



Digitalisierung Neues Programm für den Tourismus

2 **Porträt**
Benoît Caloz, Castel de Daval

3 **Schwerpunkt**
Digitourism –
massgeschneiderte
Unterstützung

4 **Praxis-Tipps**
Die Geste der Hotelgäste
zugunsten des Klimas

6 **Gemeinsam**
GV in Leukerbad



Die Hoffnung stirbt zuletzt!

Diese Pandemie und ihre Auswirkungen belasten nun schon seit über einem Jahr. Deren Folgen für unsere Hotels und Mitglieder machen sich deutlich bemerkbar: Viele zehren seit nunmehr über einem Jahr von ihren Reserven.

Ungeachtet all unserer Bemühungen auf der politischen Ebene haben wir nur wenig Hilfe erhalten, und die Mittel fliessen spärlich. Selbst Anträge auf Härtefall-Beihilfen werden schleppend bearbeitet – wenn überhaupt. Diese Situation ist äusserst unbefriedigend. Obwohl wir unsere Forderungen klar und deutlich zum Ausdruck brachten, erzielten diese keine grosse Wirkung.

Ungeachtet all unserer Bemühungen auf der politischen Ebene haben wir nur wenig Hilfe erhalten, und die Mittel fliessen spärlich.

Einige Betriebe können sich gut behaupten, andere arbeiten sogar besser als in den vergangenen Jahren. Die Situation ist von Destination zu Destination und von Betrieb zu Betrieb sehr unterschiedlich. Daraus ergeben sich leider auch dramatische Schicksale – es kommt vor, dass die Arbeit eines ganzen Lebens zunichtegemacht wird.

Hoffen wir auf bessere Zeiten. Meine Erwartungen sind klar auf der Strecke geblieben.

Die Hoffnung stirbt zuletzt – heisst es. Geben wir diese Hoffnung nicht auf! Ich wünsche Ihnen einen erfreulichen Saisonabschluss.



Markus Schmid
Präsident WHV

Covid & cie

Rose und Kaktus

In den vergangenen Monaten hatten einige Entscheide Auswirkungen auf unsere Branche – im Guten wie im Schlechten. Werfen wir einen Blick zurück auf jene Punkte, die uns geärgert (Kaktus) oder gefreut (Rose) haben.



An den Bundesrat, weil er das Rahmenabkommen mit der Europäischen Union platzen liess.

Absolut unverständlich und dramatisch: Im Mai hat der Bundesrat die Verhandlungen zum Rahmenabkommen mit der Europäischen Union zum Scheitern gebracht. Dabei hängt unsere Branche stark von den bilateralen Abkommen ab – insbesondere im Bereich der Personenfreizügigkeit. Die gegenwärtigen Erleichterungen für das Einstellen von Personal aus dem EU-Raum werden voraussichtlich ausgesetzt, was den Fachkräftemangel weiter verschärft. Auch die Reisefreiheiten und die Qualität der Verkehrsverbindungen für unsere europäischen Gäste werden darunter leiden. Es ist unumgänglich, dass die Schweiz ihre vertraglichen Beziehungen mit der EU wiederaufnimmt.



An den Walliser Staatsrat, der sich bei den Unterstützungshilfen im Zusammenhang mit dem Coronavirus grosszügiger zeigte als der Bundesrat.

Der Bund verlangte Umsatzeinbussen von 40 %, um in den Genuss eines A-fonds-perdu-Beitrags zu kommen, während die Walliser Regierung einen tieferen Schwellenwert ansetzte. Die Beihilfe wurde nämlich auf der Grundlage eines Rückgangs von 30 % im Verhältnis zum Durchschnitt der Jahre 2018 und 2019 gewährt. Eine willkommene Geste, die es vielen Unternehmen ermöglichte, wenigstens ihre Fixkosten zu decken.



An die Dienststelle für Berufsbildung (DB) für die organisatorische Überarbeitung der Lehrlingsausbildung im Hotel- und Gastgewerbe.

Angesichts der Rekrutierungs- und Beschäftigungsprobleme während der Pandemie hatte die DB die gute Idee, die Lehrpläne für die sechs Ausbildungen der Branche zu optimieren. Die Lernenden absolvieren das erste Jahr in der Schule, bevor sie ins duale System wechseln. Die Formel fand so grossen Anklang, dass sie nun endgültig eingeführt wird. Daraus ergibt sich eine Win-Win-Situation: Die Jugendlichen erhalten Zeit, die Grundkenntnisse des jeweiligen Berufes zu erlernen und zuerst die nötige Reife zu erlangen. Andererseits steht dem Arbeitgeber rascher ein leistungsfähigerer Lehrling zur Verfügung, und das während nur zwei Jahren, dafür mit weniger kursbedingten Absenzen.



An alle Hoteliers, die sich in dieser schwierigen Zeit nicht unterkriegen lassen, trotz allem positiv bleiben und die Verbundenheit zu ihren Gästen weiterhin pflegen.



Benoît Caloz, Castel de Daval



«Ich habe die Leidenschaft für die Gastfreundschaft entdeckt»

Er hat zwar nicht den klassischen Hotelier-Werdegang absolviert, aber er lernt schnell. Innert drei Jahren ist es Benoît Caloz gelungen, aus dem Castel de Daval im Herzen des Familienweinguts eine beliebte Weintourismus-Destination zu machen.

Benoît Caloz ist in einer Bauernfamilie aufgewachsen. Schon seit fünf Generationen baut die Familie Caloz in Siders auf dem Daval-Hügel Weinreben, Obstbäume und Spargeln an. «Meine Eltern waren ständig am Arbeiten. Ich träumte eher von einem ruhigen und regelmässigen Job», gibt er zu. Nach einem Bachelor-Abschluss in Management und Tourismus an der HES-SO beginnt Benoît Caloz seine berufliche Laufbahn in der Region, insbesondere bei Siders Anniviers Marketing.

