

Wie der Sommer 2020 werden kann

Corona-Krise

Geht alles gut, werden die Betten in den Ferienregionen eher knapp. Bergsommer ist gefragt.

Gibt es keine neue Corona-Welle in den nächsten Wochen, gibt es auch eine Sommersaison 2020. Aber sie wird anders. Nicht nur, was den betrieblichen Ablauf, die mögliche Auslastung der Betriebe aufgrund der Schutzbestimmungen betrifft. Auch das Geschäft wird dieses Jahr woanders und mit anderen Kunden erzielt. Während Stadt-

hotels aktuell leere Auftragsbücher haben, werden Hotels in den Leisureregionen mit Anfragen fast überschwemmt. 20 Prozent mehr Buchungen als zum Vorjahreszeitpunkt, zweitbesten Buchungsstand der letzten acht Jahre, heisst es aus den Regionen. Zudem keine Rabattdiskussionen und eine längere Aufenthaltsdauer: Statt zwei oder drei Nächte buchen die Schweizer Gäste mangels Alternativen nun gleich eine ganze Woche in den Bergen oder im Tessin. «Viele Gäste haben Angst, dass sie kein Zimmer mehr finden, und buchen lieber rasch», schätzt Urs Zimmermann vom «Dellavalle» in Brisone. Noch konzentriert sich die Nachfrage allerdings auf die Schulferien. gsg

Fokus Corona

- > **Forschung: Gastbeitrag von Monika Bandi Tanner**
Seite 4
- > **Sommerferien: Preis ist aktuell kein Thema**
Seite 5
- > **Hygiene: Was Hersteller im Angebot haben**
Seite 7
- > **Les restaurateurs romands défendent leur terroir**
Page 12
- > **Seilbahnen: Der Gast muss sich sicher fühlen**
Seite 16



Martin Volkart, Delegierter der Genossenschaft Baseltor in Solothurn. zvg

Hin zu Double Seating und Digitalisierung

Gastronomie. Nun dürfen unter Einhaltung des Schutzkonzeptes wieder Gäste bewirtet werden. Das hat viele Hotels dazu bewogen, ihre Gastbetriebe zu öffnen – obwohl durch das reduzierte Platzangebot äusserst schmerzhaft Umsatzverlusten in Kauf genommen werden müssen. Doch gerade da zeichnet sich auch eine Chance

ab. Nämlich auf das bislang nicht sehr beliebte Double Seating zu setzen, wie dies etwa Martin Volkart bei den Betrieben der Genossenschaft Baseltor in Solothurn tun wird.

Ein ähnlicher Kulturwandel scheint bei der Digitalisierung stattzufinden – hilfreiche Tools im Post-Lockdown. bbe
Seite 10 und 11

Les hôtels Base s'étendent en Suisse romande

Résidences hôtelières. Déjà présents à Nyon et à Vevey, les appart-hôtels Base étoffent leur portefeuille avec l'acquisition de trois hôtels à Lausanne et à Morges. Selon Frédéric Mydske, propriétaire, le créneau long stay pourrait présenter un potentiel intéressant au sortir de la crise. lg
Page 14

Une opportunité pour les petites destinations

Saison d'été. A l'aube d'un été pas comme les autres, les destinations affûtent leurs armes marketing. Parmi elles, certaines petites régions touristiques estiment avoir une carte à jouer. A l'image du Jura bernois, des Montagnes neuchâteloises et de la Gruyère, elles valoriseront leurs grands espaces naturels, des prix accessibles et des offres

variées et insolites, loin des sentiers battus. «Il s'agit clairement d'une opportunité pour notre région en devenir touristique», estime Guillaume Davot de Jura bernois Tourisme. L'intérêt pour des vacances nature devrait aussi profiter aux campings. Très demandés, ils n'ont toujours pas le droit d'ouvrir. lg
Page 23

Milestone: Der diesjährige Wettbewerb um die besten Innovationen ist lanciert.



Der Reichtum nachhaltiger Innovation

Carla Barron

Nie sind der Wille und die Fähigkeit zur nachhaltig erfolgreichen Innovation wichtiger als in Krisenzeiten. Deshalb kommt dem Schweizer Tourismuspreis Milestone in diesem Jahr eine besondere Bedeutung zu.

Seite 2–4, page 24

MILESTONE
 EXCELLENCE IN TOURISM

ANZEIGE

BITTE WENDEN!
 4000 CHF GUTSCHEIN AUF DER RÜCKSEITE



Das Gespräch

Der abtretende ST-Digitalchef Thomas Winkler über Hypes und Trends.

Seite 15

All inclusive

Tradition Julen Zermatt bietet «all inclusive» – wie im Ferienresort am Mittelmeer.

Seite 8

Digitale Plattform

Der Verband HotellerieSuisse präsentiert seine komplett überarbeitete Website.

Seite 21

Inhalt

Editorial, Impressum	2
Innovation	2–4
Meinung	4
Hotellerie	5–9, 19, 21
Gastronomie	10–11
Gastronomie cahier français	12
Hôtellerie cahier français	13–14
Das Gespräch	15
Tourismus	16–17
Tourisme cahier français	23–24
Service	25–27
People & Events	28

ANZEIGE

— Typisch Mirus: Rat, Tat und guter Service.

Personal- und Finanzlösungen für Hotellerie und Gastronomie

mirus SOFTWARE mirus.ch

HUGENTOBLER Swiss Hold-o-mat

«... unverzichtbar – im Wettbewerb und im Alltag» Mario Garcia, Rang 5 am Bocuse d'Or 2019

Hold-o-mat® – New family!
www.holdomat.com

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

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

BADAG Gebibt
 Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

BAUR HOTEL & GASTRO
 Wohnfaszination seit 1882

INDIVIDUELL

NACHHALTIG. NATÜRLICH.

