Editorial

Gemischte Gefühle auf der Restaurantterrasse

SABINE LÜTHI, CHEFREDAKTORIN
sabine.luethi@htr.ch

Aus der Türkei erreichen uns traurige Neuigkeiten: Das Land wird gerade von einem Corona-Tsunami überrollt, es wird zum neuen Infektionsherd im Nahen Osten. Und aus Indien meldet die Regierung so viele Ansteckungen wie noch nie. Die zweite Welle trifft das Land mit voller Wucht. Zudem erreicht eine indische Doppelmutation Europa: Jetzt muss es schnell gehen mit dem Impfen. Dass barrierefreies Reisen im Sommer ein Thema sein soll, kann man sich angesichts dieser traurigen Meldungen nicht wirklich vorstellen. Auch die Schweiz hat die Pandemie noch längst nicht im Griff: Aus Zürich kommt die Meldung, dass die Corona-Spuren im Abwasser massiv ansteigen. Die Wasserproben deuten auf deutlich höhere Fallzahlen hin, als die offizielle Statistik ausweist. Und trotzdem sitze ich an einem Restauranttisch auf der Kleinen Schanze in Bern und geniesse Gesellschaft, Essen und Sonne. Vor lauter Unterstützungs- und Essensfreude gönne ich mir am selben Tag beim Wirt in meinem Wohnquartier noch ein Cordon bleu vom Kalb. Schön, sicher, aber irgendwie surreal – finden Sie nicht auch?

Milestone 2021

Es dauert zwar noch eine Weile, bis der Wettbewerb um die besten erfolgreich umgesetzten Innovationen startet. An dieser Stelle aber trotzdem bereits die wichtigsten Eckdaten zum Milestone 2021: Anmeldungen sind möglich ab dem 22. April. Die Bewerbungsfrist dauert bis am 13. August. Anfang September wird die Jury unter dem

MILESTONE
EXCELLENCE IN TOURISM
2021

Vorsitz von Jurypräsident Jean-François Roth über Nominationen und Gewinner entscheiden. Die weiteren Jurymitglieder sind: Monika Bandi Tanner, Nadia Fontana Lupi, Nathalie Seiler-Hayez, André Lüthi, Thomas Steiner und Urs Wohler. Am 9. September werden die Nominationen bekannt gegeben. Ein weiteres wichtiges Datum, das in der Agenda einzutragen sich schon heute lohnt: Die feierliche Preisverleihung findet dieses Jahr am Dienstag, 16. November, statt – im Kursaal Bern. sbl

htr-milestone.ch/wettbewerb/agenda-2021

Personelles

Mischa Stünzi (stü) verstärkt seit dem 1. April unsere Redaktion. Der Ökonom hat zuletzt als Online-Redaktor mit Schwerpunkt Wirtschaftsthemen bei Swissinfo.ch gearbeitet. Davor war er gut sieben Jahre als Wirtschaftsredaktor bei der Zeitung «Der Bund» (Tourismus und Wirtschaftspolitik) tätig. Er ist Vater zweier Töchter und arbeitet 70 Prozent.

Lucie Machac (lm) startet am 1. Mai mit einem Vollzeitpensum im Redaktionsteam. Sie hat viele Jahre als Redaktorin «Hintergrund» bei der «Berner Zeitung» und als Gesellschaftsredaktorin für Tamedia-Titel wie die «SonntagsZeitung» und den «Tages-Anzeiger» gearbeitet. Sie ist eine erfahrene Online- und Social-Media-Redaktorin sowie Video-Produzentin.

Olivier Geissbühler (og) verlässt Ende April unsere Redaktion. Er hat während gut vier Jahren den Auftritt von htr.ch und des htr-Newsletters mitgeprägt und weiterentwickelt. Wir danken Olivier Geissbühler herzlich für die wertvolle Arbeit und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute und viel Erfolg.

Sabine Lüthi, Chefredaktorin

Gastkommentar

Nachhaltigkeit als zentraler Pfeiler

Die Volksabstimmung zum CO_2-Gesetz ist einer der Wegweiser in die Post-Corona-Zeit, in der Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit sinnvoll zu verbinden sind.

In Corona-Zeiten ticken die Uhren anders. Die «grüne Welle» des Wahljahres 2019 scheint weit weg, und auch die Klimaschutz-Kundgebungen wurden von der Tagesaktualität einer Jahrhundertpandemie verdrängt. Dennoch steht die Zeit nicht still und können dringliche Probleme nicht einfach verdrängt werden. Nebst dem Primärfokus auf die Bewältigung der Corona-Krise gilt es für die Beherbergungsbranche gleichzeitig, nachhaltige Wege aus der Talsohle zu beschreiten.

Im Klimaschutz drängt die Zeit, wie uns Naturextreme in der Schweiz und weltweit vor Augen führen. Die Wissenschaft warnt seit Jahren und liefert eindrückliche Befunde zum Zustand unseres Klimas. In der Gesellschaft ist die Sensibilität für Nachhaltigkeit massiv gestiegen. Nicht nur die Klimajugend fordert zum Handeln auf, auch die Konsumentinnen und Konsumenten legen immer mehr Wert auf nachhaltige Produkte.

Der Schweizer Tourismus kommt an diesen Tatsachen nicht vorbei. Im Gegenteil, er muss sich ihnen in einer proaktiven Weise stellen. Intakte Natur und Landschaften sind mithin die wichtigsten Verkaufsargumente für Ferien hierzulande. Auch die touristischen Leistungserbringer müssen ihre Beiträge zum Schutz der Umwelt liefern. Immer mehr Gäste wünschen sich explizit nachhaltige Angebote.

In der Politik wurden die Weichen längst Richtung Nachhaltigkeit gestellt. So hat die Schweiz 2017 das historische Pariser Klimaabkommen von 2015 ratifiziert. Demgemäss verpflichtet sie sich zur Treibhausgasreduktion von mindestens 50 Prozent bis 2030. Im totalrevidierten CO_2-Gesetz, über das wir am 13. Juni 2021 abstimmen, werden die dazugehörigen Ziele und Massnahmen implementiert.

Beherbergung und Tourismus müssen mitziehen, damit sie nicht aufs Abstellgleis geraten.

Mit Blick auf die Zeichen der Zeit hat die Verbandsleitung von HotellerieSuisse bereits Ende 2020 den Nachhaltigkeitskompass für die Beherbergungsbranche verabschiedet sowie die Ja-Parole zum CO_2-Gesetz beschlossen. Der Kompass berücksichtigt sämtliche Dimensionen – die ökologische, die soziale und die wirtschaftliche – angemessen.

«Nichtstun ist keine Lösung und könnte zum gefährlichen Bumerang werden.»

Nicht alle Aspekte des neuen CO_2-Gesetzes entsprechen den Wünschen unserer Branche. So dürfen Gebäude ab 2023 deutlich weniger CO_2 emittieren, und es dürfen faktisch keine neuen Ölheizungen mehr eingebaut werden. Auch wenn sich HotellerieSuisse in der politischen Ausmarchung für weniger scharfe Gebäudevorgaben in der kurzen Frist eingesetzt hat, unterstützen wir das Gesetz. Nichtstun ist keine Lösung und könnte zum gefährlichen Bumerang werden – nicht nur aus ökologischen, sondern auch aus ökonomischen Gründen.

Rechts- und Planungssicherheit sowie wertvolle Zeit gingen bei einem Nein verloren. Die Branche würde ihr Image «nachhaltig und innovativ» mit Füssen treten. In Zukunft wird mehr Klimaschutz verlangt sein und nicht weniger. Das CO_2-Gesetz bietet zudem viele Vorteile. Für Projekte mit energetischen Sanierungen und Klimaschutzmassnahmen stehen Beiträge aus dem Klimafonds zur Verfügung. Neu können alle Unternehmen an Effizienzprogrammen teilnehmen und sich von der CO_2-Abgabe befreien lassen. Mehr Energieeffizienz und saubere Technologien bringen mittel- und langfristig Kosteneinsparungen. Der Hotellerie bietet sich die Chance, die Weichen rechtzeitig Richtung Nachhaltigkeit zu stellen.

Nicole Brändle Schlegel ist Leiterin Arbeit, Bildung, Politik bei HotellerieSuisse.

Pro und Contra: Restaurant-Einlasskontrollen / Les contrôles à l'entrée des restaurants

Ein weiterer Schritt zurück zur Normalität

Negative Tests, Impfzertifikate und bestätigte Genesungen können dazu beitragen, dass die Gastronomie rascher wieder in die Gänge kommt.

Dass seit Montag die Restaurantterrassen und -gärten wieder offen sind, ist ein erfreuliches Signal für die Branche. Und es ist im Kampf gegen die Pandemie besser, wenn sich die Leute in der Aussengastronomie treffen, wo sie Masken tragen, Abstände einhalten und sich registrieren, als im Park ohne Kontrollen und Auflagen.

Und doch ist es nur ein kleiner Schritt Richtung Normalität. Wie es in Sachen Gastrolockerungen weitergehen könnte, macht das österreichische Bundesland Vorarlberg vor. Dort dürfen Gäste ins Restaurant, wenn sie einen aktuellen negativen Corona-Test oder eine durchgemachte Infektion nachweisen können. Zuständig für die Testinfrastruktur ist der Staat, zuständig für die Einlasskontrolle die Gastronomie. Ein negativer Test, ein Impfzertifikat oder eine bestätigte Genesung als Eintrittsbillett für das Restaurant? Funktioniert das überhaupt? Schliesslich hat Gastronomie viel mit Sinnlichkeit, Sich-verwöhnen-Lassen und Spontanität zu tun. Und nichts ist weniger sinnlich und weniger verwöhnend, als sich mit einem Wattestäbchen die Nase auszukratzen.
Aber in der Gastronomie geht es nicht nur um Sinnlichkeit, sondern auch um etwas ganz Profanes: Geld. Löhne müssen bezahlt werden, Mieten, Versicherungen und so weiter. Natürlich greift der Staat den Betroffenen unter die Arme mit Kurzarbeit, Krediten und Härtefallgeldern. Doch selbst wenn diese Unterstützung im Idealfall ausreicht, um über die Runden zu kommen, wollen die Unternehmerinnen und Unternehmer und ihre Angestellten lieber auf eigenen Beinen stehen. Sie wollen Gäste empfangen, kochen, servieren.

Was ist die Alternative? Beim aktuellen Impftempo in der Schweiz müssen wir uns darauf einstellen, dass die Rückkehr zur Normalität noch Monate entfernt ist. Monate, die nicht nur am Kontostand, sondern auch an den Nerven zehren. Wenn Einlasskontrollen helfen, dass Gastronomie und Nachtleben schon früher öffnen können, sollte die Schweiz diese als Übergangslösung nutzen.

Mischa Stünzi ist Redaktor der htr hotel revue.

Des échanges libres, pas du contrôle à tout prix

Les restaurateurs fournissent déjà beaucoup d'efforts et là, ils devraient se soucier du bulletin de santé des clients. Le café n'est pas un club privé.

Enfant, j'adorais l'idée de pouvoir entrer dans un café pour boire un verre d'eau et lire la feuille officielle. Je ne me doutais pas qu'un jour, on me proposerait de montrer patte blanche ou passeport vaccinal. Tout en me laissant filmer par une caméra de surveillance ou un drone, pendant que je sirote une limonade. Voilà de quoi créer un nouveau ghetto générationnel, dans un pays qui a connu le scandale des fiches, à la fin des années 80.

Depuis le début de la crise, les restaurateurs s'adaptent, fournissent des plans sanitaires de qualité et tracent leurs clients avec des applications, et malgré tout, ils ont dû tourner la clef pendant de nombreux mois. Maintenant, ils devraient se soucier du bulletin de santé de leurs clients, exiger des garanties. Et pourquoi pas un casier judiciaire… En Suisse, la majorité des restaurants restent de petite taille, ils peuvent proposer des services à différentes heures.
Le bistrot doit rester le lieu de l'échange, de l'improvisation, de la rencontre entre différentes classes de la société. Cela fonctionne bien dans des villes populaires comme La Chaux-de-Fonds. Rien de plus beau que de se retrouver à la table des habitués, quand on arrive pour la première fois dans un établissement. On ne peut pas concevoir le café comme un simple lieu de consommation de masse qui offre une sécurité absolue. La tolérance, la liberté et même la possibilité de se livrer à certains excès oratoires ou éthyliques font son charme. Le nez se plaît plus dans les arômes du vin qu'agressé par un test PCR.

Le passeport vaccinal peut se comprendre pour la tenue de grands évènements de l'industrie de la musique ou du sport, celui qui souhaite y participer peut se soumettre à certaines règles. Mais cette pandémie nous donne envie d'un retour à la décroissance que le troquet permet. Sinon, il se transformera en club privé avec des salons VIP à foison et des grilles comme dans les zoos. De plus en plus, les frontières se referment, l'agora publique manque. Le café peut contribuer à garantir le débat et préserver la paix sociale.

Alexandre Caldara est journaliste au cahier français.

Was halten Sie von negativen Tests oder einem Impfnachweis als Eintrittsbillett ins Restaurant?
Diskutieren Sie mit und schicken Sie uns Ihre Meinung auf **redaktion@htr.ch.**

Aux dernières nouvelles

iStock / Montage Carla Barron

Milestone 2021
Le prix de l'innovation sera décerné en novembre à Berne

Remis par htr hotel revue et HotellerieSuisse, et soutenu par le Secrétariat d'État à l'économie (SECO) dans le cadre du modèle d'encouragement Innotour, Milestone honore depuis plus de vingt ans des projets innovants et des personnalités du tourisme suisse. Il nous reste certes encore un peu de temps avant que ne débute ce concours attendu par tous. Mais ne boudons pas notre plaisir; autant annoncer dès maintenant les principales étapes du Milestone 2021. Les candidats pourront déposer leur dossier du 22 avril au 13 août, dernier délai. Début septembre, le jury composé de Monika Bandi Tanner, Nadia Fontana Lupi, Nathalie Seiler-Hayez, André Lüthi, Thomas Steiner et Urs Wohler se réunira sous la présidence de Jean-François Roth, afin de sélectionner les nominés et les vainqueurs de chaque catégorie. La liste des nominés sera annoncée le 9 septembre. La cérémonie de gala et de remise des prix aura lieu le 16 novembre au Kursaal de Berne. A vos agendas!

htr-milestone.ch

Vaud
Sites naturels accessibles aux personnes à mobilité réduite

Le projet de l'Arboretum du Vallon de l'Aubonne met à disposition des fauteuils roulants tout terrain. Cette nouvelle offre s'insère dans le projet national «Destinations sans barrières» dont Morges Région Tourisme fait partie en tant que région pilote. Avec ses 120 hectares de forêts, d'arbres majestueux et de prairies, il offre un ressourcement bienvenu en pleine nature. Mais arpenter ces sentiers non bitumés, souvent pentus, peut s'avérer difficile pour les personnes à mobilité réduite. Afin d'offrir au plus grand nombre la possibilité de se balader en pleine nature en toute sécurité, un fauteuil au châssis adapté et à commande électrique est désormais disponible, sur réservation. Deux itinéraires balisés spécifiques de 2,2 et 3,3 kilomètres sont proposés. Silke Pan, athlète paracyclisme, paratriathlon et artiste de cirque, a inauguré ces itinéraires. Cette offre, novatrice en Suisse romande, est le résultat d'un partenariat. Le projet a été initié par le Réseau des parcs suisses. axw

Giglio Pasqua

Swiss Wine Tour
Toutes les offres désormais regroupées sous un même toit

Le projet de Swiss Wine vient de démarrer officiellement. Yann Stucki, chef de projet, défend une vision qui s'inscrit dans la tendance actuelle: «Le touriste veut être acteur de son séjour.» Excellente nouvelle pour le développement de l'offre œnotouristique: le secrétariat d'Etat à l'économie de la Confédération (Seco) a récemment validé le projet du Swiss Wine Tour déposé par la Fondation pour la Promotion du Goût. «La fondation se félicite d'accueillir ce nouveau projet en son sein», s'enthousiasme Josef Zisyadis, directeur de la fondation. «La réunion de tous ces projets sous le même toit permettra de positionner la Suisse comme destination gourmande de renommée.» Des fonds à hauteur de 1715 000 francs ont été levés afin de réaliser ce projet sur une durée de trois ans. Le déploiement du projet Swiss Wine Tour s'appuie sur trois axes prioritaires: la qualité, la commercialisation et la communication de l'offre. aca

toutes les news sur htr.ch/fr

Mode de transport peu consommateur d'espace, la pratique du vélo s'intègre dans la stratégie du tourisme durable. Keystone/Salvatore Di Nolfi

Infrastructures cyclables en ville, le grand retard

Tourisme urbain

Alors que le vélo est le symbole même du tourisme durable, le manque de pistes freine encore son développement. La pandémie va peut-être changer les choses.