Als er 2018 seinen Umzug nach London plante, schlugen ihm seine Eltern die Neugestaltung des Gästehauses Castel vor, einer charmanten Unterkunft im Herzen des Anwesens. Dieser Ort hatte durch die Tele-Reality-Show «Un dîner à la ferme», an der seine Mutter Monique teilgenommen hatte, ziemlich grosse Bekanntheit erlangt. «Die Übernachtungszahlen waren rückläufig, und meine Mutter brauchte Hilfe. Ich stimmte unter der Voraussetzung zu, die nötigen Mittel und freie Hand zu haben bei der Erneuerung des Castels.»

Innerhalb weniger Monate fand sich das Schlösschen in den sozialen Netzwerken und auf Online-Buchungsplattformen. Die Kommunikation des Unternehmens machte einen gewaltigen Sprung nach vorn und konzentrierte sich aufs Storytelling sowie auf sorgfältig gestaltete visuelle Elemente. Die Preis-

strategie wurde nach den Prinzipien des Yield Managements überarbeitet. «Das ermöglichte es uns, die Zimmer über die ganze Woche zu füllen und nicht nur an den Wochenenden.» Der neue Hotelier ist längstens mit den digitalen Werkzeugen vertraut, aber am meisten motivieren ihn die Begegnungen. «Ich habe eine Leidenschaft für die Gastfreundschaft entdeckt. Ich reise gerne, und hier habe ich die Möglichkeit, Menschen zum Reisen zu bringen.»

Authentizität und Schlichtheit

Die Gäste erleben bei ihrem Aufenthalt zwei Höhepunkte: die Weindegustation um 18 Uhr und das Frühstück. Benoît und Mutter Monique wechseln sich ab, wenn sie von ihren Geschmackserlebnissen berichten. «Jedes Produkt stammt aus unserem Weingut oder von einem regionalen Anbieter. Wir wollen seine Geschichte erzählen. Die Gäste wissen das sehr zu schätzen. Sie finden hier eine schöne Abwechslung und entdecken viel Neues. «Wie wir lieben sie Authentizität, Schlichtheit und Qualität.»

Benoît Caloz hat sich in kürzester Zeit in die Berufsrealität eingearbeitet. Er liebt den Beruf mit all seinen Facetten und nimmt auch die Herausforderungen an, die sich dem Berufsstand stellen. Er beteiligt sich seit geraumer Zeit an der Reflexionsgruppe über die Zukunft des Walliser Hotelier-Vereins: «Unsere

Generation arbeitet nicht mehr in einem Konkurrenzdenken, sie will für die Destination Wallis zusammenarbeiten. Ich sehe den Verband als ein Netzwerk für die Zusammenarbeit.»

Ein Schloss inmitten der Reben

Charmant und eindrücklich scheint das Castel wie aus einer anderen Zeit. Allerdings ist nur sein Aussehen mittelalterlich. Es wurde 1949 zur Bewässerung der Reben gebaut und in den 1970er Jahren in ein Wohnhaus umgewandelt. Monique und Bertrand Caloz übernahmen es 2006. Drei Jahre später schufen sie eine der ersten weintouristischen Übernachtungsmöglichkeiten im Wallis. Das 4*BnB verfügt über fünf komfortable Zimmer – jedes nach einer Rebsorte benannt.



Entdecken Sie das Castel de Daval und seine Produkte auf collinededaval.ch



Digitalisierung

Endlich Mittel, um voranzukommen

Die Hotels beherrschen ihr Online-Geschäft, weisen aber Defizite in ihrer Kommunikation und bei der Kontrolle ihrer Internetdaten auf.



Nach der Pilotphase in der Hotellerie wird das Programm Digitourism während drei Jahren allen Walliser Tourismusunternehmen zugutekommen. Diese massgeschneiderte Betreuung, die zu konkreten Projekten führt, erweist sich als grosser Erfolg.

Es ist eine Tatsache: Die Akteure der Tourismusbranche kommen nicht mehr ohne digitale Technologie aus. Ob für ihr Geschäft, ihre Kommunikation oder ihre Verwaltung – sie sind zunehmend auf leistungsfähige digitale Lösungen angewiesen. Aber die technologischen Möglichkeiten sind schwer zu verfolgen und zu beherrschen. Andererseits verfügt die Schweiz über die nötigen Kompetenzen.

Die auf digitale Technologien spezialisierten Unternehmen kennen jedoch nicht unbedingt die Bedürfnisse der Tourismusbranche. Deshalb bezweckt das von der Dienststelle für Wirtschaft, Tourismus und Innovation (DWTI) ins Leben gerufene Programm Digitourism, die Synergien zu stärken zwischen jenen,

welche die digitalen Dienstleistungen benötigen, und denjenigen, die diese auf lokaler Ebene schaffen. Es geht aber auch darum, die Tourismusakteure in ihren Bestrebungen nach mehr Sichtbarkeit, Ertrag und Effizienz zu unterstützen.

90 angemeldete Unternehmer

Ab 2021 und für einen Zeitraum von drei Jahren wird Digitourism über verschiedene Massnahmen umgesetzt. Einerseits geht es darum, eine Bestandsaufnahme der interessantesten digitalen Lösungen für den Tourismus zu machen. Andererseits werden die Berufsleute auf ihrem Weg zur Digitalisierung begleitet. Der Prozess verläuft in drei Etappen: Sensibilisierung für ein Problem im Rahmen eines Online-Seminars, Definition eines Digi-

talprojekts mit einem Experten, Umsetzung durch ein Walliser Unternehmen mit Hilfe eines Zuschusses.