WWW.BAUR-BWF.DE

Editorial

Setzen wir gemeinsam
weitere Meilensteine!

Gery Nievergelt, Chefredaktor

Der Wert eines Preises Ob wir wie vorgesehen am 10. November im Kursaal Bern vor 700 Gästen die diesjährige Milestone-Preisverleihung durchführen können, steht noch in den Sternen. Wir hoffen es, hätte es die Branche doch so sehr verdient, am Ende dieses schlimmen Jahres ein starkes Lebenszeichen auszusenden und gemeinsam auf eine bessere Zukunft anzustossen. Nun, wir werden so oder so Wege finden, die Gewinner des Schweizer Tourismuspreises gebührend zu feiern. Und von einer Schlussfeier hängt der Wert des Milestone schlussendlich nicht ab. Unsere Verpflichtung ist es, die Innovationskraft im Tourismus zu befördern und sichtbar zu machen. Helfen Sie mit, dass dies auch in Zeiten von Corona möglich bleibt. Bewerben Sie sich jetzt erst recht mit Ihren erfolgreich umgesetzten innovativen Projekten für den Milestone 2020!

Was ist Innovation? Natürlich wird auch diesmal die Frage auftauchen, was denn nun eine echte Innovation sei und was nicht, und natürlich wird es wieder Stimmen geben, die monieren, dass es in der Tourismusbranche an grossen Würfeln mangle. Und ich werde wieder argumentieren, dass wir nicht über die Ressourcen für sündhaft teure Produktinnovationen verfügen und auch nicht im Silicon Valley beheimatet sind; dass wir aber in unserer KMU-dominierten Branche eine beachtliche Anzahl cleverer und kämpferischer Unternehmerinnen und Unternehmer haben, die Neues wagen oder Prozessinnovationen vorantreiben, und würden sie sich noch besser vernetzen, wären sie damit noch erfolgreicher. Gewiss, die Anforderungen sind hoch, denn die (internationale) Konkurrenz schläft nicht, und die künftigen Gästebedürfnisse sind nicht leicht auszurechnen. Ich freue mich über überzeugende Lösungen beim Milestone 2020.

Impressum



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

Gründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

Hotelleriesuisse, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascale Aliesch/npa (Online/News); Bernadette Bissig/bbe (Hotellerie); Alexandre Caldara/aca (gastronomie/hôtellerie); Franziska Egli/fee (Gastronomie); Olivier Geissbühler/og (Online/News); Laetitia Grandjean/lg (tourisme/hôtellerie); Gudrun Schlenzcek/gsg (Hotellerie); Patrick Timmann/pt (Tourismus)

Grafik/Bild: Carla Barron/cbs; Corinne Glanzmann/cog; Dorothea Kern/dk; Natalie Siegenthaler/ns

Meinung/Leserbriefe: Gery Nievergelt

Sekretariat: Regula Herren

Korrektur: Danja Bischofberger, Ingrid Zufferey Frost

Milestone Tourismuspreis

Geschäftsführung: Anja Peverelli

Verlag

Leitung: Bernt Maulaz

Verkaufsdienst und Rubrik-Anzeigen: Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser

Anzeigenverkauf: Daniel Verri (Leitung), Philipp von Däniken
hoteljob.ch: Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser

Druck: CH Media Print AG, 9015 St. Gallen

Auflage: 11 265 (WEMF/SW-Beglaubigung 2019)

Leser: 65 000 (Studie DemoScope 2013)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Jahresabonnement Fr. 172.–

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch

Milestone: Tel. 031 370 42 16

Newsportal

htr.ch

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

Milestone 2020

So wichtig wie heute war
Innovation noch nie

Die Krise ist gewaltig. Doch diese Branche wird zum Erfolg zurückzufinden. Mit der heutigen Ausschreibung ist der Innovationspreis Milestone 2020 lanciert.

GERY NIEVERGELT

Die Corona-Pandemie hat auch den Schweizer Tourismus in Schockstarre versetzt. Doch schon während des Lockdown haben sich Hoteliers und Touristiker auf die Suche nach Lösungen gemacht. Wie Covid-19 den Tourismus weltweit und regional verändert, wird sich weisen. Doch Veränderungen wird es geben. Wer abwartend darauf hofft, es werde sich schon alles wieder einrenken, gehört mittelfristig zu den Verlierern.

Schon immer war es für diese von äusseren Einflüssen stark abhängige und ständig dem Wettbewerb ausgesetzten Branche existenziell wichtig, sich mit nachhaltig erfolgreichen Innovationen ständig weiterzuentwickeln. Unterstützt wird sie dabei vom Milestone. Der vor 21 Jahren von der htr hotel revue und Hotelleriesuisse ins Leben gerufene Wettbewerb zeichnet innovative Projekte aus, die nachhaltig erfolgreich umgesetzt wurden. Sie dienen innerhalb der Branche als Best Practice und rücken den Schweizer Tourismus in der breiten Öffentlichkeit ins gute Licht. Seit Anbeginn wird der Milestone vom Staatssekretariat für Wirtschaft Seco im Rahmen von Innoutour unterstützt.

Nun wird es für Unternehmer und Unternehmen in den Destinationen und im Gastgewerbe also noch wichtiger, innovativ zu denken und zu handeln, indem sie zum Beispiel Prozesse neu denken oder sich für neue Projekte zusammenschliessen. Viele

Innovationen wurden in jüngster Zeit umgesetzt, die die Corona-Krise überdauern werden. Sie verdienen es, ins Schaufenster gestellt zu werden. Und sie sind vielleicht eine Nomination oder gar einen der prestigeträchtigen Milestone-Steine wert.

