

Geschäftsbericht

20

VDH
AHD

VEREINIGUNG DIPLOMIERTER
HOTELIERS RESTAURATEURE SHV
HOTELMANAGER NDS HF

Liebes Mitglied

Ich freue mich sehr, dir auch dieses Jahr wieder den Geschäftsbericht zu präsentieren. Die VDH schreibt Geschichte, die im Geschäftsbericht verewigt wird. Er ist ein einzigartiges Meisterwerk – geschrieben von VDH-Mitgliedern – geschrieben für VDH-Mitglieder! Dank eurer Beiträge und Unterstützung können wir das Heft, welches du in der Hand hältst, jährlich erscheinen lassen und mit spannenden und unterhaltsamen Inhalten und Berichten füllen! Auch Kompetenzpartner, Berufs- und Branchenkollegen und Experten kommen wieder zu Wort und runden den Bericht mit ihren Beiträgen, zu einem einmaligen und unverzichtbaren Werk ab. Und last but not least erfahren wir mehr über unsere Mitglieder, ihren Werdegang und ihre Leistungen.

Die Mitgliederversammlung 2017 war dank unserer engagierten VDH-Kollegen und fleissigen Mitorganisatoren in Davos, atemberaubender Referate und abenteuerlichem Rahmenprogramm ein unvergesslicher Anlass der Superlative! Was wir geniessen und erleben durften und welche Highlights es gab, wird von Edith Crucitti Tonoli spannend und kurzweilig im ihrem Bericht geschildert.

Gemeinsam mit euch wollen wir die Vereinigung in das neue Jahrzehnt führen – Werte überarbeiten, neue Wege einschlagen, nachhaltige Ziele definieren und umsetzen. Mehr verraten wir erst bei der Mitgliederversammlung Ende April in der Seerose in Meisterschwanden bei unserer VDH-Kollegin Tina Halbeisen. Lasst euch überraschen!

Im Bericht von Markus Christen erinnern wir uns an zwei wundervolle Tage beim StadtFinden 2017 in Frauenfeld. Spannend und witzig wird über die Erlebnisse und das tolle Programm, das das OK perfekt organisiert hat, erzählt. All jene, die nicht mit dabei waren, können nachlesen, was sie alles versäumt haben.

2018 entfällt das StadtFinden – da wir uns ganz auf das Jubiläum «50 Jahre VDH» konzentrieren. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren und wir arbeiten intensiv daran, dass die Tage in Gstaad ein voller Erfolg werden.

Für das VDH-Treffen an der Igeho gab es einen Rekord an Anmeldungen! Dank unserer Sponsoren konnten wir ein unterhaltsames Get-together organisieren.

«Lernen von den Besten» – lautet das Motto bei unseren Fachausflügen ins Ausland. Diesmal zu Gast in Hamburg konnten wir in bekannten und berühmten Häusern hinter die Kulissen schauen und Fachgespräche mit Hoteldirektoren und Managern führen! Drei unvergessliche Tage, deren Eindrücke und Erfahrungen Murat Baki, der erst vor kurzem das NDS abgeschlossen hat, mit allen in seinem Bericht teilt.

Neues aus dem NDS, Berichte über die Aktivitäten der HSG St. Gallen, Informationen über unsere Weiterbildungsveranstaltungen und vieles mehr finden sich auf den folgenden Seiten des Berichtes.

Wir danken Adrian Stalder herzlich für seinen Nachruf auf Hans C. Leu, Ehrenmitglied und Absolvent Zyklus 1 des US. Worte, die mich sehr berührt haben.

Der Jahresbericht dient nicht nur zur Rückschau – sondern – oder vor allem – für den Blick in die Zukunft. Und in Zukunft haben wir viel vor! 2018 ist das Jubiläumsjahr – 50 Jahre VDH! Das bedeutet: 50 Jahre Freundschaft, gemeinsamer Gedankenaustausch, gegenseitige Unterstützung, Erfolge feiern, Herausforderungen meistern und sich zusammen für grosse Ziele einsetzen!

In diesem Sinne, wünsche ich euch viel Spass beim Lesen und Stöbern im Geschäftsbericht und freue mich schon heute, dich bald wieder persönlich zu begrüssen.

Michael Max Müller
Präsident





Inhaltsverzeichnis

Mitgliederversammlung – Davos	4
StadtFinden – Frauenfeld	8
Igeho – Messe Basel	15
Fachausflug ins Ausland – Hamburg	16
50 Jahre Jubiläum NDS HF Hotelmanagement	20
Neues aus dem NDS	22
NDS-Dozenten	24
Expertenforum «Input»	28
VDH-Kompetenzpartner	34
Begrüssung der neuen VDH-Kompetenzpartner	39
Hoher Einsatz zugunsten qualifizierter Fachkräfte	40
Ganzheitlicher Ansatz im Online Marketing	42
Restaurant Revenue Management	44
Professionelles Marketing als Differenzierungsfaktor in der Hotellerie	46
Meine Bürgenstock-Story	48
VDH-Geschäftsstelle unter neuer Führung	51
Nachruf von Hans C. Leu	53
Preisträger der Stiftung Schellenberg	54
Aus dem Leben und Wirken unserer Mitglieder	57
50 Jahre VDH – Save the Date	62
Charta der VDH	64

Mitgliederversammlung 2017

Über 90 Teilnehmer folgten dem Ruf der VDH nach Davos

Edith Crucitti Tonoli, Zyklus 10

Hat die grosse Neugier gestochen, das erst seit gut einem Jahr eröffnete Hotel Ameron unter die Lupe nehmen zu können? War es die Gelegenheit, nochmals sonnige Skitage zu geniessen und die Pisten runter zu sausen?

Nein, das Echo entlockte ganz klar, die Einladung:

«Wir heissen Sie zur VDH-Mitgliederversammlung herzlich willkommen im Ferien-, Sport-, Kongress-, Forschungs-, Gesundheits- und Familien-Ort Davos»



Mit verheissungsvollen Referaten und tollem Rahmenprogramm, tönnte dies so spannend und war zweifelsohne der Grund, dass rund 90 Personen dieser Einladung folgten. Nicht zu unterschätzen und immer dazu gehörend auch die Vorfreude, bekannte Gesichter wieder anzutreffen und Neue kennen zu lernen.

