Das Informationsblatt der Walliser Hotellerie

DEZEMBER 2019

infHotel

HotellerieSuisse
Valais – Wallis

Digitalisierung

Die Hoteliers sind Wegweiser für den Tourismus

3 Porträt
Manuela Bayard,
Hotel Relais Bayard, Susten

4 Schwerpunkt
Pilotprojekt «Digital Coaching»

6 Praxis-Tipps
Stellenmeldepflicht:
Kontrollen ab 2020

11 Aus dem Leben der Hotels
Schluss mit dem Verschwenden
von Lebensmitteln

Neue Ausbildung

CAS in Digital Marketing for Touristic Services

Das Internet hat die Welt – inklusive Reisetourismus – revolutioniert: Reservationen, Informationen und Inspirationen werden online abgewickelt. Der Schweizer Tourismus bewegt sich unvermeidbar im Zeichen des digitalen Wandels.

Damit die Tourismusakteure für diese Herausforderungen gewappnet sind, startet an der HES-SO Valais-Wallis erneut ein CAS Digital Marketing for Touristic Services. Im von ritzy Weiterbildung mitentwickelten CAS lernen die Studierenden, sich an die neuen Technologien anzupassen, eine aussagekräftige Online Marketing Strategie zu entwickeln und die Massnahmen im Rahmen von praktischen Schlussarbeiten im Betrieb umzusetzen.

Ziel dieser Ausbildung ist, den Tourismusakteuren die Grundlagen des digitalen Marketings zu vermitteln und sie im Betrieb oder in der Destination praxisnah anzuwenden.

Diese praxisorientierte Ausbildung, die sich an alle Tourismus- und Marketingfachleute richtet, beginnt im Januar 2020 und wird während 6 Monaten in 4 Modulen von 3 Tagen angeboten. Der im Jahr 2019 bereits auf Deutsch durchgeführte Studiengang findet diesmal auf Französisch statt. Für 2021 ist dann wiederum eine deutsche Version geplant. Zudem kann für 2020 eine finanzielle Unterstützung von 50% bezogen werden und zwar bei der Schweizerischen Berghilfe.

Nähere Informationen und Anmeldung auf der Website www.hevs.ch/CAS-marketing-digital oder per E-Mail an manu.broccard@hevs.ch

Fair-Preis-Initiative

Das Parlament entscheidet 2020

Die Volksinitiative «Stopp der Hochpreisinsel – für faire Preise», die HotellerieSuisse 2017 ins Leben gerufen hatte, durchläuft das Labyrinth der Bundespolitik. Mit einem indirekten Gegenvorschlag, d.h. einer Gesetzesänderung, wollte ihr der Bundesrat begegnen. Dieser Text beschränkte jedoch den Anwendungsbereich auf Unternehmen, die im direkten Wettbewerb mit ausländischen Firmen stehen – womit ganze Wirtschaftszweige der Schweiz ausgeklammert wurden: das Hotel- und Gastgewerbe, der öffentliche Verkehr, das Gesundheitswesen …

Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates hat den Gegenvorschlag im Herbst dieses Jahres in die richtige Richtung gelenkt: Er integriert nun wieder alle Schweizer Unternehmen und trägt überteuerten Preisen auf der Angebots- und Nachfrageseite Rechnung. So kann ein deutscher Händler ein Hausgerät nicht mehr zum doppelten Preis an einen Schweizer Hotelier verkaufen, nur weil dieser Kunde Schweizer ist. Und auf dem Schweizer Binnenmarkt hätten die Bauern die Möglichkeit, sich bei den Grossverteilern Gehör zu verschaffen, falls diese ihnen zu tiefe Preise aufzwingen wollten.

Trotz dieses positiven Signals ist der Kampf noch nicht zu Ende, um die Forderungen der Initiative zu erfüllen. Beispielsweise wurde das Verbot des Geoblockings bei Online-Shops nicht berücksichtigt. Schweizer Konsumenten können somit weiterhin auf eine Schweizer Website des Anbieters umgeleitet werden, wo sie die Ware deutlich teurer bezahlen.

Im Verlauf des Jahres 2020 wird das neugewählte Parlament über die Zukunft der Fair-Preis-Initiative befinden: Der Nationalrat stimmt im März über die neue Version des Gegenvorschlags ab – danach wird sich der Ständerat damit auseinandersetzen. Nach Abschluss der parlamentarischen Debatte werden die Initianten – darunter auch HotellerieSuisse – entscheiden, ob sie diese Gesetzesvorlage annehmen und ihre Initiative zurückziehen. Oder ob sie an der Initiative festhalten und eine Volksabstimmung darüber verlangen.

Zur Erinnerung: Diese Volksinitiative bekämpft die exzessiven Importpreise und sorgt für den Grundsatz des freien Einkaufs in der Schweiz und im Ausland. Sie macht Druck auf Geschäftsmodelle, bei denen die Schweizer Konsumenten «übers Ohr gehauen» werden.
www.fair-preis-initiative.ch

Motion Bischof

Noch nicht abgeschlossen

2017 beschloss das Parlament, wettbewerbswidrige Klauseln auf Online-Buchungsplattformen zu verbieten, und unterstützte damit die Motion des Solothurner Nationalrats Pirmin Bischof. Dieser hatte verlangt, die Hoteliers von den Zwängen der mächtigen Online-Plattformen wie Booking.com, Expedia und HRS zu befreien – insbesondere, dass sie auf ihren eigenen Websites attraktivere Preise anbieten können. Dieser Erfolg für die Schweizer Hotellerie brachte jedoch nicht die gewünschte Wende. Noch immer hat sich der Bundesrat nicht offiziell zur Umsetzung dieser Motion entschlossen und dabei die zweijährige gesetzliche Frist überschritten. Wie es das Verfahren vorschreibt, muss er dem Parlament diese Angelegenheit im März in einem seit langem erwarteten Bericht erläutern. Es wird interessant sein zu erfahren, warum er seinen Verpflichtungen nicht nachgekommen ist und ob er überhaupt einen Plan B hat, um die Hotellerie vom Joch dieser Internet-Giganten zu befreien.

Der Bundesrat hat sich noch nicht offiziell zur Umsetzung dieser Motion entschlossen und dabei die zweijährige gesetzliche Frist überschritten.

Manuela Bayard, Hotel Relais Bayard, Susten

«Man muss immer positiv denken»

Catering-Service, Arrangements für Hochzeitspaare, Raucherzimmer... Manuela Bayard stellt sich erfolgreich den neuen Herausforderungen der Hotellerie.