Ein Sonderpreis für eine clevere Antwort auf die Corona-Krise Wie es sich für einen Innovationspreis gehört, gibt es beim Wettbewerb auch in diesem Jahr einige Neuerungen. So wurde das Bewerbungsverfahren vereinfacht. Wer sich mit seinem Projekt für die Hauptkategorie «Innovation» oder den Nachwuchspreis be-

Das sind die Neuerungen beim
Schweizer Tourismuspreis

- > **Vereinfachung** Das Bewerbungsverfahren wurde vereinfacht und benötigt weniger Zeitaufwand.
- > **Nachwuchs** In der Kategorie «Nachwuchs» können sich neben Einzelpersonen auch Teams bewerben.
- > **Sonderpreis** Eine innovative Reaktion auf die Corona-Krise wird mit einem Preis im Wert von 3000 Franken ausgezeichnet.
- > **Neu in der Jury** Hotelière Nathalie Seiler-Hayez und Touristiker Urs Wohler ersetzen Jürg Balsiger und Daniel F. Lauber.
- > **Scouting** Hochschulen und der VSTM unterstützen den Milestone bei der Entdeckung preiswürdiger Innovationen.

wirbt, benötigt hierfür deutlich weniger Zeitaufwand. Beim Nachwuchs ist es nun möglich, sich auch als Team zu bewerben. Teilnehmen können eine oder mehrere junge Personen unter 35

Jahren mit einem aussergewöhnlichen Leistungsausweis in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie, die in jüngster Zeit mit der erfolgreichen Umsetzung eines Projektes, einer Aktion oder einer Initiative reüssierten. Nicht bewerben kann man sich für die Kategorie «Premiere». Der Preis, der eine mutige Innovation mit grossem Entwicklungspotenzial belohnt, wird von der Jury an einen Bewerber aus der Kategorie «Innovation» vergeben. Nicht selbst bewerben kann man sich auch weiterhin für den Milestone für das Lebenswerk.

Zu den Kategorien «Innovation», «Premiere» und «Nachwuchs» mit einer Preissumme von insgesamt 32 500 Franken sowie der Auszeichnung für das Lebenswerk kommt in diesem «Corona-Jahr» ein einmaliger Sonderpreis hinzu. Damit zeichnen die Ausrichter des Preises, htr hotel revue und Hotelleriesuisse, eine spontan aus der Not geborene Initiative oder Massnahme aus, die das Potenzial zu nachhaltigem Erfolg hat. Der

Der Weg zum Ziel

So bewerben Sie sich für die beiden
Kategorien Innovation und Nachwuchs

- > Gehen Sie auf htr-milestone.ch
- > Klicken Sie auf Bewerbung
- > Loggen Sie sich ein oder erstellen Sie ein Log-in
- > Erfassen Sie eine neue Bewerbung für die Kategorie «Nachwuchs» oder «Innovation». Neben den Kontaktdaten gilt es, sechs (Nachwuchs) resp. sieben Fragen (Innovation) möglichst prägnant zu beantworten. Kompletieren Sie die Bewerbung mit Bildmaterial und in der Kategorie «Innovation» zusätzlich mit Kennzahlen zum kommerziellen Erfolg.
- > **Bis zum 21. August** müssen alle Informationen erfasst und die Bewerbung eingereicht sein.
- > Ob Ihr Projekt zu den Nominierten gehört, erfahren Sie am 17. September.

Bei Fragen steht Ihnen Anja Peverelli, Geschäftsführerin Milestone, gerne zur Verfügung. info@htr-milestone.ch oder 031 370 42 14



Die Krönung einer erfolgreich umgesetzten Innovation: Glückliche Milestone-Gewinner an der festlichen Preisverleihung im Berner Kursaal (Bild aus dem Jahr 2016).

Melanie Barton

MILESTONE

EXCELLENCE IN TOURISM

«Ich halte den Tourismus für sehr widerstandsfähig.»

Jean-François Roth, neuer Präsident der Milestone-Jury, über sein Verständnis von guter Innovation und den Tourismus nach der Corona-Pandemie.

GERY NIEVERGELT

Die Corona-Krise bestimmt derzeit unser Leben. Wie geht es Ihnen persönlich?

Danke, mir geht es gut! Ich erlebe die Quarantäne auf dem Land, was bei schönem Wetter nicht unangenehm ist. Allerdings habe ich weiterhin grosse Lust, mich wie vor der Krise frei zu «bewegen».

Sie waren während zwölf Jahren Präsident von Schweiz Tourismus. Haben Sie sich ein solches Schreckensszenario je vorgestellt?

Ich habe die Aufhebung des Mindestkurses und die Stärkung des Frankens erlebt, auch die Störung des Luftverkehrs durch einen isländischen Vulkan und noch vieles mehr. Aber ein Szenario wie das einer Pandemie, die der ganzen Welt zusetzt und den Tourismus in die Knie zwingt, war vor ein paar Wochen noch nicht einmal vorstellbar!

Wird die Tourismuswelt nach Corona noch dieselbe sein wie zuvor?

Ich halte den Tourismus

mit seinen vielen mutigen und dynamischen Akteuren für sehr widerstandsfähig. Ich glaube an seine Fähigkeit, wieder auf die Beine zu kommen. Die Leute werden immer Lust auf Entdeckungen und Reisen haben. Diese wird nach der Krise wieder aufliegen, doch ist es wahrscheinlich und sogar wünschenswert, dass der Imperativ eines nachhaltigeren Tourismus nach dieser Pandemie noch weit grössere Bedeutung erhalten wird.

Der Tourismuspreis Milestone zeichnet seit über 20 Jahren nachhaltig erfolgreiche Innovationen im Schweizer Tourismus aus. Was bedeutet der Begriff Innovation für Sie?

