

2023

Das Magazin zum Hospitality Summit



HotellerieSuisse

HOSPITALITY SUMMIT

Presenting Partner:



Mercedes-Benz

SCOR



2023

ZÜRICH | FRANKFURT | ATHEN

EXPERTS IN HOTEL DEVELOPMENT & DESIGN

Leading in hospitality!

Un enthousiasme de la branche palpable!

La troisième édition du Hospitality Summit a été couronnée de succès! Toute la branche de l'hébergement s'est rassemblée pour échanger et nouer des contacts, écouter des débats et des exposés inspirants et faire le plein de connaissances

fraîches et d'observations récentes, que chacun pourra appliquer dans son propre établissement. L'augmentation de la fréquentation suscite notre fierté et montre qu'avec le Hospitality Summit, nous sommes en phase avec l'air du temps. Car nous voulons toutes et tous aller de l'avant en tant que branche et façonner l'avenir de cette dernière!

Main-d'œuvre qualifiée et nouvelles formes de travail (new work), durabilité, hôtellerie de l'avenir ou numérisation: ce ne sont que quelques-uns des nombreux sujets dont nous avons discuté ensemble lors de ces deux journées. Nous ne pouvons pas arrêter le changement, mais nous pouvons l'influencer activement. Tel est notre constat clé. Ainsi, lors de son exposé, Steffi Burkhart a présenté la manière dont la nouvelle génération peut influencer positivement et promouvoir une culture d'entreprise valorisante. Dans son intervention, Thomas Zurbuchen a également parlé du leadership et du parcours qui l'a mené au succès grâce au management interculturel et à l'esprit d'équipe.

Avec l'Education Day, nous avons créé cette année un canal pour les collaborateurs et collaboratrices de la direction opérationnelle, qui a connu un grand succès. La jeune génération a eu l'occasion de démontrer son habileté quand, dans le cadre du NextGen. Hospitality Camp, elle a présenté sur le podium ses idées et les observations de la branche.

Pour finir, nous remercions toutes celles et tous ceux qui ont contribué à ce que le Hospitality Summit devienne l'événement de la branche qu'il est aujourd'hui, nos précieux partenaires qui nous soutiennent activement, l'ensemble des personnes dans les coulisses qui veillent à ce que tout se déroule de façon impeccable, les invités et invitées qui nous inspirent et nous donnent des impulsions pour notre travail quotidien et surtout les visiteurs et visiteuses qui incarnent l'esprit unique qui caractérise le Hospitality Summit. Nous nous réjouissons d'ores et déjà de vous accueillir au prochain sommet qui se déroulera les 12 et 13 juin 2024.

Andreas Züllig, président HotellerieSuisse
Claude Meier, directeur HotellerieSuisse

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

Die Begeisterung der Branche erleben!

Wir schauen auf eine erfolgreiche dritte Durchführung des Hospitality Summit zurück! Die gesamte Beherbergungsbranche kam zusammen, um sich auszutauschen und zu vernetzen, inspirierenden Referaten und Diskussionen zuzuhören und dabei neue Erkenntnisse und frisches Wissen mit in die eigenen Betriebe zu nehmen. Die wachsende Besucherzahl macht uns stolz und zeigt, dass wir mit dem Hospitality Summit den Nerv der Zeit treffen. Denn wir alle wollen als Branche vorangehen und die Zukunft dieser gestalten!

Fachkräfte und New Work, Nachhaltigkeit, Hotellerie der Zukunft oder Digitalisierung – dies sind nur einige der vielen Themen, die wir in den beiden Tagen gemeinsam diskutiert haben. Den Wandel können wir nicht aufhalten, jedoch können wir ihn aktiv beeinflussen. Das ist unsere Kernerkenntnis. So erklärte uns Steffi Burkhart in ihrem Referat, wie die NextGen im Unternehmen eine wertschätzende Arbeitskultur positiv beeinflussen und vorantreiben kann. Auch Thomas Zurbuchen sprach in seinem Referat über Leadership und seinen Weg zum Erfolg durch interkulturelles Management und Teamwork.

Mit dem Education Day schafften wir dieses Jahr neu ein Gefäss für die Mitarbeitenden des operativen Managements, das auf grossen Anklang stiess. Die junge Generation stellte sich gekonnt unter Beweis, als sie im Rahmen des NextGen. Hospitality Camp auf dem Podium ihre Ideen und Erkenntnisse der Branche präsentierte.

Abschliessend bedanken wir uns bei allen, die den Hospitality Summit zu dem Branchenanlass gemacht haben, der er heute ist. Bei unseren wertvollen Partnern, die uns tatkräftig unterstützen. Bei allen, die im Hintergrund für reibungslose Abläufe sorgen. Bei den inspirierenden Gästen, die uns Impulse für unser tägliches Arbeiten geben. Und nicht zuletzt bei den zahlreichen Besucherinnen und Besuchern, die den einzigartigen Geist des Hospitality Summit verkörpern. Wir freuen uns bereits jetzt auf den nächsten Hospitality Summit am 12. und 13. Juni 2024 und Ihre Teilnahme!

Andreas Züllig, Präsident HotellerieSuisse
Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse

2 Impressionen

Herzlich willkommen! Einblicke und Stimmungsbilder vom dritten Hospitality Summit.

7 Brennpunkte

Aktuelle Themen zu Fragen wie: Was passiert mit der Skisaison, wenn der Schnee fehlt? Wie können Frauen gefördert werden? Und was tut die Politik gegen den Fachkräftemangel?

15 Finanzforum

Digitalisierung und Nachhaltigkeit können Preise beeinflussen und Kosten optimieren. Wie das geht, erklären verschiedene Experten aus der Finanzwelt und der Hotellerie.

19 Partner

Mehr als hundert Unternehmen und Organisationen präsentieren ihre Ideen und Produkte am Summit.

57 Meet & Greet

Spannende Einblicke in eine Welt voller Mysterien: Thomas Zurbuchen, ehemaliger Wissenschaftsdirektor der Nasa, ist zu Besuch in der Halle 550.

62 Hotelier des Jahres

Christian Eckert vom Boutique-Hotel Omnia in Zermatt hat die Jury mit einem «Gesamtpaket» überzeugt und wird ausgezeichnet.

67 Next Generation

Wie ticken die nächsten Generationen auf dem Arbeitsmarkt – und was bedeutet das für die Branche?

75 Education Day

Wertschätzung gegenüber Mitarbeitenden, clever werben und rentable Vegi-Gerichte – spannende Diskussionen am Education Day.

79 Swisscom Stage

Sechs Persönlichkeiten stehen Red und Antwort.

81 Netzwerk

Sehen und gesehen werden. Ein munteres Stelldichen auf dem roten Teppich.





Wenn sich fast 1500 Menschen aus Hotellerie, Tourismus, Politik und Wirtschaft zusammenfinden, entstehen neue Denkanstöße. Illustrator Filippo Buzzini hat seinen eigenen Weg, die Diskussionen zu verarbeiten (seine Werke sind ab Seite 75 zu sehen).



Der Summit in Zahlen

1485

Besucherinnen und Besucher haben sich für den zweitägigen Hospitality Summit 2023 angemeldet.

103

Unternehmen präsentierten sich in der Netzwerkarena, wo es um Austausch und Inspiration ging.

4500

Quadratmeter gross war die Netzwerkarena für Ideen, Konzepte und branchenrelevante Lösungen.

95

Referentinnen, Referenten und Podiumsgäste traten am Kongress auf.

22

praxisorientierte Sessions standen operativen Kaderleuten am Education Day zur Weiterbildung offen.

18

Deep Dives, 12 Experteninterviews und 9 Podiumsdiskussionen bereicherten das hochkarätige Programm.



Bekannte Gesichter sind in der Masse auszumachen, ein Schwatz hier, ein Businesswort da. Geschäft und Treffen mit Freunden gehen hier Hand in Hand. Gemeinsam lachen, gemeinsam über das eine oder andere Ärgernis hadern – das verbindet. Nicht nur an den beiden Kongresstagen, sondern weit darüber hinaus.





Anzeige



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

Christian von Rechenberg
General Manager, Baur au Lac

Building Systems & Organization



Gebäudetechnik und Immobilienunterhalt für Hotellerie in Perfektion

Wir planen die gesamte Gebäudetechnik von multifunktional genutzten Gebäuden jeglicher Art. Durch die Realisierung diverser renommierter Hotels und Restaurants verfügen wir über umfassende Erfahrung im Hotel- und Gastronomiebereich.

RMB Group AG, www.rmb.ch

Zürich | Lenzburg | Basel | Luzern
Lausanne | Winterthur | Bern | Chur



Auch wenn die Mikrofone auf der Bühne verstummt und die Scheinwerfer ausgeschaltet sind, ist der Tag noch lange nicht zu Ende. Am Abend geht das Netzwerken, Plaudern und Beisammensein an der gemütlichen Gala weiter.

Anzeige

Bank **WIR**

«Die einzige Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie in der Schweizer Bankenwelt.»

Christoph Känel, Leiter Fachstelle für Hotelfinanzierungen, Bank WIR

Jetzt Beratung sichern


HotellerieSuisse
HOSPITALITY
SUMMIT2023
Patronatspartner

wir.ch/hs

«In den nächsten
zehn Jahren fehlen
in allen Branchen
zusammen 600 000
bis 700 000
Arbeitnehmende.»

Peter Grünenfelder
Direktor Avenir Suisse

«On ne doit pas
paniquer pour
l'avenir de l'industrie
du ski à haute
altitude»

Laurent Vanat
Spécialiste de l'industrie du ski

Brennpunkte

Was passiert künftig mit der Wintersaison in tiefer gelegenen Skigebieten? Wie kann Lohngleichheit für Mann und Frau tatsächlich erreicht werden? Und welche politischen Lösungsansätze gibt es für den akuten Fachkräftemangel. An Podien, in Diskussionen und Reden geht es auch in diesem Jahr um brandaktuelle Themen.



Ohne Mithilfe der Männer funktioniert Frauenförderung nicht, ist Helene Budliger Artieda, Staatssekretärin für Wirtschaft, überzeugt.

«Ohne Männer geht Frauenförderung nicht»

Die Staatssekretärin für Wirtschaft, Helene Budliger Artieda, wollte eigentlich Hotelière werden, entschied sich dann aber doch für die Politik. Im Gespräch verrät sie, wo sie als Berufsfrau, Wirtschaftsförderin und Politikerin die Schwerpunkte setzt und warum die Branche auf das Seco zählen darf.

Nora Devenish

Seco-Chefin Helene Budliger Artieda bestimmt die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen des Schweizer Tourismus massgeblich mit und vergibt hierfür im internationalen Vergleich gute Noten. Damit das Performance-Level weiterhin erfolgreich bleibt, setzt sie auf den Austausch mit der Branche – wie am Hospitality Summit.

Helene Budliger Artieda, Sie waren viele Jahre als Diplomatin im Ausland und sind bekennende Weitwanderin – weshalb zieht es Sie in die Ferne?

Andere Kulturen haben mich schon immer interessiert, unter anderem deshalb machte ich ursprünglich ein Praktikum in Hotels in Muralto und Genf. Meine erste Stelle beim Eidgenössischen Amt für

auswärtige Angelegenheiten (EDA) als Sekretärin war in Lagos, der damaligen Hauptstadt Nigerias. Später war ich Botschafterin in Südafrika und zuletzt in Thailand. Ich empfinde diese Erfahrungen als sehr bereichernd. Das Weitwandern mit meinem Mann ist eine etwas andere Geschichte. Da geht es auch um kulturelle Bereicherung – vor allem ist es eine

körperliche Anstrengung und eine Reduktion im Kopf aufs Wesentliche. Wir wanderten beispielsweise auf der Via Francigena von Lausanne nach Rom oder auf historischen Auswandererwegen von Solothurn nach Colmar. Manchmal waren und sind wir über 30 Kilometer am Tag und drei Wochen am Stück unterwegs.

Sie sind nach Marie-Gabrielle Ineichen-Fleisch die zweite Staatssekretärin für Wirtschaft in Folge. Wie ordnen Sie diesen Umstand ein?

Ich empfinde es in Bezug auf die berufliche Gleichstellung als schönes Ausrufezeichen.

«Die berufliche Gleichstellung der Frauen muss nach wie vor verbessert werden.»

Es ist sicherlich für junge Frauen eine Motivation und ein klares Signal dafür, dass Frauenkarrieren inzwischen auf jeder Ebene möglich sind. Selbstverständlich sind diese jedoch noch immer nicht.

Wie wichtig ist Frauenförderung?

Die berufliche Gleichstellung der Frauen muss nach wie vor verbessert werden – denken wir nur an das Lohngleichheitsprinzip, die viele meist von Frauen geleistete unbezahlte Arbeit in der Familie oder die nach wie vor mangelhafte Vertretung von Frauen in Führungspositionen. Hier muss unsere Gesellschaft sich noch bewegen. Auch im Seco liegt es mir am Herzen, die Gleichstellung durchzusetzen. Frau Alt-Bundesrätin Micheline Calmy-Rey ernannte mich zur ersten Amtsdirektorin überhaupt im Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten. Ich war es also gewohnt, an vielen Sitzungen die einzige Frau im Raum zu sein. 2023 muss dies nicht mehr sein. In meiner beruflichen Entwicklung haben übrigens Männer, die mich förderten, eine grosse Rolle gespielt. Ohne sie geht Frauenförderung nicht.

Ursprünglich wollten Sie Hotelière werden. Warum kam es anders?

Während der Handelsmittelschule absolvierte ich eine Schnupperlehre in einem Zürcher Hotel. Dies gefiel mir derart, dass ich unbedingt im Hotelfach bleiben wollte. Ich bin rein zufällig damals als Assistentin beim EDA gelandet. Es hätte durchaus auch anders kommen können.

Und wie sähe Ihr Hotel aus?

Mein Hotel wäre wohl eher Boutique als ein grosser Kasten, entweder in den Bergen oder am Meer, ausgestattet mit Betten mit einer Kissenauswahl, hoffentlich mit einem guten Restaurant, etwas Cachet – historisch oder bunt-modern – und einigen lauschigen Ecken zum Verweilen.

Dies sind die Elemente, die ein Hotelenerlebnis für mich als Vielreisende ausmachen.

Welche Ihrer Eigenschaften als Staatssekretärin könnten Sie auch als Hotelière verwenden? Wo gäbe es Nachholbedarf?

Als Staatssekretärin verkaufe ich mein Land, die Schweiz. Ich bin oft Gastgeberin bei offiziellen Treffen. Dem Gegenüber ein Gefühl von Respekt und Wertschätzung vermitteln kann ich also. Da ich nicht gerne Alkohol trinke und eine schwierige Esserin bin, müsste ich sicherlich in der Kulinarik noch zulegen. Auch die eine oder andere Weltsprache wie Arabisch oder Chinesisch fehlt mir.

In seiner Tourismusstrategie will der Bund unter anderem das Unternehmertum fördern. Was sind die Brennpunkte?

Einerseits der touristische Arbeitsmarkt. Wie auch in anderen Branchen ist der Tourismus vom Personal- und Fachkräftemangel betroffen. Dies stellt die Branche vor grosse Herausforderungen. Andererseits der Strukturwandel und damit verbunden Nachfolgeregelungen und Marktfähigkeit der Betriebe.

Der Erfolg basiert auf dem Nachwuchs. Das duale Bildungssystem der Schweiz ist vorbildlich. Warum greift es nicht?

Im internationalen Vergleich ist die Ausbildungsbeteiligung der Betriebe in der Schweiz hoch. Die Berufsbildung ist attraktiv, ihre Vorzüge sind aber nicht allen bekannt: Für die Unternehmen gilt es, sich als attraktiven Lehrbetrieb zu positionieren. Beispielsweise können sie ihren besten jungen Berufsleuten die Chance bieten, sich national und international an Berufsmeisterschaften zu messen. Dann ist aus Sicht der Jugendlichen und Eltern entscheidend, dass die Berufsbildung auch Karriereperspektiven bietet – wie die Berufsmaturität und die höhere Berufsbildung. Ein wichtiges Ziel von Bund und Kantonen ist die Förderung von Mobilität und Austausch in der Bildung. Die von der öffentlichen Hand getragene nationale Agentur Movetia stellt auch für Lernende in der beruflichen Grundbildung zahlreiche Mobilitätsangebote im In- und Ausland bereit.

Während Corona kritisierte der Gewerbeverband, dass dem Seco die Nähe zur Wirtschaft fehle. Halten Sie dagegen?

Ja, definitiv. Die Unterstützungsmassnahmen während der Pandemie standen den Unternehmen schnell und unbürokratisch zur Verfügung. Das Seco setzt sich unabhängig der aktuellen Herausforderungen – sei es Corona, Ukraine-Krieg oder potenzielle Energieknappheit – für wirtschaftlichen Wohlstand ein. Das Ziel sind ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum, hohe Beschäftigung und faire Arbeitsbedingungen. Das sind natürlich hohe Ziele, die wir in der Schweiz zum Glück ziemlich zuverlässig erreichen. Mir ist wichtig, dass sich das Seco stets für die Gesamtwirtschaft

einsetzt. Hierfür stehen wir beispielsweise in ständigem Kontakt mit den Sozialpartnern und intensivieren ihn in Krisensituation.

Wenn die wirtschafts- und tourismuspolitischen Rahmenbedingungen stimmen, wo liegt das Problem?

Damit die Schweiz international wettbewerbsfähig bleibt, zählt die Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Daueraufgabe, die das Seco sehr ernst nimmt. Dafür ist der Austausch mit der Branche sehr wichtig. Beispielsweise im Rahmen des Tourismus Forum Schweiz bietet das Seco eine nationale Plattform an, um den Wissensaustausch und den Netzwerkaufbau in der Branche zu fördern.

Wie hilft das Seco konkret bei der Bewältigung des Fachkräftemangels?

Im Verlauf des letzten Jahres meldeten sich 26 000 Personen, die im Gastgewerbe gearbeitet hatten, bei einem RAV zur Stellensuche an, rund 32 000 Personen meldeten sich wieder vom RAV ab. Die öffentliche Arbeitsvermittlung leistet einen gewichtigen Beitrag zur Befriedigung der Arbeitskräftenachfrage. In erster Linie stehen aber die Unternehmen und Branchenverbände in der Verantwortung, dem Fachkräftemangel in ihrem Bereich entgegenzuwirken. Der Bund sorgt in der Bildungs- und Arbeitsmarktpolitik für geeignete Rahmenbedingungen. Etwa für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, damit das Fachkräftepotenzial von Eltern noch besser genutzt wird. Oder für die Schaffung von Anreizen zur Erwerbstätigkeit bis zum Rentenalter und darüber hinaus. Der Staat bildet aber nicht die Fachkräfte aus, und er schreibt den Unternehmen nicht vor, wie sie ihre Arbeitsbedingungen ausgestalten müssen.

«Wir setzen uns beim Seco auch in Zukunft mit Herzblut für die Hotellerie ein.»

Innerhalb des Tourismussektors wird befürchtet, dass bei den touristischen Förderinstrumenten Innotour, Neue Regionalpolitik und Schweiz Tourismus bei der Standortförderung 2024–2027 gespart werden wird. Können Sie den Sektor beruhigen?

Das aktuelle finanzpolitische Umfeld ist herausfordernd. Ich bin aber überzeugt, dass das Parlament die Wichtigkeit des Tourismus für die Schweiz anerkennt und die Relevanz der tourismuspolitischen Förderinstrumente zu schätzen weiss.

Ihr Versprechen an die Hotellerie? Wir lassen nicht nach, uns beim Seco auch in Zukunft mit Leidenschaft und Herzblut für die Schweizer Hotellerie einzusetzen.

Bindella
la vita è bella

La Pettegola.
Glamouröser Vermentino.
Aus der Toskana.
Knackig, frisch und süffig.
So schmeckt Sommer!

Jetzt bestellen!
bindella.ch/weinshop



brunner ::
brunner-group.com



DIE NUMMER 1
für Qualitäts-Gartenmöbel



Hunn Gartenmöbel AG | 5620 Bremgarten | hunn.ch



ONLINE SHOP!
BOUTIQUE EN LIGNE!
shop.victor-meyer.ch



victor meyer

Victor Meyer Hotelbedarf AG

Industriestrasse 15 | 6203 Sempach Station | Tel 041 462 72 70
www.victor-meyer.ch | info@victor-meyer.ch

Une Suisse bien préparée face à l'enneigement moyen

Les spécialistes de la saison hivernale livrent un constat lucide mais pas alarmiste sur la situation. Ils pensent que de nombreuses stations peuvent diversifier leurs activités en été.

Alexandre Caldara

monoplan.



'planet



Les participants: Laurent Vanat, Reto Knutti, Norbert Patt et la modératrice Maria Victoria Haas.

Laurent Vanat, spécialiste de l'industrie du ski, Reto Knutti, professeur à l'EPFZ, et Norbert Patt, CEO des remontées mécaniques du Titlis, confrontent leurs idées durables et leurs bilans personnels.

Laurent Vanat rappelle que 50% des stations de ski en Suisse ont dû fermer ces dernières années.

Reto Knutti pense que les petites stations en basse altitude ne pourront pas survivre à des coûts exorbitants et qu'elles fermeront toutes dans les cinq ou dix ans, la montée des températures ne permettant plus les chutes de neige. Les petites stations se voient confrontées aux mêmes problèmes que les agriculteurs face au manque d'eau. Elles devront se remettre en question grâce à l'esprit pionnier de la Suisse en matière de tourisme et malgré une politique conservatrice.

Norbert Patt parle de situation très complexe pour les domaines situés entre 1500 et 3000 mètres, mais encore viable une trentaine d'années pour les stations comme le Titlis comprenant un accès à un glacier. Sa dernière saison a débuté le 1^{er} octobre et s'est terminée à la mi-mai. Pour lui, le problème principal n'est pas la neige artificielle mais d'où vient l'eau qui sert à la fabriquer.

Laurent Vanat confirme que les petites stations à basse altitude, qui parfois ne bénéficient que de vingt jours d'enneigement, coûtent plus qu'elles ne rapportent. «Il n'y a plus de business possible pour des stations à moins de 800 mètres.» Alors que plusieurs grandes stations d'altitude continuent à compter sur des fréquentations stables et de bons chiffres d'affaires,

notamment sur les séjours de ski à Noël.

«On ne doit pas paniquer pour l'avenir de l'industrie du ski à haute altitude, la Suisse est globalement bien préparée à affronter les défis face à un enneigement moyen. Mondialement, les stations ont bien réagi après des années mauvaises en 2006 et 2007, elles se sont équipées», précise l'expert.

Le sport et la musique attirent de nouveaux hôtes

Aucune destination au monde ne peut tabler aujourd'hui uniquement sur l'hiver comme dans les années 1960. Mais pour Laurent Vanat, elles peuvent gagner beaucoup plus sur la saison estivale en développant de nouveaux segments, notamment avec des parcs à tyroliennes pour celles qui le peuvent, car il rappelle que chaque station dispose d'une géométrie de pistes différente. «Mais évidemment, il s'agit de nouveaux modèles où on pense plutôt à un client à la fois qu'à 20 000 d'un seul coup», précise Laurent Vanat.

Reto Knutti pense que certaines stations comme celle de Gstaad ont commencé très tôt à réfléchir à leur diversification, avec le tournoi de tennis, le polo, le moutain bike et le festival de musique classique, ce qui garantit une clientèle diversifiée aux hôtels.

Norbert Patt attire aussi l'attention sur le fait que de nouvelles clientèles, comme par exemple celle du Moyen-Orient, s'intéressent aux destinations en hauteur, conséquence de l'élévation globale des températures dans leur propre pays.

Encadrer la première expérience de ski avec des moniteurs compétents

Laurent Vanat rappelle que 62% des Suisses entre 14 et 17 ans pratiquent encore le ski régulièrement. Mais dans un même temps, il relativise en précisant qu'il ne faudrait pas s'endormir sur ce type d'acquis car les classes de neige se raréfient.

Laurent Vanat tient à marteler que la première expérience de ski se révèle rarement plaisante et qu'il faut donc l'encadrer avec des moniteurs compétents.

Pour Norbert Patt, la fascination pour la neige restera. Il rappelle que tous nos grands champions suisses ne grandissent pas en haute altitude, comme Marco Odermatt qui a appris à skier sur un tire-fesse de 366 mètres, sur une petite installation de plaine, dans le canton de Nidwald.

Laurent Vanat va dans le sens de Norbert Patt, qui évoque les énormes investissements dans le domaine des économies d'énergie réalisés par les remontées mécaniques du Titlis depuis 2015, tout comme leur engagement dans le domaine social et économique. «Beaucoup de grandes stations ont en effet investi dans des dameuses électriques ou des chauffages avec des pompes à chaleur.»

En salle plénière, la table ronde portait sur «C'est l'hiver ou quoi?». Elle a réuni Reto Knutti, professeur à l'EPFZ, Norbert Patt, CEO des remontées mécaniques du Titlis, et Laurent Vanat, spécialiste de l'industrie du ski.

Trois professionnels aguerris disent leurs visions de l'hôtel de demain

La directrice du Lausanne Palace, le CEO d'Althoff Hotels et un spécialiste d'architecture d'intérieur échangent sur les questions technologiques et éthiques liées aux nouveaux comportements des hôtes et des employés.

Alexandre Caldara



Isabelle von Burg, directrice du Lausanne Palace explique sa conception de l'hospitalité 4.0.

La question posée en ce premier jour du Hospitality Summit à trois professionnels aguerris de l'hôtellerie et de son design peut donner le vertige: «A quoi pourra bien ressembler la notion d'hospitalité 4.0, à travers quels nouveaux concepts, idées et innovations va-t-elle s'incarner?» Isabelle von Burg, toute jeune quarantenaire à la tête du mythique, urbain et décomplexé Lausanne Palace ose d'emblée une provocation: «L'hôtel du futur ne sera peut-être pas un hôtel...» Mais que veut-elle dire exactement? Elle poursuit: «On voit bien l'évolution de nos établissements dans le segment du luxe, nos lobbys se transforment pour devenir des lieux de partage, de réflexion, de vie. Nos hôtes ne se contentent pas d'un bon lit et d'un bon service.» Frank Marrenbach, CEO d'Althoff Hotels, pense qu'en vieillissant, l'humain considère de moins en moins le luxe comme en lien avec le matériel, mais qu'il recherche des expériences de qualité.