Seit dem Jahr 2000 wird das Hotel Relais Bayard in Susten von Manuela Bayard geführt. Im kommenden Jahr feiert der Familienbetrieb sein 20-Jahre-Jubiläum. Kein Grund für die leidenschaftliche Gastgeberin, sich auf den Lorbeeren auszuruhen.

Manuela Bayards Vater erwarb im März 2000 das altbekannte «Hotel-Restaurant Millius», direkt an der Kantonsstrasse zwischen Agarn und Susten. Die Familie Bayard investierte in ein neues Betriebs- und Marketingkonzept, aber auch in die Infrastruktur. So renovierte sie beispielsweise die bestehende Pizzeria komplett – und eröffnete sie nur wenige Monate nach der Übernahme. Das «Relais Bayard» war von da an «The Place to Stop».

Familie wird gross geschrieben

Seit Jahren ist das «Relais Bayard» besonders bei Oberwalliser Paaren für die Hochzeitfeier beliebt. Das Hotel bietet dafür genügend Platz und ein schönes Ambiente – und darüber hinaus ein «Rundum-Sorglos-Paket», wie Hoteldirektorin Manuela Bayard erklärt: «Wir beraten die Paare nicht nur bei der Menüauswahl, sondern auch bei der Dekoration und der Musikauswahl. Zudem vermitteln wir auch Tafelmajore.»

Im Sustener Hotel wird Familie wahrlich grossgeschrieben. Dazu gehört auch das Personal, das ausschliesslich aus Festangestellten, also keinen Saisoniers besteht. Innerhalb des Teams kennt und schätzt man sich. Für ihr Personal trägt Bayard aber auch Verantwortung: Der Umsatz muss stimmen, um die Bezahlung der Löhne zu gewährleisten.

Lässt die Gastgeberin, die vergangenen 20 Jahre Revue passieren, gibt es da einiges, was sich verändert und das Unternehmen immer wieder vor neue Herausforderungen gestellt hat. «Ich denke dabei beispielsweise an die Herabsetzung der Promillegrenze beim Autofahren von 0,8 auf 0,5 Prozent. Hier im Talgrund sind natürlich viele Gäste mit dem Auto unterwegs. Es wird seither weniger Alkohol konsumiert, das haben wir gespürt. Auch die Eröffnung der Autobahn vor drei Jahren, der starke Franken oder das Rauchverbot in Restaurants hat sich auf unseren Umsatz in den vergangenen Jahren ausgewirkt», betont Bayard.

Catering-Service für bis zu 400 Personen

Die engagierte Gastgeberin wusste sich jedoch zu helfen. «Man muss immer positiv denken und zuversichtlich bleiben», sagt Bayard. Also investierte der Betrieb kurzerhand in ein Fumoir. Zudem baute es unter dem Motto «Wir bringen unser Restaurant zu Dir» einen Catering-Service auf – ein zusätzliches Angebot, das Umsatz bringt. Bis zu 400 Gäste kann das Unternehmen verköstigen.

Für Bayard bedeutet Hotellerie in der heutigen Zeit vor allem, sich immer neu zu erfinden. «Man muss stetig am Ball bleiben, spüren was die neuesten Trends sind, und auf die Wünsche der Gäste eingehen». Trotz all der Veränderungen und Herausforderungen, die die Branche mit sich bringt: Ein Hotel zu führen, ist für Bayard noch immer ihr Traumberuf. «Ich liebe vor allem den Kontakt zu den Menschen. Ich hatte während meiner Laufband schon sehr viele schöne und bereichernde Begegnungen.»

www.relaisbayard.ch

Digitalisierung

Massgeschneiderte Lösungen für die Hotellerie

Die am Pilotprojekt teilnehmenden Hotels erhalten ein individuelles Coaching – kostenlos.

Wie können Sie die neuen digitalen Werkzeuge geschickt in Ihr Unternehmen einbringen? Um die Tourismusbranche bei der Digitalisierung und den damit verbundenen Herausforderungen zu unterstützen, startet das Departement für Volkswirtschaft und Bildung mit der Hotellerie ein Pilotprojekt.

Neue Technologien gewinnen in der Hotellerie zunehmend an Bedeutung. Vom Buchungsklick bis zur Kundenbewertung am Ende des Aufenthaltes: Digitale Technologien sind fester Bestandteil des Geschäftsalltags – in der Beziehung zu den Gästen genauso wie in der internen Organisation des Hauses. Die digitale Welt bewegt sich sehr schnell und bietet eine Fülle von Möglichkeiten. Für Patrick Bérod, Direktor des WHV, «liegt die grösste Schwierigkeit in der Kenntnis und Auswahl der angebotenen Lösungen. Einige Hoteliers lassen sich entmutigen und verpassen den Anschluss. Aber das Wichtigste ist, auf den Digitalisierungszug aufzuspringen, denn nur so können wir heutzutage unsere Gäste erreichen und halten.»

Die Bedürfnisse der Branche

Auf den Zug aufspringen: ja – aber wie? Angesichts der Herausforderungen im Tourismus organisierte das Departement für Volkswirtschaft und Bildung Ende 2018 einen Runden Tisch, um die Bedürfnisse der betroffenen Interessengruppen zu diskutieren. Diese äusserten ihre Wünsche und Sorgen: Wohl geht die Digitalisierung mit Geschäftsmöglichkeiten einher – jedoch ist ihre Handhabung nach wie vor kompliziert und wirft Fragen zum Datenmanagement auf. Generell wissen die Tourismusfachleute um ihre Schwächen in diesem Bereich und möchten bei ihrer Entscheidungsfindung bezüglich digitaler Möglichkeiten unterstützt werden.

Hoteliers an vorderster Front

Nach diesem Meinungsaustausch hat der Dienst für Wirtschaft, Tourismus und Innovation (DWTI) vorgeschlagen, ein digitales Coaching-Projekt für Tourismusunternehmen zu starten, unterstützt vom Beratungsunternehmen CimArk und der HES-SO Wallis.