Ich glaube, man muss vor allem

vermeiden, ein banales Allerweltsthema daraus zu machen. Mehr denn je muss jetzt jeder touristische Dienstleister innovieren. Das heisst, er muss Massnahmen ergreifen, um sich auf dem Markt zu positionieren, indem er den Mehrwert seines Angebots optimiert, also dessen Komfort – Convenience – laufend verbessert. Innovationsgeist im Tourismus heisst, sich am Gast zu orientieren und ihm die Angebote und Produkte zu bieten, die dessen Wünschen optimal entsprechen.

Welche Innovationen der Tourismusbranche haben Sie in den vergangenen Jahren besonders beeindruckt?

Die Einführung der digitalen Tools in der gesamten Branche, um den Gästen immer mehr

Appetit auf die Schweiz zu machen und sie zum Konsumieren unseres hochwertigen Angebots anzuregen.

Welche Fähigkeiten braucht die Tourismusbranche jetzt ganz besonders?

Ich glaube, dass die sehr schwer getroffene Branche vor allem die Beharrlichkeit und die Dynamik ihrer Akteure braucht, deren Fähigkeit zur Zusammenarbeit an gemeinsamen Projekten und deren unbeugsamen Willen, nach der Krise wieder aufzustehen.

Was wünschen Sie sich vom Milestone des Jahrgangs 2020?

Der Milestone 2020 soll das Signal zu einem Neustart geben, zu einer Erneuerung des Tourismus, und gleichzeitig das Vertrauen der Akteure des Tourismus in ihre Zukunft zum Ausdruck bringen. Er soll zu einer Demonstration ihres Mutes werden!

Jean-François Roth übernimmt das Präsidium für vorerst zwei Jahre. Er tritt die Nachfolge von Alt-Bundesrätin Ruth Metzler Arnold an, die während vier Jahren der Milestone-Jury vorstand.



Thomas Plain

Zur Person

Politiker, Präsident der Lotterie- und Wettkommission

Jean-François Roth wurde in Courtételle, Kanton Jura, geboren. Er absolvierte den Bachelor of Arts und Bachelor of Law an der Universität Fribourg, danach Zulassung als Rechtsanwalt im Jura. Er war zehn Jahre lang als Rechtsanwalt tätig und trat in die Politik ein (Jura-Parlament, Ständerat, Jura-Regierung), wo er während 30 Jahren öffentliche Ämter bekleidete.

Jean-François Roth war unter anderem während zwölf Jahren Präsident von Schweiz Tourismus (2007–2019), Präsident von Radio Television Suisse Romande, Mitglied und danach Vizepräsident des Verwaltungsrats der SRG SSR (2006–2019). Seit 2006 ist er Präsident der Lotterie- und Wettkommission (Regulierung des Glücksspiels).

comlot.ch

Sieben Persönlichkeiten entscheiden über Nominationen und Gewinner.

Die weiteren Jurymitglieder finden Sie auf Seite 4

Best Practice: Die ausgezeichneten Projekte stammen aus allen Teilbranchen und Regionen.



Swiss-Image/Andy Mettler

Faszinierend neu inszeniert: Der Schweizerhof Luzern

Mit dem 5-Sterne-Haus Schweizerhof in Luzern gewann 2014 ein Hotelbetrieb den ersten Preis in der Hauptkategorie. Damit zeichnete die Jury das Projekt «Wo Luzern Geschichte(n) schreibt» aus. In 101 frisch renovierten Zimmern erzählte und inszenierte die Gastgeberfamilie Hauser spannende Geschichten ihrer oft illustren Gäste aus den vergangenen 150 Jahren. Unvergesslich: die Umarmung von Hoteldirektor Clemence Hunziker und Laudator und Musiker Seven an der Preisverleihung.

Der Weg ist das Ziel: Die Grand Tour of Switzerland

Mit der Zusammenstellung einer rund 1600 Kilometer langen Entdeckungsreise durch die Schweiz gelangen dem Verein Grand Tour of Switzerland gemeinsam mit Schweiz Tourismus ein Wurf, der 2015 verdient mit einem Milestone ausgezeichnet wurde. Erstmals war es mit dieser Route durch vier Sprachregionen möglich, alle vierzehn grossen Tourismusregionen einzubinden und ein wirklich nationales Produkt zu kreieren. Zudem eröffnete es neue Perspektiven des Marketings für die Akteure an der Strecke.



Milestone

Mit neuer Technologie gegen Food-Waste: Das Start-up Kitro

Die Gründerinnen des jungen Start-ups Kitro, Anastasia Hofmann und Naomi MacKenzie, waren 2018 die ersten Preisträgerinnen in der neu eingeführten Milestone-Kategorie «Premiere». Mit dem Engagement gegen Food-Waste nahm sich Kitro einem für das Gastgewerbe enorm wichtigen Thema an. Das Unternehmen bietet Hotels, Restaurants und Kantinen eine innovative Lösung zur Reduzierung vermeidbarer Lebensmittelabfälle und leistet damit auch einen Beitrag zur Reduzierung von Kosten.

Motivation für Lernende: Projekt von René Schudel

Wie man junge Menschen für die Gastrobranche motivieren kann, zeigte der TV-Koch und Buchautor René Schudel mit seinem Projekt «Raus aus der Komfortzone» beispielhaft auf. Dabei übernehmen rund 30 Lernende unter Anleitung das Backstage-Catering der Rockstars und VIPs beim Greenfield Festival in Interlaken. Sie übernehmen so Verantwortung und werden für einige Tage zu Kleinunternehmern, wie dies im Lehralltag nicht möglich wäre. René Schudel erhielt «seinen» Milestone 2018.