ALAIN-XAVIER WURST

Si la mobilité douce est un but nécessaire en soi, dans le cadre de la décarbonation de l'économie suisse, elle constitue également l'un des piliers du tourisme durable vers lequel tendent aujourd'hui la plupart des destinations. Ce d'autant plus que Suisse Tourisme a fait de la durabilité et de l'environnement sa première priorité pour les années à venir et que le pays tout entier s'est clairement engagé sur des objectifs de réduction des émissions carbone.

Le vélo est de loin le mode de transport incarnant le mieux cette mobilité douce. L'étude MOBIS-Covid 19, menée entre fin 2019 et début 2021 par l'EPF de Zurich, et dont l'objet était de comprendre dans quelle mesure la pandémie a affecté la mobilité quotidienne en Suisse, montre que le vélo est l'un des grands gagnants de cette période, surtout dans les villes. Si ce moyen de locomotion connaissait depuis une quinzaine d'années une popularité croissante en Suisse, la pandémie lui a fait faire un saut qualitatif.

«Le vélo fait à chaque fois partie des solutions»

«Le vélo est à la mode, mais on note néanmoins des tendances de fond. Avec le défi climatique, la pollution, les nuisances sonores, sans oublier l'exercice physique qu'il procure, à chaque fois le vélo fait partie des solutions», dit Patrick Rérat, professeur de géographie et membre de l'Observatoire universitaire du vélo et des mobilités actives de l'Université de Lausanne. «Et découvrir une ville à vélo vous permet d'être beaucoup plus à l'écoute de ses spécificités et de ses quartiers que lorsque vous empruntez le bus, le tramway ou le métro.» En 2020, 501 000 vélos neufs (à assistance électrique et mécanique) ont été vendus en Suisse.

A l'image de sa progression chez les citadins, le potentiel que recèle l'usage du vélo dans le tourisme urbain est considérable, que ce soit en utilisation directe ou couplée avec d'autres moyens de transport, avant tout publics (mobilité multimodale). Mais pour exploiter ledit potentiel, encore faudrait-il que les infrastructures routières répondent à cette demande sociétale croissante, tant sur le plan du kilométrage que de la sécurité.

Prendre modèle sur les Pays-Bas et le Danemark

«Pour l'habitant comme pour le touriste, nous devons promouvoir une circulation lente en ville et d'une manière générale, repenser la planification de nos centres urbains. Sur ces questions innovantes, qui exigent un certain courage politique, la Suisse est nulle part. Nous avons besoin d'infrastructures pour le vélo comparables à celles des Pays-Bas ou du Danemark, avec des séparations nettes entre pistes cyclables et axes routiers», insiste Jürg Buri, directeur général de Pro Velo Suisse, qui lui aussi voit dans le vélo un levier puissant pour le tourisme urbain.

Les cités alémaniques s'y sont mises un peu plus tôt que les romandes, mais rien de significatif. Genève a réagi rapidement pendant la pandémie en créant des pistes provisoires dont toutes, sauf une, sont désormais pérennisées. En 2020, entre 22% et 28% de passages vélo supplémentaires ont été enregistrés. La ville veut profiter de cette dynamique pour qu'à chaque nouvel aménagement de voirie, des infrastructures pour les cyclistes soient désormais incluses dans les travaux.

A travers le système de vélos en libre-service VéloPartage, la ville a lancé un partenariat avec la start-up danoise Donkey Republic, qui a installé 120 vélostations réparties sur tout le canton, dont 50 sur le territoire de la ville.

«Ces stations ont été mises en place près des principaux arrêts de transports publics et des lieux touristiques comme les musées, le jet d'eau, les parcs… Le vélo est appelé à jouer un rôle grandissant dans notre offre touristique et dans le positionnement de Genève comme ville durable», souligne Frédérique Perler, conseillère administrative de la Ville de Genève en charge de la mobilité.

Le vélo électrique, un «game changer»

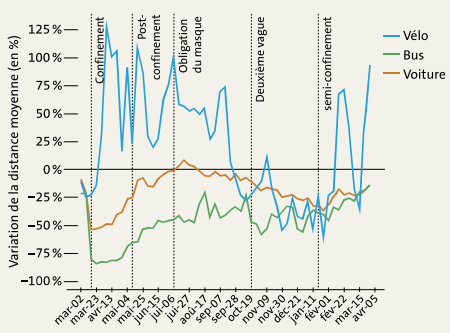
Dans cette perspective, l'objectif de Genève de construire au moins 2,5 km de pistes et 3 km de bandes cyclables par an semble encore bien timide. «Il faut savoir que l'on vient de loin», corrige Frédérique Perler. «Le vélo est le parent pauvre de l'aménagement de la voirie et du territoire, mais il y a désormais une volonté politique de changer les choses», souligne la magistrate.

On retrouve la même préoccupation à Lausanne, dont la topographie est à elle seule un plaidoyer pour le vélo électrique. Ce dernier est de fait un véritable «game changer» qui a transformé la pratique du vélo en ville. L'année dernière, Lausanne a même vu arriver des touristes alémaniques venus directement à vélo électrique. Une première. Mais au-delà de ce phénomène encore anecdotique, «on aimerait avoir plus de prestataires d'e-bike, il y aurait certainement du potentiel pour une société», explique Steeve Pasche, directeur de Lausanne Tourisme. A ce jour, Lausanne travaille uniquement avec PubliBike, une filiale de La Poste.

Avec la Lausanne Transport Card distribuée gratuitement aux touristes, Lausanne offre une excellente solution-client, basée surtout sur les transports publics. Mais dans les objectifs de son plan climat 2030, la municipalité s'est fixé 15% de parts modales de vélo (sur 100 km parcourus, 15 le sont à vélo).

«Pour ces raisons, nous voulons massivement accroître les infrastructures cyclables de la ville», insiste Florence Germond, conseillère municipale de Lausanne en charge des finances et de la mobilité. «La construction de la Voie verte, une voie cyclable indépendante et hors axe de circulation qui doit traverser toute l'agglomération d'est en ouest, s'inscrit dans ce plan. Mais il est vrai que cela demande des investissements considérables.»

Etude MOBIS-Covid19



Evolution des kilomètres parcourus par mode de transport entre mars 2020 et avril 2021 en Suisse. L'utilisation du vélo est en forte progression, que ce soit pour les déplacements travail ou loisirs. Source: IVT-ETH Zürich

htr hotelrevue
Hotellerie · Gastronomie · Tourismus

Post CH AG
19 AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
htr.ch

23. September 2021 · Nr. 19

Innovation ist nötiger denn je

MILESTONE EXCELLENCE IN TOURISM 2021

Am 16. November werden die diesjährigen Milestones vergeben. Das sind die Nominierten.

Tessin, Romandie, Ostschweiz, Bernbiet, Innerschweiz: Die Nominierten für den diesjährigen Tourismuspreis Milestone kommen aus allen Landesteilen. Sie beweisen: Auch in der Krise ist Innovation möglich. Ja, sie ist sogar nötiger denn je.

Wer am Ende mit einer der begehrten Granittrophäen geehrt wird, ob die alte Dampflok von der Rigi, die letzte ihrer Art übrigens, der Bikepark von Velopionier Thömu Binggeli, der Apéro-Kurierdienst aus dem Waadtland oder sonst eines der insgesamt sieben in der Kategorie «Innovation» nominierten Projekte, erfahren wir am 16. November. Dann steigt im Berner Kursaal die Preisverleihung. Tickets dafür sind ab dem 26. September erhältlich.

La relève latine et le retour du prix spécial Coronavirus

Les cantons latins sont particulièrement bien représentés dans la catégorie Relève. Sur trois projets nominés, deux viennent du Tessin et un de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Cette année encore, le jury récompensera une innovation au fort potentiel de développement avec le prix Première ainsi qu'un projet courageux en temps de crise avec le prix spécial Coronavirus. stü/lg

Seite 14 und 15
Pages 18 et 19

Nicht jedes Hotel setzt die Zertifikatspflicht gleich um – ein Tour d'Horizon

Zertifikatspflicht. Seit letzter Woche gilt in den meisten Hotels des Landes die Zertifikatspflicht. Interessant ist, wie unterschiedlich die Regel umgesetzt wird – von Hotels, die nur Gäste mit Zertifikat empfangen, bis Hotels, die lieber auf die Innengastronomie verzichten, als Zertifikate zu kontrollieren. Wir haben Stimmen aus der Branche gesammelt.

Die meisten berichten zwar von ein, zwei Stornierungen im Zusammenhang mit dem Zertifikat. Trotzdem ist die Mehrheit zufrieden mit der Regel. Besonders die Möglichkeit, im Haus auf die Maske zu verzichten, wird geschätzt. Es hat deswegen schon erste Buchungen gegeben von Gästen, die nur darauf gewartet haben, wieder ohne Maske ins Hotel gehen zu können.

Was das Zertifikat für die Hotelumsätze bedeutet, wird sich zeigen. Laut dem Monitoring Consumption Switzerland hat das Gastgewerbe letzte Woche rund 17 Prozent weniger Karten- und Mobile-Payment-Zahlungen entgegengenommen. Ob das ein einmaliger Effekt oder ein nachhaltiger Rückgang ist, wird sich zeigen. stü

Seite 3

Le centre de Neuchâtel retrouve 104 chambres

Hôtellerie. Le groupe français Loisirs Côté Vacances (LCV) vient d'ouvrir début juillet son premier établissement en Suisse, le Neuchâtel City Hôtel. Il annonce un premier mois estival avec un taux d'occupation à 40%. L'hôtel ouvre avec une capacité de 104 chambres, dont 25 rénovées dans un bâtiment qui a abrité l'Eurotel entre 1974 et 2004. Il restait inoccupé depuis le départ de l'école hôtelière IHTTI, du Swiss Education Group, en 2020. «Il s'agissait d'un dossier difficile, mais notre business plan correspondait à la volonté de l'école de réduire son parc immobilier, et la situation entre la gare et le bourg médiéval nous semblait séduisante», explique Thibaud Quintin, patron de LCV. aca

Page 12

Der Titel «Hotel des Jahres» geht ins Tessin

Auszeichnung. Das «Castello del Sole» in Ascona TI ist Gault Millaus «Hotel des Jahres 2022». Das Luxusresort am Lago Maggiore mit eigenem Landwirtschaftsbetrieb wird seit 18 Jahren äusserst erfolgreich vom Hotelierpaar Gabriela und Simon V. Jenny geführt. Unterstützt werden sie dabei von aktuell 178 Mitarbeitenden. bbe

Seite 4

Eine Selbstverständlichkeit, die Emotionen weckt

Ob aus dem Hahn oder der Flasche: Trinkwasser ist in der Schweiz selbstverständlich. In der Gastronomie ist es aber etwas Emotionales und ein wichtiger Umsatzbringer.

Seite 10 und 11

ANZEIGE

Wie essen wir nachhaltig?

Physikerin und Catererin Sue Tobler über pflanzliche Ernährung.

Seite 13

Goldener Herbst, weisser Winter?

Umfragen geben dem Schweizer Tourismus Grund zur Hoffnung.

Seite 16

Neige mécanique et paysage

La production de neige artificielle n'est pas sans impacter la nature.

Page 21

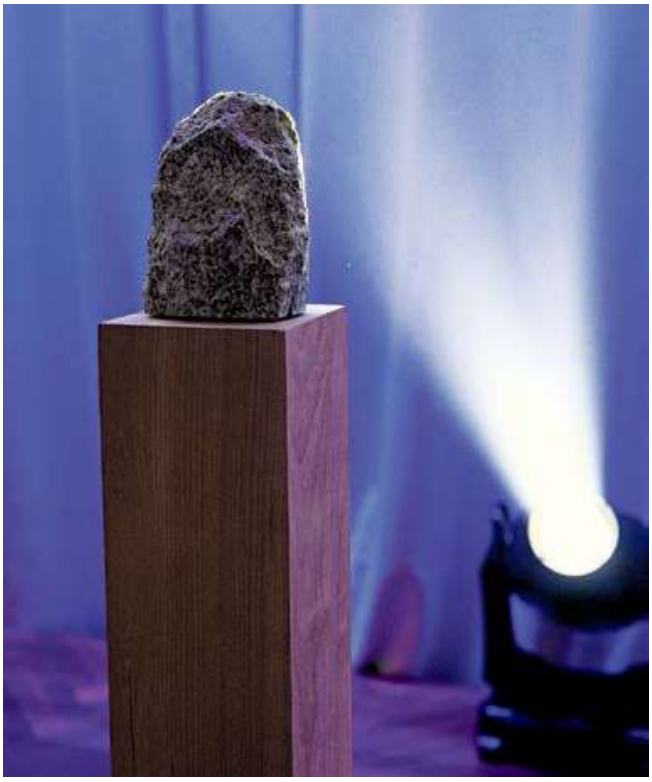
Inhalt

Meinung	2
Hotellerie	3–9
Gastronomie	10
Gastronomie cahier français	11
Hôtellerie cahier français	12
Das Gespräch	13
Tourismus	14–16
Impressum	17
Tourisme cahier français	17–21
Service	22–23
People	24

ANZEIGE

Milestone-Nominationen in den verschiedenen Kategorien

Innovation aus allen Landesteilen



Das Objekt der Begierde: Am 16. November werden die Milestones 2021 vergeben. Miriam Schwarz

In der Kategorie «Innovation» hat die Jury sieben Projekte nominiert, beim «Nachwuchs» drei. Fünf Anwärter kommen aus der Deutschschweiz, zwei aus der Romandie und drei aus dem Tessin.