Les débats formels évoluent rapidement

Alors il faut, selon Isabelle von Burg, de l'imagination: «Un hôtelier peut proposer son propre vin, comme notre clos du

Palace, issu des vignes de l'hôtel entre le garage et la terrasse de notre établissement. Le miel sur les toits des hôtels devient aussi un formidable produit dérivé. Le vin et le miel font partie intégrante de l'expérience.» Daniel Schneider, fondateur de Monoplan,

«La surenchère d'étoiles, comme on le voit à Dubaï, ne peut plus suffire».

Isabelle von Burg

société spécialisée dans l'architecture, le design d'intérieur et le positionnement de marque dans le domaine de l'hospitalité, renchérit dans le même sens en proposant d'envisager l'hôtel du futur comme un centre de tests, un laboratoire d'expérimentations: «Si on apprécie son matelas, on peut partir avec, mais il permet aussi d'analyser de nouvelles formes de travail dans de nouveaux espaces avec des communautés différentes.» Frank Marrenbach oriente le débat sur les lignes qui bougent beaucoup depuis 15 ans en termes de formalité,

d'étiquette: «On voit de moins en moins d'hommes qui portent des cravates par exemple, et nos nouveaux modes de voyage reflètent des pratiques influencées par un mode multiculturel.»

«L'hôtellerie doit engager sa responsabilité sociale»

Daniel Schneider ose questionner avec douceur l'incontournable classification hôtelière: «Le mode de classification avec des étoiles ne va évidemment pas disparaître, mais peut-être que cela deviendra un peu moins pertinent; le goût pour une marque, la notion de devenir fan d'un concept hôtelier devient lui aussi capital», explique-t-il. Isabelle von Burg renchérit: «La surenchère d'étoiles, comme on le voit à Dubaï avec des établissements sept étoiles, ne peut plus suffire. Je ne dois pas vouloir posséder un hôtel, mais bien le découvrir en y vivant quels que soient mes moyens, cela peut durer une journée, une semaine, un mois, mais je dois pouvoir en profiter pleinement.» Pour Marrenbach, il ne faut pas à tout prix vouloir cultiver une vision romantique de l'hôtellerie: «On peut véritablement se demander qui a encore besoin d'une réception dans un hôtel de ville et réfléchir à libérer des espaces de vie comme dans notre concept Urban Loft.» La journaliste Maria Victoria Haas, qui assure la modération du débat, donne son avis: «Je n'aimerais pas que la réception et la conciergerie disparaissent, j'ai besoin de contact quand j'arrive dans un hôtel...» Isabelle von Burg pense qu'un hôtelier peut s'adapter en fonction du besoin de chacun: «Nos équipes peuvent ressentir si un client business a besoin de trente secondes d'attention ou si, au contraire, il fréquente notre hôtel depuis 30 ans à la recherche d'un service personnel sans faille.»

Pour Daniel Schneider, l'hôtel de demain devra aussi s'engager dans sa responsabilité sociale, il insiste sur les moyens que possède l'hôtellerie de luxe pour ne pas uniquement se concentrer sur ses chambres mais investir de l'énergie et consacrer une part de son budget à ces questions de gouvernance. Frank Marrenbach insiste aussi sur l'intégration sociale des clients, qui doit correspondre à celle qu'il propose à ses 2000 collaborateurs. L'hôtel 4.0 ne peut pas seulement se contenter de devenir une bombe de technologie, il doit rester connecté à l'âme des hôtes.

Hospitality 4.0: nouveaux concepts, idées et innovations avec Frank Marrenbach, CEO & Managing Partner, Althoff Hotels, Isabelle von Burg, General Manager, Lausanne Palace, et Daniel Schneider, fondateur de Monoplan AG. Une rencontre dont la modération a été assurée par Maria Victoria Haas.



«Einfach höhere Löhne auszuschütten, ist eine schlechte Lösung. Wir bezahlen bereits sehr gute Saläre. Es geht vor allem um die Wertschätzung.»

Frédéric Boson
CEO Swiss Hotel Properties SA

«Viele verlassen die Branche, und das hat vor allem mit zu tiefen Löhnen und ungünstigen Arbeitsbedingungen zu tun.»

Vania Alleva
Präsidentin der Gewerkschaft Unia

Fachkräftemangel wird zu einem fast historischen Problem

Gibt es politische Lösungsansätze für eine Linderung des Arbeitskräftemangels in der Hospitality-Branche? Ideen sind vorhanden. Ein Konsens zeichnet sich aber nicht ab, wie eine Podiumsdiskussion zeigt. Artur K. Vogel

Arbeitskräftemangel sei «zu einem fast historischen Problem» geworden, meinte Frédéric Boson, CEO der Hotelgruppe Swiss Hotel Properties SA. Was dagegen tun? Unia-Präsidentin Vania Alleva stellte fest, durch bessere Ausbildungsmöglichkeiten «könnten wir ein riesiges zusätzliches Potenzial ausschöpfen». Hotelier Boson hingegen gab zu bedenken, dass im operativen Bereich Engagement und Erfahrung wichtiger seien als Diplome. Weiter forderte die Unia-Präsidentin verbindliche Gesamtarbeitsverträge, höhere Löhne und eine verlässliche

Planbarkeit der Arbeitszeiten. Genau diese «Vergewerkschaftung des Arbeitsmarktes trägt zum Fachkräftemangel bei», hielt Avenir-Suisse-Direktor Peter Grünenfelder entgegen. Für ihn wären eine Heraufsetzung des Pensionsalters und ein grösseres Drittstaatenkontingent mögliche Wege. Gewerkschafterin Alleva sprach sich vehement gegen eine spätere Pensionierung aus, hätte aber nichts gegen mehr ausländische Arbeitskräfte, unter der Bedingung, dass «die Lohn- und Arbeitsbedingungen auch für sie eingehalten werden».



Die Spezialistin für alle Sozialversicherungen in Hotellerie und Gastronomie

Seit 75 Jahren ist die HOTELA die bevorzugte Partnerin der Hotellerie und Gastronomie.
AHV, Familienzulagen, Berufliche Vorsorge, Krankentaggeld- und Unfallversicherung:
Mit der HOTELA haben Sie eine einzige Ansprechpartnerin für alle Ihre Sozialversicherungen.

Über 4000 Betriebe und rund 150 000 Versicherte vertrauen der HOTELA.

Eine Institution von

 **HotellerieSuisse**



Hotelmarkt- Überblick Schweiz

Das starke Wachstum von 2022 setzt sich fort.

38 Mio.
Logiernächte

+29%

52%
Auslastung

+25%

295 CHF
Ø Zimmerpreis

+6,6%

146 Tsd.
verfügbare
Zimmer

+3.4%

Stand: Juni 2023 und prozentuale
Veränderung im Vergleich zum Vorjahr
Quelle: Wüest Partner

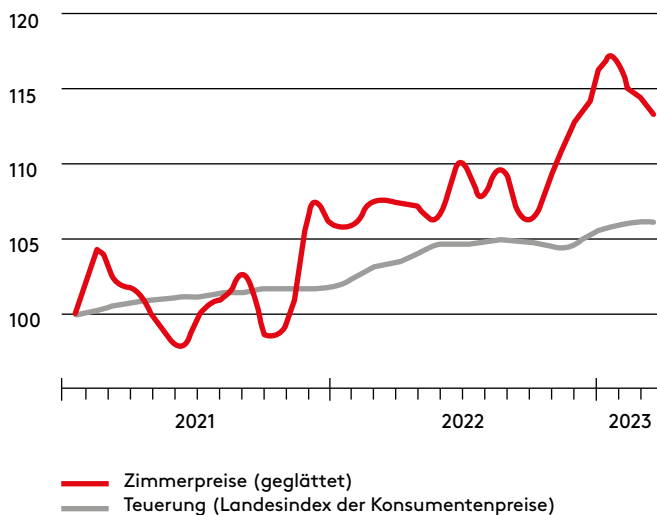
Finanzforum

Wie kann ein New-Generation-Hotel durch Digitalisierung die Betriebskosten senken? Welche Rolle spielt künftig die Nachhaltigkeit bei der Immobilienbewertung? Wie entwickeln sich die Hotelzimmerpreise? Um diese und weitere Fragen geht es am SGH-Finanzforum, moderiert von SGH-Direktor Peter Gloor.



Podium (v.l.): Beatrice Zanella Fux (Berghilfe), Christoph Känel (Bank WIR), Peter Gloor (SGH).

Entwicklung der Zimmerpreise und der Teuerung im Vergleich (Index Januar 2021 = 100)



Stoos Lodge: Tiefere Betriebskosten dank Digitalisierung

René Koch und Marcel Neuhaus von der Stoos Lodge schilderten am Finanzforum, wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung den Betrieb optimieren. Beatrice Zanella Fux zeigte auf, was die Berghilfe für Hotels tun kann.

Ueli Abt

Am Anfang der Stoos Lodge stand schlicht die «Notwendigkeit, etwas zu ändern», wie Unternehmer und Hotelier René Koch am SGH-Finanzforum schilderte. Noch 2012 stand da ein Flachdachbau aus den 60er-Jahren mit Eternitfassade, beileibe «keine Architekturperle», wie Koch an dem Anlass im Plenum sagte.

Eine neue Bahn auf den Stoos war in Planung. Mit dem Seminar- und Wellnesshotel Stoos hatte sich das Unternehmen,

«Einsprachen sind nicht per se schlecht. Sie sind eine Chance, ein Projekt besser zu machen.»

René Koch

zu dem auch das Gipfelrestaurant Fronalpstock gehört, einen guten Namen erarbeitet, die Nachfrage hatte ein gutes Niveau erreicht. «Wir haben zuerst die Grundlagen erarbeitet, was auf dem Platz möglich ist, die Anforderungen definiert, Vorprüfungen mit Behörden gemacht. Und gerechnet, wie viel ein Zimmer bei einer bestimmten erwarteten Auslastung kosten darf.»

Tiefe Kosten, vernünftige Preise

Der detaillierte Businessplan ging 2019 zur Überprüfung an die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) und diente als Grundlage für die Finanzierung. «Die Grossbanken sagten frühzeitig, dass sie mehr Eigenkapital bräuchten als im Businessplan vorgesehen. Sie haben das Projekt nicht ganzheitlich beurteilt», so Koch. Dank der positiven Bewertung konnte laut Koch schliesslich relativ problemlos die Schwyzer Kantonalbank erneut als Finanzierungspartnerin gewonnen werden. Diese hatte schon 2006 den Wellnessbau des Seminar- und Wellnesshotel Stoos mitfinanziert.

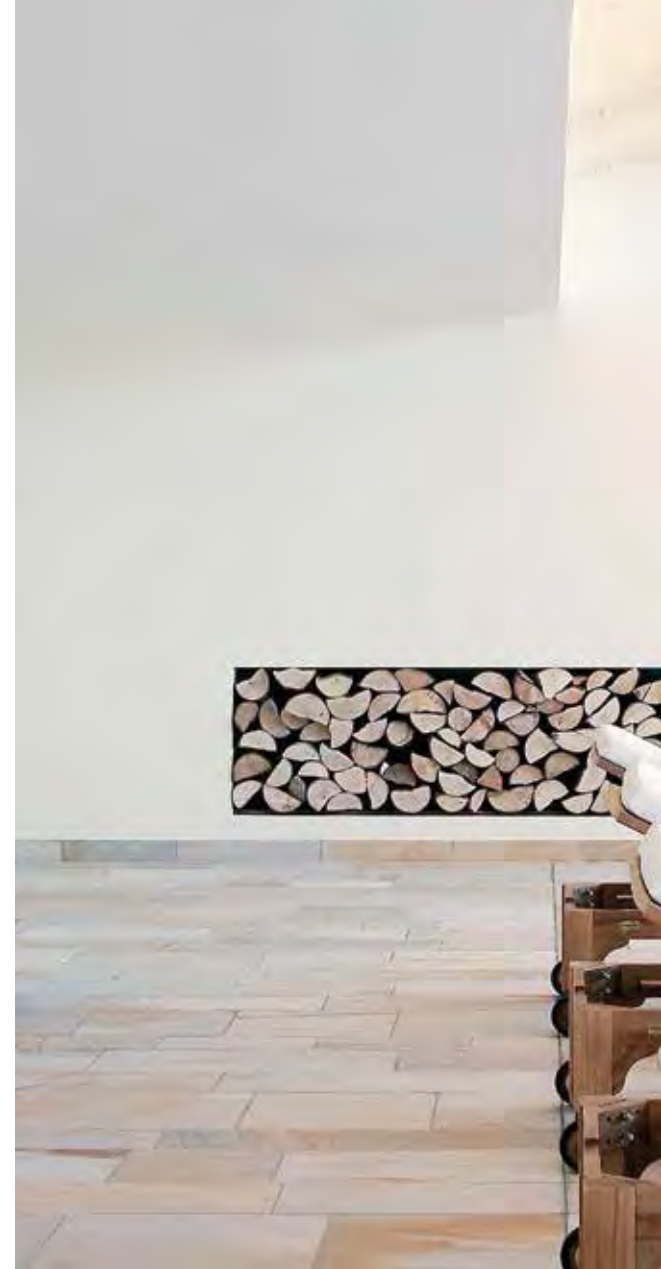
Ausschlaggebend für die Finanzierungszusage war laut Koch sicher auch

das bewilligte Teildarlehen der SGH im zweiten Rang. Beim Bauprojekt gab es 2015 keinerlei Einsprachen. Die Lodge in unmittelbarer Nähe zur Bergstation der Standseilbahn definiert heute die neue Dorfmitte. Koch sieht zunächst die Lage auf dem Berg als Stärke und Herausforderung des New-Generation-Hotels. «Wir waren uns stets gewohnt, unsere Gäste abzuholen, im sprichwörtlichen Sinn. Uns war klar, dass wir tiefe Betriebskosten erreichen müssen, um vernünftige Zimmerpreise anbieten zu können.» Der Stoos habe stets auf Familien gesetzt. Zusätzlich richtet sich die Lodge an Seminargäste. Das sei zwar «schon ein Spagat», wie Stoos-Lodge-Direktor Marcel Neuhaus während des Talks sagte – doch mit einer entsprechend grosszügigen räumlichen Aufteilung bringe man alles leicht unter einen Hut. «Familien essen meistens etwas früher, später ist es im Restaurant ruhiger.» Kinder gelangen in der Stoos Lodge übrigens über eine Rutschbahn aus dem Restaurant ins Kinderspielland und toben sich dort aus, während Erwachsene im Speisesaal ihre Ruhe haben. Zudem kommuniziert das Hotel: «Die Stoos Lodge lebt, bei uns ist es manchmal laut», wie Neuhaus sagte.

In der Lodge machen die Gäste vieles selbst, sie checken selbst ein und aus. Das Check-out ist an fünf Stationen möglich, dazu gibt es einen Infopoint, an welchem jemand vom Personal bei Bedarf assistiert. «Die meisten Gäste sind gut informiert und wissen Bescheid, wenn sie bei uns sind. Es gibt immer solche, die überrascht sind, wenn Fitness und Zimmerreinigung extra kosten.»

Kommunikation per Cube

Auch im Restaurant direkt an der Piste, wo während der Skisaison mittags auch viele externe Gäste einkehren, spielt Digitalisierung eine Rolle. Mit den sogenannten Order Cubes, kleinen weissen Würfeln auf dem Tisch, können Gäste das Servicepersonal rufen. Der Küchenchef hat ein Panel, mit welchem er den Gästen signalisieren kann, dass sie



«Es gibt immer wieder Gäste, die überrascht sind, wenn Fitness und Zimmerreinigung extra kosten.»

Marcel Neuhaus

ihr Essen an der Ausgabe holen können. Ein Roboter sorgt dafür, dass das gebrauchte Geschirr weggeräumt wird, was den Betrieb wirtschaftlicher machen und das Personal entlasten soll. Durch die Automatisierung und Digitalisierung kommt das Hotel denn auch mit einem Personalbestand von rund 40 Vollzeitstellen aus. Dies bei 101 Zimmern. So können laut Neuhaus dank Self-Check-out an den fünf Stationen an einem Sonntagmorgen Gäste aus 70 Zimmern auschecken. Begleitet wird dies von nur einer Person vom Infoteam.

Die Verfügbarkeit von Personalunterkünften sei allerdings ein grosses Problem. Im Gegensatz zum eigentlichen Hotelbau harzt es beim Bau eines Personalhauses, bedingt durch Einsprachen.



René Koch (l.) und Marcel Neuhaus von der Stoos Lodge erläutern im Gespräch mit SGH-Direktor Peter Gloor (r.) das Konzept ihres New-Generation-Hotels.

Koch relativiert allerdings: «Einsprachen sind nicht per se schlecht. Sie sind auch eine Chance, ein Projekt besser zu machen.»

Heizen mit Bremsenergie der Bahn

Insbesondere die Nachhaltigkeit nimmt im Konzept der Stoos Lodge einen hohen Stellenwert ein: Die Wärmeaufbereitung der Lodge erfolgt über die Stoosbahn. Diese nutzt die rekuperative Energie, die beim Bremsen entsteht, sowie die Abwärme aus dem Maschinenraum. Beides wird umgewandelt und versorgt die Stoos Lodge mit Warmwasser. Dies spart jährlich rund 41 000 Liter Heizöl.

«Ohne die Bank WIR hätten wir das Gipfelrestaurant nicht finanzieren können.»

René Koch

Auch im Betrieb des Hotels sorgt ein System für Rückgewinnung: Unter anderem dient die Abwärme der gewerblichen Kälteanlage zur Aufbereitung von Warmwasser. Laut Koch läuft dies sogar noch effektiver als gedacht. Sei man von einer Warmwasservorwärmung von 32 Grad ausgegangen, erreiche man nun tatsächlich 43 Grad. Auch die Verwendung von regionalen Produkten in der Küche, ein grosses vegetarisches Angebot sowie die Reduktion von Food-Waste gehören zur Philosophie der Stoos Lodge.

Und schliesslich ist auch soziale Nachhaltigkeit ein Thema. Das Hotel betreibt eine Kindertagesstätte, was nicht nur für Arbeitnehmende die Attraktivität der Lodge steigert. Zuerst wollte man den Betrieb auslagern. Allerdings fand sich niemand, der das wirtschaftliche Risiko eingehen wollte. So nahm das Hotel es selbst in die Hand. Heute steht die Kita auch den rund 150 Einwohnerinnen und Einwohnern des Dorfs Stoos zur Verfügung, was auch die Bergschule im Dorf stärken dürfte.

Berghilfe hilft auch Hotels

Am Podium des Finanzforums sprach zudem Beatrice Zanella Fux von der Schweizer Berghilfe über Möglichkeiten der Unterstützung für Berghotels. Die Berghilfe kennt man als Unterstützerin der Landwirtschaft in Randregionen. Vor 15 Jahren habe man die Fördertätigkeit ausgeweitet, so Zanella Fux. In der Hotellerie gebe es grosse Synergieeffekte für Landwirtschaft, Regionalität und Arbeitsplätze. Heute mache die Förderung der Berghilfe für die Hotellerie rund 15 Prozent aus. Die Berghilfe unterstütze in Form von bedingten Schenkungen: Falls ein Betrieb in den folgenden zehn Jahren gewinnbringend verkauft werde, fordere die Berghilfe ihren Beitrag zurück. Allerdings komme dies sehr selten vor. Durch diese Form der Unterstützung sei

Nachhaltig sein wird Pflicht

Andrea Roman Bernhard, Direktor der Wüest Partner AG, sieht Nachhaltigkeit als wesentlichen Faktor in Bezug auf die Immobilienbewertung. «Es gibt viel Greenwashing, der Markt fordert Transparenz», sagte er am Finanzforum. «Wer das nicht gut bewältigen kann, wird vom Markt abgestraft werden.» Gemäss Bernhard hat die Schweizer Hotellerie Aufholbedarf in Sachen Nachhaltigkeit.

Best-Practice-Beispiel

Nicht so die 2022 eröffnete Stoos Lodge. Am Finanzforum hatte diese einen Auftritt als Best-Practice-Beispiel. Im ESG-Rating von Wüest Partner schneidet das Hotel mit der Note 4,3 sehr gut ab. Diese Bewertung habe das Hotel insbesondere durch die umfangreiche und nachhaltige Gebäudetechnik erreicht, heisst es im «Hospitality Report Schweiz 2023», den Wüest Partner am Finanzforum erstmals präsentierte. «Der Betrieb ist gut durchdacht und präzise geplant, was zu minimalen Verschwendungen führt.» Dass das Hotel nicht die Bestnote von 5 erreichte, erklärte Direktor Bernhard mit standortbezogenen Faktoren, die nicht durch das Gebäude oder den Betrieb beeinflusst werden könnten. So misst das Rating unter anderem die Entfernung von öffentlichen Ladestationen für Elektroautos, was die Benotung schmälerte.

Höhere Auslastung

Die Stoos Lodge trägt dazu bei, dass die Standortgemeinde Morschach besser performt als andere Gemeinden der Tourismusregion Luzern/Vierwaldstättersee. Morschach mache zwar mit 230 000 nur rund 7 Prozent der Logiernächte der Tourismusregion aus, verzeichne dafür aber eine deutlich höhere Auslastung. Die Gemeinde profitiere von geringen saisonalen Schwankungen. So bleibe auch der durchschnittliche Zimmerpreis das ganze Jahr über auf einem stabilen Niveau, während die Stadt Luzern beispielsweise in den Wintermonaten einen markanten Einbruch verzeichne, heisst es im Report.

man eine beliebte Partnerin für die Banken. «Es kann sein, dass eine Bank einen Betrieb finanzieren möchte, obwohl es gemäss den internen Regeln hinsichtlich der vorhandenen Eigenmittel nicht reicht. In solchen Fällen kommen die Banken auf uns zu.» Stoos-Lodge-Direktor Marcel Neuhaus bekräftigte darauf, dass es aus Sicht eines Hoteliers wünschenswert wäre, wenn die Bankenwelt vermehrt «das Ganze» sähe. Also auch Unternehmen unterstütze, die auf den ersten Blick nicht als super Renditeobjekte erschienen – aber mit ihren Dienstleistungen zur Attraktivität der Region beitragen.

Branchen- und Finanz-Know-how

Diese gesamte Sicht sei auch für die Bank WIR wichtig, nahm Christoph Känel, Fachspezialist für Hotellerie und Gastronomie bei der Bank WIR, an dieser Stelle den Faden auf. Denn: «Einfach anders, das sind auch wir von der Bank WIR», meinte er in Anspielung auf den Claim der Stoos Lodge. «Für uns ist es wichtig, dass man Projekte ganzheitlich sieht. Wir sind Fachleute der Branche, nicht nur der Finanzierungswelt, das unterscheidet uns von den anderen Banken.» Auch René Kochs Unternehmen hatte schon vom «einfach anderen» Ansatz der Bank WIR profitiert. «Beim Gipfelrestaurant rannte



mein Vater damals von Pontius zu Pilatus. Der CEO der Bank WIR kam zu uns auf den «Fronalpstock», und wir haben die Finanzierung besprochen. Ohne die Bank WIR hätten wir das Gipfelrestaurant nicht finanzieren können.» Dass Banken mehrheitlich das geliehene Geld relativ bald zurückbezahlt haben wollten, sei «etwas unschön», sagte Koch auf Anfrage von Moderator Peter Gloor. Es hindere einen, zeitnah weitere Projekte umzusetzen. «Das ist ein Bremsklotz für jene, die innovativ sein wollen.»

Berghilfe finanziert auch Kurse

Wie im weiteren Verlauf des Podiums klar wurde, unterstützt die Schweizer Berghilfe Hotels in den entsprechenden Zonen nicht nur bei Investitionen, sondern auch im

laufenden Betrieb. Sie übernimmt auch Weiterbildungen, so etwa zum Thema Digitalisierung. Zudem startete die Stiftung ein Solarprogramm. Betriebe können bis zu 50 Prozent Unterstützung für den Bau von Solaranlagen erhalten. «Die Hotellerie hat bislang wenig reagiert. Die Landwirtschaft hat diese Möglichkeit schneller gesehen.»

Am SGH-Finanzforum traten folgende Expertinnen und Experten auf: Unternehmer René Koch und Direktor Marcel Neuhaus von der Stoos Lodge, Andrea Roman Bernhard, Direktor der Wüest Partner AG, Christoph Känel, Fachspezialist für Hotellerie und Gastronomie bei der Bank WIR, Beatrice Zanella Fux, Mitglied der Geschäftsleitung bei der Schweizer Berghilfe.

Anzeige

BARONS
DE ROTHSCHILD
CHAMPAGNE

Brut Nature



ARVI, Ihr zuverlässiger Lieferant.

Schweizweite Lieferung innerhalb von 48/72 Stunden

Via Pedemonte di Sopra 1, 6818 Melano – Tél. 91 649 68 88 – arvi.ch



Partner

Ohne sie wäre ein solcher Anlass nicht zu realisieren: Weit über hundert Partner, Supporter und Supplier machen sich für den Hospitality Summit stark. Gemeinsam mit den Gästen erwecken sie die Kongresshalle zum Leben, sorgen für Atmosphäre und Gesprächsstoff, zeigen Produkte und Neuerungen, kümmern sich um Hunger und Durst.

