

htr hotelrevue

18. Oktober 2018
 Nr. 21
 AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
 Adresse: Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern
 Redaktion: Tel. 031 370 42 16
 E-Mail: redaktion@htr.ch
 Aboservice: Tel. 031 740 97 93
 E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français



Messe Luzern

Vom 21. bis 24. Oktober findet die alle zwei Jahre stattfindende Gastgewerbesmesse «Zagg» statt.
Seite 17 bis 22

ANZEIGE

alphaSet
 der hotelmakler

Planen Sie Ihr Hotel demnächst zu verkaufen?

«Wir sind Ihr professioneller Partner und finden den finanzstärksten Investor für Sie»

Über 15 Jahre Branchenführung
 alphaSet GmbH, Internationaler Immobilienmakler
 CH-8953 Dietikon-Zürich
 für mehr: mailto:info@alphaset-hotels.com
 für Google: mapjam.haest@alphaset-realestate.com

Smarte App

Der Kommunikationsdienst Tweebie erhält ein Update und gewinnt neue Partner.
Seite 5

Grand Prix

Les Frères Dutruy remettent ce soir leur titre de Cave de l'année. Ils nous parlent de Gamay.
Page 14

Foodwaste

Die Berner Fachhochschule sieht weiterhin grosses Sparpotenzial bei Lebensmittelabfällen.
Seite 11

Volksabstimmung über Hotel-Grossprojekt im Prättigau

Die letzte Chance

Klosters steht vor einer Abstimmung mit Signalwirkung für die gesamte Schweiz.

Was vor einem Jahr spektakulär misslang, soll heuer gelingen: Am 25. November stimmt Klosters wieder einmal über ein Hotel-Grossprojekt ab. Auf dem Spiel steht das Familienresort «Ober Ganda», angesiedelt im 3-Sterne-Bereich mit insgesamt 570 Betten plus Parkhaus. Gut einen Monat vor der Abstimmung herrscht bei den Befürwortern Zuversicht, dass die Klosterser diesmal

mehrheitlich «Ja» sagen werden. Der Optimismus scheint berechtigt. Denn «Ober Ganda» unterscheidet mehr als nur die Positionierung im Mittelsegment vom 2017 abgeschmetterten Luxus-hotel «Montana». Neben dem vergleichsweise unaufdringlichen Standort am Dorfrand dürfte die lokale Verankerung der Auftraggeberin bei der Stimmbürger Sympathie auslösen.

Dem Tourismus fehlt es in der Klosterser Bevölkerung an Rückhalt, wie eine aktuelle Umfrage belegt. Ein «Ja» zum Resort wäre deshalb nicht nur für Klosters ein wichtiges Signal, sondern von überregionaler Bedeutung, böte es doch wertvolle «lessons learned» für Schweizer Alpentourismusorte mit ähnlich gelagerten Herausforderungen. god/pt
Seite 7

Editorial

Wahljahr 2019: mit unserer Beteiligung!



GERY NIEVERGELT

Engagement Politik ist und bleibt in unserer direkten Demokratie ein Dauerthema. Derzeit stehen die Ersatzwahlen in den Bundesrat im Fokus des öffentlichen Interesses. Sie werden auch darüber entscheiden, wer an Stelle von Johann Schneider-Ammann künftig dem WBF aussteigt und somit auch «Tourismusminister» (oder «Tourismusministerin») sein wird. Das kann für unsere Branche mittelfristig von Bedeutung sein. Aber unsere Branche hat in der Realpolitik ja nicht allzu viel Gewicht. Dort, wo die Entscheidungen gefällt werden, also im Parlament, ist sie etwa im Vergleich zu den Bauern krass unterrepräsentiert. Insbesondere die Beherbergungsbranche hat seit 30 Jahren keinen eigenen Vertreter mehr. In zwölf Monaten, am 30. Oktober 2019, finden eidgenössische Wahlen statt. Warum es nicht nur wünschenswert, sondern wirklich wichtig ist, dass sich Hoteliers und Touristiker jetzt aus Überzeugung politisch engagieren, beschreibt hotelleriesuisse-Direktor Claude Meier in seinem Kommentar auf Seite 3 und 12. **Frauenfrage** Ebenfalls auf unserer Meinungseite 3 packt mein Kollege Alexandre Caldara ein heisses Eisen an. Mit Blick auf den von Gault Millau verliehenen Titel «Köchin des Jahres» stellt er die Frage: Haben es Frauen heute noch nötig, in einer separaten Kategorie prämiert zu werden? In unserem Team sind die Meinungen geteilt. Diskutieren Sie mit!