Die ersten Webinare fanden bereits im Juni 2020 statt und behandelten drei Themen: Google My Business, Buchungsportale und Suchmaschinen. Diese von Cimark und ritzy* organisierte Treffen waren ein voller Erfolg: 130 Unternehmer nahmen daran teil – 90 von ihnen beschlossen, den Prozess fortzusetzen. Projektleiter Jérôme Salamin ist begeistert: «Wir waren sehr überrascht und glücklich über die vielen interessierten Teilnehmer. Sie sind Beweis dafür, dass unsere Formel den Bedürfnissen vor Ort entspricht. Das Programm wird 2022 für eine neue Teilnehmergruppe geöffnet.

UNTERSTÜTZUNG IN DREI SCHRITTEN



Der entscheidende Beitrag der Hoteliers

2019 rief der WHV seine Mitglieder auf, diese Coaching-Formel mitzugestalten und zu testen. 17 Betriebe meldeten sich freiwillig. Das Programm Digitourism entstand aus den Rückmeldungen zu diesem Pilotprojekt. Jedes Hotel wurde einer Bewertung seiner digitalen Leistungen unterzogen. Danach kam es in den Genuss eines Betrages in der Höhe von 1'500 Franken für ein konkretes Projekt.

Trotz der unterschiedlichen Voraussetzungen stellten die Fachleute gewisse Tendenzen fest. Die Hoteliers halten sich zwar in Bezug auf Konnektivität und Internethandel für gut gerüstet, dennoch erkennen sie Defizite bei ihrer Kommunikation und der Kontrolle ihres Online-Auftritts. So werden beispielsweise die praktischen Informationen, die automatisch bei Google angezeigt werden, aufgrund mangelnder Kenntnisse, nicht regelmässig überprüft.

Im Rahmen der Pilotphase ermittelte Bedürfnisse

- über das digitale Angebot Bescheid wissen:
Was ist für mein Hotel notwendig – was nicht?
- bei der Auftragsvergabe an spezialisierte Unternehmen bezüglich deren Kompetenzen und Preise Bescheid wissen
- für den Start eines Projekts finanzielle Unterstützung erhalten

“Kaum ein Gewerbe profitiert derart von der Digitalisierung wie die Hotellerie. Deshalb ist wichtig, dass wir aktiv mitmachen und die Möglichkeiten ausschöpfen. Unser Hotel war das erste im Lötschental mit eigener Website – und profitierte damals enorm von zusätzlichen Buchungen. Im Projekt Digitourism habe ich vor allem die Bestätigung bekommen, dass wir auf gutem Wege sind. Wir wissen nun, welche Trends und Fallen es gibt – und sind vorbereitet, wenn's soweit ist. Dieses Projekt gibt den Hoteliers genau die richtigen, auf unsere Branche zugeschnittenen Inputs und Tools – die Zeit ist sehr gut investiert!”



Lukas Kalbermatten,
Hotel Edelweiss in
Blatten

“Dieses Coaching hat es mir ermöglicht, eine Bestandsaufnahme darüber zu machen, was ich digitalisieren möchte und was nicht. So entspricht beispielsweise die zunehmende Vernetzung der Zimmer nicht unserer Hotelphilosophie. Andererseits müssen wir unseren Webauftritt modernisieren, um unser Seminarraum-Angebot besser darzustellen. Mit dem ersten Zuschuss haben wir einen Newsletter erstellt – mit dem Digitourism-Zuschuss werden wir unsere Kommunikations- und Vertriebsinstrumente weiterentwickeln. Diese Unterstützung bringt uns viel, und zwar nicht nur in finanzieller Hinsicht: Es verleiht uns einen Motivationsschub, der die Projekte vorantreibt.»



Lara Berra,
Co-Direktorin
des Hotels Suisse
in Champéry

Diskussionsrunde zur Digitalisierung in der Hotellerie: am 14. September in Leukerbad, im Rahmen der WHV-Generalversammlung

Die Fachleute Jérôme Salamin (Cimark) und Roland Schegg (Tourismusinstitut) stellen die Vorteile der Digitalisierung und des Digitourismus vor, und zwei Hoteliers werden über ihre Erfahrungen berichten (siehe Programm auf Seite 11).



Ein umfassender Kurs, um das Online-Marketing zu beherrschen

Das Institut für Tourismus der HES-SO Valais/Wallis und ritzy lancieren eine zweite Auflage des CAS in Digital Marketing for Touristic Services. Dieser Kurs vermittelt Ihnen solide Kenntnisse zur Entwicklung und Umsetzung Ihrer Marketingstrategie im Internet und auf mobilen Plattformen.

Beginn: September 2021

Ablauf: 8-monatiger Kurs – aufgeteilt in 4 Module à je 3 Tagen, eine Bewertungsaufgabe pro Modul sowie eine praktische Abschlussaufgabe

Informationen und Anmeldung auf www.hevs.ch/CAS-marketing-digital



Informationen und Katalog mit digitalen Lösungen im Wallis auf digitourism.ch



Eine Schweizer Marke im Zeichen der nachhaltigen Entwicklung

NESPRESSO®



Wussten Sie das? Die Nespresso-Kapseln werden ausschliesslich in der Schweiz hergestellt: mit hochwertigem, nachhaltig angebautem Kaffee und einem einzigartigen Recycling-Modell. Darüber hinaus ist die Marke bestrebt, bis 2022 jede Tasse Kaffee klimaneutral anzubieten.



Nespresso hat es geschafft, die Welt zu erobern, ohne jemals das Heimatland zu verlassen. Seit seiner Gründung 1986 in Vevey produziert das Unternehmen alle seine Kaffee-kapseln in der Schweiz – von der Röstung bis zur Verpackung, in drei Produktionszentren (Orbe, Avenches und Romont). Nespresso beschäftigt über 2'000 Mitarbeitende in unserem Land und wird auch in den kommenden Jahren in die lokale Wirtschaft investieren, um die wachsende Nachfrage der Konsumierenden zu decken.

