



PRESSESPIEGEL 2009
der htr hotel revue

MILESTONE
c/o htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24
E-mail: info@htr-milestone.ch
Internet: www.htr-milestone.ch

**„MILESTONE.
Tourismuspreis Schweiz“
2009**

**„MILESTONE.
Prix de tourisme suisse“
2009**



Intakte Natur als Trumpf

Am letzten Ferientag in Lugano sprachen sich viele Touristiker für ein Engagement im Umweltschutz aus. Was ist daraus geworden? Ein kleiner Überblick.

Philip Müller

Der Klimawandel wird nicht spürbar am Schweizer Tourismus vorliegenden Deshalb hat Schweizer Tourismus in Lugano am Freitag, 20.01.2009 – Schweizer Tourismus im Klimawandel – präsentiert und die anwesenden Touristiker zu einem Umweltschutz einmündigen, aufgeführten. Das am 1. April 2009 ist es soll es dann gründen. Das ist ein weiterer Arbeit im Hintergrund weiter. Das Thema Klimawandel ist für uns nicht ein

«Es darf beim Thema Nachhaltigkeit nicht nur bei den guten Vorsätzen bleiben.»

Jürg Schmid

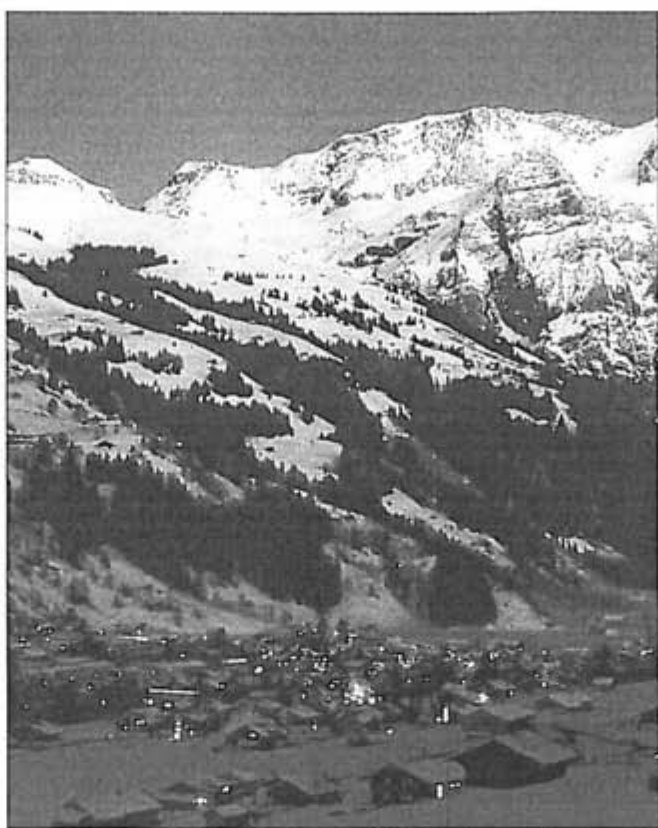
Präsident Schweizer Tourismus

kampagne gezielt Naturerben, die unter anderem in die neuen Naturparks führen – Schmid ist sicher, dass die Schweiz eine rasche Chance hat, sich als umweltfreundliches Tourismusland zu positionieren. Gewissheit gibt ihm die Studie der Yale und Columbia Universities im Auftrag des WFT, die die Schweiz beim Nachhaltigkeitsindex weltweit auf den ersten Platz setzte. «Wir haben einen Vorsprung, den wir nutzen sollten. Nachhaltigkeit bietet eine Wachstumschance für die Schweiz. Es darf aber nicht nur bei den guten Vorsätzen bleiben.»

Touristiker haben Umweltziele noch nicht erreicht

Gute Vorsätze kostete am letzten Ferientag auch Urs Wädler, Direktor Engadin South Tourism. Er stellte in Aussicht, Klimawandeltourismus für die Region auszurollen. Doch ganz so weit ist es nicht. «Wir waren mit unseren Aufgaben zugehörig, das werden wir nie. Wir sind aber noch im Anfangsstadium», gesteht Urs Wädler. Er will aber nicht locker lassen. «Die Jagd nach CO₂-neutralen Ferien ist ein Ziel, das wir nicht aufgeben werden. Wir werden es schaffen, das ist unser Ziel.»

Das Unterengadin im nördlichen Tourismus präzisieren, konnte der Tourismusdirektor aber vorantreiben. Sie beteiligen sich an Nachhaltigkeitsprojekten, beispielsweise am Projekt Ferien im Auto. Dabei ist es nicht nur die Umsetzung von Umweltschutzmaßnahmen, sondern auch die Bekämpfung des Klimawandels. Sie wollen bis Ende 2009 ihre Nachhaltigkeitsstrategie erarbeiten. «Das ist ein ambitioniertes Ziel. Die Idee von Berner Fest. Wir müssen zuerst unsere Ziele erarbeiten, damit wir bis 2012 eine der führenden Schweizer Tourismusorganisationen im Ökologie-Management sein.»



Intaktes Dorfbild: Der Berner Ferienort Lenk will sich im nachhaltigen Tourismus positionieren.

Ferien vom Auto Ein neues Projekt in vier Destinationen

Lenk, Braunwald, Agerholtsattel und die Engadiner Nationalparksregion. Märkte in der kommenden Sommerzeit das Projekt «Ferien vom Auto». Sie testen mit vierfünftägigen Angeboten, ob Feriengäste davon überzeugt werden können, ohne das eigene Auto mitzubringen. Rund 90 Prozent der Energieverbräuche werden nämlich für die Aus- und Abreise in die Ferien verbucht. Das Projekt wird vom Dienstleistungsunternehmen für nachhaltige Mobilität des Bundes finanziert. Unterstützt wird es vom Verkehrsclub der Schweiz (VCS), dem WWT und der Schweizerischen Jungbau-

technische HES SO im Kanton Wallis. «Drei Komponenten stehen im Vordergrund», erläutert Urs Wädler, Direktor Engadin South Tourism. Die originale Anreise mit dem öffentlichen Verkehr, die Erprobung von ÖPNV und der Taxi- und Gepäcktransport. Vor allem der Gepäcktransport ist die Ferkonzeption. Die Feriengäste werden in der Unterkunft mit dem öffentlichen Verkehr verbunden. Die Servicekräfte müssen unbedingt verbessert werden. Konkret: Eine halbe Woche bereits für November. In diesem Monat liegen sich das 10-jährige Bestehen des Verkehrs-Tourismus. Zu diesem Anlass

wenden wir sicher ein Package kreieren. Er was andere Akteure ersetzt Jürg Moser, Geschäftsführer Lenk-Sommerurlaub. «Bei unserer Strukturreform geht es vor allem darum, die Mobilität im Ort zu verbessern. Man möchte im Sommer Velostationen einrichten, dies dem Gast ermöglichen, an einem Ort ein Velo mitzunehmen und anderorts wieder abzustellen. Wichtig ist dem Tourismusdirektor auch die Bahnhöfe. Zwei-Simmen-Lenk, die zur Bahnhöfenstationen unter Druck ist. Der heimische Gross-Rat befindet im Frühling darüber. «Wir möchten aufzeigen, dass wir die Bahn unbedingt brauchen», so Moser. Er

Schweiz

In Restaurants kocht man wenig mit Labelfleisch

Während bei den beiden führenden Grossverteilern der Schweiz Fleisch aus tierfreundlicher Produktion immer mehr an Bedeutung gewinnt, kochen die Gastrobranchen weitgehend, schreibt der Schweizer Tierschutz STS. Von insgesamt 1546 angeschriebenen Schweizer Restaurants hatten 139 einen ausgefüllten Fragebogen zurückgeschickt. Fazit: «Nur wenige nehmen auf das Tierwohl Rücksicht – Lediglich 52,3 Prozent der Betriebe geben an, ein oder mehrere Menüs mit Labelfleisch anzubieten. Besser sehe die Situation bei den tierfreundlich produzierten Eiern und dem Angebot an vegetarischen Gerichten aus.»

Schweiz Mobil: Süsser Milestone zum Start ins 2009

Schweiz Mobil dürfte im letzten November in Bern den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» entgegennehmen. Die Freude war gross – so gross, dass Schweiz Mobil zum Jahresende diesen Milestone gleich 300 Mal weiter schickte, und zwar in Form eines 200 Gramm schweren Schokoladen-Süsses aus der renommierten Berner Backerei Glaxo, der ebenfalls in steingraue Alufolie verpackt und mit einem rutschfesten weichen runden Schildchen versehen ist. Wie finden: Eine originelle Idee und eine super Überraschung. ebo



Nachruf

Peter Staudenmann ist gestorben

Der ehemalige Zentralpräsident der Gastrosuisse, Peter Staudenmann (1937) ist nach schwerer Krankheit gestorben. Während seiner Amtszeit von 1992 bis 2002 hat sich der ehemalige Wirtverband markant gemässigt. Staudenmann hat ihn zu einem modernen Arbeitgeberverbund und einer eigenständigen Unternehmensgruppe geführt. «Kraft, Begeisterung, Geduld, Mut zum Risiko und ein gutes Auge für die künftigen Entwicklungen zeichnen Peter Staudenmann aus, bis heute in seinem Lebenslauf.»



Er führte von 1967 bis 1978 als «Quereinleger» das Restaurant Schindler in Thun und anschliessend, bis 1988, das Hotel Restaurant Maffei in Thun. Ab dem Jahr er ausserhalb im Verband tätig, erst als Vizepräsident, dann als Zentralpräsident. Er hat wesentliche Beiträge geleistet und auch die Inszenierung des Wirtverbandes, seitdem Gastrosuisse. Es sei ihm gelungen, die richtige Distanz zum Tagesgeschäft zu halten und dennoch in den Verband mit wesentlichen Projekten nach vorwärts zu orientieren. ck

Ein Wellness-Hotel für Meilen?

Ein bisher unbekannter Investor aus Deutschland trägt sich mit Wellness-Hotel-Plänen in Meilen am Zürichsee. Ortskundige Touristiker-Profil sind eher skeptisch.

mit 150 Sitzplätzen ein Wellness-Hotel zu bauen. In der Region gilt es an weniger klaren, wird signifizieren.

Experten zweifeln, ob es genügend Potenzial gibt

Tatsächlich ist die Gegend, die als eine der reichsten der Schweiz gilt, schwach bestückt mit Wellness-Hotels. Ob es genügend Potenzial gibt, ist trotzdem häufig Maurus Lauber, Leiter Marketing Zürich Tourismus. «Sehen dem Doppel Grand und dem Panorama Resort in Fetsberg gibt es zwar noch wenige Wellness-Betriebe am Zürichsee. Doch das alleine muss noch nicht heissen, dass es auch ein grosses Potenzial geben könnte für ein solches Hotel.» Zu sich Gäste, sagt Lauber, verbunden Wellness, wenn schon eher mit einem Aufenthalt in der Stadt



«Genügend Gäste über das ganze Jahr zu finden, wird sicher nicht ganz einfach sein.»

Maurus Lauber

Leiter Marketing Zürich Tourismus

Karlsruhe hinaus habe die Region Zürich international mit den besten Wellness-Destinationen. Meilen (11,500 Einwohner) liegt 15 Kilometer südwestlich entfernt von

der Stadt. Ein weiterer Grund für Laubers Skepsis: «Auch wenn das Haus Potenzial hat für eine Wellness-Resort, die Gegend für eine Wellness-Resort ist eher weniger geeignet. Wellness nach Meilen kommen wird sicher nicht ganz einfach sein.»

Chance nur, «wenn sich ein solcher Betrieb stark spezialisiert»

Maurus Lauber, General Manager des Stadtzürcher Lady's First Design Hotel und im Verein Zürcher Hotellers (ZH) als Vizepräsidenten zuständig für Marketingfragen. Jeder neue und innovative Betrieb ist grundsätzlich begrüssbar. Ob es aber eine Wellness-Anlage im städtischen Meilen alleine mit Hotelferien betreiben kann, das ist die Frage. Zumal sich auch im Lady's First zeigt, dass Hotelkunden nicht an

tunatisch auch Wellness-Kunden seien. «In unserem Hotel etwa funktionieren Rehabilitation und Wellness als zwei separate Märkte. Nur mit Hotelgästen alleine besuche unser Wellness-Angebot nicht führen. Hier sind wir auf lokale Kunden angewiesen, vielleicht Stadtbewohnerinnen und Pendlerinnen – Park Rigg, Leiter Marketing im Panorama Resort & Spa in Fetsberg, sieht für ein zusätzliches Wellness-Hotel in der Region Zürichsee nur Chancen, «wenn sich ein solcher Betrieb stark spezialisiert, etwa auf Anwendungen im Bereich Kosmetik, Medical Beauty oder Medical Wellness.»

Wie weit solche Überlegungen schon gediehen sind, wir vom neuen Eigentümer nicht in Erfahrung zu bringen. Maffei Skiglad regierte wieder auf teils rechtliche nach auf Mail-Anfragen.



«Fais-tu sourire et tout le monde te sourit en retour, toi» pourrait être le mot d'ordre d'un réceptionniste.

Natalie Allesch (Page 12)

Record sur la Riviera

Le Lunch de printemps, organisé par Montreux-Vevey Tourisme, a connu un grand succès. Le record de participation a été battu.



La création libre de ces cannes d'été à Montreux-Vevey.

Les derniers ont de bonnes raisons de faire cause commune à leur office du tourisme. Avec l'appui de tous ses partenaires, la région travaille en effet, d'arrache-pied sur son développement. Comme l'a indiqué le président de MVT François Margot, elle est née en couple dans le domaine du management de destination.

Une nouvelle étape sera franchie, dans quelques mois, avec la fusion avec le club de la nouvelle marque «Montreux Riviera» (fin du 20 mars). Cette marque devra encore un peu plus l'économie touristique de la région, a-t-il dit. Lui-même, John, n'avait pas manqué de rappeler auparavant que l'hôtelier a investi 250 millions de francs pour améliorer ses infrastructures.

Les organisateurs du lunch de printemps Harry John (à g.), directeur et François Margot, président de Montreux-Vevey Tourisme (MVT).



Le printemps (à g.) sur les tables du traditionnel rendez-vous des partenaires de Montreux-Vevey Tourisme.



Les organisateurs du lunch de printemps Harry John (à g.), directeur et François Margot, président de Montreux-Vevey Tourisme (MVT).



Kurt Wipraechtler (à g.) et Ralph Nikolaïski (à gauche) (à g.) de l'FWJ.

D'une langue à l'autre

Berne: les hôteliers se réjouissent des CM de hockey



Les championnats du monde (CM) de hockey sur glace, qui auront lieu à Berne et à Zurich du 24 avril au 7 mai, réjouissent de nombreux hôteliers. Cela vaut avant tout pour les hôteliers bernois, la capitale étant le théâtre de davantage de rencontres que Zurich. L'Hotel Allegria, qui accueillera à Berne les équipes autrichienne, russe, slovaque et suisse, affiche d'ores et déjà pratiquement complet.

Im

Page 2

La crise n'effraie pas le patron de l'Europa-Park

«La crise n'a pas que des mauvais côtés. Nous avons constaté, lors de précédentes périodes de récession, que de nombreuses personnes recherchent à de longues vacances et viennent visiter notre pays d'attractions», a relevé Roland Mack, le patron de l'Europa-Park de Rust, dans l'interview qu'il a accordée à notre hebdomadaire. Situé dans le sud de l'Allemagne, l'Europa-Park a accueilli en 2008 quatre millions de visiteurs dont 19% de Suisses.

Im

Page 5

Attention à ne pas diaboliser tous les projets

Directeur en chef de la revue suisse allemande d'architecture, les Hefter, Kobi Gantenbein ne voit pas nécessairement d'un mauvais œil toutes les constructions d'envie qui ont vu le jour dans les Alpes. Il juge ainsi favorablement le complexe hôtelier The Rocks à Laax, aux Grisons. Il rappelle toutefois les Charbon de fer rhodéens, lorsqu'ils ne portent atteinte à la nature lors de leur construction, sont aujourd'hui inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.

Im

Page 7



Daniela Ghiliani (à gauche), directrice de l'Hotel de Ville, et Hans-Ruedi Gerber, directeur de l'Hotel de Ville.



Richard Chassot (à gauche) et Jean-Paul Genoud (à droite).



Les membres du jury Remy Créput (à g.), directeur du Centre des congrès de Montreux, et Ernest Guilbert (à g.), directeur de l'administration.

Milestone 2009: la 10e édition est lancée

La tournée de l'annuaire touristique, le Prix du tourisme suisse Milestone 2009, a démarré. Les candidats ont jusqu'au 31 août pour faire parvenir leur dossier au jury. Le règlement et les formulaires d'inscription peuvent être téléchargés sur le site internet. Des prix pour un montant de 10000 francs attendent les lauréats qui seront récompensés le 17 novembre au Kultur Casino à Berne. Ce concours sera aussi organisé pour la deuxième fois par l'Hotel revue avec le concours de la Fédération suisse du tourisme et du Secrétariat d'Etat à l'économie. L'édition 2009 accueillera 104 candidats.

www.milestone.ch

hoteljob.ch se présente sous un nouveau jour

Le maître de l'emploi en ligne de l'Hotel revue a été revêtu. Destinée aux employeurs de l'hôtellerie, de la restauration et du secteur touristique, ce portail se présente désormais sous le nom de www.hoteljob.ch. Les fonctionnaires et les navigateurs ont été optimisés et simplifiés, indique Karolina Kwag, responsable du secteur commercial de notre hebdomadaire. Une nouvelle grille de tarifs a parallèlement été introduite. Les employeurs peuvent choisir de placer leurs offres par unité, par communes ou sous forme annuelle. Les employés, quant à eux, ont la possibilité de mettre gratuitement leur profil sur le site et de demander un abonnement pour une recherche ciblée.

www.hoteljob.ch

Art et inauguration au menu

Le programme d'activités du Club alpin suisse (CAS) comprend une exposition d'art et l'inauguration de la cabane «high tech» du Mont Rose.

THÉO CLAVIER

Haute montagne de 16 millions de francs, c'est l'investissement investi dans la construction par le Club alpin suisse (CAS) et avec le concours de l'Etat de Valais. L'inauguration de la cabane du Mont Rose, située à 2600 mètres d'altitude, au-dessus de Zermatt, cette cabane, qui sera mise en service en septembre, a la particularité de reunir des technologies innovatrices et une architecture de haut niveau.

d'après le CAS. Le programme d'activités 2009 comprend aussi l'organisation et le 24 de l'Exposition d'Art du CAS. Cette manifestation présentera, à l'intérieur et autour de l'impressionnisme du CAS, des œuvres de quatre artistes.

En 2008, le CAS a ses 151 cabanes ont enregistré 324000 visiteurs, soit un recul de 2,4% par rapport à 2007. Cette baisse est due essentiellement aux mauvaises conditions de randonnée pendant l'hiver 2007/2008.



La cabane du Mont Rose (à g.) sera inaugurée en septembre.

Aminona-Resort dans le collimateur du WWF Suisse



Catherine Mattison, membre de la direction du WWF, est très sceptique à l'égard d'Aminona-Resort, un complexe de 2000 lits prévu dans le Crans-Montana. «Les promoteurs ne veulent pas inscrire dans le registre toutes les services hôteliers qui seront proposés dans ce nouveau complexe. Nous n'avons ainsi aucune garantie à long terme que les appartements ne soient pas vendus en tant que résidences secondaires. De la station de Crans-Montana compte déjà 7000 lits touristiques».

Im

Page 11



Design-Hotels

Scuol, Gondo, Barcelona, Hamburg. Vier Hotelkonzepte mit ganz individuellen Charme. Seite 13 bis 15

Luzern

Projektleiter lost Huwyler zu Plänen und Hintergründen der Salle Modulable als Erweiterung des Kulturangebots. Seite 5

Weinseminar

Im Weinkurs von und für Frauen lernen weibliche Weinfans entspannter. Seite 17

Spa Summit

Wir müssen eine neue Welt kreieren, und das erreichen wir nur gemeinsam. Seite 6



Erfolg, in Stein gehauen

Der wichtigste Tourismuspreis der Schweiz bleibt in Bewegung. Dieses Jahr wird der Milestone zum 10. Mal verliehen. Bisherige Gewinner trafen sich zum Get-together.

U nter dem Milestone, dem wichtigsten Preis der Schweizer Tourismusbranche, ist dieser Bewegung zu folgen und immer wieder mit ihr zu prägen, sondern auch zu leben...

Die Anpreisungen werden in der Vorverleihungsfeier der nächsten Milestone-Verleihung einfließen...



Der Milestone wird in diesem Jahr zum 10. Mal verliehen.

Arthursmetten, der Gewinner des ersten Nachhaltigkeits-Milestone. Die Bewerbungen für 2009 können ab sofort eingereicht werden unter www.htr-milestone.ch. Seite 7 bis 12 und 24

Kommentar

Mit einem Label ist die Hygiene nicht mehr nur Kostenfaktor



Einmal mehr kommen die Kantone Bundesherrn zu rat und lassen sich Hygiene-Labels auf Verbands- bis Kantonebene während des Bundesrats für Gewissheit noch an einer Verhandlung zu Hygienemassnahmen Gastgewerbe anbieten...

Der politische Vorgang erinnert an das Rauchverbot. Erst die Kantone, dann Bern.

wird andere europäische Länder bereits Vorbild. Seit 2001 kennt Danemark das Smiley-System, das zwischen gut- und schlecht-unterscheidet. Einen Smiley-vergeht man am Ende Lebensmittellisten...

Studie Demoscope

Leser bewerten hotel revue sehr positiv

Gute Noten für die hotel revue bei einer qualitativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Demoscope...

Tourismusprognose

Die Durststrecke wird bis zum Jahr 2011 dauern



In den nächsten Monaten dürfen in den Hotels mehr Zimmerschlüssel hängen bleiben.

BAK Basel Economics prognostiziert in der gestern publizierten Tourismusprognose das Ende der Durststrecke für den Winter 2010/2011...

(Mai bis Oktober 2009) wird ein Rückgang der Hotelbuchungen um 7,2 Prozent erwartet...

www.htr.ch
Adresse: ...
Redaktion: ...
Verlag: ...



HOREGA
Kursänderung nach oben.

Polster-Möbel-Klinik
Die Stör-Polsterer chund!
ACHTUNG! Neue Möbelstücke...

KASTLISTOREN
Für mehr Gäste - bei jedem Wetter
Kastl & Co. AG

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.
rebagdata
hotel management solutions

HOREGO
Die Produkte der HOREGO...

Milestone. 1. Preis. Ingrid Bumann-Jossen, Chefin der «Chesa Pirani» in La Punt, hat der «Milestone» mehr Umsatz beschert. René Kamer, Chef der RailAway AG, hat der Preis vor allem Bestätigung gebracht.



Immer noch happy über den Milestone und das Echo, das dieser für den Betrieb auslöste: Ingrid Bumann-Jossen, «Chesa Pirani» in La Punt.

«Ein Stein, der uns motiviert»

Ingrid Bumann-Jossen strahlt noch heute, wenn sie von der Preisverleihung im 2004 erzählt. Das Echo war enorm, der Umsatz stieg.

FLURHENDEN / 13

Ingrid Bumann-Jossen ist immer noch ganz überwältigt, wenn sie an die Verleihung des Milestone zurückdenkt. Den ersten Preis im Jahre 2004 bekamen sie und ihr Mann Daniel für ihre «Chesa Pirani». Und vor allem das ganze Team des Gourmet-Restaurants in La Punt im Engadin. Denn diese die zehn engagierten Mitarbeiterinnen waren gar nicht so weit gekommen. «Mein Mann war 2003 Mentor für den Nachwuchspreis und kam ganz begeistert aus Bern zurück», blickt Bumann-Jossen zurück. Später sagte hinter dem Rücken des Chefs habe das Team dann den Betrieb für den Milestone

vorgeschlagen – just im zehnten Jubiläumsjahr. Als der Best-Best der Nominierung kam, sei man ganz überwältigt gewesen. Die Verleihung über selbstempfindende Ingrid Bumann-Jossen und ihr Mann als «einmaliges Erlebnis». «Für uns als kleiner gastronomisches Betrieb war das eine äusserst grosse Ehre. Die Verleihung der Tourismpreise in Süd- die «Chesa Pirani» ist ein altes, Engadiner Haus mit rund 40 Sitzplätzen, verteilt auf drei Aussen-Stuben. Zurück ins Engadin wurden Bumann-Jossen von Glückwünschen umgeben über schwermütig Anrede 200 E-Mails gingen ein – von Gästen, von Berufskollegen, von Touristikern. «Als Familienbetrieb erreicht man niemals so ein Medien-echo», ergänzt Ingrid Bumann-Jossen die Wirkung. Diese zeigte sich auch auf der Betriebsseite: «In den Jahren 2004 und 2005 hatten wir eine absolute Explosion beim Um-

satz. Und die Wirkung hatte weiter an. Der Milestone zeigt mir, dass ich die Idee richtig gemacht habe und mich von den Gästen auf dem Preis angesprochen. «Das ist der Tourismpreis der Schweiz. Das hat viel Gewicht. Auf der neuen Homepage soll dann auch der Milestone-Filmzettel aufgenommen werden. Vor allem aber habe der Preis das Team zusammengeführt. «Das Team war sehr stolz, dass es den Anstoss für die Verleihung gegeben hätte. An selber waren natürlich alle Mitarbeiterinnen anwesend. Heute arbeiten sie alle bis ins in anderen Betrieben. Doch über Milestone schmerzt zusammen, wir pflegen noch einen engen Kontakt. Normalerweise geben die Bumann-Jossen nun an jede Milestone-Verleihung. Und wenn mal die Zeit fehlt, beibringt man sie mit Ingrid Bumann-Jossen. «Am Abend gehe ich immer direkt ins Netz, um zu wissen, was geschehen hat.»

«Der Milestone ist für mich ein Meilenstein. Er motiviert zum Weitermachen.»

Ingrid Bumann-Jossen
«Chesa Pirani»

Siegel für Qualität

Von Freude warf René Kamer, CEO der RailAway AG, bei der Übernahme im Jahre 2005 den Milestone in die Luft. Heute hat der Stein einen wichtigen Platz in einer Vision im Empfang am Hauptbahnhof Luzern. «Der Milestone war für mich keine Bestätigung, nur etwas über mich hinaus. Geschäftsmodell, so Kamer 1999 wurde RailAway der Innovationsführer der SBB, im Lebensjahr 2007 erhielt Kamer den 1. Preis des Milestone. «Danach wurden mir von Airlines weltweit Anfragen für Partnerprojekte in über 100 Ländern. Die

Milestone wirkt wie ein Qualitätszertifikat. 2006 zählte man 25 Partner mehr Partner, mit denen man attraktive Packages für die Kunden schenkte. Der Umsatz wuchs 2006 deutlich (+ 22%). Auch wenn er keine Partner oder Anzeigen besetzen wollte, schenkte er sich erst mal im Milestone-Netzwerk an. «Das strebe ich auf innovative Leute mit der gleichen Willenskraft.»

Milestone: Auch gut fürs Image im SBB-Konzern, meint René Kamer.



- 1. Peter Köhler, vor fast 10 Jahren riefen Sie den Milestone ins Leben. Was war die Ur-Idee dahinter?**
Wir wollten die Innovation innerhalb der Branche antreiben und gleichzeitig die Rolle des hotelrevue als Tourismus-Medium stärken. Der Tourismus hatte damals eine deutlich weniger gute Lobby als andere Branchen – er sollte in Wirtschaftskrisen besser etabliert werden.
- 2. Wie hat sich Ihr «Baby» inzwischen entwickelt?**
Puck! Auch nach meinem Rückzug vor fünf Jahren wächst und gedeiht das Kind mit Unterstützung von engagierten Partnern wie seosy und hotelbeneausse. Der Milestone ist heute eine etablierte Marke. Es gibt zahlreiche interessante Projekte, profitable Partnerschaften und damit gute Preisträger. Erst eine Freude



Nachgefragt
Peter Köhler

Geboren: 27. 10. 1938
Tätigkeit: Gab im Jahr 2000 als damaliger Chefredaktor der htr hotelrevue den Anstoss zur Lancierung des Tourismuspreises – Milestone-Heute: im Vorstand Swiss Hotels Hotels. Und neuerpreiser Tourist

- 3. Und wie entwickelte sich die Branche?**
Das Niveau des Schweizer Hoteliers hat sich in den letzten zehn Jahren verbessert. Die Branche ist international wettbewerbsfähig. Sie vermarktet sich besser als einst, auch dank der professionellen Zusammenarbeit mit Schweizer Tourismus. Das Internet wird an Bedeutung noch massiv zunehmen.
- 4. Was wünschen Sie dem nächsten Milestone für die nächsten 10 Jahre?**
Mir wünsche ich, dass ich auch ein hundertstes 20-Jähriges erleben darf. Und das Milestone, dass die Jury weiterhin «schöne Vogel» und ihre Ideen portiert. Der Tourismus braucht Lokomotiven, die inspirieren und antizipieren. Gut finden den neuen Auftrieb unter htr milestone.ch. Und mir gefällt, dass das Designpraktikum gepflegt wird. Also

hotellerieuisse
Gastgeber & Gäste
happy innovation
Optimales Schlafklima dank Amicor™ Pure und Hypersoft.