MILESTONE
EXCELLENCE IN TOURISM
2021

Zum 22. Mal zeichnet der Tourismuspreis Milestone dieses Jahr die erfolgreichsten Innovationen im Tourismusland Schweiz aus. Seit der ersten Durchführung im Jahr 2000 wurden 119 Milestones vergeben, die prominenten Trophäen aus Granit.

Insgesamt gingen dieses Jahr 70 Bewerbungen für die Hauptkategorie «Innovation» ein. Sieben davon hat die Jury an ihrem Treffen Anfang September im Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne nominiert. Die Mehrheit davon stammt aus der Deutschschweiz – breit gestreut aus der Innerschweiz, dem Kanton Bern und der Ostschweiz. Gleich zwei Projekte aus dem Umfeld der Rigi schafften es dieses Jahr in die Auswahl. Damit haben die Rigi-Bahnen, die älteste Bergbahn Europas, die heuer ihr 150-jähriges Bestehen feiert, dieses Jahr gleich doppelt Grund zum Jubeln. Unter den Anwärtern sind aber auch ein Projekt aus der Romandie und eines aus dem Tessin.

In der Rubrik «Nachwuchs», der zweiten Preiskategorie, bei der die Jury nicht nur Gewinner kürt, sondern Nominationen vergibt, machen dagegen drei Projekte aus der lateinischen Schweiz das Rennen unter sich aus. Das Tessin ist dabei gleich doppelt vertreten. Die Jury hat diese Nominierten aus neun Bewerbungen ausgewählt.

Sie waren letztes Jahr erfolgreich

Letztes Jahr räumten in der Kategorie «Innovation» das Bike Kingdom Lenzerheide (1. Preis), Tous en selle von Jura Tourisme (2. Preis) und die Matterhornbeleuchtung #hope (3. Preis) ab. Beim Nachwuchs holten sich Selina Döringer und Fabrizio Gull von der Moosalpregion die Trophäe. Für sein Lebenswerk ausgezeichnet wurde Alt-Bundesrat Adolf Ogi, und der Förderpreis «Premiere» ging an die Pricenow AG. Zudem vergab die Jury 2020 zwei Corona-Sonderpreise: an Hotelier Stephan JJ. Maeder und an die Destination Engelberg. htr

Die Preisverleihung

Die Sieger werden am 16. November gekürt

Die Gewinner des Milestone 2021 werden am Dienstag, 16. November, im Kursaal Bern bekannt gegeben. Neben den geladenen Gästen wird ein grösseres Kontingent an Plätzen in den freien Verkauf kommen. Verkaufsstart ist am 29. September. Zusätzlich zu «Innovation» und «Nachwuchs» kennt der Milestone zwei weitere Kategorien: In der Kategorie «Premiere», einer Art Förderpreis, wird eine Innovation prämiert, die über viel Entwicklungspotenzial verfügt. Mit dem Anerkennungspreis «Lebenswerk» ehrt die Jury eine Persönlichkeit, die mit ihrem Engagement viel für den Schweizer Tourismus getan hat. Zusätzlich wird auch in diesem Jahr ein Corona-Sonderpreis für eine mutige Innovation in Krisenzeiten verliehen.

htr-milestone.ch

Nominierte in der Kategorie «Innovation»

Berg & Bett Toggenburg

First Mover mit Vorbildcharakter

Seit 2016 operiert die von Toggenburg Tourismus gegründete Berg & Bett AG als Vollservice-Ferienwohnungsorganisation. Neben 36 Objekten im Portfolio betreibt sie auch die Säntis Lodge, die als Zentrale dient. Das Hotel, das zum Verkauf gestanden hatte, blieb so der Destination erhalten und bietet den Ferienwohnungsgästen Zusatzdienstleistungen wie Restaurant, Aktivitäten und Réception.

Die Jury begründet:
Eine Destination, die selber aktiv wird, um die kalten Betten warm zu machen, ist einzigartig und hat Vorbildcharakter. Sie hat dieses Problem clever gelöst und wird als kleine Region zum nationalen First Mover. Dadurch, dass eine DMO zuständig ist, können sich alle privaten Ferienwohnungsbesitzer anschliessen. Zusätzlich entstanden lokale Kooperationen und das Projekt trägt zur Regionalentwicklung bei.

Toggenburg Tourismus, Max Nadig / Christian Gressbach
toggenburg.swiss

Charta Rigi 2030

Gemeinsam für die Königin

Die Meinungen zur künftigen Entwicklung der Rigi gingen weit auseinander. Aus den hitzigen Diskussionen zwischen den Akteuren über die Gemeinde- und Kantonsgrenzen hinweg resultierte Anfang 2019 die «Charta Rigi 2030». Die Charta-Grundsätze wurden konkretisiert und in einem Entwicklungsplan festgehalten, der sicherstellt, dass Projekte und Massnahmen systematisch geplant, priorisiert und gesteuert werden.

Die Jury begründet:
Zerstrittene Destinationen gibt es viele in der Schweiz. Dass sich die Parteien um die Rigi zusammengerauft, sich an einen Tisch gesetzt haben und nun einen gemeinsamen Weg gehen wollen, ist mutig und dient als Vorbild. Die Initiierung und Begleitung dieses Prozesses ist keine dankbare Aufgabe und zeugt von einem grossen Leistungsausweis.

Rigi Plus AG, Jeanine Züst
rigi.ch

Lok Nr. 7

Ein dampfendes Stück Geschichte

Die einzige noch fahrtüchtige Zahnraddampflokomotive mit stehendem Kessel wurde im Rahmen des 150-Jahr-Jubiläums der Rigi-Bahnen aus dem Verkehrshaus geholt, saniert und bringt nun wieder Gäste auf die Rigi. Das fahrende Stück Geschichte hat ein grosses nationales und internationales Medienecho ausgelöst. Mit den Pionierleistungen der Gründungszeit wird nachhaltig Wertschöpfung geschaffen und die Marke gestärkt.

Die Jury begründet:
Die Rigi-Bahnen haben den Pioniergeist von damals in die Gegenwart geholt und ein interessantes und erfolgreiches touristisches Produkt geschaffen. Mit viel Durchhaltewille haben sie das Projekt realisiert und können sich nun einer grossen Nachfrage erfreuen, dank welcher der Betrieb finanziert werden kann.

Rigi Bahnen AG, Frédéric Füssenich / Ivan Steiner
rigi.ch

meinapero.ch

Santé! Ein Prosit auf das Waadtland

Mit wenigen Klicks können Zürcherinnen und Zürcher Waadtländer Spezialitäten bestellen und sie sich in weniger als einer Stunde per Velokurier liefern lassen. Die Weine und Apérospezialitäten sind von «L'Office des Vins Vaudois» und «Vaud+ Certifié d'ici» ausgewählt und sollen den Kunden verführen, das Waadtland zu entdecken.

Die Jury begründet:
Die Initiative bringt die Apérotradition der Waadtländer in die Deutschschweiz und schlägt damit eine Brücke über den Röstigraben. Die Qualität der einheimischen Produkte überzeugt und soll die Kunden dazu bringen, eine neue Region zu entdecken, welche sie durch den Wein spielerisch kennengelernt haben. Das Angebot hat Potenzial und soll später auch in anderen Städten verfügbar sein.

Office des Vins Vaudois, Benjamin Gehrig
meinapero.ch

Corinne Glanzmann

I Borghi più belli della Svizzera

Schönheit allein ist nicht alles

Das 2015 gegründete Projekt identifiziert besonders schöne und historisch bedeutende Schweizer Dörfer und Städtchen und will diese schützen, fördern vermarkten und untereinander vernetzen. Damit ist es gelungen, ihren Wert zu steigern und die Orte einer breiten Öffentlichkeit im In- und Ausland bekannt zu machen. Heute gehören 42 Schweizer Gemeinden zum Netzwerk. Seit 2017 ist der Verein Mitglied der «Schönsten Dörfer der Welt».

Die Jury begründet:
Was in anderen Ländern schon lange besteht, bereichert nun auch die Schweiz. Gegen aussen profitieren die Dörfer vom gemeinsamen Marketing, gegen innen von der Vernetzung und dem Erfahrungsaustausch. Die Dörfer liegen oft abseits der ausgetretenen Pfade, das Projekt lenkt Besucherströme um und dient der Regionalentwicklung.

I Borghi più belli della Svizzera, Kevin Quattropani

borghisvizzera.ch

Die Jury

Zur diesjährigen Jurierung traf sich die siebenköpfige Jury im Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne. Die Zusammensetzung ist unverändert (v.l.): **André Lüthi,** VR-Präsident und CEO Globetrotter Group; **Thomas Steiner,** Tourismusexperte und CEO Immotour sàrl; **Nadia Fontana-Lupi,** Direktorin Mendrisiotto Turismo; **Jean-François Roth,** Jurypräsident, ehem. Präsident Schweiz Tourismus und SRG (oben am Tisch); **Anja Peverelli,** Milestone-Geschäftsführerin; **Nathalie Seiler-Hayez,** Directrice Hôtel Beau-Rivage Palace, Lausanne; **Monika Bandi,** Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus, Universität Bern; **Urs Wohler,** Geschäftsführer Niesenbahn AG.

Nominierte in der Kategorie «Nachwuchs»

Young Hoteliers Summit

In elf Jahren zum Fixpunkt für die Branche

Der Young Hoteliers Summit ist der grösste durch Studierende organisierte Hotelkongress der Welt. Der Anlass findet seit 2010 jährlich an der EHL statt. 2021 wurde der Anlass komplett online durchgeführt – mit 1000 Teilnehmenden.

Die Jury begründet:
Das Jahresthema bringt Innovation in die Branche. Der YHS ist Vorbild für andere Schulen und gibt den Studierenden Gelegenheit, ein Grossprojekt selbstständig zu begleiten.

YHS, Eva Salhofer / Katherine Nam Lam Law / Clare Lim

yhsglobal.com

Park 'n' Sleep

Die App für den Camper-Trend

Die App zeigt Camperstellplätze und deren aktuelle Verfügbarkeit an. Jeder Platz ist geprüft und mit den örtlichen Bestimmungen und Tarifen verknüpft. Gemeinden und Private können mit wenigen Klicks ihren Stellplatz erfassen. Die digitale Lösung stellt eine Alternative zum Wildcampen dar. Campierende können die Plätze spontan anfahren und vor Ort selbstständig digital ein- und auschecken.

Die Jury begründet:
Das junge Unternehmen hat ein aktuelles Problem mit grossem Wachstumspotenzial clever gelöst. Der Gast profitiert von legalen, geprüften Plätzen; der Anbieter kann die Besucherströme lenken und erhält eine faire Entschädigung für den Platz. Die App überzeugt durch die einfache Bedienbarkeit und hat sich in der Community schnell verbreitet.

Parknsleep AG, Lukas Imhof

parknsleep.eu

Swiss Bike Park

Wellen, Kurven und Sprünge

In Oberried, vor den Toren Berns, liegt der Swiss Bike Park. Auf einer Fläche von 30 000 m² werden die Bedürfnisse von Spitzen-, Breiten- und Behindertensport durch verschiedene Bike-Parcours abgedeckt. Aus der Idee eines Bike-Parks für Velofans entwickelte sich ein Begegnungs- und Präventionsort für die ganze Bevölkerung. Der Park steht allen unentgeltlich für Trainings zur Verfügung, wobei das «Erlernen und Erleben» im Vordergrund steht.

Die Jury begründet:
In erster Linie vermittelt der Park durch seine vielfältige Infrastruktur das Thema Biken und fördert die Lust am Sport. Es werden verschiedene Interessenten angesprochen, vom Breiten- bis zum Profisport, und zwischen den Generationen entsteht ein Austausch. Gäste generieren Logiernächte in der Stadt Bern.

Swiss Bike Park, Thomas Binggeli

swissbikepark.ch

Ggurijnar Hermi

Hang loose im Maggiatal

In Bosco Gurin im Maggiatal kann man bei mehreren lokalen Leistungsträgern Hängematten mieten und an ausgewählten Orten platzieren, um entspannte Momente oder eine ganze Nacht mitten in der Natur zu verbringen.

Die Jury begründet:
Hier kehrt eine junge Frau in ihr Heimatdorf zurück und setzt eine Idee in die Tat um, womit sie auch gleich etwas zur Entwicklung des Dorfes beiträgt.

Ggurijnar Hermi / Zita Sartori

ggurijnar-hermi.ch

Sorprenditi

Eine Box voller Überraschungen

Sorprenditi bedeutet «Lass dich überraschen» und ist eine Ideenbox für Familien mit einer Sammlung von Aktivitäten im Tessin. Die Gründer wollten für ihre Tochter eine Möglichkeit schaffen, analog einen Ausflug auszuwählen.

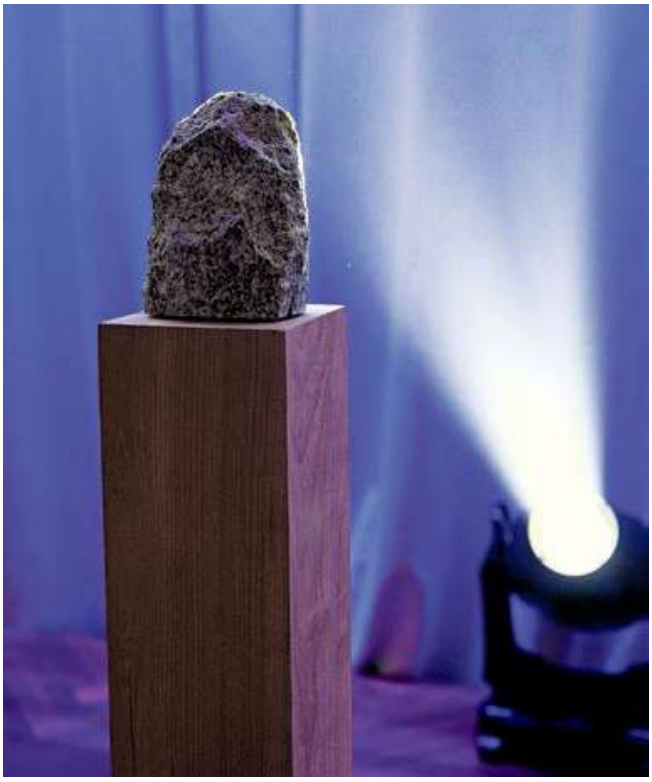
Die Jury begründet:
Die verschiedenen Vorschläge decken den ganzen Kanton ab und ermutigen somit, auch Neues und Unbekanntes zu entdecken. Das Projekt wächst und hat Modellcharakter.

Sorprenditi, Roberta Angotti Pellegatta / Giacomo Pellegatta

sorprenditi.ch

Les projets nominés au Milestone dans les différentes catégories

De l'innovation des 4 coins de la Suisse



Le trophée si convoité des milieux touristiques sera remis le 16 novembre prochain. Miriam Schwarz

Sept projets sont nominés dans la catégorie Innovation et trois dans la catégorie Relève. Parmi eux, cinq viennent de la Suisse alémanique, deux de la Romandie et trois du Tessin.

MILESTONE
EXCELLENCE IN TOURISM
2021

Le prix du tourisme suisse Milestone récompensera pour la 22e fois cette année les projets les plus innovants de la branche. Depuis son lancement en 2000, 119 projets et acteurs touristiques ont déjà remporté un «Milestone».