Verpflichtungen im Kampf gegen die globale Klimaerwärmung

Die Werte für nachhaltige Entwicklung stehen im Zentrum der Aktivitäten von Nespresso. 2003 rief die Marke gemeinsam mit der Rainforest Alliance das Nespresso AAA-Programm für nachhaltige Qualität ins Leben, das eine langfristige Versorgung mit Kaffee sicherstellen und die Lebensbedingungen der Kaffeebauern verbessern soll. Zusätzlich zu diesen Bemühungen hat sich Nespresso verpflichtet, bis 2022 in seiner gesamten Lieferkette und im Lebenszyklus seiner Produkte CO₂-neutral zu werden.

Ein zweites Leben für die Kapseln

Nespresso hat sein Kapsel-Recycling-System in der Schweiz bereits vor 30 Jahren eingeführt. Kunden können ihre Alu-Kapseln einfach und kostenlos recyceln ([nespresso.com/recycling](https://www.nespresso.com/recycling)). Aluminium, das den Geschmack und die Frische des Kaffees schützt, hat den Vorteil, dass es unbegrenzt recycelbar ist. Der Kaffeesatz wird in erneuerbare Energie und Düngemittel verwandelt.

Ein besonderes Kaffee-Erlebnis

Nespresso bietet eine breite Palette von Kaffeesorten an, um den Vorlieben der Verbrauchenden gerecht zu werden und ihnen unabhängig von der Fassengrösse ein besonderes Kaffeeerlebnis zu bieten: CLASSIC (das tägliche Angebot), CREATIONS (Kaffeesorten entwickelt für Milch-, Eiskaffee-, kalte oder aromatisierte Rezepte), ORIGINS (Kaffeesorten mit einzigartiger Herkunft) und die EXCLUSIVE SELECTIONS (ausschliesslich für die Gastronomie).



www.nespresso.com/pro

Erlebnis «Kaffee im Hotel»: Tests im Wallis

Nespresso testet derzeit im Hotel des Vignes in Uvrier eine neue Form der Partnerschaft mit der Hotellerie. Ziel ist es, Lösungen zu finden zwecks Verbesserung der Gästeerfahrung rund um den Kaffee – und gleichzeitig einen Mehrwert für den Hotelier zu schaffen.

Die Marke stellt personalisiertes Kommunikationsmaterial und Inhalte bereit, welche die Geschichte der verschiedenen Kaffeesorten erzählen. Auch die geschmackliche Kundenzufriedenheit ist wichtiger Bestandteil des Konzepts: Die professionellen Nespresso-Maschinen ermöglichen es, qualitativ hochwertige Kaffees zu servieren, die sowohl zum Frühstück als auch zum Dessert besondere Akzente zu setzen wissen. Sie können auch für originelle Cocktailrezepte verwendet werden, die auf optisch ansprechenden Karten angepriesen werden. Letztlich zielt die Partnerschaft darauf ab, einen Mehrwert für den Hotelier zu schaffen, wobei neue Verkaufsmöglichkeiten rund um den Kaffee entstehen.

In Uvrier wird ausserdem das Konzept «Coffee to go» getestet, das dem Gast jederzeit ermöglicht, einen Kaffee herauszulassen. In einer der Suiten des Hotels werden aus recycelten Kapseln gefertigte Deko-Objekte ausgestellt. Bei dieser Gelegenheit kann das Hotel seine Recyclingbemühungen kommunizieren. In dieser Pilotphase wird ein komplettes Kit für den Hotelier und seine Gäste erstellt.

Ihr regionaler Spezialist für Frischprodukte



Valais/Wallis Promotion - Pascal Gertschen

Sind Sie auf der Suche nach regionalen Produkten für Ihr Restaurant oder Frühstücksbuffet? Dann ist das Sortiment von «Petit Crémier» in Siders genau das Richtige für Sie: Es enthält über 1'000 Qualitätsprodukte zu äusserst günstigen Preisen.

Das Unternehmen «Petit Crémier» ist eine Referenz für die Walliser Hotellerie und Gastronomie. Es gehört zur Crémont-Gruppe, die von Milchproduzenten gegründet wurde. Seit 1927 entwickelt, verarbeitet, produziert und vermarktet Crémont Molkereiprodukte für den Verbrauch. An seinem Standort in Siders arbeiten 180 Beschäftigte.

100% Walliser Produkte...

Raclettekäse-Sorten aus 17 Regionen (in Siders gereift)

Mit dem Valdor-Angebot erhalten Sie Zugriff auf die besten Walliser Raclettekäse! Sie werden ausschliesslich aus Rohmilch hergestellt – in 17 verschiedenen Molkereien. Die Veredelung obliegt dem Käsemeister in Siders, der den perfekten Reifegrad eines jeden Käselaibs bestimmt. Entführen Sie Ihre Gäste auf eine Reise durch die Vielfalt der Terroirs, vom Simplon bis zum Val d'Illicz, über Les Hautdères und Orsières.



Tee und kalter Kaffee (in Siders zubereitet)

Das Getränk Alp Tea Bio ist schon seit vielen Jahren ein Riesenerfolg. Er wird in Siders zubereitet aus frischen, biologischen Alpenkräutern, die in der Region Sembrancher (Val de Bagnes) angebaut werden. Ebenfalls in Siders wird der Kaltkaffee der Marke Lattesso hergestellt.



... und ein für die Hotellerie abgestimmtes Sortiment

Milch, Rahm, Butter, Joghurt, Desserts, Käse und Getränke, Fruchtkompotte und -pürees, Eier, Kuchenteig ... Das Sortiment von «Petit Crémier» umfasst über 1'000 Produkte. Alle sorgfältig ausgewählt, um den Bedürfnissen der Gastronomie gerecht zu werden und das Frühstücksbuffet zu bereichern. Joghurt zum Beispiel gibt es sowohl in Grossverpackung als auch in eleganten Bio-Bechern mit originellen Geschmacksrichtungen.