Ein Areal mit historischem Charme

In der Halle 550 beim Bahnhof Oerlikon steckt eine grosse Portion Schweizer Geschichte. Hier befand sich nämlich einst die Maschinenfabrik Oerlikon (MFO). Sie wurde 1876 gegründet und produzierte hauptsächlich Werkzeuge, Maschinen, Turbinen und elektrische Teile für Lokomotiven. Heute wird das Areal für Events, Messen und Kongresse genutzt, es besteht Platz auf über 7000 m². «Anything goes» lautet das Motto der Verantwortlichen. Ob Messe, Kongress, Tagung oder Kunstevent: Die Halle 550 ist der neue Leuchtturm im Schweizer Eventmarkt. Die Veranstalter profitieren von maximaler Freiheit, Modularität und Flexibilität.

Eventkalender:

15.–17.9.2023
Digital Festival Zurich
 30.9. & 1.10.2023
Die Hochzeitsmesse – TrauDich!
 6.–8.10.2023
Swiss Coffee Festival

Halle550.ch



2002

entstand der Park, der sich vor der Halle 550 befindet. Die im Sommer grün überwachsene Stahlkonstruktion nimmt die Dimensionen der Werkhalle auf, die sich einst hier befand.

Monoplan AG

Leading in Hospitality

Egal, was Sie benötigen, wir sorgen dafür, dass Sie es erhalten.

Zusätzlich zu Architektur, Interior Design und Branding von Hotels helfen wir auch bei der Suche nach geeigneten Immobilien für Ihr Projekt oder übernehmen die Technische Koordination (TSA) für Sie. Wir sind nicht nur Branchenkenner, sondern dank unseres grossen Netzwerkes auch immer bestens informiert und gestalten selbst den Markt mit.

Unsere Leidenschaft wird entfacht, wenn Sie mit einer Projektidee zu uns kommen. Wir lieben es, Neues zu schaffen, die passenden Partner und Kunden zusammenzubringen. Erste Ideen zu realisierbaren Projekten zu formen, Möglichkeiten zu suchen und Ungeahntes zu finden.

Mit unserem Interior Design erzählen wir Geschichten, schaffen Räume, die für sich sprechen, die je nach Aufgabenstellung entweder den Menschen in seinen



Bann ziehen, ihm eine Bühne bieten oder ihn zurückhaltend umfassen. Um diese Ziele zu erreichen, erarbeiten wir ein individuelles Gesamtkonzept. Dafür lassen wir uns von der Geschichte, der Umgebung oder anderen identitätsstiftenden Eigenschaften inspirieren. Unsere Architektur ist vielfältig.

Wir arbeiten mit Leidenschaft und Überzeugung. Für uns ist Kontext nicht nur gebaute Substanz: Wir versuchen, den Zeitgeist zu erfassen. Klassisches kombinieren wir gern auch neu – für den Wow-Effekt, termin- und budgetgerecht.

monoplan.ch/office@monoplan.ch

Swisscom (Schweiz) AG

Cyberangriffe legen zu – 3 Massnahmen für mehr IT-Sicherheit

Jedes dritte KMU in der Schweiz wurde bereits Opfer eines Cyberangriffs – trotz Sicherheitsmassnahmen. Ein wirksamer Schutz vor Ransomware und Co. braucht also mehr als Technik. Diese drei Massnahmen helfen dabei:

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

2. Sensibilisieren Sie Mitarbeitende: Diese können Cyberkriminellen die Tür öffnen,



indem sie auf Links in Phishing-Mails klicken. Oder die Tür abriegeln, indem sie solche Mails erkennen und melden. Sorgen Sie als Mitglied der Geschäftsleitung deshalb für die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Sicherheitsthemen, beispielsweise mit unserem kostenlosen E-Learning für mehr IT-Sicherheit.



3. Prüfen Sie den Schutz der IT-Infrastruktur laufend: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Lassen Sie die Sicherheitsmassnahmen von externer Stelle überprüfen, zum Beispiel mit einem Security-Assessment. Das gibt Ihnen Aufschluss über die Wirksamkeit und Argumente für das IT-Sicherheitsbudget. Wir begleiten Sie auf Ihrem individuellen Weg zur Digitalisierung mit umfassender IT-Sicherheit. Bei Fragen dürfen Sie uns gerne unter der Nummer 0800 055 055 kontaktieren.

swisscom.ch/hotellerie

Mercedes-Benz Schweiz AG

Intelligent und nachhaltig in die Zukunft

Der erste Eindruck zählt – und der letzte ebenso: Shuttlefahrzeuge sind für ein Hotel die Visitenkarte auf Rädern. Mit seinen geräumigen, komfortablen und repräsentativen Elektro-Vans EQV und EQT hat Mercedes-Benz am Hospitality Summit alle Blicke auf sich gezogen.

Der EQV bietet Platz für bis zu acht Personen. Seine Reichweite beträgt bis zu 378 Kilometer. Er punktet mit einer schnellen Ladezeit – und mit seiner Einsatzvielfalt. Für Shuttleservices der besonderen Art empfiehlt sich auch der innovative elektrische Small Van EQT mit bis zu sieben Plätzen, Hochdach und Schiebetüren auf beiden Seiten für maximalen Ein- und Ausstiegskomfort.

Mercedes-Benz stellt die Weichen für eine vollelektrische Zukunft und hat den Führungsanspruch bei der Elektromobilität fest in der Strategie verankert. Mercedes-Benz Vans elektrifiziert konsequent



alle Baureihen und bietet bereits in diesem Jahr alle Modelle vom Small über den Medium Size bis hin zum Large Van mit Elektroantrieb an.

Ab Mitte des Jahrzehnts werden alle neu eingeführten Vans von Mercedes-Benz ausschliesslich elektrisch sein. Dazu gehört auch ein breit gefächertes Angebot an branchenspezifischen Elektromobili-

tätslösungen. Bis Ende des Jahrzehnts wird die Marke mit dem Stern bereit sein, vollelektrisch zu sein – überall dort, wo es die Marktbedingungen zulassen. Mit diesem strategischen Schritt von «Electric first» zu «Electric only» beschleunigt Mercedes-Benz die Transformation in eine emissionsfreie Zukunft.

[mercedes-benz.ch](https://www.mercedes-benz.ch)

Eng. Schlafconcept GmbH

Hotelausstattung ist unser Metier

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

«Es ist spannend, zu sehen, wie der Hospitality Summit den Informationsaustausch, die Zukunftsperspektiven und das Networking der Branche positiv verbessert.

Natürlich freuen wir uns auch über viele neue Kontakte.»

Guntram Suter, Geschäftsleitung

Boxspringbetten und Matratzen stehen hinter der Gestaltung und den Konzepten unseres exakt aufeinander abgestimmten Programms. So erhält mit VALEO HOTEL jeder unserer Kunden sein Hotelbett genau so, wie es seinen Anforderungen und Ansprüchen entspricht.



Gleichzeitig zeichnet uns grösstmögliche Flexibilität aus. Technische Ausstattung und handwerkliches Know-how versetzen uns in die Lage, kundenindividuelle Wünsche effizient in Einzelanfertigung oder Kleinserien zu erfüllen. Ihre Gäste sollen einen besonders gelungenen Aufenthalt

in Ihrem Haus erleben und Sie künftig als Stammgäste wieder besuchen. Bei diesem Ziel möchten wir Sie als Ihr Partner für hochwertige Hotelbetten und Funktionsmöbel unterstützen.

[hotelschlafsysteme.ch](https://www.hotelschlafsysteme.ch)

Hotela

Kundennutzen im Fokus: HOTELA+

Austausch und Innovation – das erwartete die Gäste des Hospitality Summit am Stand der HOTELA. Die Sozialversicherung, die den Summit als Presenting Sponsor unterstützt, stellte die jüngste Weiterentwicklung ihrer digitalen Plattform HOTELA+ vor. Diese ermöglicht den HOTELA-Kundinnen und -Kunden ein effizientes und nahtlos in die HR-Prozesse integriertes Versicherungsmanagement. HOTELA+ verlangt keine besonderen Kenntnisse und reduziert den administrativen Aufwand rund um die Sozialversicherungen deutlich.

Intuitiv, einfach und schnell

Vom Eintritt eines Mitarbeitenden über den Antrag für Familienzulagen bis zur Pensionierung: HOTELA+ ist die zentrale Drehscheibe für alle Versicherungsereignisse. Die Bedienung ist intuitiv, die Dateneingabe einfach und die Kommunikation mit der HOTELA schnell und papierlos. Je nach Meldung können die dazugehörigen Dokumente automatisch generiert und die nächsten Schritte



ausgelöst werden. Und tauchen einmal Fragen auf, hilft die Hotline weiter.

Alles im Blick

Ein benutzerfreundliches Dashboard sorgt dafür, dass die Unternehmenskunden der HOTELA jederzeit den Überblick über alle Vorgänge haben. Zusatzfunktionen bringen ihnen weitere Vorteile: So können sie zum Beispiel die Entwicklung ihres

Personalbestands und ihrer Lohnsumme abrufen, Daten exportieren, die Debitorenbuchhaltung einsehen und Ende Jahr die definitive Lohnabrechnung hochladen und an die HOTELA übermitteln.

Was HOTELA+ sonst noch auszeichnet? Gerne geben wir Auskunft.

hotela.ch

Planet

Ein Lächeln auf die Lippen zaubern

Der Hospitality Summit 2023 in Zürich-Oerlikon war zweifellos eine beeindruckende Veranstaltung für die gesamte Branche. Unser Stand bei diesem Event war ein Anziehungspunkt für zahlreiche Besucherinnen und Besucher.

Eines der Highlights des Summit war die Keynote-Session von Sven Maas zum Thema «Feel-good connected commerce». Seine fesselnde Präsentation bot einen spannenden Einblick in die Zukunft der Hotellerie und zeigte auf, wie die richtige Vernetzung und Integration von Technologien ein verbessertes Gästelerlebnis ermöglichen können. Seine Gedanken regten zum Nachdenken an und boten Inspiration für innovative Ansätze in der Branche.

«Feel-good connected commerce» ist das Credo von Planet im Bereich Hospitality. Unser Ziel ist es, Prozesse zu



entwickeln, die das Leben von Hoteliers erleichtern und gleichzeitig Gästen und Mitarbeitenden ein Lächeln auf die Lippen zaubern. Unsere breite Palette an Lösungen umfasst verschiedene Aspekte des Hotelbetriebs und zielt darauf ab, Effizienz, Gästelerlebnis und Mitarbeiterzufriedenheit zu verbessern.

Durch die Integration des protel PMS mit unserer integrierten Zahlungslösung, WLAN-Systemen, Gäste-TV oder digitalen Beschilderungen können wir eine harmonische digitale Guest Journey abbilden.

rebag.ch



Madlab

Auf einen Drink an der Gin-Bar

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

Die MADLAB GmbH ist im ehemaligen Gebäude der Druckerei Benteli Hallweg am Stadtrand von Bern stationiert. Auf über 200 Quadratmetern haben wir hier unser kreatives, nicht ganz alltägliches, manchmal auch ein bisschen verrücktes Labor eingerichtet. Zum Wohlfühlfaktor trägt bei uns unter anderem die schöne Dachterrasse bei, die regelmässig zum gemeinsamen BBQ einlädt. Natürlich darf auch die hauseigene Gin-Bar mit edlen

und auserlesenen Wacholderbränden nicht fehlen.

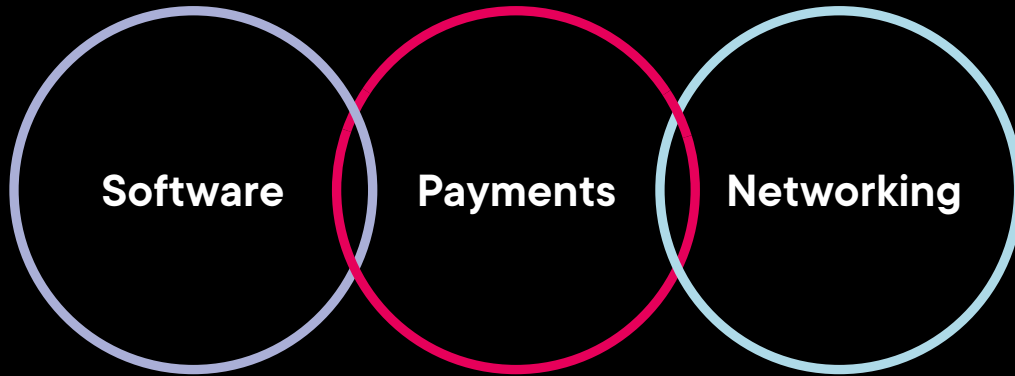
HotellerieSuisse und die htr hotelrevue gehören seit Jahren zu unseren Kunden: Wir betreuen und unterstützen sie bei ihrer Weiterentwicklung. Also war es Ehrensache, für den Hospitality Summit unsere Gin-Bar auch dieses Jahr von Bern nach Zürich zu zügeln. Neu in diesem Jahr haben wir ansprechende Website-Pakete für die Hotellerie und Gastronomie entwickelt und die Gelegenheit genutzt, diese in Zürich am Hospitality Summit vorzustellen. Egal ob für das 5-Sterne-Luxusresort oder den heimeligen Landgasthof: Wir haben für jede Grösse und jedes Budget eine passende Lösung.

Auch in diesem Jahr fällt unser Fazit zum Event durchwegs positiv aus – und wir sind mit unserem Auftritt und den Reaktionen der Gäste dort sehr zufrieden.


madlab.ch


planet


Unleash the power of hospitality




 PMS

 Online Check-in


 Currency Conversion

 Cast to TV

 Gift Cards

 Booking Engine

 Gateway

 Interactive TV

 Internet Services

 Acquiring

protel 

weareplanet.com

rebagdata 



Feel-good connected commerce

www.rebag.ch



Seleform/H100

Zeitlose Designklassiker und Vintage-Trouvailles

Das H100 ist das Möbelhaus, das unsere Marken Bogen33, Viadukt*3 und Memorie.ch unter einem Dach vereint – und auch unser Zuhause an der Hohlstrasse 100 in Zürich. Nicht nur durch unsere zwanzigjährige Geschichte in der Zürcher Stadt, die im Jahr 2003 unweit vom heutigen Standort entfernt begann, sondern ebenso durch das von Jahr zu Jahr vielfältiger werdende Möbelportfolio steht das H100 für ein Möbelhaus, das heute weit über die Zürcher Stadtgrenzen hinaus bekannt ist.

Inmitten des pulsierenden Kreis 4 in Zürich erwarten dich über 2500 Quadratmeter Möbelwelt für den Innen- und Aussenbereich – von antiken, restaurierten Tischen über neue Designklassiker bis

hin zu exklusiven Partner-Editionen. Die drei Marken des H100 repräsentieren hierbei jeweils ein eigenes Sortiment. Memorie.ch ist der Onlineshop des H100 und Showroom für Reproduktionen verschiedener Möbelentwürfe aus den 50er- bis 80er-Jahren. Bogen33 steht für Vintage-Möbel und eine grosse Gartenmöbelausstellung. Viadukt*3 wiederum ist der Spezialist für antike sowie neue Holzmöbel von horgenglarus und Thonet.

Um einen besonders eindrücklichen Einblick in die Geschichte des Möbel-designs zu bekommen, empfehlen wir ebenso einen Besuch unseres OPEN STORAGE, des H100-Lagers, das an folgenden Tagen öffentlich zugänglich ist: Do 17 bis 19 / Sa 12 bis 17.

Als Möbelspezialisten beraten, bemustern und beliefern wir Privat- wie Geschäftskunden. Vor allem durch unser ambitioniertes Team, bestehend aus dem Verkauf, ergänzt durch eine interne Schreinerei und eine Logistikabteilung, als auch durch ein breites Netzwerk an langjährigen Partnerherstellern konnten wir im H100 eine derart breite Möbelvielfalt entwickeln.

Auf Wunsch können die bei uns bestellten oder gekauften Möbel direkt zu Ihnen nach Hause, ins Hotel oder Büro geliefert werden. Auch kaufen wir Ihnen Vintage-Möbel, für die wir Interesse zeigen, gerne ab.

h100.ch / memorie.ch

Starke Partner für ein starkes Miteinander

Sie sorgen in und um die Halle 550 in Oerlikon für eine angenehme Atmosphäre, kulinarische Leckereien und verführerische Abwechslungen: Verschiedenste Partner zeigen ihr Können, ihre Produkte oder Dienstleistungen am Kongress. Danke schön!



Es muss nicht immer Fleisch sein. Planted kreiert pflanzliche Leckerbissen in jeder Grösse, Form und Faserstruktur – die Summit-Gäste können sich davon gleich selber überzeugen. eatplanted.com



Etwas Neues ausprobieren oder Altbekanntes genießen? An der Bar von Bindella haben die Gäste die Qual der Wahl. bindella.ch



Nestlé Waters sorgt für Erfrischung mit Acqua Panna und S. Pellegrino. acquapanna.com / sanpellegrino.com



Der Hospitality Summit öffnet seine Türen bereits zum dritten Mal in der Halle 550 in Zürich-Oerlikon. halle550.ch



Sorgen im Innenhof für ein schattiges Plätzchen zum Plaudern und Netzwerken – die Sonnenschirme von Glatz. glatz.com.



Das Team der Bank WIR serviert an seinem Stand in der Netzwerkbarena einen Apéro. wir.ch



Kleine Muntermacher für zwischendurch – die Säfte von Andros sind fruchtig und sehr schmackhaft. andros.ch



Das Auge isst mit. Dank dem Geschirr von Weita kommen die Speisen auch optisch hübsch daher. weita.ch



Für das kreative Erscheinungsbild der Stände und Wände zeichnet Konform verantwortlich. konform.ch



Ideen sammeln, die die Branche verbessern: Mit diesem Ziel vernetzt der Hospitality Booster alle Interessierten. hospitality-booster.swiss

Sich wiedersehen und austauschen am Apéro der VDH – der Alumni-Vereinigung der Absolventinnen und Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement HotellerieSuisse. vdh.swiss



Beim Ticketing und Einlass wird der Summit von e-guma unterstützt. e.guma.ch



Die renommierten Gartenmöbel von hauser design sorgen für Wohlfühlmomente. hauserdesign.ch

Anzeige

NextGen

HOSPITALITY

This one goes out to all the talented participants of this year's NextGen Camp. A big thank you for your inspiring efforts and creativity. We are proud to drive innovation for and with you to shape the sustainable future of the industry. It works. LIKE MAGIC

www.likemagic.tech



Geht es um Beleuchtung und Beschilderungen, Werbetechnik und Grossformat-Digitaldruck, ist auf die Profis der Plotfactory Verlass. plotfactory.ch



Für einen Kongress entsendet Woehrlé Pirola seine Fachleute, die mit der ganzen Technik vor Ort helfen und wissen, wo jedes Kabel und jeder Stecker hingehört. woehrlépirola.ch



Wenn sich über 1500 Menschen an einem Ort treffen, braucht es Möbel wie Tische, Stühle, Sitzcken und vieles mehr. Party Rent hilft beim Ausstatten und Einrichten. partyrent.com

Anzeige

HPE aruba networking

TUI BLUE TREIBT MIT ARUBA DIE DIGITALE TRANSFORMATION VORAN

TUI BLUE verfolgt heute das Ziel, das Portfolio auf von 100 auf über 300 Hotels zu erweitern.

Die Grundlage dafür soll ein **zentral verwaltetes High-Performance-Netzwerk** bilden, das in jedem Hotel eine einheitliche Ebene für die Integration neuer Lösungen und Plattformen schafft. Mit der ESP-Architektur kann TUI BLUE von seinem Hauptsitz aus sein globales Hotel-Portfolio verwalten, Akquisitionen oder Franchisenehmer schnell integrieren und Connectivity-Standards an allen Standorten unmittelbar einführen.

„Wir wissen, dass Aruba sich im Hotel- und Gastgewerbe auskennt und seine Netzwerklösungen ideal für unsere Branche sind. Mit Aruba haben wir das Beste aus beiden Welten: Technologielösungen und Erfahrung in unserer Branche. Das macht Aruba zu einem wertvollen Partner für uns“, erklärt Michael Cares, Group IT Director, TUI Hotels & Resorts.

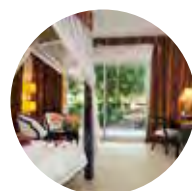
Die Architektur von Aruba umfasst eine Netzwerkvorlage für alle Objekte von TUI BLUE. Sie gewährleistet die Konnektivität im gesamten Resort und besteht aus Aruba Access Points der 500 Serie und Aruba Access Switches einschließlich der

CX Serie. Aruba Central dient als cloudbasierte Verwaltungsplattform mit Edge-Sicherheit, Automatisierung und KI-gestützten Einblicken in den Netzwerkzustand. Das Aruba-Netzwerk gewährleistet die **einheitliche Performance** und ermöglicht eine **zentrale Netzwerk-Überwachung**. Die **offene Architektur** erlaubt auch die einfache Integration von Anwendungen von Drittanbietern – von intelligenten Schlössern über den Zimmerservice bis hin zu Medieninhalten. TUI BLUE wird zudem neue Daten erfassen können, die der weiteren **Personalisierung** dienen.

TUI versucht auch, neue Branchenmaßstäbe in Sachen **Effizienz** zu setzen und das Aruba-Netzwerk zu nutzen, um smarte Hotelfunktionen und effizientere Abläufe zu unterstützen, zum Beispiel Asset-Tracking, Reinigungsplanung und Reinigungsroboter, integriertes Wartungsmanagement und digitale Wegweiser. Aruba hat eine Management-Ebene für das Netzwerk geschaffen, dank der einzelne Hardware-Komponenten bei Bedarf ausgetauscht oder aufgerüstet werden können, ohne die gesamte Architektur neu denken zu müssen.

Gehen Sie bei Ihrem WLAN keine Kompromisse ein, denn Ihre Gäste erwarten das Beste!

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





Fragen zu Architekt oder Design? Das Team von Monoplan steht gern mit Rat und Tat zur Seite. monoplan.ch



Was tun gegen den Fachkräftemangel? Eines der Themen am Apéro der EHL, die seit über 125 Jahren junge Menschen ausbildet. ehl.edu



Für einen Energieschub oder ganz einfach ein Schluck gegen den Durst: Mit seiner breiten Produktpalette sorgt Red Bull dafür, dass alle etwas nach ihrem Geschmack finden. redbull.com

Anzeige

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

Täglich suchen knapp 26 000 Bewerber*innen auf unseren Jobbörsen nach einem neuen Job.

Quelle: Adobe Analytics | 1/2023 / Durchschnittswerte aus 2022



Über 120 Jahre Erfahrung auf dem Spirituosen-Markt: Lateltin serviert exzellente Drinks. lateltin.com



Das Desinfektionsmittel der Firma Steinfels sorgt für rundum saubere Hände. steinfels-swiss.ch



Swiss Gastro Solution sorgt für eine verführerische Stärkung zwischen den Events. swissgastroolutions.ch



Ein Prosit auf den Summit – mit einem Gläschen Champagner bei Arvi. arvi.ch



Für einen Moment frische Luft geniessen – und die bequemen Gartenmöbel von Hunn. hunn.ch



Das Fischtatar von La Perche Loë ist aus Egli – und schmeckt einfach himmlisch! lapercheloe.ch



Als Partner von HotellerieSuisse profitieren Sie:
Seit 1919 die Marke für natürliche Hautpflege

Als Finalist ausgezeichnet 2023 bei Go Global Award

Fordern Sie noch heute die Informationen an:

info@dr-cattani-cosmetic.ch
+423 780 80 54

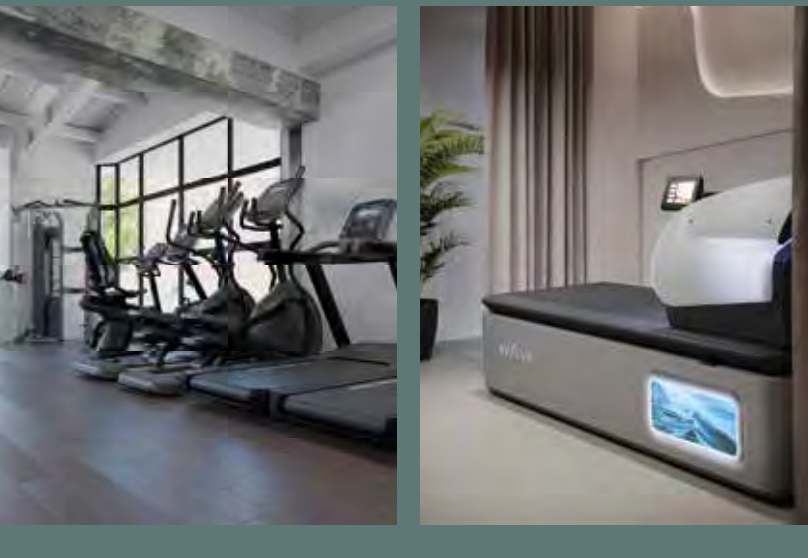
Mehr Flexibilität mit der Guestline Plattform

Leistungsstarke Lösungen mit intuitiver
Bedienung für Ihren täglichen Hotelbetrieb

[Guestline.com/de/produkte](https://www.guestline.com/de/produkte)



Ihr Fitness- und Wellnesspartner



Seit 20 Jahren ist die ratio AG einer der führenden Schweizer Komplettanbieter für Fitnessräume & Therapieeinrichtungen – nun auch mit Wassermassage-Liegen von Wellsystem. Unsere Kernkompetenz sind individuelle Konzepte mit visualisierter Planung, hochwertige Produkte, sowie top Service schweizweit.