Kaum angemeldet an der Réception, begrüsst, mit einem herzlichen und freundlichen Willkommen, die VDH-Gastgeber und fleissigen Mitorganisatoren, Ingo und Silvana Schlösser. Mit dem Glas prickelndem Champagner in der Hand, noch bevor das Gepäck im Zimmer war, ein freudiges Hallo da und ein Strahlen über ein Gesicht dort. VDH ist halt doch wie eine grosse Familie.

Punkto köstlichem Champagner; an dieser Stelle, gleich zu Beginn, ein riesiges Dankeschön an all unsere Sponsoren, die uns auch im Rahmen dieses Anlasses einmal mehr sehr grosszügig verwöhnten.

Pünktlich wie eine Schweizer Uhr standen um 15 Uhr für die Abenteurer die Pferdeschlitten vor dem Hotel bereit. Na ja, Schlitten ist etwas übertrieben, wenn Räder und nicht Kufen montiert sind. Die Strecke führte ja durch ganz Davos, vom einen zum anderen Ende und dies natürlich auf aperi Strassen. Die autofahrenden Touristen von Davos würden sich vermutlich zünftig beklagen, wenn die Strassen nicht schneefrei wären. Spass schien es so oder so zu machen, die Fahrt, mit den sauber gestriegelten, wenigen



PS und den freundlichen Kutschern. Aber auch wer sich auf die Busse verliess, traf rechtzeitig ein zur «Get-together party» im Hotel Alpenhof.

Was da an Köstlichkeiten aufgetischt stand, liess die Augen überquellen und entlockte fast allen ein «wer mag das alles essen?» Es war ja lediglich als Empfangs-Apéro gedacht und in ein paar wenigen Stunden erwartete uns bereits ein Gala-Diner. Aber die VDH-ler werden angeblich etwas unterschätzt was Appetit anbelangt. War es vielleicht die Bergluft, die ziemlich hungrig machte, oder konnte man den gluschtigen Häppchen und Süssigkeiten ganz einfach nicht widerstehen? Dem freundlichen Service-Team blieb auf jeden Fall nicht viel Arbeit, beim

Abräumen von Ungeessenem. Ein grosses Kompliment und ein riesiges Dankeschön dem sehr freundlichen Gastgeber, Roberto Pisilli, mit seinem ganzen Team für die sehr grosszügige und perfekte Bewirtung.

Ein paar Wenige, die bis zum baldigen Abend nicht noch etwas ausruhen wollten; für's Schminken oder chic Machen nicht Stunden benötigen, profitierten vom spontanen Angebot einer Hausführung im Ameron. Der Hausherr, Ingo Schlösser, verstand es, mit sichtlichem Stolz, ein paar interessante Fakten und Daten bekannt zu geben. Die öffentlichen Räume, Zimmer und Suiten, aber auch die rückwärtigen Räume, Küche mit neuester Technik, hundertprozentige



Pellet-Heizung und Wärmerückgewinnung entlockten so manches WOW.

Zum Aperitif «Swiss und Asia» im Hotel Seehof und, sehr verdankenswert, von demselben offeriert, erschienen alle sehr festlich gekleidet. So musste man teilweise zweimal hingucken ob es tatsächlich dieselben Personen sind, welchen man grad noch in sportlich lockerem Outfit begegnete.

Bevor zum Gala-Diner bei Kerzenlicht mit Piano Musik aufgefordert wurde, begrüßte uns auf seine spontan herzliche Art, unser VDH-Kollege und VR-Präsident des Hotels Seehof, Aschi Wyrsh. Dass er den ganzen Abend mit uns verbrachte, schätzten wir sehr, feierte er doch gleichentags seinen Geburtstag, zu dem wir selbstverständlich herzlich gratulierten.

Klar, dass sich an den festlich geschmückten Tischen alle sehr wohl fühlten und

angeregte Gespräche führten. Geschätzt und interessant wird es immer wieder, wenn sich VDH-ler zusammenfinden, welche sich nicht schon seit Jahren kennen.

Albert Bachmann nahm eine enorme Arbeit auf sich, zusammen mit Ingo und Silvana Schlösser, dass auch diese Mitgliederversammlung als unvergessen in die Geschichte eingeht.

Er liess es sich nicht nehmen, sich allen vorzustellen als pensionierter Hotelier. Schliesslich gehört er zu den alten VDH-Hasen vom Zyklus 7. So ist es nicht verwunderlich, dass ihn die Jungen kaum kannten, obwohl noch immer unermüdlich, sehr interessiert und beschäftigt. Mit ein paar Gedichten zwischen den einzelnen Menu-Gängen brachte er uns immer wieder zum Schmunzeln. Als Gentleman, wie er ist und schon immer war, gab er seiner Freude übers gute Gelingen Aus-

druck und beschenkte alle Damen mit einem roten Schokoladen-Herz und einer Rose. Vielen herzlichen Dank, lieber Albert, super gemacht!

Ich wage zu behaupten, im Namen aller zu sprechen, dass das gedruckte Menu allen Erwartungen stand hielt. Dieser Abend war in tollstem Ambiente vorzüglich organisiert; wir wurden aufs Köstlichste verwöhnt und alle schätzten die sehr angeregten und interessanten Gespräche und neuen Kontakte.

Die sich präsentierenden, berufsstolzen Service- und Küchencrews ernteten riesigen Applaus und bekamen obendrein ein grosses Lob von Seite des VDH-Präsidenten. Albert Bachmanns süssem «Dankeschön» an alle wurde speziell geschätzt.

Wie könnte es anders sein; die Nachtschwärmer liessen den sehr gelungenen

Tag noch an der Bar im Hotel Ameron ausklingen.

Für den offiziellen Teil der Mitgliederversammlung ging es ins Kongresshaus: Es ist schon ein spezielles Gefühl, in einem Raum tagen zu dürfen, wo sich sonst die grossen Staatsmänner, Politiker und Berühmtheiten austauschen.

Nach der offiziellen Begrüssung durch den Präsidenten, in den fast heiligen Hallen, empfing uns Roger Manser, von der Destination Davos Klosters. Einige der interessanten Vorteile / Nachteile der Region, die er uns aufzeigte, beruhigten vielleicht auch ein bisschen, glaubt man doch so häufig, die anderen haben's besser.

Die Traktanden gingen zügig voran und wurden ausnahmslos einstimmig genehmigt.