EHL-Jubiläum

125 Jahre Excellence in Hospitality



Impressionen von der Feier an der Ecole hôtelière de Lausanne vom Montag dieser Woche auf Seite 32.

EHL

Agritourisme

Mutation et reconversion pour innover

Deux projets d'agritourisme en Suisse romande innovent. Dans le Jura les structures se professionnalisent. La création d'itinéraires équestres ou d'un musée dédié aux fruits illustrent cette lente mutation. A Ossona, en Valais, des gîtes à la vigne, l'histoire d'une reconversion réussie et fragile. aca
Pages 15 et 16

Gault Millau 2019

Deutschschweiz holt auf

Seit zehn Tagen trägt Heiko Nieder, Koch des Luxushotels «The Dolder Grand» in Zürich, den begehrten Titel «Gault-Millau-Koch des Jahres 2019». Noch wichtiger sind aber die vom Gourmetführer neu verliehenen 19 Punkte. Damit weist Gault Millau Schweiz wieder sieben Köche mit der maximalen Punktzahl aus, davon nun auch drei aus der Deutschschweiz. «Die heutige Verteilung der Punkte in



Neu 19 Punkte: Heiko Nieder, «Dolder Grands», Thomas Buchwalder

der Schweiz spiegelt die Entwicklung der Gourmetküche wider», meint Nieder. Entwickeln müssen sich noch die Auszeichnungen des Schweizer Gourmetführers. Zweitklassige Titel wie «Köchin des Jahres» stösst selbst bei Trägerinnen auf Kritik. Die «spielerische Küche mit ihren markanten Geschmäckern» von Marie Robert braucht den weiblichen Annex nicht. aca/gsg
Seite 3, 13 und 23

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.news

Inhalt

meinung	2-3
thema	4-11
cahier français	12-16
hotel gastro welten	17-25
brands, impressum	26
people	31-32

ANZEIGE

HUGENBLOBLER
 Schweizer Kochsysteme

«Ich will meine Küchencrew effizienter einsetzen und zufriedene Gäste, die wieder kommen.»

Wir bieten Lösungen – ZAGG, Halle 1, Stand 134
 www.hugentobler.ch

german living
 smartly
 wittler

BAUR
 WOHNFAZINATION SEIT 1982
 BAUR WOHNFAZINATION GMBH
 T +49 (0) 7755 93 93-0
 WWW.BAUR-BWFE

HOREGO
 Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Home, Sparten und Ausbaubetrieben
 www.horego.ch

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen
 Optimierung Ihrer Einkaufsprozesse
 Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen?
 Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter!

BADAG GmbH
 Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

illycafé in Kapseln

illy

www.illycafe.ch

Immer mehr Schweizer Destinationen und Hotels setzen auf die digitale Kommunikationsplattform Tweebie. Dank neuer Funktionen soll diese den Gast bald besser kennenlernen.

PATRICK TIMMANN

Seit der Lancierung vor anderthalb Jahren wurde es etwas still um Tweebie. Die destinationsübergreifende Kommunikationsplattform – laut Angaben der Zermatter Entwicklerin iPeak Infosystems die erste weltweit – trat mit dem grossen Versprechen an, die Beziehungen zwischen dem Gast, der Destination und den Leistungsträgern zu revolutionieren. Konkret will die Plattform den Leistungserbringern in den Tourismusregionen ermöglichen, direkt mit ihren Gästen zu kommunizieren und mithilfe eines smarten Algorithmus deren Bedürfnisse personalisiert und zeitnah abzudecken. Bis jetzt ist das noch weitgehend Theorie geblieben. Allerdings steht nun ein wichtiger Entwicklungsschritt bevor: Auf kommende Wintersaison sollen neue Funktionen aufgeschaltet werden. Das Einverständnis der User vorausgesetzt, werden alsbald ihre Profil- und Bewegungsdaten analysiert. Für Patrick Lauber, COO bei iPeak Infosystems, ist die Einführung der «Analytics» der nächste Schritt für Destinationen und Hotels, ihre Gäste besser kennenzulernen. Im Verlauf des kommenden Jahres sollen so kundenspezifische Produktempfehlungen realisiert werden.