HotelInfo-TV
Hotel-Partner
Webseiten
ipeak infosystems

Ihr Yield-Partner.
Hotel-Partner
1. 441 31 302 70 90
www.hotelpartner.ch

REPA AG
COFFEE SYSTEMS
Repa AG
Toblerstrasse 29
5703 Seon
Telefon 062 775 07 07
www.repa.ch

pistor
Hauptpartner
FORUM
9. Juni 2013 - Chesa Pirani
www.pistor.ch

Milestone. Gewinner. Sie alle haben zwischen 2000 und 2008 den «Oscar des Tourismus» entgegengenommen. Nun hat sich die Milestone-Gemeinschaft erstmals zum Netzwerken getroffen.

Treffen der Ausgezeichneten



Alle Milestone-Gewinner waren in Bern zu einem Treffen eingeladen. 28 der 46 Ausgezeichneten waren gekommen und haben erzählt, was ihnen der Tourismuspreis – auch Jahre nach der Verleihung – noch bringt.

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes Projekt 1. Preis

| | | | |
|------|---|------------------------|------------------------|
| 2000 | Nationale elektronische Informations-Buchungs-Plattform für touristische Leistungen | SDM | Marius Busch |
| 2001 | Valais Excellence – Total Quality Management | Valais Tourisme | Yvon Aymon |
| 2002 | Hotel Riders Palace | Weisse Arena Laax | Reto Gutierrez |
| 2003 | Mystery Park | Mystery Park | Oswald Zurlinggen |
| 2004 | Chesa Pironi – Gourmet-Restaurant | D. + I. Barnann-Jossen | D. + I. Barnann-Jossen |
| 2005 | RailAway – Ideen für die Freizeit | RailAway | René Kamer |
| 2006 | Hillfmeilebis – SAC | Schweizer Alpen-Club | Bruno Lüthi |
| 2007 | Weseben, Vergeben | Veron Z Toblen | Beno Stoffel |
| 2008 | Stiftung Visolund Schweiz | SchweizMobil | Peter Anrig |

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes Projekt 2. Preis

| | | | |
|------|---|------------------------|---------------------------|
| 2000 | Guland Promenade | Gemeinde Guland | Leonz Blansch |
| 2001 | Watch Valley | Art Jusansen Tourisme | Ardie Rottenbühler |
| 2002 | Lucerne Culture Partner | Lucerne Tourismus | Lisa Schilling |
| 2003 | Arosa Card www.aal-ipc.ch | Arosa Tourismus | Hans-Kaspar Schwarzenbach |
| 2004 | Sechs Hotels – sechs Welten | Manotel SA | Paul E. Müller |
| 2005 | Samsstag fahren Kinder gratis | JungfrauBahnen | Urs Kessler |
| 2006 | Doka Soap – Hotelbuchung via SF DRS | Hotelhochschule Luzern | Kurt Imhof |
| 2007 | Enjoy Switzerland | Schweiz Tourismus | Urs Wöhler |
| 2008 | Jugendbergen mit Nachhaltigkeitsstrategie | Schweiz Jugendbergen | Fredy Geiss |
| 2008 | Marke Graubünden | Graubünden Ferien | Gern Spescha |

Die Gewinner 2006–2008: Herausragendes Projekt 3. Preis

| | | | |
|------|--|---------------------------------|---------------------|
| 2006 | Footballcamp Brasälen | Weggis Vittrozio Rigi Tourismus | Danovic Keller |
| 2007 | «Via Stona» Kulturwege verbinden die Schweiz | ViaStoria | Hanspeter Schneider |
| 2008 | Stanscherhorn Rangens | Stanscherhorn-Bahn-Gesellschaft | Jürg Bösliger |

Kategorie Nachhaltigkeit (seit 2008)

| | | |
|------|-----------------------------|--|
| 2008 | Wallo's Nachhaltigkeit VRUS | Ferienort Resort & Spa, Saus-See, Best Anihamatten |
|------|-----------------------------|--|

Die Gewinner 2002–2007: Kategorie Sonderpreis

| | | | |
|------|---|------------------------|---------------------------------|
| 2002 | Kleine und feine Orte für grosse Ferien | Graubünden Ferien | Urs Wöhler |
| 2003 | Chouett'Nid | Jean-Paul Willeumier | Jean-Paul Willeumier |
| 2004 | Aprels-Wandern für milde Füsse | Gasthof Weissbadbrücke | S. Schmid, S. Marty |
| | | Weisbad | U. Gilmin |
| 2005 | Packwegen-Trekking | Packageis | Sandra Egli, Christian Golfetto |
| 2006 | Märchenhotel Bellevue Braunwald | Hotel Bellevue | Martin Vogel |
| 2007 | Handy Safari | Arosa Tourismus | Hans-Kaspar Schwarzenbach |

Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Nachwuchspreis

| | | |
|------|--|--------------------------------------|
| 2000 | Fabrizio Rey-Ganten | Visions Grand Montana 2000 |
| 2001 | Latino Buggemann-Govardik | „Herbst“ – Schweiz Tourismus |
| 2002 | Bernard Germanier | Euro-26 / Jugendkarte AG |
| 2003 | Ivo Adam | Weltbester Nationalpasseur |
| 2004 | Bruno Räcklin | Direktor Sörenberg Flühli Tourismus |
| 2005 | Urs Raschle | Geschäftsführer Einsiedeln Tourismus |
| 2006 | Samuel Vörös | Geschäftsführer Tavolago |
| 2007 | Wirtschaftsmittelklasse Luzern, Lukas Steger | «Rollentennis» |
| 2008 | Stefanie Lodi | Reservationsystem Private Selection |

Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Lebenswerk

| | | |
|------|---|------------------------------------|
| 2000 | Bruno Gerber | Tourismusdirektor Davos |
| 2000 | Hans C. Leu | Albergo Giardino Ascona |
| 2001 | Monica + Dominique Thomay-Kieschawek | Kunsthôtel Trüffelhof Basel |
| 2002 | Emanuel + Rosnane Berger | Hotel Victoria-Hungfrau Interlaken |
| 2003 | Hanspeter Dausser | Tourismusdirektor St. Moritz |
| 2004 | Werner Betsch | Direktor Schweizer Reiseklasse |
| 2005 | Charles-André Rameyer | Directeur de l'OTV |
| 2006 | Leo Jeker | Direktor Savognin Bergbahnen AG |
| 2007 | Theo Schneider | UNESCO Biosphäre Entlebuch |
| 2008 | Felix + Maria Dietrich-Kleinberger, Urs Kleinberger | Hotel Wolchhaus Säwi-Alza |

Milestone. 2. und 3. Preis. Dominic Keller, Urs Wohler, André Rothenbühler und Fredy Gmür mit René Dobler: Sie haben den zweiten oder dritten Preis gewonnen. Allen hat er geholfen, ihre Projekte voranzutreiben.

«Gäste wollen den Milestone kaufen»

Dominic Keller, Direktor von Weggis Vitznau Rigi Tourismus, hat im Jahr 2006 den 3. Preis entgegengenommen. Weitere Meilensteine hat er im Visier.

Das Footballcampment hat Tourismusdirektor Dominic Keller den Tourismuspreis ermöglicht. Ein Tagung mit der Befragung der Inflation...
Der Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...

...aber auch international eine angesehene Auszeichnung. Deshalb ist nicht nur er selber, sondern das ganze Team stolz auf diesen Preis. «Bislang war für uns das Erlauben erhalten haben, ist es für uns immer noch aktuell.»
Der Milestone wird im Internet, in Prospekten und Broschüren kommuniziert und in Sitzungen und Veranstaltungen in der Region. Physikalisch ist er für alle Gäste sichtbar auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...

«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern.»

Dominic Keller
Tourismusdirektor Weggis

...seinem Kollegen, ihr Projekt einzurichten. «Erstens, weil es nicht gut ist, nur im stillen Kämmerlein zu arbeiten, und zweitens, weil eine solche Anerkennung wichtig ist. Ganz im Sinne von: The Gates und spricht darüber...»



Der Milestone ist Dominic Kellers Motivationspritze.

Stimmen zum Thema



«Einerseits bestärkte der Milestone unsere Partner in ihrem Engagement für unser Projekt. Andererseits war die Auszeichnung auch ein persönlicher Gewinn für das gesamte Team, verbunden mit Stolz auf die erbrachte Leistung.»

Peter Anrig (Veloland Schweiz)



«Der Milestone hat eine Signalwirkung nach aussen und nach innen. Nach aussen steht er für unsere Innovativität, nach innen zeigt er uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Jürg Balsiger (Stanserhorn Rangers)



«Der Milestone hat die Anerkennung des SAC in der Tourismusbranche bewirkt.»

Peter Mäder (Hüttenerlebnis SAC)

«Oldtimer» aus dem Urhental

Die Schaffung einer neuen Touristenzentrale...
Der Milestone nutzte André Rothenbühler - aber nicht alle liessen sich beeindrucken.



...teilte in der Zusammenarbeit mit den Kantonsparlamenten und Gemeinden...
Der Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...

Grosser PR-Effekt



Fredy Gmür (l.) und René Dobler freuen sich über den Milestone.

Fredy Gmür, Geschäftsführer Schweizer Jugendherbergen, und René Dobler, Geschäftsführer der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus, sind im Jahr 2007 mit dem 2. Preis für die Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen ausgezeichnet worden. Der Milestone hat einen prägnanten Platz im Sitzungsraum des Geschäftsstelle der Jugendherbergen in Zürich, wo für alle Mitarbeitenden sehr gut sichtbar...
Der Preis habe seinem Unternehmen sehr viel gebracht...
Gmür besuchte er uns einen riesigen PR-Effekt und stärkt unsere Glaubwürdigkeit gegenüber den Gästen, dem zu wissen, dass es sich hier nicht um eine interne Auszeichnung handelt, sondern um eine branchenweite. Auch intern habe sich die Auszeichnung positiv ausgewirkt...

«Der Milestone ist ein Dankeschön für unsere Mitarbeitenden und eine Motivation, die Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuentwickeln. «Ob der Milestone auch für ganz persönliche Taten offen konnte, darüber habe ich mich nicht nachgedacht, denn im Moment sei es mit seiner Aufgabe glücklich und zufrieden und konnte sehr zufrieden sein. Ich denke, diese Auszeichnung gibt primär einer Strategie, die vom Vorstand strategisch vorgegeben, operativ umgesetzt wurde und von 450 Mitarbeitenden getragen wird...»
Wir kann der Milestone noch besser positionieren werden? Ich denke es wäre wichtig, ihn über die Branche hinaus bekannt zu machen. Wir arbeiten - gerade wegen der konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie - auch mit Partnern aus der Industrie zusammen, von denen kennen die wenigsten den Milestone. Anders in der Tourismusbranche. Hier werde ich sehr mit persönlich auf den Milestone ausgesprochen...»
Die Schweizer Jugendherbergen schlossen sich Partnern unterschiedlicher Branchen. Verträge ab. «Wir versuchen jeweils gewisse Standards zu setzen. Überzeugend ist es für uns, wenn wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Milestone ausgezeichnet worden sind.» Der Preis helfe, den Lieferanten klar zu machen, dass die Nachhaltigkeitsstrategie der Jugendherbergen kein PR-Effekt ist, sondern dass wir dahinter stehen...»

Kleines ganz gross

Als Urs Wohler 2002 mit «Klein und fern» den Milestone gewann, stand das Projekt gerade kurz vor Ende der Planungsphase...
Der Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...

...zunehmend schliesslich soll man der Auszeichnung ja gerecht werden, erklärt Wohler. Mit einem Milestone in der Tasche werde das Projekt ganz sicher auch umgesetzt...
Der Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...
Milestone ist ein Preis, der den Gästen sichtbar ist. Auf der Website der Touristik...
Wir werden regelmäßig mit Gästen geteilt, wie viel der Stein kostet, so wie ein abgekauft mit nach Hause nehmen...



«Daran haftet Glaubwürdigkeit: Urs Wohler zum Milestone.»

Milestone. Besondere Preise. Beat Anthamatten hat den ersten Nachhaltigkeitspreis bekommen. Bruno Fläcklin und Samuel Vörös wurden mit dem Nachwuchspreis, Martin Vogel mit dem Sonderpreis ausgezeichnet.

Stimmen zum Thema



«Die Auszeichnung hat mir geschäftliche Anerkennung gebracht und meine Karriere gefördert. Zudem war es für mich persönlich wie auch für das ganze ST-Team eine Bestätigung für die erbrachte Leistung.»

Ladina Bruggmann-Giovanoli
(Nachwuchspreis)



«Der Gewinn des Milestone motiviert und verpflichtet, das Nachhaltigkeitskonzept des Gewinns langfristig umzusetzen.»

René Dobler (Nachhaltigkeitsstrategie Schweizer Jugendbergen)

«Er ist ein Firestone»

«Wir sind Gewinner, jetzt müssen wir uns erst recht beweisen.»
Beat Anthamatten vom Ferienart Resort nutzt den Milestone als «Feuerstein».

ARTIKEL VON ANNE

Der Milestone hat mehrere Nachwirkungen für mich gehabt. Erstens eine grosse Genugtuung. Alle in der Branche sehen zum Beispiel, wenn man sich für Nachhaltigkeit einsetzt, sagt Beat Anthamatten, der Leiter des Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. «Büchli 2009» seien die positiven Auswirkungen nach innen, im eigenen Unternehmen. «Meine eigenen Mitarbeiter im Betrieb haben ihre Optik geändert

und erkannt. Unser Handeln ist weiter als ein nur nach innen gerichtetes, betriebliches Denken.»

«Jetzt hab ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss»

Der Milestone-Preis für Nachhaltigkeit hat uns zudem mein privates und Geschäftsleben verändert... stellt Anthamatten fest. «In dem Masse, dass ich bald alle drei Wochen irgendwas einem Vortrag habe.» Ich muss heute noch nach Mattnacht, Sonntag und Montag in Altdorf, in zwei Wochen zu einem Vortrag in Zuchwil, dann in Oberwil. Es bedeutet für mich eine totale Veränderung. Firestone hat mir viele Vorträge, das gehört dazu. In meinem Unternehmen habe ich einen Auftrag dazu, dies zum Thema zu machen – und jetzt

habe ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss. Und das hat seine Wirkung auch für meine Gäste.»

«Gewissen Projekten hab ich mehr Druck geben können»

«Jetzt heisst der Milestone bei uns (Firestone) und hat noch mehr drauf.»

Beat Anthamatten
Leiter des Ferienart Resort Saas-Fee

«Wir haben den Milestone umgetauft. Jetzt heisst er Firestone, und hat noch mehr drauf», sagt Beat Anthamatten. Vielfach besteht die Gefahr, dass

man meint, man ist gut, wenn man einen Preis bekommt, und dann ist es vorbei. Aber der Auftrag heisst ja: Wir sind Preisgewinner, jetzt muss sich das Team erst recht beweisen. Dadurch hab ich jetzt gewissen Projekten mehr Druck geben können. Dank dem Milestone hab ich das MyClimate durchgezogen, mit hundert Prozent.

Verbesserte Resonanz bei den Kapitalgebern

Beat Anthamatten empfindet den Milestone als eine wahre Zuspitze im treibenden Motor seines Resorts. «Ich plane weitere Projekte im Haus, die aufgrund des Milestone-

Der Milestone bringt Feuer in sein Resort und in dessen Team: Beat Anthamatten aus Saas-Fee.

Preises schneller gehen. Weil ich jetzt auch bei den Kapitalgebern eine verbesserte Resonanz spüre. Auch das grosse Branchen-Netzwerk an der Milestone-Preisverleihung selber spielt gemäss Anthamatten «eine wichtige Rolle». Und: «Es ist interessant, jetzt frage mich eine Dame von einem Institut für Wasseranliegen, wie ich Nachhaltigkeit geheckt, und dann ersehen am Bödenum Nachhaltigkeitspreis, und so kam sie zu mir.»

«Bald absolviere ich das EMBA»

Strenge mit dem Milestone 2009 für die beste Nachhaltigkeit gewonnenen Auszeichnungsgewinner hat Samuel Vörös nicht nicht einleiten können, er befasst sich aber nun ernsthaft damit. «Ich werde ein EMBA (Executive Master of Business Administration) absolvieren», erklärt Vörös, der nach wie vor Geschäftsführer von Tavolago ist. Zurzeit evaluiert er drei Universitäten. Am liebsten würde ich es in St. Gallen tun, aber die setzen ein Jahres Einkommen von mindestens 200'000 Franken voraus, so über hat ich auch nicht.»

Der Gewinn des Milestone war für Mitarbeiter und Kunden eine Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg waren, so Vörös. Der Preis habe auch die Funktion eines Vertrauensbeweises. Persönlich habe er vom Milestone direkt mit gutem Gewissen konsumiert. «Es ist aber immer schön, wenn man für seine Leistung gelobt wird.»

«Es würde mich freuen, wenn vermehrt auch gastronomische



Samuel Vörös.

Projekte zu den Milestone-Gewinnern gehören würden, so Vörös. Denn die Gastronomie habe immer einen bedeutenden Einfluss auf den Gesamttourismus. «Deshalb empfinde ich jüngerer Gastronomie, die etwas erreicht haben, sich für den Nachhaltigkeit zu bewahren», sagt der Geschäftsführer der Tavolago.

Liaison gestiftet

Was war für Martin Vogel, Hotelier und Besitzer des Marlhotels Bellevue in Blumholz, das schönste Resultat des Milestone-Sonderpreises? «First classulibere Kommunikation auf die Leute zugehen können.» Und dann kommt Martin Vogel-Lautbegierde: Liaison zu sprechen, die am Milestone-Event gestiftet wurde. «Als wir im 2006 den Milestone gewonnen, bin ich nach der Verleihung von einem Tisch zum anderen herangezogen worden. Und eine Mitarbeiterin der htr Hotelrevue

die mich kannte, sagte: Darf ich Dir meine Freundin vorstellen? Sie hat die Idee von Frau Bundesrätin Lauterbach geschrieben. Er sagte zu dem jungen italienischen Mädchen. Das war aber ein toller Job, da haben sie wirklich eine gute Idee geschrieben. Sie sagte: Nein, Frau Bundesrätin hat das selber geschrieben, ich durfte nur meinen Schlusssatz reinbringen. Diese junge Dame, die damals in der Tourismus-Abteilung des Sees bei Peter Keller arbeitete, ist heute die Assistentin von Jung Schmid – und die Ehefrau meines Sohnes.»



Martin und Lydia Vogel

Treiber für Karriere

Bruno Fläcklin, 2004 beim Gewinn des Milestone für die beste Nachhaltigkeit Tourismusdirektor von Sörenberg Flühli, ist heute Leiter Marketing/Verkauf bei Bella Ferien. Mit dem gewonnenen Güteschein absolvierte Fläcklin die Ausbildung zum dipl. Tourismusexperten. «Ich war damals nur in der Branche. Der Preis hat mir Kontakte ermöglicht, man hat mich plötzlich gekannt und auch auf mich geblickt», bilanziert Fläcklin. Ins besonders am Erlebnis sei man auf ihn aufmerksam geworden

«Der Gewinn des Milestone motiviert einen, weiterzumachen», sagt Bruno Fläcklin. Vor allem zu Beginn sei auch Druck vorhanden gewesen. «Man hat den Preis erhalten, jetzt muss man etwas zeigen.» Die Ansprüche von aussen, aber auch an sich selbst nähmen zu. «Es war ein Treiber für meine Karriere», sagt Fläcklin weiter. Es gebe viele junge Leute, die einen derartigen Preis verdient hätten. «Es braucht Touristen, die ein genügend grosses Selbstvertrauen haben, um sich dafür zu bewerben.»



Bruno Fläcklin.

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration seit 35 Jahren

Cash - Flow?

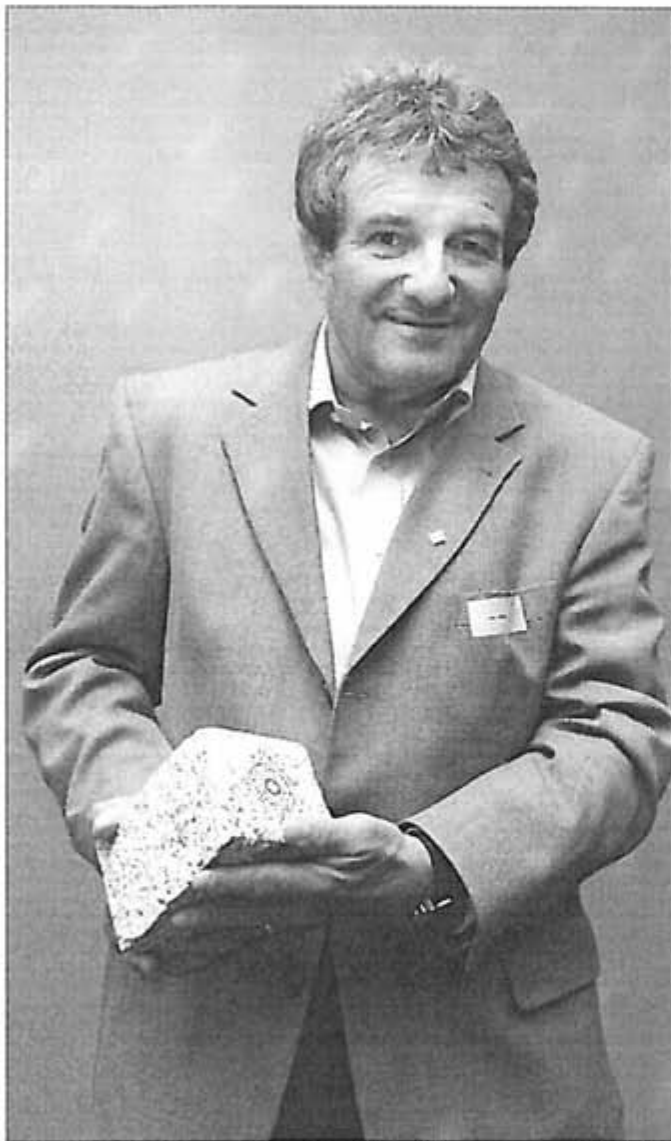
Wir sind die Spezialisten für die Optimierung der Wirtschaftlichkeit von Hotels und Restaurants. Wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 Betrieben, welche wir mit Erfolg bearbeitet haben.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Poststrasse 2, Postfach 413, CH-8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – 079 422 37 24 – Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

Milestone. Lebenswerk. Sie haben für den Tourismus viel bewegt: Leo Jeker, Werner Bernet, Emanuel und Rosmarie Berger. Dafür sind sie mit dem Milestone für das Lebenswerk ausgezeichnet worden.

«Kaibe khoge Freud»



Leo Jeker hat 2006 für sein Engagement in Savognin den Milestone bekommen.

Leo Jeker ist ein leidenschaftlicher Touristiker. Und ein überzeugter Bergler und nimmermüder Initiant von Projekten ist er auch.

© MICHELE PIERI

Leo Jeker, haben Sie sich alt gefühlt, als Sie den Milestone für das Lebenswerk bekommen haben?

Oja, das habe ich mir gar nie überlegt. Nein, alt habe ich mich bestimmt nicht gefühlt. Ganz im Gegenteil: totalmotiviert. Ich hatte einfach eine «kaibe khoge Freud».

Hat Sie der Preis auch beruflich weitergebracht?

In erster Linie hat mir der Preis bestätigt, dass meine Bemühungen auch von der Branche gewürdigt werden. Ich bin immer noch überall für die Bergregionen unterwegs.

Ich habe mich hartnäckig eingesetzt und mich stets bemüht, nicht stehen zu bleiben. Ich wollte immer den Tourismus in Graubünden und die Region Sursse weiterbringen. Umso mehr freut es mich, wenn dieses Engagement zur Kenntnis genommen wird.

Hat Ihnen die Milestone-Auszeichnung denn auch ausserhalb der Branche Beachtung gebracht?

Das war ja das Erstaunliche und vor allem Erfreuliche. Die Reak-

tionen kamen von allen Seiten von den Wirtschaftsverbänden und auch aus der Politik – überall wurde das Preis wahrgenommen. Ich bekam nach der Verleihung viele Anfragen für Referate aus dem In- und Ausland. Das hat mich natürlich besonders gefreut, denn ich vertrat meine Anliegen gerne und überall.

Sie glauben an den Erfolg eines branchenübergreifenden Netzwerkes von Tourismus, Wirtschaft und Politik.

Oja, das war schon immer mein Anliegen. Als Politiker kämpfte ich für touristische gesunde Rahmenbedingungen und nachhaltiges Wachstum von Tourismus und Wirtschaft.

Sind Sie als «Schneemacher» der allerersten Stunde und nimmermüder Visionär auch Vorbild für junge Touristiker? Natürlich, und genau das ist ein weiterer grosser Pluspunkt des Milestone. Die jungen Branchenleute sollen sagen: «Ich will auch mal den Tourismuspreis bekommen». Das ist eine tolle Motivation für alle Touristiker und Hoteliers. Daher bin ich noch heute stolz auf den Preis.

«Die Reaktionen kamen von überall, von der Wirtschaft und aus der Politik.»

Leo Jeker
Milestone 2006, 2007, 2008, 2009

mit dem Preis ausgezeichnet, und es ist bis heute ein Thema. Wie gesagt, das ist für den Nachwuchs und das Netzwerk sehr wichtig. Ich bin überzeugt, dass solche Preise die Akzeptanz und die Sensibilität für unsere Branche fördern. Und das ist doch etwas sehr Wichtiges. Nur so können wir die unsere Belange einbringen.

Stimmen zum Thema



«Der Milestone hat uns bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Der Preis wird in der Branche hoch geschätzt und ist mit Prestige verbunden – das wirkt sich auch auf die Anerkennung und Unterstützung der Förderer unseres Projekts aus.»

Gieri Spescha (Marke Graubünden)



«Merci au Milestone d'avoir donné un élan au projet qui lui a fait gagner en crédibilité et en terme d'image.»

Sandrine Foschia (Valais Excellence)



«Imagemässig war der Milestone sehr gut für Luzern Tourismus. Mir persönlich hat er zusätzliche Anerkennung meiner Arbeit innerhalb des Betriebs gebracht.»

Lisa Schilling (Lucerne Culture partner)

Umfrage: es, bg, na

Die besondere Auszeichnung

Ein aussergewöhnliches Produkt, eine herausragende Servicekultur und ein wertvoll verankertes Haus, das wertvolle Werte, mit denen Rosmarie und Emanuel Berger im Jahr 2002 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» überreicht bekommen. Heute sind die beiden nicht mehr operativ als Hotelierschoppar im Victoria-Jungfrau Grand Hotel in Interlaken tätig – auf den Preis sind sie nach wie vor stolz. «Das tolle am Savogniner Tourismuspreis ist, dass er von der Branche verliehen wird. Das über uns immer noch, auch nach sieben Jahren», sagt Rosmarie Berger – in Hotelbetriebe, die sich national und international Presse erhalten hat. Im gleichen Jahr besagte Rosmarie wurde er von der «Bildung» zum «Herbsten des Jahres»

gekürt, mit dem Swiss Wellness Award ausgezeichnet und von der American Academy of Sciences in den USA geehrt. Doch der Milestone war anders: «Stimmt, ich habe einige Auszeichnungen als Hotelier erhalten, aber in eigenem Land und vor allem von den eigenen Leuten geehrt zu werden, das war ein ganz spezielles...»

Auch Rosmarie Berger hält fest, dass der Milestone einen sehr hohen Stellenwert hat. Und was beide immer wieder sehr berührt: «Dieser Preis ging natürlich nicht nur an uns beide, sondern an das ganze Hotelteam. Schließlich hat jeder einzelne Mitarbeiter seinen Teil dazu beigetragen.» Als CEO der Victoria-Jungfrau Collection prägt Emanuel Berger um die ganze Gruppe.



Rosmarie und Emanuel Berger waren auch auf ihr Team stolz.

Positives bewegt

Ich persönlich erachte den Milestone als einen Unternehmerrpreis und eine Bestätigung meiner Schaffens-Werte. Bernet ist seit 1984 bei der Beka tätig, seit 1998 als Direktor. Er erhielt 2004 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» und ist auch heute von den Reaktionen sehr stolz. «Ich würde immer noch hundert Milestone angeschlossen, das finde ich schön, denn es ist mittlerweile fünf Jahre her», Werner Bernet summiert den Aufwand der Beka zu einem der grössten Ferienunternehmensbetriebe der Schweiz und für die Entwicklung des Beka-Check-Out-Satzes auf über eine halbe Million Franken ausgezeichnet.

