

Lehrmeister gesucht

Nachfolgeregelung als Herausforderung für die Hotellerie



2 Aus der Politik

Strassen-Rad-WM:
Vorsicht Haie!

3 Porträt

Lukas Imseng, Bäcker
und Hotelier in Saas-Fee

4 Schwerpunkt

Im Wallis fehlt
es an Lehrbetrieben

11 Lernen

Influencer-Marketing:
ein neuer Trend



Saison läuft gut an!

Liebe Kolleginnen und Kollegen

Die ersten Schneeflocken sind gefallen, die Saison läuft gut an – nicht zuletzt dank des eher starken Euros. booking-wallis entwickelt sich positiv, und Valais Wallis Promotion versucht endlich, im Vertrieb eine stärkere Unterstützung anzubieten. Kurzum: Die Saison 2018/19 nimmt Fahrt auf!

Für unseren Verband stehen alte wie neue Herausforderungen parat. «Digitalisierung im Tourismus» hat endlich auch der Kanton als Thema erkannt. Am 30. November fand ein runder Tisch unter Staatsrat Christophe Darbellay statt. Der gute Wille ist von allen Seiten da, doch die Begehrlichkeiten und Verteilkämpfe der verschiedenen Akteure werden nicht auf sich warten lassen. Der Walliser Hotelier-Verein wird sich mit aller Kraft dafür einsetzen, dass wir in der vordersten Reihe sitzen!

Darum müssen wir zusammenstehen, damit wir etwas erreichen.

Neue Konkurrenten wie Airbnb werden weiterhin nicht den gleichen Beschränkungen unterliegen wie die Hotellerie. Dies gilt auch für die Brandschutz-Vorschriften, die auch strenger sind als bei unseren europäischen Hotelkollegen, welche zudem von ihren Staaten unterstützt werden. Und ausländische Reiseunternehmen müssen plötzlich in der Schweiz ein MWST-Domizil errichten und reisen deshalb teilweise nicht mehr in die Schweiz...

Darum müssen wir zusammenstehen, damit wir etwas erreichen: im WHV – im Wallis über Regionen hinweg – in der Destination! Da wir letztlich ein gemeinsames Produkt verkaufen.

Ich wünsche Euch und Euren Familien von Herzen ein gesegnetes, frohes Weihnachtsfest und einen tollen Rutsch ins Neue Jahr.

Euer Markus Schmid
Präsident WHV



Strassen-Rad-WM 2020 in Martinach Verkaufen Sie die Übernachtungen nicht an den Erstbesten!

Im Hinblick auf die nächsten Rad-Weltmeisterschaften 2020 in Martinach wittern offenbar bereits jetzt manche das ganz grosse Geschäft. Die Reiseunternehmen treten mit den Hoteliers der Region in Kontakt, um nach Kontingenten zu fragen. Klar, bringt die Veranstaltung eine starke Nachfrage nach Unterkunfts-möglichkeiten mit sich.

Im September 2020 werden einige Hundert Personen zwischen Montreux und Sitten logieren, darunter die 80 Nationalmannschaften, die Mitarbeiter des Internationalen Radsport-Verbandes, die Medien – und natürlich die Zuschauer. Für eine ähnliche Veranstaltung in Norwegen im Jahr 2017 zählte man an den 8 Wettkampftagen 765'000 Besucher.

Der Walliser Hotelier-Verein warnt seine Mitglieder: «Verkaufen Sie nicht schon jetzt Kontingente an Dritte! Es ist wichtig zu warten, bis die Strukturen dieser Weltmeisterschaften vorliegen». Das Departement für Sicherheit, Institutionen und Sport des Staats Wallis hatte den WHV benachrichtigt. «Das Organisationskomitee wird die Unterkunfts-möglichkeiten mit dem Hotelier-Verein koordinieren. Es ist wichtig, dass wir gemeinsam eine Lösung ausarbeiten. Die

Reputation unseres Kantons steht auf dem Spiel, sowohl was den Empfang als auch was die Preise anbelangt», erklärt Ralf Kreuzer, Projektleiter beim Kanton.

Die Hoteliers werden direkt angefragt – kostenlos und ohne Provision, was ihre Marge erhöhen wird. Zum einen wird so der Überbietungspraxis und der damit verbundenen künstlichen Erhöhung der Hotelpreise Einhalt geboten. Zum andern können diese Meisterschaften zu vertretbaren Preisen organisiert und die Glaubwürdigkeit der Schweiz gestärkt werden. Die Hoteliers werden Anfang 2019 vom WHV näher informiert. 



Ralf Kreuzer
Projektleiter beim
Kanton

“Das Organisationskomitee wird die Unterkunfts-möglichkeiten mit dem Hotelier-Verein koordinieren. Die Reputation unseres Kantons steht auf dem Spiel, sowohl was den Empfang als auch was die Preise anbelangt.

Volksinitiative «Für faire Preise» Ein Gegenvorschlag, der nicht wirklich überzeugt

2017 haben Hotelleriesuisse und der Regionalverband Wallis für die Volksinitiative «Stop der Hochpreisinsel – für faire Preise» Unterschriften gesammelt. Das von mehr als 107'000 Personen unterstützte Begehren wurde in Bern eingereicht und validiert.

Der Bundesrat hat jedoch die Ablehnung der Initiative empfohlen, ihr einen indirekten Gegenvorschlag gegenübergestellt und in die Vernehmlassung geschickt. Dieser Vorschlag überzeugt die Initianten aber nur bedingt. Die Schweizer Wirtschaft steht und fällt mit Produkten und Dienstleistungen aus dem Ausland. Ausländische Anbieter können jedoch den Schweizer Käufern unfaire Preiserhöhungen aufzwingen.

Der indirekte Gegenvorschlag geht nicht offen auf diese Problematik ein. Nur Branchen, deren Unternehmen im direkten Wettbewerb mit ausländischen Firmen stehen, könnten sich gegen die ungerechtfertigten Zuschläge wehren. Viele Bereiche sind also ausgeschlossen. Der Bundesrat geht auch nicht auf die Forderung ein, die Diskriminierung bei Online-Bestellungen aus der Schweiz zu unterbinden – ein wichtiger Punkt für die Hotellerie.

Der Gegenvorschlag in seiner heutigen Form hat keinerlei Wirkung auf die inländische Wirtschaft. Die Initianten der Fair-Preis-Initiative appellieren an Bundesrat und Parlament, den Gegenvorschlag zu überarbeiten. 



Lukas Imseng, Gastgeber im Bäckereihotel Imseng in Saas-Fee



«Wie kann man wegen ein paar Rappen an der Qualität sparen!?!»

Lukas Imseng führt die Gäste gerne persönlich durchs Bäckereimuseum und erzählt ihnen, woher die einzelnen Maschinen stammen.