Dem Jahresrückblick NDS von Roland Gasche, dem Leiter des NDS, wurde ebenso viel Aufmerksamkeit geschenkt wie danach dem Referat von Claude Meier, dem neuen Direktor hotellerieuisse. Wir schätzten seine Anwesenheit sehr, dass er die Versammlung zum Anlass nahm, sich persönlich vorzustellen und uns über die neuen Strategien informierte.

Während der Networking Café-Pause packten viele die Gelegenheit für das eine oder andere interessante Gespräch mit Anwesenden, welche am Vortag nicht dabei waren.

Frisch gestärkt gingen die Wahlen und Erneuerungswahlen des Präsidenten und

Vorstandes über die Bühne. Ich persönlich meine und hoffentlich viele andere auch; wir dürfen mit unserem dynamischen Vorstand beruhigt und positiv einem neuen Geschäftsjahr entgegensehen.

Die Spannung war gross, womit uns Jörg Eugster überraschen will, unter dem Titel: «Die digitale Zukunft – das Hotel im Jahr 2030» Mit seinen Bildern und Ausschnitten, glaubte man teilweise irgendwo im Kino, in einem Science Fiction Film zu sitzen. Wie glaubhaft ist es, wie gehen wir damit um, dass schon in ein paar wenigen Jahren, der gute altbewährte, freundliche Concièrge / Nachtconcièrge oder das Zimmermädchen, der Etagenservice durch einen Roboter ersetzt werden soll?

Wir wissen alle, ein grosser Wandel wurde längst eingeläutet, durch schlaflose Nächte ist dieser nicht aufzuhalten. In der Hotellerie wurden aber schon so viele grosse Hürden übersprungen; nehmen wir doch auch künftig die Herausforde-

rungen und Hindernisse jeden Tag wie sie kommen.

Der köstliche Abschieds-Apéro, bei strahlendem Sonnenschein, auf der Terrasse des Hotel Ameron, genossen alle wieder im Hier und Jetzt. Die Vorfreude auf das nächste Wiedersehen nahmen wir mit.



StadtFinden 2017

Unser traditioneller StadtFinden-Anlass besuchte dieses Jahr die faszinierende Region Frauenfeld, in der schönen Ostschweiz.

Markus Christen, Zyklus 21, OK-Team

Mit einem genussvollen Schmunzeln erinnern wir uns an die, sagen wir es diplomatisch, zum Teil leicht verwunderten Reaktionen, als an der VDH-Mitgliederversammlung in Davos, bekannt gegeben wurde, dass wir uns zum StadtFinden Anlass in Frauenfeld treffen würden!?!



Als «Lozärner» kann ich das irgendwie verstehen, da ja (leider) oft gesagt wird: Die Schweiz höre nach Winterthur auf... So dachte unser motiviertes OK-Team, genau darum ist es so toll, dass mit dem StadtFinden immer wieder regionale Perlen besucht und entdeckt werden können, um den Horizont der Teilnehmenden zu erweitern.

Ganz generell gesehen erachte ich es immer wieder als ein wirkliches Privileg, im pulsierenden Gastgewerbe arbeiten zu dürfen, mit all den Facetten und uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten. Durch die verschiedenen Stationen und Tätigkeiten in unserem Metier lernen wir

auch immer wieder (weltweit) andere Regionen und Kulturen kennen.

So ist es mir auch ergangen, als ich nach vielen Jahren in der traditionellen Gastronomie und später der komplexen Welt der Privatspitäler (Hirslanden-Gruppe), dann in die Ostschweiz kam, um eine gepflegte Senioren-Residenz (Tertianum) zu übernehmen. Ja, ich gebe es zu, ich habe damals auch auf der Strassenkarte nachschauen müssen, damit ich den Weg zum Vorstellungsgespräch nach Frauenfeld fand! Doch einmal in dieser wunderschönen Gegend angekommen, habe ich mich richtig verliebt in die mannigfachen Vorzüge dieser herrlichen Re-

gion mit ganz vielen (touristischen) Möglichkeiten.

Daher, das sei an dieser Stelle schon mal gesagt, entbrannte im sehr engagierten OK-Team bald mal ein heftiges Wett-eifern, welche Programmpunkte wir berücksichtigen sollten. Ich bin fest überzeugt, dass wir locker eine ganze Woche mit wirklich interessanten Events hätten füllen können. Die Ostschweiz – und das sage ich als «stolzer Lozärner» – bietet immens viel an verborgenen Trouvaillen. Ein Schatz an Geheimtipps, welcher bei Insidern und Interessierten einen besonderen Virus auslösen kann. Somit gebe ich offen zu: Ja – ich bin dieser enorm abwechslungsreichen Region verfallen und genieße es sehr hier leben und arbeiten zu dürfen. Und eben, dies mit einem Augenzwinkern, Winterthur ist ja nicht weit weg – und dort soll angeblich die normale Schweiz beginnen...

Bevor wir zum eigentlichen StadtFinden 2017 kommen, erlaube ich mir ganz kurz und ohne jeglichen Anspruch auf Vollständigkeit, noch ein paar «Highlights» der unvorstellbar abwechslungsreichen und vielfältigen Ostschweiz aufzuzählen.

Jedes der beiden Appenzell wäre ganz bestimmt auch ein StadtFinden wert. Hier gibt es neben dem weltbekannten Käse, den Biberfladen, dem «Heilmittel» Appenzeller, der unverwechselbaren Musik und den traditionellen Bräuchen noch vieles, vieles mehr, wie zum Beispiel die ganz vielen touristischen Leckerbissen, mit unglaublichen und unendlichen Wanderwegen, Themenwegen und auch



das Monument Säntis, sowie andere Berge direkt vor der Haustür... (PS: Wir durften ja anlässlich einer Mitgliederversammlung zu Gast im Hotel Hof Weissbad sein und erlebten damals auch äusserst eindrückliche Leckerbissen dieses Teiles der Ostschweiz).