Die Beka habe in den letzten fünf Jahren seit der Auszeichnung sehr viel mehr Medienpräsenz gewonnen als noch vor der Preisverleihung. Dennoch betont Bernet, dass er diesen Preis nicht als persönliche Auszeichnung verstehe, sondern als eine Anerkennung für das ganze Unternehmen. Und da Werner Bernet ebenfalls den Preis hat, als gewählten PR-Mann für die Firma zu wirken, kann ihm der Preis sehr gelegen und er würde

auch, damit wirksam einbringen. «Mit der possession des Vermarktungsgütes Milestone habe ich viel Positives herbeigeführt. Ich habe schon immer für eine gute PR im Tourismus plädiert. Seit 15 Jahren zähle der Beka-Check zu den beliebtesten Kundenerlebnissen in der Schweiz. Das macht mich als Schweizer Franken auch die Beka zweckgebundenen touristischen Geld.»

Werner Bernet sieht den Milestone als Unternehmerrpreis, der auch ausserhalb der Branche von Bedeutung ist.





«La Milestone démontre notre capacité à innover et confirmer que nous sommes sur la bonne voie»

Jörg Balsiger (Page 9)

Les anciens lauréats du Milestone se sont retrouvés à Berne. Tous heureux d'avoir fait acte de candidature pour le Prix du tourisme suisse.

Photo: M. W. / H. A. S.

Le Milestone doit vivre et rester dynamique – tel est le mot d'ordre lancé par Elisabeth Hofmayer, présidente du Prix du tourisme suisse et directrice en chef de notre hebdomadaire, organisatrice du Milestone avec le Secrétariat d'Etat à l'économie, la Confédération suisse et l'Association des Hôtels.

Un mot d'ordre qui a été porté d'honneur dans les lieux, car le prix de l'innovation touristique ne manque pas de vitalité. Une preuve en est apparue dès quelques jours à Berne avec une première – la première – des anciens lauréats du prix qui ont fait acte de candidature pour le prochain tour de manège.

Une quarantaine de personnes ont répondu à l'invitation, montrant qu'elles étaient heureuses d'avoir fait acte de candidature.



Les anciens lauréats ont répondu à l'invitation des organisateurs du Milestone.

C'est ainsi que des distinctions du Milestone ont été attribuées. Elles ont été prises dans le bon sens du terme, c'est-à-dire sur les 35 lauréats qui ont répondu à un questionnaire 20 d'entre eux ont été élus pour le prix, soit un tiers environ du total.

«Ce prix était prévu à un bon moment pour nous. Il a apporté une visibilité auprès des entreprises qui nous ont permis d'associer à notre programme de qualité – amical – Sandrine Tostler, de Valais Excellence, organisateur lauréat du Milestone en 2001. «Nous profitons toujours de la dynamique engendrée par ce prix», ajoute-t-elle.

«Ce prix était prévu à un bon moment pour nous. Il a apporté une visibilité auprès des entreprises qui nous ont permis d'associer à notre programme de qualité – amical – Sandrine Tostler, de Valais Excellence, organisateur lauréat du Milestone en 2001. «Nous profitons toujours de la dynamique engendrée par ce prix», ajoute-t-elle.

Milestone: dix ans et plein de vitalité



Sandrine Foschia, de Valais Excellence, lauréat en 2001.



André Rothenbühler, lauréat en 2000 pour le concept Watch Valley.

une réputation qui est à la hauteur de l'importance qu'accroît le tourisme dans l'économie de notre pays», a-t-il dit. Il souligne également que le prix a permis au tourisme d'améliorer sa visibilité et est heureux de savoir que sa promotion sera encore renforcée.

«L'enthousiasme au sein de Elisabeth Hofmayer, le Milestone n'est pas figé. Des améliorations sont prévues, notamment pour la remise des prix de la 10^e édition qui aura lieu le 17 novembre au Kultur-Casino à Berne. On aura, par exemple, une présentation de l'événement d'une vraie fête d'un film.

Des efforts seront aussi faits pour que la Suisse mandate et le festival soient davantage présents au Milestone. Une traduction simultanée sera proposée lors de la remise des prix. De la promotion sera surtout faite pour mettre les prestataires des régions à proposer au jury des projets novateurs susceptibles de briser un prix. «J'ai demandé aux responsables des organisations touristiques locales, comme l'Office du tourisme

de canton de Valais, Valais Tourisme ou encore Genève Tourisme de promouvoir le prix», a indiqué Alberto Vimeca, le coordinateur du projet.

C'est donc bien parti pour la 10^e édition du Milestone. Le délai de dépôt des candidatures est fixé au 31 août. Le règlement et le formulaire d'inscription peuvent être téléchargés sur le site. On appellera que les prix, d'un montant total de vingt-trois mille francs, sont attribués dans quatre catégories: projet remarquable, prix de la relève, prix spécial de développement durable et prix pour l'œuvre d'une vie.

*www.milestone.ch
Lire aussi le cahier Fokus

D'une langue à l'autre

Les milieux touristiques peuvent respirer



Les milieux touristiques peuvent être satisfaits. Le peuple suisse a dit oui au passeport biométrique lors de la votation du 17 mai. Même si le résultat a été très serré (50,14%). L'essentiel est qu'un vote négatif n'ait été émis. Cela-ci avait permis en quelque sorte de faciliter d'entrée en Suisse les touristes, sans toutefois trahir l'avis du Suisse. Cet argument a été bien compris à Lucerne qui reçoit beaucoup de touristes et hôteliers étrangers. Le passeport biométrique a été accepté à 57,6%. Im

Page 2

L'hotel revue est très appréciée par ses lecteurs

L'enquête «Baromètre effectif» sur le lecteur de l'Hotel revue a donné des résultats très réjouissants. La psychologue Sabine Brunner a été étonnée de la façon positive dont les lecteurs ont répondu à notre hebdomadaire. Cette enquête a également fait apparaître que le journal était lu par plusieurs membres d'une même entreprise. Im

Page 3

Etude du BAK: l'été s'annonce difficile pour les hôteliers



Les gros nuages noirs semblent venir couvrir l'industrie touristique suisse au cours de ces derniers années. Le tourisme suisse devrait en être affecté de plein fouet cet été par la crise économique mondiale. Une étude publiée en début de semaine par l'Institut économique BAK Basel Economic Research Institute a révélé des données alarmantes: un recul des ventes hôtelières de 7,2% pour la saison estivale qui va de mai à octobre. Si ces données venaient à être confirmées, il s'agirait du plus important recul enregistré depuis 1992. Im

Page 4

La randonnée n'a «quasiment pas de frontières sociales»

Suisse Rando a procédé à un examen des besoins et des caractéristiques du randonneur. Il apparaît que ce dernier se recrute quasiment dans toutes les catégories sociales.

Photo: L. G. / H. A. S.



La randonnée en Valais, est pratiquée par un très large public.

La randonnée est une activité sportive importante, puisqu'elle attire la population de toute l'échelle de la gamme. C'est une des constatations que Suisse Rando a fait sur la base d'une étude approfondie des caractéristiques et des besoins des randonneurs, effectuée en collaboration avec l'Office fédéral des statistiques dans le cadre de son 7^e anniversaire.

C'est également permis aussi de remarquer que, contrairement à d'autres activités de loisir, la randonnée ne connaît quasiment pas

de frontières sociales. Elle est pratiquée indépendamment du niveau de formation et du revenu, ainsi qu'au sein de la vaste tranche des différentes «classes» selon les catégories d'âge, les régions linguistiques et les nationalités.

Ainsi, les Suisses allemands (75%) seraient plus attirés par la randonnée que les Suisses romands

(17%) ou que les Tessinois (22%). L'enquête a aussi montré que les randonneurs dépendent 13 fois en moyenne par randonnée pour les transports, la subsistance et, éventuellement, le logement. A raison d'une vingtaine de randonnées par personne, ces chiffres s'élèvent à un chiffre d'affaires annuel d'environ deux milliards de francs.

Charles Favre, nouveau président de l'OTV



Le conseiller national fédéral, l'Excellence, Charles Favre a été élu président de l'Office du tourisme du canton de Valais (OTV). Il a été élu lors d'une assemblée générale extraordinaire qui s'est tenue le 5 mai, à 24 heures.

Charles Favre succédera le 23 juin, date de l'Assemblée générale de l'OTV à Blonay, à Jean-Pierre Strehel, qui a été à la tête de l'OTV durant cinq ans et qui a été nommé directeur général de l'Union cycliste internationale, a indiqué l'OTV. L'Assemblée marquera aussi la mise en place d'un nouveau comité.

Vallée de Joux: un nouveau directeur à l'OT



Des modifications ont été apportées à l'organisation du Centre sportif de la Vallée de Joux et de l'Office du tourisme local. Collaborateur depuis cinq ans de la Vallée de Joux Tourisme, Cédric Paillard a été élu directeur de l'Office depuis le 1^{er} mai. Il a ainsi succédé à Thomas Waser, qui se concentrera désormais sur la direction du Centre sportif. Cette tâche comprend la gestion des infrastructures, du restaurant et des logements, ainsi que l'organisation des manifestations sportives. Cette nouvelle organisation assurera la continuité des projets.

Le johannisberg du domaine de Serge Roh en Valais

Fondé en 1950, le Domaine des Buvettes est aujourd'hui dirigé par Serge Roh, le représentant de la deuxième génération. A l'heure de ses 50 ans, il ne se distingue pas seulement par une excellente ambiance, mais également par un johannisberg qui vaut mention établie et le démontre. Son millésime 2000 est à la hauteur de l'attente. Im

Page 17

Aus der Region

Bern/Waadt

Glacier 3000 Run: Über 600 Läufer werden erwartet

Die die Premiere des Glacier 3000 Run im August 2008 als grösster Erfolg gewertet wurde, startete am Samstag, 8. August 2009 für zweieinhalb Stunden. Und dies mit zwei Streckenvarianten. In Gstaad führt die Route rund umlaufend der Hauptstrasse durch das Dorf, und im Bereich südliche Weissenhorn zum über einen bestehenden Wanderweg in der Taboule angelegten. (Qualifizierungen gibt es auch beim Verpflegungskonzept und der Shuttle Bus-Kapazität für den Rücktransport nach Gstaad. kj)

Gstaad: Neue Infrastruktur für Beschneigung



Die Bergbahnen Destination Gstaad AG (DGA) nahm im Juli den Ausbau der Beschneigungsanlagen mit Leberth Chubb (China) in Auftrag. Die Spitzmaße des Systems betragen insgesamt 3,3 Kilometer langen Abschnitte vor Das Gesamtprojekt kostet 3,9 Mio. Franken. Die aktuellen Arbeiten sind von wichtiger Schritt auf dem Weg zur Umsetzung unseres Gesamtansatzkonzepts. (htr) DGA-Technik Armin Gattner kj

Aus dem cahier français

Kempinski-Hotelgruppe baut massiv aus

Zur Kempinski-Hotelgruppe, die im Besitz der thailändischen Königsfamilie ist, gehören über 60 Hotels auf der ganzen Welt – am meisten in den USA. Die meisten der neuen Hotels in Amsterdam, Belgien, London, Paris, Venedig und Wien eröffnen, weitere Ausbaupläne seien fortgeschritten, sagt Rupert Stimmer, Regional Vice President für Westeuropa, der das Grand Hotel des Bains in St. Moritz führt. Er sagt, dass jedes Hotel der Gruppe ein neues Hotel-Projekt der Region einbringt, in der es geplant ist. (Seite 21)

Milestone

Tourismuspreis Schweiz: Eingabe bis 31. August



Der «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» steht im Mittelpunkt. Er ist mit insgesamt 20.000 Franken dotiert. Seine Kategorien, herausragendes Projekt, Nachhaltigkeit, Sonderpreis Nachhaltigkeit (Hintergr.), Lebenswerk einer Persönlichkeit. Eingabeschluss ist der 31. August 2010.

Kontakt: info@htr-milestone.ch
www.htr-milestone.ch

Laufend informiert

Experten sind sich einig: Mobile Reise-führer sind stark im Kommen. Man darf gespannt sein, wie sich der Trend weiterentwickelt.

WOLFGANG

Während der Digitalisierung, Tour in den verknüpften Gassen verschwinden oder über Kauf der Reise und dem stilles Öffnen in Sie? Die üblichen Schwierigkeiten auf einer Reise sind halb so schlimm, wenn man

Besetzter eines iPhones ist. Eine Applikation unter die eigene Position auf dem Stadtplan. Mit «Self-Spot» ist die nächstgelegene Toilette umgeben gehalten. Die Technik hat in sich. Es sind bereits eine Fülle zusätzlicher Software-Tools für Reisende vorhanden.

Der deutsche Reiseleiter Polyglott hat vor einer Woche den mobilen Reiseleiter auf den Markt gebracht. «Das Highlight ist die Individualisierung der Reise-Apps nach persönlichen Bedürfnissen», erklärt Yvonne Maier, Pressereferentin von Polyglott. Der Download im App Store kostet 4,99 Euro, dazu kommen Verbindungsgebühren. Das Angebot ist vorerst für 12 europäische Städte erhältlich: Larnaca, London, Paris, Berlin und Wien. Tour Schweizer

Städte existiert noch kein mobiler Reiseleiter. Das kann sich aber schnell ändern, so sich Maier sicher. «Kontakt ist zwar nichts geplant. Da das Material aber aus den Printprodukten vorhanden ist, wird es in naher Zukunft bestimmt auch mobile Reiseleiter für Schweizer Städte geben.»

Entwickelt hat die Applikation die deutsche Mecomo AG. Sebastian Schmidt, Marketingverantwortlicher, spricht der mobilen Kommunikation im Tourismus grosses Potenzial zu. «Die Nachfrage scheint zu sein. Sie unterwirft, während der Reise Informationen zu kommen, ist ein wachsendes Bedürfnis.» Die Möglichkeiten scheinen unbegrenzt – was die Zukunft bringt, «darauf sind wir selbst gespannt», so Schmidt.



Für Paris bereits erhältlich, in der Schweiz wohl auch bald eine willkommene Hilfe für Reisende: Der mobile Reiseleiter.

1. Schweiz Tourismus hat bisher drei iPhone-Applikationen im Angebot. Wie kommen diese an?

Überaus schnell! Wir haben schon über 100.000 Downloads aus über 50 Ländern. Die Entwicklung des Angebotes ist interessant, die Distanz zum Markt über den App Store quasi von selbst. Ein grosser Vorteil ist, dass die Applikationen selbstständig und intuitiv bedienbar sind.

2. Was will man mit diesen Applikationen überhaupt erreichen?

In erster Linie sind die Applikationen ein Marketinginstrument. Dann haben wir den Grundgedanken, Reise mit Informationen zu versorgen. Im Vordergrund steht immer der Service Gedanke. Die Bedürfnisse der Reisenden, wenn sie unterwegs auf, sollen bedient werden.



Nachgefragt

Thomas Winkler

Thomas Winkler ist IT-Verantwortlicher bei Schweiz Tourismus. Nach seinem mobilen Veranstaltungskalender und einem Schweizerisch für iPhone hat man dort vor kurzem die Schweizer Applikation lanciert.

3. Mobile Reiseleiter sind stark im Kommen: Plant Schweiz Tourismus selbst ein ähnliches Angebot?

Es macht keinen Sinn, einen eigenen Reiseleiter zu entwickeln, wenn bereits Angebote bestehen. Deshalb sind wir natürlich bestrebt, Kooperationen einzugehen. Wir sind mit diversen erfolgreichen Anbietern von iPhone-Lösungen im Bereich Reisen im Gespräch.

4. Und wie geht es künftig weiter in der mobilen Kommunikation?

Bezüglich der mobilen Reiseleiter sind wir momentan daran, eine Lösung für ausländische Gäste zu finden. Damit das am Ende ihrer Reise nicht eine herrliche Handyrechnung erhalten, ist ein Angebot gefragt, welches man sich zu Hause downloaden kann, um die roaming-Gebühren zu sparen. (htr)

Viele Hotels in Amden geschlossen

Die Amdener Hoteliers leiden unter den Hotelschliessungen und hoffen auf neue Initiativen.

STEFAN BACHMAYER

Der Ferienort Amden am Walensee ist durch die Hotelschliessungen in die Schlingensack geraten. Zwar sind dort Hotels mit hohem Standard, doch sind drei von dem Hotelplanen, das am See. Drei andere sind ebenfalls geschlossen, im Bau oder mit neuer Ausrichtung

Singlepersonzimmer. Die Gründe für die Schliessung sind vielfältig: die Branche spürt den Auswirkungen des Wirtschaftswendepunktes und fehlenden Investitionen. Die vier bestehenden Hotels sind in den letzten Jahren unter der negativen Berichterstattung und hielten auf neue Investitionen, die mit Investitionen klären das vorhandene Potenzial der Region zu vermarkten verstehen.

«Es ist wichtig, dass neue Hotelbetriebe dem Ort zu Aufschwung verhelfen.»

André Rödel
1975-05-07-19

«Begrüßung bekommen wir Anfragen, ob wir überhaupt noch geöffnet haben», erzählt André Rödel vom Hotel Arvenhof. Die negativen Nachrichten würden die Gäste verschrecken.

Der Gasthof der Familie Rödel läuft nach wie vor gut, die Familie kann auf Stammgästeliste aus der Schweiz und den nordlichen Nachbarländern sowie guten Kontakten zu Bus-Besetzern

zahlte Touristen stützen sich André Rödel, wie es im Amdener Tourismus-Kreis. «Die Gemeinde hat in der Vergangenheit zu wenig in den Tourismus investiert, die Initiativen gingen nur von den Hotels selber aus.» Gemeindefürsprecher ist Lagerström, im Winter gesetzt werden, was nach Rödel ein Schritt in die falsche Richtung gewesen ist. «Wegen der kurzen Schneesaison kann der Winter hier nur ein Nebengeschäft bleiben, die Mehrheit der Gäste kommt zum Wandern.» Immerhin sei Bauland ein touristischer Zweck ausgeschrieben worden. Ein Bauantrag wurde bereits

genehmigt. «Es ist wichtig, dass neue Hotelbetriebe dem Ort zu neuen Aufschwung verhelfen.» Diese Meinung ist auch Björn Grottel von Feldhorn Tourismus, der seit Beginn des Jahres für die Vermarktung der Region zuständig ist. «Da wir erst seit kurzer Zeit die Aufgaben des lokalen Tourismusvereins übernommen haben, sind wir noch dabei, die Situation zu analysieren.» Grottel sieht aber gute Chancen, dass Amden durch so genannte Strukturverbesserung, die sich abzeichnet, Zukunftschancen bekommt. Die Entwicklung öffne den Markt für neue Betriebe.

Hapimag mit mehr Halbjahres-Umsatz und -Gewinn

Hapimag, Anbieter von Ferien im Wohnmobilsystem, hat ihren Umsatz im ersten Halbjahr um 2,4 Prozent auf knapp 42 Mio. Euro erhöht. Unter dem Strich verlor die Gesellschaft 1,7 Mio. Euro nach 0,7 Mio. Euro in der Vorjahresperiode. Hapimag sank das operative Ergebnis (EBIT) leicht auf 1,8 Mio. Euro nach 2 Mio. Euro im Vorjahr. Zur positiven Entwicklung der Gesamtmaßnahmen tragen laut Hapimag insbesondere die 50 Bausatzungen (Empfangs) dieses Jahres. Hapimag steigert zum ersten Mal den Umsatz im ersten Halbjahr um 1,9 Prozent. Die Auslastung der Resorts bewegte sich

mit 71 Prozent auf Maximalniveau.

Zum Formel-1-Final werden 7 Hotels auf Yas Island eröffnet

Auf einer der grössten natürlichen Inseln von der Küste Abu Dhabi werden zum ersten Formel 1 Abu Dhabi Grand Prix am 1. November sieben neue Hotels eröffnet. Ein Teil der Serie wird direkt durch das 5-Sterne-Haus The Yas Hotel führen, welches halb ins Land und halb über dem Yachtclub gebaut ist. Yas Island umfasst ein Gebiet von 2500 Hektar und verfügt über einen 32 Kilometer langen Küstenabschnitt. Bis zum letzten Touringstadium 2010 werden etwa zwei Dutzend geschlossen. (htr)

Cricketstars der Jungfrau

In Indien und Grossbritannien sind sie die ganz Grossen des Cricketsports. Jetzt zeigen sie ihr Können auf dem Jungfrauojoch.



Der Superstar Gautam Gambhir.

Am 15. August erhalten die Jungfrauen ihren sportlichen Besuch. Das sind die Jungfrauen, die in Indien und Pakistan sind. Die Weltweit Cricketstars sind sich zum Freundschaftsspiel in Schönen auf 14.5 Metern über Meer.

art ebenfalls sehr populär ist. «Das tolle grosse Publikum sind wir die Wintersaison schmalhalten muss.

Für das Jungfrauojoch ist Indien der wichtigste Markt. Diese Aktion werden sich die Jungfrauen über 80.000 Franken einnehmen. Die 54 Spieler und Doormannen aus Indien und Grossbritannien sind von den Jungfrauen eingeladen. Das Spiel wird am Jungfrauojoch und Jungfrauen Fussballfeld. Für das Spiel erwartet Cricket den ersten oder anderen Zuschauer. «Der ein Ticket auf Jungfrauojoch kann, kann mittlerweile. Bei schlechtem Wetter wird das Spiel auf Sonntag verschoben.



Les clients de mes hôtels n'ont jamais dû remplir des questionnaires avec des smileys.

Hans Leu (suite)

Pour leur 40^e édition, les **Marchés folkloriques de Vevey** ont à nouveau fait le plein. Un succès qui promet des ouvertures touristiques encore plus larges.

de la rédaction

Tourisme et plage de sable au bord du lac, accueil professionnel de bénévoles et autres maîtres d'hôteliers, la ville de Vevey, comme entre fin juin et fin août. Parmi les animations incontournables figurent les Marchés folkloriques dont c'est la 40^e édition cette année. Et leur succès ne se dément pas.

Les hôteliers s'associent de plus en plus aux **Marchés folkloriques**. Nous avons vendu plus de 20000 ventes pour huit marchés se déroulant Jean-Louis Kameswyl



Les marchés folkloriques de Vevey attirent toujours un grand nombre de visiteurs.



À Vevey, la Grand-Place et les rives du lac sont le théâtre de nombreux événements festifs.

Une ville en fête

directeur-adjoint de la manifestation pour le compte de la Société de développement de Vevey qui a repris à son compte l'organisation de l'événement. Un événement auquel s'associent de plus en plus souvent les hôteliers pour bénéficier, mettre à disposition et promouvoir des services quand ce n'est pas la destination elle-même qui assure ces services.

Augustin lui-même est des clients qui arrivent tout spécialement à Vevey. Mais, sergent

en chef Jean-Louis Kameswyl, le commissaire, « nous entrepreneurs de plus en plus de presences extérieures ». Plus précis, alors que pour cet été la manifestation avait porté son dévolu sur un flyer dépliant distribué dans toute la Suisse par 120 hôtels plutôt que sur le traditionnel menu-ménage régional 10000 exemplaires de cette brochure ont été distribués, « beaucoup de clients allemands », précise-t-il, « ont été attirés par les langues entendues sous la

voix qui vient de Tallemend, à l'anglais, mais aussi à l'allemand car des opérateurs transalpins mentionnent aujourd'hui les Marchés folkloriques de Vevey comme destination en agrémentant le voyage par une visite du château de Chillon, autre monument touristique de la région vaudoise.

Un chiffre d'affaires d'un peu plus de 160 000 francs. Au final, et pour un chiffre d'affaires d'un peu plus de 160 000

francs des huit associations viticoles qui participent à l'opération sont payés au prix constant ce sont près de 20000 francs qui alimentent la caisse de la Société de développement.

Et pour permettre à son directeur-adjoint de promouvoir d'un côté et déjà une élite des Marchés folkloriques de Vevey encore plus tournée vers la participation inédite d'autres riverains du Léman les Navarrais de la rive sud du lac.

D'une langue à l'autre

Le tourisme pâtit des chantiers sur les autoroutes

Y a-t-il plus de chauffeurs automobiles en Suisse qu'à l'étranger? Non répond Jörg Rothberger à l'Office fédéral des routes. Il est conscient que le tourisme en tant que tel ne peut être effectué lorsque les températures estivales sont bonnes, de mi-avril à octobre. Des concessions ont cependant été accordées au tourisme. Dans une lettre autoroutière effectuée dans la région de Nargans (GR), deux voies, au lieu d'une, ont ainsi été aménagées dans la direction où le flux touristique est le plus important. Im

Page 5

Hans Leu, l'hôtelier qui sait sortir des sentiers battus

À la retraite depuis 2001, après un demi-siècle d'hôtellerie dont les quinze dernières années passées à l'ateneo di Gandino (A/C-oma), Hans Leu passe en revue quelques-unes de ses années. « Je suis passionné de ce métier et c'est ce métier qui m'a permis de me marier. Notamment lorsque j'ai décidé que le rose servait de signature identité, ont écrit Hans Leu qui, du temps où il travaillait au Grand, était toujours habillé en rose. Augustin lui-même est des clients mais son Hanley Davidson est resté rose. Im

Page 9

Swiss Hotel Film Award: les dés sont jetés. Rendez-vous sur www.htr.ch

Le concours de courts métrages, lancé par hotellerie suisse, connaîtra son épilogue ce soir à Zurich.

C'est ce soir au centre commercial Sidcity à Zurich, que seront dévoilés les noms des gagnants du Swiss Hotel Film Award, concours de courts métrages lancé par hotellerie suisse. Les lauréats auront été choisis parmi vingt projets nominés. Les résultats du concours et des photos de la manifestation seront diffusés vendredi matin sur notre site internet www.htr.ch et cent quarante-sept concepts de films ont été envoyés au jury et 100 hôtels se sont proposés comme lieu de tournage.



Le concours suisse de courts métrages.

Quatre-vingt-six dossiers de candidature pour le Milestone 2009

Parmi ces candidatures figurent quatorze projets en provenance de Suisse romande et quatre du Tessin.

L'opération touristique n'est pas en panne en Suisse. Quarante-vingt-six dossiers de candidature sont en effet parvenus à fin août au jury du Prix du tourisme suisse, Milestone 2009, dont est la troisième édition. Parmi ceux-ci figurent quatorze projets romands et quatre tessinois.

Le jury, formé des représentants des représentants des hôteliers, de la

Confédération suisse du tourisme et Hotellerie, vont maintenant sélectionner les nominés, parmi lesquels seront désignés les lauréats.

La cérémonie de remise des prix aura lieu le 17 novembre au Kultur Casino à Berne en présence de plusieurs représentants de médias.

Le Milestone est un projet suisse.

Neuchâtel: «la plus belle terrasse» a été désignée

Pour le public neuchâtelois, «la plus belle terrasse de l'été» est celle du Lake Side, le restaurant et bar du Hôtel Beaulac à Neuchâtel. Les organisateurs du concours «Tourisme neuchâtelois et Gastroneuchâtel» ont enregistré le nombre record de 4755 votes contre 400 lors de la 2^e édition en 2008. Le prix du jury a été attribué au Restaurant La Goulle, avec Hans Genevès. Ce concours a pour but de récompenser les établissements qui renouent notamment aux parades publicitaires aux couleurs par impressionnés. Im

Nice: le Hi Hôtel est un hôtel design qui sort de l'ordinaire

Le Hi Hôtel de Nice se distingue notamment par ses valeurs écologiques, sa gastronomie de très haut niveau et son design, conçu par Philippe Starck. Elle a des idées, relève Laurence Striker, la directrice générale de l'hôtel. Ce dernier offre la part belle à un design très coloré et à des solutions qui sortent de l'ordinaire. Dans certaines chambres, la baignoire se trouve par exemple au milieu de la piscine et n'est séparée du lit que par une paroi en des meubles amovibles. Im

Page 16

Igeho

21-25 novembre 2009 | Bâle | www.igeho.ch

Salon international de l'hôtellerie, de la gastronomie et de la consommation hors domicile

LES TENDANCES DE L'HÔTELLERIE SE RÉVÈLENT ICI

Secteur de poids à Igeho:
L'hôtellerie dans le secteur de la santé;
World of Inspiration; Le goût sans compromis

Nouveaux projets et petits hôtels prêts à ouvrir

Powered by

Partenaires médias



Haarige Ideen

Vorschläge für Koche und Serviceangestellte, die ihre immergleiche Frisur längst satt haben. Seite 15 und 16

Ferientag

Die Teilnehmer waren sich einig: Stadt- und Bergtourismus sollten enger zusammenarbeiten. Seite 2

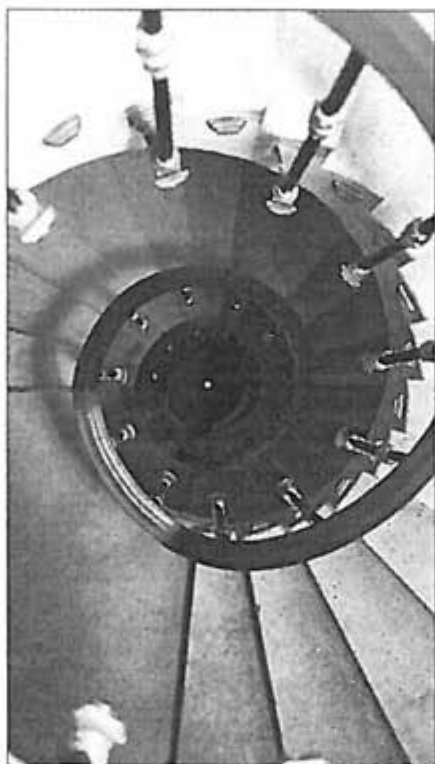
Kochen am TV

Daniel Bumann, Alfons Schuhbeck und Christa Rigozzi gehen auf Sendung. Seite 18 und 19

Igeho 2009

Es entstehen ganz neue Formen des Ausstellwesens. Wir verkaufen nicht mehr einfach nur Messe-Fläche. Seite 7

Matthias Leggen, Igeho-Messeleiter



Hotelpreise steigen mal hoch, mal runter: Im Parkhotel Weggis findet der Gast vorläufig keine dynamischen Tagespreise.