Cette année, 70 projets ont posé leur candidature dans la catégorie principale Innovation. Le jury s'est réuni les 1 et 2 septembre derniers au Beau-Rivage Palace de Lausanne et a décidé d'en nominer sept. La majorité de ces projets proviennent de Suisse alémanique, plus précisément de Suisse centrale, du canton de Berne et de Suisse orientale. La région du Rigi, dont les chemins de fer célèbrent cette année leurs 150 ans, fait fort cette année avec deux projets nominés. Le projet vaudois «meinapero.ch» portera quant à lui haut les couleurs de la Suisse romande, tandis que l'association des plus beaux villages de Suisse (I Borghi più belli della Svizzera) incarnera le tourisme tessinois.

La Suisse latine se distingue particulièrement dans la catégorie Relève, puisque les nominés sont composés de deux projets tessinois et d'un troisième issu de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Le jury a retenu ces trois projets parmi neuf candidatures.

Ils ont gagné l'an dernier

Pour rappel, l'édition 2020 du Milestone a récompensé le Bike Kingdom Lenzerheide (1er prix), le projet «Tous en selle» de Jura Tourisme (2e prix) et l'illumination du Cervin #hope (3e prix). Selina Döringer et Fabrizio Gull de la région de Moosalp ont remporté le prix Relève. Le prix Œuvre d'une vie a été décerné à l'ancien conseiller fédéral Adolf Ogi, tandis que la société Pricenow AG a reçu le prix d'encouragement Première. En réaction à la pandémie, un prix spécial Coronavirus a été spécialement créé afin de récompenser une innovation courageuse en temps de crise. Le jury l'a décerné à l'hôtelier Stephan JJ. Maeder ainsi qu'à la destination Engelberg. htr

Remise des prix

Les lauréats seront fêtés le 16 novembre à Berne

Le nom des vainqueurs du Milestone 2021 seront dévoilés le 16 novembre prochain au Kursaal de Berne. Outre les personnes invitées, un certain nombre de places seront mises en vente dès le 29 septembre.

En plus des catégories Innovation et Relève, le Milestone décerne le prix Première, un prix d'encouragement récompensant une innovation dotée d'un grand potentiel de développement. Avec le prix Œuvre d'une vie, le jury honore une personnalité ayant accompli de grandes choses pour le tourisme suisse. Le prix spécial Coronavirus sera à nouveau décerné cette année. Il récompense une innovation courageuse en temps de crise.

htr-milestone.ch

Nominés dans la catégorie Innovation

Berg & Bett Toggenburg

Un modèle pour des lits chauds

Fondée par Toggenburg Tourisme, la société Berg & Bett AG propose depuis 2016 un service complet de location d'appartements de vacances. En plus des 36 objets de son portefeuille, elle exploite le Säntis Lodge, qui constitue le cœur de ce système d'hébergement fragmenté et hybride. Rescapé de la vente, l'hôtel enrichit ainsi la destination. Ses visiteurs peuvent dès lors profiter d'appartements de vacances ainsi que de services hôteliers annexes tels qu'un restaurant, des activités de loisirs et une réception.

Justification du jury:
Cette petite région s'illustre au niveau national. Le jury souligne le caractère exemplaire d'une destination qui s'investit activement pour réchauffer ses lits froids. Ce projet a permis à de nombreuses coopérations locales de voir le jour et contribue au développement régional.

Toggenburg Tourismus, Max Nadig / Christian Gressbach

toggenburg.swiss

Charta Rigi 2030

Tous ensemble pour le Rigi

La question du développement du Rigi a fait l'objet de vives discussions. Ces débats animés au sujet des frontières cantonales et communales ont finalement débouché début 2019 sur la «Charta Rigi 2030». Cette dernière constitue une feuille de route afin que les projets et les mesures de développement soient systématiquement planifiés, priorisés et pilotés.

Justification du jury:
Le jury souligne le rôle exemplaire du projet. Il salue notamment le fait que les différentes parties soient parvenues à se fédérer autour du Rigi. Elles ont émis le souhait de poursuivre sur une voie commune. Lancer et accompagner un processus de ce type n'est pas une tâche simple et représente en ce sens une performance remarquable.

Rigi Plus AG, Jeanine Züst

rigi.ch

Lok Nr. 7

150 ans d'histoire et de vapeur

Dans le cadre de son 150e anniversaire, les chemins de fer du Rigi ont rénové l'emblématique Lok Nr.7, unique locomotive à vapeur et à crémaillère encore en état de marche au monde. Jusqu'ici exposée au Musée des transports de Lucerne, elle a retrouvé tout son attrait et transporte à nouveau les visiteurs au sommet du Rigi. Cette histoire a suscité un vif intérêt médiatique tant au niveau national qu'international.

Justification du jury:
Les chemins de fer du Rigi sont parvenus à perpétuer l'esprit pionner de l'époque en créant un produit touristique intéressant et prospère. Ce projet crée durablement de la valeur tout en renforçant la marque. Le jury fait l'éloge de la persévérance avec laquelle ce projet a été réalisé. La forte demande qu'il suscite permet de financer l'exploitation.

Rigi Bahnen AG, Frédéric Füssenich / Ivan Steiner

rigi.ch

meinapero.ch

Les vins vaudois livrés dans l'heure

Envie d'un bon verre de vin suisse? En quelques clics seulement, les Zurichois peuvent commander des spécialités vaudoises et se les faire livrer en moins d'une heure par coursier à vélo. Les vins et les spécialités d'apéritif sont sélectionnés par l'Office des Vins Vaudois et la marque cantonale VAUD+ «Certifié d'ici».

Justification du jury:
Cette initiative jette un pont sur le Röstigraben et amène en Suisse alémanique la tradition vaudoise de l'apéritif. La qualité des produits locaux incite les clients à découvrir une nouvelle région de manière ludique. L'offre présente un grand potentiel de développement et devrait être bientôt disponible dans d'autres villes.

Office des Vins Vaudois, Benjamin Gehrig

meinapero.ch

Corinne Glanzmann

I Borghi più belli della Svizzera

De petits villages mis en lumière

Fondée en 2015, cette association a pour but de présenter sur une plateforme en ligne des villages et des hameaux suisses qui se distinguent par leur beauté, leur histoire ou leur valeur patrimoniale. La mise en réseau de ces petites localités a permis de les valoriser et de les faire connaître à un large public, en Suisse et à l'étranger. Aujourd'hui, le réseau compte 42 communes suisses. Depuis 2017, l'association est membre de la fédération internationale «Plus beaux villages de la terre».

Justification du jury:
Les villages profitent à l'externe d'un marketing commun et à l'interne d'une mise en réseau et d'un échange de compétences. Ces villages étant souvent situés en périphérie, le projet permet de rediriger les flux de visiteurs et contribue ainsi au développement régional.

I Borghi più belli della Svizzera, Kevin Quattropani

borghisvizzera.ch

Le jury

Les sept membres du jury se sont retrouvés cette année au Beau-Rivage Palace de Lausanne afin de sélectionner les meilleurs projets. La composition du jury reste inchangée (de g. à dr.): **André Lüthi,** président du CA et CEO de Globetrotter Group; **Monika Bandi,** codirectrice du centre de recherche du tourisme CRED-T de l'Université de Berne; **Urs Wohler,** directeur de Niesenbahn AG; **Nadia Fontana-Lupi,** directrice de Mendrisiotto Turismo; **Jean-François Roth,** président du jury et ancien président de Suisse Tourisme; **Nathalie Seiler-Hayez,** directrice du Beau-Rivage Palace de Lausanne; **Thomas Steiner,** expert en tourisme et directeur d'Immotour gmbh et **Anja Peverelli,** responsable du Milestone.

Nominés dans la catégorie Relève

Young Hoteliers Summit

Rendez-vous devenu incontournable

Le Young Hoteliers Summit (YHS) est le plus grand congrès hôtelier du monde organisé par des étudiants. Il se déroule chaque année depuis 2010 à l'EHL. En 2021, l'événement s'est entièrement déroulé en ligne, avec 1000 participants.

Justification du jury:
Cet événement stimule l'innovation au sein de la branche. Le YHS est un modèle pour d'autres écoles et permet aux étudiants de mener un projet de manière autonome.

YHS, Eva Salhofer / Katherine Nam Lam Law / Clare Lim

yhsglobal.com

Parkn'Sleep

L'appli qui canalise les campeurs

Cette solution digitale offre une alternative au camping sauvage. L'application répertorie en direct les emplacements officiels pour camping-cars et leur disponibilité. En quelques clics seulement, les communes et les prestataires privés peuvent saisir leurs offres d'emplacements dans le système et générer ainsi un revenu.

Justification du jury:
Cette jeune entreprise a résolu intelligemment un problème actuel, résultant d'une tendance en plein essor. La clientèle profite de places légales et contrôlées, tandis que le prestataire peut gérer les flux de visiteurs et reçoit une juste compensation pour l'emplacement. L'application convainc par sa simplicité d'utilisation et s'est rapidement propagée au sein de la communauté.

Parknsleep AG, Lukas Imhof

parknsleep.eu

Swiss Bike Park

Un parc pour tous les fans de vélo

Situé à Oberried dans les environs de Berne, le Swiss Bike Park s'étend sur une surface de 30 000 m². Les différents parcours cyclistes permettent de répondre aux besoins des tous les sportifs, qu'ils soient amateurs, élites ou handicapés. Imaginé pour les adeptes de la petite reine, le Bike Park est vite devenu un lieu de rencontre et de prévention pour toute la population. L'accès au parc est gratuit pour quiconque souhaite s'entraîner. L'accent est mis sur l'apprentissage et l'expérience.

Justification du jury:
Ce projet s'adresse à un large échantillon de personnes, de l'amateur au sportif aguerri. Il encourage la pratique sportive et favorise les échanges intergénérationnels. Il draine de nombreuses familles des quatre coins de la Suisse, générant ainsi des nuitées en ville de Berne.

Swiss Bike Park, Thomas Binggeli

swissbikepark.ch

Ggurijnar Hermi

Hamacs disséminés dans la Valle Maggia

A Bosco Gurin, un petit village de la Vallée de la Maggia, on peut louer des hamacs à plusieurs endroits et les suspendre dans des endroits prédéfinis pour profiter d'un moment de détente ou passer la nuit en pleine nature.

Justification du jury:
Zita Sartori est retournée dans son village natal pour y concrétiser son projet et contribuer ainsi au développement de sa région.

Ggurijnar Hermi, Zita Sartori

gurijnar-hermi.ch

Sorprenditi

Une boîte pleine de surprises

Signifiant «laisse-toi surprendre», Sorprenditi est une boîte à idées présentant plus de 50 excursions au Tessin, adaptées aux besoins des jeunes familles.

Justification du jury:
Les propositions couvrent l'ensemble du canton et encouragent ainsi les utilisateurs à découvrir des possibilités nouvelles et inconnnues. Le projet continue de grandir et a valeur de modèle.

Sorprenditi, Roberta Angotti Pellegatta / Giacomo Pellegatta

sorprenditi.ch

htr
Post CH AG
22 AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
htr.ch

hotelrevue

Hotellerie · Gastronomie · Tourismus

4. November 2021 · Nr. 22

ANZEIGE

Milestone Innovation Day – so geht Zukunft

Frische Ideen für die Tourismusbranche entwickeln – das war das Ziel des Milestone Innovation Day im The Lab Hotel in Thun. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer – überwiegend Studierende der Fachhochschule – meisterten die schwierige Aufgabe mit Erfindergeist und Mut. Eine neue Generation von motivierten Fachkräften steht bereit. **Seite 15** Corinne Glanzmann

4 Tage arbeiten, 3 Tage frei

Arbeitsmodelle

Das Park Hotel Winterthur testet ab Dezember die 4-Tage-Woche.

Die Pandemie hat den Fachkräftemangel in der Branche akut verschärft. In unserer neuen Serie «Fit für Fachkräfte» gehen wir dieser Problematik auf den Grund und zeigen Lösungsansätze auf. Zum Beispiel neue Arbeitszeitmodelle – wie im Park Hotel Winterthur. Ab Dezember testet dort Direktor Philipp Albrecht in der Küche zwei Monate lang die 4-Tage-Woche. Seine sieben Mitarbeitenden werden vier Tage in der Woche 10,5 Stunden arbeiten – mit einer Stunde Pause. Dafür haben sie einen zusätzlichen Tag frei. Die Rückmeldungen des Küchenteams seien sehr positiv gewesen. Albrecht geht davon aus, dass die 4-Tage-Woche dem Bedürfnis nach einer ausgewogenen Work-Life-Balance besser Rechnung trägt. «Die Mitarbeitenden haben zwar längere Arbeitstage, aber einen zusätzlichen Tag und vor allem auch am Abend frei, um sich mit Freunden zu treffen oder bei der Familie zu sein.» Dass die 4-Tage-Woche gut funktionieren kann, hat man im Hotel Aviva in Oberösterreich bereits erprobt. Dort wird das Arbeitsmodell seit 2018 erfolgreich umgesetzt. lm

Seite 3

Des pôles d'innovation ouverts aux étudiants

Les Roches et EHL. L'Ecole hôtelière Les Roches, à Crans-Montana, vient d'inaugurer sa sphère d'innovation Spark. Un an après son lancement, ce centre dédié aux nouvelles technologies dans le domaine de l'hospitalité prend vie au cœur de l'école. D'anciennes salles de classe ont été réaménagées afin de devenir des lieux d'échange, de créativité et d'expérimentation, notamment dans le domaine de la réalité virtuelle. Le pôle accueille actuellement 35 entreprises partenaires. Parmi elles, des start-up d'étudiants et d'alumni mais aussi des entreprises privées, présentes pour tester leur solution et l'adapter aux besoins du secteur. Un processus qui implique les étudiants, amenés durant chaque semestre à relever un challenge d'innovation. Ce fonctionnement diffère du Village de l'innovation de l'Ecole hôtelière de Lausanne. L'institution vaudoise ne souhaite pas contraindre mais encourager et soutenir les étudiants qui possèdent cette fibre de l'entrepreneuriat. Elle a créé pour cela un nouvel outil. lg

Page 12

Der Konkurrent dürfte eher noch stärker werden

Airbnb. Trotz Corona-Krise dürfte die Vermietungsplattform Airbnb ihre Marktmacht mittelfristig halten oder weiter ausbauen. Dabei hat sie sich in wichtigen Hotelmärkten bereits einen Anteil von gegen 10 Prozent der Übernachtungen erobert. Airbnb passt zu aktuellen Reisetrends wie dem Wunsch nach mehr Individualisierung und Authentizität. Für Hotels stellt sich die Frage: Soll man den Konkurrenten als Vertriebskanal nutzen? stü

Seite 6 und 7

Hotels in der Literatur, Literaten im Hotel

Bücher. Ortschaften über Filme, Musik oder Literatur bekannt zu machen, kann mitunter sagenhaft erfolgreich sein: Das US-Städtchen Forks etwa hat die Touristenzahlen dank der Vampirfilmreihe «Twilight» um 1000 Prozent gesteigert.