041 241 04 04 | info@ratio.ch | www.ratio.ch

Der erfrischende Geschmack der *Natur*



HENNIEZ so natürlich wie *ich*



Gross oder klein, stark oder moderat? Mit dem System von Nespresso finden alle ihren Lieblingskaffee. nespresso.com



Was gehört alles zu einem guten Zmorge? Hero weiss bei diesen Dingen bestens Bescheid. hero.ch



Hopfen, Malz, Wasser, Hefe und 220 Mitarbeitende sind das Geheimnis von Schützengarten-Bier. schuetzengarten.ch



Zügelt seine Gin-Bar jeweils von Bern nach Zürich: Das Team von Madlab, dem Büro für Digitalisierung. madlab.ch



Die temporären Mitarbeitenden von Tempstaff sorgen charmant und professionell für einen perfekten Service. tempstaff.ch



Schokolade für den Heimweg: Swissone versüsst den Summit-Gästen den Abschied. swissone.swiss



M-Industrie AG, Swiss Gastro Solutions

Nachwuchsförderung ist ein wichtiges Thema für die Sicherung von Talenten und den Generationenwechsel. Deshalb pflegen wir die Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen. Es ist uns ein Anliegen, mit Nachwuchskräften zeitgemässe Foodkonzepte umzusetzen und somit in die Zukunft der Branche zu investieren.

swissgastroolutions.ch



likeMagic AG

«Der Hospitality Summit ist für uns beides: Möglichkeit zum Austausch mit den spannendsten Playern der Branche und Gelegenheit, Dinge in Bewegung zu bringen. In diesem Jahr konnten wir gemeinsam mit den Teilnehmenden des NextGen. Camps konkrete Ideen für die nachhaltige Zukunft der Branche erarbeiten.»

Julian Ferrante, Client Success Manager

likemagic.tech



HotelPartner Revenue Management

«Es ist uns stets eine Freude, wichtige Branchenveranstaltungen unterstützen zu dürfen und damit einen Beitrag zur Weiterentwicklung in der Hotellerie zu leisten. Auch in Zukunft arbeiten wir weiterhin eng mit der Branche zusammen, um gemeinsam neue Masstäbe zu setzen.»

Rainer M. Willa, CEO HotelPartner Revenue Management

hotelpartner-ym.com



DeCoServ GmbH

Die DeCoServ GmbH vertreibt in der Schweiz verschiedene Brands von innovativen Firmen im Konsumgüterbereich. Die Hauptpartner sind BlueSun (GAMA Waschmittel) und SARAYA (Reinigungsmittel, Desinfektionsmittel). In der professionellen Anwendung werden kleinere und mittlere Betriebe in den Bereichen Textilreinigung, Pflegeeinrichtungen, Asylzentren, Gastronomie und Hotellerie beliefert.

decoserv.ch



Hotelcareer by Stepstone

«Der Summit richtet sich nicht nur an die heutigen Vordenker, sondern auch an die nächste Generation. Umso mehr freut es mich, dass die NextGen. mit uns als Partner eine wichtige Rolle auf dem Event einnimmt. Wir möchten Talente heute und in Zukunft für diese faszinierende Branche begeistern.»

Karoline Niggli, Head of Sales

hotelcareer.ch



ibex fairstay

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

ibexfairstay.ch



Küng Wellness AG

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

kueng.swiss



Gastro Professional Schweiz AG

«Zwei Tage voller Kommunikation: Das war der Hospitality Summit 2023! Wir konnten reden und zuhören, networken und bestaunen, zusammen essen und trinken. Alles, was das Hotelier-Herz begehrt, war vor Ort: Und da passt unser WMF-Professional-Sortiment einfach perfekt dazu.»

Kurt Rüegg, Geschäftsführer

wmf-professional.ch



hotelforsale ag

Die hotelforsale ag – Brückenbauer zwischen Eigentümern und Gastgebern. Rechtzeitige Nachfolgevorbereitung ist entscheidend. Der Hospitality Summit bietet für uns die perfekte Plattform, um mit den Menschen in der Branche in Kontakt zu treten und unsere Präsenz zu stärken.

hotelforsale.ch



Victor Meyer Hotelbedarf AG

«Der Hospitality Summit hat es uns ermöglicht, dass wir uns mit Leuten aus der Branche treffen, austauschen und besprechen durften. An dieser Stelle ein herzliches Danke an das Hospitality-Summit-Team für die saubere Organisation dieses Events!»

Daniela Meier, Key Account

victor-meyer.ch



D&D Hospitality Projects GmbH

In diesem Jahr konnten wir während des Hospitality Summit wiederum neue Kontakte knüpfen und auf bereits bestehenden aufbauen. Die zwei Tage waren von innovativen Konzepten und Diskussionen geprägt, die uns in der Weiterentwicklung unserer Arbeit unterstützen werden.

hospitalityprojects.ch



Hotel-Spider

Ein Grossteil der Hotel-Spider-DNA ist das Vermitteln und Teilen unseres Wissens. Der Hospitality Summit ist zu einem Höhepunkt in unserem Kalender geworden und bietet eine grossartige Plattform für Inspiration. Der Austausch mit den Branchenkollegen, die Präsentationen und Festlichkeiten machen den Erfolg aus.

hotel-spider.com



RossoBlu GmbH

«Als neuer Partner bietet der Hospitality Summit eine perfekte Plattform für wertvolle Gespräche, die Möglichkeit, eigene Produkte vorzustellen, unsere Innovationskraft zu demonstrieren und unseren neuen 3D-Showroom in VR zugänglich zu machen.»

Ivo Strohammer, Head of Business Strategy

rossoblu.ch



SWISSONE COCOA LUXURY S.A.

Für SWISSONE ist dieses Branchentreffen von enormer Bedeutung, da wir unsere Schweizer Produkte einem grösseren Publikum vorstellen können. Unsere neuste Entwicklung wird ab August erhältlich sein. Die «Singles 9.3 gr.» können auch personalisiert werden. Erhältlich in Milk und Dark.

swissone.swiss



Happy Professional

«Der diesjährige Hospitality Summit bot uns die Gelegenheit, bestehende Kontakte zu pflegen und neue zu knüpfen. Wir schätzen diese Form von Austausch sehr und freuen uns schon jetzt auf den nächsten Hospitality Summit.»

Alexandra Burkart, Happy Professional / BICO

hildinganders.com



ratio AG

«Da wir in der Vergangenheit bereits einzigartige Fitness- und Wellness-Einrichtungen in Hotels realisieren durften, war ratio erstmalig am HoSu. Die Gespräche waren sehr interessant, und wir werden in Zukunft im Hotelleriemarkt noch präsenter sein. Auf gute Partnerschaft!»
Dr. Bodo Fink, Verkaufsleiter

ratio.ch



SALTO Systems AG

«Vielen Dank für einen erneut starken Hospitality Summit! Für uns ist es die ideale Plattform, um die Digitalisierung gemeinsam mit der Hotelbranche voranzutreiben und zu gestalten.»

Fabio Lo Curto, Country Lead
Hospitality & Residential

saltosystems.ch



ADA Cosmetics International GmbH

Wir entwickeln neue Ideen und marktfähige Konzepte für Hotelkosmetik, die die Erwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Ein starkes Produktportfolio aus angesagten Lifestylekonzepten, exklusiven Luxus- und Designermarken sowie fortschrittlichen Spendersystemen gepaart mit langjähriger Erfahrung, hoher Innovationskraft und herausragendem Service machen uns zum bevorzugten Partner unserer Kunden – und das schon seit über 40 Jahren.

ada-cosmetics.com



hotelkit gmbh

Die Hotel-Operations-Plattform hotelkit ermöglicht es, Teams zu vernetzen, die interne Kommunikation zu verbessern und die täglichen Arbeitsabläufe im Hotel vollständig zu digitalisieren und zu vereinfachen! Weltweit bewältigen über 2800 Hotelteams ihren täglichen Arbeitsalltag mit dieser Lösung.

hotelkit.net



Brunner AG

Brunner entwickelt, produziert und vermarktet hochwertige Stühle, Tische und Objektmöbel für Büro- und Verwaltungsgebäude, öffentliche Räume sowie Pflege- und Gesundheitseinrichtungen. Das 1977 gegründete, familiengeführte Unternehmen steht für langlebige Qualität und hohe Gestaltungskompetenz und zählt rund 500 Mitarbeitende.

brunner-group.com



msb Schliess-Systeme GmbH

Die msb Schliess-Systeme GmbH konnte am wichtigsten Branchentreffen zwei neue Eigenentwicklungen präsentieren: das msb Smart 65b, ein formschönes Edelstahlschloss, sowie das elegante msb Smart 70b für Rahmentüren. Diese sind, wie alle e-Schlösser von msb, perfekt geeignet für jeden modernen Hotelbetrieb.

e-schloss.ch



Beck Schwimmbadbau AG

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

beck-schwimmbadbau.ch



BE WTR

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, eine nachhaltigere Zukunft zu schaffen, indem wir den lokalen Wasserverbrauch mithilfe von technologischen und Design-orientierten Hydrationssystemen für die Gastronomie und Hotellerie fördern. Unsere patentierten Innovationen und eine von der Natur inspirierte Technologie verfeinern den Geschmack des Wassers und nutzen eine Ultrafiltrationstechnologie, um Schadstoffe, Mikropartikel, Pestizide, Bakterien, Chlor und Viren zu reduzieren und wenig Energie zu verbrauchen. Die Systeme von BE WTR bieten frisches stilles oder sprudelndes Wasser auf Abruf und ermöglichen so eine Alternative zum Verbrauch von Plastikflaschen und reduzieren sinnlose Transporte.

bewtr.com



Schwob AG

Bei Schwob haben Qualität und Nachhaltigkeit seit über 150 Jahren Tradition – wir stehen mit unserer Geschichte für «Swisstainable»: Textilien für die Hotellerie zu 100 Prozent in der Schweiz entwickelt und produziert – damit bieten wir als einzige Weberei und kombiniert mit topmodernen Wäschereien unseren Kunden echte Profilierungsmöglichkeiten.

schwob.swiss



Swibeco AG

Das ganze Team hatte wieder eine Riesenfreude, bestehende Kunden zu treffen und neue Bekanntschaften zu machen! Damit Engagement auch richtig Spass macht, braucht es die richtigen Benefits. Mit Swibeco sichern Sie Ihren Mitarbeitenden attraktive Einkaufsvorteile, Belohnungen und Lunchguthaben fast ohne Ende.

swibeco.ch



EHL Hospitality Business School

Hospitality Leadership neu definieren: Stellen Sie sich vor, Studierende erwerben Soft Skills im Planspielen, entwickeln eine strategische Denkweise in Junior-Consulting-Jobs und üben Managementtechniken bei ihren ausserschulischen Aktivitäten? Das ist die EHL, wo wir Hospitality Leadership neu definieren als eine intelligente Mischung aus eigenständigem Denken, Respekt, Empathie und Fürsorge für andere.

ehl.edu



SBB

Die SBB ist das Rückgrat des Schweizer ÖV-Systems. Tag für Tag setzen wir uns für klimafreundliche und kundenorientierte Mobilitätslösungen ein. Gerade für Hotels und Destinationen, die Wert auf eine nachhaltige Angebotsgestaltung legen, wird die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr immer wichtiger. Informieren Sie sich deshalb über unsere Vertriebslösungen und unseren attraktiven Gepäckservice.

sbb.ch



UNISONO Hospitality Management AG

«Zahlreiche Hoteliers waren begeistert von unserer Backoffice-Lösung für Individualhotels mit 24/7 1st Level Support, Reservierungsmanagement und Remote-Réception. Im Zuge des Fachkräftemangels, des Kostendrucks und der schnell fortschreitenden Digitalisierung sind neue Betriebsmodelle gefragt, um die Mitarbeitenden zu entlasten und den Fokus wieder auf die Gäste zu legen.»

Nils Betschart, Managing Partner

unisono-hm.ch



myclimate

Wir konnten als myclimate interessante Gespräche führen und unsere Branchenlösung «Cause We Care» sowie die weiteren myclimate-Angebote präsentieren. Zudem hat unsere Expertin Cornelia Rutishauser am Panel «Für Klimaschutz und nachhaltigen Tourismus» teilgenommen und mitdiskutiert. Nicht zuletzt haben wir den «myclimate Hotel Award 2023» verliehen.

myclimate.org



Mauchle Pool AG

Die Mauchle Pool AG ist ein unabhängiges Familienunternehmen mit über 25 Jahren Erfahrung im Bau von Edelstahlbecken. Edelstahl bietet ästhetische, funktionale und ökonomische Vorteile: Eleganz, einfache Pflege und Langlebigkeit. Individuellen Wünschen und architektonischen Anforderungen sind keine Grenzen gesetzt.

mauchlepool.ch



VOGLAUER HOTEL CONCEPT

Für uns als Hotelausstatter und Generalunternehmer ist der Hospitality Summit ein jährliches Branchenhighlight. Grossartiger Austausch, spannende Themen und interessante Fakten – immer wieder eine tolle Veranstaltung. Wir freuen uns aufs nächste Jahr und spannende neue Projekte für die Schweizer Hotellerie – Ihr VOGLAUER-TEAM.

voglauer.com



Schindler Aufzüge AG

«Für uns war der Austausch mit Entscheidungsträgern aus der Hotellerie enorm wichtig. Wir sind überwältigt vom Interesse am «Aufzug als Kommunikationsplattform». Die ungenutzte Zeit im Lift kann mit dem Smart Mirror mit Mehrwert eingesetzt werden.»

Roger Schwander, Product Manager Digital out of Home

schindler.ch



Nestlé Nespresso SA

Es war eine Freude für Nespresso Professional, am Hospitality Summit teilzunehmen. Bei dieser Gelegenheit bereiteten unsere Baristas Kaffee-rezepte und Cocktails zu, und Victor Marcato hielt einen Vortrag über die Kraft des Kaffees zur Steigerung des Umsatzes.

nespresso.com



Mirus Software AG

«Für unsere Kunden, mit unseren Partnern, war dies einmal mehr ein gelungener und nachhaltiger Anlass. Als Premium Partner danken wir HotellerieSuisse und seinem Team für die perfekte Organisation! Wir freuen uns bereits heute auf den spannenden Austausch mit allen Besuchenden im Mirus Bistro anlässlich des Hospitality Summit 2024.»

Fabian Fingerhuth, Geschäftsführer

mirus.ch



LIGNO in-Raum AG

Entwicklung, Planung und Realisierung von Innenarchitektur- und Designkonzepten für Hotels, Restaurants und repräsentative Räume im Gesundheits- und Pflegebereich: Im engen Dialog mit unseren Kunden entwickeln wir Raumlösungen, die Emotionalität und Funktionalität vereinen und mit eigener Designsprache und Identität überzeugen.

ligno.ch



Cookpit AG

Cookpit Time ist die Antwort auf die täglichen Herausforderungen rund um Mitarbeitende, Dienstplanung, Arbeitszeiterfassung und Controlling. Cookpit Time vernetzt Sie mit Ihrem Personal. Über individuelle Zugänge sehen die Mitarbeitenden tagesrelevante Informationen, Arbeitszeiten, den Dienstplan und vereinfachen Ihnen die Personalplanung, indem sie ihre Verfügbarkeiten via Perso-App abgeben.

cookpit.ch



Banholzer AG

Banholzer ist Ihr kreativer Partner für Gastronomie- und Hotelbedarf. Wir kennen die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Gäste und begleiten Sie deshalb effizient, inspirierend und zielgerichtet. In unseren vier Showrooms bieten wir Ihnen ein vielfältiges, hochwertiges Sortiment in Ihrer Nähe an. Bei uns profitieren Sie von langjähriger Erfahrung, dem unermüdlichen Einsatz unseres Teams sowie höchster Flexibilität bei der Ausführung.

banholzer.ch



BAUR WohnFaszination GmbH

Als Familienunternehmen in 4. Generation vereinen wir seit 140 Jahren individuelles Design mit höchstem Qualitätsanspruch. Als Komplett-einrichter für anspruchsvolle Hotel- und Gastronomieprojekte bieten wir das komplette Leistungsspektrum: Innenarchitektur & Design, Planung, Bemusterung, Projektierung, Fertigung & Montage.

baur-bwf.de/hotel



RMB Group AG

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt für die Tourismusbranche immer mehr an Bedeutung. Als Partner für effiziente Gebäudetechnik optimieren wir den Betrieb Ihres Hotels und planen, was ökologisch und ökonomisch Sinn macht.

rmb.ch



HPE Aruba Networking – Hewlett Packard Enterprise

Aruba – die Guest Journey, Ihr Gewinn. So konsequent, wie es nur geht, und unterstützend in Ihrer digitalen Transformation. Mit Aruba übertreffen Sie die Erwartungen Ihrer Gäste, bauen die Kundenbindung aus und steigern Ihren Umsatz. Denn Ihre Gäste erwarten das Beste – insbesondere wenn es um WLAN geht. Aruba: Damit Sie sich mit Ihren Gästen nahtlos verbinden können.

arubanetworks.com



Shiji Deutschland GmbH

Die Shiji Group bietet Softwarelösungen und Dienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandels- und Unterhaltungsindustrie an. Diese reichen von Hotelmanagementlösungen über F&B- und Einzelhandelssysteme, Zahlungsgateways, Datenmanagement bis hin zum Onlinevertrieb.

shijigroup.com



Soeder AG

Wir wollten eine Seife herstellen, die in ihrer Herstellung traditionell ist und sich, was die Inhaltsstoffe angeht, auf das verlässt, was die Natur bereithält. Es war uns wichtig, dass man die Flaschen immer wieder auffüllen kann. Neben wertvollen Pflanzenölen findest du in Naturseife, Lotion und vielen weiteren Produkten Inhaltsstoffe wie Weizenproteine oder echten Schweizer Honig.

soeder.ch



Schellenberg Gruppe

In dritter Generation ist die Schellenberg Gruppe ein gewachsenes Familienunternehmen mit Hauptsitz im Zürcher Oberland. Sie entwickelt und produziert seit über 60 Jahren Produkte made in Switzerland. Wir bieten Ihnen sämtliche Print- und Kommunikationslösungen aus einer Hand an.

schellenberggruppe.ch



Guestline GmbH

Guestline – eine umfassende, funktionsreiche Cloud-Hospitality-Plattform, die Hoteliers bei den täglichen Abläufen unterstützt und den Umsatz in unabhängigen Hotels und Hotelgruppen maximiert. Die intelligente Hotelverwaltungssoftware von Guestline deckt alle Aspekte der Führung eines Hotelbetriebs ab – PMS, Channel Manager, Buchungsmaschine, Konferenz- und Bankettmodul, die Zahlungslösung GuestPay und GuestStay für die digitale Gastreise.

guestline.com



Myhotelshop GmbH

Wir unterstützen Hotels bei der Generierung direkter Umsätze und der Maximierung ihres Erfolgs. Als zentraler Ansprechpartner für bezahlte digitale Marketingkampagnen in Social Media, Suchmaschinen und Metasuchen machen wir Ihre Hotelwebsite entlang der gesamten Customer Journey sichtbar, um neue Gäste für Ihr Hotel zu gewinnen und die Bindung zu bestehenden Gästen zu erhöhen.

myhotelshop.com



Zucchetti Switzerland SA

Mit mehr als 7000 Mitarbeitenden und über 700 000 Kunden ist die Zucchetti Group eines der wichtigsten IT-Unternehmen in Europa. TCPOS ist Zucchettis Anbieter von POS-Technologie für die Bereiche Hospitality und Retail. Unsere iCore-Strategie verwandelt Ihren Point of Sale in einen flexiblen Point of Service, der darauf abzielt, die Customer Experience in der mobilen Version, online und auch im Restaurant zu optimieren.

zucchetti.com



Bindella – Rudolf Bindella Weinbau-Weinhandel AG

Wir blicken mit Freude auf den Hospitality Summit 2023 zurück: gute Gespräche, schöne Atmosphäre, Zeit für Genuss – kurz: ein toller Anlass für den Austausch mit Kundinnen und Entscheidungsträgern der Branche. Auch unsere mitgebrachten Toskana-Weine von Rudi Bindellas Tenuta Vallocaia kamen beim Publikum gut an – fantastico!

bindella.ch



Siemens Schweiz AG (smart Infrastructure CH)

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

siemens.ch



VDH – Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure

Die Vereinigung diplomierter Hoteliers VDH ist die Alumni-Vereinigung der Absolventinnen und Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement HotellerieSuisse. Diese Weiterbildung für die Hotel- und Gastrobranche wurde 1967 unter dem Namen «Unternehmerseminar des Schweizer Hotelier-Vereins», kurz «US» genannt, ins Leben gerufen. Sie ist das Sprungbrett für eine erfolgreiche unternehmerische Tätigkeit.

vdh.swiss



Swiss Quality Hotels

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

swissqualityhotels.com



Schnarwiler Health & Beauty

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

schnarwiler.ch



Syntax Übersetzungen AG

«Bereits zum dritten Mal nach 2021 durften wir den Hospitality Summit mit unserer remote-basierten Simultandolmetschlösung in diversen Sprachen unterstützen. Seit Mai 2023 bieten wir auch Lösungen mit KI für Live Captions oder Stimmen an. Dabei substituieren wir unsere Dolmetschenden nicht, sondern ergänzen sie.»
Yvan Zimmermann, CEO und Mitinhaber

syntax.ch



Ezy Hotel

Die Begegnungen mit Gleichgesinnten in der Hotellerie und die Möglichkeit, uns über Direktbuchungen auszutauschen, waren wahrhaft bereichernd. Die überaus positive Resonanz, die wir erhalten haben, bestärkt uns in dem Wissen, dass wir einen bedeutsamen Beitrag zur Branche leisten können.

ezyone.ch



Freemotion Fitness – Continuum

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Fitnessbereich die Erwartungen übertrifft, und beeindrucken Sie Ihre Gäste positiv mit einem aussergewöhnlichen Angebot. Mit unseren 40 Jahren Erfahrung helfen wir Ihnen, Ihren Ruf als Spitzenhotel aufzubauen und zu erhalten.

freemotion-fitness.ch



RAST KAFFEE

Wir begeistern seit 1918 Kaffeeliebhaber aus der ganzen Schweiz. Als familiengeführte Gourmet-Rösterei zelebrieren wir den perfekten Kaffeegenuss. Über 50 Spezialitäten aus der ganzen Welt werden in der Gourmet-Rösterei veredelt. Mit unseren Kaffeeproduzenten pflegen wir eine langjährige und partnerschaftliche Zusammenarbeit. RAST KAFFEE röstet ausschliesslich höchste Qualität und legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit.

rast.ch



FurniRENT (Liechtenstein) AG

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

furnirent.li



Positioner SA

Gemeinsam mit Ihnen entwickelt unser interdisziplinäres Team Ihre Marke und positioniert sie zukunftsorientiert auf dem umworbene Markt. Dafür schaffen wir nachhaltige Erlebnisse entlang der Customer Journey. Unser strategischer, datenanalytischer Ansatz paart sich dabei mit unserem Verständnis für Design und Psychologie.

positioner.com



J.T. Ronnefeldt KG

200 YEARS OF TEA EXCELLENCE: Qualität braucht Zeit und Erfahrung. Ronnefeldt kann zu seinem 200-Jahr-Jubiläum auf beides zurückblicken. Seit der Gründung 1823 ist exzellente Teequalität unser Leitmotiv für besten Teegenuss.

ronnefeldt.com



Biscuits Agathe

Agathe ist ein Schweizer Familienunternehmen, das seit 1954 Feingebäck herstellt. Echte Swissness-Produkte, handwerklich hergestellt, und kurze Lieferwege: Rohstoffe von Schweizer Qualität. Ohne Palmöl. Die erste Schweizer Biskuitmarke, bei deren gesamtem Sortiment 100 Prozent Swissness garantiert ist.

biscuits-agathe.ch



American Express

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

americanexpress.ch



Zaptec Schweiz AG

Zaptec bietet sichere und qualitative Ladelösungen für Elektrofahrzeuge. Zahlreiche Kunden aus der Schweizer Hotellerie nutzen das Ladesystem aus Norwegen bereits. Der Hospitality Summit ist deshalb eine zentrale Gelegenheit, um das Potenzial der E-Mobilität weiter in den Fokus zu rücken.

zaptec.com



Schweiz Tourismus

Durch unser Engagement am Hospitality Summit möchten wir zeigen, wie Unterkünfte von unseren Marketingprogrammen und unserem Wissen profitieren können. Im Vordergrund steht neben den Unterkunfts Kooperationen auch die Nachhaltigkeitsbewegung Swisustainable, die die Positionierung jedes einzelnen Betriebes stärkt.

MySwitzerland.com



COM.CIERGE GmbH

Der Hospitality Summit war für COM.CIERGE zum dritten Mal ein Erfolg! Es ist die perfekte Plattform für persönliche Kundenkontakte und den Austausch. Herzlichen Dank auch an dieser Stelle für das rege Interesse am Vortrag von Dominik Gisler zum Thema «Nutzen der Digitalisierung».

comcierge.ch



THOMANN Hospitality Management AG

Das neue Führungstool: Hospitality COCKPIT bündelt Daten-, Finanz- und Betriebsmanagementsysteme und deckt mit der Business-Intelligence-Plattform (BI) und seinen Dienstleistungen die Bedürfnisse des ganzheitlichen Managements von Hotels und Restaurants ab.

hospitalitycockpit.ch



Avatarion Technology AG

Avatarion ist auf die Entwicklung von Softwarelösungen für humanoide Roboter und mobile Geräte spezialisiert. Das Unternehmen bietet eine komplette Infrastruktur, um die Interaktion und die Arbeit mit Robotern zu erleichtern.

avatarion.ch



Gasph Vertriebs GmbH

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

gasph.ch



Nets Schweiz AG

Nets Schweiz ist führender Anbieter digitaler Zahlungslösungen. Unsere Kartenterminals lassen sich in alle relevanten Kassensysteme integrieren. Als mehrjähriger Preferred Partner von HotellerieSuisse unterstützen wir Sie gerne.