> *«In unserem Berufsstand erhalten wir viele Ratschläge. Was uns fehlt, sind die praktischen Mittel zu deren Umsetzung.»*
> Patrick Bérod, Direktor WHV

Der erste Schritt: Erstellen und Testen eines geeigneten Coaching-Konzepts für den Tourismus. «Diese Art von Unterstützung funktioniert in der Industrie sehr gut – es gilt zu klären, ob sie im Tourismus überhaupt sinnvoll umgesetzt werden kann. Durch die Digitalisierung werden alle Dienstleistungen des Unternehmensin Anspruch genommen - das ist eine sehr gute Gelegenheit, die Prozesse und den allgemeinen Gesundheitszustand des Unternehmens zu erörtern», erklärt Yvan Dénéréaz, wissenschaftlicher Mitarbeiter beim DWTI. Der Ansatz für das Hotelmanagement scheint fruchtbar zu sein – Patrick Bérod freut sich insbesondere über den Massnahmenkatalog, der sich daraus ergeben könnte. «Wir brauchen bedarfsgerechte, von Hoteliers erprobte Lösungen zu vereinbarten Pauschaltarifen. In unserem Berufsstand erhalten wir viele Ratschläge. Was uns fehlt, sind die praktischen Mittel zu deren Umsetzung.»

Überlege, bevor du handelst!

Das Pilotprojekt startet zum Ende des Jahres mit rund einem Dutzend Hoteliers. Das individuelle Coaching beginnt mit der Beurteilung der digitalen Situation des Hotels mittels «Digital Fitness» – einem durch die HES-SO Wallis entwickelten Tool. Anschliessend lotet der Coach mit dem Hotelier Verbesserungspotenziale aus. «Vor dem Eintauchen in die

technologischen Möglichkeiten ist es unerlässlich, eine Strategie und Ziele zu definieren. Die Digitalisierung ist ein Werkzeug, das man sinnvoll einsetzen muss», meint Jérôme Salamin, Projektleiter bei CimArk.

Gesucht: aktive Hoteliers!
Anschliessend geht es darum, geeignete Beratungs- oder Schulungsangebote zu kreieren, die das tägliche Leben der Tourismusakteure erleichtern. Salamin betont: «Dies ist die grosse Herausforderung dieses Projekts. In der Pilotphase ist deshalb entscheidend, dass sich die Hoteliers mit ihren Erfahrungen und Bedürfnissen aktiv einbringen, damit wir den Leistungskatalog entsprechend definieren und umsetzen.»

«Vor dem Eintauchen in die technologischen Möglichkeiten ist es unerlässlich, eine Strategie und Ziele zu definieren. Die Digitalisierung ist ein Werkzeug, das man sinnvoll einsetzen muss.»
Jérôme Salamin, Projektleiter bei CimArk

Für die Hoteliers, die hier freiwillig mitmachen, verspricht der Ansatz in zweierlei Hinsicht interessant zu sein: Sie profitieren kostenlos von Evaluation und Coaching und können gleichzeitig ein Instrument mitgestalten, das später für alle Tourismusakteure von Nutzen ist. Erste Teilnehmer testen bereits das Konzept – doch es hat noch Platz für weitere interessierte Hoteliers. Die gesamte Pilotphase wird von Kanton und Bund via die Stiftung The Ark finanziert: im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP).
Parallel zu diesem Coaching-Projekt im Wallis hat HotellerieSuisse eine weitere Initiative zur Förderung der Digitalisierung in der Hotellerie gestartet. Weitere Informationen finden Sie unter hotel.digital.

Eine tägliche sportliche Herausforderung

Freddy Böhlen, Direktor Hotel Paradis in Leukerbad

«Die Digitalisierung ist ein fester Bestandteil unseres Lebens, ob es uns gefällt oder nicht. Auch wenn ich mich seit 20 Jahren selbst um alle digitalen Aspekte meines Hotels kümmere, finde ich: Es wird immer sportlicher und anspruchsvoller. So erfordern z.B. die Programme, mit denen ich arbeite, ständig Updates, die ich nicht ausgewählt habe. Dabei habe ich immer den Eindruck, mit allem im Rückstand zu sein. Wenn man etwa 20 Programme hat, die man täglich betreuen und anpassen muss, nimmt das viel Zeit in Anspruch – zumal das ja nicht meine Hauptaufgabe ist.
Ich freue mich auf die Teilnahme an diesem Pilotprojekt: In der jetzigen Phase muss ich mit einem Experten eine Bestandsaufnahme durchführen, um den aktuellen Stand zu erkennen und um effizientere und einfachere Lösungen zu finden. Im Wallis haben wir ein weiteres Problem: Es gibt in der Tourismusbranche zu viele Schnittstellen und Systeme. Jeder kocht seine eigene digitale Suppe. Der Kanton könnte uns nun helfen, eine Lösung zu finden, die allen Destinationen zugutekommt.»

Welche Entscheidungen sollte ich im digitalen Dschungel für mein Hotel treffen? Ziel des digitalen Coaching-Projekts ist es, Tourismusunternehmen bei ihrer Wahl zu unterstützen.

Digitalisierung in meinem Hotel: *die* Gelegenheit zur Bestandsaufnahme

Möchten Sie eine Bestandsaufnahme Ihrer Situation und Ihrer digitalen Ressourcen vornehmen? Ihre Erfahrung interessiert uns und könnte uns helfen, die richtigen Werkzeuge für die gesamte Hotellerie zu finden.