Das Spiel mit dem Preis

Airlines seit langem, Helvetic Tours seit kurzem: Sie setzen auf flexible Tagespreise. Schweizer Hoteliers binden Gäste lieber mit Mehrwert.

von HELENE HELLER

Natürlich spielen wir mit Preisen, aber nicht hebel mit Karteigeld, sagt Jörg Hubalt von Bahn. Direktor des Schweizerhotels in Zürich. Die meisten setzen Bruttoverkaufspreisen und -kollegen ergänzen. Wir setzen lieber auf Mehrwert als auf flexible Tagespreise. Kettentouristen und Airlines jedoch arbeiten sich langem mit Preisen, die sich täglich ändern. Helvetic Tours hat das neu eingeführt. Der Preisanbieter dankt nur noch Kataloge ohne Preise, denn die ver-

den stets der Marktlage angepasst. Yield Management, sagt Tourismusprofessor Hansruedi Müller, hat sich in der Schweiz erst in den letzten Jahren etabliert. Wer damit arbeiten wollte, brauche viel Know-how und Fingerfertigkeit. Eine genaue Marktberichterstattung wie das Miniregion Hotel Zürich Airport und das -Bitz Carlin in Berlin betreiben, sei unerlässlich. Es genüge nicht, die eigenen Kapazitäten zu kennen, sondern auch jene der Mitbewerber. Werfen inschaufert sein, gilt Müller zu bedenken.

Eine andere Möglichkeit für den Wettbewerb zu helfen, sind Aktionsplattformen wie Ebay und Badoo. Dort kann der Kunde zu einem günstigeren Preis einen Hotelgutschein erwerben. Andrea Strahm von der Treuhand AG - beiden Stadthotels listen wir so die Wächter des Jahres aus, in dem Saisonverleihen die Zwickelwirtschaft. Wer sein Hotel nicht selbst auf der Plattform stellen will, bekommt Hilfe von entsprechenden Dienstleistern. Seite 9 bis 14

Kommentar

Herbstzeit, Erntezeit, Milestone-Zeit, 20 Nominierte.



ELSBETH HOEMLER

Es ist Herbst. Wenn die Kürbisse orange prangen, wenn die Trauben schwarz an den Stielen hängen und sich die Blätter unter der Last der Früchte bewegen, ist Zeit zum Ernten. Es ist Herbst. Wenn die Ideen der Schweizer Tourismusleute reif sind, dann sollen auch sie geerntet und mit stolz präsentiert werden. Mit dem Ziel, dass sich viele andere Tourismusleute überlegen, ob dies in abgewandelter Form, auch für die eigene Existenz ein eigenes Hotel, für den eigenen Betrieb eine gute Idee wäre.

Die Saat ist aufgegangen. Schöner als wohl je erwartet.

Es ist Herbst. Zeit für den Milestone von der Hotelrevue, dem Seco und dem STV verliehenen Schweizer Tourismuspreis. Er stellt die aktuellsten Projekte dar, erfolgreiche Projekte zur Präsentation. Und mit offenen Augen nach Chancen zu verfolgen, was sich im der Branche an Innovation tut. Der Milestone wird immer zum erhalten Mal verliehen - ein kleines Jubiläum, das es zu feiern gilt. Den Grundstein zum Meilenstein hat der damalige htr-Chefredakteur Peter Kübler in weitestgehend Weise gelegt. Die Saat ist aufgegangen, so immer als wohl je erwartet. Fast 90 Projekte wurden 2009 eingereicht. Die meisten waren so gut, dass sich die Jury mit dem Entschluss herauf, vor die 20 Nominierten zu nominieren, absetzt. Die Wahl ist getroffen. Die Anwärter für den Milestone, den Nachhaltigkeits- und den Nachwuchspreis stehen fest. Wir stellen sie in dieser Ausgabe vor. Und freuen uns auf die Ernte.

www.htr.ch
Adresse: ...
Redaktion: ...
Verlag: ...



Neue Produkte

Die Marke Wallis macht wieder von sich reden

Langt war es ruhig um die Dachmarke Wallis. An der -Font de Valais in Martigny warteten die Verantwortlichen, aber fast täglich mit einer Neugestaltung. Sie ist ein neu ein Miniregion der Marke Wallis, das vor allem über die geliebte Hoteliers und Gastro-szene vermarktet werden soll. Später sollen Font de Valais in Martigny, die Idee dieses Pilotprojekts in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband für Walliser Weinbau, das Image des Ferientourismus in der Region zu verbessern, aufzuwecken. Von Antonio, Direktor des Accor's Marke Wallis, setzt dabei auf hohe Qualitätsanprüche. Seite 3

10 Jahre Tourismuspreis

Milestone: Die besten Projekte des Jahres sind nominiert

Am 17. November werden die Gewinner des Milestone 2009 feststehen und im Rahmen eines Jubiläumsgalas im Kultur-Casino in Bern präsentiert. Heute präsentieren die Hotelrevue die 20 Projekte, welche die Jury aus den 89 eingegangenen Bewerbungen zu den möglichen Gewinnern des diesjährigen Tourismuspreises zählt. Die Fachjury mit Richard Kampf vom Seco, Martin Lütolf vom Schweizer Tourismusverband STV und Ewald Halmoser von der Hotelrevue hatte die nicht leichte Aufgabe, die anspruchsvollsten, besten, überraschendsten und zukunfts-

weisesten und innovativsten Projekte zu kürzen.

Die Milestone-Jury und der Projektleiter Alberto Vinaschi sind mit der Anzahl der eingegangenen Projekte und deren Qualität zufrieden. Besonders positiv sei die diesjährige, relativ hohe Anzahl von Bewerbungen aus der Romandie.

Der begehrte Milestone wird am 17. November verliehen. Seite 4 bis 6 und 27

die, Entschlossenheit Vinaschi hat die relativ geringe Anzahl der Bewerbungen um den Nachwuchspreis. Nominieren sind für den Nachwuchspreis 1 bis 3 Rang, deren mit insgesamt 18000 Franken 14 Anwärter, sowie zwei für den Nachhaltigkeitspreis (der 5000 Franken beträgt).

Der Milestone Tourismuspreis Schweiz soll mit seiner Leistungsanforderung die Touristikler inspirieren, immer wieder ein Stück Leistungsfortschritt anzustreben und Neues zu erfinden. Launchedes Jahr zum ersten Mal verliehen. Seite 4 bis 6 und 27



Der begehrte Milestone wird am 17. November verliehen.



MIRELA - die Backoffice-Gesamtlösung von MIRUS und HOTELA.

MIRELA

www.mirela.ch

Milestone 2009. Jurierung. Insgesamt 89 Bewerbungen musste die Fachjury unter die Lupe nehmen. 20 Projekte wurden als potenzielle Gewinner nominiert.

Die 20 Besten sind nominiert

Von den Matterhorn Valley Hotels bis zum grenzenlosen Zürcher Shopping-Vergnügen: Die Jury hat ihre 20 Favoriten ausgewählt und für den Preis nominiert. Hier die Präsentation.

Die wichtigste Auszeichnung der Branche – der «Milestone Tourismuspreis Schweiz» – würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und bietet dieses Jahr von renommierten Jurymitgliedern bis zum offiziellen Schlusstermin der Ausschreibung am 31. August 2009 insgesamt 89 Bewerbungen aus verschiedenen Themenbereichen und Regionen an.

Viele Eingaben von KMUs

Der ehemalige Tourismusdirektor und Milestone-Projektleiter Alberto Vonaesch ist nicht eine positive Bilanz: «Abgesehen davon sind auch viele Qualitätsergebnisse sehr zufrieden – erst dann kann Vonaesch die grosse Anzahl von kleinen und mittleren Betrieben, von den unterschiedlichsten Arten von Leistungsanbietern bis hin zum schweizerischen

«Sehr positiv ist die deutliche Zunahme der Eingaben aus der Romandie.»

Alberto Vonaesch
Projektleiter Milestone

Westschweiz im Vergleich zu den Vorjahren.

Teilnahmebereich für den Milestone sind alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Die vier Preis Kategorien «Herausragendes Projekt», «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt)» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit» sind mit insgesamt 3'000 Franken dotiert.

Seit 2008 setzt sich Alberto Vonaesch als Projektleiter für den Branchenpreis ein. Spezielle Aufmerksamkeit widmet er dem Nachwuchspreis, der gerade für Fachschulen einen willkommenen Booster von Wissen und Technik in der Praxis bietet. Daraus ist Vonaesch über die Anzahl der Eingaben für den Nachwuchspreis sehr zufrieden. «Das ist ein sehr erfreuliches Zeichen für die Branche und zeigt, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sehr aktiv sind», sagt Vonaesch.

Leuchtturmwirkung in der Tourismusbranche

Der Milestone stellt für Innovatoren, Erneuerer von Know-how, Transfer, Attraktivität der Destination ein Signal und Impulsgebung für die Tourismuswirtschaft. Die prämierten Projekte haben eine Leuchtturmwirkung in der Branche und zeigen von Leistungspartnern mitbestimmten Mitarbeitenden.

Für die Träger der Preise sind die Milestone ein Ansporn für die Tourismusbranche, immer wieder an neuen, ungewöhnlichen und innovativen Ideen zu arbeiten.

Die diesjährige Preisverleihung findet am 17. November 2009 im Kultur-Casino in der Kressen von über 5000 Zuschauern im Rahmen des Tourismus-Wirtschaft, Politik und Medien statt. Gekoppelt ist Anwesenheit von Schenker, Guenther, Manig, Google Schweiz. Er wird zum Thema «Digital Traveler und Innovation» sprechen.

www.milestone.ch



Keine leichte Aufgabe für die Fachjury: (v.l.) Alberto Vonaesch (Projektleiter ohne Stimme), Elsbeth Hobmeier, Richard Kämpf und Mario Lütolf.



Die besondere Art, die legendäre Viamala-Schlucht zu erleben

Die Viamala-Note führt abends von der Nacht-Event mitten hinein in den schrecklich schönen Schlucht der Viamala. Eine rund 90 Minuten dauernde Zeitscheibe führt im Schein von Laternen mittels szenischen Darstellungen und Erzählungen die Geschichte der jahrhundertelangen Viamala-Geschichte. Das Naturschutzgebiet bildet zusammen mit der wunderschönen Natur die authentische Kulisse dazu. Die Ein-

gangstickets, welche die Schlucht seit 1982 touristisch erschlossen ist, dem Zuschauerraum und Bühne zugleich. Die beiden letzten Feste, die zwischen dem Fluss des Illerbachs und der Nachhimmelnagen als einmalige Naturkulisse das Jahr zum unvergesslichen Nacht-Ereignis bei der Anreise erfolgt im Postauto.

www.viamala.ch



Musikwochen bringen Arosa im Sommer viele Übernachtungen

Die Musik-Kurwochen Arosa sind 1967 vom Verein Kulturkreis Arosa zum ersten Zeitpunkt gegründet worden, als sich immer mehr Hotels und Geschäfte entschlossen, den Sommerbetrieb einzustellen, den Kurorten zu schenken und ihnen beitragen, einen Gegenstand anzubieten. Das Ziel konnte erreicht werden. Heute pilgern jeden Sommer 1200 Musikern und Musiker, 200 Lehrkräfte und etwa 400 Angestellte für 115 Arbeitstagen

ge Körse nach Arosa, wo sie alle mindestens eine Woche bleiben. Dies bei jedem Winter 80 Prozent der Teilnehmenden übernachteten in Hotels. Viele Hotels müssten im Sommer ohne die Musik-Kurwochen ihren Betrieb wieder schließen.

www.kulturkreis-arosa.ch



Frutigen: Dank Bildungsangeboten Gruppenhäuser besser auslasten

Kleine Überlagerungen für Projektziele, Bildungsangebote in Schulen und Gruppen sowie Grundinformationen für Lehrpersonen werden zur Verfügung gestellt. Das zugängliche Angebot hat die Wissenskompetenz zu vielfältigen Themen aus dem Kulturlokalen auf Schulen, die einen attraktiven Standort für die jährlich 10 Projektwochen suchen und zur Unternehmerrichtlinie eine Woche angewiesen sind. Die Kulturlokalen

Bildungsangebote werden vollständig erbracht und mit attraktiven Themen ergänzt. Mit Hilfe dieses Projekts sollen im Zusammenhang mit dem Themenbereich Kulturlokalen Gruppenhäuser des Kantons besser ausgelastet werden. Diese werden jährlich rund 400'000 Franken für die Unternehmerrichtlinie.

www.frutigen-tourismus.ch



In Scuol wurde mit Hotels Erfolgsgeschichte geschrieben

Genuss, Erholung und unterbrechende Gastfreundschaft in den beliebtesten Ferienhotels. Die Erfolgsgeschichte mit der Teilnahme des Hotels bei der Badehotel-Revitalisierung ist seit 2004 ein Jahr. Seit 2004 ist das Badehotel Revitalisierung ein Jahr. Seit 2004 ist das Badehotel Revitalisierung ein Jahr. Seit 2004 ist das Badehotel Revitalisierung ein Jahr.

genie, Erholung und unterbrechende Gastfreundschaft in den beliebtesten Ferienhotels. Die Erfolgsgeschichte mit der Teilnahme des Hotels bei der Badehotel-Revitalisierung ist seit 2004 ein Jahr. Seit 2004 ist das Badehotel Revitalisierung ein Jahr. Seit 2004 ist das Badehotel Revitalisierung ein Jahr.



Wie man kulinarische und kulturelle Seiten des Kantons Appenzell AR erlebt

Das Erlebnis-Walking in Teilen AR bietet mit dem «Schuggglocken-Restaurant im Innern eines traditionellen Appenzeller Bauernhauses und dem «Tischtopf»-Schulstube aus der Zeit vor dem zweiten Weltkrieg ein unvergessliches Erlebnis sowohl im kulinarischen Bereich als auch in der Realisierung der historischen Atmosphäre. Die ausgewogene Integration der umgebenden Flora und Fauna macht

Esst auf eine ganzheitliche Erfahrung der Umwelt, die entscheidend zum vollen Genuss beiträgt. Die Infrastruktur ermöglicht trotz der etwas abseits gelegenen Lokalisation die Anreise per Car oder öffentlichen Verkehrsmitteln, die kostenintensiv in den Gruppenanforderungen integriert werden. Weitere durch: Erlebnis-Walking AG, Peter Meier.

www.waldlegg.ch

Milestone 2009. Hauptpreis. Der Fächer der für den Tourismuspreis nominierten Projekte ist sehr breit. Dazu gehören Eingaben aus den Bereichen Tourismus, Hotellerie und Marketing.

Stadt-Golf, E-Bikes im Jura



Grenzenloses Shopping-Vergnügen in der Region Zürich

Für jeweils zwei Jahre wird im Thema 2009 10 Shoppingzonen Fokus gesetzt. Auf dieses Thema konzentriert sich die gesamte Region Zürich (inkl. Baden, Rapperswil, Zürichsee, Winterthur, Zug) in ihren Aktivitäten und Kommunikationen inhaltlich formal und zeitlich abgestimmt. Durch diese Kooperationsübergreifende, zielgerichtete Kommunikation prägen

über sämtlichen Zielgruppen und der Marke Zürich Tourismusbestimmte (langfristige) werbestärkende mediale Aufmerksamkeitspunkte, die Qualität steigern. Neues wird umgesetzt und Ressourcen optimiert. **Verantwortlich:** Zarah Brunner, Marlene Götli, Lorenz Remundt

www.zurich.com



Ohne grosse Anstrengung mit dem Velo die Jurahöhen genießen

Das Datibikesystem des Juras mit dem Velo ist ein einzigartiges Erlebnis, im Herzen der Natur. Damit die Fahrten über Berg und Tal auch für Nichtsportler zum Vergnügen werden, empfiehlt sich die Mietverleihe E-Bikes. Byer Dieses Projekt stellt ein Netz von Mietstationen zur Verfügung. Dazu gehören auch

Möglichkeiten zum Anfahren der Batterien an Bahnhöfen und in Hotels. Reserviert werden kann per Internet für Individualgäste oder Gruppen. Das Projekt verbindet die Kantone Bern, Jura, Neuchâtel, Fribourg und Valais. **Verleihen durch:** Rent a Bike AG, Stefan Mauer und Gail & Rigotti, Mathias von Wyl

www.bike-park.ch



Beim Golfspiel kann man die Stadt Fribourg kennen lernen

Das Stadt-Golf entstammt der Idee des «Sixty-Golf», einer Mischung aus Golf und Mini-Golf. Es sind mit mindestens zwei Personen gespielt. Der Parcours der Stadt-Golf's schlängelt sich durch die Stadt Fribourg und umfasst 18 Pisten. Diese bestehen aus einem Abschlagpunkt und einer Plattform und einem Zielpunkt mit einem Loch im Boden. Die Pisten sind leicht zu

lernen, da sie mit synthetischem Rasen bedeckt sind. Die Abschlagpunkte sind mit einem blauen, die zu erreichenden Löcher mit einem braunen roten Fahnen gekennzeichnet. Das einzigartige Angebot erlaubt, die Stadt Fribourg spielerisch kennen zu lernen. **Verleihen durch:** Golfing Services Région

www.bobsac@comcast.ch



Im Tierpark Goldau erhielten Wolf und Bär eine neue Heimat

Fünf asiatische Braunbären und sieben Wölfe haben im Tierpark Goldau einen neuen Lebensraum gefunden. Neben dem Bären- und Wolfgehege hat die Anlage das Ziel, die Bergregion zu verankern und möglichst zu verankern und zu verankern. **Verantwortlich:** eine ökologische Planungs- und Bauabteilung

ein Amphibienreich angelegt. Ein Quartiersprojekt in der modernen Tierhaltungsgestaltung mit der engsten Verbindung. **Verantwortlich:** für die Bären, von der mit der Präsentation der Ausstellung sind mit dem Einbürgerung der Fauna. **Verantwortlich:** Karin Kerschbaum, Mitglied der Geschäftsführung

www.tierpark.ch



Montreux Riviera mit wegweisender Lösung zur Entwicklung der Region

Die Marke Montreux Riviera – entstanden 2006 nach der Fusion der Tourismusbüros von Montreux und Vevey im 2001, und von Lavaux und Villeneuve im 2005 – beteiligt sich an der Strategie von Montreux-Vevey Tourism. Sie wurde für die Zukunft der montenischen Region erarbeitet. Diese verbindliche und visionäre Strategie, die 23 Gemeinden auf

einem Gebiet von 40 Kilometern umfasst, über ein Budget von 6 Mio. Franken verfügt und 110 Personen beschäftigt, ist auf eine Region mit einem der meistverfügbaren Tourismusangeboten der Schweiz ausgerichtet. **Verleihen durch:** Montreux-Vevey Tourism, Dorette Borel

www.montreuxriviera.com



Lötschberger – einfach tolle Ausflüge dank Partnerschaftsmodell

Lötschberger ist mehr als ein Zug. Es ist eine karntnbergnahe Zusammenarbeit von 40 touristischen Partnern. Das von der BLS initiierte Modellprojektschließt den Ausflugsverkehr. Das ist die Bündelung der Kräfte professioneller Partner von einem starken Markt aus. In diesem Modell steht die gesamte Dienstleistungsbranche, von der Reiseplanung über die An- und

Rückreise bis zum Ausflug an der Zielstation im Zentrum. Das Gasten sind ein einfaches und übersichtliches Planungsinstrument für viele Ausflugsreisen zur Verfügung gestellt. **Verleihen durch:** Anna Bärtschli und Lorenz Bärtschli, BLS, Daniel Föllmi, Lucie Melting und Verena BLS

www.loetschberger.ch



Zielgerichtete Infos zu Ausflugszielen und Freizeitangeboten

Ausflugsziel ist es unabhängig und unabhängig den Tourismus. Ziel ist, die Bekanntheit und Verbreitung von verschiedenen Ausflugszielen und Freizeitangeboten in der Schweiz unabhängig von deren Budget und Größe zu fördern. Das Portal bietet die Vermarktung traditioneller touristischer Attraktionen ebenso wie die Vermarktung von Nischen-

produkten. Die Publikation und Promotion von Ausflugszielen wird vor allem durch lokal relevante Werbung und Sponsoring finanziert. **IT-Media sind die Mehrheit und Betreiber von Ausflugszielen:** **Verleihen durch:** IT-MEDIA, Anselm Marzinger und Yvonne Meinger

www.it-media.ch



Verkehrshaus der Schweiz mit emotionaler Neuausrichtung

Zum 50-Jährigen Jubiläum präsentiert das Verkehrshaus ein Neubau- und nachhaltiges Attraktivierungsprogramm mit Investitionen von über 60 Mio. Franken. Die Erneuerung erfolgte durch eine Partnerschaft von öffentlichen und privaten Institutionen mit Industrie und Leistungspartnern. **Private-Public-Partnership:** Eine Vielzahl von Bank-

reden Kommunikationsmassnahmen, Events und Angeboten unterstützen das Jubiläum. Die Neubauten ermöglichen eine strukturelle Neuausrichtung des Museumsbetriebs und Positionierung des MHC-Geschäfts im Sinne von – Tugenden und Erlebnissen. **Verleihen durch:** Daniel Jäger, Direktor

www.verkehrshaus.ch



Matterhorn Valley Hotels: Durch die Kooperation werden Synergien genutzt

Das Projekt Matterhorn Valley Hotels unterstützt eine Kooperationsinitiative von neun sieben Hoteliers in Graubünden, welche im Jahr 2003 lanciert wurde. Aufgrund der umgesetzten Kooperationsinitiativeweist die Initiative in der Schweiz erster Ferienhotellerie Pilotcharakter auf. Die Erfolgswirkung der lokalen Hotelkooperation liegt in der

Kombination von umfassender Transparenz, gemeinsamen Strukturen, einem gemeinsamen Kundenmanagement, der koordinierten Investitions- und Finanzplanung sowie der gemeinsamen Marktschlagkraft. **Verleihen durch:** Matterhorn Valley Hotels AG, Otto Anderjaska

www.matterhornvalleyhotels.ch

Milestone 2009. Nachhaltigkeitspreis und Nachwuchspreis. Bemühungen um die intakte Umwelt sollen belohnt werden. Der Branchennachwuchs kämpft mit innovativen Ideen um den «Nachwuchspreis».

Steinböcke und Kraftorte

Nachhaltigkeit: Steinbock-Label, das Gütesiegel für die Hotellerie

Das Steinbock-Label hat die Nachhaltigkeitsphilosophie weltweit erst und einmalig für die Hotelfirma konkret umgesetzt und Anreizmechaniken gemäß ISO 26000 Betriebsrichtlinien geschaffen, die ihre Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften über den Geschäftsbereich hinaus mit bis zu fünf Steinböcken aus Österreich und die Nachhaltigkeitsleistungen in fünf Sparten: Management, Wirtschaftlichkeit, Umwelt, Mitarbeiter und Soziales, regionale Wirtschaft und Kultur.



Das Steinbock-Label hilft Betreibern, eine Orientierung zu finden, um ihren Anspruch hinsichtlich Authentizität, Ehrlichkeit, Integrität und Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Weitere Infos: www.steinbock-label.ch

Das Steinbock-Label hilft Betreibern, eine Orientierung zu finden, um ihren Anspruch hinsichtlich Authentizität, Ehrlichkeit, Integrität und Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Weitere Infos: www.steinbock-label.ch

Nachhaltigkeit: Dem Klimawandel in Jungfrau-Region auf der Spur

Der Jungfrau Klimaguide ist ein GPS-gestütztes iPhone, welches auf sieben Pfaden Informationen zum Klimawandel vermittelt. Die sieben Klimaspiele befinden sich rund um Grindelwald, Wengen und Mürren und bestehen aus insgesamt 43 Audio-Stationen. Sie machen Wissen dort zugänglich, wo die Auswirkungen des Klimawandels bereits heute sichtbar sind. Im Zentrum stehen für je Hörstation, wie sie von Museen besucht bei bekannt sind. Zudem stehen Videos, Bildmaterial und multimediale Texte zur Verfügung. Themen können zusätzlich mit Hilfe eines interaktiven Bestimmungsschlüssels identifiziert werden.



Der Jungfrau Klimaguide ist ein GPS-gestütztes iPhone, welches auf sieben Pfaden Informationen zum Klimawandel vermittelt. Weitere Infos: www.jungfrau-klimaguide.ch

Nachwuchs: Yield-Management als Dienstleistung

Die Dienstleistung der Firma HotelPartner ermöglicht die Integration des Hotelprogramms (PMS) und der verfügbaren Zimmerkapazitäten mit den wichtigsten Internetbuchungsportalen, wie Booking.com, hotel.de, Expedia, STN, Travelocity (ZUS) etc. Die Nachfrage wird über dynamische Preise auf den Buchungsportalen gesteuert. Die Nachfragesituation wird täglich analysiert und bewertet. Diese Lösung ist wettbewerbsorientiert, weil sich das traditionelle Buchungverhalten stark in den Online- bzw. Internetmarkt verlagert hat. Neuartig ist die Lösung, weil bisher kein nationales oder internationales Anbieter der Privatbuchende-Verwaltung und professionellen Bewirtschaftung der Internetportale in Form einer Dienstleistung und mehrheitlich Partnerschaft anbietet. Das Projekt erfüllt einen sehr hohen technologischen Anspruch an IT- und ITW-Berater und ermöglicht gleichzeitig einen internationalen Beitrag leisten, den Technologie-Standard der Hotellerie nachhaltig zu verbessern. Weitere Infos: www.hotelpartner.ch



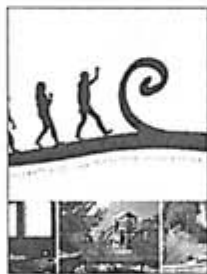
Nachhaltigkeit: Monte-Rosa-Hütte – ein Meilenstein im hochalpinen Bauen



Schweizer Alpen Club SAC, und der ETH Zürich gemeinsam realisiertes Bauprojekt. Im Vordergrund stehen neben der Architektur auch ein wegweisendes Energiemanagement sowie das ökologische Baugemäss. Der angestrebte Nutzungsgrad der Energieversorgung liegt bei 90 Prozent. Ausserdem wird das Gebäude wie ein abstraktes, technisches, postales Monument. Die Kosten der neuen Monte-Rosa-Hütte belaufen sich auf über 1 Mio Franken, wovon der SAC rund einen Drittel und die ETH Zürich zusammen zwei Drittel besteuern. Weitere Infos: www.sac.ch

Die neue Monte-Rosa-Hütte SAC stellt die gelungene Verbindung von Innovation, Architektur und modernster Technologie dar. Es handelt sich um ein vom Schweizer Alpen Club SAC, und der ETH Zürich gemeinsam realisiertes Bauprojekt. Weitere Infos: www.sac.ch

Nachhaltigkeit: Erfolgsgeschichte eines Walliser Hotels



Einlang zu beizugehen, 25 Jahresplanungskonzept als ökologisches Dokument dokumentiert werden. Parallel zu dieser Entwicklung wurde in der Dörfergemeinschaft die Wiederherstellung des alten Schulhauses geplant und in Zusammenarbeit verwirklicht. Dies passt ausgezeichnet in das Konzept des gesamten Tourismus des Hotel Balance. Das Hotel Balance wurde als erstes Hotel der Schweiz mit fünf Steinböcken ausgezeichnet und wurde auch als erstes Hotel der Schweiz Mitglied bei den in Europa erfolgreichsten Bio-Hotels. Mehrheitlich wird das Hotel unabhängig von nichterneuerbaren Energiequellen versorgt. Weitere Infos: www.guestschles.ch

Das Hotel Balance in Les Granges am Familienbetrieb mit 25 Zimmern, arbeitet seit 1994 als erstes Bio-Hotel der Schweiz mit dem Ziel Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen. Weitere Infos: www.guestschles.ch

Nachwuchs: Geschichte Vermarktung von Orten der Kraft im Appenzell



Die Ferienregion HeidiLand ist mit vielen, schon seit in Büchern erzahlten Kraftorten gesegnet. Weil das Interesse an solchen Themen in letzteren Jahren stetig anstieg, sollen diese mit einer viel Fingerspitzengefühl vermarktet und marktorientiert bestmögliche Projekte-Alpine Wellness integriert werden. Mit verschiedenen Vermarktungs- und Produktideen sollen Gäste dazu animiert werden in die Region HeidiLand zu reisen. Durch Kommunikation im traditionellen, kulturhistorischen Kontext, können verschiedene Gästeansprüche versiebt so wird kaum jemand ausgeschlossen. Durch das vergrösserte Angebot wird es auch möglich, die Zahl Fremden in der Ferienregion HeidiLand zu erhöhen, da die Gäste so von einem noch erweiterten Angebot Gebrauch machen können. Weitere Infos: www.zd-zuerich.ch

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

FUST
der zuverlässige Partner für Beratung, Lieferung, Anschluss und Service von Gastrogeräten!