Junger Hotelier mit unternehmerischem Instinkt: Jonas Gass

In der Kategorie «Nachwuchs» schwang letztes Jahr der damals 31-jährige Jonas Gass obenaus, Co-Direktor im Hotel Nomad Basel und Gründer seiner Firma Frohsinn Florida GmbH. Die Jury begründete ihren Entscheid so: «Jonas Gass hat in seiner beruflichen Laufbahn schon viele Projekte in verschiedenen Bereichen erfolgreich realisiert. Mit viel unternehmerischem Instinkt packt er Dinge an, was er unter anderem mit seinem gastronomischen Vorzeigeprojekt 100 Tage Warschau eindrücklich bewiesen hat.»

Scouting

Diese Institutionen unterstützen den Wettbewerb

Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) vertreten durch Zina Singer

Fachhochschule Graubünden vertreten durch Andreas Deuber

HES-SO Wallis/Valais vertreten durch Roland Schegg

Hochschule Luzern (HSLU) vertreten durch Jürg Stettler

Hotelfachschule Thun vertreten durch Janine Rufenacht

IST Höhere Fachschule für Tourismus vertreten durch Hanna Rychener

Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM) vertreten durch Tiziano Pelli

Sonderpreis ist mit 3000 Franken dotiert.

Ebenfalls neu in diesem Jahr: Sechs Bildungsinstitute sowie der Verband Schweizer Tourismusmanager helfen mit, in der Rolle von Scouts auszeichnungswürdige Innovationen zu erspähen. Sie melden ihre Entdeckungen der Milestone-Geschäftsstelle, welche wiederum mit den Innovatoren Kontakt aufnimmt, um sie von der Teilnahme am Wettbewerb zu überzeugen. Wichtig: Die Scouts fällen keine Vorentscheide über Nominierungen und Preisträger. Das ist und bleibt Sache der siebenköpfigen Jury unter dem Vorsitz des neuen Präsidenten Jean-François Roth.

htr-milestone.ch

Milestone 2020

➤ Fortsetzung von Seite 3: Die von Jean-François Roth präsidierte Milestone-Jury für den Wettbewerb 2020.



Urs Wohler

Geschäftsführer Niesenbahn AG

Urs Wohler wohnt in Spiez, ist verheiratet und Vater dreier Kinder. Er absolvierte die Ausbildung zum eidg. dipl. Tourismusexperten sowie ein Nachdiplomstudium an der Tourismusfachschule Siders. Nach Vals (lokale Tourismusorganisation) und Graubünden Ferien in Chur war er in Scuol

für den Aufbau der DMO Scuol Samnau Val Müstair mitverantwortlich (2005 bis 2016). Seit 2017 führt er die Niesenbahn AG im Berner Oberland. Seine Kompetenzen sind Governance, Führung, Systementwicklung, Nachhaltigkeit und Marketing.

niesen.ch

NEU



Nathalie Seiler-Hayez

Geschäftsführerin Beau-Rivage Palace, Lausanne

Seit 2015 leitet Nathalie Seiler-Hayez das Luxushotel Beau-Rivage Palace in Lausanne-Ouchy. Die Absolventin der Ecole Hôtelière de Lausanne, wo sie von 2015 bis 2017 auch Mitglied des Verwaltungsrats war, begann ihre berufliche Karriere im Hotel Lutetia in Paris. 1999 liess sie sich in New York nieder und perfektionierte ihre Fähigkeiten bei grossen Hotelgruppen wie Rosewood Hotels & Resorts und Concorde Hotels. 2004 übernahm sie die

Rolle der Geschäftsführerin des Radisson Hotels Champs-Élysées und inszenierte 2007 die Eröffnung des Regent Grand Hotels in Bordeaux. 2010 konnte die Schweizerin dem Ruf Londons nicht widerstehen und übernahm die Leitung des «Connaught». 2018 wurde Nathalie Seiler-Hayez beim Karl-Wild-Hotelrating (2018) mit dem Titel «Hôtelière des Jahres» ausgezeichnet.

brp.ch

NEU



André Lüthi

VR-Präsident und CEO der Globetrotter Group

Der Berner Unternehmer ist seit 2009 Mitbesitzer, VR-Präsident und CEO der Globetrotter Group mit ihren insgesamt 14 Marken. 2012 erhielt er den renommierten Unternehmerpreis «Entrepreneur Of The Year». Zudem sitzt der

eidgenössisch diplomierte Tourismusexperte unter anderem im Verwaltungsrat von BE! Tourismus und ist Vorstandsmitglied des Schweizer Reiseverbandes.

globetrotter.ch



Nadia Fontana-Lupi

Direktorin Mendrisiotta Turismo

Die Tourismusedirektorin in Mendrisio war bis 2014 im Vorstand von Ticino Turismo. Zuvor war Lupi während 20 Jahren bei den Schweizer Fluggesellschaften Swissair, Crossair und Swiss für die Märkte Tessin, Italien und Spanien im Verkauf und Marketing tätig. Seit mehreren

Jahren ist sie in verschiedenen schweizerischen Tourismusgremien engagiert und Mitglied im Vorstand der Grand Tour of Switzerland sowie Vizepräsidentin des World Heritage Experience Switzerland (WHES).

mendrisiottoturismo.ch



Thomas Steiner

Tourismusexperte und Direktor Bulliard Immobilier

Thomas Steiner widmet seine Karriere seit über 20 Jahren dem Tourismus. Der promovierte Wirtschaftsinformatiker unterrichtete an der Universität Lausanne und später an der HES-SO Wallis. 2007 wurde er zum Direktor der Tourismusfachschule Siders ernannt, von 2009 bis 2011 leitete er die Abteilung Wirtschaft und Dienstleistungen der HES-SO Wallis. 2011 tauschte er die Theorie mit der Praxis und