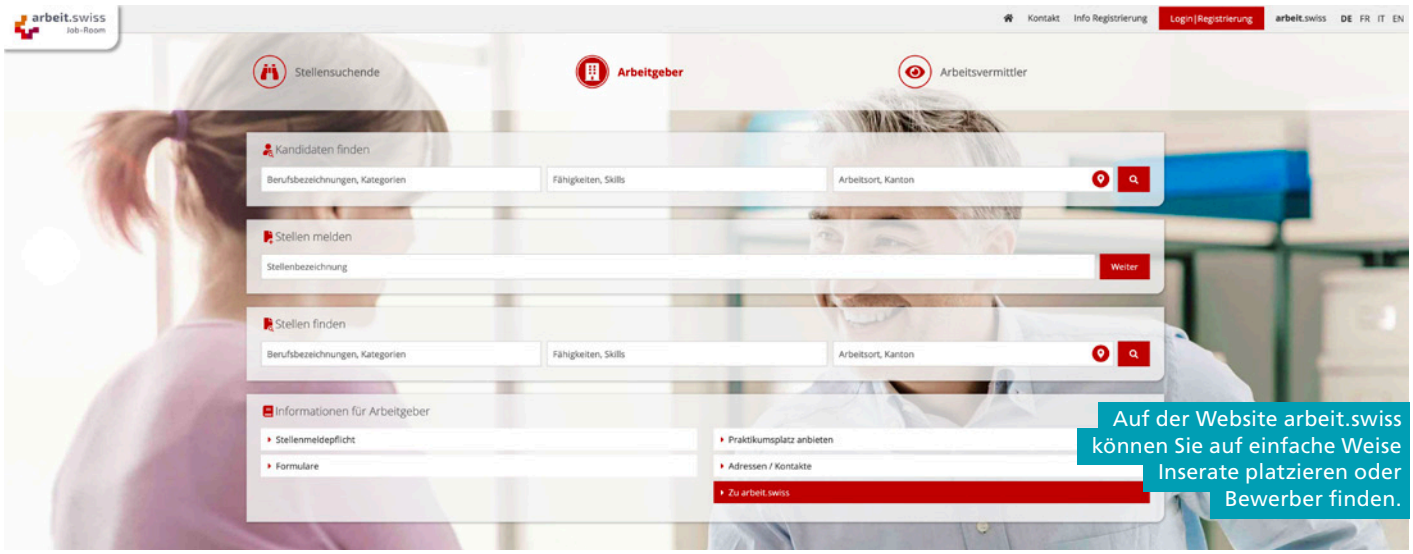
Interessiert?

Beteiligen Sie sich kostenlos am Pilotprojekt «Digital Coaching».

Wenden Sie sich bitte an den Walliser Hotelier-Verein, info@vs-hotel.ch, 027 327 35 10.

Stellenmeldepflicht

Konstruktive Zusammenarbeit mit den RAV



Auf der Website arbeit.swiss können Sie auf einfache Weise Inserate platzieren oder Bewerber finden.

Seit eineinhalb Jahren müssen Hoteliers offene Stellen bei den regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV) melden. Für Fragen oder Unklarheiten können sie sich an die Ansprechpartner in ihrer Region wenden.

Die Stellenmeldepflicht verpflichtet die Hotellerie zur systematischen Zusammenarbeit mit den RAV. Diese Partnerschaft funktioniert insgesamt gut und erweist sich im Wallis als erfolgreicher als anderswo: Unsere RAV schaffen es, 18% der gemeldeten Stellen zu besetzen – doppelt so viele wie im nationalen Durchschnitt.

Die Stellenmeldepflicht ist jedoch verbindlich. Der Arbeitgeber muss 5 Tage warten, bevor er seine Anzeige auf einem anderen Kanal veröffentlicht – für all jene, die einen Mitarbeiter kurzfristig ersetzen müssen, eine allzu lange Zeit. Andererseits wird er Mühe haben, bei den RAV passende Interessenten zu finden, wenn er seine Saisonstellen zu früh einplant.

«Anzeigen im Juli für Dezember zu schalten, wenn bereits alle potenziellen Mitarbeiter im Einsatz sind, funktioniert nicht – vor allem nicht in einem Umfeld mit generell besonders niedriger Arbeitslosenquote», bestätigt David Fellay, Leiter Öffentliche Arbeitsvermittlung bei der Dienststelle für Industrie, Handel und Patente.

In manchen Fällen beschweren sich Hoteliers darüber, Bewerbungsdossiers zu erhalten, die zu weit von ihren Erwartungen entfernt sind. Fellay weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass das nicht absichtlich passiere: «Die Anweisungen an unsere Berater sind klar – wir senden nur dann Unterlagen an Arbeitgeber, wenn sie dem Anforderungsprofil entsprechen. Wenn wir keinen geeigneten Kandidaten haben, verzichten wir darauf.»
Fellay ruft in Erinnerung, dass die Inserate ebenfalls für alle Arbeitssuchenden in der ganzen Schweiz zugänglich sind. Jeder registrierte Arbeitslose kann auf eine Anzeige reagieren, ohne seinen RAV-Berater zu konsultieren. Es ist also durchaus möglich, dass individuelle und unpassende Bewerbungen die Hoteliers erreichen.
Auf jeden Fall empfiehlt Fellay den Hoteliers, den direkten Dialog mit den zuständigen Mitarbeitern ihres regionalen RAV zu suchen. «Diese Zusammenarbeit ist für beide Seiten wichtig. Und wir stehen ihnen für Fragen jederzeit gerne zur Verfügung.»

Kontrollen und Bussen ab 2020

Der Staat wird die Kontrollen regeln und diese ab 2020 systematisch durchführen. Er wird Unternehmer bestrafen, die der Meldepflicht und deren gesetzlichen Bestimmungen nicht nachkommen, wie z.B. die Veröffentlichung auf anderen Kanälen in weniger als 5 Tagen oder die missbräuchliche Anwendung von 14 Tage-Verträgen.

So melden Sie eine Stelle beim RAV

- die Stellenbeschreibung und die Anforderungen via Online-Formular von arbeit.swiss oder direkt beim RAV Ihrer Region bekanntgeben (per E-Mail, telefonisch oder persönlich)
- 5 Arbeitstage warten, bevor Sie Ihre Stellenanzeige über andere Kanäle veröffentlichen (RAV hat Vorrang)

Keine Stellenmeldepflicht besteht, wenn...

- die betreffende Stelle nicht auf der Liste der meldepflichtigen Berufsarten steht
- die Stelle mit einer Person besetzt wird, die seit mindestens 6 Monaten im Betrieb arbeitet
- die Stelle mit einem Familienmitglied besetzt wird
- das Engagement nicht länger als 14 Tage dauert
- der Arbeitgeber selber beim RAV registrierte Stellensuchende findet und anstellt – deren Profile sind auf arbeit.swiss publiziert

Nachhaltige Energie

«Hoteliers sehen in der Ökologie eine Bedrohung»

Das aus Strohballen gebaute Hotel von Louis Papadopoulos zeichnet sich durch eine hervorragende Dämmung aus.

Die nachhaltige Entwicklung in der Schweizer Hotellerie schreitet nur langsam voran – zu langsam. Aber warum? Louis Papadopoulos, Pionier der Hotelökologie und Eigentümer des Maya Boutique Hotels, gibt Antworten.