Dann wäre da noch der Kanton St. Gallen, welcher bekanntlich das ganze Appenzellerland umrundet. Hier wird es nun echt schwierig, denn dieser Kanton hat ganz verschiedene, einzigartige Regionen, welche allesamt ihre ureigenen Spezialitäten und Vorzüge haben. Die leider immer wieder sehr unterschätzte Stadt St. Gallen ist ein einziges Highlight mit unzähligen Möglichkeiten und attraktiven touristischen Angeboten verschiedenster Art. Für mich persönlich eigentlich unbegreiflich, dass diese (Welt)-Stadt mit dieser beachtlichen Geschichte und Kultur nicht mehr Beachtung findet. In meinen Augen ein verkannter Diamant, welcher entdeckt werden sollte

und geschliffen endlich so richtig funkeln würde. Dazu kommen all die ganz verschiedenen St. Galler Teilregionen mit ihren authentischen und typischen, auf den ersten Blick fast unscheinbaren Produkten und Angeboten. Vielleicht ist es gerade dies, was das Geheimnis und die Faszination ausmacht... Hier ist die (Ost)-Schweiz noch so urchig, echt, unverbraucht bis fast unschuldig. Und genau das macht den speziellen Reiz dieser Region und ihren Menschen aus.

Wenn wir nur kurz überlegen, vom Bodensee bis zum Säntis, vom Rheintal bis ins Toggenburg, das sind Welten, unterschiedlicher könnten sie nicht sein – wer's nicht glaubt, soll doch bitte herkommen und es selber erfahren. Bestimmt könnten unser Präsident, Michael, und andere VDH-ler aus der Ostschweiz, hier das Loblied noch um einige Strophen erweitern. Und ja, ich oute mich nochmals. Seit nun sechs Jahren arbeite ich mittlerweile im St. Gallischen Gossau, wo ich wieder eine



Art Senioren-Residenz, mit ganz verschiedenen individuellen Dienstleistungen im ambulanten, wie auch stationären Bereich, führen darf. Und ihr alle habt es gemerkt, der «rüdige Lozärner» hat sein Herz wirklich fest an die Ostschweiz vergeben. Ohne all die anderen schönen Gegenden, mit all ihren Eigenheiten aus den Augen zu verlieren. Dieser Gedanke rundet diesen Teil ab. Das Gastgewerbe bietet in allen Regionen immer wieder ganz tolle Gelegenheiten. Wir müssen die Chancen packen und jeweils das, was wir zur Verfügung haben nutzen und so Produkte schaffen, welche nachgefragt werden. Wir VDH-ler sind doch Unternehmer – oder...

Zur schönen Ostschweiz gehört natürlich auch der Thurgau. Auch ein Kanton mit grosser geschichtlicher Tradition und unglaublich vielen Vorzügen. Wie einleitend angetönt, im OK-Team hatten wir zahlreiche Optionen zu diskutieren, bevor wir uns für ein grobes Rahmenprogramm für

das StadtFinden 2017 entscheiden konnten. Es war für uns «Insider» überhaupt nicht schwierig spannende Orte und Themen zu finden. Die knifflige Herausforderung war viel mehr, welche Ideen wir weglassen sollten. So haben wir im Nachgang, neben den zahlreichen Komplimenten, immer wieder gehört: Wow, das Programm war sehr interessant, ganz abwechslungsreich, gespickt mit Überraschendem, doch war es einfach (fast) zu viel... Doch nun lassen wir Eines nach dem Anderen nochmals Revue passieren.

Getroffen haben wir uns in der weltbekannten Kartause Ittingen, ein Kraftort mit einzigartiger Ausstrahlung – doch dazu später mehr. Bei bestem Wetter (wie es in der Ostschweiz immer ist, wenn die Sonne scheint), durften wir über verschlungene, fast schon romantische Wege, durchs tiefste Mostindien fahren. Der Seerücken, zwischen Frauenfeld und Bodensee, ist in allen Jahreszeiten eine Gegend, die Natur pur bietet.

Wir wurden (nachdem unser Car-Chauffeur mit Nachdruck überzeugt werden musste) bis zur Krüger Werft in Gottlieben gebracht. Dort wartete ein Begrüssungs-Apéro der ganz speziellen Art auf uns, welcher absolut gar keine Bedürfnisse offen liess. Das Team von unserem OK-Mitglied Sandra Frey, des Kantons-Spitals Thurgau zauberte eine perfekte Atmosphäre hin, welche alle Teilnehmenden sehr genossen. Einige von uns profitierten und erfuhren auf dem Besichtigungsrundgang viele interessante Details zur Werft und all den damit verbundenen Arbeiten und Angeboten.

Nach einem kurzweiligen Spaziergang entlang dem kühlenden Bodensee, vorbei bei den berühmten «Gottlieber Hüppen», gelangten wir ins schicke Dörfchen, wo wir alsbald in ein Schiff einsteigen durften. Somit wurde StadtFinden international und wir gelangten via der Deutschen Seite (Insel Reichenau) nach Mannenbach. Die Fahrt auf

dem glitzernden Bodensee mit der tollen Aussicht genossen alle sehr. So lernten wir auch «Oskar» kennen, da wir mit der Ostschweizer Gäste-Karte sehr vorteilhaft alle öffentlichen Verkehrsmittel benutzen konnten. Auf dem Schiff gab es die ganze Zeit viel animierten Gesprächsstoff und so verging die Zeit enorm schnell. In Mannenbach angekommen, durfte man wählen, entweder mit dem Car oder zu Fuss durch die Reben, bis zum grandiosen Aussichtspunkt Schloss Arenenberg. Dieser geschichtsträchtige Ort – das darf man ohne zu übertreiben sagen – hat Weltgeschichte geschrieben. Der Arenenberg wird heute ganz verschieden genutzt. Die landwirtschaftlichen und weitere Berufsschulen sind dort stationiert und profitieren von der guten Infrastruktur. In verschiedenen Gruppen wurden wir durch das Schloss geführt und haben dabei vieles über die Familie Napoleon und die Geschichte der damaligen Zeit erfahren. Anschliessend durften wir im Park und Schlossgarten (wieder) einen Apéro mit ganz exquisiten Zutaten verkosten. Durch unser flexibles

Programm war es möglich, sich an verschiedenen Orten ein- oder auszuklinken und mittlerweile waren wir fast komplett. Die offiziellen Reden sowie die Begrüssung und Verdankung der grosszügigen Sponsoren fand würdig in diesem gediegenen Rahmen statt.