Profitieren Sie von der Möglichkeit, die Geräte zu mieten!

- 5-Tage-Tiefpreisgarantie
- Laufend günstige Ausstel- und Occasionsmodelle

Alle Geräte sind mietbar!

fust gastro professional

Auch bei Fust Supercenter mietbar.

NOVAMATIC RS 05

- Ergonomisch angepasstes Packergestell
- Leicht und bequem
- Kabelhöhe von 15 Meter

ab 371,-
*Mietpreis (inkl. MwSt.)
Sie sparen 20%

NOVAMATIC KSU 471.1-10

- Mit Umwälzsystem
- 333 Liter Nutzinhalt
- N/B/T: 165 x 60 x 60 cm

ab 1115,-
*Mietpreis (inkl. MwSt.)
Sie sparen 22%

NOVAMATIC KSWF 765-10

- 2 Temperaturzonen, davon jede separat einstellbar 5 °C-22 °C
- Für ca. 110 0,75-Liter-Flaschen

ab 1578,-
*Mietpreis (inkl. MwSt.)
Sie sparen 18%

NOVAMATIC BHC 26.1

- Hochbohle: 40 x 40 cm
- Inkl. Flussschneidmesserabstreifer
- Inkl. Garzeit-Indikator
- Inkl. Laugereinstellpumpe

ab 2999,-
*Mietpreis (inkl. MwSt.)
Sie sparen 25%

Alle Geräte sind mietbar!

A&C: Fust Supercenter Orlingen, 052 788 96 88, Spreitenbach, 056 415 14 40, Wettigo Tüpkap, 056 437 06 20 **BE:** EUROFust Biel/Bienne, 032 344 36 00, Niederwangen, 032 11 11 **BS/BL:** EUROFust Basel, 051 686 95 00, Föllisrieder, 061 900 95 89, Oberwil, 061 445 10 00 **GE:** Gerolte, 022 817 03 80 **GR:** Chur, 081 257 19 30 **LU:** Emmenbrücke, 041 257 25 11, Luzern, 041 419 73 10, Sursee, 041 925 80 40 **NE:** La Chaux-de-Fonds, 032 304 54 24 **TC:** Frauenthal, 052 725 01 40 **SG:** Mels Fast Supercenter, 081 729 41 21, Jona-Fast Supercenter, 055 255 37 00, Oberbirmen, 071 955 50 50, St.Gallen/Lindert Fast Supercenter, 071 282 57 66, St. Margrethen, 071 747 54 00 **SH:** Zurich, 032 666 81 20 **SO:** Schöyz, 041 816 78 00 **TE:** Gattolano, 091 850 10 20, EUROFust Grancia, 091 900 52 70 **UD:** Romanel-sur-Leonarte, 021 643 09 70 **VS:** EUROFust Conthey, 027 345 39 85, Yllp-Thuoz, 027 945 12 40 **ZH:** Dättlikon, 044 745 90 10, Glattposten, 044 839 50 60, Hiltli Fast Supercenter, 044 926 30 60, Horgen, 041 758 10 40, Regensdorf, 044 843 93 00, Volketswil, 044 906 31 11, Wetzlar, 052 209 22 70, Zürich-Birmensdorf, 044 295 60 70, Zürich-Oerlikon, 044 215 50 20, Zürich-Litlirolli, 044 225 77 **VL:** Vöckerei Fast Supercenter, Telfers, 044 446 11 11 **ZH:** Hiltli, 081 946 10 10

Milestone: les nominés



Le jury a retenu les candidats au Prix du tourisme suisse, Milestone 2009. Les lauréats seront désignés parmi vingt nominés.

La 16^e édition du Prix du tourisme suisse, Milestone, est sur le point de désigner ses lauréats. Cinq et seront élus par le jury parmi les vingt projets nominés figurant ci-dessous.

Un tourisme suisse porté sur l'innovation

Une fois de plus, le tourisme helvétique amonètera ses capacités d'innovation. En effet, le jury, présidé par Elisabeth Holmner, directrice en chef de notre hebdomadaire et composée de Mario Lutoni, directeur de la Fédération suisse du tourisme,

et de Bernhard Kämpf, héritier service tourisme du SICO, a examiné quatre-vingt-neuf dossiers de candidature.

Une grande soirée en perspective

Les lauréats, qui se partageront une enveloppe de prix représentant une valeur de 23 000 francs, seront répartis dans quatre catégories: projet remarquable, prix de la relève, prix spécial du développement durable - un prix innovant, Lait passé - et le prix pour l'avenir d'une vie. La cérémonie de remise des prix aura lieu le mardi 17 no-

vembre au Kultur-Casino à Berne. Quelque cinq cents invités sont attendus, ce qui fera, une nouvelle fois, de cette soirée un grand rendez-vous convivial des professionnels du tourisme. La manifestation sera, par ailleurs, animée par un exposé du directeur de Google Suisse, Andreas Schürmberger.

Le Prix du tourisme suisse est organisé, approuvé et parrainé par l'Hotel-Verband suisse par l'Hotelverband, avec le soutien du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), la Fédération suisse du tourisme et l'Hotel-

www.hlf-milestone.ch

Semaine studieuse dans l'Oberland

La station de Frutigen, dans l'Oberland bernois, propose, aux écoles notamment, l'occasion de passer une semaine studieuse dans sa région. Pour ce faire, elle a mis sur pied un programme didactique, permettant aux enseignants d'aborder divers thèmes d'actualité. Elle a aussi élaboré tous les supports nécessaires pour assurer l'enseignement.

www.lodge-tourismus.ch

Emotions en Appenzell

Le site de Wädgig, dans le canton d'Appenzell, offre à ses visiteurs des émotions et des expériences. Grâce à son restaurant installé dans une ancienne ferme, grâce à sa salle d'école des années quarante, il dégage une atmosphère authentique et historique. Son intégration dans un milieu de flore et de faune donne à ses hôtes le plaisir de vivre pleinement avec l'environnement.

www.waedgig.ch

De nuit, dans les gorges de Viamala

Les gorges de Viamala sont réputées. Le programme d'animation du site propose désormais aux visiteurs de les goûter. La nuit à la lueur des lanternes. Du périple de quelques minutes leur point de vue une mise en scène historique. Les escaliers, aménagés en 1951 pour l'exploitation touristique des gorges, servent de tribune pour les spectateurs et de scène pour les acteurs. Quant aux décors, ils sont fournis par les patois romanches. Le site est accessible avec le rail postal.

www.viamala.ch

Collaboration hôtelière

Sous le nom de Mattenhorn Valley Hotels, six entreprises hôtelières familiales de l'ancien AVS ont mis en place, en 2003, une coopération qui revêt un caractère exemplaire pour les petits et moyens hôtels situés dans des endroits peu connus. La parité entre quatre hôtels de différentes tailles (101 000 et 150 14 000, points de vente) est la justification de la qualité du marketing des achats, des finances qui de la gestion des énergies. Il prévoit même des modalités de succession.

www.mattenhornvalleyhotels.ch



Le golf urbain de Fribourg a conquis le public.



L'usage du vélo électrique est devenu facile dans le Jura.

Promouvoir les excursions

Avantages clés: c'est un portail internet indépendant qui contribue à la promotion du tourisme helvétique. Créé en 1998, sur l'initiative d'Adrian Maa-digi, il propose de nombreuses excursions et offres de loisirs réparties dans tout le pays, et ceci indépendamment de la grandeur et des moyens dont disposent les destinations proposées. Le site reçoit la visite de cinquante mille internautes par mois qui visitent un million de pages. Il est exploité par la société H-MSMedia.

www.hmfip.com.ch

La destination Montreux Riviera

La marque Montreux Riviera - créée en 2006 après la fusion des offices du tourisme de Montreux et Vevey en 2004, puis de Lavaux et Villeneuve en 2005 - partage une stratégie de Montreux-Vevey Tourisme (MVT). Cette stratégie exemplaire et visionnaire, qui fédère 23 communes, vise à développer les pôles d'activités et d'attractions touristiques de Suisse. MVT travaille à l'expansion de son réseau en collaboration avec les partenaires touristiques et économiques.

www.montreuxriviera.com

Actif Musée suisse des transports

Le Musée suisse des transports, à Lucerne, amonètera son 50^e anniversaire par la réalisation d'un programme de construction et de rénovation de ses aires de 60 millions de francs. Ce programme a pu être réalisé grâce à un partenariat public-privé exemplaire. Les nouvelles constructions permettent à l'institution d'augmenter sa capacité d'accueil et d'offrir une nouvelle présentation ludique et interactive de ses collections dans le secteur du MTC (ronges, semi-remorques, machines).

www.svt.ch



La destination Montreux Riviera groupe 23 communes.



La nouvelle cabane du Mont-Rose et sa surprenante architecture.

Le succès d'une reprise à Scuol

L'hôte de l'Hotel Belvédère à Scuol (GR) est en plein succès. Elle a été reprise il y a dix ans avec la reprise de l'établissement, d'abord financé par le crédit suisse en 2004 par le Radisson Belva, qui fête ses dix ans cette année. En mai 2006, s'ouvre le boutique-hôtel Guanxi Val, qui rejoint aussi le groupe du Belvédère. En l'espace de dix ans, le nombre de suites de ce groupe est ainsi passé de 1700 à 40 000 et son effectif de 11 personnes employées est passé à 1700 personnes pleines temps.

www.belvedere-scuel.ch

Le Jura en vélos électriques

Les vélos électriques ont depuis quelque temps, la faveur du public. Le concept Flyer permet de découvrir, sans de trop grands efforts, le Jura et la région des Trois-Lacs. Il met, en effet, en réseau des points de location de vélos électriques à proximité des lignes de chemins de fer à FF (CF/BLS/TRN). Il propose des stations de recharge des batteries (gares, hôtels), ainsi que des offres pour les individus ou des groupes qui peuvent être réservées sur internet.

www.flyer-jura.ch

Un outil pour les voyageurs

L'outil Berger est un instrument simple à utiliser destiné à la préparation d'excursions. Il est le fruit d'une collaboration inter-animale réunissant quarante partenaires touristiques. Créé sur l'initiative de la société de l'homme de la BLS, il met en relation, sans des modèles de partenariat innovateurs, toute la chaîne des prestataires qui font le succès d'une excursion. La mise en commun des forces permet aux partenaires d'avoir une présence marquée sur le marché.

www.berga-bergs.ch

Les candidats au Prix spécial du développement durable

Une cabane high-tech

Bâti en collaboration avec l'École polytechnique fédérale de Zurich, la nouvelle cabane du Mont-Rose, propriété de l'Hotel Alpen Suisse, allie avec ses ces une architecture originale et les technologies les plus modernes. Elles ont permis, en effet, à la cabane de bénéficier d'une autonomie énergétique de plus de 90%. Le coût de cette réalisation est de 5,6 millions de francs.

www.svt.ch

Un label qui a fait œuvre de pionnier

Créé dans les Grisons, le label Steinbock a fait œuvre de pionnier. En effet, il a permis d'établir un cadre normatif et réglementaire du développement durable appliqué à l'hôtellerie. Il honore les établissements qui ont fait des efforts pour ce type de développement. Cinq secteurs sont pris en considération: l'emploi, l'environnement, l'investissement ou la culture, la région ou le cabinet, la région ou le cabinet.

www.steinbock-label.ch



Le parc animalier de Goldau héberge cinq ours.



Zurich et ses partenaires font de la promotion pour le shopping.

Le golf urbain à Fribourg

Le golf urbain est une inspiration du mini-golf, un mélange entre le golf et le mini-golf. Il se joue au minimum à deux personnes. Le parcours du golf urbain s'inspire de la vieille ville de Fribourg, un parcours jalonné par dix-huit postes. Parmi ces postes figurent notamment un point de départ, marqué par une plate-forme aménagée, et un point d'arrivée, borne d'arrivée dans le sud. Mise en place, il y a deux ans, cette attraction connaît un succès grandissant.

www.fribourg.golf-urban.ch

Un parc animalier à Goldau

Le parc animalier de Goldau abrite cinq ours bruns et sept loups. Son aménagement a été fait de telle manière que le paysage d'arbres qui l'entoure soit préservé le plus possible. Pour ce faire, les concepteurs ont notamment installé la réserve Schindli et aménagé un étang pour les bœufs sauvages. Une installation originale pour l'Allemagne. Les visiteurs ont également créé. Mise en place, par ailleurs, une exposition interactive consacrée à la faune.

www.berpa.ch

Le climat sur iPhone

Le Guide du climat fait maintenant son iPhone. Il est une plateforme d'informations sur le thème des changements climatiques. Ce guide propose des services et outils à télécharger sur sept continents de la région de la Jungfrau. Ces renseignements sont notamment, aux endroits où les conséquences des changements climatiques sont visibles, des renseignements sur les mesures de prévention et les conseils climatologiques.

www.pardha-helvetia.ch

Le premier «hôtel bio» de Suisse

L'Hotel Ballenberg aux Granges (VS), a fait du développement durable son leitmotiv. Depuis 1984, il propose une cuisine végétarienne utilisant uniquement des produits biologiques. En 2004, il a été le premier établissement de Suisse à obtenir la certification d'«hôtel bio». Sur le plan de l'énergie, il a mis en place une installation photovoltaïque dont le futur est en cours de réalisation avec l'aide des clients de l'hôtel.

www.berballenberg.ch

Les candidats au Prix de la relève

Les services du yield management

La société bernoise Hotelpartner, dirigée par Olivier Zurborn, s'est spécialisée dans les prestations de services liés au yield management. Elle permet aux établissements hôteliers de placer leurs contingents de chambres sur les prix qu'ils proposent. Les services de réservation en ligne et les outils de réservation sont mis à disposition des clients.

www.hotelpartner.ch

Lieux telluriques en point de mire

Deux étudiants de l'école de tourisme à Zurich, Yvonne Meier et Thomas Espinasse, ont élaboré un concept d'exploitation touristique des lieux telluriques de la destination Healdland. Le concept qui a été développé est respectueux de ces lieux sensibles. Il contient des idées que les responsables d'Healdland entendent mettre en pratique.

www.st-zurich.ch

Des cours de musique à Arosa

La Semaine de cours de musique d'Arosa a été créée en 1967 par le succès culturel de la station pour attirer la saison estivale et éviter que les hôtels et les magasins ne ferment leurs portes. L'année dernière, elle a eu du succès. Aujourd'hui, ce sont 1200 musiciens, 200 enseignants et 400 accompagnateurs qui participent chaque année à cette semaine. 80% des participants logent à l'Hotel Suisa, nombreux seraient les établissements qui voudraient maintenant.

www.kulturklosterrosa.ch

Zurich, le plaisir du shopping

Les responsables marketing de la région de Zurich - les villes de Baden, de Rapperswil, de Winterthur, de Zoug comprises - ont décidé de porter pendant deux ans, soit de 2009 à 2010, leurs efforts de communication sur le thème du «shopping». La mise en commun et l'intégration des forces disponibles permet notamment d'assurer à la marque «Zürich Downtown Shopping» une notoriété garantie pour le long terme, ainsi qu'une attention médiatique renforcée.

www.zurich.com

Aus der Region

**Graubünden
Mehr Geld für
Graubünden
Ferien**

Der Kanton Graubünden erhöht seine Beiträge an den Verein Graubünden Ferien. Für das Jahr 2010 erhält die Tourismusorganisation 6,1 Millionen Franken, für das Jahr 2011 6,2 Millionen. Das hat die Bündner Regierung beschlossen. Von 2001 bis 2007 lagen die Kantonsbeiträge mit 3,8 bis 4,3 Millionen Franken deutlich tiefer. Die Regierung begründet die Erhöhung des Beitrags mit der neuen Strategie von Graubünden Ferien. Ein wesentliches Element davon ist, dass Graubünden Ferien mit einer aktiveren Marktbeurteilung in verschiedenen neuen Märkten Verkaufskanäle für den Bündler Tourismus eröffnet.

**Sawiris beteiligt
sich an den
Sedruner Bahnen**



Die Sedrun Bergbahnen AG hat an ihrer GV die Kapitalerhöhung durch Öffentl. Aktienmarkt vorangestellt. Vorgesessen sind drei neue Anlagen, zwei weitere sollen erstellt werden, schreibt die Statutenkomitee. Geschäftszweck Kosten 90 Mio Franken, inkl. Gastronomie und Besondereinstellungen. Die Swissair-Abteilung Alpine Destination Company steigt mit einer Aktienkapitalbeteiligung von 10% bei der Sedrun Bergbahnen AG ein und stellt ein Mitglied in deren Verwaltung.

Ostschweiz

**Milestone-
Nomination aus
dem Heidiland**

Das für den Milestone-Nachwuchsreisende Projekt «Erde der Kraft» betrifft die Ferienregion Heidiland und nicht wie ursprünglich geschieden das Appenzell A.O.S. Nr. 411. Die Ferienregion Heidiland ist mit vielen Kraftorten gesegnet. Nun sollen diese mit viel Fingerspitzengefühl vermarktet und in das bereits bestehende Projekt «Alpine Wellness» integriert werden. Ein Projekt würde das Projekt von Studierenden der Internationalen Schule für Tourismus Zürich.

Bern

**Der Mystery-Park
wird zum
Jungfrau-Park**

Etwa 9000 Personen haben diesen Sommer den Mystery Park besucht, bevor er am 1. November 2009 seine neue Wandel schaute. Die erfolgreiche Entwicklung habe auch mit dem neu geschaffenen Familienangebot zu tun. Laut Besucherstatistik waren rund 35% der Besucher Kinder. Nun hat die Parkbetreiberin die New Inspiration AG, entschlossen, den Park im Winter zu modernisieren und betrieblich zu optimieren und ihn am 2. April 2010 unter dem Namen «Jungfrau Park» im Sommer wieder zu öffnen. Neu ist auch der Mann an der Spitze der Parkleitung sein Bernerland Zyster. Er löst Marcel Meyer ab.

**Eden Roc
investiert
25 Mio.**

**Heute Donnerstag
schliesst das Hotel
Eden Roc in Ascona
für fünf Monate.
Geplant ist ein Ausbau
des Wellnessbereichs
und die Eingliederung
des benachbarten
Hotels Ascalogo.**

ELIETH HORNIGLI

Die Zeiten, in denen man im Hotel Eden Roc am Bademotelas der Réception vorbeischieben musste, sind vorbei. Heute schliesst sich die Tür des 1971 erbauten Fünfsternehotels für fünf Monate, um einen Umbau zu realisieren. Ab April 2010 wird das Eden Roc direkt am Ufer des Lago Maggiore mit dem neuen Eden Roc Spa-Struktur, der ein gesamtteiliges Wellnessgebiet bieten wird. Gleichzeitig wird das angrenzende ehemalige Hotel Ascalogo mit seinen 16 Zimmern und seinem Restaurant übernommen und in Eden Roc Marina umgestaltet. Insgesamt werden über 25 Mio. Franken investiert, das Zimmerangebot wird sich um 94 erhöhen.

Das Eden Roc Spa- und innerhalb der Eden Roc-Anlage ge-

baut und bietet einen Blick auf den Lago Maggiore. Die bestehenden Wellnesszentrums werden um den jetzigen Seminarbereich im unteren Flügel des Hotelbereichs. Unterhalb der Barrierebereichs steht eine neue Verbindung zwischen den beiden Gebäuden mit Fenstern in Richtung See. Zum Angebot gehören neben Innen- und Aussenschwimmbad ein Hydro- und ein Sprudelbad, ein Knäppel-Weg mit Steinen aus der Maggia, eine grosszügige Sommerterrasse und ein exklusives Dampfbad für Damen. Neben Behandlungsräumen stehen für Massagen, Körperanwendungen und Beautybehandlungen bereit, mit Produkten der Marken Karuba, Dermalogica, Cumbier Zeno und OPI. Das Fitnessstudio des neuen Spas ist mit modernsten Fitnessgeräten ausgestattet.

Verantwortlich für die Innengestaltung des neuen Spas ist der Schweizer Interieur Designer Carlo Rampazzi, der bereits zahlreiche Projekte in allen Häusern der Tagliero Hotel Group realisiert hat und bei seiner angeregten Ferien, insbesondere in der Wellness- und Spa-Industrie bekannt ist. Das neue Spa soll eine Einheit mit dem Ufer und der Umgebung bilden. Als Gäste werden in allen Schattenspielen des Lago Maggiore von Eden Roc gütlich willkommen. Direktor Jens Wycisk freut sich, «der mediterrane und verspielte Rampazzi soll kreativ sein, gut an den italienischen Gästen. Sie machen jeden Raum zu einem Stückchen».



Rechts und in der Mitte das Hotel Eden Roc, links das Haus mit dem Hotel Ascalogo.

Parallel zum Spa-Umbau werden in den kommenden Monaten die 16 Zimmer und das Restaurant des benachbarten Hotels Ascalogo renoviert. Die Besitzerfamilie des Hotels Eden Roc hat das Gebäude im letzten Jahr erworben. Die Zimmer werden ebenfalls von Carlo Rampazzi gestaltet und bilden ab

April 2010 unter dem Namen «Eden Roc Marina» die junge und sportliche Alternative zum eleganten Haupthaus. Direkt am Seeufer erwartet die neue Bestimmung «Marina» mit 250 Innen- und Aussenplätzen. Es soll einen modernen Geopol zu den heutigen drei «Eden Roc»-Restaurants La Brezza

(16 GJs, Eden Roc tages 15 GMJ und La Casetta (13 GMJ) bilden und nach externen Gästen mit einer entspannten Lounge-Atmosphäre und junger Küche erfreuen. Dank multifunktionaler Gestaltung können die Räume für Seminare, Kongresse oder Vorträge genutzt werden.

1. Jens Wycisk, freuen Sie sich auf den Umbau Ihres Hotels Eden Roc?

Ja, sehr. Nachdem lange darüber gesprochen und verschiedene Varianten geprüft wurden, ist jetzt mit dem Eden Roc Spa die perfekte Lösung gefunden. Eine neue Schwimmbad, Sauna und Beautywelt, nahezu alle mit tollem Seeblick und viel frischer Luft, dazu ein wirklich guter Service – das ist genau, was unsere Gäste wollen. Für mich als jungen General Manager ist das eine grosse Herausforderung, die ich jedoch gerne annehme.

2. Was ist das Ziel?

Das Angebot für den Gast speziell im Wellnessbereich soll noch hochinteressant werden, was die Wasseranionen noch attraktiver macht. Das Eden Roc bleibt jedoch ein Familienhotel, aber mit grossem Akzent auf



Nachgefragt

Jens Wycisk (36)

Funktion: Bevor Jens Wycisk im Oktober 2008 zum General Manager des Eden Roc einmündete, war er dort als Vizedirektor tätig.

Wellness: Wo setzen auf die Verbindung See-Wasser-Wellness?

3. Beim «Bilanz» Rating hat sich Ihr Haus vom 16. auf den 11. Platz verbessert. Wo wollen Sie sich positionieren? Solche Ratings sind wichtig und ein Ansporn für mich und für mein ganzes Team. Wir werden alles daran setzen, wiederum die Nummer 1 zu sein. Das ist das Fernziel.

4. Ascona scheint im Aufschwung zu sein. Wie wirkt sich das auf Sie aus? Ascona hat stark zugelegt, vor allem auch im gastronomischen Angebot. Das bringt neue, junge Gäste. Für uns als Hotel ist dies interessant und eine positive Veränderung. Immer mehr Lokale sind im Winter offen, und dieses Angebot schafft auch eine Nachfrage. Eine Saisonverlängerung ist für alle Seiten gut.

Entrée: Welches Hotel ist auf diesem Bild zu sehen? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv



htr

19. November 2009

20 47 34 33014 1 0
ISSN No. 1661-8758
www.htr.ch

avec cahier français hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 181 Stellenangeboten



Das sind die Sieger: (v. l.) Daniel Suter, 2. Preis; Peter Keller, Lebenswerk; Harry John, 1. Preis; Reto Jenatsch, Sonderpreis Nachhaltigkeit; Oliver Zurwerra, Nachwuchspreis; Otto Andenmatten, 3. Preis.

And the Milestone-Winner is...

Über 600 Menschen in Festlaune fieberten mit an der 10. Milestone-Verleihung in Bern. Der Anlass überzeugte mit Lebensfreude und Innovation. In den 10 Jahren wurden total 54 Milestones verliehen.

Sarsale Touristenkenntnis und Touristiker wählten den 10. Milestone-Geburtsstag mit dem, dass der Festival im Berner Kultur-Gasino aus allen Nähten zu platzen drohte. Fringe-Sparten schlossen sich gut abgewaschen an. «Das Baby ist erwachsen geworden», stellt Peter Kübler, Intendant des «Milestone», am Dienstagabend zufrieden fest.

Zum Event selber waren sich die betragten Gäste einig: «Der Milestone ist der beste touristische Anlass der Schweiz». Dieses Jahr moderierte Sandra Studer den Abend zur Freude aller mit viel Charme und Witz. Mehr zu diskutieren gibt es in den Gängen nachher jeweils, um man genau die gleichen Prophezie die Jury entgegenbrachte – doch das liegt in der Natur der Sache. Der 1. Preis in der Kategorie «Innovationen/Projekte» geht an Marmaris Riviera für die Destinationsbildung. Mit dem 2. Preis geht wurde das Verkehrsamt der Schweiz in Laufen für seine attraktiven Hallen und Kontakte. Den 3. Preis loden die Mattenhorn Valley Hotels für ihre vorgehende Kooperation. Mit dem Lebenswerk-Preis gewündigt wird Tourismusprofessor Peter Keller. Der Nachwuchspreis geht an die junge Hotelpartner GmbH und der Sonderpreis Nachhaltigkeit an die Neue Monte-Rosa-Hütte des SAJ.

Alles über den Milestone

Die Bilder auf «People» S. 8
Die Siegesgeschichten S. 9-14 25, 28
Die Bildergalerie auf www.htr.ch

Kommentar

Zehn Jahre Milestone. Jetzt weiter so, mit neuem Schwung



ELSBETH NÖCKERLI

Zehn Jahre Milestone. Eine Feier mit über 600 festlich gekleideten Gästen aus allen Sparten von Tourismus, Hotellerie, Wirtschaft, Politik und Medien. Eine rasante, vorzage Moderation, welche die Preisträger und Laudatoren ausstufte, jedes nicht ausser Acht zu Wort kommen lässt. Ein Ins auf den letzten Platz besetzter Festival im Kultur-Gasino Bern. Und danach freies Get-together der Branche, welches sein soll propädeutisch und mit Tuchfühlung, so dass ein jeder auf Schritt und Tritt auf neue Gesprächspartner stösst und

«Ein Get-together der Branche, wie es sein soll: propädeutisch und mit Tuchfühlung.»

kann weiterkommt Networking pur.

Das hätte sich Peter Kübler von zehn Jahren sicher mit träumen lassen, aber den Milestone als Preis des Schweizer Tourismus aus der Taube lockt. In Peter Keller, damals Leiter Tourismus im Berner Land, er einen Glücksstimmte. Die beiden Vielfahrer und starker wollten die Innovation der Branche fördern und gute Ideen zum Fliegen bringen.

Das Ziel erreicht. Die eingereichten Projekte sind in den zehn Jahren qualitativ besser und besser geworden. Es gibt inzwischen ein hohes Engagement der Siegesplätze, was sich in den Wert eines jeden verliehenen Milestone erklärt. Sich nun zu werden zurückkehren wäre jedoch falsch und sicher nicht im Sinne der Gäste. Es gilt zum nächsten Jubiläum-Sprung anzusetzen, die Tante der Innovationen-tätigkeit ins Leben zu erhalten.

www.htr.ch
Adresse: Göttingenstrasse 110,
3005 Bern, Schweiz
Redaktion: Tel. 031 473 42 26
Fax: 031 373 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel. 031 373 42 27
Fax: 031 373 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch



Britische Gäste

Die Schweizer Wintersportorte dürfen vom britischen Quellmarkt nicht allzu viel erwarten. Das relativ schwache britische Pfund verteuert die Ferien in der Schweiz.

Seite 3 und 27

Expedia

Das Online-Reisebüro Expedia stellt den Hoteliers unvorteilhafte Bedingungen. Choice Hotels hat sich gewehrt und einen besseren Vertrag ausgehandelt.

Seite 5

Rentables Spa

«Schweizer Hotels mit Wellnessbereich können eine 20 Prozent höhere Buchungszahl vorweisen», sagt Daniel T. Maurer von der Klafs AG in Baar.