Der Dachverband HotellerieSuisse ist sich einig: Laut einem im Jahr 2015 veröffentlichten Bericht werden bezüglich nachhaltiger Hotelentwicklung durchaus Fortschritte erzielt – jedoch im Schneckentempo.
Die Treibhausgas-Emissionen sinken zwar seit 2008, jedoch zu wenig stark, um die vom Bund und den Kantonen in ihren Energiestrategien festgelegten Klimaziele zu erreichen.
Ebenso bei den erneuerbaren Energien: Sie machen 2013 rund einen Viertel des Verbrauchs aus, aber auch hier besteht ein enormes Verbesserungspotenzial. Keine oder nur sehr geringe Fortschritte werden beim Energieverbrauch pro Übernachtung festgestellt.

Louis Papadopoulos, warum diese Schwerfälligkeit?
Die Hoteliers empfinden das Thema Nachhaltigkeit als Belastung. Sie sehen sich verpflichtet und gezwungen, klimafreundlich aufzutreten, und fühlen sich als die Bösen, wenn sie nicht «grün» handeln. Es ist natürlich einfacher Fortschritte zu erzielen, wenn diese Entwicklung als Chance wahrgenommen wird statt als Pflicht.

… welche Chance denn?
Die Gästeerfahrung. In den Köpfen der Menschen ist Ökologie gleichbedeutend mit einem Komfortverlust – zu Unrecht. Ein umweltfreundliches Hotel soll auch komfortabel sein. Bei uns kommt Wärme von überall her, Fremdbelüftung brauchen wir keine, was sehr angenehm ist, die Verwendung regionaler Produkte verringert den Transport. Dies alles spürt der Gast – und er weiss es zu schätzen. Denn er ist überzeugt, sich auf seiner Ebene am Klimaschutz zu beteiligen.

Der Walliser Hotelpark ist ziemlich veraltet. Es ist schwierig, Energiemassnahmen an Gebäuden vorzunehmen, die 30, 40 oder 50 Jahre alt sind …
Das ist richtig. Dennoch gibt es eine ganze Reihe sofortiger und einfacher Massnahmen, die sich umsetzen lassen. Ich empfehle die Politik der kleinen Schritte. Das Auswechseln konventioneller Glühbirnen durch LED-Leuchtkörper ist sehr einfach. Innerhalb von zwei Jahren ist die Investition amortisiert, und der Hotelier spart Geld.
Ein weiteres Beispiel: Manche Hotels bieten ihren Gästen nach dem Vorbild der 5*-Betriebe Pantoffeln an. Diese werden einmal getragen und dann entsorgt. Gleiches gilt für kleine Shampoo- oder Seifenflaschen. Der Kunde öffnet sie, schnuppert am Duft und wirft sie weg. Dasselbe passiert mit den industriellen Konfitüre-Portionen.
Dies alles landet im Abfall und ist schrecklich teuer, vor allem seit der Einführung der Gebührensäcke. Einfache Seifen- oder Shampoo-Spender, waschbare Pantoffeln und Konfitüre in Glasbehältern beugen der Verschwendung vor – und sorgen zugleich für erhebliche Einsparungen. Diese einfachen Massnahmen kann jeder umsetzen, und zwar sofort.

Das grüne Vorbild

Das 2012 erbaute Maya Boutique Hotel in Nax wird in der ganzen Schweiz und Europa als ökologisches Vorbild in der Hotelpraxis genannt. Einige Highlights:

- Strohballenkonstruktion, die hervorragend dämmt und das Wohlbefinden der Bewohner fördert: Die Produktion ist lokal und der Energieverbrauch sehr gering – und das Stroh speichert das klimaschädliche CO_2.
- Heizung und Warmwasserbereitung durch die Wärmerückgewinnung eines Holzofens (40%) und thermische Solarkollektoren (40%) – eine Wärmepumpe und Netzstrom liefern die restlichen 20%.
- 100%ige Beleuchtung durch LED-Leuchten: Bewegungsmelder sorgen für die richtige Beleuchtung zum richtigen Zeitpunkt.
- kostenloser Verleih von Elektroautos für lokale Reisezwecke der Gäste.

www.maya-boutique-hotel.ch

Polsterarbeiten – konventionell oder modern

Ihre Stilfauteuils und Sofas in neuem Glanz (und Design)

Das junge Natischer Unternehmen Uniquechair polstert Ihre ausgesessenen Fauteuils und Sofas neu – gemäss Ihren Wünschen exakt so, wie sie einst ausgesehen hatten, oder aber modern bis überraschend anders.

Polstermöbel gehören in vielen Hotels zur bewährten Einrichtung – sei es im Hotelzimmer, in der Lobby oder auch im Restaurant. Polster vermitteln Gemütlichkeit und Gastfreundschaft: Sie laden zum Verweilen ein.

5'000 unterschiedliche Stoffe

Wenn sich mit der Zeit das Polster durchsitzt oder abwetzt, stellt sich die Frage: frisch beziehen oder neue Möbel kaufen? Für Uniquechair ist klar: neu polstern! Denn je nach Polsterwahl sind die alten Möbel nicht wiederzuerkennen. Das Natischer Unternehmen hat 5'000 verschiedene Stoffe in der Auswahl – vom konventionellen Samt bis zum modernen, bunt bedruckten Tuch – oder sogar Sitzbezüge aus recycelten PET-Flaschen oder recycelter Wolle.

Hotel-Logo auf dem Sitzbezug

Je nach Wunsch des Auftraggebers lässt Uniquechair Möbel im einstigen Glanz auferstehen – oder gibt ihnen einen rundum neuen Auftritt. «Wir sticken auch das Logo des Hotels oder einen Spruch in den Sitzbezug ein», sagt Geschäftsführer Sandro Verasani. «Oder benutzen auch einmal den Bunsenbrenner für das Bearbeiten des Holzgestells, damit es einzigartig aussieht.»
Neben der Neupolsterung von Stilfauteuils und Sofas bietet Uniquechair auch edle Plissée-Faltstoren nach Mass – die ideale Ergänzung zu stilvollen Möbeln, die für Ambiance und eine angenehme Akustik sorgen. «Ausser Bodenlegearbeiten bieten wir alles rund um Innendeko an», sagt der gelernte Innendekorateur Verasani.

> *«Wir tüfteln stets an Neuem – und benutzen auch einmal den Bunsenbrenner für das Bearbeiten des Holzgestells.»*
> Sandro Verasani, Geschäftsführer Uniquechair

Ein Polster aus modernem Stoff verleiht einem alten Fauteuil ein völlig neues Aussehen. Uniquechair renoviert alte Polster nach Wunsch: so wie früher – oder rundum anders.