Den Rückweg durch die grüne, fruchtbare und sehr malerische Landschaft in die Kantonshauptstadt genossen alle sehr. Dort angekommen, folgte bereits wieder ein nächster Höhepunkt. Wir waren zu Gast im Goldenen Kreuz, ein Haus mit grosser Tradition und ganz vielen berühmten Gästen (nun sind es noch ein paar mehr). Sind wir ehrlich, es ist schon etwas ganz Spezielles – wir wurden verwöhnt vom Grill-Weltmeister Beat Jost. Er und seine Crew kreierte ein Menü, wobei alle Komponenten mit dem Grill zubereitet wurden. Lasst es mich nochmals auf der Zunge zergehen: «weltmeisterlich», speziell für die VDH-ler, welche sich nun langsam aber sicher in der Ostschweiz wohl fühlten. Dies mag zum Teil auch damit zu tun haben, dass die Weine

angenehme Wirkung zeigten. Die feinen lokalen Tropfen des Weingutes Burkhart, Weinfeld (wer hätte vor 20 Jahren gedacht, dass Ostschweizer Weine einmal zur Top Liga gehören), wurden persönlich von Michael Burkhart fachmännisch beschrieben und mit uns gemeinsam degustiert.

Dieser «goldene» kulinarische Abend wäre für sich selber schon ein memorables Erlebnis gewesen. Doch dann passierte es! Seine Exzellenz gab seinen gastronomischen Untertanen eine Audienz! Napoleon hat die Wichtigkeit unseres StadtFinden erkannt und uns die Ehre erwiesen. Auf seine ganz «weltherrscherische Art» hat er uns die Geschichte und sein Vermächtnis in Erinnerung gerufen. Unser Präsident und das OK-Team mussten artig folgen und sich in seine Dienste stellen sowie seinen Anordnungen unterwerfen. Napoleon hat uns stark ins unternehmerische Gastro-Gewissen geredet und unser VDH-Charta ins Zentrum seiner Rede gestellt.

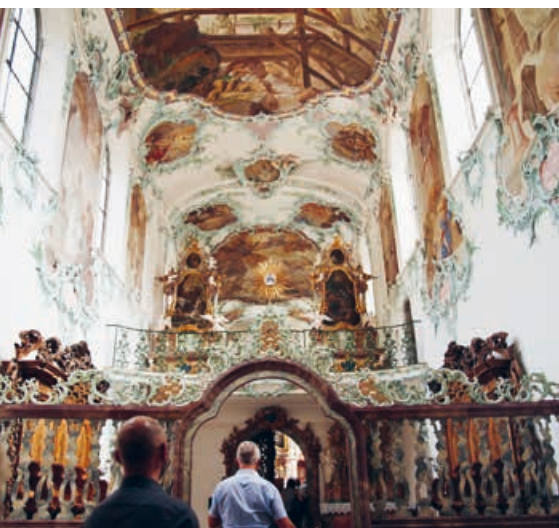




Nach diesem weltgeschichtlichen Ereignis dislozierten wir in die Piano-Bar. Über diesen Teil will ich nicht allzu viele Details berichten. Ich darf jedoch versichern, wer die Piano-Bar kennt, weiss, dass hier der Dreh- und Angelpunkt des Frauenfelder Gesellschaftsleben ist, und hier (fast) alles verhandelt wird, was später offiziell beschlossen wird. An diesem Abend wurde diese legendäre Bar speziell für uns geöffnet und die genussvollen Produkte wurden zum Teil (dank grosszügiger Sponsoren) exklusiv für uns serviert. Drinnen und draussen ergab sich nun so manches Gespräch mit mehr oder weniger erinnerungswürdigem Inhalt, auf jeden Fall der Abend für sich war unvergesslich. Zurück in der Kartause fanden alle ein Zimmer – die Einen (sprich die üblichen Verdächtigen) suchten ein wenig länger, da irgendwo noch «Restposten» klaren Wassers im Weg standen.

Mitglied, Stefan Mühleemann, vom Brauhaus Sternen, gerade richtig. Wir wurden verwöhnt mit zahlreichen Spezialitäten und durften an diesem Morgen das Haus und sein Konzept so richtig auskosten. Die Führung und das Fachwissen, welches uns präsentiert wurde, verdienen ein grosses Kompliment.

So gestärkt, durften wir in drei Gruppen aufgeteilt jeweils eine ganz spezielle Themen-Stadtführung miterleben, welche von Kolleginnen des Tourismus Regio Frauenfeld durchgeführt wurden. Frauenfeld – einmal mehr total unterschätzt und fälschlicherweise vernachlässigt – hat unsagbar viel zu bieten. In der Folge waren alle Teilnehmenden sehr beeindruckt von dieser charmanten, lebendigen und attraktiven Kantonshauptstadt. Am Schluss des kurzen Stadtrundgangs waren wir alle wieder vereint im Rathaus, wo es zur Überraschung aller, schon wieder mal einen Apéro gab. Auch das Rathaus wurde mit seinen Besonderheiten und Geschichten vorgestellt und sogar der Stadtpräsident gab uns die Ehre und überbrachte persönlich die



Der zweite Tag hatte nicht weniger zu bieten, doch so glaube ich, hatten nicht mehr alle die gleichen Kräfte. So kam der ausgedehnte und sehr reichhaltige «Bier-Brauer-Brunch», bei unserem OK-

Grussbotschaft. Das ist doch StadtFinden auf höchstem Niveau, wenn der VDH diese Aufmerksamkeit zuteil wird.

Wer nun glaubt das waren genügend Höhepunkte aneinandergereiht, der liegt einmal mehr falsch. Hinter Winterthur wird eben echt viel geboten...

Zurück in der Kartause Ittingen gesessen wir – wie während des ganzen Anlasses – bestes Sommerwetter in phantastischer Umgebung. Das Team von Valentin Bot beherbergte und verköstigte uns nach bester Gastgeberkultur. Selbstverständlich liessen wir es uns nicht nehmen, auch die Kartause mit all ihren Angeboten und Spezialitäten, uns vorstellen zu lassen. Die Geschichte, das heutige

Betreiberkonzept und die diversen Partner der Kartause Ittingen sind wirklich einmalig. Auch dieser Ostschweizer Gastro-Betrieb hat eine professionelle, sehr positive Ausstrahlung, welche weit herum geschätzt wird und ist somit ein wertvoller Botschafter unseres Metiers.

Zum Abschluss zelebrierten wir im Klostergarten nochmals, und nicht weniger ausgiebig, einen feinen und ausgewählten kulinarischen Teil. Unser Präsident und auch OK-Mitglied Michael Müller, bedankte sich bei allen aktiven Organisatoren, bei den grosszügigen Sponsoren und ich meine, er war nicht nur müde, sondern auch echt stolz, dass sich «seine» Ostschweiz in diesem Rahmen so eindrücklich präsentieren konnte.