Kundennahe und effiziente Dienstleistungen

Als regionaler Fachbetrieb für Frischprodukte bietet «Petit Crémier» Siders kundennahe Dienstleistungen, die den Erwartungen und Bedürfnissen der Kundschaft entsprechen. Bestellungen können telefonisch, per E-Mail, Online, durch den Besuch eines Vertreters oder über die Plattform RegiofoodVS aufgegeben werden. Ein effizienter Zustelldienst ermöglicht ein regelmässiges Beliefern im ganzen Wallis – auch in den Seitentälern.

WHV-Vorteil: 10% Rabatt

Profitieren Sie von 10% Rabatt auf Ihre erste Bestellung. Bitte geben Sie den Rabattcode **AHV 2021** an. Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, um den Produktkatalog zu erhalten und den Besuch eines Vertreters zu vereinbaren:

027 452 60 70
info@vs.petitcremier.ch oder
commandes@vs.petitcremier.ch

* nicht kombinierbar mit anderen Angeboten

10%
Rabatt



Agrotourismus

«Slow» schaltet einen Gang höher



Das Agrotourismus-Angebot von Slow Food Travel gewinnt im Wallis an Bedeutung. Die Anbieter öffnen ihre Türen, die Gäste verlangen nach mehr. Die Hoteliers spielen bei diesen neuen, mit dem Terroir verbundenen Erlebnissen eine wesentliche Rolle.

Das Konzept von Slow Food Travel besteht darin, touristische Packages auf Basis regionaler Produkte zu erstellen und dabei Produzenten, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe aus der Region einzubeziehen. Nach einer erfolgreichen Pilotphase in der Region Grand Entremont im Jahr 2019 hat das Konzept auch in anderen Regionen des Wallis Fuss gefasst.



Innerhalb von zwei Jahren wurden ein Dutzend Angebote geschaffen: ein- oder mehrtägige Erlebnisse, die auf die Natur und die Tafelfreuden setzen. Entdecken von Alpen, Sammeln von Wildpflanzen, Herstellen von Käse, Degustation in einer kleinen Bierbrauerei, Gourmet-Trail usw.

Sechs Destinationen mit im Boot

Nebst dem Grand Entremont sind auch die Regionen Fully, Dents du Midi und das Eringerthal bereits Teil des Angebots von Slow Food Travel. Die Regionen Goms und Sidens haben den Prozess eben erst begonnen. In jeder Destination lädt Koordinator Jean-Marc Imhof alle Tourismusakteure zu einer Infor-

mationsveranstaltung ein und leitet danach Fokusgruppen für mögliche Kooperationen. «Der Hotelier spielt oft die Rolle des Bindeglieds. Er ist es gewohnt, seine Kunden zu beraten, kennt ihre Bedürfnisse und hat eine klare Vorstellung zu den möglichen Aktivitäten», betont er. Alle Hotelarten sind willkommen, denn Slow Food Travel ist auf der Suche nach einer breiten Palette von Agrotourismus-Paketen: im Flachland wie in den Bergen – und das für jedes Budget.

Das regionale Frühstück

Der Hotelier ist ein hervorragender Botschafter der Region – nicht nur für das Abendessen, sondern auch und insbesondere für das Frühstück. Deshalb ermutigt ihn Slow Food, ein Buffet zusammenzustellen mit den Spezialitäten der Destination, und zwar nach bestimmten Vorgaben. Im Mai letzten Jahres haben rund zehn Beherbergungsbetriebe in der Region Dents du Midi in Zusammenarbeit mit einer Produktionsgenossenschaft ihr regionales Frühstück eingeführt. Dieses Engagement ermöglicht es ihnen, ihre Marke mit der Slow-Food-Philosophie zu verbinden.



Entdecken Sie die Slow Food-Angebote auf www.slowfood-travel.ch

“ Unser regionales Buffet kostet nicht mehr!

Bevor ich anfang, war ich überzeugt, dass ein Frühstück mit einheimischen Produkten viel mehr kosten würde. Ich habe mich geirrt. Es kommt nicht teurer, aber die Zufriedenheit ist zehnmal grösser! Man ist sich nicht bewusst, wie teuer Verpackungen sind. Ich zahle zum Beispiel 24 Franken pro Kilo für industriell hergestellte Mini-Käseportionen, während ich für 20 Franken einen Bergkäse bekomme. Konfitüren, Brötchen und Brotaufstriche werden in meiner Küche hergestellt. Unsere Gäste sind begeistert von der traditionellen und regionalen Küche. Ihre kulinarische Reise beginnt bereits am Morgen. Und ich liebe es, die Hersteller zu besuchen, zu degustieren und auszuwählen, was aufs Buffet kommt und dabei tolle Geschichten zu erzählen. Ich kann meine Kollegen nur ermutigen, den Schritt zu wagen, denn es ist in jeder Hinsicht ein lohnender Prozess.

Jean-Michel Romon,
Hotel L'Etable des Crosets, Val d'Illiez

Nächste Destination: das Goms!



Liebe Gommer Hoteliers, möchten Sie sich am Angebot von Slow Food Travel beteiligen oder Ihre Produktlinie mit einem regionalen Frühstück aufwerten? Wenden Sie sich bitte an den Projektleiter: jean-marc.imhof@slowfood.ch



Klimaschutz im Hotel?

Die Gäste machen gerne mit!

Das Programm myclimate «Cause We Care» ermöglicht Gästen, ihren Aufenthalt klimaneutral zu gestalten. Hotels positionieren sich als nachhaltig und generieren gleichzeitig Mittel, um sich weiter zu verbessern.

Schon fast 60 Hotels machen mit beim 2017 gestarteten Programm myclimate «Cause We Care» – aber erst 6 Walliser Hotels. Dies soll sich ändern.