Individuell beraten und bedient

Ob Restauration eines einzelnen Stuhls oder rundum Neugestaltung von Räumen: «Die persönliche Beratung ist das A und O», sagt Verasani. Bei grösseren Aufträgen nimmt er einen Augenschein vor Ort, bespricht verschiedene Möglichkeiten mit dem Hotelier und nimmt die Masse. Die aufzufrischenden Möbel – auch Einzelstücke – holt Uniquechair im Hotel ab und bringt sie aufgefrischt zurück.
Ein gewöhnlicher Auftrag dauert je nachdem 1–2 Monate. Doch nicht immer kann ein Hotel so lange ohne Möblierung auskommen. «Unser bisher spannendster Auftrag betraf ein Tea-Room: Alle Stühle und Sitzbänke sollten neu bezogen werden – das Tea-Room war aber immer voll! Wir konnten also immer nur einen Teil der Stühle und Sitzbänke mitnehmen, diese möglichst rasch neu polstern und zurückbringen», erzählt Verasani.
Nach 2 Wochen erstrahlte das Tea-Room in neuem Glanz – ohne einen einzigen zusätzlichen Ruhetag!

WHV-VORTEIL
10% Rabatt

WHV-Vorteil: 10% Rabatt

Mitglieder des Walliser Hotelier-Vereins profitieren von einem Rabatt von 10% auf das gesamte Angebot: Renovation alter Sessel und Sofas, Neuanfertigung, Plissée und Beratung – im Webshop wie auch im Laden vor Ort.

Uniquechair AG
(inkl. Laden und Ausstellung)
Furkastrasse 33, 3904 Naters
info@uniquechair.ch
079 961 70 80

Webshop
www.uniquechair.ch

Leinenweberei Bern AG®
Tissage de Toiles Berne SA
Qualität seit 1917

Hotelwäsche

Ein Schweizer Unternehmen webt seine Leinen

Seit mehr als 100 Jahren liefert die Leinenweberei Bern AG hochwertige Schweizer Wäsche an Hoteliers. Auf der Visitenkarte stehen zwei wesentliche Werte: Kundennähe und individuelle Beratung – angepasst an die Bedürfnisse jedes Einzelnen.

Das Unternehmen beherrscht sämtliche Produktionsschritte.

Das Wallis schätzt Yohan Bugnon, Verkaufsleiter der Leinenweberei, besonders. Der Reichtum und die Vielfalt des Angebots stellen ihn täglich vor neue Herausforderungen – und er stellt sich diesen mit Freude. «Alle Hoteliers haben spezifische Bedürfnisse, aber im Wallis ist das noch ausgeprägter als anderswo.» Bugnon erwähnt unter anderem Berghütten, die bügelfreie Wäsche verlangen.

Ebenso erwähnenswert ist die Bandbreite: von Einstiegsbetrieben, die leichte und preiswerte Bettwäsche wünschen, bis 5*-Hotels, die bei der Qualität keine Kompromisse eingehen. «Die Walliser Hotellandschaft ist facettenreich und vielfältig, was in Grossstädten nicht unbedingt der Fall ist. Es gilt, miteinander zu reden, sich auszutauschen, neue Ideen einzubringen ... Letztendlich gelingt es uns, genau das zu bieten, was der Kunde wünscht – mit einem ausgewogenen Preis/Leistungs-Verhältnis.»

Beratung vor Ort

Nebst Flexibilität und Anpassungsfähigkeit steht auf der Visitenkarte der Leinenweberei in goldenen Buchstaben die Kundennähe. Fernab von der Anonymität grosser internationaler Konzerne baut das Unternehmen auf die direkte Präsenz vor Ort. «Wir verfügen über zwölf Vertreter in der ganzen Schweiz. Innerhalb weniger Stunden sind sie vor Ort und können direkt auf Kundenanfragen eingehen», erklärt Yohan Bugnon.
Es gibt keine Vermittler. Das Unternehmen kontrolliert die gesamte Produktionskette. Während andere nach Asien verlagern, um Kosten zu sparen, hat sich die Leinenweberei Bern AG entschieden, mit Webereien in Europa zusammenzuarbeiten und überwiegend in der Schweiz zu produzieren.

Damit kommen wir zur Nachhaltigkeit, ein wesentlicher Aspekt für das Berner Haus. Langlebigkeit, Rückverfolgbarkeit, Verwendung von Rohstoffen aus sozial verantwortlicher Produktion, auf ein Minimum reduzierter Transport: Die ökologische Verantwortung zieht sich durch alle Bereiche des Unternehmens.

Extra fürs Wallis: Mietwäsche

Die Leinenweberei Bern AG hat unlängst ein neues Angebot speziell für das Wallis lanciert. Es ist für Heimtextilien das, was Leasing für Autos ist. Hoteliers und Gastwirte können ihre Leintücher, Servietten, Tischdecken, Frottier- und Badezimmerwäsche sowie Decken finanzieren lassen.

Die Leinenweberei stellt die Kontakte her mit den lokalen Partnern und betreut diese. Darunter findet man z.B. die Wäschereien der Walliser Stiftung für Menschen mit einer geistigen Behinderung, deren Angebot auf kleine Betriebe abgestimmt ist.

Kostenlose Kompetenzen für die Walliser Hoteliers

Möchten Sie wissen, ob Ihre Hotelwäsche noch tauglich ist oder eine Erneuerung angebracht wäre, was Sie sonst verbessern und kostengünstiger gestalten können? Die Leinenweberei bietet den Hoteliers des WHV einen halben Tag lang kostenloses Fachwissen und Beratung. Ziel: Die richtigen Produkte mit den richtigen Massen anbieten. Beispielsweise kann zu grossformatige Wäsche die Hotelkosten stark belasten.

Möchten Sie dieses Angebot nutzen? Kontaktieren Sie Verkaufsleiter

Yohan Bugnon
079 137 83 37
yohan.bugnon@lwbern.ch

Von **Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse**

HotellerieSuisse

Erfolge durch Zusammenarbeit

Das Jahr 2019 war geprägt von wichtigen Errungenschaften, die wir zusammen mit den Regionalverbänden erarbeitet haben. Um die kommenden Herausforderungen für die Tourismusbranche anzugehen, braucht es weiterhin eine starke gemeinsame Vision und eine intensive Zusammenarbeit auf allen Ebenen.