Nets Schweiz AG, 058 220 58 68, payments.nets.eu/de-CH/hotelleriesuisse

nexigroup.com



hauser design ag

Die Kunst besteht darin, sein Gespür für Ästhetik gekonnt einzusetzen, die Zeitlosigkeit mit der Moderne zu kombinieren, Ort und Gegebenheit optimal auszunutzen und mit den renommiertesten Gartenmöbeln zu perfektionieren. Dann kann eine einzigartige Aussenwelt entstehen.

hauserdesign.ch



Gastroimpuls (Hunkeler Gastro AG)

Wer gemeinsam mit seinen Kunden abhebt, darf beim Gipfeltreffen der Branche natürlich nicht fehlen. Wir waren auch dieses Mal am Summit präsent. Wir pflegen eine treue Partnerschaft mit vielen der Teilnehmenden und haben den persönlichen Austausch am Hospitality Summit sehr geschätzt.

gastroimpuls.ch



Key & Card AG

Die Key & Card AG entwickelt die Systemlösung «Check-in24-7 All in One» für die personaloptimierte Gästeorganisation. Ein Mitarbeiter begleitet Sie bei der Umsetzung und beim Support für KeyCard-Systeme, Check-in24-7-Kiosk und Onlinebuchungs- und Verwaltungsplattform Check-in24-7.

key-card.com



Weita AG

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

weita.ch



Onstay AG

Die Onstay AG entwickelt, produziert und betreibt seit 2016 Self-Check-in-Gesamtlösungen für die Beherbergungsbranche. Mit kreativen Ideen und interdisziplinärem Fachwissen erarbeiten wir mit unseren Kunden innovative, langfristige Lösungen, die sich wirtschaftlich rechnen. So schaffen wir Mehrwert für Hotels und Gäste.

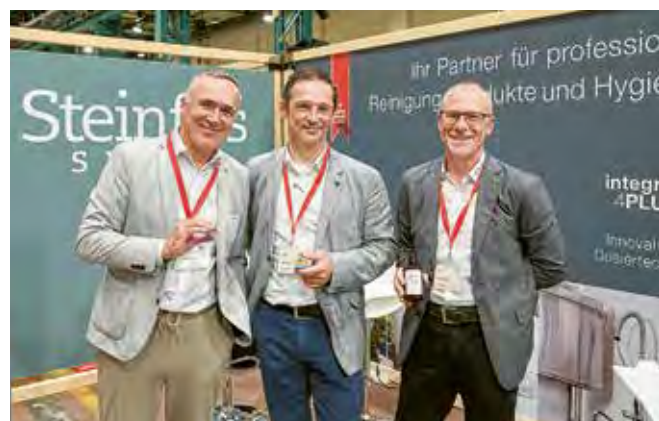
onstay.ch



Saviva Food Services

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

saviva.ch



Steinfels Swiss

Wo immer Reinheit und Hygiene im Vordergrund stehen, wo Keime keine Chance haben dürfen und zusätzlich grosser Wert auf Umweltschonung und Wirtschaftlichkeit gelegt wird, werden die Reinigungsprodukte und Hygienelösungen von Steinfels Swiss eingesetzt: in Hotels, Restaurants, Spitälern und Heimen. Wir bieten Wasch-, Reinigungs- und Desinfektionsmittel für die Bereiche Küchenhygiene, Textilpflege, Objektreinigung und persönliche Hygiene.

steinfels-swiss.ch



Andros (Suisse) SA

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

andros-foodservice.ch



beck konzept ag

Begeistern Sie Ihre Gäste mit neuen Erlebnissen! Unsere beck konzept ag aus Buttisholz bietet Innenarchitektur und Innenausbau aus einer Hand. Unsere Berater erkennen Ihre Bedürfnisse, unsere Innenarchitekten sind kreative Köpfe, Projekt- und Bauleiter sind Organisationstalente, und unsere Schreiner sind qualifizierte Handwerkspezialisten. Erleben Sie unsere inspirierende Arbeit und lernen Sie uns persönlich kennen.

beck-konzept.ch



Hunn Gartenmöbel AG

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

hunn.ch



Franke Kaffeemaschinen AG

Bei Franke verkaufen wir nicht nur vollautomatische Kaffeemaschinen. Wir sorgen vor allem dafür, wundervolle Kaffeeerlebnisse für unsere Kunden zu schaffen. Mit unserer langjährigen Expertise und Erfahrung in der Kaffeebranche helfen wir Ihnen, die perfekte In-Cup-Qualität anzubieten, und unterstützen Sie dabei, Ihr Kaffeegeschäft voranzubringen.

coffee.franke.com



Cavian, Luxury Food GmbH

Wir sind ein Unternehmen in Zug/Kt. Zug und handeln mit exquisiten, weltbesten Kaviarsorten. Unser Hauptprodukt ist der Persische Beluga (Huso Huso), aber auch unser klassischer Esskaviar Oscietra Gold sowie der Gastronomiekaviar Amur & Kaluga Gold und Premium stehen für absoluten Gaumengenuss. Der Hospitality Summit war ein sehr wichtiger Event, an dem wir viele Entscheidungsträger der Hotellerie und der Gastrobranche kennenlernten.

cavian.ch



Hero AG

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

gastro.hero.ch



IDA14 by Karsten Schmidt

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

ida14.ch



SuitePad GmbH

Als langjähriger Partner von HotellerieSuisse engagieren wir uns gemeinsam für die Digitalisierung des Hotelaufenthalts. Der diesjährige Hospitality Summit bot erneut eine wunderbare Gelegenheit zum Austausch darüber, wie Schweizer Hotels die Bindung zu ihren Gästen weiter intensivieren können.

suitepad.de



Dr. Cattani Healthcare

Avantgarde seit 1919, Naturkosmetik und Naturprodukte, hergestellt in der Schweiz: nachhaltige Tradition, weil wir seit Anbeginn ohne Umverpackung für unsere Produkte auskommen. Als Finalist für den Award 2023 für unsere innovative Produktion gelistet. Herzlich laden wir Sie ein, unsere Partner zu werden.

dr-cattani-cosmetic.com



HOFMANNs

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

hofmanns-suisse.ch



WIR Bank Genossenschaft

Der Hospitality Summit ist für die Bank WIR ein herausragender Event, um sich mit Hoteliers und anderen Branchenvertretern auszutauschen und zu vernetzen. Als Patronatspartner des Finanzforums unterstützt die Bank WIR den Anlass und steht kompetent beratend nicht nur bei Finanzierungs-lösungen zur Seite, sondern bei allen relevanten Themen.

wir.ch



TOP-Ausbildungsbetrieb

TOP-Ausbildungsbetriebe zielen darauf ab, dass Lernende und Lernbegleiter als Team zusammenarbeiten und voneinander profitieren können. Auszubildende und Berufsbildner entwickeln durch die gemeinsame Arbeit eine hohe Motivation, grossen Berufsstolz und sie lernen gegenseitig voneinander.

topausbildungsbetrieb.ch

Anzeige



STR

STR bietet branchenführende Datenlösungen, mit denen Unternehmen neue Chancen identifizieren und aus allen Blickwinkeln betrachten können. So kann das Management fundiertere Entscheidungen für das Hotelgeschäft und darüber hinaus treffen. Unübertroffene Datenqualität, globale Abdeckung und Branchenbeziehungen, all dies ergibt die leistungsstärksten Datenlösungen von STR in der Hotellerie weltweit.

str.com

unisono HOSPITALITY

24/7 BACKOFFICE- UND MANAGEMENTSERVICES

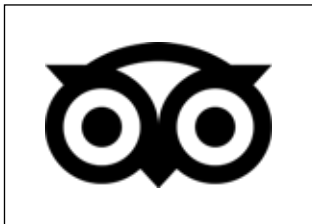
- U Reservierungsmanagement
- U Remote Rezeption
- U 1st Level Support
- U Distribution
- U Digital Marketing Content
- U Digitalisierung

WHITE-LABEL MANAGEMENT
INTERIM MANAGEMENT
BETRIEBSMODELLE UND ANALYSEN

unisono-hm.com

Supporting Partner

Besten Dank für das Engagement und die Verbundenheit.



Möchten auch Sie sich für die Branche engagieren und am Hospitality Summit 2024 eine aktive Rolle übernehmen? Dann melden Sie sich bitte unter hospitality.summit@hotelleriesuisse.ch. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

Anzeige

K O N F O R M
Die Raumfabrik

EINCHECKEN UND GENIESSEN.

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

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



www.konform.ch +41 71 447 70 70





Zuhören und staunen – Worte, die fesseln.

Meet & Greet

Thomas Zurbuchen wuchs hoch über dem Thunersee in einfachsten Verhältnissen auf und schaffte es an die Spitze der führenden Weltraumbehörde Nasa. Zurück in seiner Heimat, ermutigt er Gastgeber und HotellerieSuisse-Partner, gross zu denken und nach den Sternen zu greifen.

Wenn Thomas Zurbuchen die Bühne betritt, wird das Publikum still. Es lauscht seiner hellen, festen Stimme und wundert sich ein wenig über seinen amerikanischen Akzent. Den hat er in den 27 Jahren angenommen, die er in den USA verbracht hat. An den Hospitality Summit wurde er eingeladen, um die Hoteliers und Hoteliers mit neuen Leadership-Impulsen zu inspirieren.

Zurbuchens Stärke ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit in den Teams. Bei der Zusammenstellung achtet er darauf, dass Sprachen, Kulturen, Hautfarben und Gender verschmelzen. Aus seiner Sicht sind Teamwork und Vertrauen die Schlüsselemente für nachhaltigen Erfolg. Am Hospitality Summit motivierte er die Gastgeber, neue Ideen zu sammeln, ungewohnte Wege zu gehen und Höchstleistung zu bringen.



Thomas Zurbuchen im Gespräch mit Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse (r).

25.12.21

Das James-Webb-Weltraumteleskop wird eingeweiht, das Thomas Zurbuchen als sein erfolgreichstes Nasa-Projekt bezeichnet.

«Ich habe erfahren, was Geld wert ist, und habe gelernt, mit sehr wenig zu leben.»

Thomas Zurbuchen
Ehemaliger Wissenschaftsdirektor der Nasa



Viel Himmel, viel Natur und grosse Sommergefühle in der VIVANDA Lounge.

IN LAIN: frische Zutaten für die IT und das Gäste-TV

Eine naturnahe, frische Küche und der Ehrgeiz, den Gästen ein unvergessliches Erlebnis zu bieten: Diesem Erfolgsrezept folgen Dario und Tamara Cadonau im IN LAIN Hotel Cadonau in Brail. Im Hintergrund ermöglicht die IT- und TV-Gesamtlösung von Swisscom einen exzellenten Service.

Das feine und genaue Arbeiten faszinierte Dario Cadonau schon während der Lehrzeit. Aus dem Handwerk entstand Kochkunst, die nicht unbemerkt blieb: Etliche Spitzenköche engagierten ihn danach – darunter Philippe Rochat, Daniel Bumann und Harald Wohlfahrt.

Vom Filetirmesser zum Vorschlaghammer und retour

Den Traum vom eigenen Hotel-Restaurant wollte sich Dario Cadonau im Alter von 26 Jahren erfüllen – und dafür das 450-jährige familieneigene Bauernhaus in Brail umbauen. Alle angefragten Banken stuften das Projekt jedoch als zu riskant ein. «So hingte ich das Kochgewand halt an den Haken und wurde für die nächsten drei Jahre zum Bauarbeiter», erzählt er. Gemeinsam mit Bruder, Vater und Arbeitern verwandelte er das Engadinerhaus in das heimelig-stilvolle IN LAIN mit den drei Restaurants La Stüvetta, Käserei und VIVANDA (17 Gault&Millau-Punkte und ein Guide-Michelin-Stern). Ein gutes Jahr nach der Eröffnung ging Anfang 2012 der elegante Anbau mit seinen gemütlichen Arven-Suiten in Betrieb.

Raus aus dem IT-Kosten-Blindflug

«Heute sind wir dort angekommen, wo wir hinwollten», freut sich Dario Cadonau. «Mit unserer Qualität wollen wir ganz vorne mitspielen.» Um dieses Niveau zu halten, müsse er aber vorwärts denken: «So dokumentieren wir z. B. die Vorlieben unserer Gäste systematisch im CRM.» Vor rund zwei Jahren nahm Dario Cadonau die Modernisierung der IT und des TV-Angebots an die Hand. Die Gründe:

«Bis dahin hatten wir vier verschiedene Partner für IT und TV gehabt. Oft führten die unklaren Schnittstellen zu Reibereien und zu nicht immer nachvollziehbaren Kosten. Swisscom offerierte uns eine interessante Gesamtlösung inklusive Glasfaser-Internet, Hardware, Telefonie, Cloud, Sicherheit, Unterhalt und Support.»

Entspannung an der technischen Front

Die neue Lösung bringe ihm viele Vorteile, findet Dario Cadonau: «Wir haben nur noch einen einzigen Partner und bezahlen einen fixen, budgetierbaren monatlichen Betrag für alles. Das WLAN ist endlich schnell genug, und über den TV-Infokanal machen wir auf den TVs in den Suiten u. a. unsere kulinarischen Angebote bekannt. Die Cloud ist eine gute Basis für unsere Branchen-Softwares. Wir können überall mit jedem Gerät arbeiten, was uns entlastet. Zur Sicherheit: Wir setzen strenge interne Richtlinien um – und vertrauen auf die Expertise von Swisscom. Wir haben heute eine moderne Lösung, die gut zu uns passt. Und mit Swisscom einen Partner, mit dem wir auch künftig technologisch immer up to date sind.»

Lösungen für die Hotellerie

Mehr Infos zu den eingesetzten Komplettlösungen Smart ICT und blue TV Host:

swisscom.ch/hotellerie

«Man muss anderen Leuten vertrauen, um erfolgreich zu sein»

Der ehemalige Nasa-Chef Thomas Zurbuchen dirigierte 20 000 Mitarbeitende. Er glaubt an das Gute im Menschen und verschiebt damit Grenzen – manchmal wird er aber auch enttäuscht.

Blanca Burri



Thomas Zurbuchen ist von der Weite und der Schönheit des Weltalls überwältigt.

Thomas Zurbuchen, Sie sind im Berner Oberland aufgewachsen und dadurch schon früh mit dem Tourismus in Kontakt gekommen. Weshalb haben Sie keine Hotelkarriere hingelegt?

Der Tourismus ist total wichtig für das Berner Oberland. Überall trifft man Menschen aus der ganzen Welt, das fand ich immer spannend. Es interessierte mich schon als Kind, Menschen kennenzulernen, die zwar anders sind als ich, aber mit denen ich mehr gemeinsam habe, als uns trennt. Hotelier wäre aber niemals infrage gekommen. Als Gastgeber muss man ein unglaubliches Händchen für Menschen haben, dafür bin ich nicht gut genug. Für mich waren Mathematik, Physik und Astrophysik viel einfacher.

Sie haben vor 27 Jahren in den USA eine Bilderbuchkarriere begonnen. Welche Werte aus der Schweiz haben Sie in Übersee angewandt?

Zuverlässigkeit, Basisnähe und Finanzbewusstsein. Mein Vater war ein freikirchlicher Prediger und lebte von Spenden. Es gab selten Fleisch, und wenn es einmal welches gab, war es meist übrig gebliebenes vom Spital. Ich dachte immer, das sei ein Nachteil. Aber das ist überhaupt nicht wahr! Ich habe erfahren, was Geld wert ist, und habe gelernt, mit sehr wenig zu leben. Für mich war bei der Nasa immer klar, dass wir kein Geld vergeuden dürfen. Wenn ich Entscheide in Millionen- oder Milliardenhöhe traf, so dachte ich immer an meine Nachbarn und fragte

mich, wie ich ihnen erklären würde, was wir damit tun. Auf den Punkt Zuverlässigkeit muss ich nicht weiter eingehen, den kennen alle. Aber ich möchte erklären, weshalb mir das Zuhören so wichtig war. Ich stellte fest, dass viele meiner Chefs

«Ich habe mich immer mit Menschen umgeben, die anders denken als ich, mir meine blinden Flecken aufzeigten und neue Ideen ins Team brachten.»

wenig über den Fortschritt ihrer Projekte wussten, weil sie immer nur in ihrem Büro sassen. Meine Art ist es, in die Cafés und Kantinen zu sitzen, wo meine Mitarbeitenden verkehren, und zuzuhören, worüber sie diskutieren. So verstehe ich, wo die Herausforderungen liegen und wo es gute Fortschritte gibt.

Am 1. August übernehmen Sie die Leitung von ETH Zürich Space. Welche Erfahrungen aus den USA werden Sie einfließen lassen?

(Zurbuchen hebt sein Wasserglas, das auf dem Podiumstisch steht. Es ist je nach Interpretation halb leer oder halb voll.)

Das hat mit diesem Glas zu tun. Ich möchte, dass wir viel öfter ein halb volles statt ein halb leeres Glas sehen. Es ist gut, sich kritisch mit Situationen auseinanderzusetzen, aber es ist viel wichtiger, dass wir neuen Ideen eine Chance geben. Und wir sollten an das Gute im anderen glauben. Es ist wissenschaftlich bewiesen, dass wir erfolgreicher sind, wenn wir immer vom Guten ausgehen. Natürlich wird man manchmal enttäuscht, aber das gehört dazu. Ideen zu sammeln, ist übrigens nicht so einfach, das muss man lernen. Ich habe immer daran geglaubt, dass die Ideen der Mitarbeitenden gut sind und dass wir damit Grenzen sprengen können.

Wie?

Ideen kreierte wir so: Ich institutionalisierte einen Thinktank bei einem offerierten Kaffee. Da wurden Ideen am Laufband geäussert. Ich sagte zu jeder: Das ist ein interessanter Ansatz, dazu habe ich noch ein paar Fragen. Ich sagte nie, was für eine unmögliche Idee, das geht sowieso nicht, weil... Die Probleme kommen sowieso, ob wir darüber sprechen oder nicht. Die Schweizer sind bei neuen Ideen oft ein wenig zurückhaltend. Das habe ich bei einer Zugfahrt letzthin auch wieder bemerkt. Von Zürich bis Interlaken sagten mir drei Personen, dass es nicht möglich sei, die Schweiz als relevante Space-Nation zu positionieren. Danke vielmals für die Hilfe! *(lacht ironisch)* Natürlich ist es möglich! Ich werde es beweisen.

Weshalb sind aus Ihrer Sicht Partnerschaften wichtig?

Man kann alles selbst machen und kontrollieren, oder man kann zusammenarbeiten. Die Aufgabe ist aber meist grösser, als dass sie von einer einzelnen Person gelöst oder kontrolliert werden könnte. Man muss anderen Leuten vertrauen, um erfolgreich zu sein. Das erlaubt uns, wirklich gross zu denken. Natürlich ist das risikobehaftet, und man wird ab und zu auch enttäuscht. Aber ohne Vertrauen ist man limitiert.

Sie haben bei der Nasa 20 000 Menschen geführt. Was hat Ihre Führung erfolgreich gemacht?

Alles fiel auf die drei Begriffe Zuhören, Entscheiden und Korrigieren zurück. Glauben Sie mir, man muss den Mitarbeitenden wirklich zuhören können. Man muss verstehen, wo der Schuh drückt, und darauf eingehen. Zweitens muss man Entscheide treffen können, auch wenn man nicht weiss, ob das Projekt erfolgreich wird. Das braucht Mut. Man sollte gegenüber den Mitarbeitenden offen kommunizieren, dass man nicht sicher sei, ob man richtig entschieden habe, aber man wolle es versuchen. Denn meist macht es keinen Sinn, zu warten. Warten ist viel zu teuer, und wir warten oft zu lange. Drittens

müssen wir den Mut aufbringen, auch einmal zu korrigieren, wenn etwas falsch läuft, das ist kein Untergang.

Wie sollte ein erfolgreiches Team zusammengesetzt sein?

Die besten Teams bestehen aus einer Vielfalt von Menschen. Ich habe mich immer mit Menschen umgeben, die anders denken als ich, mir meine blinden Flecken aufzeigten und neue Ansichten ins Team brachten. Bei der Auswahl schaue ich immer darauf, dass die Mitarbeitenden die Gesellschaft des Landes abbilden, in dem ich arbeite. In den USA beschäftigte ich 45 Prozent Frauen und 18 Prozent People of Color, so wie die Gesellschaft eben zusammengesetzt ist. Das hatte keinen besonderen politischen Hintergrund. In erster Linie tat ich es, weil das ein besseres Team formt. Ein Team, das die Anliegen versteht. Diese Bedingung habe ich auch an der ETH gestellt. Ich werde nur unterrichten, wenn auch Frauen im Hörsaal sitzen.

Thomas Zurbuchen war von 2016 bis 2022 Wissenschaftsdirektor der Nasa. Am Partneranlass von HotellerieSuisse befragte ihn Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse, zu Leadership.



Die Partner von HotellerieSuisse hängen dem Ex-Nasa-Chef Thomas Zurbuchen an den Lippen.

Anzeige



LOGISUMSATZ STEIGERN & KOSTEN SENKEN

Sichern Sie Ihren langfristigen Erfolg und die nachhaltige Optimierung Ihrer Performance mithilfe **qualifizierter Teams, bewährter Expertise** und dem Einsatz von **modernster Technologie** im Bereich Revenue Management und Distribution.

Ihr Partner für Optimierung, Erfolg & Sicherheit.



Machen Sie Ihr Hotel fit für die Zukunft und vereinbaren Sie jetzt Ihr kostenloses Beratungsgespräch!





**8 Mia.
Dollar
Nasa-Budget
pro Jahr in den
USA**

**8,51 Mia.
Franken
Beherbergungs-
umsatz in der
Schweiz**
Statista 2019



Thomas Zurbuchen wagt den Blick in die Zukunft: «Bald gibt es im Weltall Hotels.»

**10
Jahre**
bis zum ersten
Routinehotel in
der Umlaufbahn
der Erde

**50
Jahre**
bis zum ersten Hotel
auf dem Mond

**Frage von
Marianne Bregenzer,
Country Director Schweiz
Nets | Nexi**

**Wie kann man im Bereich
Mitarbeitendenführung eine
Ambition weitergeben und
diese auch richtig vermitteln?**

Nicht jede Person ist ambitiös, nicht einmal in der innovativsten Organisation. Es gibt zwei Dinge, die ein Team anspornen. Man sollte allen sagen und es vorleben, dass man offen für neue Ideen ist. Es lohnt sich, ein fixes Budget für neue Ideen bereitzuhalten und dies auch offenzulegen, damit die Mitarbeitenden wissen, dass Ideen wirklich erwünscht sind. Man muss verschiedene Ideen ausprobieren, und wenn sie nicht funktionieren, trotzdem ein positives Feedback geben. Nichts ist einfacher, als auf die Ideen nicht einzugehen oder die Personen dafür zu bestrafen, wenn ihre Idee in der Praxis nicht funktioniert. Man muss sich dazu zwingen, die Kritik herunterzuschlucken und stattdessen zu analysieren, was man aus dem Misserfolg lernen kann.

**Frage von
Liron Forschirm,
American Express**

**Sie haben den Planeten Jupiter
in Grossauflösung gesehen.**

Wie war das?

Es war überwältigend! Es ist dasselbe Gefühl, wie auf einem Berggipfel zu stehen und über die Täler zu schauen. Wenn ich in den Nachthimmel schaue, bin ich ebenso überwältigt. Der Jupiter ist ein Gasplanet, der aussieht wie eine heisse Ölpfanne, es brodeln überall. Weil das Gasgemisch rotiert, gibt es überall Stürme, die sich wie Spiralenperlen um den Planeten reihen. Die Natur ist viel schöner und mächtiger, als wir es uns erträumen. Mir wird immer wieder bewusst, dass sich unser Bild des Universums im Laufe der Zeit verändert hat und es noch oft wird. Bis noch vor fünf Jahren glaubten wir beispielsweise, dass es nur einen Planeten pro zehn Sterne gibt. Heute wissen wir, dass jeder Stern mindestens einen Planeten hat.

Eine kleine Lobby als grosses Wohnzimmer, eingerichtet mit europäischen Designklassikern, regionale Kulinarik auf höchstem Niveau – das ist die Grundidee des 5-Sterne-Boutique-Hotel Omnia in Zermatt. Seit bald acht Jahren führt es Managing Director Christian Eckert – und dies äusserst erfolgreich. «Wir wollen Gästen ein unglaubliches Erlebnis bieten», sagt der 38-Jährige.

Nun hat ihn die Jury am Hospitality Summit zum Hotelier des Jahres gekürt. «Hotelier Eckert erzielt mit seiner Mountain Lodge Traumzahlen. Die Gäste waren und sind offensichtlich bereit, für die gebotenen Dienstleistungen Höchstpreise zu bezahlen», heisst es in der Würdigung der Jury (siehe Box). Die Auszeichnung habe ihn total überrascht. «Ich fühle mich geehrt. Es bestätigt mich, auf dem richtigen Weg zu sein, und ermutigt mich, ihn weiter zu gehen.»

Bester Arbeitgeber 2019

General Manager ist Eckert seit 2017. Und Auszeichnungen gab es für das «Omnia» seither viele. «Switzerland's Leading Boutique Hotel» von 2017 bis 2022. Einen Michelin-Stern für das Restaurant The Omnia, «Bestes kleines 5-Sterne-Hotel 2020». Und der Betrieb erhielt 2019 die Auszeichnung als bester Schweizer Arbeitgeber. Für Eckert ist denn auch die Mitarbeitendenführung zentral, um als Hotel exzellent zu sein. «Ein starkes, zufriedenes Team ist der Schlüssel zum

«Ich sehe mich als Regisseur, der für das Final Picture zuständig ist.»

Erfolg. Ich sehe mich als Regisseur, der für das Final Picture zuständig ist», sagt Eckert. Dabei sei er einerseits sehr präsent im Betrieb, lasse den Mitarbeitenden aber auch «enorm viele Freiheiten».

Eckert absolvierte zunächst eine Lehre als Restaurationsfachmann im Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz. Nach mehreren Jahren Berufserfahrung in der Hotelgruppe besuchte er die Hotelfachschule in Luzern. Es folgten diverse Positionen im Bereich Food & Beverage im Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne wie auch im Bereich Frontoffice im Relais & Château Hotel Le Vieux Manoir am Murtensee.

Danach machte Eckert einen Abstecher in Richtung Sales & Marketing als Management Trainee bei der Genossenschaft Migros Basel. «Es war ein interessanter Einblick bei einem grossen Unternehmen. Aber es war ein Nine-to-five-Job», sagt Eckert rückblickend.