Lukas Imseng ist Bäcker-Konditor-Confiseur mit Leib und Seele – und ein begnadeter Hotelier. Daneben leitet er Kurse, schreibt Bücher, braut Bier, schwingt Fahnen, fährt Motorrad und Ski... – und unterhält das einzige private Bäckereimuseum der Schweiz.

Hotelier wurde Lukas Imseng eher durch Zufall. Vom elterlichen Betrieb – ein Hotel und eine Bäckerei – interessierte ihn klar die Bäckerei: Er lernte Bäcker-Konditor, absolvierte Lehr- und Wanderjahre in der Deutschschweiz, bildete sich im In- und Ausland weiter. 1993 kehrte er 32-jährig nach Saas-Fee zurück und übernahm die elterliche Backstube mit Tearoom – das Hotel übernahm sein Bruder.

Seine Umbaupläne scheiterten stets am Gleichen: Ein Ausbau der Backstube hätte das Tearoom beeinträchtigt, ein Umbau des Tearooms die Backstube. So entschloss er sich für einen Neubau – erfuhr dann aber von der Bank, dass ein Bäckerei-Neubau allein nicht wirtschaftlich wäre. Also «setzte er ein Hotel oben drauf», um die Wirtschaftlichkeit zu steigern.

Regionales, Saisonales, Bio

Als Garni-Hotel konzentriert sich das Bäckereihotel Imseng auf das Frühstück: mit Broten aus der eigenen Backstube, selbstgemachter Konfitüre, Walliser Trockenfleisch, Käse, Eier... Lukas Imseng legt Wert auf regionale Produktion, Saisonales und Bio – Tierschutz ist ihm ebenfalls ein grosses Anliegen. «Ich be-

greife nicht, wie man wegen ein paar Rappen an der Qualität sparen kann!», sagt der Autor von Koch- und Backbüchern, der mit seinen Broten im In- und Ausland Goldmedaillen gewonnen hat.

«Alle Maschinen im Bäckereimuseum funktionieren noch einwandfrei!»

Lukas Imseng arbeitet überall: in der Backstube, aber auch im Hotel und im Büro. Seine Partnerin arbeitet ebenfalls im Betrieb – sowie zehn Angestellte, die bei Bedarf zwischen Backstube, Tearoom und Hotel wechseln.

Globi-Spielzimmer und Backkurse

Den kleinen Gästen bietet er etwas ganz Besonderes: das Globi-Spielzimmer mit vielen verschiedenen (analogen!) Spielsachen und unzähligen Globi-Büchern, darunter auch welche, die Lukas Imseng geschrieben hat. Zurzeit arbeitet er an seinem fünften Globi-Buch.

Auch für die Erwachsenen hat er Bücher verfasst – eines davon mit Starköchin Irma Dütsch. Sein Wissen gibt er zudem direkt weiter: im wöchentlichen Backkurs für Kinder oder im Roggenbrot-Backkurs für Erwachsene.

Bier brauen in der Backstube

Die Arbeitstage sind lang: Die Bäckerei ist von 7 bis 19 Uhr offen, das Hotel bis 22 Uhr. Trotzdem findet Lukas Imseng Zeit, seinen Hobbys zu frönen: Er fährt Ski und Motorrad, übt sich im Fahnenschwingen und Trachten-tanz – und leitet Samariter-Kurse. Ganz besondere Freude bereitet ihm aber sein Bäckereimuseum im Untergeschoss gleich neben der Backstube mit Maschinen aus der ganzen Schweiz.

Und mit seinen Freunden aus einem dafür gegründeten Verein braut er hin und wieder Bier in der Backstube – natürlich nicht aus Gerste oder Weizen, sondern aus Walliser AOC-Roggen 

www.hotel-imseng.ch



Die Hoteliers von Morgen

Nachfolge sicherstellen: Lehrlinge ausbilden



Die Hotelbranche im Wallis könnte mehr Lehrstellen anbieten. Eine Ausbildung zum Lehrmeister ist bereichernd und nicht allzu streng. Das bezeugen Hoteliers.

In der Schweiz haben mehr als 800 Jugendliche ihren Wunsch geäussert, 2017 eine HOKO-Lehre zu absolvieren. Leider wurden nur 140 Ausbildungsplätze angeboten. «Im Wallis fehlen jährlich zwischen 25 und 30 Lehrstellen. Das ist beunruhigend. Sehr schade, dass einige Betriebe es vorziehen, ungeschulte und billigere Arbeitskräfte einzustellen, anstatt in die Zukunft ihres Metiers zu investieren», bedauert Patrick Bérod, Direktor des WHV.

«Im Wallis fehlen jährlich zwischen 25 und 30 Lehrstellen.»

Der Ausbildungsablauf wird von Bern vorgegeben. Aber der Auszubildner verfügt über einen detaillierten Plan, der es ihm ermöglicht, die vorgegebenen Ziele einzuhalten und regelmässige Beurteilungen durchzuführen. Seit mehreren Jahren engagiert sich die Hotel & Gastro Formation dafür, den Auszubildenden die Arbeit zu erleichtern. So hat sie z.B. kleine praktische Leitfäden in Form von «Memos» herausgegeben, die ihnen helfen sollen, ihre Aufgabe einfacher zu erfüllen. Sie organisiert auch Meetings, um den Austausch von Informationen und bewährten Methoden zu ermöglichen.

Falls Schwierigkeiten auftreten, steht der Branchenkommissär André Roduit zur Verfügung. «Wenn der Lehrling und der Chef nicht mehr miteinander klarkommen, übernehme ich die Rolle des Mediators. Junge Menschen kennen heutzutage ihre Rechte viel besser als das früher der Fall war. Auch müssen sie ihren Frustrationen in dieser Lebensphase, die manchmal von familiären oder finanziellen Problemen geplagt ist, Ausdruck verleihen. Ich bin ein guter Zuhörer, und als Branchenkenner erinnere ich sie hin und wieder auch an ihre Pflichten. Einige von ihnen haben mich manchmal zur Weissglut getrieben, aber das hat sie nicht davon abgehalten, danach eine tolle Karriere zu machen!»

Die neue HOKO-Ausbildung scheint auch die Dynamik einiger Chefs gebremst zu haben – vor allem in den Bergregionen. «Misstrauisch zu sein gegenüber Neuem ist normal. Aber heute sind alle Voraussetzungen gegeben, welche die Hoteliers überzeugen sollten: Im französischsprachigen Wallis wurden die Blockkurse eingeführt, und Lehrlinge, die eine Unterkunft benötigen, können im Hotel Vatel übernachten», bemerkt Stève Delasoie, Präsident der Hotel & Gastro Formation.