Das Oberengadin in den Startlöchern

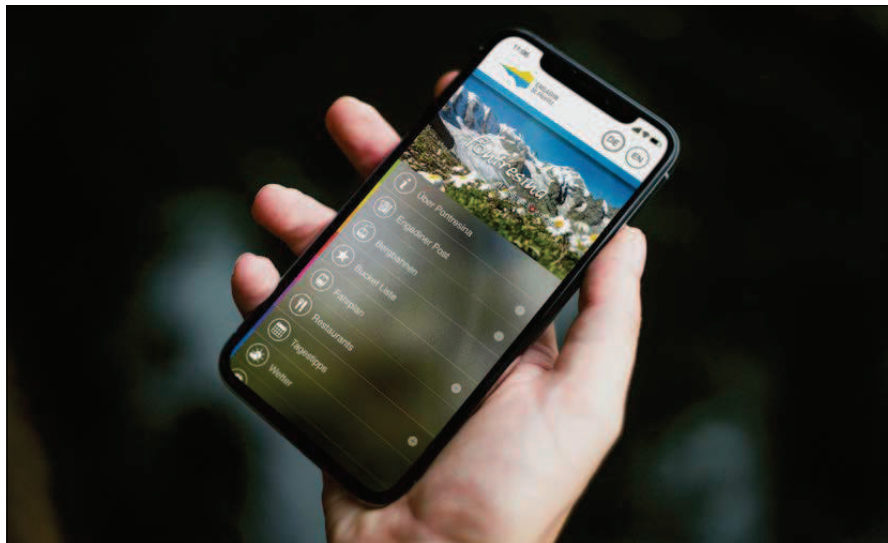
Tweebie ist über eine App verfügbar, kann aber auch als Anwendung an interaktiven Infopoints in Hotels oder Tourismusbüros eingesetzt werden. Seit April 2017 war der Dienst für eine Handvoll Destinationen verfügbar, darunter Pontresina, Grindelwald, Ascona sowie Leistungsträger aus Zermatt. Unterdessen sind weitere dazugekommen. Laut Lauber werden in naher Zukunft rund 20 weitere Destinationen aufgeschaltet. Eine Partnerdestination wird Engadin St. Moritz sein. Offiziell kommuniziert wurde dies noch nicht, laut den Verantwortlichen steht die Einführung

«Wir nutzen Tweebie, um wichtige Infos einfach an den Gast zu bringen.»

Caroline Friedli
Hotel Walther, Pontresina

Positives Feedback trotz zaghafter App-Nutzung

Die Erfahrungen der Hoteliere mit dem Dienst sind weitgehend positiv. «Wir haben uns von Anfang an entschieden, mitzumachen, um möglichst einfach und attraktiv die wichtigsten Infos an den Gast zu bringen», erinnert sich Direktionsassistentin Caroline Friedli vom Hotel Walther zurück. Im Eingangsbereich des Hotels befindet sich seither ein



Laut Hoteliere aus Pontresina hat sich Tweebie in der Tourismusgemeinde bewährt.

ZVG

Upgrade für die digitale Reisebegleiterin

jedoch noch auf diesen Winter bevor. Dies würde dem Wunsch derjenigen Hotels in Pontresina entsprechen, die Tweebie schon jetzt zur Kundeninformation einsetzen. Denn wenn immer mehr Leistungsträger

digitaler Infopoint mit Touchscreen. Dieser werde von den Gästen rege genutzt. Auch Regina Amberger, Direktorin des Hotel Allegra, bestätigt den Nutzen der Infostelle. «Unsere Erfahrungen sind sehr positiv. Der Bildschirm ist einfach zugänglich.» Die Gäste

nutzten den Service in erster Linie zum Abrufen von Wetterprognosen, aber auch für Infos zu Veranstaltungen oder im Winter zur Auskunft über Pistenöffnungszeiten. Allerdings: Bisher beschränkt sich die Information der Gäste

weitgehend auf die Interaktion mit den stationären Touchscreens. «Die Nutzung der App ist gleich null», so Friedli. «Es ist relativ schwierig, die Leute dazu zu bewegen, eine neue App auf ihren Geräten zu installieren. Viele Gäste sehen darin keinen Nutzen und

haben keine Lust, da sie schon viele Apps haben.» Ähnlich die Einschätzung von Thierry Geiger, Präsident der Pontresiner Hoteliere und bis Sommer 2018 Direktor des 4-Sterne-Superior-Hauses Saratz: «Die App ist gut, aber noch nicht ganz beim Kunden angekommen», so sein Résumé. Die Partnerschaft mit Tweebie bereue er dennoch nicht. «Ich würde es wieder tun.» Für die Zukunft glaubt Geiger an das Potenzial von Tweebie – als digitale Plattform in den Infostellen vor Ort und als App. Er hoffe darauf, dass die gesamte Destination den Dienst flächendeckend einführt, damit zum Beispiel Events besser an die Gäste kommuniziert werden können.