Einfluss auf den Tourismus haben auch Schweizer Bücher – wenn auch keinen ganz so starken. Blanca Imbodens Roman «Arosa: Von Bären, Eichhörnchen und Mister 99-Prozent» habe «einige Hundert Übernachtungen eingebracht, die das ‹Arosa Kulm› sonst nicht generiert hätte», sagt Hotelier Ernst Wyrsch.

Auch Lausanne und die Waadtländer Riviera verfügen über ein aussergewöhnliches literarisches Erbe. Das Hôtel de la Paix und das «Montreux Palace» erklären, wie sie die Erzählungen rund um die Aufenthalte von James Joyce und Langzeitgast Vladimir Nabokov verarbeiten. stü/hid

Seite 16 und 17
Page 19

Das brauchts im Tagungsgeschäft

Anja Ullmann, Leiterin des Tagungscenters Pratteln, im Gespräch.

Seite 13 und 14

Fleisch vom Wild ist gefragt

Das A und O jedes Wildgerichts ist eine gute Bezugsquelle

Seite 8

Genève mise sur la durabilité

La destination a fait appel à Guy Bigwood pour créer sa stratégie

Page 20

Inhalt

Meinung	2
Aktuell	3–4
Hotellerie	5–7
Hôtellerie cahier français	12
Gastronomie	8–9
Gastronomie cahier français	11
Das Gespräch	13–14
Tourismus	15–17
Tourisme cahier français	19–20
Service	22–23
People & Events	24

ANZEIGE

Studierende zünden Innovationsturbo

Milestone Innovation Day

Studentinnen und Studenten der Hotelfachschule Thun haben am Milestone Innovation Day ihr Talent bewiesen – und mit ihrer Mitarbeit den Event ermöglicht.

PATRICK TIMMANN

Konzentriertes Brainstorming, fachfrauisch begleitet von Coach Andrea Grossenbacher. Corinne Glanzmann

Knapp drei Wochen vor der Verleihung des Milestone-Tourismuspreises hat Hotellerie-Suisse vergangenen Donnerstag zum ersten Milestone Innovation Day ins The Lab Hotel in Thun eingeladen. Während der Milestone innovative Tourismusprojekte auszeichnet, die sich im Markt bereits bewährt haben, setzt der Innovation Day sozusagen am anderen Ende an: Gesucht sind erste clevere Ansätze, die vielleicht eines Tages zu einem ausgereiften und erfolgreichen Produkt heranwachsen.

Rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer – überwiegend Studierende der Hotelfachschule Thun – haben am Innovation Day teilgenommen. Begleitet von mehreren Coaches, bearbeiteten sie in Kleingruppen sieben verschiedene innovative Projektideen für den Schweizer Tourismus. Die Ideen – eingegeben von diversen touristischen Stakeholdern – hätten unterschiedlicher nicht sein können: von einer Networking-Plattform für Outdoor-Anbieter & Professionals über das «Hotel als Alternative zum Altersheim» bis hin zum Schlafen im Baumhaus.

Gruppen wurden kurzerhand mit Studierenden aufgefüllt

Innovation war indes nicht nur inhaltlich gefragt. Auch die Organisatoren des Anlasses mussten Kreativität beweisen. Ursprünglich hätte der Milestone Innovation Day nämlich bereits im Juni stattfinden sollen. Doch weil sich nicht so viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer angemeldet hatten wie erhofft, wurde der Event in den Herbst verschoben. Aufgefüllt wurde die Teilnehmerschaft schlussendlich mit Studentinnen und Studenten der Hotelfachschule Thun.

Was im ersten Moment nach «Zwangsrekrutierung» klingt, erwies sich für die Betroffenen als Glücksfall: Für die frischgebackenen Studierenden bot der Milestone Innovation Day einen spannenden Einstieg ins Thema Innovation. Anstatt passiv eine Vorlesung zu besuchen, konnten die Nachwuchskräfte bereits in der allerersten Woche ihres Studiums praktische Erfahrungen sammeln, so Innovationscoach Sophie Bürgin, Gründerin Alpenlab. Bürgin unterrichtet regelmässig an der Hotelfachschule Thun zu Innovationsthemen und leitete durch den Tag.

In wenigen Stunden von der Idee zu einem ersten Produkt

Um von der blossen Idee zu einem ersten Prototyp zu gelangen, blieb den Arbeitsgruppen nur wenige Stunden Zeit. Als Rahmen diente die Methode des «Rapid Prototyping». Bei diesem aus der Start-up-Branche entlehnten Ansatz wird eine Idee in kurzer Zeit getestet und in eine erste, einfache Lösung überführt. «So merkt man sehr schnell, ob etwas grundsätzlich funktioniert oder ob es völliger Blödsinn ist,» so Michael Lindemann von der Company Factory AG, der den Anlass mit vorbereitet und begleitet hat.

Damit ein möglichst konkretes Geschäftsmodell entsteht, mussten sich die Teilnehmenden zunächst ganz grundsätzliche Fragen stellen: Wer ist unsere Zielgruppe? Welches Problem lösen wir? Wie könnte unser «Minimum Viable Product» aussehen? Die Gruppen visualisierten ihre Ansätze auf Papier (Storyboards») sowie dreidimensional mit Duplosteinen und allerlei Bastelmaterial.

So weit der spielerische Teil. Als Nächstes galt es, die bereits mehr oder weniger ausformulierten Geschäftsideen einem ersten Stresstest zu unterziehen. Dazu präsentierten sich die Gruppen ihre Projekte zunächst gegenseitig und bewerteten einander kritisch. «Fangt nicht gleich an, euch zu rechtfertigen, sondern hört einander zu», empfahl Bürgin. Danach folgte der Schritt aus der touristischen Bubble hinaus in die «reale Welt»: Die einzelnen Gruppen streiften durch halb Thun und holten Drittmeinungen von wildfremden Passanten ein – nicht wenige kostete dieser Schritt Überwindung.

Zurück in der Hotelfachschule, blieben den Teilnehmenden nur noch wenige Stunden, um ihre Ansätze ein letztes Mal zu schärfen und die Abschlusspräsentationen vorzubereiten. Präsentiert wurde vor dem Plenum sowie einer Jury aus fünf Branchenexpertinnen und -experten im sogenannten «Höhle der Touristiker»-Format – angelehnt an die VOX-Sendung «Die Höhle der Löwen». Jeweils drei Minuten Präsentation, danach kritische Rückfragen der Jury.

Das Rennen gemacht hat am Schluss die Gruppe «Baumhausdorf» – eine der drei Gruppen, die die Idee des Baumhaus-Hotels bearbeitet haben. Zwar sei die Idee von Baumhäusern als Hotels nicht neu, doch die Gruppe habe es in der knappen Zeit am besten verstanden, ihren Lösungsansatz so konkret wie möglich auszugestalten und darüber hinaus das weitere Vorgehen aufzuzeigen. Belohnt wurde die Gruppe mit einem Hotelgutschein im Wert von 1500 Franken.

Sophie Bürgin ermunterte die Teilnehmenden zum Abschied, mutig zu sein und unternehmerisch zu denken. Die Branche brauche innovative Ideen und Köpfe – ganz egal, ob man noch Studentin oder Student sei.

Innovationstag

Auftakt zum Main Event

Am 28. Oktober fand im The Lab Hotel in Thun der **Milestone Innovation Day** statt. Rund 50 Teilnehmende bearbeiteten sieben Projektideen, entwickelten erste Produktprototypen und pitchten diese vor einer Jury. Der Innovation Day versteht sich als Innovationsinkubator und bildet dieses Jahr das Bindeglied zwischen den Tourism Hackdays im Frühling und der **Milestone-Tourismuspreis-Verleihung am 16. November**, an der bewährte Tourismusprojekte ausgezeichnet werden.

milestoneinnovationday.ch
htr-milestone.ch

Meinung

Innovation wächst nicht auf Bäumen…

…sondern in Köpfen. Am Milestone Innovation Day wurde wichtige Grundlagenarbeit geleistet. Daran ändert auch das vergleichsweise banale Siegerprojekt nichts.

Die Studentinnen und Studenten hatten es am Milestone Innovation Day wirklich nicht leicht. Ohne Vorkenntnisse zu den einzelnen Projektideen mussten sie innerhalb eines Tages erste, realistische Geschäftsmodelle entwickeln. Zeitdruck pur, doch damit nicht genug: Am Ende mussten sie ihre Lösungsansätze auch noch einer kritisch nachhakenden Jury präsentieren. Allein der Gedanke daran versetzt mich in die dunkelsten Momente meiner Schulzeit zurück … Aber für die Studis am Innovation Day offensichtlich kein Problem. Souverän, mit kreativen Einfällen und viel Humor meisterten sie den Tag. Bravo!

Im ersten Moment etwas ratlos machte mich dagegen die Tatsache, dass sich gleich drei Arbeitsgruppen der Idee «Baumhaus-Hotel» annahmen – und dass die Jury eine davon zur Siegerin erklärte. Echt jetzt, das soll die Branche weiterbringen? Dabei standen in meinen Augen viel spannendere Ideen zur Wahl, etwa eine Flatrate für das gesamte Tourismuserlebnis der Schweiz oder «Alpine Co-Living», ein Konzept, das «Arbeit und Leben miteinander verbinden» soll. Aber vielleicht sehe ich den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr … Womöglich ist es ganz einfach: ein Hotel auf dem Baum? Klar, das ist greifbar. «Incoming meets Outgoing – Schweizer Touristiker vereint»? Schwierig.

Der hands-on-approach des Milestone Innovation Day ist Stärke und Schwäche zugleich. Die Studentinnen und Studenten gingen mit «beginner's mind» und viel Idealismus an die Arbeit. Wer exakt die Zielgruppe für ein neues Produkt ist, ob überhaupt eine Nachfrage besteht oder ob es sich zu einem realistischen Preis verkaufen lässt, ist nach knapp einem Arbeitstag nicht bei allen Projekten geklärt. Aber das macht nichts. Denn das Feedback der Teilnehmenden zeigt: Am Milestone Innovation Day wurden wichtige Grundsteine gelegt – nicht unbedingt bei den Projekten selbst, dafür umso mehr in den Köpfen der Nachwuchstouristikerinnen und -touristikern.

Patrick Timmann ist Redaktor der htr hotel revue.

ANZEIGE

Neue Herausforderungen?
Her damit!

Der GAV, Lohn- und Feriensaldi-Berechnungen, Quellensteuer-Vorgaben, Tarif-Probleme, Übergangsfristen – dauernd ändern die juristischen Regelungen in Hotellerie und Gastronomie. Da kann man leicht den Überblick verlieren.

In Zeiten der Rechtsunsicherheit bieten wir Ihnen juristisch abgeklärte Software-Lösungen, die auf einfache Weise in Mirus HR 3.0 eingebettet werden können.

mirus SOFTWARE Davos · Thalwil · Puidoux mirus.ch

htr hotelrevue

Post CH AG
23 AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
htr.ch

Hotellerie · Gastronomie · Tourismus

18. November 2021 · Nr. 23

Viel Freude – noch mehr Steine

Goldregen im Kursaal Bern für die Preisträgerinnen und Preisträger des Milestone 2021.
Corinne Glanzmann

Bundesrat Berset und der Sänger Gjon's Tears verliehen der Milestone-Preisverleihung viel Glamour.

Was er sich denn wünsche, fragte Moderatorin Kiki Maeder den Milestone-Jurypräsidenten auf der Bühne des Berner Kursaals. Jean-François Roth zögerte keine Sekunde: «Das Ende der Pandemie.»

Corona war an der Milestone-Preisverleihung, die am 16. November stattfand, immer wieder ein Thema. Trotz Krise bewiesen die Preisträgerinnen und Preisträger mit ihren Projekten, dass sie bereit sind für Innovation, Mut und Wettbewerbsfähigkeit. Bundesrat Alain Berset lobte in seiner Rede die grosse Flexibilität, mit der die Hotellerie auf die Krise reagiert habe. Und er rief die rund 400 Anwesenden zu einem Ja zum Covid-19-Gesetz auf, über das am 28. November abgestimmt wird.

Der Sänger Gjon's Tears, der beim ESC 2021 für die Schweiz auf Platz 3 landete und einen MTV Europe Music Award 2021 gewonnen hat, sorgte mit seiner Stimme für Hühnerhaut beim Publikum. Claude Meier von HotellerieSuisse kündigte eine Überarbeitung des Anlasses an und stellte für 2022 weitere Informationen in Aussicht.

Das Magazin zur Milestone-Preisverleihung liegt der htr hotel revue bei, die am 2. Dezember 2021 erscheint. sbl

Seite 3, 4 und 5
Page 13 et 14

ANZEIGE

Le président du jury impressionné

Entretien avec Jean-François Roth sur son expérience Milestone.

Pages 13-14

Seit 175 Jahren brennt es hier

In Oberarth entsteht Hochprozentiges mit Tradition und Zukunft.

Seite 9

Un réseau de sites gourmands

Les Grands sites du goût veulent valoriser le patrimoine culinaire.

Page 20

Christoph Hunziker épure sa cuisine de concours

Gastronomie. Le chef bernois Christoph Hunziker connaît parfaitement la partition du Bocuse d'Or. Lundi, aux Automnales, à Palexpo Genève, le jury, formé d'anciens gagnants suisses, ne tarissait pas d'éloges sur ce candidat à l'abnégation reconnue par tous. Le chef du Schüpbärg-Beizli, à Schüpfen, reste un passionné absolu des concours de cuisine: «Depuis 2012, j'assiste à tous les concours nationaux et internationaux comme spectateur. Cela me rend fier de pouvoir me préparer pour Budapest en mars, dans l'objectif évident de retourner à Lyon pour faire mieux que la seizième place obtenue en 2015. Cette fois, je viserai le podium.»

Il défendra ses chances lors du Bocuse d'Or Europe, en mars, à Budapest. Christoph Hunziker veut trouver son propre langage épuré dans le style de cuisine des concours internationaux dominés depuis longtemps par les Nordiques. «On peut reconnaître leur talent, tout en proposant autre chose, les imiter serait une erreur.» aca

Bundesrat will «Knebelverträge» verbieten

Fairer Wettbewerb. Der Bundesrat hat sich am 17. November für ein Verbot von Preisbindungsklauseln ausgesprochen. Mit einer neuen Regelung im Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) will er die freie Preisgestaltung der Beherbergungsbetriebe garantieren. Er setzt damit die Motion Bischof «Verbot von Knebelverträgen der Online-Buchungsplattformen gegen die Hotellerie» um. Die Vorlage und der Gesetzesentwurf gehen als Nächstes ins Parlament. pt

Der digitale Tourismus-Baukasten muss wachsen

Discover.swiss. Anderthalb Jahre nach dem Go-Live der Plattform Discover.swiss haben die Initianten vergangene Woche beim ersten Digital Competence Circle (DCC) in Zürich Zwischenbilanz gezogen: Mehr als 30 Partner sind bereits an Bord, obwohl ein Liveaustausch der Community seit Beginn der Pandemie kaum möglich war.