Seite 7

Dine-around

Halbpension kann sich trotz verstaubtem Image lohnen. Wenn Hotels sich zusammen tun oder etwas einfallen lassen.

Seite 17 und 18

Igeho

Die Schweizer Gastgewerbesmesse öffnet am Samstag in Basel wieder für fünf Tage ihre Tore. Die hotelrevue liefert packende News.

Beilage

HOREGA
Nur die Besten für die Jobs.
www.horega.ch

CONVOTHERM
Combi Dampfer
Wir sehen uns auf der Halle 1, Stand C28
igeho

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.
rebagdata
total management solutions
3000 Harburg • Phone +41 44 751 75 10 • www.rebag.ch
protel

Glasklar.
Die Software für den totalen Überblick über Lager und Einkauf.
www.fidehotel.ch
fideHotel



«Peter Keller, Sie haben die Schweizer Tourismuspolitik geprägt und mit grossem Engagement geleitet.»

Dominique de Buman, Präsident HTR von 2004 bis 2009



Champagner-Apéro in der Wandelhalle des Berner Kultur-Casinos.

Preis mit grossem Echo

Am Dienstag fand im Berner Kultur-Casino die 10. Verleihung der «Milestone»-Tourismuspreise statt. Es kamen über 600 Gäste.

NATHAN ZAJAC

Die SF-Moderatorin Sandra Stauffer führte mit viel Witz durch den Abend und liess zu dem einen oder anderen Preisträger sogar einen lustigen einleitenden Einleger spielen. Eingeladet wurde die stimmungsvolle Preisverleihung mit einem Apéro. Den Anklang bildete das Get-together in den Wandelhallen des Kultur-Casinos. Der Champagner- und das weiche Bitter schmelzen die Rahmen für angeregte Gespräche unter den Branchenvertretern. Diese erschienen zahlreicher denn je. Über 600 Gäste zählte die Jubiläumsgala des «Milestone»-Sonderbild für den Stellenwert der Presse, aber auch Ausdruck für die Qualität der Redner und Ehrengäste. Die Hoteliers und Touristiker kamen gern und verweilten gern, wie sie sagten, nicht zuletzt der attraktiven Location wegen.

Mehr Bilder: www.htr.ch



Berno Stoffel und Therese Uhl, beide Leiterin/erstattung Glüchen



Kai Simon, Interim-Jungfrau Collection; Felix Hauser, Realize Group



Michael Bolt (v.l.), Tanja Kick und Jean-Paul Genoud, alle Hotels



Elisabeth Hohmeier, Chefrezeptionsistin; Jörg Schmid, St-Direktor



Stefan Maissen (v.l.), Brot & Bière AG; Thomas Gloor, Schweizer Zanderwanger; Matthias von Wyss, G&H & Region



Gabi Baumann, Anne Cheseaux, Swiss International Hotels (v.l.)



Urs Hiltz (v.l.), Länderhotels Union; René M. Singeisen, G&H Hilton Basel; Adrian Stalder, Städtetouristik; Andreas Deuber, Hiltl Chai, Tourismus

Sesselrücken

Direktionswechsel im «Monte Rosa» Zermatt

Friederike Cossardeaux (Bild) ist seit Anfang November dieses Jahres für die Geschäfte des Boutique Hotel Monte Rosa in Zermatt



verantwortlich. Zuvor war Cossardeaux in einem Zermatter Unternehmen für die administrative Leitung und das Personalwesen verantwortlich und als Chief de Reception im Hotel Mirabeau in Zermatt. Im «Monte Rosa» folgt sie auf Fritz Langenegger, der seit 1. August 2009 wieder am selben Hotel Schichtverhältnisse innehat.

Vom Flughafen in den Berner Wintersportort

Beat Fleischmann (Bild) übernimmt als neuer General Manager ab sofort die Leitung des Grand Hotel Bellevue in Gstaad und hat das



mit Michel Wichmann als Der gestiegene Berner war unter anderem für die Steigenberger Hotels Saanen-Gstaad, Daxos und Konstanz tätig. Als Direktor leitete er die Hotels Bellevue Parc Plaza in Interlaken, das Pariser Parkhotel Timm, das Grand Hotel in Le Bouveret, Paris-Plage sowie die Park Plaza Hotels in Leipzig, Dresden und Wittenberg. Zuvor leitete er das Airport Hotel Basel.

Direktorenpaar für das Flimser «Waldhaus»

Urs Grützmacher und seine Lebenspartnerin Yasmin Cachemaille übernehmen Anfang Mai 2010 die Geschäftsleitung im Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa. Beide sind ausgebildete Hoteliers (MBA) und waren in den letzten Jahren in leitenden Stellen der Victoria Jungfrau Collection tätig. Urs Grützmacher ist zurzeit Stellvertretender Direktor im Hotel Bellevue Palace in Bern und Yasmin Cachemaille Business Development Manager und Mitglied der Geschäftsleitung im Hotel Palace in Luzern.

Igeho
21. 05. November 2009
Preis 2.11

Guter Stil
schöne Augenblicke

Milestone. Festrede. Andreas Schönerberger von Google Schweiz zeigte den Gästen des Milestone-Anlasses, wie in seinem Betrieb und bei seinen Mitarbeitenden innovative Ideen gefördert werden.



Die Feier: Über 600 begeisterte Gäste lieberten mit bei der Verleihung der Meilensteine 2009.



Gute Wünsche für die Touristiker: Peter Köhler schreibt sie auf das Milestone-Plakat.



Zwei Schöne: Moderatorin Sandra Stader interviewt Mister Schweiz André Reithuber.



Die hotel revue verbindet: die heutige Chefredaktorin Elisabeth Holmeier, der ehemalige Chefredaktor und Initiator des Milestones, Peter Köhler.

Den Innovationen Zeit geben

Ein Unternehmen, das Innovation gross schreibt: Andreas Schönerberger, Chef von Google Schweiz, zeigte der Tourismusbranche, wo die Kraft für Neues schlummert.

von GERN SCHULZ

An der Milestone-Preisverleihung werden jedes Jahr die besten Innovationen des Tourismusgebiets. Wie können ein Unternehmen aber am besten zu innovativen Ideen und Produkten? Kein leichtes Unterfangen im Arbeitsalltag. Das operative Geschäft beansprucht die Mitarbeitenden mehr, als es ihnen lieb ist. Die Zeit, Ideen zu entwickeln und weiterzuentwickeln, fehlt gerade in einer KMU-Branche wie dem Tourismus. Gessen hier setzte der Keynote-Speaker des Milestone-Abnahs, Andreas Schönerberger, Chef von Google Schweiz, sein Argumentarium an. Innovationen



Keynote-Speaker: Andreas Schönerberger, Chef von Google Schweiz.

nen brauchen Zeit. Um diese effektiv zu haben, muss die Zeit für Innovationen in der Arbeitswoche konkret eingeplant werden. Bei der Internet-Firma Google sieht das so aus: Die Mitarbeiter dürfen 20 Prozent ihrer Arbeitszeit an einem eigenen Projekt arbeiten. In Teams werden die Ideen besprochen: «Wir teilen unsere Ideen miteinander».

Denn sind das Neue aber direkt beim Übergang zum Kundentestpostiv Bewertung, weiterentwickelt. Dabei ist es unerlässlich, um wenn die Idee kommt, nur gut muss sie

sein: «Die Idee eines Praktikanten ist uns genauso wichtig wie die eines langjährigen Mitarbeiters», sagt Schönerberger klar. «Es gibt hier keine Hierarchie».

Um auf neue Ideen zu kommen, herrschen bei der 1998 gegründeten Firma noch andere ungewöhnliche Praktiken. Auf andere Gedanken können die Mitarbeiter nicht nur kommen, wenn sie sich vom ersten Stock via Liftschlitten ins Erdgeschoss bewegen. Sie können es auch am Musikstamm am Sitz der Firma, wenn sie in Tischen sitzen

oder Säulen sitzen – das ist bei uns alles ganz normal».

Wie viel Zeit der Mitarbeiter investieren, sei nicht so wichtig, wichtig sei was rauskommt. Da scheint Google vom Erfolg gekrönt zu sein, zumindest wenn man die Geschäftszahlen rekapituliert: Das 1998 gegründete Internetunternehmen beschäftigt heute weltweit 2600 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz von 21,85 Mrd. US-Dollar, 95 Prozent davon im Online-Werbung. «Die Menschensohnen im Internet nach Finanzierung», begünstigt Schönerberger den Erfolg weiter. Und zwar immer mehr: Galt im August 2007 weltweit noch 61 Mrd. Such-

anfragen, waren es 2009 bereits 100 Mrd. 40 Prozent der Konsumenten würden beim Firmen-Erntedankfest heute das Internet bevorzugt kochtopfen, 44 Prozent gärgen nicht mehr an Reservierung, betonte der Google-Schweiz-Chef in seiner Rede. Das Internet sei deshalb ein sehr gutes Medium, um «Leute an einer Idee teilhaben zu lassen und einzubinden». Schönerberger sprach von «Beta-Thinking». Das heisse, die Besucher in der Hotelbranche Gast, sind in den Entwicklungsprozess eingeladen. Der Benutzer wird eingeladen, seine Ideen einzugeben. Was der Gast sich wohl so alles insgeheim wünscht?

igeho Halle 2.1 Stand G 22

Jet-Cut

Frischhaltefolie

"Kursinstruktoren und Lernende sind begeistert von der Jet-Cut Folie, das Handling ist wirklich sensationell!"

Schauen Sie am igeho Stand vorbei, wir freuen uns, mit Ihnen zu treffen!

Bei Abgabe dieses Inserates/Bon überreichen wir Ihnen am Messestand eine mobile Musterbox (ca. 30cm x 90cm)

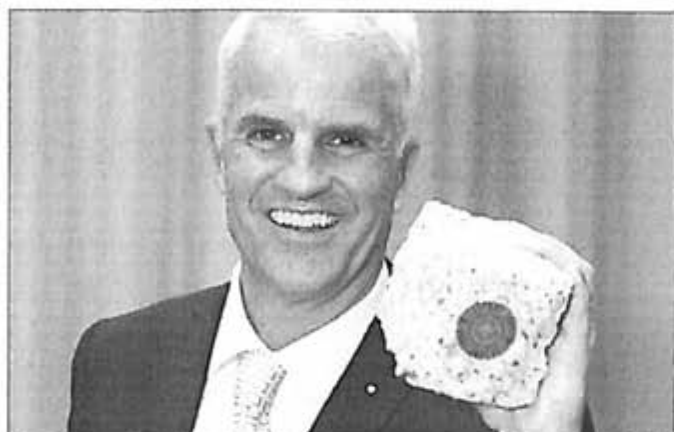
brecom

Der Partner für Entertainment, Marketing, Kommunikation und Event-Management

Entertainment und Inhouse-Kommunikation
Gäste-Internal
Hotel-TV-Geräte
Zuführend TV-Signal
Energie-Management

Bitte um Berücksichtigung: New/Meistrasse 42, CH-8626 Winterthur, Tel. 041 711 85 32, office@brecom.ch

Milestone. Herausragendes Projekt. Der zweite Preis geht an das Verkehrshaus der Schweiz in Luzern. Das Museum hat mit seinen neuen Bauten und Konzepten zum 50. Geburtstag einen grossen Sprung geschafft.



Daniel Suter, Direktor Verkehrshaus Luzern, freut sich riesig über die Auszeichnung.

Schöne Seite des Verkehrs

Der zweite Preis geht an den Direktor des Verkehrshauses in Luzern, Daniel Suter. Geehrt wird das Museum für sein nachhaltiges Attraktivierungsprogramm.

von SA. + SA. CE

Das Verkehrshaus der Schweiz in Luzern hat sich für die Zukunft fix getrimmt. Es hat sich weg vom statischen Museum hin zum dynamischen, sich laufend verändernden Themenpark erstreckt. Entstanden ist eine lebendige, unterhaltende, Freizeitanlage, die Jung und Alt anspricht. «Dieser ausgereifte Ort ist Science-Center, Themenpark, Event-Location, Kongresshaus sowie generations- und kinderübergreifendes Begegnungszentrum in einem», sagt Mitglied des Board of President Investorwissens, inschwer Landratin. Die verschiedenen Attraktionen und Ausstellungen locken den Besuchern immer wieder neu an.

Zu seinem 50. Geburtstag hat das Verkehrshaus 60 Mio. Franken in das neue Conference Center, die zweigeschossige Halle «Strassenweber» und in die multifunktionale Tribünentrust investiert. Die Finanzierung ist durch eine beispielhafte Partnerschaft von öffentlichen und privaten Institutionen zustande gekommen. Seit den Neuerungen Ende Juni 2009 sind die Besucherzahlen stark gestiegen. Mit 850'000 Besuchern jährlich ist das Verkehrshaus das meistbesuchte Museum der Schweiz.

Das Ausstellungsangebot erneuert sich jedes Jahr um einen Anteil und wird laufend mit Sonderausstellungen und Events attraktiver gestaltet. Die Verbindung von Freizeit, Bildung und Business mittels Partnern schaffen eröffnet neue und innovative Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte sowie Plattformen für Kommunikation und Vertrieb. Und das neu erstellte

Conference Center mit Panoramablick und moderner Infrastruktur ermöglicht dem Verkehrshaus eine neue Positionierung im MICE-Geschäft im Sinne von «Egen und Erleben». Bis zu 500 Personen können dort tagsüber Lunch, Restaurant und Shop genießen das Angebot.



«Das Verkehrshaus der Schweiz ist Jungbrunnen und Ikone zugleich.»

Guglielmo L. Brestel
Managing Director

Die neuentwickelten Ausstellungen konzipiert, wie jenes der Media Factory, des Schauspielers und Autotheaters, fasziniert nicht nur Jugendliche, auch erwachsene Besucher lassen sich begeistern. Die Media Factory, die aus elf Studios besteht, thematisiert die Welt der Kommunikation. In dieser interaktiven Ausstellung können Besucher TV-Spots erstellen oder auf Sendung gehen und spielerisch die Schritte medialer Kommunikation erfahren.

Original sind auch die Fassaden der Neubauten. Ende 2008 eröffneten Eingangsbau des Nature Centre, von der Media Factory, das Max-Filmtheater und das Conference Center untergebracht sind, ist übersät mit 5000 Bildern. Auf der Fassade der Halle Strassenweber sind 344 Signaldarstellungen abgebildet. Beide Gebäude stammen vom Zürcher Architekturbüro Gignot/Gaver

Fünf Sterne beim Inkasso?

Unsere E-Payment-Lösungen eignen sich hervorragend für den Tourismus und die Hotellerie. Ihre Kunden können online bezahlen und Sie erhalten das Geld schnell und ohne Debitorenrisiko. Wie ein perfekter Zimmerservice. Mehr erfahren Sie unter Telefon 0848 848 848 (Normaltarif) oder auf www.postfinance.ch/e-payment.

Besser begleitet. **PostFinance**
DIE POST

Milestone. Herausragendes Projekt. Der 3. Preis geht an die sieben Hoteliers der Grächener Kooperation Matterhorn Valley. Für ihre «Erfolgsgeschichte mit Zukunft».



Die Matterhorn-Valley-Hoteliers: (v. l.) Gilbert Reynard (Elite), Peter Schettl, Ines Linder (Turm Hotel Grächerhof), Daniela Amstutz (Des Alpes), Donald Ruppen (Desirée), Silvio Henzen (La Collina), Otto Andenmatten (Präsident Matterhorn Valley Hotels), Olivier Andenmatten (Hannigalp). Nicht auf dem Bild: Didier Peter (Alpina).

Doch Konflikte, versichert Andenmatten, habe das keine ausgeht. «Das erleben jedoch die Oberbühnen seitens der Hoteliers. Und die bringen wir alle mit – Eine externe Meinung einholen zu können, heißt dem Hotelier ja meist, das Angebot seines Hauses zu verbessern. «Nach wem? Bei einer externen Kollegin?». Und wenn einem der Hoteliers der gute Qualitätsprozess mal zu viel wurde, heißt ihm seine Kofe gewissermassen, erzählt Andenmatten. «Ein externer Fachmann hat uns im Prozess begleitet. Das war für uns sehr wichtig, hat er best. Der externe Berater war in diesem Fall Josef Ritzig, Verwaltungsrat und Senior Coach der Cubitas Consulting AG, die schon mehrmals für Betriebe im Qualitätsprozess begleitet hat. «An ihm haben wir einen guten Berater und Kollegen gefunden», sagt Andenmatten.

Fakten Sieben Hotels machen gemeinsame Sache

Matterhorn Valley Hotels. Die Hotelkooperation entstand vor sechs Jahren. Ziel der damals noch sechs Familienbetriebe war: «gemeinsam erfolgreich in die Zukunft zu gehen». Folgende sieben Hotels sind heute Mitglied der Grächener Kooperation: Hotel Alpina, ApartHotel Des Alpes, Hotel Desirée, Hotel Elite, Hotel La Collina (alle 3 Sterne), Hotel Hannigalp und Turmhotel Grächerhof (beide 3 Sterne Superior). Seit ihrer Gründung weist die Hotelgruppe eine zukunftsweisende Entwicklung aus. Eine starke Positionierung auf dem Markt, Verbesserung der Unternehmensplanung, Reduktion von Risiken, Möglichkeit von Erfahrungsaustausch, Erhöhung von Know-how und Professionalität sind wesentliche Motivationsfaktoren für die sieben Partner. **ck**

Die Grächener Qualität

Die sieben Matterhorn-Valley-Hotels haben gemeinsam das QIII erarbeitet. Sie sind für ihre Kooperation und ihr Qualitäts-Engagement mit dem dritten Preis geehrt worden.

Die sieben Grächener Hotels (siehe Box) die sich zur Matterhorn Valley Hotels Gruppe zusammenschlossen. In ihnen, sind sie gewissermassen verbunden. Nicht nur weil sie durch gemeinsame Strategien ihre Betten auslasten und dabei noch Betriebskosten sparen, sondern auch, weil sie im letzten Jahres die des QIII und Miles Excellence, basierend auf ISO 9001 und ISO 14001 erarbeitet haben. Für die Kooperation sind die Qualitäts-Engagement sind die 3 Sterne-Häuser mit dem Milestone 3. Preis ausgezeichnet worden. Denn dieser Qua-

litätsprozess ist für 3 Sterne-Häuser nicht selbstverständlich. Vor allem für solche wie hier. Das kleinste der sieben Hotels beschäftigt gerade mal drei Mitarbeiterinnen, das grösste 11. Zertifizierungen werden sind jedoch nicht nur die Hotels, sondern auch die Hotelorganisation Matterhorn Valley Hotels AG. Und das Qualitätszertifikat ist nicht nur ein Zertifikat, sondern auch noch das III-Milestone Label zu erhalten, sagt Rösler.

Andenmatten, Direktor der 3-Sterne-Superior-Hotels Hannigalp. «Ein hartes Jahr, nicht Andenmatten Bilanz. «Wir führten während des Prozesses ein intensives Workshop durch. Gegen Ende des Prozesses, sagt zitiert, hat er fest: «Die grösste Herausforderung war einen gemeinsamen Namen für Qualitätsstandard zu finden, die in jedem Hotel eingesetzt werden können. Denn fünf unserer Hotels

sind mit 3 Sternen, zwei mit 2 Sternen-Superior ausgezeichnet. Der Qualitätsstandard musste also zwischen 3 und 4 Sterne liegen. «Wenn immer möglich, habe mich auf 4-Sterne-Qualität geehrt. Gerade in den kleinen Hotels sei es schwierig gewesen, einerseits den Direktor neben dem normalen Tag-Geschäft auch noch für den Qualitäts-Prozess abzuleben und andererseits, die Ansprüche auf einen Namen zu bringen. Gilbert Reynard, Direktor im Elite-Hotel, im «Elite». «Wir mussten zusätzlich jemanden für die Administration einstellen. «Die gesamte Technik, die Information im Bereich Administration unter der Ägide gracht, habe er die Umsetzung nicht zu halten können, sagt er. Auch finanziell sei der ISO-Prozess belastend gewesen, so Reynard. «Das vier Hotel mit 21 Zimmern und drei Mitarbeiterinnen das QIII

erarbeitet, ist eine grosse Leistung. «Der Prozess war sehr aufwendig und hat uns viel Zeit gekostet. Ohne die anderen Matterhorn Valley-Hotels wäre er nicht möglich gewesen, halt Reynard fest. «Man sind wir stolz, es geschafft zu haben. Ein solcher Qualitätsprozess ist nicht als nur ein Zertifikat. Der entscheidendste Bestandteil, sagt der Hotelier, habe der Prozess im Bereich Administration gebracht. Aber auch bezüglich Finanzierung, habe er einiges bewegt. «Wir können dem fast nur in allen Bereichen Qualität garantieren. «In jedem Bereich müssen den Prozess selber erarbeiten. «Doch wir haben voneinander gebildet und uns gegenseitig motiviert», fasst Andenmatten zusammen. Jeder der sieben Hoteliers war verantwortlich für den Prozess in einem definierten Bereich. Olivier Andenmatten beispielsweise war verantwortlich für den Bereich Marketing. «In dieser Funktion konnte ich meine Kollegen beraten, wenn sie Fragen zum Marketing hatten», erklärt der Hotelier. Die Prozessverantwortlichen

müssen dann auch Stichproben bei ihren Kollegen vornehmen. So wurde der Hygiene-Verantwortliche bei den übrigen Hoteliers kontrollieren, ob sie die Qualitätsbedingungen erfüllen. «Kein Ich-hier-Hütertempo, Kollegen haben auch zu kritisieren».

Laudatio von Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismus-Verband: «Einfach ein hüere güets Projekt»

Sie haben in Ihren Projektpapieren selbstbewusst fest, dass Sie eine Erfolgsgeschichte mit Zukunft sind. Und tatsächlich. Vor einem Monat erst lernten Sie markante Medienrezeption Projektentwicklung, und heute stehen Sie auf der grossen Showbühne des Schweizer Tourismus. Vor einem Monat habe ich Sie ersehnt mit der Feststellung, dass Sie gar nicht gemeinsam kommen, weil sie bloss einen Stern haben – und Sie aber mindestens sieben davon brauchen. Nun freut es mich sehr zu sehen, Sie heute hier stehen zu sehen. Dies aus sieben guten Gründen.

1. Sie füllen eine gemeinsame Gesellschaft zur Stärkung der Partnerschaft.
2. Sie kaufen gemeinsam ein.
3. Die Rückmeldung ergibt in Zusammenarbeit mit einem gemeinsamen Team.
4. Sie füllen eine gemeinsame Gesellschaft zur Stärkung der Partnerschaft.
5. Ihre CEM-Plattform basiert auf einem gemeinsamen Fundament.
6. Sie legen die Sales- und Marketingaktivitäten gemeinsam an ein zentrales Marketingbüro aus.
7. Ihr Geschäftsmodell sichert Ihnen den einheitlichen Auftritt am Markt, die gemeinsame Karte bis hin zur Preispolitik.



«Nun freut es mich, Sie heute hier stehen zu sehen. Aus sieben guten Gründen.»

Mario Lütolf
1943/57

Alpes, Hotel Desirée, Hotel Elite und Hotel La Collina. So alle haben diesen Preis verdient. **ck**

Octopus – die neue 8 kg Klasse Der neue Masstab. Mehr Wert, weniger Kosten

Miele Produkt-Neuheiten an der Igeho Halle 1, Stand A30



Miele Professional
Tel. 056 417 27 51, Fax 056 417 24 69
www.miele-professional.ch

Miele
PROFESSIONAL

Mehr Zeit
für Ihre Gäste!
Plus de temps
pour vos hôtes!
Più tempo
per i suoi ospiti!



Milestone. Nachwuchspreis. Die Firma Hotelpartner hat dynamische Preise im Schweizer Hotelmarkt revolutioniert. Mit Mut, Innovation und Professionalität haben sich die Jungunternehmer bestens etabliert.



Drei der acht Jungunternehmer von Hotelpartner: Martin Werlen, Oliver Zurwerra und Martial Kuenen (v.l.n.r.)

Dynamisch jung

Hotelpartner heisst die Firma, Yield-Management die Dienstleistung. Das Jungunternehmen wird für seine Pionierrolle mit dem Nachwuchspreis ausgezeichnet.

© J. P. W. / htr

Yield-Management ist ein komplexes Thema. Zu dem werden immer neue und bessere Softwarelösungen angeboten, die das Management der Daten massnahmenlos von Experten individuell und intensiv betreiben werden. Dazu will vielen Hoteliers die Zeit, um dies auch das Kamerateam, die Jungunternehmer Oliver Zurwerra und Martial Kuenen sprachen vor drei Jahren mit ihrer Firma Hotelpartner in die Business-

Welt. Das Unternehmen bietet Hotels das komplette Yield-Management, heisst die Strategie sowie die Vertriebsstrategie. «Wir sind verantwortlich für die Wahrung der Preise, die dynamisch, also von der Nachfrage abhängig sind. Sie unterliegen verschiedenen marktspezifischen Faktoren», erklärt Oliver Zurwerra, CEO der Firma.

Hotelpartner bestimmt individuell für jedes Hotel, welche Online-Buchungsplattformen und Absatzwege national und international genutzt werden können. «Dann kontrollieren wir die verschiedenen Channels, auch über die Preisentwicklung der Konkurrenz, reagieren schnell und vor allem smart». Innovativ ist die Lösung, weil bisher kein nationaler Anbieter der Praxisebene die Verwaltung und professionale Bewirtschaftung der Internetportale in Form einer Dienstleistung und individuellen Partnerschaften bietet. «Der Marktanteil ist 100 Prozent», sagt Oliver Zurwerra. Hotelpartner gründete er 2008 gemeinsam mit Martin Wer-

len, der für das Marketing verantwortlich zeichnet. Mithilfe wurde an ihm ein Team von acht Spezialisten für Hotelpartner, Martin Werlen. «Unsere Dienstleistung ist bei den Schweizer Hoteliers sehr ge-

fragt. An ihrem Gedröbe, das Unternehmen will nicht zu schnell wachsen, haben die Jungunternehmer fest. «Jeder Hotelkunde bezahlt eine individuelle Berechnung und entsprechend viel Zeit.»

Nachwuchspreis innovativ mutig

Jung, gesund und dynamisch. So präsentieren sich Oliver Zurwerra und seine Kollegen auf ihrer Website. Aber die Jungunternehmer haben es nicht auf den «Mister» Schürli Titel abgesehen – sondern auf die möglichst perfekte Freigabe der Marke, sagt Elisabeth Holmeier, Chefredaktorin der htr hotel revue und Jurypresidentin anderer Wettbewerbe in der Tat, die Fu-

ma Hotelpartner präsentiert sich mit Stil und Klasse. «Be part of our success» lautet der selbstbewusste Aufruf, den Hotelpartner ihren potenziellen Kunden zurecht. Elisabeth Holmeier würdigt den CEO, Oliver Zurwerra, dass auch die Milestone «part of your success» werde und «mithilfe der Firma noch bekannter zu machen». In allererster Linie sei der Milestone aber eine Auszeichnung für die unternehmerische Innovation und für den Mut, neue Wege zu gehen.



«In erster Linie ist der Milestone eine Auszeichnung für die unternehmerische Innovation.»

Elisabeth Holmeier
Chefredaktorin htr hotel revue

«Dieser Preis ist ein Zeichen des Vertrauens und motiviert Hotelpartner sehr.»

Oliver Zurwerra
CEO Hotelpartner

Gesetzeskonforme und effiziente Personalplanung

Mit der Personaleinsatzplanungs-Software von MIRUS schauen Arbeitgeber der Umsetzung des neuen L-GAV gelassen entgegen.

Die MIRUS Backoffice-Lösung bietet dem Anwender eine effiziente und gesetzteskonforme Personaleinsatzplanung. Die einzelnen Module der MIRUS Software-Lösungen sind in Kombination sowie als Stand-Alone-Variante effizient nutzbar. Mit einer Schnittstelle können zusätzliche Programme problemlos an die Backoffice-Lösung angebunden werden.

Dienstzeiten genau dokumentiert
Eine lückenlose und saubere Arbeitszeitkontrolle ist eines der Ziele des neuen L-GAV, welches am 01.01.2010 in Kraft treten wird. Die MIRUS Personaleinsatzplanung ermöglicht dem Benutzer einen genauen und einfachen Überblick über alle wichtigen Informationen: Stundenkontrollblätter mit der Aufzeichnung von Nachfahrdiensten sowie Freizeitzeiten, Kontrolljournal mit Soll- und Ist-Arbeitszeiten inklusive den Abweichungen, Monatsblätter mit allen Angaben zu Arbeits- und Ruhezeiten, Ferienzeiten, diversen Lohnzuschlägen sowie Absenzen lassen sich jederzeit ausdrucken und queren.

Benutzer der MIRUS Personaleinsatzplanung profitieren zudem von optimierten und übersichtlichen Dienstplänen und der einfachen Koordination von Diensten in verschiedenen Abteilungen. Durch die Stundenkontrolle sind Ist- und Soll-Arbeitszeiten immer belegbar. Jederzeit erhältlich Personalverfügbarkeitsübersicht ermöglichen den Einsatz der Software für mehrere Ressourcen. Die «MIRUS Personaleinsatzplanung» funktioniert sowohl als Stand-Alone-Lösung wie auch in Kombination mit dem «MIRUS Mitarbeitermanagement» und der «MIRUS Elektronischen Zeiterfassung».