Die Delegierten von HotellerieSuisse haben vor drei Jahren eine gemeinsame Vision verabschiedet. Seither positioniert sich HotellerieSuisse mit den rund 3000 Mitgliedern als Verband der innovativen und nachhaltigen Beherbergungsbetriebe. Um der Vielfältigkeit der Branche sowie den unterschiedlichen Bedürfnissen der Hotellerie gerecht zu werden, zählt die nationale Geschäftsstelle auf die enge Zusammenarbeit mit den 13 Regionalverbänden und deren Geschäftsstellen und den über 60 Mandatsträgern aus allen Regionen – darunter auch das Wallis.

Gemeinsames Ziel ist es, die vielfältigen Interessen der Branche zu bündeln und auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen. Der Verband will die Hotellerie mit neuen Ideen wegweisend und inspirierend unterstützen und sie gestalten, beleben und verbinden – auch auf politischer Ebene. Und diesbezüglich haben wir in diesem Jahr viel erreicht.

Besonders hervorzuheben ist dabei, dass im Rahmen der Standortförderung Kürzungen rückgängig gemacht werden konnten, die in den letzten Jahren vom Bundesrat bei Schweiz Tourismus durchgeführt worden waren. Dadurch sind nun finanzielle Mittel verfügbar, die unter anderem für Schweiz Tourismus-Kampagnen wie «Win-back Europe» eingesetzt werden. Diese zielt auf die nachhaltige Rückgewinnung europäischer Gäste ab. Von solchen Kampagnen profitiert gerade das Wallis, da neben den Schweizern insbesondere europäische Gäste in dieser Region übernachten. Solche gemeinsamen Erfolge motivieren und stärken uns, kommende Herausforderungen anzugehen.

Im nächsten Jahr haben wir uns unter anderem folgende Ziele gesetzt:

Nein zur Kündigungsinitiative

Voraussichtlich im Mai 2020 findet die nationale Volksabstimmung über die Kündigungsinitiative statt, welche die Personenfreizügigkeit mit der EU beenden will. Die Tourismusbranche ist von dieser Initiative stark betroffen:

1. Bei Annahme der Initiative würden die wirtschaftlich bedeutenden Bilateralen Verträge mit der EU hinfällig werden, was schwerwiegende wirtschaftliche Folgen für die Wirtschaft und den Schweizer Tourismus hätte.
2. Auch das touristisch bedeutende Schengen-Abkommen droht wegzufallen – mit zu erwartenden jährlichen Umsatzeinbussen im Schweizer Tourismus von bis zu einer halben Mia. Franken.
3. Der Wegfall der Personenfreizügigkeit hätte eine akute Verschärfung des Fachkräftemangels in der Branche zur Folge.

Für den Tourismus und die Berggebiete steht daher viel auf dem Spiel, weshalb sich HotellerieSuisse mit anderen Tourismusakteuren aktiv an der Abstimmungskampagne gegen die Kündigungsinitiative beteiligen will.

Verstärkte Zusammenarbeit

Des Weiteren intensivieren wir bei HotellerieSuisse die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalverband und den Regionalverbänden.
Dazu gehören diese 3 Projekte:

- Top-Ausbildungsbetrieb
  Die Pilotphase des Projekts mit Lehrbetrieben im Kanton Graubünden hat zum Ziel, ein nationales System zur Auszeichnung der Betriebe als Top-Ausbildungsbetrieb einzuführen. Damit soll Lehrabbrüchen und Branchenwechsel von Fachkräften entgegengewirkt, die Suche nach guten Lehrbetrieben erleichtert und das Image der Betriebe gesteigert werden.

- Quereinsteiger
  Dieses Projekt startet in Zürich und hat zum Ziel, durch eine zielgruppenorientierte Kampagne eine hohe Aufmerksamkeit auf die Quereinsteiger-Möglichkeiten unserer Branche zu erreichen und Interessierte von massgeschneiderten und attraktiven Formaten zu überzeugen.

- Fringe Benefits
  Dieser Begriff steht für Sachleistungen des Arbeitgebers – Produkte oder Dienstleistungen –, die den Arbeitnehmern unentgeltlich oder verbilligt zur Verfügung gestellt werden. In der Pilotphase wird das Projekt gemeinsam mit dem Hotelier-Verein Berner Oberland gestartet und hat zum Ziel, dass Mitarbeitende der teilnehmenden Betriebe von gegenseitigen Vergünstigungen profitieren können. Neben der Attraktivitätssteigerung der Branche sollen dadurch die Kenntnisse der Mitarbeitenden in Bezug auf die Destination und deren Angebote verbessert und die Vernetzung unter den Mitarbeitenden gefördert werden.

Nutzen wir die Vielfalt unserer Branche gemeinsam als Stärke – auf ein spannendes 2020!

Lebensmittelabfälle

Wie wäre es, die Verschwendung zu bekämpfen?

Die Rückgabe nicht fertig gegessener Speisen macht 50% der Lebensmittelabfälle aus.

Mit einfachen Massnahmen in der Küche können Sie die Lebensmittelabfälle um 30% und die Kosten um 3% reduzieren. Ein Ansatz, der Umwelt und Geldbeutel schont.

In der Schweiz werden ausser Haus jedes Jahr 290'000 Tonnen vermeidbare Lebensmittelabfälle produziert. Sie stammen zumeist aus Überresten von Tellern oder Buffets und aus der Überproduktion von Lebensmitteln. Nach Berechnungen des Bundesamtes für Umwelt kostet jedes Kilogramm organische Abfälle 24 Franken. Das Einsparpotenzial für die Hotellerie ist somit sehr hoch.

Darüber hinaus verhalten sich Bevölkerung und Konsumenten – das zeigten die Resultate der letzten Parlamentswahlen – immer sensibler gegenüber Umweltfragen und fordern konkrete Schritte in diesem Bereich. HotellerieSuisse arbeitet seit mehreren Jahren mit United Against Waste zusammen, um das Bewusstsein der Mitglieder zu schärfen und ihnen bei der Lösungssuche zu helfen.

«Weniger Verschwendung, nicht weniger Qualität!»

Christian Ecoeur, Berater bei United Against Waste

Wo kann ein Hotelier die Verschwendung von Lebensmitteln vermeiden?
Hauptsächlich in zwei Bereichen: Produktion und Menge. Durch die Optimierung der Planung und der Kochmethoden kaufen Sie weniger ein – dadurch gewinnen Sie Zeit, Qualität und Frische. Nach wie vor besteht die Tendenz, zu grosse Portionen zu berechnen, obwohl die Menschen weniger, dafür besser essen wollen. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, die nichts kosten und einen Mehrwert bieten – wie z.B. die richtige Abfallentsorgung. Um loszulegen, ist lediglich Wille gefragt.