“ Den Auszubildenden die Tür öffnen

Daniel Leuenberger, Hotel des Vignes, Uvrier

«Wir beschwerten uns in der Branche, über keine ausreichend qualifizierten Arbeitskräfte zu verfügen. Zumindest können wir einen Beitrag leisten zur Ausbildung junger Menschen. Meiner Meinung nach ist das keine aufwändige Arbeit. Vor allem, wenn bereits erfahrene Mitarbeiter im Betrieb sind, welche die Lehrlinge in ihrer Arbeit unterstützen können. Um motivierte junge Menschen zu finden, muss man ihnen die Türen öffnen. Unser nächster Lehrling arbeitet seit seinem 14. Lebensjahr in unserem Hotel. Es hat sich bereits ein vertrauensvolles Verhältnis entwickelt zwischen uns. Ich habe ihm empfohlen, eine Sprache zu erlernen, bevor er die Lehre beginnt. Er wird nach einjährigem Aufenthalt in den Vereinigten Staaten seine Lehre beginnen. Ein Gewinn für ihn und unser Unternehmen!»

“ Wir sind stolz

Didier Bonvin, Hotel Ad'Eldorado,
Crans-Montana

«In einer kleinen Struktur wie unserer haben Lehrlinge die Möglichkeit, in allen Bereichen zu arbeiten und schnell Verantwortung zu übernehmen. Wir haben sehr gute Erfahrungen gemacht. Einer von ihnen absolviert gegenwärtig an der Ecole hôtelière de Lausanne seinen Bachelor. Wir sind stolz darauf, junge Menschen auszubilden, die sich dann für eine Karriere in der Branche entscheiden. Bei uns wohnen die Lehrlinge während der Saison im Hotel, sind Teil der Familie. Sie bringen jugendlichen Schwung, neue Visionen und innovative Ideen in den Betrieb. Zudem sind sie bestens vertraut mit den IT-Werkzeugen und neuesten Trends in der Hotellerie. Es macht einfach Spass, sie zu begleiten, ihnen Wissen zu vermitteln. Ich empfinde das überhaupt nicht als Belastung. Da ich ohnehin den ganzen Tag im Unternehmen bin, ist meine Mission als Ausbilder mit jener des Vorgesetzten verknüpft.»

“ Die Motivation ist entscheidend

Evelyne Guehenec, Chalet de Flore, Verbier

«Es macht enorm Spass, motivierte Lehrlinge auszubilden. Ich gebe gerne mein Wissen an sie weiter, damit auch sie ihr Bestes geben können. Die Gäste haben sich in den letzten Jahren verändert, sie wünschen sich mehr Einfachheit. Ich lege grossen Wert auf die Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen in einer stressfreien Umgebung. Im Grossen und Ganzen läuft es gut – es sei denn, der Jugendliche fühlt sich im Beruf nicht wohl, will aber sein EFZ um jeden Preis beenden. Das ist eine schwierige Situation fürs gesamte Team.

Ein Lehrling sollte nicht auf einem Weg beharren dürfen, der nicht zu ihm passt. Ich stelle grundsätzlich fest, dass wir Ausbilder über keinerlei persönliche Angaben verfügen. Wir erhalten Unterlagen zum Ausfüllen und Noten. Aber wir würden den jährlichen Kontakt mit einem Lehrer der Berufsschule sehr schätzen, schon allein um eine Bestandsaufnahme des Lehrlings zu machen, um ihm zu helfen, allfällige Lücken zu schliessen.»



So werden Sie Hotelier-Ausbildner

Hier sind die wichtigsten Schritte und Vorkehrungen, um die Genehmigung zur Ausbildung von Lehrlingen zu erhalten.

1. Füllen Sie das Formular «Gesuch um eine Ausbildungsbewilligung» aus, das auf der Website der Dienststelle für Berufsbildung (DB) verfügbar ist.
2. Die DB überprüft, ob der Ausbilder (nicht zwingend der Firmenchef) die für den Beruf erforderlichen Voraussetzungen erfüllt.
3. Der Branchenkommissär meldet sich beim Hotelier, um auf seine Anliegen einzugehen und sicherzustellen, dass das Arbeitsumfeld stimmt.
4. Absolvieren Sie resp. der Ausbilder einen Lehrmeisterkurs – vor oder nach der Einstellung des Lehrlings.



Um Hotelier-Ausbildner zu werden und eine Lehrstelle anzubieten:

www.vs.ch/de/web/sfop

> Lehrverträge > Erstmals einen Lernenden ausbilden

Um Ihre Praktikums- und Lehrstellen zu veröffentlichen:
www.berufehotelgastro.ch

Schulungsunterlagen: gar nicht so schwierig!

Alle Informationen über die Betreuung der Ausbildung sind in einem einzigen Dokument enthalten, das Lehrling und Ausbilder gemeinsam nutzen: der Ordner «Lerndokumentation». Darin ist semesterweise enthalten, was der Jugendliche zu erlernen hat. Der Lehrmeister kann zwischen den verschiedenen Zielen wählen. Er muss nur den Lehrplan anzeigen und das Erlernte ankreuzen. Dabei ist es wichtig, die Ausbildung gut zu organisieren, die Entwicklung des Lehrlings zu überwachen, den Dialog und die Zielvorgaben zu verfolgen, ohne dabei die Weitergabe der eigenen Passion zu vergessen!

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

den Branchenkommissär für das Oberwallis
Hubert Lehner, 027 934 24 34





Lohnbuchhaltung

«HOTELA Full ist perfekt für uns»



Das familiengeführte Hotel Welschen in Zermatt setzt seit Jahren auf die HOTELA – sowohl für die Sozialversicherungen als auch für die Lohnbuchhaltung.

Frau Welschen, Sie und Ihr Mann führen das Hotel Welschen bereits in 2. Generation. Seit wann arbeiten Sie mit der HOTELA zusammen?

Marlène Welschen: Schon meine Schwiegereltern hatten ihre Mitarbeitenden bei der HOTELA versichert. Für uns gab es nie einen Grund, das zu ändern. Im Gegenteil: Wir haben die Zusammenarbeit weiter ausgebaut. Heute ist die HOTELA unsere Partnerin für alle fünf Sozialversicherungen und auch für das Lohnwesen.

Weshalb haben Sie sich für ein Outsourcing der Lohnbuchhaltung entschieden?

M.W.: Früher habe ich die Löhne selbst erledigt. In den 13 Jahren, in denen wir neben dem Hotel Welschen zusammen mit meiner Schwägerin auch den Walliserhof Zermatt führten, kümmerte ich mich um die Löhne von bis zu 40 Mitarbeitenden. Da nahmen wir das Angebot der HOTELA natürlich gerne in Anspruch. Heute, nur noch im Hotel Welschen, ist der Aufwand zwar wieder kleiner, dafür gibt es immer mehr Vorschriften, die man berücksichtigen muss. Die HOTELA-Spe-

zialisten sorgen dafür, dass wir bei den Sozialversicherungen und im Lohnwesen alle Gesetze und L-GAV-Bestimmungen erfüllen. Sehr praktisch finde ich auch, dass die entsprechenden Formulare schnell aufgerufen und druckbereit sind.