Am Anlass präsentierten verschiedene Partner sich selbst sowie die Vorteile, welche die Zusammenarbeit mit Discover.swiss bietet. Zum Beispiel die Tourismus Services Ostschweiz AG (TSO AG). Dank Discover.swiss hat sie Zugang zu unterschiedlichen Leistungen, die sie nicht eigens zu entwickeln braucht. Im Gegenzug können andere Partner von Produkten der TSO AG profitieren. «Wir sind ein Baustein im Discover.swiss-Ökosystem», so Geschäftsführer Stefan Keller. Nun hoffen er und die anderen Partner, dass baldmöglichst viele weitere Akteure diesem digitalen Tourismus-Ökosystem der Schweiz beitreten. pt

Seite 17 und 18

Inhalt

Meinung	2
Milestone 2021	3–5
Hotellerie	7–9
Gastronomie	10,12
Gastronomie cahier français	11
Grand entretien	13–14
Tourismus	15–18
Tourisme cahier français	20
Service	21–23
People & Events	24

ANZEIGE

Editorial

Es braucht Milestones – auch in Zukunft

SABINE LÜTHI, CHEFREDAKTORIN
sabine.luethi@htr.ch

Eine Parking-App für Camper, eine in die Jahre gekommene Lok, ein schneller Skikurs für Spontane? Die Preisträgerinnen und Preisträger des Milestone 2021 haben mit praktischen, mutigen und der Covid-Situation angepassten Ideen überzeugt. Manche mögen sich bei genauem Hinschauen fragen: Das soll Innovation sein?

Die Frage ist berechtigt. Was ist denn nun «echte Innovation» und was ist «ein grosser Wurf» – darüber lässt sich endlos diskutieren. Ich zitiere an dieser Stelle gerne meinen Vorgänger, der während vieler Jahre der Kopf und Hüter des Milestone-Anlasses war. Gery Nievergelt hatte dazu folgende Antwort parat: «Wir verfügen nicht über die Ressourcen für sündhaft teure Produktinnovationen, und wir sind auch nicht im Silicon Valley beheimatet.» Unsere KMU-dominierte Branche habe dennoch eine beachtliche Anzahl cleverer und kämpferischer Unternehmerinnen und Unternehmer, die Neues wagten. Einzig das mit dem Vernetzen bleibe ein aktuelles Dauerthema, da hapere es noch immer.

Networking ist für den Tourismus überlebenswichtig. Und dafür braucht es auch Anlässe wie den Milestone. Eine Arbeitsgruppe soll nun neue Ideen entwickeln, wie es mit der Preisverleihung weitergehen soll und welche Trägerschaft dahinterstehen wird. Wir sind überzeugt, dass der Anlass in der Agenda der Vertreterinnen und Vertreter der Branche weiterhin seinen Platz haben soll.

Gastkommentar

Verband und Parlament gefordert

Am 10. November 2021 hat der Bundesrat die revidierte Tourismusstrategie verabschiedet. Wie der Tourismusminister Guy Parmelin erklärte, hat sich die bisherige Tourismuspolitik bewährt, weshalb die Regierung keine inhaltliche Revolution anstrebt.

In der Tat kann sich die Bilanz sehen lassen. Über Innotour wurden wichtige neue Projekte wie Discover.swiss und der Hospitality Booster lanciert. Schweiz Tourismus startete gemeinsam mit der Tourismusallianz das Swisstainable-Programm. Mit der Neuen Regionalpolitik (NRP) konnten zudem weitere Kooperationen sowie das Coaching-Programm von HotellerieSuisse ins Leben gerufen werden. Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) ist weiterhin ein Gütesiegel für qualitativ hochstehende Beherbergungsinfrastrukturen.

In einem Punkt möchte der Bund jedoch einen neuen Akzent setzen. Mit einem zusätzlichen Handlungsfeld soll der nachhaltigen Entwicklung mehr Gewicht verliehen werden. Was für wettbewerbsfähige Unternehmerinnen und Unternehmer selbstverständlich ist, wird nun in der Strategie spezifiziert: Landschaftsqualität, Biodiversität, Baukultur und ein Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel.

Aus unserer Sicht ist das richtig und wichtig. Der Tourismus muss einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz und zur Dekarbonisierung leisten. So haben wir im Parlament erfolgreich für ein Spezialprogramm «Energetische Sanierung von Beherbergungsbetrieben» gekämpft, welches der Bund ursprünglich abgelehnt hatte.

Der Wettbewerb um die besten Leute wird die Betriebe zwingen, das Arbeitsumfeld so attraktiv wie möglich zu gestalten.

Wir erhoffen uns davon einen schnelleren Ausstieg aus den fossilen Brennstoffen, was für die Beherbergungsbetriebe in den kommenden Jahren zum USP werden könnte. Es muss aber auch klar gesagt werden: Die Destinationen sind nicht nur schöne Heidi-Landschaften für Touristen, sondern ebenso Lebensraum für die lokale Bevölkerung. Der Tourismus muss sich wirtschaftlich entwickeln können, um nachhaltig Arbeitsplätze und Wertschöpfung zu schaffen. Zur Nachhaltigkeit gehören auch die wirtschaftliche und die soziale Dimension. Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie dürfen sich nicht ausschliessen.

Mit der angepassten Strategie verfolgt der Bund keinen Kurswechsel. Die Verwaltung verwaltet. Der Gestaltungswille muss also vom Parlament und den Verbänden kommen.
Wir werden uns aktiv an der politischen Diskussion beteiligen, denn es stehen richtungsweisende Entscheide an. HotellerieSuisse sieht vor allem Potenzial bei der administrativen Entlastung sowie bei der Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen. Dies gilt auch für die Behördengänge. Des Weiteren steht eine Revision der SGH an. Die SGH muss dem neuen Marktumfeld gerecht werden. Ausserdem muss Schweiz Tourismus auch zukünftig in der Lage sein, mit den touristischen Partnern ein wirksames globales «Landesmarketing» durchzuführen.

Weiter wird uns der Fachkräftemangel mit voller Wucht treffen. Der Mangel hat das Potenzial, die Erholung auszubremsen. Auch hier müssen wir diskutieren, ob mehr Flexibilität auf dem Arbeitsmarkt, erleichterte Zuwanderung sowie eine Neuausrichtung der Grundbildung Teil der Lösung sein sollen. In erster Linie geht es aber auch um die Eigenverantwortung der Unternehmerinnen und Unternehmer. Gute Arbeitsbedingungen sind entscheidend. Der Wettbewerb um die besten Leute wird die Betriebe zwingen, das Arbeitsumfeld so attraktiv wie möglich zu gestalten. Der Staat wird nicht alles regeln können.

Nicole Brändle Schlegel, Leiterin Arbeit, Bildung, Politik bei HotellerieSuisse

Aufgefallen

Ein Naturschauspiel wie aus einem Märchen

Brodelnde Quellen auf einer japanischen Insel? Ein tosender Wasserfall in den Tropen? Könnte sein, aber nein. Das Bild zeigt ein einzigartiges Schweizer Wetterphänomen: flauschige Nebelwellen, die sich im Herbst über die Jurahügel ergiessen, wie hier am Passwang bei Reigoldswil (BL). Mit diesem Bild des Fotografen Jan Geerk hat Schweiz Tourismus den PR-Bild-Award 2021 gewonnen. Zudem belegt «Passwang, Nebelwelle» den 1. Platz in der Kategorie «Reisen».

Jan Geerk

Gastkommentar

Reisen in Zeiten der Pandemie

2019 war der Overtourism. Mit dem reiselustigen Virus veränderte sich unser Reiseverhalten. Die Pandemie machte aus uns grossen Individualisten Retro-Reisende.

Urlaub ist das Persönlichste überhaupt, oder? Da darf ich endlich ganz ich selber sein, versichern mir Reisebüros, Tourismuswerbung und fürsorgliche Hoteliers. Ich muss nur das Richtige buchen – individuell, unverwechselbar und einzigartig. So lautet das grosse Versprechen des Fremdenverkehrs. Und in Zeiten der Pandemie?

Dem reiselustigen neuen Virus ist meine Individualität leider egal. Es reproduziert sich in menschlichen Körpern aller Einkommensklassen, Hautfarben und Glaubensrichtungen. Die staatlichen Massnahmen gegen die neue Krankheit gelten ebenfalls für alle, und das zuvor selbstverständliche Reisen wurde zum gefährlichen Risikoverhalten. Wie war das noch mit der selbstbestimmten Mobilität und der Individualität als Werten, auf die wir so stolz sind – und besonders in den Ferien?

Fremdenverkehr ist jene Industrie, die von sich behauptet, dass sie keine ist. Die Erholung in der Idylle, die sie verspricht, beruht auf unsichtbar gemachter Arbeit der Servicemitarbeitenden. Konsumenten mit viel Geld und Zeit auf der einen Seite; niedrig entlohnte, arbeitsintensive Dienstleistungen auf der anderen, plus der Zugang zur schönen Landschaft, für die man nichts bezahlt hat – auf dieser Formel beruht seit gut 170 Jahren der Tourismus. Er ist ein Allesfresser, der sich selbst zur Attraktion machen kann. Touristenorte sind «famous for being famous». Nichts finden wir individuell Reisenden so attraktiv wie die Tatsache, dass ein Ort viele andere Reisende anzieht. Solche wie uns.

Wenn viele Touristen kommen, passiert deswegen nichts mehr Neues an einem Ort – ausser mehr Parkplätze, mehr Souvenirläden und noch mehr Bilder von den immer gleichen Wahrzeichen. Dann kam der grosse Stillstand. Ohne Besucher sahen die weltberühmten Attraktionen nicht mehr toll aus, sondern öde – wie billige Kopien ihrer selbst. Und der Overtourism von 2019 war plötzlich die gute alte Zeit. Was haben wir daraus gelernt?

Viel. Der Autoverkehr am Gotthard stieg im Sommer 2021 auf noch nie zuvor erreichte Rekordwerte; genauso am Brenner. Die Pandemie, das unerwartete Neue, erzeugt den kollektiven Wunsch nach vertrautem Altem – nach Verreisen in der automobilen Blase, das grosse Wohlstandsprojekt der 1950er- bis 1980er-Jahre; plus Rekordzulassungen bei Wohnmobilen. Wenn etwas bedrohliches Neues erscheint wie das Virus, tun wir sofort dasselbe wie unsere Eltern vor 40 Jahren – und zwar alle gleichzeitig, wir grossen Individualisten.

Retro ist verlockend, weil es Kontrolle verspricht. Retro heisst: Es wird keine Überraschungen geben ausser denen, die ich selber bestellt habe. Tourismus ist eine Selbstbestätigungsschleife: Wir sind wir, alles ist wie früher. Und Ferien sind der Bunker, der uns vor Veränderung und Verlust beschützen soll. Die Frage ist also einfach: Wie innovativ kann eine Branche sein, die auf geträumten Bildern von früher beruht?

Valentin Groebner ist Professor für Geschichte an der Universität Luzern.

MILESTONE 2021

Die begehrten Steine sind verliehen

Persönlichkeiten, Projekte, Preise: Die Tourismusbranche hat sich in Bern getroffen, um die innovativsten Ideen mit einem Milestone auszuzeichnen.

CHRISTINE ZWYGART

Die Gewinner in der Kategorie «Innovation»: Lukas Imhof, Daniel Jäger, Enrico Mayor, Co-Founders von Park n'Sleep, der Parking-App für Camper. Nadia Schärli

Neue Geschäftsmodelle entwickeln, Historisches in die Gegenwart holen und zusammen mit einer Idee wachsen – die Milestone-Preisträger 2021 haben auf ihrem Gebiet Einzigartiges geleistet. Trotz oder gerade wegen der Pandemie. So bekräftigte Bundesrat Alain Berset vor den 400 Gästen im Berner Kursaal am Dienstagabend: «Entscheidend, um diese Krise zu überwinden, sind Innovation und Resilienz.» In seiner Rede lobte er die Zusammenarbeit mit der Branche und rief dazu auf, sich für Impfungen starkzumachen. «Mit kreativer Energie stärkt die Hotellerie ihre Position für die Zeit nach Covid – und diese Zeit wird kommen.»

Eine App für Camper gewinnt in der Kategorie «Innovation»

70 Projekte haben sich in der Milestone-Hauptkategorie «Innovation» beworben. Gesichtet und bewertet wurden die eingereichten Konzepte von einer siebenköpfigen Fachjury, die unter dem Vorsitz von Jean-François Roth tagte, dem langjährigen Präsidenten von Schweiz Tourismus.

Am meisten überzeugt und den ersten Preis gewonnen hat Park'n'Sleep, die neue App für Camper. Sie zeigt offizielle Stellplätze mit einer Live-Verfügbarkeit an. Gemeinden und Private können so mit wenigen Klicks ihre Angebote im System erfassen, und die Gäste profitieren von legalen Plätzen. Über diesen ersten Meilenstein im noch jungen Unternehmen freuten sich die drei Co-Founders Lukas Imhof, Daniel Jäger und Enrico Mayor. Die Idee zur App sei aus der eigenen Erfahrung heraus entstanden, erzählte Imhof: «Wir staunten, dass es bisher kein entsprechendes Angebot gab.» In ihrer Laudatio anerkannte Sandra Herren, Direktorin Geschäftsbereich Mobilität und Freizeit beim Touring Club Schweiz: «Mit der wachsenden Zahl von Anwendungen wird die App mithelfen, das Wildcampieren einzuschränken.» Dies diene auch dem Landschaftsschutz und fördere die Reputation von Campern.

> «Dass wir als junges Start-up so einen Preis entgegennehmen dürfen …»
>
> **Lukas Imhof**
> Co-Founder Park n'Sleep

Auszeichnung für historische Dampflok und «warme Betten»

Den zweiten Preis holte sich die Rigi Bahnen AG dank einer Idee für ihr 150-Jahr-Jubiläum. Die Verantwortlichen holten die Lok Nummer 7 aus dem Verkehrshaus und nahmen sie nach einer Sanierung wieder in Betrieb. Die dampfende Sehenswürdigkeit ist weltweit die einzige noch fahrbare Zahnraddampflokomotive mit stehendem Kessel. In seiner Würdigung zeigte sich Ex-SBB-Chef Benedikt Weibel beeindruckt: «Die heroische Landschaft kombiniert mit der Faszination der Dampflok Nummer 7 erzeugt eine einmalige USP.» Über den Preis freute sich die ganze Rigi-Crew, allen voran CEO Frédéric Füssenich: «Die Menschen haben damals eine unglaubliche Pionierarbeit geleistet – diesen Drive wollen wir weiterführen.»

Ein Konzept rund um «warme Betten» kommt bei der Jury ebenfalls gut an und schaffte es auf den dritten Platz: Seit 2016 operiert die von Toggenburg Tourismus gegründete Berg & Bett AG als Voll-Service-Ferienwohnungsorganisation. Sie vereint 36 Objekte und betreibt die Säntis Lodge, die zahlreiche Zusatzdienstleistungen wie Schlüsselservice, Restaurant und Lounge anbietet. «Der Aufbau war schwierig, doch heute vertrauen uns die Leute und machen mit», erzählte Max Nadig, Präsident von Toggenburg Tourismus. Dieses Geschäftsmodell setze einzelne Puzzleteile zu einem Ganzen zusammen, sagte Roger Seifritz, Direktor Schweizer Reisekasse, in seiner Laudatio. Das Produkt biete den Gästen ein Gesamterlebnis und «stiftet Nutzen für die Eigentümer, da sie ihre Objekte alleine kaum wettbewerbsfähig betreiben können».