Wie muss man vorgehen, vieviel Zeit und Geld investieren?
Das Coaching von United Against Waste hat sich gut bewährt. Anhand der Analyse der Abfallproduktion eines Betriebes werden die Problemquellen identifiziert und Lösungen erarbeitet. Der Zeitaufwand beträgt 15 Minuten täglich während eines Monats, einschliesslich eines halbtägigen Workshops. In der Regel reduziert der Betrieb nach 6-monatiger Praxis seine organischen Abfälle um gut ein Drittel und spart 2–3% beim Wareneinkauf. Das individuelle Coaching kostet ab CHF 2'000.– und ein ritzy-Kurs CHF 50.–.

Ungeachtet der «grünen Welle» ist das Interesse der Walliser Hotels an diesem Thema äusserst gering. Warum?
Das ist unverständlich. Das Wallis liegt wie die Westschweiz in diesem Bereich um Jahre zurück. Wir sind überwältigt von den Anfragen der Deutschschweizer Hoteliers, aber im Wallis bewegt sich nichts. 80% der Hotels befinden sich in finanziellen Schwierigkeiten und sparen zuerst häufig an der Qualität ihrer Dienstleistungen. Würden sie ihre Verschwendung reduzieren, könnten sie ihre Kosten senken und die Organisation optimieren.

Handlungsmöglichkeiten

- **Fachkurs «Lebensmittelabfälle vermeiden»**: organisiert auf Anfrage in Ihrer Destination von der ritzy-Weiterbildung
- **Coaching United Against Waste**: individuelle Analyse und Massnahmen für Ihren Betrieb. Kontakt: Christian Ecoeur 079 402 95 00
- **Online-Hilfen**: Leitfaden und Tipps verfügbar auf united-against-waste.ch – die Apps «Food Save» und «Waste Tracker» helfen Köchen bei der täglichen Abfallentsorgung (Download im Play Store)

P.P.
CH-1950 Sion 1
LA POSTE DIE POST LA POSTA

Unter uns...

Welche Zukunft für unseren Arbeitgeberverband?

Wir stellen ein zunehmendes Desinteresse der Mitglieder am Walliser Hotelier-Verein (WHV) fest. Alle sind unter ständigem Druck – sei es bei den Pflichten im Rahmen der Betriebsführung oder bei den immer strengeren Rechtsvorschriften, mit denen sie konfrontiert werden.

Der WHV-Vorstand hat deshalb beschlossen, eine Arbeitsgruppe einzusetzen, um die Bedürfnisse der Mitglieder-Hoteliers zu analysieren und reflektieren. Diese soll aus jungen Hoteliers im Alter von 24 bis 44 Jahren sowie Vertretern der verschiedenen Kantonsregionen bestehen. Sie wird in der ersten Jahreshälfte 2020 aktiv sein – bei Bedarf auch länger. Die Schlussfolgerungen werden anschliessend dem Kantonalvorstand präsentiert, die Umsetzung an der Generalversammlung 2021 vorgestellt.

Auf diese Weise wird der WHV gewappnet sein, um sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen und 2022 den Übergang vom alten zum neuen Team konsequent, reibungslos und zukunftsorientiert zu vollziehen.

HotellerieSuisse führt in Zusammenarbeit mit den Regionalverbänden ebenfalls Überlegungen durch, um einen neuen Dienstleistungskatalog zuhanden seiner Mitglieder zu erstellen. Diese Dienstleistungen werden an der Winter-Delegiertenversammlung 2020 vorgestellt.

Damit haben wir an allen Fronten und auf allen Ebenen die Hoteliers und Mitglieder wieder ins Zentrum unserer Bemühungen gestellt, was letztlich unsere einzige Daseinsberechtigung ist – und das ist gut so.

Patrick Bérod
Direktor WHV

Neuigkeiten

Eine vielversprechende Wintersaison

Die Wintersaison 2019/20 sollte dem Schweizer Tourismus zugutekommen. Das meinen zumindest die Ökonomen der Konjunkturforschungsstelle KOF. Bei durchschnittlichen Wetterverhältnissen erwartet das Institut für diesen Winter einen Anstieg der Übernachtungen um 2,1%. In den Bergregionen werden die höchsten Wachstumsraten in Graubünden und im Wallis erwartet. Aufgrund dieser optimistischen Winterprognose und der soliden Performance des vergangenen Sommers erwartet die KOF für die Jahre 2019 und 2020 einen Anstieg der Übernachtungen um 1,8%.

Einfach zum eigenen Video

Man findet es überall, in den sozialen Netzwerken wie auch auf Websites: das Video. Es ist zum unverzichtbaren Kommunikationsmittel geworden. Wie stellt man ein qualitativ hochwertiges Video her? In einem ritzy*-Seminar erlernen Sie die Praxis mit einem professionellen Regisseur. So erhalten Sie die Gelegenheit, hinter der Kamera zu stehen, Ihre Marketingziele in eine audiovisuelle Kommunikationsstrategie überzuführen und die Grundlagen der Produktion zu beherrschen. Anmeldung auf **ritzy.ch**

Neues Erscheinungsbild für HotellerieSuisse

Der Dachverband der Hotellerie hat in diesem Jahr sein Logo und Image geändert. Er wollte damit seine Identität erneuern und gleichzeitig die Werte reflektieren, die ihn auszeichnen: Menschlichkeit, Zuverlässigkeit und visionärer Geist. Der Schriftzug der Marke wurde für die optimale Lesbarkeit im digitalen Umfeld angepasst. Ab Frühjahr 2020 wird den Mitgliedern zudem eine völlig neue Plattform zur Verfügung stehen. Den neuen Look mit allen Details finden Sie auf **hotelleriesuisse.ch/branding/de**

Herausgabe: Walliser Hotelier-Verein
Rue Pré-Fleuri 6, 1950 Sitten, Tel. 027 327 35 10, Fax 027 327 35 11
info@vs-hotel.ch – www.vs-hotel.ch – www.booking-valais.ch
Texte: M. Biaggi, G. Hagmann, M. Holzner, C. Pralong **Grafische Gestaltung:** Invisu Design