Einfache Planung und Kontrolle
In der gemeinsamen Anwendung mit «MIRUS Mitarbeitermanagement» lassen sich die Daten einfach kopieren und direkt für die Lohnabrechnung nutzen. Die Software vereint Planung und Kontrolle, berechnet und informiert fortlaufend über An- und Abwesenheiten, Pausen sowie Essenszeiten. Das System ermöglicht ebenfalls die optimale Planung der Bezüge von Flexi-, Ferien- und Freizeigen.

Lohnberechnungen, welche aus dem MIRUS Mitarbeitermanagement generiert werden, sind direkt mit dem Mitarbeiterstammi verknüpft. So lassen sich immer sekundär exakte Abrechnungen, die den komplexen Vorschriften der Hotelbranche und Gastronomie entsprechen, einfach erstellen. Effiziente Kriterien werden nach den betriebspezifischen Bedürfnissen definiert. So sind beispielsweise mehrere Zahlungsläufe und unterschiedliche Zahlungsarten möglich. Für die Benutzer entfallen zeitaufwändige Arbeiten, wie zum Beispiel die Quellenstellenabrechnung. Diese ermittelt das System automatisch. Mit wenigen Mausklicks lässt sich ein ganzer Monat abschliessen.

Die MIRUS Programme ermöglichen Auswertungen, Statistiken und Diagramme in 4 Dimension. Vereinfachte Listen unterstützen eine effiziente Reporting und Kostenmanagement. Die Programme sind zudem einfach zu bedienen und leicht in MS Excel oder Word-Format zu übernehmen. Auf Testanfragen lassen sich Abrechnungen für Versicherungen, Gemeinden oder Kantone erstellen.

Effizientes Arbeiten mit Vorlagen
Das «MIRUS Mitarbeitermanagement» enthält ein Dokumentencenter, welches keine Wünsche offen lässt. Über 300 artiklen reichhaltige Formulare, Standardbriefe und gesetzteskonforme Verträge in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch entstehen von zahlreichen Routinearbeiten. Diesum lassen sich Arbeitsverträge (auch Teilzeit- und Saisonverträge nach L-GAV), Mietverträge für Personalarbeitnehmer sowie Verpflegungsverträge oder Spesenvereinbarungen generieren. Antragformulare für Arbeitsbewilligungen, ANS Formulare oder Anmeldeunterlagen für verschiedene Behördenmodulen sind ebenfalls integriert.

Gesetzeskonform & revisionstauglich
Lohnberechnungen inklusive genauer Auswertungen lassen sich monatlich oder kalendermonatlich für Behörden, Sozialversicherungen und Pensionskassen problemlos erstellen. Kombiniert mit «MIRUS Finanz» und Rechnungswesen wird ihr eigenes Backoffice-entschlüsselt.

Die MIRUS Software AG als Schweizer Marktführer im Bereich Backoffice Software für Hotel-, Tourismus und Gastronomie-Betriebe mit Hauptsitz in Davos und Niederlassung in Luzerne betreut heute mehr als 2500 Kunden. Die MIRUS Software AG ist an der IGEHO 2009 zusammen mit der Pionierfirma HOTELA und der Hotelfachschule Luzern für ein neues Meilenstein präsent.

Halle 2.1, Stand D20

Das MIRUS-Team beantwortet gern Ihre Fragen und steht Ihnen für eine unverbindliche Präsentation zur Verfügung.



MIRUS Software AG
Toblerstrasse 11
7270 Davos Platz
+41 (0)81 215 66 88
info@mirus.ch - www.mirus.ch

Milestone. Sonderpreis Nachhaltigkeit. Die neue Monte-Rosa-Hütte setzt punkto Nachhaltigkeit neue Massstäbe. Der «Bergkristall» auf 2800 Meter hievt den Werkplatz Schweiz in höhere Sphären.

Ziel erreicht: Energie-autark

ETH-Professor Meinrad Eberle ist Initiator der «Neuen Monte-Rosa-Hütte». Nachhaltigkeit ist für ihn seit Jahrzehnten ein Thema. Eberle arbeitete 20 Jahre für die Automobilindustrie.

schon Ort jenseits werden musste. Und was eignete sich besser als der Fuss des weltbekannten Matterhorns?

Hätte das Projekt an einem anderen Ort weniger Aufmerksamkeit bekommen? Davon bin ich überzeugt.

Was bedeutet für Sie persönlich Nachhaltigkeit?

Eine ganze Menge. Ich war 20 Jahre in der Automobilindustrie tätig und habe mich schon während meiner Dissertation 1968 mit dem Beitrag zur Berechnung der überdynamischen Zusammenhänge von Verbrennungsmotoren und Abgasnachbrenner beschäftigt. Das Thema begleitet mich bis heute.

Hat Ihnen diese Nähe zur Wirtschaft auch beim Entwickeln und Realisieren der «neuen Monte-Rosa-Hütte» geholfen?

Ja, das würde ich sagen. Mein Netzwerk ist gross und gefestigt. Mit meisten Kontakten konnte ich einiges zum Gelingen des Projekts besteuern.



«Natürlich gehen wir an der ETH davon aus, dass alles wie geplant läuft.»

Meinrad Eberle

Wie war die Zusammenarbeit mit dem SAC?

Die war sehr gut. Wir haben uns in einem konstruktiven Dialog immer wieder unterstützt, so dass dieses Huttenprojekt als gelungene Zusammenarbeit zwischen dem SAC

und der ETH Zürich bezeichnet werden darf.

Wie würden Sie das Projekt sonst noch charakterisieren?

Es stellt eine gute Verknüpfung zwischen der hervorragenden Architektur des ETH-Professors Andreu Delacaz und seinem Team sowie modernster Technologie dar. Das energieautarke Konzept ist im Rahmen des 150-Jahr-Jubiläums der Hochschule entstanden. Dieses Projekt ist ein Labor und wird viele andere Bauvorhaben inspirieren.

Heisst das nun, dass alle neuen SAC-Hütten künftig so nachhaltig gebaut werden?

Nein. Es ist, wie schon erwähnt, ein einzigartiger Bau, der wegweisend ist und nur dank dem grossen Engagement des ETH-Teams, des SAC und der Sponsoren möglich war.

Sind die Sponsoren heute nach der Eröffnung zufrieden?

Ja, davon bin ich überzeugt. Stellen Sie sich vor, wie gross die Mehrzahlenspende zum Bau war und immer noch ist. Und zwar nicht nur national sondern auch international. Und was auch immer bewusst, dass die Sponsoren diesen Auftritt

erwarten. Da kommt mir meine Affinität zur Wirtschaft zugute.

Wie gross ist das Engagement der ETH, wenn die Berghütte im März 2010 in Betrieb ist?

Für uns bleibt es nach wie vor spannend, der Bau wird auch zukünftig ein Forschungsobjekt sein. Eine Software, die an der ETH Zürich entwickelt wird, soll die Haustechnik der neuen Monte-Rosa-Hütte von Zürich aus steuern. Alle relevanten Daten, etwa des Reservations-systems, des Energiespeichers und der Wärmelieferung, werden von der Hütte auf einen Rechner an der ETH Zürich übermittelt.

Sind Sie sicher, dass alles reibungslos funktionieren wird? Das ist eine gute Frage. Sehen Sie, wir sind Profis und haben

noch keine Erfahrungswerte. Natürlich gehen wir davon aus, dass alles wie geplant läuft. Aber wenn es Probleme geben sollte, dann werden wir auch wieder in den Schlägreden stehen und uns damit auseinandersetzen müssen. Ich bin mir dieser Rolle bewusst und auch darauf vorbereitet.

Wird mit der neuen Berghütte nicht zu viel Luxus betrieben?

Erläutere Stimmen gibt es, doch sagt die Monte-Rosa-Hütte auf, wie im Hochgebirge ein Neubau entstehen kann, der die verschiedenen Kriterien der Nachhaltigkeit erfüllt. Diese neue Hütte wird mit grosser Sachkenntnis mehr Touristen in die Berge locken und diese für die Schönheit der Natur und für die Nachhaltigkeit begeistern.

Meinrad Eberle, wie kamen Sie auf die Idee, eine solche SAC-Hütte zu initiieren? Eigentlich war es meine Frau, die diese Idee hatte. Wir waren im Oberwallis in den Ferien, das kuckte ich über die Machbarkeit eines solchen Projekts, und so war der Grundstein gelegt.

Wie wichtig war der Standort dieses Berghüttenprojekts? Sehr wichtig. Da war ich, dass dieses Bauwerk an einem magi-



Auf 3000 Meter über Meer: Die «Neue Monte-Rosa-Hütte» setzt punkto Nachhaltigkeit weltweit neue Massstäbe.

Hüttenzauber und Nachhaltigkeit

Schweiz Tourismus hat vor kurzem mit einem wunderbaren Film die Wunderschönheit der Hüttenzauber auf dem Subjektzettel vergewissern lassen. Mit diesem Wirtin Ingrid Bachmann, Staatssekretariat für Wirtschaft, SVP, Leiterin des Sonderpreises Nachhaltigkeit, den Preiswürdigkeiten Kategorie zum 100-jährigen Jubiläum. Seit fast 150 Jahren haben wir im Segment Hüttenzauber einen Marktführer, den Schweizerischen Alpenclub SAC. Wie es sich für einen Marktführer gehört, hat er schon den nächsten Schritt getan, so Richard Kämpf, Leiter des SAC-Hüttenzauberzentrums der neuen Monte-Rosa-Hütte, die Alpinisten der Zukunft gebaut. Gemeinsam mit dem SAC haben sich die Verantwortlichen dabei



Reto Jenatsch vom SAC nahmen die Milestone entgegen.

Heranforderung der ökologischen Nachhaltigkeit in exemplarischer Form gestellt. Die Hütte habe die Form und Farbe eines strahlenden Felsteins. Sie passt mit ihrer herausragenden Architektur in die Umgebung, zeigte Richard Kämpf die

Business- und Wertelieferer die Ingenieure der ETH, die das Gebäude als Teil dieser Natur entworfen. Kämpf zeigte sich begeistert: «Der Anstiegszeit bei der Energiewerterzeugung beträgt 90 Prozent, was Facilitate rund um die Welt auf-bros herliess.»

Reto Jenatsch, Präsident Zentraler Hüttenkommission SAC und Vorsitzender des Monte-Rosa, war sehr erfindlich, den Milestone entgegenzunehmen. Der SAC hat mit diesem Bau ge-

zeigt, dass trotz eines komplexen und anstrengenden Projekts, die Schlichtheit, aber der Grundsatz des SAC umgesetzt werden kann. Dass die Monte-Rosa-Hütte für den Bau von neuen SAC-Hütten der neue Standard wird, davon ist Jenatsch überzeugt. «Punkto Ökologie hat die Monte-Rosa-Hütte auf jeden Fall neue

Massstäbe gesetzt. Denn die Mitglieder des SAC haben die Natur und wollen sie auch schützen, es hat Jenatsch die Philosophie als



«Seit 150 Jahren haben wir im Segment Hüttenzauber einen Marktführer, den SAC.»

Richard Kämpf

FÜR MICH.

Die KLAFS Sauna- und Wellness-Well.



leben Sie Ihren persönlichen Spa-Traum schon?

Wir tun es für Sie. Erleben Sie von Basel nach München... 14. 1. Oktober laden Sie in die Bauphase in Vallée d'Aoste auf 700m Höhe, wo man in privater und professioneller 170-Bereich nie kommen kann.

Um Ihre Vorstellungen bereits jetzt zu realisieren, zeigen wir Ihnen in unserem 170-tägigen Fortbildungs alle möglichen Sauna-Optionen und unzählige Innovationen im Spa- und Wellnessbereich.

KLAFS SAUNA & SPA

Applaudieren mit Ihrer Erlebniswelt in der Bauphase willkommen!

KLAFS

SAUNA & SPA

Walden | Tel. 0041 78 618 100
KLAFS AG
Oberneuhofstrasse 11
6342 Bostel
T 041 760 22 42
F 041 760 25 35
bsa@klafs.ch, www.klafs.ch

KLAFS SAUNA & SPA

cahier français

118 | hotelrevue | n° 47 | 19 novembre 2009



Igeho
Le salon professionnel bâlois travaille également le marché romand.
Page 29



Afternoon tea
Cette pratique venue des pays anglo-saxons se répand dans l'hôtellerie helvétique.
Page 31

Milestone. Lauréat. La destination Montreux Riviera remporte cette année le premier prix. Harry John, directeur de Montreux-Vevey Tourisme, retrace les étapes d'un concept visionnaire qui s'est révélé gagnant.



Un homme heureux: Harry John, le directeur de Montreux-Vevey Tourisme, brandissant le Milestone.

Montreux Riviera une marque à la stratégie exemplaire

Tous les projets parlent de destinations touristiques, mais peu réussissent à s'appliquer dans le peloton de tête figure la région Montreux Riviera, lauréate du Milestone 2009. La marque Montreux Riviera est l'aboutissement d'une stratégie exemplaire de Montreux-Vevey Tourisme (MVT) pour le futur touristique de la région. Ces dernières années, elle a été financée par 23 communes sur 40 kilomètres, avec un budget annuel de 6 millions de francs et 40 collaborateurs.

Il a fallu faire les critiques

Mais il a fallu se montrer persévérant, souligne Harry John, le directeur de MVT. Il a fallu faire entendre les critiques en consultant très largement. L'équipe de Harry John a travaillé trois ans durant au développement de la stratégie de la marque. Elle a eu recours à l'analyse de l'Institut für Marketinglink, à Genève, et à trois d'importants partenaires régionaux.

Le positionnement touristique de Montreux Riviera s'appuie sur le savoir-être avec six thématiques:

advertissement et musique; gastronomie et vin; culture et histoire; loisirs-été et sport et le savoir-faire; tourisme d'affaires et éducatif.

«Nous sommes volontiers la venue-tourne ou le shopping à Genève et Zurich, que nous ne pouvons pas concurrencer», précise Harry John. Le Milestone 2009 accélère le processus d'application de la marque Montreux Riviera. La mise en ligne du nouveau site, la sortie des supports graphiques, voire la mise à disposition de matériel de promotion sont en place d'ici à l'automne 2010, car l'action que la feuilleton réserve à ses clients se fera l'année prochaine à Genève et à Vevey, affirme Harry John. Quels conseils le champion de la vision touristique peut-il donner à ses collègues? «Le regard de l'industrie doit être au centre de la réflexion. Et, peut-être, il faut observer son propre comportement de consommateur. En vacances, à l'étranger, ne considérez-vous pas tout ce qui se trouve dans un rayon de 30 km comme un tout?»

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un article en page 11

«C'est le travail de toute une région»

Directeur de Montreux-Vevey Tourisme, Harry John a reçu, mardi soir, le Milestone 2009 décerné à la destination Montreux Riviera. Il nous livre, à chaud, ses réactions.

FRANÇOIS HALAZAR

Harry John, vous venez de recevoir le premier prix du Milestone 2009 pour le projet de destination Montreux Riviera. Quelles sont vos premières réactions?

Je suis en chaise, je suis emballe. C'est comme si nous recevions un cadeau de Noël auquel n'aurait pas été joint un cadeau de l'Ascension. Ce prix est une reconnaissance pour le travail de toute une équipe. Et personnel-

lement une reconnaissance pour le travail de Montreux-Vevey Tourisme, mais pour celui de la toute une région - Montreux-Vevey, puis Lavaux - qui a su il y a presque dix ans se mettre ensemble pour le réaliser. Je suis très fier aussi de la palette que et des parts égales prises. C'est leur Milestone.

«Je dédie ce prix à Raymond Jaussi, personnalité d'une génération de visionnaires.»

Harry John
Directeur de Montreux-Vevey Tourisme

A qui dédiez-vous ce prix?

Je le dédie à Raymond Jaussi, qui a maintenant cessé cinq

ans Monsieur Montreux, ancien directeur de l'office du tourisme pendant près de trente-cinq ans, en fondateur de la Rose d'or de Montreux, celui qui a engagé Claude Nuber, Raymond Jaussi est une personnalité incroyable qui appartient à une génération de visionnaires dont on peut apprécier l'engagement.

Comment pensez-vous utiliser les dix mille francs du prix? C'est encore trop tôt pour répondre. Car, c'est une telle surprise d'avoir été honoré par ce prix auquel nous avons participé pour la première fois. Je pense cependant que nous allons

probablement faire un bon verre de Lavaux.

Avez-vous hésité à déposer votre candidature?

Non, c'était clair que nous allions le faire, car l'alliance était claire. Il ne nous manquait plus que de point sur le «qui» étant la marque Montreux Riviera.

La mise en place avait été lancée l'année passée et présentée lors de l'assemblée générale le 3 juin. Et comme le délai de dépôt des candidatures au Milestone était fixé au 31 août, le timing était parfait.

Entendez-vous utiliser cette distinction dans votre promotion et, si oui, comment?

Oui, nous allons l'utiliser en la mettant, sans doute, en évidence sur internet, mais aussi sur les dépliants. Et ceci avec une certaine fierté. Le Milestone est quant même LE prix de la branche.

Vous avez vu qui étaient les autres lauréats de ce Milestone 2009. Avez-vous un commentaire à apporter?

Je salue la diversité des dossiers et les deux autres lauréats, en particulier le Musée suisse des transports. C'est un motif de fierté en plus de savoir que nous sommes devant le premier musée de Suisse. En fait je félicite les quatre-vingt-neuf dossiers. Car, c'est finalement la participation qui compte.

Qu'apporte, selon vous, le Milestone au tourisme suisse?

Il apporte un peu de glamour, un peu de reconnaissance, un peu de lobbying à l'attention de la branche et auprès des médias. Nous sommes une branche avec beaucoup d'émotions et le Milestone est un véhicule de nos émotions. C'est ce qu'il faut pour afficher la couleur de notre branche.

Milestone. Soirée de gala. La dixième édition du Prix du tourisme suisse, qui a eu lieu mardi soir au Kultur-Casino de Berne, a connu un immense succès. La fête a réuni plus de cinq cents personnes.

Le tourisme suisse fête l'innovation

Succès sur toute la ligne pour la 10e édition de Milestone, le Prix du tourisme suisse. Plus de 500 personnes ont pu voir triompher, mardi à Berne, la destination Montreux Riviera.

THOMAS W. SAUER

On savait depuis quelques années déjà que le Milestone, le Prix du tourisme suisse, était un événement pilier de l'activité touristique helvétique. La dixième édition de cette cérémonie des succès touristiques, qui s'est déroulée mardi soir au Kultur-Casino de Berne, a réuni plus de cinq cents personnes des milieux touristique, politique et économique - mais encore de plus que précédemment - qui se sont réunies pour participer à cette fête dédiée à l'innovation. La participation au concours a été soutenue par de nombreux classiques, puisque le prix a reçu 100 dossiers de candidature dont 14 ont été retenus pour être lauréats de la soirée.

Une soirée où le suspense était garanti

Animée par la présentatrice et animatrice Sandra Studer, l'un des plus grands experts du responsable de Google Suisse, Andreas Schonenberger, la soirée a connu un suspense qui a tenu jusqu'à la fin. Le lauréat suisse du tourisme (SST), le Swiss Award of Excellence (SAE), a été remis à la destination Montreux Riviera.

« Personne ne savait qui avait été choisi pour monter sur scène. Nommée à diverses reprises plusieurs années, la Suisse romande s'est ainsi distinguée de belle manière, puisque le premier prix - d'une valeur de 10000 francs - a été attribué, dans la catégorie « projet remarquable », à la destination Montreux Riviera. Cette destination, a été dans son hommage, Eric Schudelgger, directeur supérieur du Service, s'est distinguée par sa prise en compte d'un modèle de gestion suisse. Montreux Riviera a montré que même des régions montagneuses en petits sites touristiques sont capables de constituer une marque forte ».

Le dixième prix est revenu à une région du tourisme suisse, le Musée suisse des transports l'Institut, créée il y a cinquante ans, a surpris les opinions du jury. Comme l'a souligné le président de l'Institut suisse, Gagliardo Brunetti, un programme d'investissements de 60 millions de francs financé par un partenariat public-privé exemplaire, lui a permis de devenir un parc à thèmes dynamique et multifonctionnel. Le troisième prix a, quant à lui, été remis aux porteurs du groupement « Matterhorn Valley Hotels » fondé en 2003. Formé de sept hôtels haut de gamme suisses, ce groupement a mis en place un ensemble de synergies très performant.

Intitulé « In passe », le prix spécial du développement durable a distingué le Club Alpin Suisse pour sa nouvelle cabane du Mont-Brose, considérée comme un « mariage parfait » entre l'architecture et les technologies de pointe. Responsable du service tourisme au Sert et membre du jury, Richard Kämpf a relevé la manière exemplaire dont une infrastructure touristique peut être conçue et exploitée sur des principes de développement durable.

Plusieurs personnalités ont été aussi honorées. Le Milestone ne manque pas d'honorer aussi des personnalités. Le prix de la relève est ainsi revenu à Oliver Zuercher, CEO de la société Hotelpartner. Président du jury et président en chef de l'Hotel suisse, l'Hubert Hubener a relevé le caractère exemplaire de cette entreprise qui prend en charge le vieillissement d'hôtels. « Vous avez marqué la politique du tourisme suisse et fait progresser la capacité d'innovation propre à la branche ». Ces propos élogieux ont été tenus par Dominique de Buman, président de la SE, à l'adresse du professeur Peter Keller, distingué pour l'œuvre d'une vie. Ancien directeur du service du tourisme du Sert, Peter Keller s'est investi pendant des décennies en faveur du tourisme (thématique), enfin, aussi de rendre à Peter Kullert, directeur du Milestone. « C'est une grande joie pour moi de constater qu'une idée a pu se réaliser et qu'elle s'est pérennisée ».



« C'est une grande joie de constater qu'une idée a pu se réaliser et qu'elle s'est pérennisée »

Peter Keller
Président de la SE



Sous le regard de Dominique de Buman, la présentatrice Sandra Studer s'entretient avec Peter Keller.

Internet, un outil majeur de l'innovation

Dans le sillage du thème de la dixième édition de Milestone 2009, Andreas Schonenberger, le responsable de Google Suisse, a évoqué l'importance grandissante du web comme support touristique et comme facteur d'innovation. Quelques chiffres sont venus appuyer ses propos : plus de 40% des Suisses utilisent désormais Internet pour se déterminer sur le

choix de leurs vacances, alors que 44% d'entre eux ne mettent plus de pieds dans une agence de voyages. Pour répondre à cette nouvelle habitude de consommation, Google a développé une série de produits, dont les sites JetBlue et Orbitz, qui offrent des prestations touristiques classiques, tout en fonctionnant, pour le premier nommé, comme un réseau social.

Andreas Schonenberger en est convaincu : Internet est l'espace privilégié de la créativité et de l'innovation. D'expliquer que le net, dépassant de bien loin, permet à tous les utilisateurs de s'exprimer et accueille toutes les idées, d'ajout qu'il est devenu. Quant à Google, il attribue l'engouement l'innovation planétaire et de la rendre accessible à tous.

Peter Keller honoré pour son engagement

Peter Keller a marqué de son empreinte le tourisme suisse depuis des décennies. Pour son engagement, il a été honoré du Prix pour l'œuvre d'une vie à l'occasion du Milestone 2009.

LEONIE W. SAUER

Le tourisme suisse doit beaucoup à Peter Keller. Par son engagement, sa fièvre et son analyse, il a modifié notre perception de la branche. Au Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), il fut chef du service tourisme. Il s'est battu pour que, justement, dans ce pays, on n'oublie pas le

tourisme. Et il y tenait comme à la prunelle de ses yeux, en particulier lorsque qu'il s'agissait de rayer les subventions et de supprimer les prix élevés qui étaient en vigueur.

Une politique touristique qu'il a fallu bâtir lentement

Dans le jury qui lui fut remis, Peter Keller « avait plus qu'une distinction de mérite, mais bien davantage l'idée de ce que le tourisme apporte à ce pays et des conditions générales dans lesquelles ».

Quand il se penche sur ses succès, Peter Keller se souvient tout particulièrement que la Commission suisse de la politique touristique qu'il a fallu bâtir lentement. « C'est un plaisir de voir du bon économique des

années 1960 - qui est en fait la première fois un succès touristique, après le constat que ce secteur avait des répercussions positives sur l'économie, mais aussi des conséquences, moins positives, sur l'environnement ».

C'est qu'en 1961 - que le Conseil fédéral a posé les bases nécessaires à une stratégie de politique touristique. « C'est justement pendant la construction d'une politique touristique proche de l'économie et efficace que Peter Keller a pris part à des travaux concertés avec les milieux économiques et, en fin, ajoutés à la voix souvent d'y parvenait ».

Peter Keller se souvient également des moments cruciaux qui

ont jalonné cette construction. « La création d'Innotour, en 1996, et le régime d'exemption de la TVA hôtelière ».

Au service de la promotion économique

En 1993-1994, il a vécu la réorganisation totale de Suisse Tourisme. « L'économie et le tourisme sont profondément liés, plus étroitement qu'on ne le pense souvent », souligne-t-il. A chaque stade de ce développement, il a été investi aussi bien stratégiquement que sur le plan opérationnel, peut-il dire, afin que la promotion économique dispose toujours de bons outils. « Même s'il a dû se battre parfois pour la promotion touristique

le tout fraîchement distingué professeur juge que « la solution actuelle est bien meilleure qu'un office fédéral du tourisme, une structure légère, mais efficace, servant d'abord les intérêts de la branche. Je suis, dit-il, un fervent défenseur d'un Etat fort, mais léger structurellement ».

Sur le plan international, Peter Keller s'efforce que la Suisse, qui est considérée comme un modèle dans les grandes organisations comme l'OMC, n'oublie pas de savoir vendre son « know-how ».

« Finiqué, par exemple, n'est-ce pas de chaîne hôtelière, helvétique? Nous devons pourtant de hautes écoles de banques pour cela... Et d'ajouter

« La branche suisse doit être bien gérée les crises et les phases structurelles de croissance ».

On le voit, Peter Keller a consacré toute sa passion pour le tourisme. Doit-il cette passion à ses contacts avec les étudiants de l'Université de Lausanne ou à ses multiples engagements dans les organisations internationales, les conférences ou à ses publications?

« Peu de temps, donc, pour ses hobbies : d'écriture - la vigne, la lecture, le piano. « Mais, dit-il, je reste très étroitement lié au tourisme helvétique. Je déteste les décrets d'ailleurs volontiers le tourisme comme la forme de bonheur individuel la plus précieuse ».



« Je suis un fervent défenseur d'un Etat fort, mais léger structurellement »

Peter Keller
Président de la SE

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 9

Aus der Region

Ostschweiz

Appenzell: neue Strategie für den Tourismus



Gemäss einer Studie der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur ist der Tourismus im Kanton Appenzell für die Volkswirtschaft von grosser Bedeutung. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, legt der Verband Appenzellerland Tourismus All die zukünftige Stossrichtung in seiner neuen Tourismusstrategie fest. Mit schlagkräftigen Tourismusstrukturen, Produktinnovationen, positiven Kommunikationsschritten, gezielten Hotelentwicklungen und strategischen Partnerschaften sollen die Zielvorgaben erreicht werden, die

Berner Oberland

Neues Budget-Hotel in Beatenberg

Dies aus dem Kurhaus Schötteng entstandene Budget-Hotel in Beatenberg liess ab 26. Dezember 2013 seine ersten Gäste willkommen. Das Budget-Hotel bietet gut 100 Betten und 100 Zimmern, mehrere Aufenthaltsräume und einen modernen eingerichteten Speisungs- und Ausdrücksaal. Geleitet wird Budget-Hotel Interlaken Beatenberg von Rosmarie Küssler und Adrian Nafis. Es ist Mitglied bei den Swiss Budget Hotels und der Vermittlungsorganisation Comaa Group. **ist**

Zentralschweiz

Melchsee-Frutt vermeldet Rekordergebnisse



Die Ferienregion Melchsee-Frutt bilanziert auf eine erfolgreiche Sommersaison zurück. Die Logiernächte konnten um 1,25% gesteigert werden, und die Sportbahnen Melchsee-Frutt erzielen einen neuen Sommerrekord. Auch beim Vertriebskanal der Winterauslastung konnte das Unternehmen einen neuen Rekord vermelden. **ist**

Lässt Sawiris Mega-Seilbahn bauen?

Bei Andermatt könnte demnächst eine Luftseilbahn dem Näschen mit der gegenüberliegenden Gscheidalp verbunden. Laut direkten Meldungen könnten dies nach Sami Sawiris' Entschlossenheit in 15 Jahren der Fall sein. Bisherige Projektstudien der Andermatt-Gaerthald-Sportbahnen schätzten die Kosten auf 16 Mio. Franken. Vorerst haben andere Projekte Vorrang. Erneuerung bestehender Anlagen und die Verbindung mit dem Skagiplet Seilbahn **ist**

«Pasta» wird schlank

Seit 2003 ist die Schweizer Parahotellerie ohne eigene Statistik. Jetzt laufen Anstrengungen, bald eine verschlankte Version zu lancieren.