übernahm die Leitung der Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT), für die er die «Vision 2030» mitverfasst hat. Sein Beitrag zum Lean Destination Management wurde mehrfach ausgezeichnet. 2017 übernahm Thomas Steiner die Generaldirektion von Bulliard Immobilier in Freiburg. Seit 2020 ist er Vorstandsmitglied von Schweiz Tourismus.

bulliard.ch



Monika Bandi Tanner

Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus (CRED-T), Universität Bern

Die Bernerin ist seit 2012 Leiterin der Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) im Center for Regional Economic Development an der Universität Bern. Zuvor arbeitete sie als Hilfsassistentin und später als wissenschaftliche Assistentin am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) bei Hansruedi Müller. Ihr

Studium in Volkswirtschaft, Psychologie und Betriebswirtschaft absolvierte sie an den Universitäten Bern und Bergen (NO). Im Doktorat beschäftigte sie sich mit den Kultur- und Kongresszentren und deren tourismus- und regionalökonomischen Bedeutung.

cred-t.unibe.ch

Tourismusforschung

Die drei grossen C als Corona-Vermächtnis

Meinungsbeitrag von Monika Bandi Tanner

In einer historischen Sondersession der eidgenössischen Räte wurden zur Abfederung der Corona-Krise Unterstützungsgelder von über 57 Mia. Franken gesprochen, darunter 41 Mia. Franken in Form von Bürgschaften und Garantien, von denen ein namhafter Teil wieder in die Bundeskasse zurückfliessen sollte. Zur Einordnung: Die Bundesausgaben betragen 2019 ca. 71 Milliarden, die aktuellen Bruttoschulden des Bundes liegen aktuell in der Nähe von 100 Milliarden, und die Schweiz erwirtschaftete vor der Corona-Krise ein jährliches Bruttoinlandsprodukt von rund 700 Milliarden. Die Generation meines Sohnes wird sich auch noch mit diesen Nachwirkungen beschäftigen müssen. Der Tourismus erhielt vom Parlament nebst einer euphorischen Bundesratsrede für «Ferien in der Schweiz» ein Recovery-Programm von 40 Millionen zur Stärkung der Nachfrage. Dabei liess man sich von der Annahme leiten, dass dies die am «schnellsten» wirksame Stossrichtung sei.

Das Covid-19-Virus stellt den Tourismus an sich vor neue Realitäten mit nur schwer abschätzbaren Auswirkungen. In solchen Situationen eignet sich die Szenario-Methode hervorragend, um denkbare Zukunftsbilder zu entwickeln und entsprechende Konsequenzen abzuleiten. Dabei werden Annahmen zu den veränderlichen Variablen wie dem Verlauf der Pandemie, der schrittweisen Öffnung des Lockdown, der Grenzöffnungen sowie der weltweiten konjunkturellen und Wechselkurs-Situation benötigt. Zu den eher gesicherten Annahmen, die Eingang in die unterschiedlichen Szenarien finden, gehören die Gästeströme und -bedürfnisse: starker Ferienwohnungs- und Ausflugstourismus aus dem Inland, der Nachholbedarf nach persönlichen Kontakten oder die Neugierde nach besinnlichen, authentischen und natürlichen Erlebnissen. Zudem muss man sich auf neue Ansprüche bezüglich Hygiene, Sicherheit und (Online-)Convenience einstellen, die viel Kreativität und Innovation erfordern. Es ist davon auszugehen, dass sich die Konkurrenz mit viel Mitteln und Ideen auf die neue touristische Realität vorbereitet, was in einem «Marketinggerangel» resultieren wird.

Die Corona-Krise wird aber zusätzliche Spuren in der Gesellschaft hinterlassen, welche die touristische

Führung zusätzlich herausfordern: Der Push der Digitalisierung fordert im Eiltempo die digitalen Kompetenzen der TouristikerInnen, der massvolle Rückbau der Globalisierung fordert regionale Wertschöpfungsprozesse und verändert Vorleistungsnetzwerke und -partnerschaften, das E-Learning auf allen Bildungsstufen ermöglicht mit individuellen Lernangeboten, der Saisonalität des Tourismus zu begegnen und zugleich den neuen Ansprüchen der Generation Z im Bereich der Community-Kommunikation gerecht zu werden.

Das Homeoffice-Privileg wird für viele touristische Berufe nicht zutreffen und eine stationäre Verfügbarkeit der Dienstleistung und somit der Mitarbeitenden erfordern. All diese durch die Corona-Krise erzwungenen Veränderungen und Errungenschaften haben grosse Auswirkungen auf die erforderliche Führungskultur im Tourismus: Ausgeprägte agile Coachingfähigkeiten von kleinen Teams sowie selbstloses Managen sind in, Wettbewerbsdenken, Effizienz und Gewinne werden mindestens kurzfristig durch die drei grossen C nach der Werteforscherin Mandeep Rai überlagert: Collaboration, Creativity, Compassion. Das Virus hat uns verstärkt animiert, zusammenzuarbeiten, kreative Lösungen zu finden, und dies mit viel Mitgefühl und Solidarität zu tun. Wenn uns die drei C auch nach Corona erhalten bleiben, dann hat das Virus nicht nur viel Schaden angerichtet, sondern uns als Gesellschaft und auch im Tourismus einen Schritt weitergebracht! Mit diesen drei Tugenden Kooperation, Kreativität und Empathie müsste doch der Tourismus auch in Zukunft punkten. Man darf daher auch gespannt sein, wie diese Tugenden in den weiteren (tourismus)politischen Diskussionen mit veränderten Zielen und Prozessen Eingang finden.