Wie sieht die Zusammenarbeit mit der HOTELA konkret aus?

M.W.: Ich bin dafür verantwortlich, dass alle Mitarbeiter-, Lohn- und Arbeitszeitdaten auf der Online-Plattform à jour sind. Die «Heizelmännchen» der HOTELA übernehmen dann alle anderen Arbeiten. Das ist echt super. Ich habe die volle Kontrolle und kann wählen, welche Aufgaben die HOTELA übernimmt und welche nicht. Die Banküberweisungen nehme ich zum Beispiel nach wie vor selber vor.

Braucht es für die Nutzung der Online-Plattform besondere Kenntnisse?

M.W.: Nein. Der Prozess ist einfach, die Eingabemasken sind selbsterklärend. Man kann eigentlich nichts falsch machen. Tauchen trotzdem Fragen auf, ist der HOTELA-Support zur Stelle.

Die HOTELA betont, wie wichtig ihr Kundenfeedbacks sind. Deshalb meine Frage: Was müsste an HOTELA Full verbessert werden?

M.W.: Da muss ich nicht lange überlegen (lacht). Meiner Meinung nach gibt es nichts zu verbessern. HOTELA Full ist perfekt für uns – unsere Bedürfnisse werden voll abgedeckt. 

HOTELA Full: ein Outsourcing, das sich bezahlt macht



Dietmar Heinzmann, Ansprechpartner für die Walliser HOTELA-Kunden, fasst die wichtigsten Vorteile von HOTELA Full zusammen.

«HOTELA Full ist die kostengünstigste Dienstleistung der HOTELA

für eine effiziente Lohnbuchhaltung. Wer sich für ein Outsourcing des Lohnwesens entscheidet, hat deutlich weniger Arbeit und gleichzeitig die Gewissheit, dass auch komplexe Fälle schnell und korrekt behandelt werden. Dank zentraler Datenablage

und Synchronisation mit der Zeiterfassung haben die Kunden ihre Lohnabrechnungen, Bankaufträge, Lohnausweise sowie Zeit- und Absenzensaldi jederzeit im Griff.

HOTELA Full ist eine Zusatzfunktion der Online-Plattform HOTELA+. Deshalb lassen sich Synergien zwischen Lohnwesen und Sozialversicherungen optimal nutzen.

Aktuell betreut unser Team von HOTELA Full rund 4'000 Lohndossiers pro Monat. Das Spektrum der Kunden reicht vom Kleinstbetrieb mit einer Lohnsumme von 100'000 Franken bis zum 5-Sterne-Hotel mit einer Lohnsumme von 10 Millionen Franken.»



Weitere Informationen

Dietmar Heinzmann, Kundenberater
HOTELA, 021 962 49 49,
welcome@hotela.ch, www.hotela.ch



Bewertungen auf dem Netz Customer Alliance führt Sie durch den Dschungel

Das ist die Mundpropaganda des 21. Jahrhunderts. Tausende von Gäste-Bewertungen werden jeden Tag auf Websites wie TripAdvisor, Google oder Holiday Check veröffentlicht. Wie verwalten Sie tagtäglich Ihre E-Reputation?

Neun von zehn Reisenden lassen sich durch die Kommentare im Internet beeinflussen. In diesem Dschungel positiver oder negativer Kritiken kann sich der Hotelier schnell verloren vorkommen. Wie können Sie Ihre Reputation im Internet stärken, anstatt ihr ausgesetzt zu sein? Hier greift Customer Alliance ein: Das deutsche Unternehmen bietet eine Gesamtlösung für die tägliche Handhabung solcher Meldungen.

«Innerhalb von etwa zehn Jahren wurde die traditionelle Mundpropaganda durch eine virtuelle Mundpropaganda ersetzt.»

Übernehmen Sie die Kontrolle

Am Ende seines Aufenthaltes erhält der Kunde ein E-Mail. Ein Link verweist auf einen personalisierten Fragebogen, eigens vom Hotelier ausgewählt. Will er zum Beispiel wissen, ob sein neuer Wellnessbereich den Erwartungen seiner Gäste entspricht? Ob ihnen die Neugestaltung der Zimmer gefällt? Der Hotelier kann das Formular nach Belieben anpassen. Die Kundenantworten werden dann auf der Hotel-Website und/oder auf einer oder mehreren spezialisierten Websites wie TripAdvisor usw. nach eigenem Gutdünken aufgeschlüsselt.

«Wir stellen fest, dass sich spontan entweder sehr zufriedene Kunden oder leider – in den meisten Fällen – frustrierte Kunden auf den Meinungsportalen äussern. Mit der Aufforderung an die schweigende Masse, sich auszudrücken, erlangt der Hotelier die Kontrolle über seine E-Reputation zurück und stellt den Wahrheitsgehalt im Web wieder her», bemerkt Zoé Garnier, bei Customer Alliance zuständig für die Schweiz.

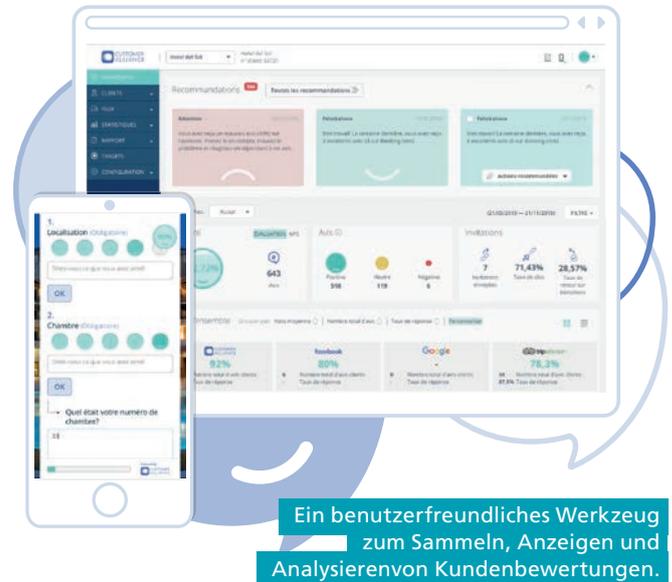


Das Unternehmen zentralisiert und analysiert auch Kommentare von über 40 Kundenbewertungs-Plattformen. Alle über den Betrieb veröffentlichten Nachrichten werden an den Hotelier weitergeleitet, analysiert, sortiert und synthetisiert. Nehmen wir einmal an, dass die Tischanordnung eines Restaurants mehrfach kritisiert wird. Customer Alliance bündelt die Meldungen und macht Interpretationsvorschläge. Danach ist es Sache des Hoteliers, zu handeln. Er weiss dann, wo und weshalb er zu intervenieren hat.