> «Der Bund wird die Hotellerie und den Tourismus weiter nach Kräften unterstützen.»
>
> **Alain Berset**
> Bundesrat

Spontane Einfälle und lang geplante Summits

Er steht oben auf der Piste und wartet dort auf Kundschaft: der Skeacher (Ski-Teacher). Wer an seinem Fahrstil arbeiten möchte, kann ihn spontan für ein, zwei Abfahrten buchen. Die Idee von Graubünden Ferien wird bereits an zwölf Orten im Kanton umgesetzt: Der Gast profitiert vom einfachen Zugang, und die Skischulen können so neue Kunden anwerben. Das Projekt gewann den Förderpreis «Premiere». In seiner Ehrung sagt Ole Rauch, Geschäftsführer Schneesportinitiative Schweiz: «Hier geht es nicht um Big Data, sondern um Quality-Data – und darum, den Gast besser zu verstehen.»

Mit frischen Denkansätzen beschäftigt sich auch der Young Hoteliers Summit (YHS) – der grösste durch Studierende organisierte Hotelkongress der Welt, der sich jedes Jahr mit einem anderen Thema befasst und den Preis in der Kategorie «Nachwuchs» erhalten hat. Der Anlass bringt versierte Hoteliers mit jungen Menschen zusammen. Die Jury ist überzeugt, dass der Anlass als Vorbild für andere Schulen dient. «Der Preis motiviert uns, weiterzumachen, auch wenn das Networking im virtuellen Raum in diesem Jahr schwierig war», sagte Eva Salhofer, eine der drei Co-Präsidentinnen. Die Zahl von fast 1000 Teilnehmenden an der diesjährigen Onlineausgabe spreche für sich, lobt Jay Gauer, General Manager im Hotel Trois Couronnes in Vevey. «In einer Zeit, in der ein Mangel an jungen Talenten Schlagzeilen macht, freue ich mich besonders, diesen Milestone zu verleihen.»

Bereits zum zweiten Mal wird 2021 ein Corona-Preis vergeben. Überzeugt hat der «Zero Waste»-Lieferdienst des «Landhaus» in Liebefeld. Das Essen wird dort auf Porzellan angerichtet und direkt zum Kunden geliefert. Anschliessend holen Mitarbeitende das Geschirr wieder ab. «Für mich war es undenkbar, einfach mal 1,2 Tonnen Plastikteller zu bestellen – das kann doch nicht sein …», sagte Geschäftsführer Thomas Christen.

50 Jahre im Dienst des Ferienlandes Schweiz

Den Milestone für ihr Lebenswerk darf Eva Brechtbühl mit nach Hause nehmen. 37 Jahre stand sie im Dienst der Schweizerischen Verkehrszentrale und der Nachfolgeorganisation Schweiz Tourismus. «Also ich bin überwältigt!» Dabei habe sie sich doch immer nur zum Wohle des Ferienlandes Schweiz eingesetzt. Ihr Nachfolger bei Schweiz Tourismus wurde Martin Nydegger, der heutige Direktor der Marketingorganisation. In seiner Laudatio betonte er: «Eva hat sich stets an der Lösung und nicht am Problem orientiert.» Sie sei begeisterungsfähig, voller Tatendrang – und habe vieles diskret im Hintergrund getan. «Eva, diesen Milestone hast du auf so viele Weisen mehr als nur verdient.»

> «Wer in unserer Branche arbeitet, der muss Freude an Menschen haben.»
>
> **Eva Brechtbühl**
> Touristikerin, ausgezeichnet mit dem Milestone für ihr Lebenswerk

htr-milestone.ch

MILESTONE
EXCELLENCE IN TOURISM

INNOVATION
1. Preis: Parking-App für Camper der Parknsleep AG
Preisgeld: CHF 10 000.–

2. Preis: Lok Nr. 7 der Rigi Bahnen AG
Preisgeld: CHF 7500.–

3. Preis: Berg & Bett von Toggenburg Tourismus
Preisgeld: CHF 5000.–

FÖRDERPREIS PREMIERE
Skeacher – der schnelle Skikurs für Spontane von Graubünden Ferien
Preisgeld: CHF 5000.–

CORONA-SONDERPREIS
No Plastic Gourmet Delivery, Landhaus Liebefeld
Preisgeld: CHF 3000.–

NACHWUCHS
Young Hoteliers Summit
Preisgeld: CHF 5000.–

LEBENSWERK
Eva Brechtbühl, Zürcher Tourismusfachfrau

Moderatorin Kiki Maeder und die Gewinner Förderpreis «Premiere»: Mik Häfliger, Patrick Dreher, Noldi Heiz (v. l.) Corinne Glanzmann

Die Moderatorin mit dem Gewinner «Corona-Sonderpreis», Thomas Christen, Geschäftsführer Landhaus Liebefeld Philipp Schmidli

Eva Brechtbühl, die Gewinnerin in der Kategorie «Lebenswerk», freut sich über ihren Milestone. Nadia Schärli

MILESTONE 2021

Un event par et pour les étudiants

La Suisse romande s'illustre cette année au Milestone grâce à la jeunesse. Le Prix de la Relève revient à trois étudiantes de l'EHL, à la tête du Young Hoteliers Summit.

LAETITIA GRANDJEAN

Réunir des étudiants en hôtellerie du monde entier, quatre jours durant, autour d'exposés de professionnels et de défis à relever. C'est le pari qu'avaient lancé en 2010 déjà cinq étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Onze ans plus tard, le Young Hoteliers Summit (YHS) continue d'exister et d'innover, avec notamment le récent passage au virtuel qui a réuni près de 1000 participants en mars 2021. Le jury a attribué mardi soir à Berne le Prix de la Relève aux trois coprésidentes actuelles de l'événement: Eva Salhofer, Katherine Nam Lam Law et Clare Lim, toutes trois étudiantes à l'EHL.

«Nous sommes extrêmement heureuses et soulagées! Cela nous motive pour réaliser un bon travail pour notre prochain sommet, en mars 2022», ont partagé sur scène les lauréates Eva Salhofer et Clare Lim. Actuellement en stage à Hong Kong, Katherine Nam Lam Law n'a pas pu fêter cette victoire à Berne. «Elle ne dormait pas encore, nous l'avons avertie, elle est très contente! Nous avons déjà posté des photos sur nos comptes Instagram», se réjouissaient les deux jeunes femmes, jonglant avec une aisance déconcertante d'une langue à l'autre.

«Par son engagement, ce trio incarne à merveille la capacité d'innovation et la diversité de notre secteur», a relevé dans sa laudatio Jay Gauer, directeur général de l'Hôtel des Trois Couronnes, à Vevey, et diplômé de l'EHL. Et de souligner l'importance de la relève à l'heure où le manque de main-d'œuvre qualifiée constitue une préoccupation majeure de la branche: «De jeunes professionnels tels que vous, voilà ce que l'hôtellerie recherche, aujourd'hui plus que jamais.»

Le jury a quant à lui été séduit par la notoriété que la manifestation est parvenue à se forger: «Cet événement s'est imposé au fil des ans et est désormais devenu un rendez-vous à ne pas manquer dans l'agenda de nombreux étudiants. C'est un exemple pour d'autres écoles, qui permet à des étudiants de participer à un projet et de mettre à profit de nombreuses compétences.» Le jury avait reçu neuf projets dans cette catégorie et en avait nominé trois.

Son caractère 100% étudiant fait la force du Young Hoteliers Summit: il est entièrement organisé par des étudiants et consacré aux étudiants, qui représentent 60 écoles hôtelières dans le monde. Il réunit une trentaine d'orateurs autour d'une thématique qui change chaque année. Le YHS peut aussi compter sur la participation de partenaires tels que IHG, Hyatt et Dorchester Collection. «Ce contact avec les professionnels nous permet, à nous les étudiants, d'apprendre de leur expérience et de rester en contact avec la vraie vie», expose Eva Salhofer. Le comité compte une quarantaine de membres, tous étudiants à l'EHL. «L'équipe organisatrice change tous les ans, ce qui nous pousse à innover, à nous améliorer, poursuit l'étudiante franco-suisse de 3e année. Nous sommes organisés comme une mini-entreprise, avec dix départements, en charge par exemple de la logistique, de l'événementiel, du marketing, des finances, etc.»

Eva Salhofer et Clare Lim, lauréates du Prix de la Relève, «heureuses et soulagées». Philipp Schmidli

> «L'équipe organisatrice change tous les ans, ce qui nous pousse à innover, à nous améliorer»
>
> **Eva Salhofer**
> Coprésidente du Young Hotelier Summit, lauréate du Prix de la Relève

En mars 2020, le Young Hoteliers Summit avait fait preuve de courage en convertissant son événement à la virtualité, deux semaines avant le jour J. «Cela ne se faisait pas du tout», rappelle Eva Salhofer. «Un vrai challenge qui nous a valu quelques nuits blanches», avoue Clare Lim. La virtualité a permis à l'événement de réunir un nombre record de participants. «Impliquer les gens, les partenaires, les orateurs est beaucoup plus difficile de façon virtuelle. De même pour le volet networking de l'événement. Il est très difficile de le reproduire en ligne», partage Clare Lim. Raison pour laquelle le comité organise pour mars 2022 un événement hybride. Celui-ci devrait permettre à environ 120 étudiants internationaux de se retrouver à Lausanne. «C'est une première, donc un challenge! Les implications financières sont notamment plus importantes», note Eva Salhofer.

En tant que coprésidentes de l'édition 2022, Eva Salhofer, Katherine Nam Lam Law et Clare Lim y consacrent chaque jour une partie de leur temps. «Depuis le mois de juillet, nous avons avant tout recruté, construit notre équipe, indique Eva Salhofer. Elle est constituée aujourd'hui de 42 membres, prêts à s'approprier ce projet.» Le prochain Young Hoteliers Summit aura lieu du 7 au 9 mars 2022, entre Lausanne et le reste du monde.

yhsglobal.com

PUBLIREPORTAGE

Reka-Pay est le moyen de paiement préféré en Suisse pour les loisirs, les vacances et la restauration. Plus d'un million de personnes l'utilisent.

La voie la plus rapide pour plus de clients

Reka-Pay – plus de chiffres d'affaires sans effort

Reka-Pay est un moyen de paiement existant sous forme électronique (Reka-Card) ou en version papier (chèques Reka). Plus de 600 millions de francs Reka sont dépensés chaque année en Suisse. Une partie de cette somme pourrait aussi atterrir dans votre caisse.

Etant donné que l'argent Reka est prépayé et acquis à prix réduit, il est plus facilement dépensé. Cela génère des chiffres d'affaires plus élevés pour les points d'acceptation. En tant que tel, vous profitez notamment des avantages suivants:

Chiffre d'affaires plus élevé
L'acceptation d'argent Reka vous procure de nouveaux clients et, en prime, un avantage de prix indirect par rapport à la concurrence. Les clients qui paient avec Reka-Pay bénéficient chez vous d'un rabais indirect allant jusqu'à 20%, sans que vous ayez à en supporter les coûts. Ces 20% sont pris en charge par leurs employeurs. Et comme vos clients auront l'impression de payer moins, ils consommeront davantage ou viendront plus souvent chez vous.

Recommandation
Le bouche-à-oreille reste encore la meilleure publicité. Les collègues discutent souvent volontiers des expériences qu'ils ont faites pendant leurs loisirs et leurs vacances ainsi que des offres intéressantes pour les repas de midi. Surtout lorsqu'on profite en plus d'une remise.

Une plus grande visibilité
Votre entreprise figure comme point d'acceptation sur reka.ch. Sur la carte synoptique, les utilisateurs visualisent tous les points d'acceptation à proximité. Et grâce aux filtres, votre entreprise est facile à trouver. Par ailleurs, nous faisons de la publicité dans le cadre de notre vaste réseau et sur plusieurs canaux numériques.

iStock | Caisse suisse de voyage (Reka).

En acceptant Reka-Pay comme moyen de paiement dans votre entreprise, vous gagnez de nouveaux clients et boostez votre chiffre d'affaires. 1 000 000 de personnes paient avec Reka-Pay. Saisissez cette occasion de servir un nouveau groupe-cible.

Rapide, simple et efficace
L'activation de Reka-Pay comme moyen de paiement sur votre terminal de cartes est gratuite. Reka-Pay peut également être intégré comme moyen de paiement dans votre boutique en ligne. Les paiements avec la Reka-Card vous seront automatiquement remboursés en francs suisses dans un délai d'un à deux jours ouvrables. Quant aux chèques Reka, vous pouvez nous les renvoyer gratuitement. Le remboursement sera effectué dans un délai de deux à trois jours. Notre commission de 3% s'applique à tous les remboursements (Reka-Lunch 2,5%).

S'inscrire maintenant comme point d'acceptation
Ne manquez pas cette occasion de booster votre chiffre d'affaires: en quelques clics, vous pouvez vous inscrire comme point d'acceptation sur reka.ch/decouvrir-avantages. Vous avez des questions? Nous vous conseillons volontiers par téléphone au +41 31 329 66 88 ou par courriel: pos@reka.ch.

Evelyne Schmid (l.), Parknsleep AG, im Gespräch mit Stephanie Lanz, Grand Casino Luzern. Philipp Schmidli

Genüssliches Networking im «Kursaal» im Anschluss an die Preisverleihungen. Philipp Schmidli

Endlich wieder Milestone

Glückliche Gesichter nach langer Zwangspause an der 22. Milestone-Preisverleihung im Kursaal Bern

Sabine Gasser (l.), Projektleiterin bei Tourismus Biel-Seeland, und Mélanie Gagnebin Brown, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der HEG – Haute école de gestion Arc. Nadia Schärli

Kim Ryter, Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM, beim Networking-Dinner. Philipp Schmidli

Sänger Gjon's Tears sorgte mit virtuoser Klaviermusik gepaart mit stimmgewaltigem Gesang für Hühnerhaut beim Publikum. Corinne Glanzmann

Laudator Benedikt Weibel (r.) gratuliert René Kamer, Rigi Historic. Corinne Glanzmann

Ramzi Chamat, EWM SA, Nathalie Seiler-Hayez, Beau-Rivage Palace Lausanne, Christopher Meignier, Blent, und Jay Gauer, Direktor Hotel des Trois Couronnes Vevey (v. l.). Philipp Schmidli

Sicherte der Branche weiterhin Unterstützung zu: Bundesrat Alain Berset. Philipp Schmidli

Einer von sieben Steinen: Der Milestone «Premiere» ging an Skeacher. Philipp Schmidli

Auf die Siegerinnen und Sieger ergoss sich ein regelrechter goldener Wasserfall. Nadia Schärli

Roger Seifritz (l.), Direktor der Schweizer Reisekasse (Reka), Peter Gloor, Direktor der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit SGH, und Martin Küttel, Katag & Partners AG (v. l.). Nadia Schärli

Tiziano Pelli und Melanie Gubser, VSTM, mit Richard Kämpf, Seco (v. l.). Corinne Glanzmann

«Cette foi en l'avenir m'a impressionné»

Jean-François Roth, président du jury du Milestone, revient sur le palmarès 2021 et l'innovation en temps de crise. Pour lui, la pandémie, couplée au changement climatique, nécessitera une adaptation.