Praktische Lösung für Gäste ohne mobiles Internet

Auch in den Hotels Walther und Allegra ist man in Sachen Tweebie zuversichtlich. «Für uns stimmt es», sagt Caroline Friedli. Regina Amberger will dem Dienst die Chance geben, sich auch als App weiterzuentwickeln und in Zukunft einen grösseren Nutzerkreis zu erschliessen. Für sie bietet Tweebie zudem noch weitere Vorteile: «Der Dienst löst die Papierflut ab und ist für Gäste ohne mobilen Internetzugang eine praktische Offline-Lösung», so Amberger in Anspielung auf die Möglichkeit, sich im Hotel Infos vom Infopoint auf die Smartphone-App zu überspielen.

Von der Lösung überzeugt ist auch Pontresina Tourismus. Die Initiative, Tweebie in der Gemeinde zu etablieren, geht auf den abtretenden Tourismusdirektor Jan Steiner zurück. Wegen Ferienabwesenheit war er nicht persönlich zu sprechen. Laut der Marketingverantwortlichen Selina Grass sollen im Winter mit verschiedenen Marketingaktivitäten, etwa einem Steller mit aufgedruckten QR-Codes, die Gäste dazu animiert werden, sich die App auf ihre Geräte herunterzuladen und zu nutzen.

Tweebie Tipps vom schlauen Algorithmus

«Tweebie ist ein Begleiter für die Ferienzeit», erklärt Patrick Lauber, COO beim Marketingunternehmen iPeak Infosystems. Der digitale Dienst soll mit der Zeit seine App-Nutzer kennen lernen und ihnen passende Informationen aus der Destination anzeigen. «Alles aus einer Hand für den Gast», verspricht Lauber. Ab diesem Winter analysiert Tweebie dazu das Verhalten der Nutzer mithilfe eines selbstlernenden Algorithmus, der in den Nutzerdaten (Profilangaben, Bewegungsdaten) Muster erkennt und Rückschlüsse auf zukünftiges Verhalten zieht. Ab

der Wintersaison 2019/20 sollen dann Destinationen und Leistungsträger wie Hotels anhand der gewonnenen Erkenntnisse kundenspezifische Produktempfehlungen abgeben können. Entwickelt wurde der Algorithmus an der Hochschule Luzern. Um Zusammenhänge im Nutzerverhalten möglichst zutreffend aufzuspüren, ist die künstliche Intelligenz auf eine grosse Menge Daten angewiesen. «Je mehr Daten desto besser», so der Projektleiter, Professor Andreas Liebrich. Man habe den Algorithmus jedoch von Anfang an mit einigen Standardeinstellungen

ausgestattet. «Es gibt einfache, klare Muster», so Liebrich, die sich aus einer Kundenbedürfnisuntersuchung der Kundenbedürfnisse ergeben haben. So unterscheiden sich die Bedürfnisse von Stammgästen von denjenigen der Erstgäste. Lerneffekte, die über solch grundsätzliche Einsichten hinausgehen, seien zum Teil schon mit wenigen Daten realisierbar. Beispielsweise bei der Restorantsuche: Standardmässig listet Tweebie jene Restaurants zuoberst, die sich näher bei der Unterkunft des Gastes befinden. Erkennt der Algorithmus jedoch, dass der Gast vor

dem Essen gerne durch den Ort schlendert und Restaurants am anderen Dorfende aufsucht, gewichte er die Vorschläge beim nächsten Mal neu.

Finanziert wird Tweebie über die Premiumnutzung: Leistungsträger können grundlegende Inhalte zwar kostenlos anzeigen lassen, können diese allerdings nicht aktiv pushen und erhalten auch kein Feedback über das Nutzerverhalten. Diese erweiterten Funktionen sowie die Eingabe weiterführender Inhalte sind Abonnenten vorbehalten. Die Kosten vergleicht Patrick Lauber mit denen eines Mobile-Absos. pt

ANZEIGE

Treffen Sie das Top-Management von Hotels, Schweizer Bergbahnen und Destinationen am 30.10.2018 im Hotel Rigi Kaltbad beim

4. Branchentalk Tourismus

Preise am Berg auf Talfahrt? - Welchen Einfluss neue Preismodelle im Tourismus auf die Rentabilität haben.

Referate und Diskussionen mit: **Silvio Schoch** CFO Sunstar Holding AG | **Dr. Philipp Lütolf** Dozent IFZ Zug | **Markus Meili** CEO Engadin St. Moritz Mountains AG | **Stefan Otz** CEO Rigi Bahnen AG | **Andreas Angehrn** CEO Ticketcorner AG

Weitere Informationen und Anmeldung unter schweizeraktien.net/branchentalk/tourismus

Mit freundlicher Unterstützung von

Silvio Schoch

Dr. Philipp Lütolf

Markus Meili

Stefan Otz

Andreas Angehrn