«Die Gäste kennen uns sehr gut und wir sie. Das macht uns einzigartig.»

Schliesslich habe ihn die Sehnsucht nach der Hotellerie gepackt. «In den Bergen habe ich mich immer wohlgefühlt.» So habe er 2015 seinen Weg nach Zermatt gefunden, wo er im «Omnia» zunächst stellvertretender Direktor war. Seine Fähigkeit, sich sehr gut in Gäste hineinversetzen zu können, trage dazu bei, diese zu begeistern. «Für mich ist Hotelier zu sein, eine Berufung», sagt Eckert. «Ich freue mich jeden Tag über meine Aufgabe zusammen mit tollen Mitarbeitenden und bin leidenschaftlicher Gastgeber.»

Eckerts Leidenschaft und Empathie als Gastgeber sowie die familiäre und freundschaftliche Atmosphäre lassen die Gäste immer wieder ins «Omnia» zurückkehren. Eckert schätzt, dass der Stammgästeanteil bei etwa 60 Prozent liegt. Das führe insofern zu «Luxusproblemen», als man immer wieder neue Gäste aus Kapazitätsgründen auf die Warteliste setzen müsse. Da die Stammgäste zudem oftmals ihre gewohnten Zimmer wünschten, gleiche die Belegungsplanung «einem Tetris-Spiel». Alles miteinander zu vereinbaren, gelinge in der Regel allerdings sehr gut. Auch in der Kulinarik betont das Haus mit dem «Alpine-Excellence-Konzept» – mit Fokus auf Regionalität – die familiäre Atmosphäre. «Wir sind von den 4-Gang-Menüs weggekommen und geben den Gästen mehr Freiheiten», sagt Eckert. Die etwas kleinere A-la-carte-Auswahl habe zu massiv weniger Verschwendung von Lebensmitteln geführt.

Entsprechend der Philosophie des Hauses hält sich Eckert bei der Digitalisierung der Gästekommunikation eher zurück. «Viele kommen zu uns und machen Digital Detox. Sie schätzen den persönlichen Kontakt mit den Mitarbeitenden, unterhalten sich in der Lobby mit anderen Gästen und freuen sich über jede Minute, die sie nicht vor einem Bildschirm verbringen.»

«Lodge», europäisch interpretiert Gemäss Konzept ist das «Omnia» eine europäische Interpretation der amerikanischen Mountain Lodge. Gebaut wurde das «Omnia» nach den Plänen des New Yorker Architekten Ali Tayar und 2006 eröffnet. Dass Möbel von USM die Einrichtung ergänzen, ist kein Zufall: Das Hotel ist im Besitz der Familie Schärer, der auch das Möbelbauunternehmen gehört.

Eckert stammt ursprünglich aus Schlatt bei Diessenhofen TG. Längst ist er in Zermatt bestens in der lokalen Hotellerie

integriert, hat viele Kontakte geknüpft und fühlt sich mit dem Dorf eng verbunden. Vor zwei Jahren kam die Anfrage, sich im Vorstand des Hoteliervereins zu engagieren, ein Jahr später übernahm er die jeweils ein Jahr dauernde Präsidentschaft. In der Zermatter Hotellerie fühlt Eckert einen ganz besonderen Zusammenhalt, noch stärker als an anderen Orten.

Bezahlte Zwischensaison

Doch die bekannten Herausforderungen gibt es auch am Fuss des Matterhorns. Der Fachkräftemangel sei zweifellos aktuell das grösste Problem. «Wir stehen in Konkurrenz zu den Städten», sagt Eckert. Der Ort zuhinterst im Tal, «an der Endstation beim schönsten Berg der Welt» spreche der Freizeitmöglichkeiten wegen vor allem auch sportbegeistertes Personal an.

Im eigenen Betrieb gibt es laut Eckert viele Mitarbeitende, die seit Jahren angestellt sind. Diese Unternehmenstreue erreicht Eckert unter anderem mit handfesten vertraglichen Bedingungen, die beiden Seiten entgegenkommen: Trotz längeren Betriebsferien im Frühling stellt das «Omnia» direkt Jahresverträge aus. Die Mitarbeitenden erhalten damit knapp acht Wochen bezahlten Urlaub beziehungsweise bauen damit Überzeit ab. «Unsere Angestellten schätzen das sehr», sagt Eckert. Wenn es den Mitarbeitenden gut gehe und sie glücklich seien bei der Arbeit, sei allen gedient. «Es ist mir immens wichtig, wirklich einen Draht zu meinen Mitarbeitenden zu haben – und ihr Feedback zeigt mir, dass diese Verbindung zwischen uns tatsächlich besteht.»

«Höchst rentabel»

Die Jury der Auszeichnung «Hotelier des Jahres» würdigt den General Manager des «Omnia» wie folgt: «Bei Christian Eckert überzeugt das Gesamtpaket. Der Markt honoriert dies mit einer hohen Zahl an Stammgästen und mit entsprechenden Onlinebewertungen. Stichworte wie «Liebe zum Detail», «Berufung als Gastgeber» oder «Innovation» fallen immer wieder.» Eckert sei «ein nahbarer Leader, der seine Ziele, Vorstellungen und Prinzipien klar kommuniziert». Er erlaube jedem, kreativ zu sein, und verlange sogar, die eigene Persönlichkeit in den Betrieb einzubringen. Eckert setze auf Teamgeist und einen kooperativen, neuzeitlichen Führungsstil. Mitentscheidend war für die Jury auch der wirtschaftliche Erfolg: Das «Omnia» ist laut Jury eines der rentabelsten 5-Sterne-Hotels der Schweiz. «Hotelier Eckert erzielt mit seiner Mountain Lodge Traumzahlen.»

«Angestellte sind der Schlüssel»

Christian Eckert vom Boutique-Hotel Omnia in Zermatt ist Hotelier des Jahres. In der 5-Sterne-Mountain-Lodge ist er selbst sehr präsent – und gibt seinen Angestellten viel Freiheit. Die familiäre Atmosphäre des Hauses lässt Gäste immer wieder zurückkehren – was laut dem erfolgreichen Managing Director zu «Luxusproblemen» führt.

Ueli Abt



AUS FREUDE AN GENUSS UND KULINARIK



Starke Marken für Sie vereint. [swissgastrosolutions.ch](https://www.swissgastrosolutions.ch)



RE ESG-Rating für Hotels

Ganzheitliche Beurteilung von Betrieb und Liegenschaft

Erfahren Sie mehr
über unser ESG-Rating
und den Hotelmarkt





Jurypräsident André Witschi, «Hotelier des Jahres» Christian Eckert, Rainer M. Willa (HotelPartner Revenue Management), Jeremy Poletti (Arvi), Organisator Fiorenzo Fässler und Moderatorin Maria Victoria Haas (v.l.) während der Gala.

Zum Erfolg mit kleinem Luxushotel und Wertschätzung

Christian Eckert vom Boutique-Hotel Omnia in Zermatt hat die Jury mit einem «Gesamtpaket» überzeugt: die hohe Zahl an Stammgästen, die Top-Onlinebewertungen, die Liebe zum Detail im Hotel, Eckerts exzellente Gastgeberqualitäten und sein Mut zur Innovation. Auch der wirtschaftliche Erfolg floss ein – das «Omnia» gehöre zu den profitabelsten 5-Sterne-Häusern.

Jurypräsident André Witschi würdigte Eckert insbesondere als «Leader, der mitten im Team steht». Er räume seinen Mitarbeitenden enorme Freiräume ein und verlange von ihnen sogar, die eigene Persönlichkeit in den Betrieb einzubringen.

«Ich mag Menschen unglaublich gern, man muss sie wertschätzen, für Mitarbeitende da sein. Ich glaube, das gelingt mir sehr gut», sagte Eckert auf der Bühne. So will er den Preis denn auch seinen Mitarbeitenden widmen.

«Special Award» für Leonhardt

Er gilt als Pionier der 4-Tage-Woche: Franz-Xaver Leonhardt hat an der Gala «Hotelier des Jahres» den «Special Award» der Jury gewonnen. Er ist CEO der Basler Krafft Gruppe, zu welcher die Hotels Krafft und Nomad gehören. In der Begründung der Jury heisst es: «Franz-Xaver Leonhardt ist ein grossartiges Beispiel mit Vorbildcharakter, wie die Bedürfnisse der jungen Generation ernst zu nehmen sind, ohne den Erfolg der Unternehmen aufs Spiel zu setzen. Franz-Xaver Leonhardt zeichnet sich durch ein hohes soziales Engagement aus, welches über die Hotellerie und den Tourismus hinausgeht. Als Mitte-Politiker setzt er sich für die Anliegen im Bereich der Nachhaltigkeit ein.»

Die Auszeichnung mit dem «Special Award» bedeutet Leonhardt viel: «Sie macht mich stolz und freut mich – auch für alle Mitarbeitenden, die Teil des Erfolgs sind. Die Wertschätzung für unsere Arbeit finde ich cool. Und je bewusster mir die Anerkennung wird, umso mehr freue ich mich darüber. Es ist schön für unserer Gruppe und auch für mich als Person.»



«Special Award»-Gewinner Franz-Xaver Leonhardt im Publikum.

MERCEDES-EQ

FÜR IHRE ANSPRUCHSVOLLEN FAHRGÄSTE.

Mercedes-Benz Vans freut sich, bereits zum dritten Mal Presenting Partner am Hospitality Summit gewesen sein zu dürfen. Entdecken Sie jetzt die attraktiven Flottenkonditionen von Mercedes-Benz Vans für HotellerieSuisse Mitglieder.



Alle Infos zum
Flottenrabatt



«Junge Menschen müssen sich immer früher der Erwachsenenwelt anpassen und sind dabei oft auf sich gestellt. Es ist aber auch so, dass man heute Schmerzen und fehlende Anerkennung weniger gut verträgt als früher.»

Anne-Julie Ansermet
Psychologin

So ticken die Jungen

Die nächste Generation für die Branche begeistern und auf ihre Ideen eingehen: Am NextGen.-Camp bringen sich Junge bei aktuellen Herausforderungen ein. Und am Education Day sprechen Fachleute über Themen wie Vegi-Gerichte, digitales Marketing und die neue Arbeitswelt – begleitet von Illustrator Filippo Buzzini, der vor Ort seine Werke dazu malt.



«Ich wünsche mir Fairness, Offenheit und Toleranz am Arbeitsplatz.»

Tim Lerch

Der 24-Jährige ist ausgebildeter Restaurantfachmann und hat soeben seine Zusatzlehre als Hotelkommunikationsfachmann im Romantik-Hotel Bären in Dürrenroth abgeschlossen.



«Mir waren die Herausforderungen der Hotellerie nicht bewusst.»

Paloma C. Spiess

Die 18-Jährige besucht die Kantonsschule Baden und liebäugelt mit einem Studium an der EHL in Lausanne.



«Jeder Vorgesetzte sollte Erfahrung und Einblick in die Basis haben.»

Luca Kunz

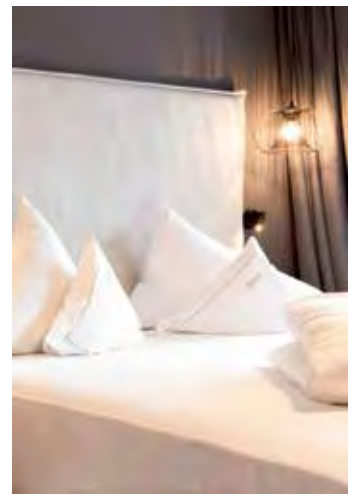
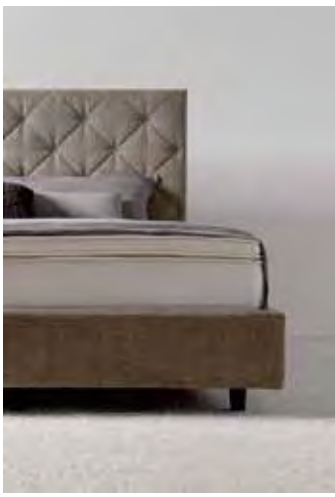
Der 24-Jährige ist gelernter Koch mit Berufsmatura und besucht derzeit die EHL Passugg.



«Der konstruktive Austausch auf Augenhöhe ist wichtig.»

Nina Gwerder

Die 19-Jährige ist ausgebildete Kauffrau Hotel-Gastro-Tourismus, arbeitet zurzeit im Frontoffice des Wellnesshotels Stos und absolviert die Berufsmatura.



DAS BESTE FÜR IHRE GÄSTE


Schlafconcept

 **HotellerieSuisse**
Trusted Supplier

Espenstrasse 139
9443 Widnau - Schweiz
Tel. 071 740 01 12
E-Mail: info@schlafconcept.com
www.hotelschlafsysteme.ch



FrISCHE Fachkräfte denken aus der Sicht der Gäste

Das NextGen. Hospitality Camp von HotellerieSuisse und Swiss Economic Forum inspiriert junge Fachleute der Hotellerie und weiterer Branchen zu praxisnahen Lösungsansätzen für echte Cases – dieses Jahr für die Schweizer Jugendherbergen, Hotelcareer und Like Magic.

Blanca Burri



Gemeinsam anpacken: Im NextGen. Hospitality Camp gehts darum, eine frISCHE Sicht auf altbekannte Herausforderungen einzubringen.

**3 Projekte,
5 Tage,
22 junge Köpfe.
Die nächste
Generation
übernimmt und
weist der Branche
die Zukunft.**

22 kreative Köpfe reisten für das NextGen. Hospitality Camp an die frISCHE Bergluft von St. Moritz, um dort Inspiration für drei herausfordernde Projekte zu finden. In einem Hostel der Schweizer Jugendherbergen arbeiteten sie an ihren Aufträgen von den Schweizer Jugendherbergen, der Jobbörsenplattform Hotelcareer und dem digitalen Gästeführer Like Magic der SV Group. Die Case Studies präsentierten sie dann am zweiten Hospitality-Summit-Tag in Zürich-Oerlikon dem interessierten Publikum.

Auf der interaktiven Karte das ideale Hostel finden

Die Schweizer Jugendherbergen möchten ihre Hostelkategorien weiterentwickeln. Die vorhandenen Kategorien heissen «Simple», «Classic» und «Top», aber sie erfüllen die Bedürfnisse der Buchenden nicht, wie eine Umfrage

der NextGen. zeigte. Die Gäste erkennen nicht, welche Hostels auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind, was den Buchungsprozess erschwert.

Also hatten die Camp-Teilnehmenden Priscilla Maytner, Enéa Epelbaum und Luca Kunz die bestechende Idee, die Kategorisierung von der Gästesicht her zu denken. Die fünfzig Hostels der Schweizer Jugendherbergen sollen auf einen Blick zeigen, welche Gäste zu ihnen passen. Gruppen? Familien? Singles? Hundehalter? Gehbehinderte? Ebenfalls sollen sie ausweisen, welche Aktivitäten vor Ort möglich sind. Bergwandern, Downhillen oder Skifahren? Als letztes Kriterium sollen die Einzigartigkeit der Architektur und die Lage der Hostels auf den ersten Blick ersichtlich sein. Ein Schlosshostel auf dem Lande zieht andere Gäste an als ein Chalethostel inmitten eines Kurorts.

seleform

Coray Stuhl / Seleform
erhältlich in diversen Farben
H100-Das Möbelhaus



Profitieren Sie jetzt von unserem Spezialangebot:
Die Outdoor-Klassiker Sommer 23.

Wir freuen uns auf Ihre
Kontaktaufnahme.

Ihr H100 & Seleform -Team

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

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

Wird diese neue Idee der NextGen. umgesetzt, findet man das passende Hostel auf der interaktiven Karte im Web. Man setzt einfach einen Filter und erhält in Sekundenschnelle die zugeschnittenen Hostels angezeigt.

Mehr Anerkennung für zufriedene Mitarbeitende

Im zweiten Case stand das Thema Benefits als Arbeitnehmendenmagnet im Fokus. Die Jobplattform Hotelcareer wollte wissen, wie Fringe Benefits neu gestaltet werden können, um die Hotelbranche für die jungen Erwachsenen attraktiver zu machen. Eine Umfrage der Nachwuchsfachkräfte Mortaza Habibi, Simona Gieriet und Sarina Hauser bei jungen Mitarbeitenden ergab, dass die klassischen Themen wie unregelmässige Arbeitszeiten und fehlende Wertschätzung den Verbleib der Jungen in der Branche nicht fördern. Gegen die Unzufriedenheit sollen etwas andere Fringe Benefits helfen.

Lösungen soll die Fringe-Benefits-Plattform «Act and Collect» bieten. In dieser

App können Punkte gesammelt und eingelöst werden. Wird die App umgesetzt, können bei verschiedenen Challenges Punkte gesammelt werden. Sie sind den vier Kategorien Nachhaltigkeit, Sport und Bewegung, Wissen und Lernen sowie Soziales zugeordnet. Sie sollen die Mitarbeitenden vernetzen, den Teamspirit fördern, auf die Work-Life-Balance einzahlen und zur Eigeninitiative anregen. Als Belohnung gibts je nach Punktestand ein Getränk im Lieblingscafé, einen Netflix-Gutschein oder einen zusätzlichen Tag frei.

Das Belohnungssystem unterscheidet sich insofern von bisherigen Anbietern wie Swibeco, als der Arbeitgeber es den Bedürfnissen seiner Mitarbeitenden anpassen kann.

Wie Hotelgäste spielerisch lernen, Energie zu sparen

Like Magic ist eine digitale Plattform für die Hotel- und Hospitality-Branche. Sie widmet sich der Nachhaltigkeit in der Hotellerie. Von ihr bekamen Tim Lerch und Flavia Wolfensberger die Aufgabe,

Gäste zum Energiesparen zu motivieren. Geht es nach den beiden Fachkräften, soll die App des digitalen Gästebegleiters mit der Funktion ergänzt werden, dass Gäste ihren ökologischen Fussabdruck direkt abrufen können.

Auf spielerische Art und Weise sollen sie erfahren, was Nachhaltigkeit bedeutet und was sie wie dazu beitragen können. Beispielsweise, weshalb es keine exotischen Früchte wie Ananas zum Frühstück gibt oder wieso man nicht unnötig lange mit heissem Wasser duschen sollte. Durch die Schulung soll der Energieverbrauch gesenkt und somit Kosten gespart werden.

Am NextGen. Hospitality Camp 2023 nahmen teil: Aleya Aydogdu, Christian Bitschnau, Jasmin Engert, Enéa Epelbaum, Simona Gieriet, Nina Gwerder, Mortaza Habibi, Sarina Hauser, Claudio Heintze, Sarina Höppner, Luca Kunz, Tim Lerch, Leonie Leuenberger, Priscilla Maytner, Emily Pfeil, Paloma C. Spiess, Cla Stifel, Juliana Weingart, Flavia Wolfensberger, Mathilde Zehnder und Lisa Zinsli.



ADA
COSMETICS

smart
care
system

**PATENTIERTE
MEMBRAN.
PERFEKTE
HYGIENE.**

Der hygienischste
Kosmetikspender der Welt.

www.ada-cosmetics.com/smart-care



In der facettenreichen Welt der Hotellerie ist der Aussenbereich weit mehr als die blossе Fortsetzung des Innenraums.

Er ist die Bühne für unvergessliche Erlebnisse - ein Ort zum Verweilen und des Geniessens. Genau hier, im Zusammenspiel von Ästhetik und Funktion, finden wir unsere Berufung.

Als Ihr Partner für den Aussenbereich sind wir stets bereit, die Einzigartigkeit jeder Location zu erkennen und zu betonen. Denn jedes Hotel, jedes Ambiente verlangt nach einer individuellen Herangehensweise.

Unser Team, bestehend aus erfahrenen Architekten und Handwerkern, bringt eine Fülle von Fachwissen und Kreativität in jedes Projekt ein. Im Einklang mit den neuesten Trends und Technologien entwickeln wir innovative, nachhaltige sowie kosteneffiziente Lösungen, die den Komfort für Ihre Gäste steigern und ein unvergessliches Erlebnis schaffen.

hauser design · Wolleraustrasse 31 · 8807 Freienbach
hauserdesign.ch



«Die Jungen werden einen nachhaltigen Wertewandel verursachen»

«Junge Erwachsene verstehen», lautet das Thema von Steffi Burkhardt. Die Wissenschaftlerin ist überzeugt, dass die neuen Generationen radikale Veränderungen bewirken werden, mit denen man sich auseinandersetzen muss.

Artur K. Vogel

«Die jungen Generationen nutzen die digitale Konnektivität, um massiven Druck auf die Gesellschaft auszuüben.»

Steffi Burkhardt forscht und spricht aus der Sicht der Generationen Y und Z, das heisst der unter 35-Jährigen, über die Zukunft der Arbeit und den gesellschaftlichen Wertewandel. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels kann es sich keine Firma, keine Branche, aber auch keine Region mehr leisten, die Bedürfnisse und Wünsche dieser Generationen zu vernachlässigen. «Sie sind zwar quantitativ in der Minderheit», sagt Steffi Burkhardt, «werden aber die Arbeitswelt radikal beeinflussen.»

So werde die alte Formel «Geld gegen Arbeit» nicht mehr gelten. Die Jungen dächten in anderen, fluideren und flexibleren Modellen: «Wozu mache ich das alles? Was ist an meinem Job sinnvoll?» Man müsse bereit sein, die Frage zu beantworten: Wieso soll ich in

Ihrer Firma und in Ihrer Branche arbeiten und nicht bei der Konkurrenz oder in einer anderen Branche?

«Arbeitgeber müssen lernen, anders zu denken, internationaler zu denken, Talente mit anderen zu teilen», sagt Steffi Burkhardt. Die neue Realität verlange nach einem fluiden Mindset. Als einzelnes Haus werde man nicht überleben können – und auch nicht als Anhänger des alten hierarchischen Top-Down.

Steffi Burkhardt, Sportwissenschaftlerin und promovierte Psychologin, ist eine profilierte Forscherin, Autorin und Rednerin und macht sich zum Sprachrohr der Generation Y (der Millennials, geboren zwischen 1980 und 1995, zu denen sie selbst gehört) und der Generation Z (geboren 1995 bis 2010). Ihr Ziel ist es, sich «für die Bedürfnisse, Fragen und Ängste junger Menschen einzusetzen. Sie sind unsere Zukunft.» steffiburkhardt.com

Was sind die wichtigsten Unterschiede zwischen Jungen und Älteren?

Die Jungen entwickeln höhere kognitive Fähigkeiten. Sie erwarten permanente Weiterbildung, und zwar nicht in der Freizeit, sondern im Job. Work-Life-Balance und Empowerment sind entscheidend. Wenn bei den Babyboomern die Devise galt, «erst die Arbeit, dann das Vergnügen», heisst es heute: «Auch Arbeitszeit ist Lebenszeit.»

Welches ist die grösste Herausforderung bei der Rekrutierung junger Menschen?

Es ist eine schwierige Aufgabe, schon nur in deren Aufmerksamkeitsfeld zu treten. Zudem sind die neuen Generationen die illoyalsten aller Zeiten. Sie unterschreiben Arbeitsverträge, treten die Arbeit aber nicht an, weil sie zwischenzeitlich etwas Besseres gefunden haben. Und zwanzig Prozent denken nach hundert Tagen bereits wieder an Kündigung.

Wie können wir junge Talente halten?

Wir befinden uns in einem globalen Krieg um Talente. Dabei müssen wir uns die Frage stellen: Wie attraktiv sind wir als Branche, wie attraktiv sind wir als Haus? Wer heute junge Menschen begeistern will, muss tief im Innern die Frage bejahen können: Mag ich Menschen wirklich?



Schindler Ahead SmartMirror
Spiegel und Bildschirm zugleich



We Elevate

Schindler



beck
schwimmbadbau
ihr planer.

Beck Schwimmbadbau AG

Bürglistrasse 29

CH-8400 Winterthur

Telefon +41 (0)52 224 00 88

mail@beck-schwimmbadbau.ch



Web-to-print

Near Field
Communication

SCHELLENBERGGRUPPE
+41 44 953 11 11



Nachhaltigkeit erlebbar gemacht
mit Holzkarten für:

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

Wir haben die innovativen Tools
und die richtigen Materialien.

SCHELLENBERGGRUPPE

Viel mehr als Druck.



