielen Gäste aus den Fernmärkten mit ihren Flugreisen nach Europa viele Emissionen verursachen.

Bei Massentourismus oder sogar «Overtourismus» ist die Nachhaltigkeitsbilanz schlechter als beim Individualtourismus. Was tun Sie dagegen? Dieser Aussage kann ich nur bedingt zustimmen. Wir beschäftigen uns seit mehreren Jahren intensiv mit dem Gruppentourismus. Beispielsweise ist die Anreise mit einem Reisebus nachhaltiger im Vergleich zu individuellen Anreisen mit Privatautos. Auch bezüglich Wertschöpfung haben Studien sehr erfreuliche Resultate gezeigt. Dem Gruppentourismus eher kritisch gegenüber stehen jedoch Teile der lokalen Bevölkerung. Wir führen darum rund um diese Themen regelmässig Sensibilisierungskampagnen durch und stehen in engem Kontakt mit Quartiervereinen und Politik.

Venedig bittet seine Tagesgäste künftig zur Kasse. Eine Möglichkeit für Luzern?

Eine kostenpflichtige Eintrittskarte für den Besuch von Luzern sehe ich nicht und ist meiner Meinung nach logistisch auch nicht umsetzbar. Hingegen prüft die Stadt die Einführung von höheren Gebühren für Autos, welche mit Tagesgästen ins Zentrum fahren wollen. Bei uns stehen nachhaltige Lösungen im Fokus, welche von der Tourismusbranche und der Bevölkerung mehrheitlich unterstützt werden.

Luzerns Anteil asiatischer Gäste liegt bei rund einem Drittel. Auf Social Media teilen sie eifrig ihre Bilder. Was ist der Plan, wenn die Verwandten und Kollegen auch alle kommen?

Unser Ziel ist nicht, laufend mehr Gäste nach Luzern zu holen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie soll zu mehr Wiederholungsgästen führen und die Ankünfte der Gäste noch besser über das Jahr verteilen. Wir versuchen beispielsweise auch, eher unbekanntere Angebote und Regionen in den Fokus zu rücken, um die Gästeströme idealer zu verteilen. god

«Cause We Care» Mit Hotelbuchung dem Klimaschutz helfen

«Cause We Care» ist ein dreijähriges Programm der Schweizer Stiftung Myclimate. Es setzt sich für Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus ein. Die Tourismusorganisation Engadin Samnaun Val Müstair (TESSVM) hat sich vor einem Jahr als eine der ersten dem Programm angeschlossen. In Scuol sind nebst der Destination und den beiden bisherigen Partnern Schweizer Jugendherbergen und Reka weitere grosse Leistungsträger neu dazugekommen: das Thermalbad Bogn Engiadina, das 4-Sterne-Superior-Hotel Belvédère, das Badehotel Belvoir, das Boutique-Hotel Guarda Val sowie die Bergbahnen Scuol.

Einfacher Beitrag, doppelte Wirkung

Der Gast, der eine Leistung bucht oder ein Produkt kauft, kann freiwillig 1 Prozent des Betrags in Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmassnahmen investieren. Dieser Betrag wird verdoppelt und in einen zweck-

gebundenen Fonds einbezahlt – entweder von Unternehmen oder der Destination. Mit den Geldern können bestehende Angebote und Produkte in der Ferienregion Unterengadin nachhaltig optimiert wie auch neue Projekte finanziert werden. Wie etwa die Errichtung einer gratis E-Bike-Station für Gäste oder ein Programm zur Sensibilisierung von Schulklassen. «Letztes Jahr haben wir das Piston-Clean-up der Bergbahnen unterstützt, 2019 investieren wir in den Kulturbus sowie das Projekt «Elektro-Auto im Carsharing von der Biosfera Val Müstair», so Tourismusdirektorin Martina Stadler.

Weil klimaschädliche Emissionen mit Klimaschutzprojekten ausgeglichen werden, wird das Produkt beziehungsweise die Dienstleistung dadurch klimaneutral. Dazu Basil Gantenbein, Projektleiter «Cause We Care»: «Gäste wollen nachhaltige Angebote im Tourismus, die glaubwürdig, wirkungsvoll und einfach zu buchen oder zu erwerben sind.» god