PHILIPUS GAZDAR



Wie viele Gäste übernachten hier? Die Statistik soll's zeigen.

Vor dem Monatsrückgang 70 Millionen Logiernächten, die der Schweizer Tourismus jährlich erzielt dürften, gut 30 Millionen aus Ferienwohnungen stammen. Ein absolut unmarkter und volkswirtschaftlich wichtiger Block, sagt Mario Lüsli, Altkonzeptionschef des Schweizer Tourismusverbandes nicht, denn seit 2003 gibt es

keine Statistik mehr dazu. Daran würde die «Pasta» (Parahotellerie-Statistik) angesetzt. Aufgrund von Budget-Beschränkungen des Bundesamtes für Statistik (BFS). Zudem gilt die Erhebungsmethode eher als inhuman: prozentstichprobig.

Grossteil der Ferienwohnungen ist nicht klassifiziert

In Sachen Qualität und Buchbarkeiten ist die Branche selber eher in unzulänglicher Lage. Heute sind rund 10000 Schweizer Ferienwohnungen nach üblichem Sterne-Muster klassiert; über das Portal von MySwitzerland.com sind 26000 Ferienwohnungen einsehbar. Der Gesamtmarkt ist etwas grösser. «Wir schätzen, dass es in der Schweiz etwa 40000 bis 100000 Ferienwohnungen mit rund 260000 vermietbaren Betten gibt», sagt Reka, Direktorin Visum Bernerische-Nachfrage.

An der zweiten Ferien-Tagung in Zürich zeigte BFS-Statistik

Ernst Mattioli, wie eine Parahotellerie-Statistik werden in die Gänge kommen könnte. Das Problem sei, dass kein gesichertes Material zur Grundgesamtheit der Schweizer Ferienwohnungen vorliegt. Ohne zu wissen, wie gross das Angebot ist, lässt sich keine einwandfreie Statistik zimmern. Als «vorbildliche» Lösung konnte das BFS das Erfolgsrezept (SWR) so um den Daten der Einwohnerregister der Gemeinden verlinken, dass ab 2014 – Fragen zu Kosten und Verrechnungen einmal angenommen – wieder eine «Pasta» gestartet werden könnte.

Abgespeckte Statistik eventuell schon ab 2011

Dass Bewegung in die Sache kommt, wird bejaht. Auch wenn es der Blauherz zu lange dauere. Viele würden sich schon früher eine abgespeckte Statistik «zuschieben», sagt Berner – sollten die Daten der

professionellen Anbieter wie Interhome, Hapimag, Landal, Bekaraw erfasst werden.

Tatsächlich bewegt sich etwas in Richtung «Pasta Light». In einem Mittelstufen-Szenario wäre denkbar, Daten von sieben grossen Ferienwohnungsanbietern – etwa Interhome, EuroDwell und andere – über die Webplattform STNet einzuspeisen. Mit diesem Material, sagt Lüsli, können in Pilot-Destinationen als Übergangslösung Hochrechnungen erstellt werden. Aus dem Abgleich der Daten der sieben Anbieter und der Grundgesamtheit in den Destinationen sollten «zusätzliche» Zahlen sich herausfinden lassen. Im idealen Falle sagt Lüsli ab 2011. Eine solche «Pasta Light» wäre zwar nicht mit dem Skop des BFS verträglich, doch die Bundesstatistiker werden Ländl, Intern und das Ende Licht ein Dokument mit Input für die Schaltung einer abgespeckten Parahotellerie-Statistik verfasst.

1. Was ist der Stellenwert der Ferienwohnungen im Schweizer Tourismus?

Als er noch eine Pachtellense-Statistik gab, war die Rede von jährlich 20 bis 24 Millionen Logiernächten in Schweizer Ferienwohnungen. Ein Wert also, der damals schon mehr als die Hälfte der 37,3 Millionen Hotellogiernächte von 2008 entsprach.

2. Wie wichtig ist eine neue Parahotellerie-Statistik?

Unverändertlich, dass ein so wichtiger Bereich nicht statistisch belegt ist. Eine Statistik ist ein wichtiges Führungsinstrument im In- und Ausland und hilft, wichtige Entwicklungen zu erkennen.

3. Es dauert wohl bis 2014, bis die Schweiz wieder eine «BFS-Pasta» haben wird.



Nachgefragt
Werner Bernet (60)

Funktion:
Direktor Schweizer Reisekare Reka

Auszeichnung:
Werner Bernet erhielt 2004 den Meistertitel in der Kategorie «Lebenswerk»

Anstelle einer Statistik, welche die hinterste und letzte Gemeindefürsorge erfasst, wäre ein Instrument lieber, das früher zur Verfügung stehen und sich auf die relevanten touristischen Gebiete – Wallis, Graubünden, Berner Oberland, Tessin – konzentrieren würde.

4. Wie müsste ein solches Instrument konkret aussehen, und wer könnte es finanzieren?

Eine solche Statistik müsste per Januar 2011 vorliegen. Jedes Regel werden Daten monatlich erhoben, also wäre eine monatliche Publikation ideal. Mindestens gewährleistet sein sollte eine zweimal jährliche, auf Sommer- und Wintersemester abgestimmte Publikation. Zur Finanzierung an einem solchen Instrument müssten vor allem touristisch relevante Kantone interessiert sein. **ag**

Mehr Zeitdruck im MICE-Markt

Im MICE-Markt der Meetings, Incentives, Congresses, Events herrschen Zeit- und Preisdruck. Eine Chance für alle, die gut aufgestellt sind. Das zeigt die Messe EIBTM Barcelona.

WOLFGANG VOLLMER

Gemäss Barbara Allmeit, Leiterin des Switzerland Convention & In-

centives-Büros (SCIB) im Schweiz Tourismus, herrsche bei den Schweizer Anbietern an der EIBTM der letzten Woche sehr gute Stimmung. Der Markt war sehr gut besucht, das neue Standkonzept und die sehr gute Lage des Stands haben sich bewährt. Sowohl grosse Meetings als kleinere Firmen sind Kongresse im Associations-Geschäft seien stark akquiriert worden. «Und dem Stand, der «excellence 2008» im

Schweizer MICE-Geschäft sind mit allerdings nicht im Bild gewesen», so Allmeit, «als erste Halbtagung 2009 war sehr ruhig, seit Ende August ist die Nachfrage gut. International weist der Trend Report der EIBTM einen positiven Verlauf».

Lebhaft würde auch im diesem Tourismus-Sektor immer kurzfristige Manöver – sehr gut angeordnet – die Kunden haben kennen, so Barbara Allmeit. Es sei bei Anfragen nach dem, selbst bis ins Detail zu gehen, sondern die Ver-

fügbarkeit – wie viele Zimmer zu welchem Preis – muss konkret darstellbar sein, und dies in der Landeswährung des Kunden, damit er nicht lange umrechnen muss. Die Details gib es dann beim nächsten Schritt.

Orizon Global MICE, die Destination Management Company der Gender MICE Group konnte detaillierte Gespräche mit drei grossen Professional Conference Organizers (PCO) über dynamischere Kongress-Veranstaltungen für die

Schweiz in den nächsten Jahren ermöglichen.

Enza Caltavutro, Mitarbeiterin im Sales der Destination Engadina St. Moritz, würde an der EIBTM danach zum Partner, nämlich das «Sunrise House» und die Verbrüderung «Kempinski Parkside»/Kulu Hotel St. Moritz aktiv unterstützen. «Alle haben sehr gut gearbeitet», resümiert sie. «Es gab ein lebhaftes Interesse der Einkäufer, sowohl bei Verhandlungen mit Hotel-Büros wie auch spontan».

Krise in Europa uneinheitlich

Im zu Ende gehenden Jahr fiel der Ertrag pro Zimmer im Schnitt der europäischen Hotellerie um 16,8 Prozent. Besonders starke Einbussen musste Osteuropa hinnehmen.

DAVID L. GAZDAR

Gemäss einer Deloitte-Studie aufgrund der Branchenstatistik (STR Global Branchen-Statistik) sank europäischer Hotellerie-Auftrag 2013 um bis zu 31,7%. Der Ertrag pro Zimmer (RevPAR) eu-

ropäischer Hotels fiel um 16,8%. Die Krise hat aber Europas Hotels unterschiedlich hart getroffen. In Tschechien, Estland, Lettland, Litauen, Rumänien, Russland und der Slowakei brach der RevPAR zum Teil um über 30% ein. In der Eurozone schrumpfte er um minus 22,5%, am schliesslichen Erfolg von Spanien mit etwas mehr als minus 20%. West- und Mittelmeerespakten erholte sich davon. In Frankreich ging der RevPAR um 13,5% zurück, in Deutschland um 12,5% und in Grossbritannien sogar um um 10%. In der Türkei und Zentrale Hotellerie ging der RevPAR laut

Deloitte um 22,3%, respektive 24% zurück.

Fast alle europäischen Nationen darunter, dass viele Konsumenten kaum noch Einzahlung in Europas Metropolen leisten wollten. Nur Glasgow und Edinburgh konnten wachsende Belegungszahlen melden. Den kräftigsten Aufschwung musste Düsseldorf hinnehmen. Auch Top-Destinationen wie London, Wien und Paris verloren. Letztere erholte um 74% immertrotz der höchsten Hotelauslastung im Städtevergleich. In Genf und Zürich betrug die Auslastung 60%, respektive 68,1%.

Der Milestone im Schaufenster: Grächen ehrt seine Gewinner



Das Milestone-Schaufenster

«Wir sind stolz, dass die 3 Gewinner des Milestone aus Grächen kommen», schreibt die Marketing-Organisation der Unternehmung Grächen, Theresia Uhl. Die Gewinner des 3. Milestone-Preises sind die Mattered Valley Hotels. Ausgereicht Internationaler Kooperation für die Qualitäts-Engagement. Um die Freude am Preis mit den Gästen zu teilen, haben die Gewinner im Tourismusmarkt ein Schaufenster gestaltet, mit dem Plakat mit dem Untertitel der Gäste der letzten Milestone-Preisverleihung. Dieses Plakat kann bei der htr hotel revue ausfindig werden (Tel. 031 370 42 90). **rk**



PRESSESPIEGEL 2009
der htr hotel revue

(Zusatzinformationen Online www.htr.ch)

MILESTONE
c/o htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24
E-mail: info@htr-milestone.ch
Internet: www.htr-milestone.ch

**„MILESTONE.
Tourismuspreis Schweiz“
2009**

**„MILESTONE.
Prix de tourisme suisse“
2009**

10 Jahre Milestone - jetzt bewerben



(© htr)

Ab sofort können sich Touristiker für den Milestone 2009 bewerben. Seit zehn Jahren würdigt der «Milestone.Tourismuspreis Schweiz» herausragende und innovative Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus.

Die Ausschreibung des Wettbewerbs ist öffentlich und läuft bis am 31. August 2009. Teilnahmeberechtigt sind alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Die vier Preiskategorien des Milestone sind mit insgesamt 33'000 Franken dotiert:

- Herausragendes Projekt
- Nachwuchspreis
- Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt)
- Lebenswerk einer Persönlichkeit

Auf der Milestone-Website www.htr-milestone.ch sind das Reglement, Bewerbungsformular und weitere Informationen zur Ausschreibung und zu den Preiskategorien abrufbar.

Jubiläumsanlass und Verleihung am 17. November

Der Milestone ist die wichtigste Auszeichnung der Branche. Für die Träger htr hotel revue, das Seco und den Schweizer Tourismus-Verband stellt er einen Ansporn an Touristiker dar, immer wieder «in Stein Gemeisseltes» aufzubrechen und neues zu erschaffen. Am 17. November wird der Milestone im Rahmen des Jubiläumsanlasses im Kreise von 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien übergeben. (rom)

Das war der Milestone 2008

3 Wochen gratis probelesen

Bestellen Sie Ihr Probeabo der **htr hotel revue**
jetzt unter abo@htr.ch

htr hotel revue

htr hotelrevue

home cahier français hoteljob.ch epaper abo & services anzeigen

aktuell menung people fokus dolce vita htr-online dossiers bildergalerien

20.05.2009

20.05.2009

Die besondere Auszeichnung



(©) Alain D. Bollat

Ein aussergewöhnliches Produkt, eine hervorragende Servicekultur und ein weltweit renommiertes Haus», das waren die Worte, mit denen Rosmarie und Emanuel Berger im Jahr 2002 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» überreicht bekamen. Heute sind die beiden nicht mehr operativ als Direktionssepaar im Victoria-Jungfrau Grand Hotel in Interlaken tätig – auf den Preis sind sie nach wie vor stolz. «Das Tolle am Schweizer Tourismuspreis ist, dass er von der Branche verliehen wird. Das ehrt uns immer noch, auch nach sieben Jahren», sagt Emanuel Berger – in Hotelier, der viele nationale und internationale Preise erhalten hat. Im gleichen Jahr beispielsweise wurde er von der «Bilanz» zum «Hotelier des Jahres» gekürt, mit dem Senses

Wellness Award ausgezeichnet und von der American Academy of Sciences in den USA geehrt. Doch der Milestone war anders. «Stimmt, ich habe einige Auszeichnungen als Hotelier erhalten, aber im eigenen Land und vor allem von den eigenen Leuten geehrt zu werden, das war ganz Spezielles.»

Auch Rosmarie Berger hält fest, dass der Milestone einen sehr hohen Stellenwert hat. Und was beide immer wieder sehr betonen: «Dieser Preis ging natürlich nicht nur an uns beide, sondern an das ganze Hotelteam. Schliesslich hat jeder einzelne Mitarbeitende seinen Teil dazu beigetragen.» Als CEO der Victoria-Jungfrau Collection prägt Emanuel Berger nun die ganze Gruppe. sis

Erfolg, in Stein gehauen



Der wichtigste Tourismuspreis der Schweiz bleibt in Bewegung. Dieses Jahr wird der Milestone zum 10. Mal verliehen. Bisherige Gewinner trafen sich zum Get-together. mehr...

- » 28.05.2009 - Zweimal Milestone für Felix Frei
- » 20.05.2009 - Nachgefragt: Peter Kühler
- » 20.05.2009 - «Ein Stein, der uns motiviert»
- » 20.05.2009 - Siegel für Qualität
- » 20.05.2009 - «Gäste wollen den Milestone kaufen»
- » 20.05.2009 - Grosser PR-Effekt
- » 20.05.2009 - Stimmen zum Thema
- » 20.05.2009 - «Oldtimes» aus dem Urenthal
- » 20.05.2009 - Kleines ganz gross
- » 20.05.2009 - «Er ist ein Firestone»
- » 20.05.2009 - Treiber für Karriere
- » 20.05.2009 - Liaison gestiftet
- » 20.05.2009 - «Bald absolviere ich das EMBA»
- » 20.05.2009 - «Kaibe khoge Freude»
- » 20.05.2009 - Die besondere Auszeichnung
- » 20.05.2009 - Positives bewegt
- » 20.05.2009 - Ratgeber und Vorbild
- » 20.05.2009 - 2008: Das «Waldhaus» stand ein ganzes Jahr lang im Mittelpunkt

Werden wir nicht als «Bilanz» Preisler?

Er will zwölf neue Molinos



Alfred Steiner ist CEO der Molino-Gruppe, die zu Jelmoli gehört. Der Macher hat die Restaurant-Kette aufgebaut und zum Erfolg geführt. mehr...

Steigenbergers managen heute keine Hotels mehr



Die Hoteliersfamilien Steigenberger besitzen heute noch drei Hotelimmobilien. Deren Management läuft über Travco. mehr...

3 Wochen gratis probelesen

Probieren Sie 3 Wochen gratis die htr hotel revue
gratis unter: abo@htr.ch

htr hotelrevue

Mit Geld und Glaube zum Erfolg



Jürg Opprecht hat sich mit seinem Hotel Lenkerhof einen Traum erfüllt. Rund 30 Millionen Franken hat er dafür investiert. Bis jetzt erfolgreich. mehr...

Fassbind will wachsen



Schnell entscheiden, schlank geschäften: Nach dieser Devise funktionieren die Swiss Fassbind Hotels. Sie sind die grösste familieneigene Hotelgruppe. mehr...

Bender setzt auf Sicherheit



Die Acron Gruppe konzipiert Immobiliengesellschaften, seit vier Jahren auch in der Hotellerie. Worauf Acron-Chef Klaus Bender bei Hotelinvestitionen achtet. mehr...

Seiler gehörte halb Zermatt



Die Zermatter Hoteldynastie Seiler begann mit einem Chalet und sechs Betten. Heute wird die Seiler-Gruppe in der 4. Generation geführt. mehr...

Aus der Abstinenzbewegung geboren



Die ZFV-Gruppe ist heute eines der grössten Gastrounernehmen der Schweiz. mehr...

Milestone 2009 - Die Bilder



(© Daniel Fuchs/Alain D. Bollat)

Über 600 Gäste waren im Kultur-Casino Bern anwesend, als der Milestone 2009 verliehen wurde. Klicken Sie sich hier durch den Abend.

Milestone zum zehnten Mal verliehen



Drei herausragende Projekte, ein Nachwuchspreis, ein Sonderpreis für Nachhaltigkeit und ein Lebenswerk wurden im Kultur-Casino Bern mit dem Milestone, dem Tourismuspreis Schweiz, gewürdigt. Die wichtigste Auszeichnung der Branche honoriert hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und feiert in diesem Jahr das 10-jährige Jubiläum.

- 19.11.2009 - Le tourisme suisse fête l'innovation
- 19.11.2009 - «C'est le travail de toute une région»
- 19.11.2009 - Ein Leben für den Tourismus
- 19.11.2009 - Den Innovationen Zeit geben
- 19.11.2009 - Montreux Riviera als grosses Vorbild
- 19.11.2009 - Schöne Seite des Verkehrs
- 19.11.2009 - Die Grächener Qualität
- 19.11.2009 - Dynamisch jung
- 19.11.2009 - Ziel erreicht: Energie-autark
- 19.11.2009 - Kommentar
- 19.11.2009 - And the Milestone-Winner is...
- 19.11.2009 - Preis mit grossem Echo
- 17.11.2009 - Milestone 2009 - Die Bilder

Wieder: Anteil des überseeischen Reisewerks

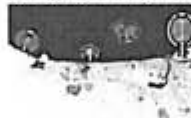
Einheitliche Hotelsterne für Europa



Auf dem Weg zu einheitlichen Hotelsterne in Europa wurde in Prag ein wichtiger Grundstein gelegt: Die Hotelverbände aus der Schweiz, Österreich, Deutschland, Schweden,

Niederlande, Tschechien und Ungarn gründeten die «Hotelstars Union».

Geldspritze für Dubai World



Das ötreiche Emirat Abu Dhabi hat seinen hoch verschuldeten Nachbarn Dubai mit zehn Milliarden Dollar in letzter Sekunde vor der Zahlungsunfähigkeit bewahrt.

Mit dem Geld konnte der staatliche Bauherr der berühmten Palmeninsel, Dubai World, fällige Kredite begleichen und hat nun eine Atempause bis April.

Umsatzeinbussen von 12 bis 15 Prozent



In Kantonen, in denen in Gastronomielokalen nicht mehr geraucht werden darf, klagen die Cafetiers über Umsatzeinbussen von durchschnittlich 12 bis 15

Prozent. Bei einzelnen Cafés wurde durch das Rauchverbot der Umsatz gemäss Cafetier-Verband sogar fast halbiert.

Candrian bald auch im Basler Bahnhof



Das Zürcher Cateringunternehmen Candrian übernimmt ab Juli 2010 die Bahnhofsgastronomie im Bahnhof Basel SBB. Die bisherige Betreiberin Berchtold

Gastronomie AG wird sich auf diesen Zeitpunkt hin gänzlich aus dem Bahnhof zurückziehen.

Grünes Licht für Naturpark im Val d'Hérens



Das Walliser Kantonsparlament steht einstimmig hinter dem regionalen Naturpark im Val d'Hérens. Bis im Jahr 2015 wird sich der Kanton finanziell am Natur-Projekt beteiligen.

San Gottardo allenfalls in Light-Variante



Die geplante Vermarktung der Tourismusdestination San



Gottardo kommt vorerst
 allenfalls in einer Light-Variante mit dem Ursental UR sowie der oberen Surselva GR. In Goms VS und im Tessin will man vorerst abwarten, wie sich das Projekt entwickelt. [mehr >](#)

Lex Koller mit flankierenden Massnahmen
 Der Nationalrat will die geplante Aufhebung der Lex Koller mit flankierenden Massnahmen begleiten. Er hat am Freitag eine entsprechende Revision des Raumplanungsgesetzes beschlossen. [mehr >](#)

Alpenkonvention abgelehnt
 Der Nationalrat hat beschlossen, die Durchführungsprotokolle zur Alpenkonvention nicht zu ratifizieren. Die neun Umsetzungsprotokolle des Abkommens zum Schutz des Alpengebietes scheiterten am Widerstand der bürgerlichen Parteien. [mehr >](#)

Genfer AOC-Wein: Mischen wieder erlaubt
 Genfer Weine mit der geschützten Ursprungsbezeichnung «AOC Genève» dürfen ab 2010 wieder Trauben aus genau definierten Teilen des französischen Grenzgebietes enthalten. Die Schweiz hat mit Brüssel eine Sonderregelung ausgehandelt. [mehr >](#)

Auftakt gut, Erwartungen mässig
 Trotz guten Buchungsindikatoren erwartet Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, für die angelaufene Wintersaison einen Rückgang. Denweil zeigen sich die Wintersportorte mit dem Saisonauftakt zufrieden. [mehr >](#)

Leichter Rückgang im Oktober
 Die Schweizer Hotellerie verzeichnete im Oktober 2009 insgesamt 2,6 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gegenüber Oktober 2008 einer Abnahme von 1,8 Prozent (-50'000). Während der gesamten Sommersaison reduzierte sich die Nachfrage um 4,2 Prozent. [mehr >](#)

Ständerat will Kürzungen nicht
 Anders als der Nationalrat will der Ständerat weder die 3 Millionen Franken für die biometrischen Pässe noch die 2,5 Millionen Franken aus dem Budget von Präsenz Schweiz streichen. [mehr >](#)

Milestone zum zehnten Mal verliehen



(© Daniel Fuchs)

Drei herausragende Projekte, ein Nachwuchspreis, ein Sonderpreis für Nachhaltigkeit und ein Lebenswerk wurden im Kultur-Casino Bern mit dem Milestone, dem Tourismuspreis Schweiz, gewürdigt. Die wichtigste Auszeichnung der Branche honoriert hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und feiert in diesem Jahr das 10-jährige Jubiläum.

An der Preisverleihung, die unter dem Motto «Innovation. Team. Mensch.» durchgeführt wurde, nahmen über 600 geladene Gäste teil - eine Rekordzahl. Andreas Schönenberger, Chef von Google Schweiz, trat als Keynote-Referent auf und bot dem Publikum spannende Einblicke in die Unternehmenskultur von Google. Unter der Moderation von Sandra Studer wurden im Anschluss die Preise verliehen.

1. Preis «Herausragendes Projekt»: Montreux Riviera – Gestion de la destination

Der Druck des internationalen Marktes und die wachsende Konkurrenz fordern die Bündelung von Kräften, um im Markt erfolgreich bestehen und beim Kunden bestmöglich in Erscheinung treten zu können. Zu diesem Zweck haben sich die Regionen Montreux, Vevey und Lavaux unter der Strategie von Montreux-Vevey Tourismus zu einer Destination zusammengefunden und die starke Marke «Montreux Riviera» gebildet. Die insgesamt 23 Gemeinden umfassen ein heterogenes touristisches Angebot und werden fortan unter einem Dach vermarktet. Die neue Organisation beschäftigt 40 Mitarbeitende und verfügt über ein jährliches Budget von sechs Millionen Franken. Die Kooperation verleiht der ganzen Region neue Stärke und ist vorbildlich für die ganze Schweiz.

2. Preis «Herausragendes Projekt»: Jubiläum 50 Jahre Verkehrshaus Schweiz

Das bekannte Verkehrshaus der Schweiz hat mit einem Private-Public-Partnership-Finanzierungsmodell markante und mutige Weichen für die Zukunft gestellt und ein Investitionsvolumen von 60 Millionen Franken ausgelöst. Der dadurch realisierte Neubau und das nachhaltige Aktivierungsprogramm erlauben neue Formen der Nutzung in Bereichen des Freizeit- und Geschäftstourismus – weg vom statischen Museumsbetrieb hin zu einem dynamischen, multifunktionellen Themenpark. Ausstellungskonzepte wie Media-Factory, Schaulager und Auto-Theater sind innovative Erlebnisinszenierungen, die die Rolle des Verkehrshauses als bedeutende Freizeit- und Lerninstitution weiter stärken.

3. Preis «Herausragendes Projekt»: Matterhorn Valley Hotels

Sieben Familienbetriebe der Mittelklasse in Grächen haben im 2003 eine integrierte Hotelkooperation gebildet, die gemeinsame Bereiche wie Qualitätsförderung, Marketing, Einkauf, Finanzen, Investitionsplanung und Mitarbeitermanagement umfasst. Alle Partner bleiben Eigentümer ihrer Betriebe, entwickeln aber gleichzeitig Synergien und stärken sich so gegenseitig. Der Aufbau dieses erfolgreichen Managementsystems, das ISO 9001 zertifiziert und mit der höchsten Stufe des Qualitäts-Programms des Schweizer Tourismus ausgezeichnet wurde, hat Vorbildcharakter für die Zusammenarbeit von kleineren und mittleren Betrieben.

Nachwuchspreis: Hotelpartner Yield Management Dienstleistung

Seit drei Jahren können Hoteliers die Verwaltung und Optimierung ihres Online-Markts an die Hotelpartner GmbH delegieren. Als Dienstleistung übernehmen Oliver Zurwerra, CEO der Hotelpartner GmbH, und sein Team das Yield Management des Betriebs auf den gängigen Buchungsplattformen. Auf Basis eines individuellen Profils überlässt das Hotel der Hotelpartner GmbH den Online-Markt auf Provisionsbasis. Im Rahmen der vorgegebenen preislichen Bandbreite ist die Hotelpartner GmbH selbständig besorgt, die Auslastung zu möglichst guten Preisen zu steigern. Dank ihrem technischen Know-how und den fundierten Branchenkenntnissen ist es den Jungunternehmern gelungen, eine bisher einzigartige Methode des Yield Managements zu entwickeln. Diese wertvolle Dienstleistung fördert insbesondere den Individualkundenmarkt und ist mit bereits rund 70 Partnerhotels auf Erfolgskurs.

Sonderpreis Nachhaltigkeit: Neue Monte Rosa-Hütte SAC

Die neue Monte Rosa-Hütte stellt eine gelungene Verknüpfung von hervorragender Architektur und modernster Technologie dar. Das ambitionierte Berghüttenprojekt wurde vom Schweizerischen Alpenclub SAC gemeinsam mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETH) realisiert. Neben der Architektur besticht die zukunftsorientierte Hütte auf 2'883 Metern über Meer durch ein wegweisendes Energiemanagement und eine ökologische Grundkonzeption. Die Hütte ist zu 90 Prozent selbstversorgend und die Abwasserreinigung erfolgt ohne Belastung der Umwelt. Mit dem Neubau wird eine der beliebtesten Hütten des SAC zu einem herausragenden Treffpunkt für Alpinisten und Bergwanderer und stellt ein Aushängeschild des Schweizer Bergtourismus dar.

Lebenswerk: Prof. Dr. Peter Keller

In seiner Funktion als Leiter Tourismus des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) hat sich Prof. Dr. Peter Keller über Jahrzehnte für den Tourismus stark gemacht. Er hat wichtige staatliche Instrumente zur Förderung des nationalen Tourismus konzipiert und umgesetzt. Sein grosses Fachwissen hat Prof. Dr. Peter Keller auch in verschiedenen nationalen und internationalen Tourismusgremien eingebracht und dabei die Verbindung zwischen der Branche, der Politik und der Verwaltung sichergestellt. Als Professor an der Universität Lausanne vertieft er die volkswirtschaftlichen und sozialen Aspekte des Tourismus und zeigt in mehreren Fachbüchern, Publikationen und unzähligen Referaten die Bedeutung des Tourismus sowie die Umwelt- und Strukturproblematik auf. Prof. Dr. Peter Keller hat die Schweizer Tourismuspolitik nachhaltig geprägt und die Innovationsfähigkeit der Branche mit

bemerkenswertem Engagement gefördert. (rom)

Milestone 2009 - Die Bilder



Über 600 Gäste waren im Kultur-Casino Bern anwesend, als der Milestone 2009 verliehen wurde. Klicken Sie sich hier durch den Abend. [mehr »](#)

3 Wochen gratis probelesen

Bestellen Sie Ihr Probeabo der **htr hotel revue** jetzt unter abo@htr.ch

htr hotel revue