LAETITIA GRANDJEAN

«La présidence du Milestone constitue mon dernier mandat touristique», annonce Jean-François Roth.
Corinne Glanzmann

Jean-François Roth, vous venez de vivre deux années de présidence du Milestone marquées par la pandémie, la pire crise pour le tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale. Comment ce contexte particulier a-t-il marqué la cuvée 2021?
Encore plus que l'année dernière, nous avons senti que les projets déposés ont été conçus durant cette période difficile. Environ un quart d'entre eux consistaient en des solutions imaginées pour pallier cette crise. D'où l'intérêt de remettre cette année encore un prix Coronavirus. De manière plus générale, j'ai été frappé par l'incroyable diversité des projets tant en termes de provenance que d'activités. Malgré cette crise qui touche le secteur, 79 ont fait acte de candidatures dans les catégories Innovation et Relève (72 en 2020, ndlr) et ont démontré leur foi en l'avenir. Cela m'a impressionné.

Cette année, la Suisse romande avait deux projets nominés et repart avec le prix de la catégorie Relève, décerné aux étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Comprenez-vous que la Suisse romande se sente souvent mal ou sous-représentée dans ce concours?
J'ai toujours été confronté à ce déséquilibre dans les concours nationaux où j'étais impliqué, particulièrement dans le domaine du tourisme et du développement des régions montagnardes. On se retrouve avec un foisonnement de projets, parfois des microprojets, provenant de régions alpines et rurales de Suisse centrale donc alémanique, mais très peu de Suisse romande. Ce phénomène reste difficile à expliquer, ce qui n'a pas empêché de bons projets romands d'être nominés, à l'image du projet MeinApero de l'Office des vins vaudois.

«Il ne suffit pas d'avoir une bonne idée. Encore faut-il qu'elle rencontre son public»

Est-ce que la Suisse romande manque de confiance en ses projets et innovations touristiques?
Difficile à dire. Peut-être s'agit-il plus d'une question d'habitude ou de notoriété du concours en Suisse romande. Il ne suffit pas de nommer un président romand à sa tête pour le faire connaître et stimuler l'offre en Suisse occidentale. Cette question devrait être analysée sur un plus long terme que deux ans.

Vous avez parlé de l'importante diversité de ces 79 projets. Finalement, comment le jury se détermine-t-il pour le palmarès final. Qu'est-ce qu'une bonne innovation?
L'innovation et le succès commercial constituent pour nous les deux critères principaux. Cela ne suffit pas d'avoir une bonne idée, encore faut-il qu'elle rencontre son public. Les notions de durabilité, de marketing et de vision nous importent également.

Le jury a décerné le premier prix à l'application Parkn'Sleep, une solution finalement assez simple qui répond à une tendance et une problématique actuelle. Dans quelle mesure ce projet a valeur d'exemple dans ce vaste domaine qu'est l'innovation?
L'innovation ne doit pas devenir une notion fourre-tout. Elle doit être décelée dans chaque projet. Parkn'Sleep séduit par sa simplicité d'utilisation et son utilité remarquable pour les campeurs. Même s'il ne s'agit «que» d'une application, Parkn'Sleep est une innovation digitale forte, qui rend service non seulement aux campeurs mais aussi aux communes et propriétaires de terrains, qui peuvent saisir en quelques clics leurs offres d'emplacement et générer un revenu. C'est une alternative forte au camping sauvage, qui donne souvent une mauvaise image de la branche.

Et vous, faites-vous partie de cette communauté de campeurs?
J'ai été un campeur, oui, quand j'étais plus jeune [rires]. J'ai abandonné cette forme de tourisme mais je garde beaucoup de sympathie pour les campeurs. Je me souviens de mes expériences de camping lorsque nous assistions au Festival d'Avignon avec les copains. Et que nous devions monter notre tente avec un mistral qui soufflait à décorner les bœufs! Ce sont de bons souvenirs.

Le vent souffle aussi sur le Milestone qui cherche un nouveau terrain où se faire un nid... Que lui souhaitez-vous?
Je souhaite qu'il y ait une suite. Ce genre de concours permet de stimuler les innovations au sein de la branche. Il constitue aussi une opportunité pour les acteurs de montrer ce qu'ils font et de se comparer à d'autres. Avec la Journée suisse des vacances, le Milestone fait partie des grands rendez-vous annuels des professionnels du tourisme.

Si suite il y a, serez-vous encore de la partie?
Je ne pense pas, non. Je m'étais engagé pour deux ans, j'ai rempli mon mandat. Avec l'âge, il faut savoir raisonnablement tourner les pages et laisser la place à des idées et des personnes plus jeunes. La présidence du Milestone constituait mon dernier mandat touristique.

Dans votre carrière, vous avez assumé de nombreux mandats, en tant que président notamment. Que vous ont apporté ces deux ans à la tête du jury du Milestone?
Ce fut une expérience très enrichissante. C'est toujours un bonheur d'avoir affaire à des gens très compétents et qui

Suite de l'interview en page 14

Parcours

Ancien ministre jurassien et parlementaire engagé pour le tourisme depuis 15 ans

Jean-François Roth est président du jury du Milestone depuis 2020. L'ancien ministre jurassien fut président de Suisse Tourisme et de la Radio Télévision Suisse romande durant 12 ans, de 2007 à 2019. Sa carrière politique l'a mené au gouvernement jurassien, où il a dirigé entre 1994 et 2006 le Département de l'économie. Il s'est notamment beaucoup engagé dans la Question jurassienne et pour l'Expo.02. Il siégea aussi à Berne au Conseil des Etats entre 1987 à 1994 et présida le PDC du canton du Jura de 1989 à 1994. En 1999, il fut candidat au Conseil fédéral. Aujourd'hui, il assume encore la présidence de l'autorité intercantonale de surveillance des jeux d'argent. Âgé de 69 ans, il vit entre le Jura et Vienne, en Autriche. lg

Suite du Grand entretien de la page 13 avec Jean-François Roth

plus est, agréables. J'ai retrouvé dans ce jury une équipe formidable, très stimulante, provenant d'horizons très divers, issus tant des milieux académiques que du terrain. Cette diversité a donné lieu à des échanges nourris.

Vous faites partie de la grande famille du tourisme depuis 15 ans. Quel regard portez-vous sur son évolution?
Si le tourisme a l'habitude des montagnes russes, je pense que la pandémie constitue une rupture. Cette crise conjuguée à la pression du changement climatique, et du poids de l'environnement sur les questions politiques, va changer peu à peu le caractère du tourisme. Nous avons plus que jamais besoin d'un tourisme plus qualitatif, plus personnalisé, qui réponde à des désirs d'expérience. Nous devons promouvoir des voyages qui évitent le tourisme de masse.

«Cette crise conjuguée à la pression du changement climatique va changer le caractère du tourisme»

Vous ne croyez donc pas que l'on retrouvera les mêmes flux touristiques qu'avant la crise du Covid?
Je ne sais pas si l'on reviendra au niveau d'avant la crise, mais si c'est le cas, il faudra le faire «autrement». La protection de notre planète et le problème majeur du changement climatique deviendront des critères déterminants. Les voyages devront parler au cœur des gens et éviter tout gaspillage inutile de nos ressources naturelles. Je pense d'ailleurs que les prestataires touristiques sont très conscients de ces questions-là. Et comme pour la digitalisation, si les acteurs ne s'y mettent pas, ils n'auront que peu de chances sur le marché.

Le tourisme suisse dépend encore et toujours du tourisme international...
Absolument. Avec une part de près de 5% du commerce extérieur, le tourisme est le cinquième plus important secteur d'exportations pour la Suisse. Nous aurons toujours besoin d'un mix de marchés, mais certainement plus équilibré que ce qu'il a été jusqu'ici. Il y a aussi certainement moyen d'accroître encore la part du marché intérieur. Nous aurons aussi besoin de renforcer nos marchés proches, européens, en misant sur la mobilité terrestre, en favorisant les voyages en train. L'appel du large continuera d'exister, mais il faudra encourager les séjours plus longs et plus qualitatifs. Et drainer les flux sur l'ensemble d'un territoire, pas seulement vers les hotspots.

Peut-on parler de leçon de la pandémie?
C'est bien davantage une tragédie qu'une leçon. Encore que la pandémie nous a fait redécouvrir des valeurs que nous ne connaissions plus, en particulier des valeurs de proximité. Mais les questions de la protection du climat et de l'environnement vont durer au-delà de la pandémie.

Quel rôle peut ou doit jouer le tourisme dans ces questions de transition énergétique?
La transition énergétique est en marche, le tourisme est placé à la même enseigne que les acteurs de ce pays pour réaliser cette transition. On peut l'encourager sur le plan faîtier, mais cela repose également beaucoup sur des choix personnels. Un hôtel peut par exemple changer son système de chauffage, une station de ski faire en sorte de ménager les ressources naturelles si elle fabrique de la neige artificielle.

«J'ai redécouvert ma région à travers cette pandémie. J'ai beaucoup marché dans nos forêts jurassiennes», partage Jean-François Roth. Corinne Glanzmann

La crise du Covid et le confinement ont permis à certaines régions touristiques de tirer leur épingle du jeu. Je pense à votre canton, le Jura, qui connaît depuis deux ans une belle fréquentation. Ce succès doit particulièrement faire plaisir à l'ancien ministre de l'économie que vous êtes?
Oui, ça me touche, vraiment. Ce petit canton parvient peu à peu à se faire une place touristique. Nous n'avons pas de Cervin ni de Jungfraujoch, mais des paysages magnifiques et un environnement préservé. La pandémie a accentué ce bond en avant, déjà bien amorcé avant la crise. J'ai moi-même redécouvert ma région à travers cette pandémie. Le confinement et la fermeture des frontières au printemps 2020 coïncidait avec la fin de mes divers mandats. Je n'avais jamais vécu cela de ma vie. Pour quelqu'un qui a l'habitude de bouger tout le temps, d'être constamment sur les quatre chemins, c'est un peu le ciel qui vous tombe sur la tête! Alors j'ai beaucoup marché dans nos forêts jurassiennes. Et ce fut une redécouverte extraordinaire. J'ai retrouvé une culture de la proximité que j'avais pratiquement perdue par la force des choses, durant des décennies.

Parlez-nous d'une expérience touristique marquante, inspirante...
Lors de mes récentes randonnées dans les Franches-Montagnes, j'ai redécouvert le Buffet de la gare au lieu-dit La Combe, desservi par un arrêt sur demande sur une ligne des Chemins de fer du Jura. Une ferme-auberge de campagne incroyable, totalement isolée mais rénovée, tenue par des gens dynamiques et accueillants. Ce fut un objet de fierté pour l'ancien ministre du tourisme que je suis.

De quel voyage rêvez-vous aujourd'hui?
J'ai beaucoup voyagé mais j'ai maintenant abandonné les voyages longue distance. J'aimerais avant tout redécouvrir la Suisse, en marchant et revisitant des endroits que j'ai appréciés, comme St-Gall, Lucerne, la région de la Jungfrau, mais sans contraintes et en favorisant des séjours plus longs. J'aime beaucoup le chemin de fer, j'aimerais beaucoup emprunter le train des glaciers des Chemins de fer rhétiques.

Avec la cérémonie du Milestone et la fin de votre mandat de président se clôt en quelque sorte votre engagement touristique. Que souhaitez-vous aujourd'hui au tourisme suisse?
Le tourisme doit continuer à stimuler la demande par le biais d'organisations efficaces comme Suisse Tourisme, en privilégiant une diversité des marchés. En ce qui concerne les pays lointains, il est nécessaire de rendre les voyages plus qualitatifs, en renonçant au tourisme de groupe. La branche doit exercer un certain leadership digital et réaliser sa transformation numérique. Elle devra aussi conquérir les cœurs des touristes. Cela implique d'y mettre du sien, de toujours s'améliorer dans l'accueil tout en ayant du style pour susciter l'intérêt.

PUBLIREPORTAGE

Reka-Pay ist das beliebteste Zahlungsmittel der Schweiz für Ferien, Freizeit und Verpflegung und wird von über einer Million Menschen eingesetzt.

Der schnellste Weg zu mehr Kunden

Reka-Pay – mehr Umsatz ganz ohne Aufwand

Reka-Pay gibt es als elektronisches Zahlungsmittel Reka-Card oder in Papierform als Reka-Checks. Über 600 Millionen Reka-Franken werden in der Schweiz jährlich ausgegeben. Ein Teil davon könnte auch in Ihre Kasse fliessen.

Da Reka-Geld vorausbezahlt und vergünstigt ist, wird es leichter ausgegeben. Dies generiert mehr Umsatz bei den Akzeptanzstellen. Als Akzeptanzstelle profitieren Sie unter anderem von diesen Vorteilen:

Mehr Umsatz
Die Annahme von Reka-Geld verschafft Ihnen Neukunden und dazu noch einen indirekten Preisvorteil gegenüber der Konkurrenz. Kunden, die mit Reka-Pay bezahlen, erhalten bei Ihnen einen indirekten Rabatt von bis zu 20 %, ohne dass Sie die Kosten dafür tragen. Die 20 % übernimmt nämlich deren Arbeitgeber. Weil Ihre Kunden auf diese Weise gefühlt weniger zahlen, konsumieren sie mehr oder kommen öfter vorbei.

Weiterempfehlung
Mundpropaganda ist noch immer die beste Werbung. Gerade über Erlebnisse in der Freizeit, über Ferien und attraktive Mittagsangebote tauscht man sich gerne unter Kollegen aus. Besonders, wenn man noch von einer Vergünstigung profitiert.

Höhere Visibilität
Ihr Unternehmen wird als Akzeptanzstelle auf reka.ch aufgeführt. Auf der Kartenansicht sehen die User alle Akzeptanzstellen in ihrer Umgebung. Dank passenden Filtern wird Ihr Betrieb einfach gefunden. Zudem schalten wir Werbung in unserem grossen Netzwerk und auf diversen digitalen Kanälen.

iStock | Schweizer Reisekasse (Reka)

Indem Sie Reka-Pay in Ihrem Betrieb als Zahlungsmittel akzeptieren, gewinnen Sie neue Kunden und generieren mehr Umsatz. 1 000 000 Menschen zahlen mit Reka-Pay. Nutzen Sie diese Chance, um eine neue Zielgruppe zu bedienen.

Schnell, einfach und unkompliziert
Die Aktivierung von Reka-Pay als Zahlungsmittel auf Ihrem bestehenden Kartenterminal ist kostenlos. Weiter kann Reka-Pay auch als Zahlungsmittel in Ihren Online-Shop integriert werden. Zahlungen mit der Reka-Card werden Ihnen automatisch innerhalb von ein bis zwei Arbeitstagen in Schweizer Franken rückvergütet. Physische Reka-Checks können Sie kostenlos an uns zurücksenden. Die Rückvergütung erfolgt in zwei bis drei Tagen. Bei allen Rückvergütungen gilt unsere Kommission von 3 % (Reka-Lunch 2,5 %).

Jetzt als Akzeptanzstelle anmelden
Lassen Sie sich die Chance auf mehr Umsatz nicht entgehen: Mit wenigen Klicks können Sie sich unter reka.ch/vorteile-entdecken als Akzeptanzstelle registrieren. Haben Sie noch Fragen? Wir beraten Sie gerne telefonisch oder per E-Mail: +41 31 329 66 88 oder pos@reka.ch