Hilfe, mein Image!

Die digitale Image-Verwaltung gehört zu den neueren Herausforderungen. «Innerhalb von etwa zehn Jahren wurde die traditionelle Mundpropaganda durch eine virtuelle Mundpropaganda ersetzt», sagt Zoé Garnier. Dadurch ändert vieles. Wir sprechen nicht mehr von Kommentaren, die sich allmählich in einem Vertrauensverhältnis von Freund zu Freund wiederspiegeln. Ein einfacher Vermerk kann heute von hunderten potentiellen Kunden sofort gelesen werden.

Einerseits sind negative Kommentare schwer zu verdauen, andererseits bringen Lobeshymnen mehr verkaufte Zimmer. Eine Studie der American University of Cornell hat nachgewiesen: Ein Gast ist bereit, für eine vergleichbare Qualität und Serviceleistung 11% mehr zu bezahlen für jene Institution, die einen zusätzlichen Punkt auf der Bewertungsskala erlangt hat.



Fast 400 Schweizer Hotels setzen auf Customer Alliance

Das 2009 gegründete Unternehmen Customer Alliance mit Sitz in Berlin zählt weltweit etwa 5'000 Kunden, hauptsächlich in Europa – darunter knapp 400 in der Schweiz. Customer Alliance legt besonderen Wert auf die Glaubwürdigkeit. Um Missbräuche zu vermeiden, werden ausschliesslich Gäste zum Feedback eingeladen, die im Hotel übernachtet haben.

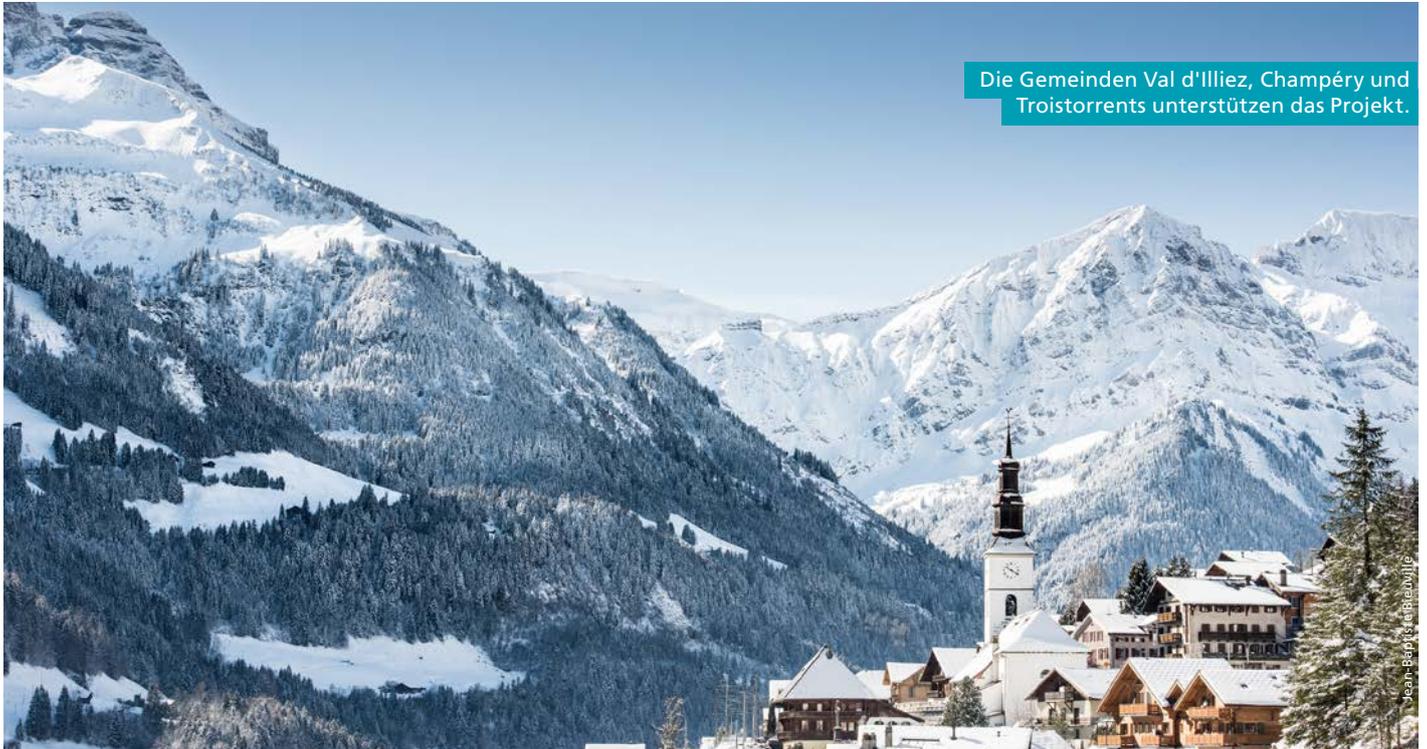
Vorteile für WHV-Mitglieder:
15% Rabatt auf das gesamte Angebot.

Kontaktperson für das Oberwallis
Michal Salva, +49 30 7628900 32
oder mis@customer-alliance.com
www.customer-alliance.com



Hotel-Kooperation im Val d'Illeiz

Startschuss für eine eigenständige Hotelgruppe



Die Gemeinden Val d'Illeiz, Champéry und Troistorrents unterstützen das Projekt.

Fünf Hoteliers aus dem Val d'Illeiz haben sich in einem Pilotprojekt zur Zusammenarbeit entschieden. Der Walliser Hotelier-Verein (WHV) und die Gemeinden der Region unterstützen diesen Ansatz. Erste Synergien werden für 2019 erwartet.

Schon seit Jahren sind sich Experten einig: Kleine Hotels müssen ihre Kräfte bündeln, um zu überleben. Im Wallis haben mit Grächen und dem Lötschental nur zwei Regionen den Sprung geschafft. Anderswo gibt es mehrere Faktoren, die eine solche Zusammenarbeit bislang verhinderten: fehlende Zeit, Befürchtungen, die eigene Identität und Unabhängigkeit zu verlieren, Alltagsstress bei der Geschäftsabwicklung, Angst, Zahlen an Konkurrenten weiterzugeben usw.

Der WHV hat deshalb beschlossen, im Val d'Illeiz mit starken Partnern ein Pilotprojekt zu starten. Eine auf Kooperationen spezialisierte Zürcher Firma leitet den Prozess – sie kann dabei auf die Unterstützung dreier Gemeinden, der Antenne Région Valais Romand, des Kantons und der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit zählen.