Monika Bandi Tanner,
Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus
(CRED-T), Universität Bern



Die Corona-Krise wird aber zusätzliche Spuren in der Gesellschaft hinterlassen, welche die touristische

Formation professionnelle

Ne plus former de jeunes pour cause de crise? Une mauvaise idée trop tentante

Opinion de Jérôme Bühlmann

Il y a quelques mois à peine, beaucoup d'établissements hôteliers rencontraient des difficultés à recruter des nouveaux apprentis. Cette époque, où de nombreuses places d'apprentissage restaient vacantes et la pénurie de main-d'œuvre qualifiée était l'une des préoccupations majeures de notre branche, nous semble aujourd'hui bien lointaine.

Cet été, grâce aux efforts conjoints des différents acteurs de la formation professionnelle, des milliers d'apprentis vont terminer leur formation malgré la pandémie. De très nombreuses entreprises formatrices ont redoublé d'efforts pour continuer à former leurs apprentis. Elles ont fait preuve d'ingéniosité et de créativité en se servant de cette crise comme d'une opportunité d'apprentissage.

Les écoles professionnelles s'efforcent d'offrir aux jeunes en formation des solutions d'apprentissage à distance, comme c'est le cas pour les quelque 750 élèves des hôtels-écoles d'HotellerieSuisse, qui ont pu suivre leurs cours à distance sans interruption grâce à une palette d'outils numériques mis en place en quelques jours par des collaborateurs et enseignants qui n'ont pas ménagé leurs efforts.

Si nous entrevoyons maintenant la sortie de crise, l'avenir pour notre branche reste incertain. Il ne faut pas relâcher nos efforts pour former nos jeunes, car ils représentent l'avenir de notre industrie. Il y aura une vie après le coronavirus. Les décisions que nous prenons maintenant auront un impact à moyen terme sur la disponibilité de travailleurs qualifiés, au moment où nous aurons de nouveau le plus besoin d'eux. Tous les efforts investis ces dernières années pour former des jeunes et pour rendre notre

branche plus attractive n'auront servi à rien si nous arrêtons, même temporairement, de former notre relève. Malgré les circonstances actuelles, nous devons tous nous mobiliser pour permettre à des centaines de jeunes de commencer leur apprentissage dès la prochaine rentrée. Chaque place d'apprentissage supprimée pour cause de crise sera une personne qualifiée qui nous manquera dans un futur proche.

Les jeunes en recherche d'un apprentissage sont là. Ne leur fermons pas les portes de notre si belle industrie! Avec la réouverture progressive de nos établissements et avec les solutions digitales que cette crise a largement démocratisées, les procédures de recrutement et de sélection des futurs apprentis peuvent reprendre. Certaines régions touristiques proposent des visites virtuelles pour faire leur promotion en attendant que nous puissions nous y rendre. Dans la même optique, certaines entreprises formatrices font preuve d'innovation en proposant aux jeunes des stages d'observation et des entretiens également virtuels.

Il est de l'intérêt de toute notre industrie de recruter et de former la relève.

Jérôme Bühlmann
est responsable Produits de formation
chez HotellerieSuisse



Le prix comme «un nouveau départ»

Milestone 2020

Jean-François Roth, nouveau président du jury du prix du tourisme suisse, affirme sa confiance dans la branche. Il croit à sa capacité de rebondir après la crise et d'innover.

GERY NIEVERGELT

La crise du coronavirus conditionne notre quotidien. Et vous, comment allez-vous?

Merci, je vais bien! Je vis le confinement à la campagne, ce qui par beau temps n'est pas désagréable, mais l'envie de «bouger» comme avant reste forte.

Vous avez présidé Suisse Tourisme durant douze ans. Vous étiez-vous imaginé un tel scénario catastrophe?

J'ai vécu l'abandon du taux plancher et le renforcement du franc, la perturbation du trafic aérien à cause d'un volcan islandais et bien d'autres choses encore. Mais un scénario tel que celui d'une pandémie qui met le monde à mal et le tourisme à genoux n'était même pas envisageable il y a quelques semaines!

Le monde du tourisme sera-t-il le même après cette crise, selon vous?

Je pense que la capacité de résilience du tourisme est très forte, car il comprend de nombreux acteurs courageux et dynamiques. Je crois en sa capacité de se relever. Les gens auront toujours envie de découvrir et de voyager. Cette



Déposer un projet innovant, être récompensé par un jury professionnel et fêté par ses pairs à Berne. Ici, les vainqueurs du Milestone 2019 lors de la remise des prix. Oliver Oettli

«Innover dans le tourisme, c'est être constamment à l'écoute de sa clientèle.»

Jean-François Roth
Président du jury Milestone

envie va revenir après la crise. Mais il est probable et même souhaitable qu'après cette pandémie, la nécessité d'un tourisme plus durable prenne encore beaucoup plus d'importance.

Le prix du tourisme suisse, le Milestone, récompense depuis 20 ans des innovations réussies et durables. Que signifie l'innovation pour vous?

Je crois qu'il faut surtout éviter d'en faire un thème bateau et passe-partout. Dans le tourisme, maintenant plus que jamais, chaque prestataire doit innover: prendre des initiatives pour se positionner sur le marché, en optimisant la valeur ajoutée de son offre, en améliorant toujours la commodité de celle-ci («convenience») pour donner à vivre à ses hôtes une expérience unique et authentique. L'esprit d'innovation dans le tourisme, c'est être

constamment à l'écoute de sa clientèle pour lui proposer les offres et les produits qui répondent le mieux à ses souhaits. Innover dans le tourisme, c'est d'abord comprendre et analyser les attentes des voyageurs et tirer parti des atouts d'un territoire, d'une infrastructure pour y répondre.