«Cause We Care» basiert auf Freiwilligkeit der Gäste, aber Verpflichtung des Hotels. Mit myclimate wird ein Fixbetrag pro Übernachtung festgelegt – auf Basis der CO₂-Emissionen des Betriebs. Je besser isoliert, je nachhaltiger die eingesetzte Energie, je mehr Recycling im Betrieb ..., desto tiefer der Betrag – meist liegt er bei rund 1 % des Durchschnittspreises für die Übernachtung.

Wirkung vor Ort und andernorts

Der Gast entscheidet beim Buchen oder spätestens beim Bezahlen, ob er diesen Beitrag leistet. Statt z. B. 200 bezahlt er also 202 Franken. Das Hotel verdoppelt den Betrag auf 4 Franken.

Ein Viertel davon investiert myclimate in ein vom Hotel gewähltes zertifiziertes Klimaschutz-Projekt. Drei Viertel erhält das Hotel, um in Nachhaltigkeit vor Ort zu investieren. Pro Übernachtung erzielt der Betrieb somit 3 Franken, die er vielfältig einsetzen kann: in bessere Isolation, ein Solardach, eine Erdsonde, regionale Produkte, ...

«Cause We Care passt zu uns, das Handling ist einfach und klar – für den Gast wie auch für uns. Durch unser Engagement ergaben und ergeben sich immer wieder spannende Gespräche Team-intern wie auch mit den Fachleuten von myclimate. Wir Hoteliers leben im Tourismus von der Natur, der Landschaft – somit muss ein respektvoller nachhaltiger Umgang her.

Daniel F. Lauber, Hotel Cervo, Zermatt (seit 2020 dabei)



Mitmach-Quoten von bis zu 70 %

«Je nachdem, wie man als Betrieb das «Cause We Care»-Engagement implementiert, machen 20–70 % der Gäste mit», weiss Programmleiterin Cornelia Rutishauser. Gut implementieren heisst:

- das Engagement gut sichtbar platzieren – auf der Website, an der Réception, in der Gästemappe
- das Buchungsformular mit dem entsprechenden Feld versehen, so dass der Gast nur ein Häkchen setzen muss
- den Gast darauf ansprechen – spätestens beim Bezahlen
- das Personal gut schulen, damit es den Gästen mehr zu erzählen weiss, z. B. auch über geplante und umgesetzte Massnahmen

Die Abrechnung mit myclimate geschieht jährlich auf Basis der Buchungen und der getätigten Investitionen. «Die meisten Betriebe investieren mehr, als sie müssten!», freut sich Rutishauser.

„Unsere Betriebe arbeiten schon seit vielen Jahren an einer greifbaren Nachhaltigkeit – z. B. mit einer eigenen Biogas-Anlage, die aus Küchenabfällen Strom erzeugt. Die CO₂-Kompensation von myclimate ermöglicht es uns, Familien aus Nepal mit kleinen privaten Biogas-Anlagen zu helfen – ein Projekt, das uns sehr am Herzen liegt.“

Paul-Marc Julen, Hotel Alpenhof & Romantikhôtel Julen, Zermatt (seit 2020 dabei)

So einfach geht's!

Wollen auch Sie Ihren Betrieb (noch) nachhaltiger führen und entsprechend positionieren?

Melden Sie sich unverbindlich bei:



Cornelia Rutishauser
Verantwortliche myclimate
«Cause We Care»

+41 44 500 37 66

cornelia.rutishauser@myclimate.org

Sie erhalten massgeschneiderte Beratung, Textbausteine und Grafiken sowie Unterstützung bei der Umsetzung.



HotellerieSuisse Zielgerichtet in die Zukunft mit unserem Coaching- Programm



Von **Ueli Schneider**

Leiter Business Development, Mitglied der Geschäftsleitung HotellerieSuisse



Die Coronakrise hält die Hotellerie weiterhin in Atem. Die Gästebedürfnisse ändern sich markant, aber auch andere Mega-Trends wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung gewinnen stetig an Bedeutung. Das Coaching-Programm hilft Ihnen, Ihre Potenziale noch besser zu erkennen und zu nutzen.

Die Coronakrise hat ihre Spuren hinterlassen. Die vergangenen eineinhalb Jahre waren gezeichnet durch tiefe Auslastungszahlen, Schutzmassnahmen und behördlich angeordnete Schliessungen. Zusätzlich haben sich die Gästebedürfnisse markant geändert. Unsere Branche muss sich dem neuen Marktumfeld anpassen und sich neu orientieren.

Dies bietet aber auch Chancen – die es nun zu packen gilt. Mit dem Coaching-Programm ermöglicht der Verband mit Unterstützung der Neuen Regionalpolitik NRP des SECO den Beherbergungsbetrieben, mit einem externen Coach Potenziale zu analysieren. Dadurch werden Sie als Betriebe befähigt, strategische Entscheide zu treffen, Optimierungen zu erkennen und wirksame Anpassungen vorzunehmen.

Massgeschneidertes Coaching für Ihre Herausforderungen

Als teilnehmender Betrieb profitieren Sie von fünf Coachingtagen im Gesamtwert von 6600 Franken. Als WHV-Mitglied schenken wir Ihnen zusätzlich die 400 Franken für die obligatorische Betriebsanalyse. Das Programm eignet sich vor allem für kleinere und mittle-

re Hotels, in denen die Direktion stark ins Alltagsgeschäft eingebunden ist.

Als teilnehmender Betrieb profitieren Sie von fünf Coachingtagen im Gesamtwert von 6 600 Franken.