Fünf Hotels, die sich in ihrer Stilrichtung und Klassifikation stark unterscheiden, haben sich bereiterklärt, das Abenteuer zu wagen (siehe Kasten). Laut WHV-Direktor Patrick Bérod ist der Projektstart geglückt: «Wir sind auf gu-

tem Weg – in einer Region, die eine integrierte Vision des Tourismus' befürwortet. Ziel ist, ein Kooperationsmodell aufzustellen, das als Referenz für andere Destinationen im Wallis dient.»

«Sobald das Angebot aufgesplittert ist, wird es schwierig, Geld zu verdienen. Ziel ist, die Positionierung jedes einzelnen Hotels zu verbessern, indem bestimmte Aktivitäten gebündelt und so Kosten gesenkt werden.»

Eine Stimme für die Hotellerie in der Region

Das Val d'Illeiz befindet sich voll im touristischen Umbruch. Auf Impuls der öffentlichen Hand wurden kürzlich zwei Unternehmen gegründet: die «Région Dents du Midi», die für die Tourismusförderung in der Destination zuständig ist, und «ValChablais Invest», eine Firma, die sich um die Finanzierung der Seilbahnen im Bezirk Monthey kümmert.

«Wir werden allesamt untergehen, wenn jeder in seiner eigenen Ecke verharrt. Gemeinsam mit meinen Präsidentenkollegen von Champéry und Val-d'Illeiz suchen wir nach Lösungen zur gezielten Zusammenführung von Tourismusakteuren nach Bereichen. Die Hotellerie ist ein unentbehrlicher Partner. Es ist wichtig, dass es ihr gelingt, ihre Bedürfnisse zu formulieren und die gesamte Dynamik zu nutzen, die in unserer Region steckt», erklärt Fabrice Donnet-Monay, Gemeindepräsident von Troistorrents.

Berater Urs Keiser der conim AG wurde beauftragt, die Hoteliers bei der Entwicklung eines tragfähigen Kooperationskonzepts zu unterstützen. Im Val d'Illeiz wie auch anderswo leiden die Betriebe unter den gleichen finanziellen Schwierigkeiten und sind nicht mehr in der Lage, genügend Cash Flow für Investitionen zu generieren. «Sobald das Angebot aufgesplittert ist, wird es schwierig, Geld zu verdienen. Ziel ist, die Positionierung jedes einzelnen Hotels zu verbessern, indem bestimmte Aktivitäten gebündelt und damit Kosten gesenkt werden», so der Experte.

Eine einzigartige Plattform mit einem gemeinsamen Hintergrund

Der Prozess beginnt mit klaren Garantien und Vorgaben: Jeder Hotelbetrieb behält seine eigene Identität, Unabhängigkeit sowie finanzielle Eigenständigkeit. Was für den Gastgeber einzigartig ist, bleibt unverändert. Hinter den Kulissen der Einrichtungen werden die Kompetenzen und Ressourcen ausgetauscht.

Produktbeschaffung, Personalmanagement und Marketingservices sind Bereiche, die ein grosses Einspar- und Wertschöpfungspotenzial bieten – vorausgesetzt, die Hoteliers kommunizieren untereinander und bauen ein Vertrauensverhältnis auf. «Es gilt, eine Organisationslösung zu finden, damit die Zusammenarbeit für alle nach klaren Regeln erfolgen kann», betont Urs Keiser. Er unterstreicht die Wichtigkeit eines schrittweisen Vorgehens, in dessen Verlauf jede Gelegenheit zur Zusammenarbeit geprüft werde – zwingend jedoch mit einer gemeinsamen operativen Vision.

Ein Konzept nach Mass

In einem ersten Schritt des Projekts werden die Daten und Bedürfnisse der einzelnen Betriebe erfasst. Dies verschafft einen vollständigen Überblick in Bezug auf Stärken, Herausforderungen und Kooperationsmöglichkeiten. Darauf basierend wird ein massgeschneidertes Konzept für die fünf Einrichtungen entwickelt und seine Umsetzung betreut werden. Erste Synergien werden sich bereits 2019 nutzen lassen. ↘

“ Nicht alle benötigen das Gleiche

Das Palladium in Champéry ist vor allem ein Sportzentrum, das ein breites Spektrum an Aktivitäten bietet (Schwimmbad, Eisbahn, Curling, Klettern, Tennis usw.) sowie eine Mehrzweckhalle und Seminarräume. Es wird ausschliesslich von der Gemeinde verwaltet.

Cindy Mudry, Leiterin des Bereichs Empfang und Hotel, sieht in diesem Kooperationsprojekt die Möglichkeit, die Organisationsstruktur und den Auslastungsgrad der Zimmer zu optimieren. «Dieser Prozess wird eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen. Wir befinden uns noch in der Entwicklungsphase, aber ich bin sehr zuversichtlich und lerne viel. Es ist äusserst spannend zu be-

obachten, wie andere arbeiten. Jeder hat seine Stärken und Schwächen, seine eigenen Begehren.»

So ist beispielsweise das Hotel Palladium derzeit nicht ausreichend gebucht, um das Anstellen einer Reinigungskraft zu einem fixen Prozentsatz zu rechtfertigen. Eine solche Stelle mit einem anderen Hotel zu teilen, könnte sich als vorteilhaft erweisen. Andererseits verfügt das Sportzentrum für die Vermarktung seiner eigenen Produkte und jener des Tourismusbüros über eine professionelle Marketingabteilung, die im Rahmen dieser Zusammenarbeit genutzt werden könnte.

“ Gastgeber und Gäste werden gewinnen

Die Besonderheit im Hotel Le Communal in Val-d'Illicz ist sein Restaurant, das für seine traditionellen italienischen Spezialitäten weitherum bekannt ist. Sein Chef Per-Henrik Mansson freut sich, mit seinen Kollegen ein gemeinsames Abenteuer zu starten, um vor allem das touristische Angebot der Destination zu erweitern.

«Der Kunde, der in unsere Region kommt, wünscht unterschiedliche Erlebnisse und möchte unter verschiedenen Optionen auswählen. Wir Fünf werden dem Gast eine Reihe von Aktivitäten, Infrastrukturen und kulinarischen Genüssen von bester Qualität und für jeden Geschmack anbieten kön-

nen.» Der Gastronom ist überzeugt, dass in der künftigen eigenständigen Hotelgruppe alle nur gewinnen können.

Neben den Einsparmöglichkeiten glaubt Per-Henrik Mansson an den Mehrwert des Austauschs zwischen passionierten Fachleuten. «Einer meiner Kollegen bereitet zum Beispiel das beste Frühstück im Tal zu. Als ehemaliger Fachjournalist des «Wine Spectator» verfüge ich über ausgezeichnete Weinkenntnisse. Durch die gegenseitige Hilfe und Beratung in unseren bevorzugten Bereichen können wir viel voneinander lernen und unsere Dienstleistungen verbessern.»