Quelles sont les innovations de la branche du tourisme et de l'hospitalité qui vous ont particulièrement impressionné ces dernières années?

L'introduction des outils digitaux dans toute la branche pour donner toujours plus envie aux hôtes de découvrir la Suisse et de consommer son offre de qualité.

De quelles compétences a particulièrement besoin l'industrie du tourisme en ce moment?

Milestone: comment participer?

Vous pouvez dès maintenant participer au Milestone 2020.

- > Rendez-vous sur htr-milestone.ch/fr
- > Cliquez sur «candidature»
- > Enregistrez-vous ou créez un login
- > Saisissez une nouvelle candidature dans la catégorie Relève ou Innovation. Vous devrez répondre à 6 ou 7 questions de la manière la plus concise possible. Complétez votre candidature avec du matériel photos ainsi qu'avec des chiffres attestant du succès économique du projet (Innovation)
- > Remplissez toutes les informations jusqu'au 21 août 2020
- > Vous serez informé(e) le 17 septembre si votre projet fait partie des nominés.
- > En cas de questions: info@htr-milestone.ch ou 031 370 42 14

Je pense que la ténacité des acteurs et leur dynamisme, leur capacité à collaborer à des projets communs, de même que la volonté farouche de rebondir après la crise sont des éléments essentiels dont aura besoin cette branche qui est si sévèrement touchée.

Que souhaitez-vous pour la cuvée 2020 du Milestone?
Que le Milestone 2020 donne le signal d'un nouveau départ du tourisme, comme un renouveau, et exprime la confiance des acteurs du tourisme en leur avenir! Et qu'il soit aussi la démonstration de leur courage.

Des images du Valais pour offrir le rêve d'y rouler plus tard

Cyclisme

A défaut d'une course réelle, le Tour de Suisse virtuel a permis à Valais/Wallis Promotion de faire une campagne de communication tous azimuts sur les réseaux sociaux.

ALAIN-XAVIER WURST

Avec une composante touristique très marquée, le cyclisme est un sport privilégié pour communiquer de façon ciblée sur les attraits d'une région. C'est ce qu'a bien compris Valais/Wallis Promotion, qui a profité de l'organisation du Tour de Suisse virtuel (le Digital Swiss 5) du 22 au 26 avril dernier pour promouvoir l'image du Valais. Une occasion d'autant plus importante que le canton doit accueillir en septembre, conjointement avec celui de Vaud, les Championnats du monde UCI de cyclisme sur route.

«L'offre cyclo-sportive correspond à un marché avec lequel nous pouvons nous distinguer, c'est clairement l'un des USP de notre région», explique Alessandro Marcolin, directeur Marketing de Valais/Wallis Promotion.

Tandis que la course virtuelle était retransmise sur SRF et RTS, mais également sur de nombreuses chaînes de télévision internationales, Valais/Wallis Promotion a multiplié les relais sur les réseaux sociaux. «En tant que partenaire touristique exclusif du

Digital Swiss 5, nous nous sommes appuyés sur cet événement pour créer beaucoup de contenus et maintenir ainsi le lien avec nos audiences sportives, qui sont de potentiels clients», dit encore Alessandro Marcolin. Selon Valais/Wallis Promotion, plus de 315 000 personnes ont ainsi été atteintes sur les réseaux sociaux et environ 65 000 vues vidéo ont été enregistrées.

Le cadre de la course n'était pas une simulation 3D comme dans un jeu vidéo, mais offrait bien les images réelles de la route que les cyclistes auraient emprunté si la course avait eu lieu. Les cyclistes professionnels étaient connectés en direct sur leur vélo de course par des entraîneurs à rouelettes intelligents, ceux-ci mettant la résistance correspondante sur les pédales en fonction de la topographie de la route. Sur son moniteur, le coureur pouvait suivre sa position dans la course grâce à une application de la plateforme d'entraînement Rouvy, laquelle propose des simulations réalistes de sorties en extérieur, et se



Une aire d'arrivée virtuelle qui prend en compte le paysage. ldd

voyait lui-même comme une image vidéo en situation réelle.

L'office valaisan a réalisé de nombreux interviews avant les étapes et s'est également attaché les services de l'ancien champion cycliste suisse Steve Morabito, ce dernier proposant des analyses de parcours sur Strava, un réseau social permettant le suivi par GPS d'athlètes amateurs et professionnels dans de nombreux

sports. «Nous n'avions pas d'attentes chiffrées, le but était surtout d'utiliser cette première innovante pour communiquer de façon originale», s'est félicité Alessandro Marcolin.

«C'est une bonne publicité pour la Suisse et le Valais, avec ces images de paysages réels, la course continue d'exister dans le cœur et l'esprit des gens. On met vraiment en pratique le slogan de

Suisse Tourisme, Dream Now – Travel Later», ajoute de son côté Fabian Claivaz, directeur de Martigny Tourisme, qui se prépare à recevoir du 20 au 27 septembre prochain plus de 800 médias pour couvrir les Championnats du monde de cyclisme entre Aigle et Martigny. De 150 à 200 000 personnes y seront attendues pour le dernier jour. Un défi pour l'équipe de Fabian Claivaz, sachant que la Foire du Valais attire 220 000 visiteurs sur 10 jours.

Serait-il prêt à un Championnat du monde lui aussi virtuel, sur le modèle du Digital Swiss 5, si jamais l'épreuve venait à être annulée par les autorités? «Pour le côté fun et décalé, je vous dirais oui. Mais la réponse revient à l'UCI, qui détient les droits à l'image. En tant que professionnel du tourisme, je préfère de loin le virtuel à rien du tout, cela permettra aux gens de vivre des événements tout en restant à distance. Mais nous espérons tous que la course aura bien lieu.»