SCHELLENBERGGRUPPE
schellenberggruppe.ch

ANDROS
Chef

Fruchtbeilagen & Fruchtpürees
AUS 100% NATÜRLICHEN ZUTATEN



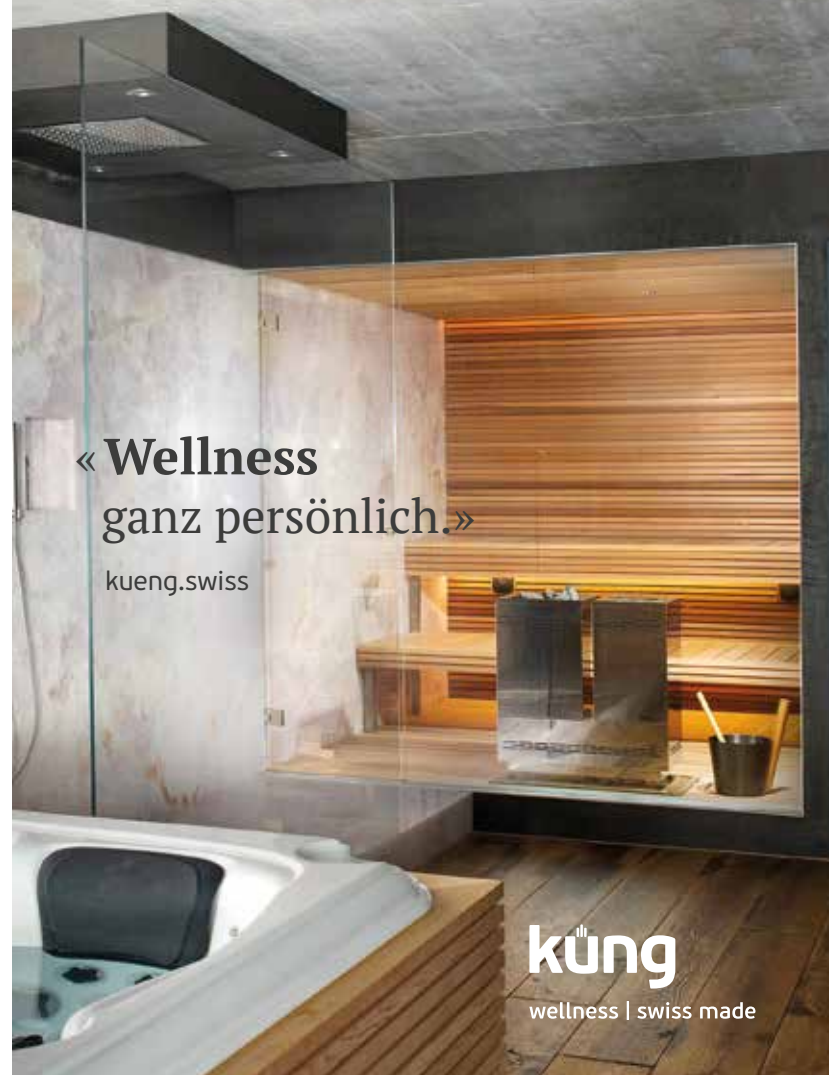
90% Frucht

100% Frucht

www.androschef.com

androschef

androschef

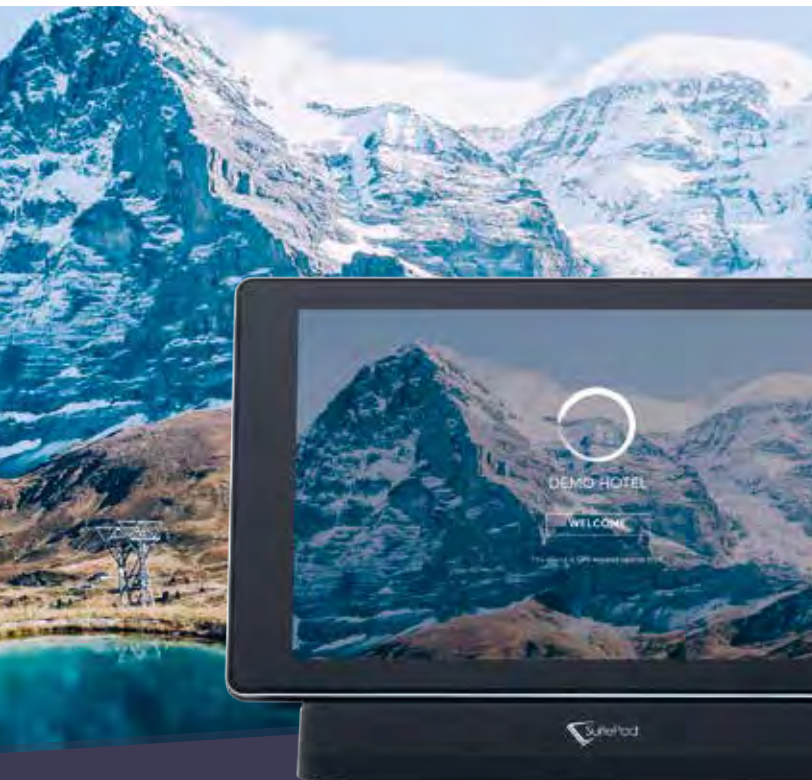


« Wellness
ganz persönlich. »

kueng.swiss

küing

wellness | swiss made



Die Digitale Gästemappe
für Schweizer Hotels

SuitePad

HotellerieSuisse
Trusted Supplier

SBB CFF FFS

Klimafreundlich reisen,
gut ankommen –
mit der SBB.

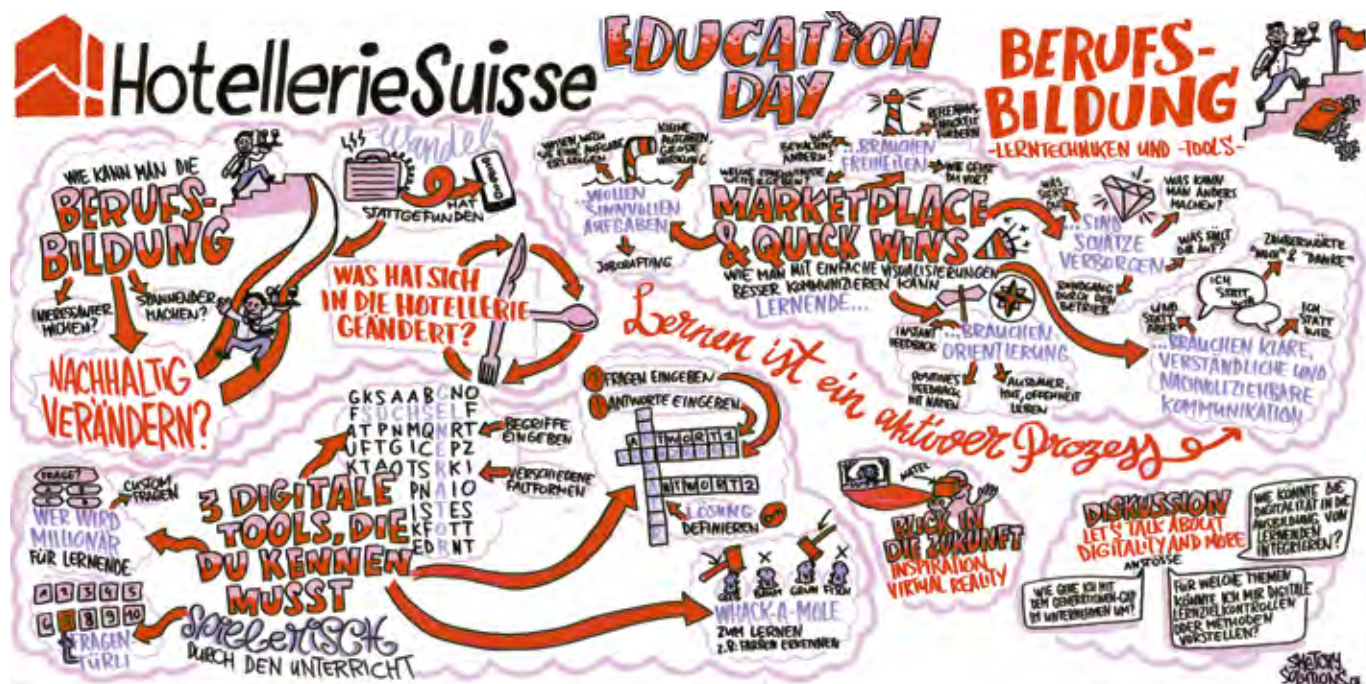
sbb.ch/oev-push

SwissPass
Das Schweizer für
Mehrfachreisen

«Jeder hat das Recht, einmal nicht der Beste zu sein»

Damit «Gesundheit und Performance in Einklang» kommen, plädiert Psychologin Anne-Julie Ansermet für eine offene Gesprächskultur und ein Klima der Wertschätzung.

Artur K. Vogel



Wie kann man herausfinden, wie sich die Mitarbeitenden fühlen?

Man muss den Menschen aufmerksam zuhören. Und dann gibt es gewisse Alarmzeichen, zum Beispiel Absentismus, kleine Fehler, die sich häufen, Vergesslichkeit, aggressives Verhalten oder Isolation.

Was kann man unternehmen, wenn man solche Alarmzeichen registriert?

Man soll die betroffene Person direkt ansprechen. Allerdings hat jeder und jede das Recht, einmal nicht der oder die Beste zu sein. Wenn die Situation eskaliert, sollte man sich jedoch fragen, ob jemand Unterstützung braucht – und welche Art von Unterstützung. Man kann dann einen Coach oder eine Psychologin einschalten – vorausgesetzt, die betroffene Person ist einverstanden.

Es gibt eine starke Zunahme psychischer Erkrankungen vor allem bei jungen. Was sind die Gründe?

Heute werden psychische Probleme schneller und öfter entdeckt. Hinzu kommt, dass junge Menschen früher besser geschützt waren als heute. Sie müssen sich immer früher der Erwachsenenwelt anpassen und sind dabei oft auf sich selbst gestellt. Es ist aber auch so, dass man heute Schmerzen und fehlende Anerkennung weniger gut erträgt als früher.

«Die Unsicherheit bei den Jungen nimmt zu: Auch wer gute Leistungen erbringt, hat nach der Ausbildung oft keine Garantie, den Job behalten zu können.»

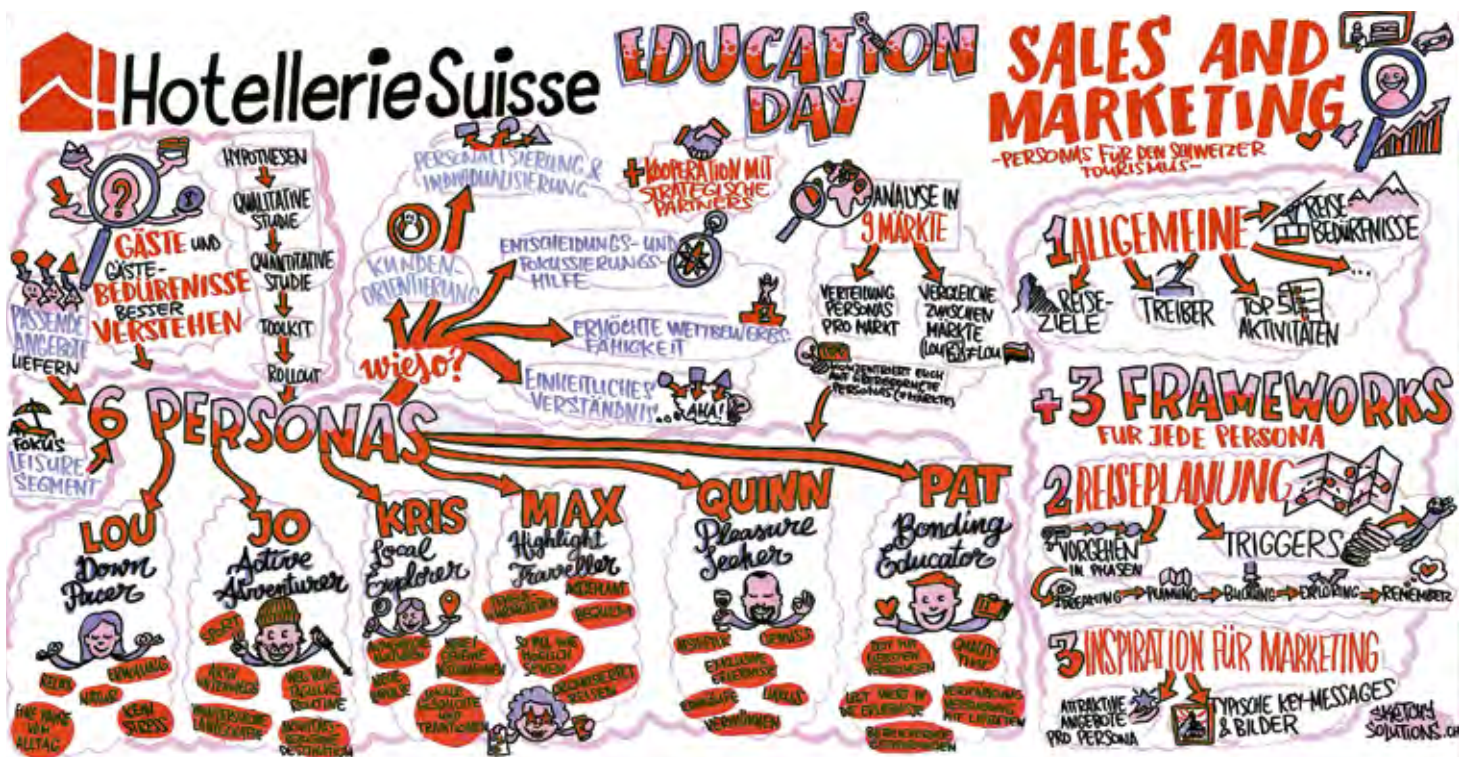
Anne-Julie Ansermet ist Psychologin und Ausbilderin bei der Stiftung IPT. Ihre Laufbahn startete sie mit einer KV-Lehre, war als Serviceangestellte, als Verkäuferin und als Mitarbeiterin in einem Treuhandbüro tätig. Schliesslich studierte sie klinische Psychologie. Aufgrund ihrer Erfahrungen in diversen HR-Positionen ist sie «von den gewinnbringenden Effekten der persönlichen Weiterentwicklung überzeugt».

Weiterentwicklung ist dringlicher denn je. Der Druck steigt stetig; psychische Erkrankungen nehmen zu. Ein gesundes Arbeitsumfeld beginnt bei der Rekrutierung. Dort sollte sorgfältig abgeklärt werden, ob sich jemand fähig fühlt, motiviert ist und an sich glaubt. Danach

muss man die Mitarbeitenden unterstützen, ihnen Vertrauen entgegenbringen, sie zu Leistungen animieren, aber auch Ausgleichsmöglichkeiten bieten. Das Verhalten der Vorgesetzten ist für das Wohlergehen der Mitarbeitenden entscheidend: «Der Vorgesetzte muss seine Ansprüche klar formulieren, eine offene Gesprächskultur pflegen und Wertschätzung zeigen.»

Die privatrechtliche, nicht gewinnorientierte Stiftung IPT wurde 1972 von Unternehmern gegründet. Mit Fokus auf Eingliederung, Wiedereingliederung und Orientierung begleitet sie Menschen bei der Entwicklung ihrer beruflichen Laufbahn. Wirtschaftliche Anforderungen und menschliche Aspekte sollen in Einklang gebracht werden, damit jeder und jede die «richtige Person zur richtigen Zeit am richtigen Ort» werden kann. stiftung-ipt.ch





«Sei nicht langweilig! Sei einmalig!»

Touchpoints und Marketingkanäle sind relevant. Details wie ein Button oder die richtige Wortwahl können den Erfolg massiv beeinflussen. Dies erläutert Mike Schwede, Strategie für digitales Marketing, in seinem Referat «Digital Marketing Check-up».

Artur K. Vogel

Welches sind die wichtigsten Kriterien für erfolgreiches digitales Marketing? Mike Schwede, Digital-Marketing-Strategie und Spezialist für soziale Medien und künstliche Intelligenz, nennt fünf Punkte: Fokussierung, Prioritäten setzen, Know-how erwerben, Mut und Effizienz.

Für die Fokussierung ist es notwendig, die einzelnen Social Media wie Google Ads, Facebook, Instagram, Youtube oder Tiktok

zu kennen und sorgfältig zu analysieren, wo man mit welchen Inhalten welche Nischen und Zielgruppen ansprechen kann. Die Website wiederum sollte auf Nutzererfahrungen, Funktion und Performance überprüft und entsprechend angepasst werden. Unter Mut versteht Mike Schwede einen unverwechselbaren Auftritt: «Sei nicht langweilig! Sei einmalig! Entwickle deinen eigenen Stil!» Das Know-how können sich Leute mit entsprechender Begabung und Zeit selber aneignen; wenn nicht, bietet sich der Zuzug einer spezialisierten Agentur an.

Mike Schwede ist Unternehmer, Digital-Marketing-Strategie sowie Dozent für Digitales Marketing und Social Media. Er hat in den letzten 25 Jahren die Schweizer Digital-Marketing-Szene mitgeprägt. Sein Team berät Firmen in den Bereichen Social Media und künstliche Intelligenz, entwickelt und implementiert Digital-Marketing-Strategien, kreiert Inhalte, plant Onlinekampagnen, führt sie durch und entwickelt Shopify-Shops. mike.schwede.ch

Wie macht man heute Werbung, zum Beispiel für ein Hotel?

Teure Printanzeigen, gedruckte Kataloge und Flyer bringen wenig. Man soll alte Zöpfe abschneiden, auf Massennewsletter in einer fixen Frequenz verzichten. Mit gezielter Onlinewerbung kann man viel Geld sparen. Sie sollte segmentiert und Event- oder Trigger-based sein. Ihre Wirkung kann man mit einfachen Verfahren testen.

Wie lange hat man in den sozialen Medien Zeit, einen User zu überzeugen – sich beispielsweise ein Video anzuschauen?

Sie haben auf Instagram im Schnitt 1,7 Sekunden Zeit. Das heisst, ein Video darf keine Intros und kein Blabla enthalten, sondern muss auf einem Höhepunkt starten. Es sollte zudem schnell geschnitten sein – wenn die Schnitte zu schnell sind, umso besser: Leute schauen es sich dann eventuell mehrmals an. Zudem soll das Video eine einzige, gut verständliche Botschaft transportieren.

Was zeichnet eine gute Hotelwebsite aus?

Sie muss einfach sein, ohne die ganzen langatmigen Füllertexte, die eh niemand lesen will. Eindrückliche Fotos und Videos sind nötig, aber vor allem ein gutes Reservierungstool. Man kann die geilste Werbung machen und die geilsten Social-Media-Auftritte haben: Wenn das Reservierungstool nicht funktioniert, ist alles umsonst.



«Damit Fleischersatz schmeckt, muss man ihn wie Fleisch behandeln»

Am Education Day wirbt Vegi-Botschafter Rolf Hiltl: «Vegi-Gerichte sind bekömmlicher und rentabler als Fleischgerichte – sie regen die Kreativität der Köche an.»

Blanca Burri



Rolf Hiltl hat Gemüse im Blut. Sein Urgrossvater Ambrosius Hiltl eröffnete vor 125 Jahren in Zürich das erste Vegi-Restaurant weltweit. Vor 25 Jahren übernahm Rolf Hiltl den Betrieb in vierter Generation und wird trotz dieser langen Zeit als Geschäftsführer nicht müde, die Gemüseküche zu bewerben, darüber aufzuklären und Kochkurse zu geben.

Rolf Hiltl findet viele Gründe für die Vegi-Küche: «Vegetarische Gerichte sind bekömmlich und leicht. Man fühlt sich nach dem Essen vital und gut.» Auch gegen Gicht helfe eine Gemüsediat. Das körperliche Wohlbefinden sei aus Gästesicht zentral, aber man müsse auch den Blickwinkel des Unternehmers im Auge behalten, meint er und zeigt auf, dass die Gemüseküche viel rentabler ist als die Fleischküche. «Ein Rindsfilet ist ganz einfach teurer als eine Gurke», erläutert er am Education Day und beantwortet im Anschluss Fragen aus dem Publikum zu Fleischersatz und Marketing.

Rolf Hiltl, in der Gastronomie werden über die Hälfte der tierischen Proteine konsumiert, also überproportional viel. Nimmt man den Gästen mit dem Umstellen auf eine Vegi-Küche etwas weg?

Über den Werbeslogan «Schweizer Fleisch, alles andere ist Beilage» schüttelt die NextGen den Kopf, den könnte man heute nicht mehr bringen. Da es viel mehr Gemüse- als Fleischsorten gibt, kann man in der Vegi-Küche richtig innovativ werden. Aber das funktioniert nur, wenn der Küchenchef versteht, weshalb er vegetarisch kocht. Eine gemüsebasierte Küche heisst aber noch lange nicht, dass man deshalb das Fleisch weglassen muss.

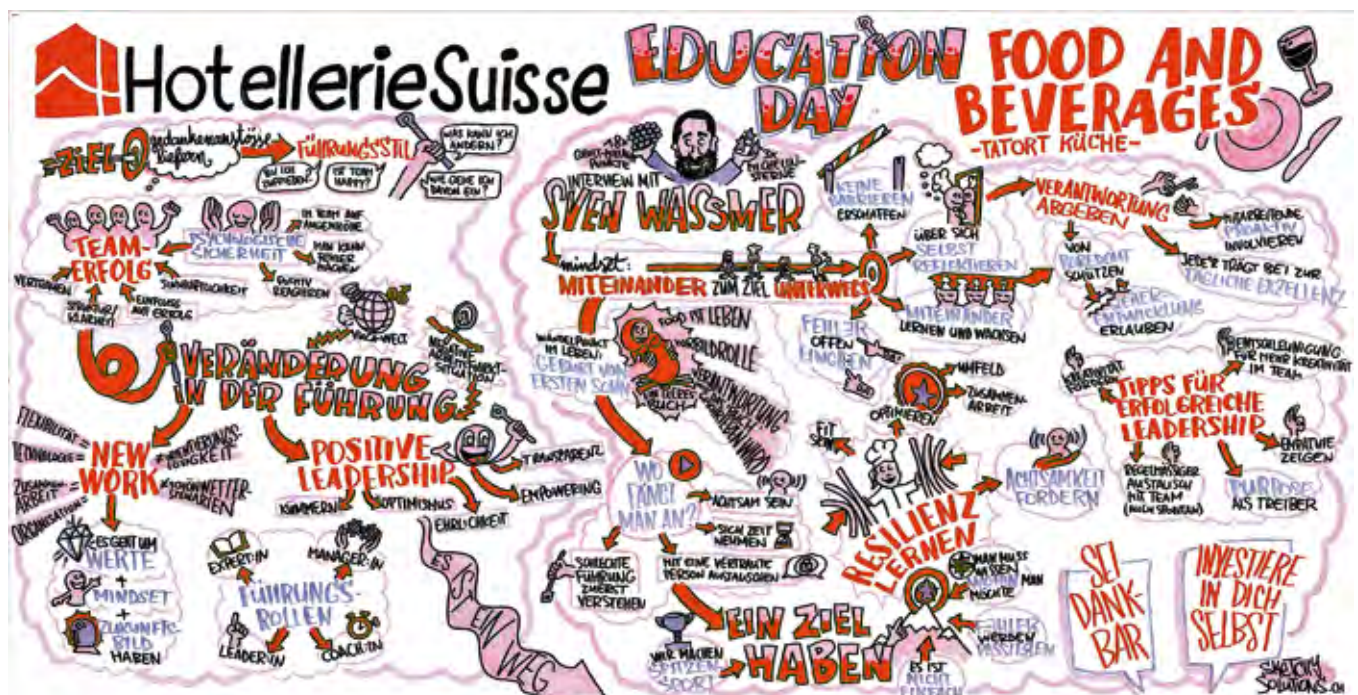
Sollte man für die Vegi-Küche viel Werbung betreiben?

Jeder Betrieb sollte sich überlegen, wie er kommunizieren will. Man kann die Vegi-Küche wie Spitzenkoch Andreas Caminada als Marketinginstrument einsetzen. Dann muss man aber richtig gut sein. Oder man flicht immer mehr Ge-

müsekomponten in das Menü ein, ohne darüber zu reden. Dann wächst es historisch und wirkt ganz natürlich.

Welche Fleischersatzprodukte neben Seitan eignen sich am besten?

Beim Grossverteiler gibt es verschiedene Produkte, beispielsweise aus Kichererbsen oder Auberginen. Das Beste ist, wenn nicht wahllos eingekauft, sondern mit den Produkten experimentiert wird. Ich versuche selbst innovativ zu bleiben und alles von Grund auf zuzubereiten. Dafür verwende ich gerne Pilze. Noch ein anderer Tipp: Servieren Sie die Fleischersatzprodukte nicht alleine, sondern mit weiteren Komponenten. In der Fleischküche serviert man das Ragout schliesslich auch mit Zwiebeln, Gemüse, Kräutern und Sauce. Damit Fleischersatz schmeckt, muss man ihn wie Fleisch behandeln. Er soll erst mariniert, angebraten und dann in eine Sauce gegeben werden. Wenn man ihn direkt und ohne Marinade in eine Sauce gibt, kann man ihn nicht essen.





tempSTAFF

Professionelles Personal für die Gastronomie

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



Sechs Persönlichkeiten stehen Red und Antwort in den Swisscom-Talks



«Wir haben heute viele verängstigte junge Menschen, die nicht wissen, was ihnen Orientierung und Halt geben kann. Ich rate: Sei CEO deines eigenen Lebens!»

Steffi Burkhart, Forscherin und Sprachrohr der Generationen Y und Z, über neue Arbeitsmodelle und Berufsphasen

«Was ist Luxus heutzutage? Bling-Bling? Oder Zeit und Raum? Oder gar Nachhaltigkeit? I don't know ...»

Carsten K. Rath, Unternehmer, über Hotelrankings und exzellenten Service



«Man darf sich nicht zu sehr in Daten verlieben, sondern muss die Website testen. Ich habe das regelmässig gemacht und meine Tante gebeten, Sex-Toys zu kaufen. So sieht man schnell, obs funktioniert.»

Alan Frei, Unternehmer und Mitgründer des Erotik-Onlineshops Amorana, über E-Commerce und Geschäftsideen

«Als potenzieller Gast möchte ich vor dem Hotelbesuch wissen, wie das Spa aussieht – Fotos zeigen ja nur die halbe Wahrheit. Die Möglichkeit, in der virtuellen Welt bereits dort einzutauchen, bietet echte Chancen.»

Jan Starcke, Travel Industry Lead bei Meta, über das Metaverse und virtuelle Möglichkeiten



«Für Design gibt es kein Richtig oder Falsch, sondern verschiedene Meinungen.»

Daniel Schneider, Gründer Monoplan AG, über Innenarchitektur und Branding



«Bei uns gibt es keine Feedbackformulare. Wir sind in einem People-Business tätig, da muss man miteinander sprechen.»

Christian Eckert, Managing Director Boutique-Hotel Omnia Zermatt und Hotelier des Jahres, über Betrieb und Mitarbeitende

HOSPITALITY BOOSTER

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

FÜR INSPIRIERENDE INHALTE UND NETWORKING-MÖGLICHKEITEN!

Werde Teil unserer LinkedIn Community. Erhalte regelmässige Updates über unsere neusten Projekte und Innovationen. Nutze die Chance, diese gemeinsam mit uns zu testen.