Darf ich euch abschliessend sagen, das ganze OK-Team und alle welche bei diesem Anlass in irgend einer Art mitgeholfen haben, waren einfach super. Für mich war es ein einmalig schönes Erlebnis, welches zwar viel Arbeit gegeben hat, jedoch die bleibenden Erinnerungen es immer wert sind. Schön, dass es «Stadtgefunden» hat. Und ich hoffe, dass alle Teilnehmenden nun ein wenig mehr verstehen, dass die Ostschweiz eine spezielle Faszination hat – und alle die nicht teilgenommen haben, sich ein wenig ärgern, an diesem Anlass nicht mit dabei gewesen zu sein... Doch, jederzeit herzlich willkommen in der schönen Ostschweiz!

Ein herzliches Dankeschön an unsere Kompetenzpartner und grosszügigen Sponsoren: Champagne Nicolas Feuillatte, Saviva AG, Berndorf Luzern AG



Weiters bedanken wir uns für das Gelingen des StadtFindens bei: Valentin Bot Kartause Ittingen, Heini Car Frauenfeld, OSKAR – die Ostschweizer Gästekarte, Krüger Werft Gottlieben, Gottlieber Hüppen, Schloss Arenenberg, Mosterei Möhl, Thomas Götz, Gasthof Goldenes Kreuz Frauenfeld, Piano Bar Frauenfeld, Brauhaus Sternen, Thurgau Tourismus, Stadt Frauenfeld

Besten Dank für die hervorragende Organisation dem ganzen OK-Team:

Stefan Mühlemann, Brauhaus Sternen AG Frauenfeld
Markus Christen, Stiftung Vita Tertia Gerbhof und Weiher
Sandra Frey, Spital Thurgau AG
Patrick Schaffner, Berndorf Luzern AG
Michael Max Müller, Hotel Hirschen Wildhaus



Pistor – Partnerin des Bürgenstock Resorts

Pistor AG ist seit August 2017 die Hauptlieferantin der Hotels und Restaurants im Bürgenstock Resort. Ausschlaggebend für den Zuschlag für Pistor waren nebst den guten Konditionen das Dienstleistungsangebot im Bereich Prozessoptimierungen sowie nachhaltige und regionale Aspekte.



Einen Grossteil der Produkte bestellt die Food- & Beverage-Abteilung der Bürgenstock Hotels und Restaurants über Pistor. Die Lieferung erfolgt gebündelt in einer Anfahrt auf den Bürgenberg – eine kostensparende und ökologisch sinnvolle Lösung. Seit Herbst 2017 liefert Pistor gar mit dem neuen Elektro-Lkw, der weder CO₂ – noch Lärmemissionen generiert. Entscheidend war jedoch die von Pistor neu geschaffene Stelle «Fachberatung digitale Dienstleistungen». «Die Fachberaterin unterstützte uns bei der Einführung von administrativen Prozessen und deren Abbildung in unserem Warenwirtschaftssystem, sodass wir uns auf das Verwöhnen unserer Gäste konzentrieren können», so Bruno H. Schöpfer, Managing Director der Bürgenstock Selection.

Kundenspezifische Lösungen

Die Fachberatung von Pistor arbeitet eng mit den Kunden zusammen und geht auf deren individuelle Ausgangslage, Herausforderungen und Bedürfnisse ein. Dies mit dem Ziel, dass der Kunde seine Wertschöpfungskette optimiert, die Prozesse schlank gestaltet und den administrativen Aufwand reduziert.

«DIE FACHBERATERIN VON PISTOR HAT MIT IHRER KUNDENORIENTIERTEN EINSTELLUNG UND ARBEIT MASSGEBLICH ZUR ERFOLGREICHEN IMPLEMENTIERUNG UNSERES NEUEN WARENWIRTSCHAFTSSYSTEMS BEIGETRAGEN.»

Dominik Stalder,
Assistant F&B Director, Bürgenstock Resort

Das Bürgenstock Resort stand für die Eröffnung vor einigen Herausforderungen. «Die Fachberaterin von Pistor hat mit ihrer kundenorientierten Einstellung und Arbeit massgeblich zur erfolgreichen Implementierung unseres neuen Warenwirtschaftssystems KOST beigetragen», bestätigt Dominik Stalder, Assistant F&B Director. «Sie half beim Setup der Software sowie der initialen Erfassung der Stammdaten mit.» Weiter unterstützte die Fachberatung den organisatorischen Aufbau des Bestellwesens, die erstmalige Inventur sämtlicher Kostenstellen und die Übergabe an die operativ zuständigen Personen.

Fachberatung digitale Dienstleistungen

Die Fachberatung erkennt Optimierungspotenziale in kundenseitigen Prozessen. Sie begleitet Umsetzungsprojekte und steht für Fragen rund um die Implementierung digitaler Lösungen für das Bestellwesen, die Lagerbewirtschaftung und zu weiteren Themen zur Verfügung.

www.pistor.ch

PISTOR

Was wäre die Igeho ohne das VDH-Treffen vom 20. November 2017?

Franz Gruben, Zyklus 32, VDH-Vorstand, Events



Sage und schreibe rekordverdächtige 130 VDH-ler waren am diesjährigen traditionellen VDH-Treffen an der Igeho angemeldet. Herr André von Steiger, Verkaufsleiter Pistor, und Michael Müller, Präsident VDH, begrüßten uns herzlich. Mit feinstem Kaffee und frischen Gipfeli wurden wir am Pistor Stand verwöhnt.

Herzlichen Dank an Silvan Pfister und Viviana Schüpfer für die Organisation und die grosszügige Unterstützung.

Trotz voller Agenda, liess es sich die Messeleiterin Dominique Dresel nicht nehmen – in kurzen knackigen Worten ihre Grussworte an uns Hoteliers zu richten. Einen Mehrwert für die Hoteliers boten die neuen Ausstellungsbereiche «Kompetenz Spa» und «Pool und Garten» in die uns Frau Dresel persönlich führte.

Herzlichen Dank für den charmanten Support.

Quasi nach getaner «Arbeit» lud die Rothenburger Firma Pistor zum grossen Apéro Riche mit kalten Köstlichkeiten, warmen Leckereien und süssem Naschwerk ins Restaurant CH (geführt von den Studierenden der Abschlussklasse der Belvoirpark Hotelfachschule). Champagner-Perlen von Nicolas Feuillatte durften keinesfalls fehlen und rundeten den gediegenen Event stilvoll beim «Get-together and Small Talk» ab. Brandaktuelle Neuigkeiten wurden ausgetauscht, neue Kontakte geflochten sowie Synergien geknüpft.