Die Handlungsfelder werden speziell auf Sie und ihre Herausforderungen abgestimmt. Ob Restrukturierung, Neupositionierung am Markt, Nachfolgeregelung, Prozessoptimierung, Nachhaltigkeit oder Digitalisierung: Die unabhängigen, durch uns akkreditierte Coaches begleitet Sie mit Empathie, Branchenexpertise sowie einem klaren Auftrag. Dies sorgt für ein zielführendes und bedürfnisorientiertes Vorgehen, rasche Fortschritte und konkrete Resultate.



Alle weiteren Informationen finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch/coaching



Innovationen fördern mit dem Hospitality Booster

Die Idee des Coaching-Programms wurde mit Hilfe des Innovationsprozesses im Hospitality Booster rasch und unkompliziert entwickelt und zur Umsetzung gebracht. Der Hospitality Booster von HotellerieSuisse bietet die Möglichkeit und die Unterstützung, für Bedürfnisse aus der Branche Ideen zu generieren, diese auf vielfältige Weise zu konkreten Innovationsprojekten weiterzuentwickeln und daraus neue Produkte und Dienstleistungen umzusetzen, die einen Mehrwert für die Mitglieder und die gesamte Branche bieten.

Jede und jeder kann Ideen ganz einfach auf der Webseite hospitalitybooster.swiss einbringen. Zusammen mit dem Ideengeber werden die Inputs vertieft und in der Community bekannt gemacht. Der Hospitality Booster wurde von HotellerieSuisse gemeinsam mit der Hotelfachschule Thun und der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) ins Leben gerufen.

Generalversammlung in Leukerbad

Digitalisierungsschub und andere Vorteile

Die Generalversammlung 2021 steht ganz im Zeichen der Digitalisierung. Dieser hat die Pandemie enormen Schub verliehen – auch in Leukerbad, wo die GV stattfindet.

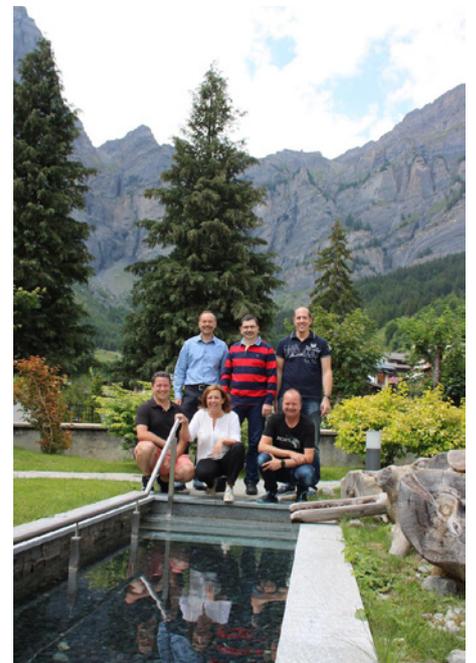
«Durch die Schutzmassnahmen haben wir automatisch zu digitalen Lösungen umgeschwenkt», sagt Freddy Böhlen, Gastgeber im Hotel Paradis. So kann der Gast den Mel-deschein nun bereits im Voraus ausfüllen – und hat damit seine Daten für weitere Dienstleistungen in der Destination gleich erfasst. Durch Push-Meldungen erfährt der Gast von Sonderangeboten. Mit einem Fingertipp meldet er sich z. B. für die hausinterne Massage an – in der öffentlichen Therme muss er nicht mehr anstehen, sondern hat dank dem Online-Reservationssystem seinen Platz garantiert.

«Die Gäste akzeptieren die neuen digitalen Angebote sehr gut. Und wir kennen unsere Gäste besser! Manche Hoteliers haben inzwischen alles digital verbunden: So passt das System die Zimmerpreise automatisch der Nachfrage an – die Rentabilität steigt», erklärt Böhlen.

GV planen zu Covid-Zeiten

«Im OK haben wir alles durchgespielt: Telefon- und Videokonferenzen, Besprechungen in Sälen mit viel Abstand», sagt OK-Präsident Böhlen. Das GV-Programm steht (siehe Kasten) – das Schutzkonzept ebenfalls.

«Wir erleben intern einen neuen Zusammenhalt», erzählt Böhlen: «Wir haben sehr offen miteinander geredet – auch über finanzielle Probleme angesichts der Schutzmassnahmen. Es gab einen Austausch über heikle Themen wie Löhne, Umsatz, Versicherungen, wie ich es noch nie erlebt habe!»



Der Vorstand des Hotelier-Vereins Leukerbad freut sich auf zahlreiche Teilnehmer*innen – auch schon am Vorabend v.l.n.r.: Thomas Werlen, Stefan Rössli, Carine Brendel, Freddy Böhlen, Didier Grichting, Pascal Loretan – im Hintergrund sowie oben die Gemmi.

Leukerbad: Das Programm

WICHTIG

Teilnahme nur mit Covid-Zertifikat oder einem negativen (Schnell-)Test

VORPROGRAMM AM MONTAG, 13. SEPTEMBER

- 17:30 Uhr Besichtigung Leukerbad Therme mit Blick hinter die Kulisse
- 18:30 Uhr Willkommens-Aperitif in der Leukerbad Therme
- 19:15 Uhr Abmarsch zur Gemmibahn – gemeinsame Spezialfahrt auf die Gemmi (total 3 Fahrten)
- 20:00 Hotelier-Abend auf 2'270 m.ü.M im neuen Panorama-Restaurant mit Live-Musik
- ab 23 Uhr gemeinsame Spezialfahrt hinunter nach Leukerbad (total 3 Fahrten)