MUST HAVE - NEWSLETTER

Bleib auf dem neusten Stand und werde Teil unserer Newsletter-Community für wertvolle Inhalte, direkt in deinem Posteingang.

HAST DU EINE INNOVATIVE IDEE?

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



Matthias
Bierkavalier

SLOW BREWING
SPITZENQUALITÄT

UNSER SCHÜGA.

Wir nehmen uns Zeit für unser Bier.

Wir sind stolz ...



... ein Teil der Schweizer Hotellerie zu sein.

Gutschein- & Ticketsystem

Einfach mehr verkaufen – immer und überall.



Jetzt umdenken und neue Möglichkeiten in Betracht ziehen: e-guma.ch

Der richtige Event, um sich zu informieren und auszutauschen

«Wie immer zwei sehr spannende Tage, perfekt organisiert und zusammengestellt. Wunderbare neue und bekannte Begegnungen mit interessanten und angeregten Austausch. Und vor allem sehr spannende Referentinnen und Referenten. Vielen Dank, ich komme wieder!»

Anina Hugli
General Manager Sorell Hotel Zürichberg

«Ein wichtiger Netzwerkanlass für die Branche, der aktuelle und dennoch breit gefächerte Themenbereiche in den Vordergrund stellt. Für operative Leiter und Berufsbildner eine gute Chance, am Puls der Zeit zu bleiben.»

Katrin Rüfenacht
General Manager 7132 Hotel Vals

«Der Hospitality Summit – eine tolle Möglichkeit, den fachlichen Horizont zu erweitern, Kollegen zu treffen und neue kennenzulernen. Für die Schweizer Hotellerie der wichtigste Branchentreff im Jahr und aus dem Kalender nicht mehr wegzudenken. Ich freue mich auf 2024!»

Daniel Lehmann
General Manager Marriott Hotels

«Ein unglaublich schöner Event. HotellerieSuisse hat es wieder geschafft, die Branche zu vereinen. Innovation und Austausch standen dabei im Vordergrund. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen im Jahr 2024.»

Erik Zimmermann
Marketing Manager Planet

«Für mich hat der Hospitality Summit den Charakter eines Klassentreffens plus: Er bietet die Möglichkeit, sich mit vielen Kollegen, nicht nur aus Zürich, sondern aus der ganzen Schweiz auszutauschen. Hervorragende Referenten und unkonventionelle Brancheninputs liefern darüber hinaus genügend Gesprächsstoff.»

Mattias Larsson
Inhaber & Gastgeber Altstadt Hotel und Präsident Zürcher Silvesterzauber

«Top Location, ideal, um mit dem ÖV anzureisen, immer wieder eine geeignete Plattform, um sich innert kürzester Zeit auf den neusten Stand zu bringen und den so wertvollen Erfahrungsaustausch zu geniessen.»

Tatjana Jaggy
Direktorin Fafleralp – Hideaway Resort

Plaudern und Kontakte knüpfen



Lael Hänni, Luca Seematter und Chiara Stutz von Feed-o (v.l.).



Jan und Justine Pyott, Boutique Hotel & Restaurant Glacier.



Valentin Krasniqi, Endrin Fetoshi und Aldin Bašić, Ezy Hotel (v.l.).



Luzia Wicki, Solbadhotel Sigriswil; Nathalie Hauenstein, Hauenstein Gruppe; Heidi Buri, Solbadhotel Sigriswil; Florence Riedo, Solbadhotel Sigriswil (v.l.).



David Füger (l.) und Lukas Uhr, Hotel Vitznauerhof.



Tanja Kläsi-Eltchinger und Melanie Fey-Eltchinger, Eltschinger & Partner AG; Lionel Blumberg und Claudia Tegtmeier, Tesmag AG (v.l.).



Michael Böhler, Meili Selection Hotels; Franz-Xaver Leonhardt, Krafft Gruppe; Martin von Moos, Belvoir Swiss Quality Hotel (v.l.).



Karim Abid, AccorHotels Suisse – Royal St. Georges Interlaken; Manuel Fajardo und Timur Topcu, B&B Hotels Switzerland GmbH; Sébastien Burg, ASB Partners; Florian Kretzschmar, ibis & Novotel Zurich Airport Messe; Christophe Bergeron, Novotel Zurich City West (v.l.).



Das Team der Mercedes-Benz Schweiz AG: Nina Stutz, Robin Knoop, Yael Ellenbroek und Tycho Joel Hegele (v.l.).



Conrad Meier, Grand Hotel Europe AG; Markus Conzelmann, Radisson Blu Hotel (v.l.).

Anzeige

Sie wünschen sich eine höhere Zimmerauslastung und tiefere OTA-Kommissionskosten?

Ezy Hotel unterstützt Sie dabei, unabhängiger von OTA's zu werden und Ihre eigenen Marketing-Strategien zu entwickeln, um mehr Direktbuchungen zu erhalten.

- Mehr Direktbuchungen
- Weniger Kommissionen
- Höhere Zimmerauslastung
- Mehr Gewinn

Vereinbaren Sie jetzt eine kostenlose Potenzialanalyse!



ezyhotel.ch



FR Défis et Innovations
Notre Partenariat avec l'Hôtellerie Suisse

Chaque année, nous échangeons fructueusement avec nos partenaires hôteliers suisses, saisissant leurs défis et améliorant notre accompagnement dans la création de leurs espaces sportifs novateurs. Nous sommes reconnaissants à Hôtellerie Suisse pour son accueil et son organisation et attendons avec impatience la prochaine édition.

DE Herausforderungen und Innovationen
Unsere Partnerschaft mit der Schweizer Hotellerie

Jährlich kommunizieren wir fruchtbar mit unseren Schweizer Hoteliers, verstehen ihre Herausforderungen und verbessern unsere Unterstützung bei der Gestaltung ihrer innovativen Sportbereiche. Wir danken Hotellerie Suisse für ihre Gastfreundschaft und Organisation und freuen uns auf die nächste Ausgabe.



Raphael
Sales & Marketing Director



raphael@continuum-solutions.ch

+41 76 582 96 69



Das Team von Schweiz Tourismus: Yamuna Betschart, Liën Burkard und Ariane Schönbächler (v.l.).



Christian Eckert, Hotelier des Jahres 2023, The Omnia Hotel Zermatt; Rainer M. Willa, HotelPartner Revenue Management; Franz-Xaver Leonhardt, Krafft Gruppe (v.l.).



Thomas Mack, Europa-Park Erlebnis-Resort; Frank Marrenbach, Althoff Hotels; Martina Postner, Bachhuber Contract; Carsten K. Rath, Institute for Service & Leadership Excellence (v.l.).



Das Team des The Omnia Hotel Zermatt: Philipp Eck, Timo Muchenberger, Maik Richter, Christian Eckert (Hotelier des Jahres 2023 und Managing Director), Gerda Eckert, Fredy Eckert, Linda Wälchli, John Arnold und Noëlle Séquin (hinten v.l.); Stephan Schüle, Stefan Zwicker, Laura Adlassnig und Anna Kurth (vorne v.l.).

Carole Schönauer, Hotel Perren; Thomas Lock, Hotel Le White; Paola Maraite, Hotel Bristol; Francois Briguët, Hotel National Resort & Spa Champéry; Beat Eggel, HotellerieSuisse Valais - Wallis; Pierre Isenschmied, Hotel Mercure Biel/Bienne (hinten v. l.); Alain Köslich, Alpine Hotel Perren; Gérald Maraite, Hotel Bristol; Lara Berra, Hotel Suisse Champéry (vorne v. l.).



Barbara und Michael Thomann, Thomann Hospitality Management AG; Ute Dirks, Hotel Hermitage Luzern; Stefan Flury, hospitality consulting 360 gmbh (v. l.).

Anzeige

GUTEN
ZMORGEN
SCHWEIZ



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



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

IDA14
BY KARSTEN SCHMIDT

Hotel St. Josef Zürich



Zimmerrenovation im Hotel St. Josef in Zürich. Der neue Charakter der Hotelzimmer strahlt eine warme, vertraute und reine Atmosphäre aus. Als Gast sollte man auch im Zimmer den Geist des Zürcher Niederdorfs spüren und eine modern interpretierte Stadtwohnung erleben. Der helle Parkettboden, die filigranen Eichenmöbel und die eleganten Pastellfarben zeichnen die neue Gestaltung aus.

Die wichtigsten Gestaltungselemente basieren auf der Symbolik vom Heiligen Josef, den Zimmermann/Schreiner und den Ziehvater Jesu. Die ikonographische Attribute des Heiligen sind zu einem das Winkelmass, als Symbol seines Berufes und zu anderem die weisse Lilie, ein Symbol seines Glaubens an die Keuschheit Marias.

Von dieser Geschichte inspiriert wurden im Hotel St. Josef die handwerkliche Bearbeitung des Holzes, in Form der spezial angefertigten Möbel und die feinen, frischen Farben der Lilie zelebriert.

Die Zimmer des denkmalgeschützten Gebäudeensemble erhalten neu individuell regulierbare Kühl-Klimageräte.



Pierre Zardin (l.) und Wolfgang Windt, RMB Group AG.

Séverin Bez, EHL Group; Beatrice Schweighauser, EHL Swiss School of Tourism and Hospitality; Simon Rindlisbacher, EHL Group (v. l.).



Anzeige



TEA EXCELLENCE SINCE 1823

WIR FEIERN
200 JAHRE
TEE EXZELLENZ

LeafCup® 1823 Anniversary Edition
Royal White Tea & Cassis

Edler aromatisierter Weißer Tee aus Yunnan
verfeinert mit fruchtig-mildem Cassis-Aroma.



200 YEARS OF TEA EXCELLENCE

www.ronnefeldt.com





ihre KOMPLETTLÖSUNG
für den Online-Hotelvertrieb

**STEIGERN SIE IHREN ONLINE-UMSATZ
MIT HOTEL-SPIDER**



CHANNEL MANAGER

GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM

PMS/RMS ANBINDUNG

MULTI-PROPERTY SYSTEM

BUCHUNGSMASKE

META-SCHNITTSTELLEN

PRE-PAY-ZÄHLUNGSLÖSUNG





Daniel Werlen, Florian Plachesi und Christoph Känel, WIR Bank Genossenschaft; Maja Giger, Maja Giger GmbH; Julia Faulhaber, Faulhaber Marketing GmbH; Kristina Kaupp, Thomas Büchsenstein und Patrick Treier, WIR Bank Genossenschaft (v.l.).



Das Team der Monoplan AG: Daniel Schneider, Luca Marie Weinmann und Philip Wohlfarth (v.l.).

Anzeige

DER PERFEKTE MIX FÜR MEHR UMSATZ.



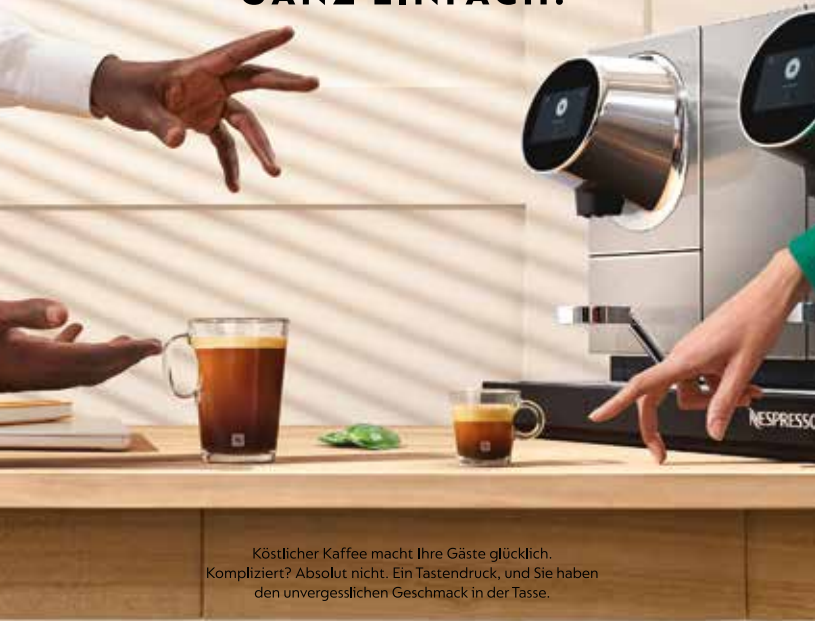
Mit Red Bull wird jeder Abend ein Gewinn – das wissen Gäste und Gastronomen seit über 30 Jahren. Damit aber wirklich jede und jeder in Feierlaune kommt, sollten auch unsere Red Bull Editions nicht auf Ihrer Gästeliste fehlen. Denn sie kombinieren die bekannte Funktionalität von Red Bull Energy Drink mit neuen Geschmacksrichtungen, die über 15% neue Konsument:innen exklusiv erreichen und insgesamt für 62,7%** des Wachstums von Red Bull sorgen. Und falls das jetzt alles arg technisch klingt, können wir es auch einfach so formulieren:

Red Bull verleiht Flüügel.

* Genau 15,6% - Nielsen CPS Panel, Total Schweiz, MAT KW 28/2022
 ** Nielsen, RMS Panel, DH CH inkl. Valora, Volume in SU's, CW16/23



NESPRESSO MOMENTO
**KAFFEEGENUSS.
 GANZ EINFACH.**



Köstlicher Kaffee macht Ihre Gäste glücklich.
 Kompliziert? Absolut nicht. Ein Tastendruck, und Sie haben
 den unvergesslichen Geschmack in der Tasse.

NESPRESSO
 PROFESSIONAL

MYHOTELSHOP
 A RateGain Company

**Wir erzielen
 maximale Erfolge
 für das Online-
 Marketing Ihres
 Hotels**

- SEARCH ENGINE ADVERTISING**
- META SEARCH MARKETING**
- SOCIAL MEDIA ADVERTISING**
- CONSENT MANAGEMENT**
- ANALYTICS**
- WEBSITE SERVICES**

SOMMER SONDERANGEBOT
**SOCIAL MEDIA ADS, SEA ODER
 KAMPAGNEN AUF META-SUCHEN
 FÜR EINEN MONAT GRATIS TESTEN**

www.myhotelshop.com

Shiji

**Gemeinsam, schaffen wir ein
 neues digitales Gästerlebnis.**



Raoul Birindelli
 Sales Manager, Switzerland
 raoul.birindelli@shijigroup.com
 M +41 79 926 21 60



Für Gäste, die bleiben

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

Jetzt inspirieren lassen:
beck-konzept.ch



**beck
 konzept**
 Räume in Form bringen



Marco Baudoux, Hotel-Spider; Nicolas Sol, Booking.com; Christopher Meignier, Blent (v.l.).



Klaus Eisele, Sorell Hotels / ZFV-Unternehmungen; Samantha Schnewlin, ZFV-Unternehmungen; Ariane Oswald, Sorell Hotels Switzerland – Rütli, Rex, Rigiblick, Arte; Matthias Ramer, Sorell Hotels St. Peter und Seidenhof; Thomas Kleber, Genossenschaft ZFV-Unternehmungen (v.l.).

Anzeige



HOTELWERK
by BAUR



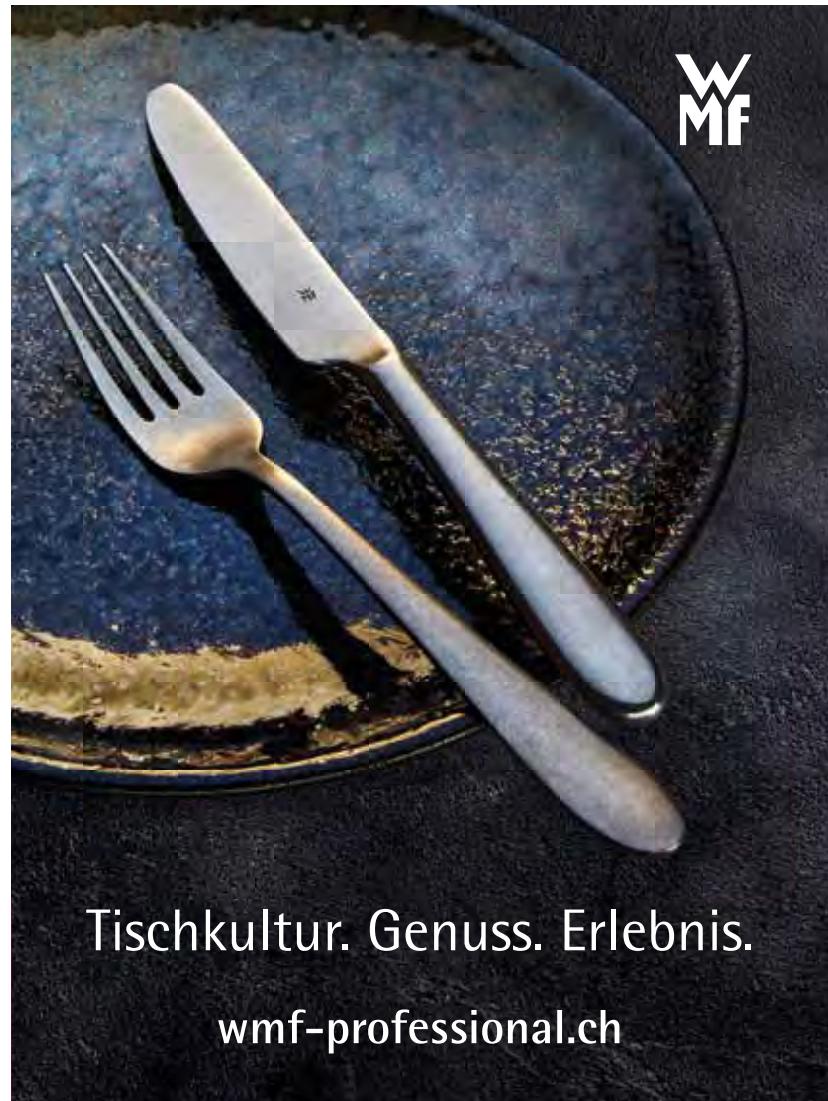
Hotel- und Gastrodesign

MASSGESCHNEIDERT | AUTHENTISCH | KREATIV

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

HotellerieSuisse
Trusted Supplier

WWW.BAUR-BWF.DE
WWW.HOTELWERK.EU



Tischkultur. Genuss. Erlebnis.

wmf-professional.ch



Korbinian Kohler, Bachmair Weissach Gruppe;
Martina Postner, Bachhuber Contract.



Matteo Bianda, Positioner SA; Ueli Knobel, Hotel Sedartis; Dominique Anne Haslebacher, Rive Nord Interior Design; Ingo Schlösser, Tschuggen Grand Hotel Arosa; Michael Lehnort, Carlton Hotel St. Moritz; Geev Bahrampoori, Elite Bewirtschaftungs AG (v.l.).



Das Team der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH): Peter Gloor (Direktor), Sabine Sonderegger, Florian Furrer, Gabriela Hümbelin, Philip Rüegg, Christoph Riser und Reto Grohmann (v.l.).



Vanessa Pua, HotellerieSuisse; Fabian Fingerhuth, Mirus Software AG; Reto Rüegg, HotellerieSuisse; Anthony Dallenbach, Mirus Software AG (v.l.).



Nadja und Patric Vogel, Märchenhotel Braunwald; Cornelia Rutishauser, Stiftung myclimate; Valentin Bot, Kartause Ittingen; Beatrice Forster, Hotel Heiden (v.l.).

Anzeige



Relax – wir kümmern uns von der Entwicklung zur Realisierung um Ihr Projekt.

We know how.



**WAS ZÄHLT,
SIND DIE DETAILS**

Entdecken Sie die perfekte Verbindung von traditioneller Handwerkskunst und modernster Technologie. In Italien entworfen und in der Schweiz hergestellt, bietet Mytico ein unvergleichliches Kaffeeerlebnis. Wir achten auf das kleinste Detail, damit Sie stets eine köstliche Tasse Kaffee zubereiten können.



Erfahren Sie mehr unter mytico.franke.coffee





Philipp Albrecht, Park Hotel Winterthur; Gabriel Stucki, Grand Hotel National Luzern (v.l.).



Die digitale Plattform für Hotel-Teams

Vernetze dein Team auf einer zentralen Plattform und optimiere Kommunikation und Zusammenarbeit. Immer, überall und auf jedem Gerät.



Mehr erfahren

hotelkit GmbH | www.hotelkit.net
Anfragen an: sophia.anker@hotelkit.net

WERDEN SIE MITGLIED

Wir unterstützen Sie in der digitalen Hotelwelt, damit Sie mehr Zeit für Ihre Gäste haben. So individuell und einzigartig wie Sie es sind, ist auch der Service, den wir Ihnen anbieten.

DISTRIBUTION

MARKETING

OPTIMIERTE LÖSUNGEN



Wir freuen uns von Ihnen zu hören

Julia Geffers, Geschäftsführerin
Tel: +41 44 928 27 27
E-Mail: julia@sqh.ch



www.swissqualityhotels.com



ELEKTRONISCHE HOTELSCHLIESSYSTEME

FÜR HOTELS JEDER ART UND GRÖSSE

FÜR EINE DURCHGÄNGIGE DIGITALE GUEST JOURNEY

FÜR EFFIZIENTE INTERNE PROZESSE

Vielen Dank für den gelungenen Hospitality Summit und die vielen inspirierenden Gespräche!

SALTO Systems AG, www.saltosystems.ch

Jürg Boss, Hotel Derby Interlaken/HV Interlaken; Georges Beutler, Hotel Interlaken AG; Bernard Müller, Hotel Bären Wilderswil/HV Interlaken; Emanuel Berger, Berger Hospitality; Brigitte Berger Kurzen, Hotel Royal St. Georges; Stephan JJ. Maeder, Carlton-Europe Vintage Adults Hotel Interlaken/HV Interlaken (v.l.).



Daniel Schneider, Monoplan AG; Andrea Jörger, Horwath HTL Schweiz; Frank Marrenbach, Althoff Hotels; Alusch H. Amoghli, Accor Group S.A. (v.l.).

Anzeige

SWISS  MADE

SWISSONE[®]

• SWISS COCOA LUXURY •

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



The Swiss One




**DAS ORIGINAL-
JSOTTA
& TONIC**



SEIT 1899.
DER SCHWEIZER VERMOUTH.
DRINK RESPONSIBLY



Das Team der Swisscom (Schweiz) AG: Markus Wittig, Claude Graf, Siegfried Bernath und Fabian Talleri (v.l.).



Walter Zueck, Co-Liv; Sébastien Burg, ASB Partners; Vincenzo Ciardo, Hotel Seepark Thun; Kourousch Kangarlou, Säntis Home AG; Karim Abid, AccorHotels Suisse – Royal St. Georges Interlaken (v.l.).

Anzeige

ZUCCHETTI

Wir digitalisieren Ihr Hotel!

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

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

Sie suchen **Verstärkung** für Ihre Rezeption?

Wir vermitteln laufend Fachkräfte, die Ihnen 365 Tage im Jahr und 24 Stunden pro Tag zur Verfügung stehen.



Fachkompetenzen

- Empfang und Verabschiedung
- Ein- und Auschecken der Gäste
- Reservierungsannahme und Bearbeitung
- Informationszentrale
- Zahlungsabwicklung mit allen Bezahlmethoden
- Aktive Promotion von Zusatzangeboten
- Ausfüllen und Übermittlung des Meldescheins
- Übertragung der Gästedaten in Ihr HMS/PMS
- Ausgabe von Schlüsseln und Schlüsselkarten

Soziale Kompetenzen

- Maximale Flexibilität und Belastbarkeit
- Bereitschaft, im 24-Stunden-Dienst und an allen Wochenenden und an allen Feiertagen zu arbeiten
- Starke Gast- und Serviceorientierung
- Selbstbewusstes und souveränes Auftreten, bewahrt auch in schwierigen Situationen die Ruhe
- Gute Vernetzung und Kommunikation mit Ihrem Schliesssystem sowie HMS/PMS

Glauben Sie uns nicht? Dann **www.onstay.ch** besuchen

Onstay AG | Vogelsangstrasse 15 | 8307 Effretikon | +41 52 354 53 00 | info@onstay.ch



qm
SPOT

SEHEN SIE IHRER NÄCHSTEN LEBENSMITTELKONTROLLE ENTSPANNT ENTGEGEN

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

Steinfels
S W I S S



www.steinfels-swiss.ch/
de_qmspot

IMPRESSUM

Herausgeber

HotellerieSuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern

Konzept und Produktion

Christine Zwygart

Gestaltung/Art Direction

Karin Hänni

Texte

Ueli Abt, Blanca Burri,
Alexandre Caldara,
Nora Devenish, Artur K. Vogel,
Christine Zwygart

Bilder

Beat Baschung, Yanik Gasser,
Susanne Keller, Philipp Schmidli,
Pablo Tys

Korrektur

Danja Bischofberger,
Ingrid Zufferey Frost

Verlag

Bernt Maulaz

Druck

Schellenberg Gruppe AG

Das Magazin zum Hospitality Summit erscheint in einer Auflage von 12500 Exemplaren und liegt unter anderem der htr hotelrevue vom 10. August 2023 bei.



Schweiz.

Vermarkten Sie Ihre Unterkunft.

Hotel Château Gütsch, Luzern

Entdecken Sie Ihre Möglichkeiten
stnet.ch/unterkunftsmarketing



In Zusammenarbeit mit
unserem strategischen Partner


HotellerieSuisse



eintauchen geniessen wohlfühlen

Innen- und Aussenpools
aus Edelstahl: edel,
modern und beständig.

Lassen Sie sich inspirieren auf
www.mauchlepool.ch



made of stainless steel

Danke | Merci



HotellerieSuisse

HOSPITALITY
SUMMIT

Presenting Partner

monoplan.



Patronatspartner | Partenaires de patronage



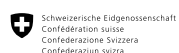
Summit Partner



Träger | Soutien



Patronat | Patronage



... und allen weiteren engagierten Partnern.

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

Save the date!

Der nächste Hospitality Summit
findet am 12. und 13. Juni 2024 statt.



HotellerieSuisse