Herzlichen Dank an die Firma Pistor, die für das leibliche Wohl sorgte und an Marc Rohrbach für den offerierten Champagner «Nicolas Feuillatte».

Dank Saviva konnten lange Wartezeiten im Drehkreuz beim «Check-in» mit Gratis-Tickets vermieden werden und wir durften somit zügig ins Messegesehen eintreten.

Herzlichen Dank an André Hüsler und Pierre Alain Favre für das grosszügige Zur-Verfügung-Stellen der Igeho-Tickets.

Ein grossgeschriebenes DANKESCHÖN an alle vorgenannten Sponsoren und euch Mitgliedern.

Wir vom Vorstand sind stolz auf euer Mitwirken!

pistor

CHAMPAGNE



Nicolas Feuillatte

FRANCE

SAVIVA
Food Services



mérat
VIANDES & COMESTIBLES

Zweiter Fachausflug ins Ausland – Hamburg

Sonntag 29. bis Dienstag, 31. Oktober 2017

Murat Baki, Zyklus 42



Liebe VDH-Kollegen, liebe Leserinnen und Leser

Es wurde mir die grosse Ehre zuteil, den Beitrag über den diesjährigen Fachausflug im Geschäftsbericht zu schreiben. Ich freue mich sehr, Ihnen einen Einblick über drei fantastische Tage in der bekannten und beliebten Hafenstadt zu geben.



Mit Erlaubnis, kurz zu meiner Person. Als Neumitglied der VDH und eidgenössisch diplomierter Hotelmanager NDS HF des Zyklus 42, leite ich zusammen mit meiner Frau Claudia Vogl Baki das Hotel Auberge in Langenthal/BE, welches kürzlich von ICOMOS Suisse als historisches Hotel des Jahres 2018 nominiert wurde. Es ist ein kleines, feines Boutique- und Design-Hotel im Oberaargau, das auf eine beeindruckende Geschichte zurückblickt und seit 2011 als Hotel- und Restaurantbetrieb seine Gäste zum Verweilen und Verwöhnen einlädt. Nebst den 16 individuell eingerichteten Zimmern voller Charme, erwarten den Gast gastronomische Höhenflüge im Gourmet-Stübli, im Bistro und auf der Gartenterrasse. Moderne Seminarräume und eine Sauna runden das Angebot ab. Hier wird Herzlichkeit, erstklassiger Service, Inspiration und Entspannung in ihrer schönsten Form gelebt. Was allen ganz besonders am Herzen liegt, ist das erfolgreiche Arbeits-Integrationsprojekt für psychisch erkrankte Menschen, die im Hotel Auberge eine neue Lebensperspektive finden.

Bevor ich mit meinem Beitrag über den Fachausflug beginne, möchte ich vorweg ein grosses Kompliment an Elisabeth Erber, der neuen Geschäftsstellenleiterin VDH für die perfekte Organisation des Fachausfluges aussprechen. Auch als «Reisebegleiterin» hat sie es verstanden,

gut zwei Dutzend VDH-Mitglieder durch Hamburg zu führen und den straffen Zeitplan einzuhalten. Hier spreche ich wohl für alle Teilnehmenden und danke nochmals für die zweieinhalb schönen Tage in Hamburg.

Es begann alles damit, dass wir alle grosse Befürchtungen bezüglich dem Sturmtief «Herwart» hatten, welches in Hamburg über die Tage heranbrach. Überschwemmungen sowie orkanartige Sturmböen waren vorhergesagt, was uns allerdings keineswegs beeinträchtigt hat. Einige von uns nutzten die Gelegenheit und reisten früher an, um noch mehr Eindrücke von dieser einmaligen Hansestadt zu bekommen. Mit seinem Flair und maritimen Charme zählt Hamburg zu den schönsten Städten Deutschlands. Das «Tor zur Welt» – wie die Hafenstadt an der Elbe auch oft genannt wird – bietet seinen Gästen Stadtleben pur, mit einmaligen Shopping-, Kultur-, aber auch Naturerlebnissen.

Tag 1: Einquartiert waren wir im Empire Riverside Hotel Hamburg, hoch oberhalb der St. Pauli Landungsbrücke. Wie ein Leuchtturm erhebt sich der imposante, bronzeverkleidete Hotelurm inmitten des Zirkels zwischen Reeperbahn, Hafen und Speicherstadt mit der Elbphilharmonie und reiht sich elegant in die Stadtsilhouette oberhalb der Elbe ein. Internationales Flair, zeitlose Eleganz



und hanseatisches Understatement machen das Empire Riverside Hotel zu Hamburgs einzigartigem Lifestyle- und Design-Hotel und schenkt der Hamburger Hafenkronen und dem Szene-Viertel St. Pauli seit November 2007 ein eigenes Wahrzeichen.

Willkommen geheissen wurden wir von Herr Sascha Brandt (Head of Sales), bevor es dann zu einer Hausführung direkt im Empire Riverside Hotel und im wenige Gehminuten entfernten Schwesternbetrieb Hotel Hafen Hamburg ging.

Es erwartete uns anschliessend ein sagenhafter Apéro Riche in der SKYLINE BAR «20up» mit dem besten Blick über die Stadt. Mit einem Glas Wein war das Abenteuer Hamburg eröffnet. Das war aber nicht alles, denn im hauseigenen Restaurant «Waterkant» mit offener Showküche, zelebrierte die Küchenbrigade für uns ein wunderbares Menu.

Tag 2: Gut ausgeruht ging es am nächsten Morgen zum Frühstück. Eine Stadtrundfahrt am Vormittag war angesagt.



Hätten wir beim Einsteigen in den Bus geahnt, mit welcher Sympathie und Reizekunst der Stadtführer gesegnet war, hätten wir ihn womöglich den ganzen Tag gebucht. Amüsant und lustig waren seine Geschichten, mit denen er uns zwei Stunden lang durch die Innenstadt begleitete.