GV AM DIENSTAG 14. SEPTEMBER

- ab 9:00 Uhr Empfang und Begrüßungskaffee mit Gipfeli im Schulhaus Leukerbad (Entrée)
- 9:45 Uhr **Generalversammlung** im Schulhaus Leukerbad (Theatersaal)
- 10:45 Uhr Tag der Walliser Hotellerie:
«Digitourism – Unterstützung bei der Digitalisierung Ihres Hotels»
Präsentation von Jérôme Salamin, Leiter Digitale Initiativen bei CimArk
- 11:00 Uhr **2-sprachige Podiumsdiskussion «Digitourism»**
zwei Walliser Hoteliers diskutieren mit Jérôme Salamin und Roland Schegg, Professor für Tourismus an der HES-SO Valais-Wallis – unter Leitung der Inphotel-Redaktorin Myriam Holzner
- 12:15 Uhr Ehrenwein im *****Hotel Les Sources des Alpes – je nach Wetter im Garten oder in der Bar
- 13:00 Uhr Bankett im *****Hotel Les Sources des Alpes

Anreise mit ÖV:

Mit den SBB bis Leuk – dann mit dem Bus der LLB nach Leukerbad (Stundentakt). Rechnen Sie mit gut 1 Stunde ab Brig resp. Sitten. Das Schulhaus ist ab Busbahnhof (Endstation) in 5 min zu Fuss erreichbar. *Fahrplan und Billette: www.sbb.ch*

Anreise mit Privatauto:

Autofahrer parkieren ihren Wagen im Parkhaus Rathaus oder im Parkhaus Sportarena. Sämtliche Örtlichkeiten befinden sich in Gehdistanz (5–10 min).

Unter uns...



Wie wäre es, die Krise zu nutzen, um sich für die Zukunft zu rüsten?

Krise heisst auf Chinesisch «Weiji» und besteht aus zwei Schriftzeichen. Diese bedeuten sowohl **Gefahr** als auch **Chance**. Genau das schlagen wir Ihnen vor: die derzeitige schwierige Zeit nutzen, um an die Zukunft zu denken. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen 2 bewährte Entwicklungsschwerpunkte als Unterstützung vor.

1) Die **nachhaltige Entwicklung**, die durch unsere Programme «Slow Food» und «Regionales Frühstück» zum Ausdruck kommt. Sicher haben Sie die Begeisterung unserer Gäste für authentische einheimische Produkte auch schon bemerkt. Storytelling eignet sich hervorragend, um dem Frühstück ein menschliches Gesicht zu verleihen. Der kantonale Dienst für Landwirtschaft stellt Ihnen Informationsbroschüren zur Verfügung, die Sie am Buffet auflegen können, und wird einen Lieferdienst einführen (siehe Seite 7).

2) **Digitalisierung** von Dienstleistungen und Verwaltungsabläufen. Auch hier stehen uns der Kanton und HotellerieSuisse zur Seite, um Sie bei diesem schwierigen, unumgänglichen Wandel logistisch und finanziell zu unterstützen. Auf Dauer dürfte dies zu einer verlässlicheren und kostengünstigeren Verwaltung führen, so dass Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: das Betreuen Ihrer Gäste.

Nutzen Sie also die ruhigeren Phasen – um durchzustarten, sobald der Betrieb wieder an Fahrt gewinnt! Verfolgen Sie unsere Updates oder nehmen Sie baldmöglichst Kontakt mit uns auf! Wir sind da, um Sie gegenüber der Politik zu vertreten – aber auch, um Ihnen

das Rüstzeug für eine bessere Zukunft zu liefern.



Patrick Bérod
Direktor WHV

Neuigkeiten



Vom Bier-Boom profitieren

Das Thema Bier ist gefragt denn je. Im neuen ritzy*-Kurs «Craft Bier in der Gastronomie» holen Sie sich das Rüstzeug, um für Ihren Betrieb eine passende Bierkarte zusammenzustellen. Nutzen Sie das Wissen eines erfahrenen Biersommeliers, um Ihre Gäste mit einem attraktiven Bierangebot zu begeistern. Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Biervielfalt vieler Kleinbrauereien. Nächstes Datum: 28. Oktober, Visp. Anmeldung auf ritzy.ch

Vatel wird zur HF

Die Hotelfachschule Vatel in Martinach hat sich zu einer Höheren Fachschule (HF) entwickelt. Vor kurzem erlangte sie ihre offizielle Zulassung – nach einem Anerkennungsverfahren durch das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation. Zwei Programme bilden den HF-Lehrgang: der Fach- und der Generalisten-Lehrgang. Beide führen zum eidgenössisch geschützten Titel «Dipl. Hotelier/-ière / Restaurateur/-trice

HF». Es handelt sich um die einzige Hotelfachschule im Wallis, die ein solches Diplom anbietet.

Aktion zur Mitarbeiterbindung

Der WHV hat seine Mitglieder eingeladen, ihren Angestellten einen Aufenthalt in einem an der Aktion beteiligten Hotels zum Vorzugstarif zu gewähren: 50 % Ermässigung – je nach Verfügbarkeit der einzelnen Betriebe. Diese von der «Association romande des hôteliers» (ARH) ins Leben gerufene Aktion wird voraussichtlich noch dieses Jahr gestartet. Aus den Kantonen Wallis, Waadt, Freiburg, Neuenburg und Jura haben sich bereits mehr als 120 Hotels angemeldet. Auch Genf und Tessin haben Interesse bekundet. Wenn HotellerieSuisse die Idee ebenfalls aufgreift, könnte die Aktion auf die gesamte Schweiz ausgeweitet werden. Eine tolle Initiative, um unser qualifiziertes Personal zu binden.

Wenn Sie an dieser Aktion interessiert sind, schreiben Sie bitte an info@vs-hotel.ch.

Nicht vergessen!



**13.–14. Septembre 2021
Generalversammlung des WHV
in Leukerbad**

(siehe Seite 11).

Die Gelegenheit für alle Walliser Hoteliers, sich in einem aussergewöhnlichen Rahmen zu treffen und Erfahrungen auszutauschen!



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: Myriam Holzner und Geneviève Hagmann – Grafische Gestaltung: Invisu Design