Die 5 beteiligten Hotels

Die teilnehmenden Betriebe haben sehr unterschiedliche Stile und komplementäre Profile.

**** Hotel White, in Champéry



Hotel Le Communal in Val-d'Illicz – mit Restaurant (im Gault & Millau)



Le Champoussin Lodge in Val-d'Illicz – Hotel und App., zwischen ** und ****



*** Beau-Séjour Art Boutique Hotel in Champéry



Palladium – Sport- und Kulturzentrum in Champéry





Sozialpartnerschaft

Nutzen wir den L-GAV, um attraktiv zu bleiben!



Die Sozialpartnerschaft ist Teil unseres Erbes – die Hotellerie braucht sie, um attraktiv zu bleiben. Denken wir daran bei den Verhandlungen über den Gesamtarbeitsvertrag 2021–2024.

Im November 1918 stand die Schweiz für drei Tage still: Beim ersten und letzten Landesstreik legten 250'000 Arbeiter ihre Arbeit nieder und forderten z.B. die 48 Stunden-Woche, eine Alters- und Invalidenversicherung und das Frauenstimmrecht. Die Schweiz stand in diesen Tagen am Rande eines Bürgerkriegs. Dank konstruktiven Kräften konnte diese negative Energie aber in positive Resultate umgemünzt werden.

Bis die Frauen auf nationaler Ebene mitbestimmen konnten, vergingen fast 60 Jahre. Die übrigen Forderungen wurden unter dem Eindruck des Landesstreiks und mit dem Willen, eine Wiederholung zu vermeiden, früher umgesetzt.

Ein institutionelles Ventil

Auch die Sozialpartnerschaft ist ein solches Erbe aus dem Jahr 1918. Die Schweiz hat es geschafft, für die Unzufriedenheit der Arbeitnehmenden ein institutionelles Ventil zu entwickeln, so dass es nicht – wie in anderen Ländern – zu Umstürzen und sozialen Unruhen kam und teilweise immer noch kommt. In Frankreich sind Streiks noch heute das einzige Mittel für die Arbeitnehmer/innen, ihren Forderungen Luft und Öffentlichkeit zu verschaffen.

In der Schweiz können Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände am Runden Tisch verhandeln und innerhalb der jeweiligen Branchen gemeinsam um die Arbeitsbedingungen

ringen. Dabei geht es um weit mehr als um den Mindestlohn oder die nächste Lohnerhöhung.

Bei Gesprächen in der Beherbergungsbranche erhalte ich manchmal den Eindruck, dass der L-GAV primär als Kostentreiber betrachtet, dem eigentlichen Wert eines allgemeinverbindlichen L-GAV aber kaum Beachtung geschenkt wird. Viele scheinen die Arbeitswelt ohne L-GAV zu idealisieren. Ich bin überzeugt von der ausgleichenden Wirkung des L-GAV und betrachte ihn als Garant für den sozialen Frieden in der Schweiz.

«Viele scheinen die Arbeitswelt ohne L-GAV zu idealisieren. Ich bin überzeugt von der ausgleichenden Wirkung des L-GAV und betrachte ihn als Garant für den sozialen Frieden in der Schweiz.»

L-GAV-Verhandlungen

Wenn wir nächstes Jahr den neuen L-GAV 2021–2024 des Gastgewerbes verhandeln, werden wir als Arbeitgebervertreter unsere Positionen dort so hart wie möglich verteidigen, um das Maximum für unsere Mitglieder herauszuholen. Die Vertreter aller Regionalverbände in der Arbeitsrechtskommission von hotelleriesuisse werden dafür sorgen, dass die regional unterschiedlichen wirtschaftlichen Bedingungen bestmöglich berücksichtigt werden.

Aber es sind Verhandlungen, und Maximalpositionen haben dort keine Chance. Die Rahmenbedingungen in der Beherbergungsbranche sind bekannt:

1. Tiefe Margen sind die Regel.
2. Die Branche steht in einem intensiven Wettbewerb mit andern Branchen um die besten Fach- und Führungskräfte.
3. Durch die Umsetzung der Masseneinwanderungs-Initiative sind die Möglichkeiten begrenzt, ausländische Arbeitskräfte zu rekrutieren.

Wie also kann der L-GAV unter diesen Umständen als Instrument gegen den Fachkräftemangel wirksam genutzt werden? Die Attraktivität einer Branche macht sich gerade auch an den Arbeitsbedingungen fest. Deshalb greift der Ansatz zu kurz, den Erfolg der Verhandlungen nur daran zu messen, ob der Mindestlohn möglichst tief zu liegen kommt.

Der L-GAV ist ein Gesamtpaket, das unsere Delegierte an der Sommer-Delegiertenversammlung 2020 genehmigen können. Ich vertraue auf die Verhandlungsdelegation der Arbeitgeber, dass sie in den kommenden Verhandlungen mit den Arbeitnehmern einerseits die nötige Weitsicht, andererseits aber auch die nötige Durchsetzungskraft an den Tag legen werden.

*Claude Meier,
Direktor von hotelleriesuisse* 



Neuer Marketing-Trend Mit Influencern zusammenarbeiten



Zur Imagepflege bietet das Fairmont Le Montreux Palace einflussreichen Bloggern originelle Aktivitäten.

Immer mehr Hoteliers nutzen das Einfluss-Marketing, um sich im Internet zu profilieren. Durch die Zusammenarbeit mit einzelnen Bloggern erreichen sie neue Zielgruppen und gewinnen so an Bekanntheit.

Mit der zunehmenden Verbreitung der Social Media verstärkt sich auch dieser Trend: Die Konsumierenden orientieren sich lieber an den Empfehlungen anderer Kunden als an Werbebotschaften. Bevor sie ein Reiseziel auswählen oder eine Unterkunft buchen, stöbern sie heute im Internet und suchen nach positiven Erfahrungen anderer Gäste. Häufig lassen sie sich inspirieren von wortreichen, mit Bildern unterlegten Posts besonders aktiver Autorinnen und Autoren, die Tausende von Lesenden erreichen. Deshalb integrieren die Tourismusunternehmen diese sogenannten Influencer mehr und mehr in ihre Marketing-Strategien.

Eine Win-Win-Partnerschaft

Dies gilt auch für das Montreux Palace, heute bekannt unter dem Namen «Fairmont Le Montreux Palace». Seit zwei Jahren arbeitet die Marketingleiterin Lucie Piron an der Entwicklung ihres Netzwerks in der Blogosphäre. Je nach Bedarf steht sie mit etwa zehn Influencern pro Jahr in Kontakt. «Sie werden sorgfältig ausgewählt – basierend auf der Qualität ihrer Post, ihrer Interessen und der Anzahl Follower. Ich investiere viel Zeit, denn es steckt eine Menge Kleinarbeit dahinter», erklärt sie.

Um beispielsweise eine neue SPA-Behandlung zu vermarkten, spricht Lucie Piron mit einem Blogger, der gerne neue Wellness-Trends testet. «Wir bieten ihm ein einzigartiges Er-

lebnis in unserem Hotel, das er über seine Social Networks als interessanten Inhalt für die Leser weitergeben kann. Ziel ist es, für beide Parteien eine Win-Win-Partnerschaft zu schaffen», erklärt die Managerin. Es kann vorkommen, dass einige Meinungsführer für ihre Dienste Geld verlangen. Lucie Piron geht darauf aber nicht ein: «Es handelt sich um einen Austausch – die Erfahrung wird nach Absprache mit den Influencern als Vergütung angerechnet. Wir mischen uns nicht in ihren Inhalt ein: Sie sollen absolut frei bleiben.»

Einen bleibenden Eindruck hinterlassen

Es ist schwierig, die Rendite des Einfluss-Marketings zu ermitteln. Die Veröffentlichung des Bloggers hinterlässt Spuren in den Köpfen der Menschen sowie im Internet und verbindet das Fairmont Le Montreux Palace mit einem Erlebnis, mit Eindrücken und Emotio-

nen. «Diese subjektiven Eindrücke sind wichtig für unser Image. Heute genügt die Qualität eines Zimmers nicht mehr. Es ist die Originalität der von uns angebotenen Aktivitäten, die Attraktivität des Ortes und die Freundlichkeit der Mitarbeitenden, die den Unterschied ausmachen», fasst Lucie Piron zusammen. 

Welche Influencer können Ihr Unternehmen vermarkten? Wie erreicht man sie und wie arbeitet man mit ihnen zusammen? Der neue *ritzy-Kurs «Influencer-Marketing» beantwortet genau diese Fragen und hilft Ihnen, die Weichen zu stellen für eine gezieltere Strategie in den Social Media.



Informationen und Anmeldung auf [*ritzy.ch](https://www.ritzy.ch)

Verpassen Sie den neuen *ritzy-Katalog nicht!

Im Januar erscheint das neue Weiterbildungsangebot mit rund 200 Kursen. *ritzy orientiert sich an den neuesten Trends. Neben dem Kurs Influencer-Marketing werden zwei neue Kurse angeboten, die den aktuellen Bedürfnissen der Branche entsprechen:

- **Finanzieren Sie Ihre Projekte über Crowdfunding:** Dieser Kurs vermittelt Ihnen die Grundlagen der Beteiligungsfinanzierung – von der Strategie über die Entwicklung einer Kampagne bis zur Auswahl einer Plattform.
- **Virtual und Augmented Reality im Tourismus:** Entdecken Sie, wie virtuelle Rundgänge durch Ihren Betrieb die Verkaufsstrategie optimieren können. Dieser Kurs erklärt das Konzept und den Anwendungsbereich dieser neuen Technologien.

Unter uns...



Fachkräftemangel: Vielleicht liegt die Lösung bei Ihnen?

Für die kommenden Jahre zeichnet sich ein Fachkräftemangel ab. Die Auswirkungen im Beherbergungs- und Gastronomiesektor werden deutlich spürbar sein, heisst es.

Zwar wird durch die Automatisierung gewisser Tätigkeiten eine beträchtliche Anzahl Arbeitskräfte zurück auf den Markt kommen, jedoch mit geringer oder gar keiner Qualifikation. Daraus entsteht in Zukunft ein wichtiger Ressourcenpool, auf den die Hoteliers zurückgreifen können.

Zwei Aspekte können diese Entwicklung jedoch zunichtemachen:

- Das Timing – Zeit und Dauer passen möglicherweise nicht zusammen. Wir wissen um die Dringlichkeit der zu besetzenden Stellen, besagter Ressourcenpool ist jedoch zum gegebenen Zeitpunkt möglicherweise noch leer.
- Die Kompetenzen – Für die Ausbildung, Leitung und Betreuung dieser neuen Mitarbeiter/innen ist hochqualifiziertes Fachpersonal gefragt. Ein Mangel an versierten Fachkräften würde sich dramatisch auf die Qualität unserer Dienstleistungen auswirken.

Vielleicht fragen Sie sich, was Sie tun können. In der Tat liegt die Antwort bei Ihnen selbst. Sie müssen sich lediglich bemühen, einen oder mehrere Lehrling/e auszubilden, und das Gleichgewicht bleibt auch in Zukunft erhalten. Übrigens: Die neusten nationalen Studien haben ergeben, dass die Anstellung eines Lehrlings finanziell überwiegend profitabel ist. Nach Ablauf der Einarbeitungszeit ist die Person einsatzbereit, und der direkte Kontakt mit den Kunden ist bereichernd und motivierend. Ein Gewinn für alle Hoteliers!



Patrick Bérod
Direktor WHV

Neuigkeiten



NRP-Kredite

Der Staatsrat hat beschlossen, die Gewinnbeteiligung bei der Gewährung zinsloser Darlehen für den Zeitraum 2018–2019 auf 5% zu begrenzen. Sollte es jedoch zu aussergewöhnlichen Veränderungen an den Zins- und Kapitalmärkten kommen, kann er diesen Wert während den zwei Jahren anpassen. Dieser Entscheid fällt in den Geltungsbereich des Bundesgesetzes über die Regionalpolitik.

Energie: Es geht noch besser!

Die Hotellerie ist sehr energieintensiv. Für das Wohlergehen des Planeten wie auch Ihres Betriebsergebnisses besteht ein grosses Potenzial. Das Programm «hotelpower» hilft Hoteliers, ihren Energieverbrauch zu senken und gleichzeitig Produktivität und Servicequalität zu steigern. Check-up, Be-

rechnungstools, Sparmassnahmen, Good Practices, Fördermittel... Die Experten der Energieagentur der Wirtschaft stehen Ihnen zur Verfügung.

Weitere Informationen: hotelpower.ch

125 Jahre EHL

Sie hat einen Grossteil der Walliser Hoteliers ausgebildet und feierte erst kürzlich ihr 125-jähriges Bestehen: Die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) begann am 15. Oktober 1893 mit 27 Studenten und dem Traum, das Hotel-Management zu professionalisieren. Aus diesem ehrgeizigen Unterfangen ist ein internationaler Konzern geworden, der eine breite Palette von Bildungslösungen anbietet, mit zwei Standorten in der Schweiz und einem dritten in Asien. Gegenwärtig zählt die EHL rund 3'000 Studierende aus über 100 Ländern.

Das Team des Walliser Hotelier-Vereins wünscht Ihnen frohe Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr.

Unsere Büros bleiben geschlossen: Freitag, 21. Dezember 2018 – Montag, 7. Januar 2019.

Ihre Mitteilungen bitte an: info@vs-hotel.ch



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