Folglich ging es zu unserer zweiten Hotelbesichtigung: Hotel Louis C. Jacob – hanseatische Gelassenheit, ein echtes Stück Hamburg. Das Hotel, mit dem wohl schönsten Elbblick, schaut auf eine bewegte Geschichte zurück. Vor über 200 Jahren markierte ein missglückter Kanonenschuss den Beginn des Hauses Jacob. Heute wirkt das Hotel beruhigend. Tolles Ambiente gepaart mit edlem Interieur, keinesfalls steif und mit legerem Auftritt – einfach toll. Muss man gesehen haben!





Nach einem feinen Mittagessen im Restaurant, ging es wiederum zur nächsten Besichtigung.

Sie merken, es geht im Takt voran. Unsere Begeisterung hatte noch kein Ende. Denn wir waren erst am Nachmittag angelangt. Nicht ein einziges Mal war Stress zu spüren. Alle waren wohl auf, gut gelaunt und voller Freude, dass es nun zu einem Hotel ging, welches sich als eines der engagiertesten Hotels in Hamburg bezeichnet – THE MADISON Hotel.

«Ohne den persönlichen Einsatz und das Engagement aller Mitarbeiter wäre das THE MADISON Hotel Hamburg nicht das, was es ist: eines der besten Hotels der Hansestadt im Norden Deutschlands. Das bestätigen uns unsere Gäste immer wieder. Einen Einblick hinter die Kulissen erhalten Sie hier – bei einer kleinen Entdeckungsreise in einem der schönsten Hamburger Hotels.» So das Management...

Wohl wahr... Genau das war auch zu spüren. Allen voran der Gastgeber Thomas Kleinertz. Er gewährte uns Einblicke hinter die Kulissen, ohne Einschränkungen – wirklich lobenswert. Dass dieses Haus auf dem größten Bewertungsportal

TripAdvisor auf Platz 1 ist, erstaunt ab diesem Moment wohl niemanden. Ein Fachgespräch mit Herrn Kleinertz, während einem kleinen Apéro an der Bar, zeigte, mit welchem Elan und Freude das Team inmitten grosser Konkurrenz, sich mit vorbildlichem Engagement durchsetzt.

Eines war hier eindrücklich zu spüren: Die Hotelbranche steht und fällt mit ihren Mitarbeitenden. Auf die Frage hin, «Herr Kleinertz, in was müsste das Hotel weiter investieren?», kam die Antwort wie aus der Pistole geschossen, «In unsere Mitarbeiter». Das ist wohl die Kernbotschaft, die alles aussagt und leider oft vergessen geht.

Eine kurze Verschnaufpause im eigenen Hotelzimmer war allemal drin. Elegant gekleidet machten wir uns auf den Weg ins bekannteste Fischrestaurant in Hamburg: das «Kowalke» Fischereihafen Restaurant. Bereits seit 1981 ist das Fischereihafen Restaurant untrennbar mit dem Namen Kowalke verknüpft. Kulinarische Tradition und Moderne befinden sich im Fischereihafen Restaurant in perfekter Balance. Das Angebot der Speisen ist genauso vielseitig wie das Publikum. Geschäftsleute, Familien, Prominenz aus



Politik, Show und Sport genießen die köstlichen Küchenkreationen im stilvollen Ambiente.

Verwöhnt wurden wir mit dem berühmten Räucheraalfilet auf Kräuterrührei, zum Hauptgang ein Mittelstück vom Steinbutt an Pommery-Senfsauce und zum süßen Abschluss wurde ein Schokoladen-Kirsch-Dessert gereicht. Ein kleiner Digestif sowie Espresso rundeten den Abend ab.

Tag 3: Die Elbphilharmonie. Ein Gesamtkunstwerk aus atemberaubender Architektur, exzellenter Musik und einzigartiger Lage. Auf dem Sockel des ehemaligen Kaispeichers an der westlichen Spitze der Hafencity erhebt sich der gläserne Neubau mit seiner kühn geschwungenen Dachlandschaft. Er birgt zwei Konzertsäle, ein Hotel sowie Apartments in sich. An der Schnittstelle zwischen Speicher und Neubau befindet sich eine grosszügige, öffentlich zugängliche Plattform – die Plaza, welche eine gigantische Rundumsicht ermöglicht.

Eine private Elbphilharmonie-Führung gab erstaunliche Details bekannt, bevor es dann bei Störtebeker Gastronomie einen kleinen Apéro zum Geniessen gab.

Kurz vor Mittag war die letzte Besichtigung unweit des Trendviertels Ottensen angesagt. Das 25hours Hotel Hamburg ist der Geburtsort aller 25hours Hotels und setzt Massstäbe in Design und Stil. Es ist ein Erlebnis. Die Kunstwerke und Fundstücke – alles erzählt eine Geschichte...

Wenn man die 25hours Hotels anschaut, sind alle vielschichtig gestaltet. Sie schaf-

fen es, auch beim zweiten und dritten Aufenthalt, etwas Neues entdecken zu lassen. Bei so vielen Eindrücken ist es schlichtweg unmöglich, die Kamera in der Tasche stecken zu lassen. Die Geschichten der Gäste machen sie zum Teil zu ihrer Geschichte. Eindrücklich, wie sexy, frech, mutig, innovativ, kosmopolitisch, charakterstark und ein bisschen verrückt sie alles vernetzen. Man kommt einfach aus dem Staunen nicht heraus...

Ein leichter Lunch im eigenen Restaurant «Neni» mit libanesischer Geschmacksrichtung passte wunderbar dazu.

Und schon nahte der Abschied. Im Rückblick hätten die Häuser nicht unterschiedlicher sein können. Eine Bereicherung, die wir sehr gerne angenommen haben. Wir freuen uns definitiv auf den nächsten Fachaussflug!

Aus meiner Sicht war die Reise nach Hamburg eine tolle Erfahrung. Als NDS-Absolvent lade ich all meine Kolleginnen und Kollegen herzlich ein, diese Chance wahrzunehmen. Nicht nur das zusätzliche Netzwerk, sondern auch die einzelnen Geschichten hinter jeder Person, schaffen eine tolle Atmosphäre und Bindung in der Gruppe. Zumal es ein unbeschreibliches Gefühl für mich war, Otto Müller vom NDS Zyklus 1 zu treffen und kennenzulernen.

Vielen Dank an das VDH-Team für diesen für mich schönsten Moment in Hamburg.



Treffen mit Otto Müller

50-Jahr-Jubiläum NDS HF Hotelmanagement

Roland Gasche, Projektleiter Unternehmerbildung hotelleriesuisse



1967 startete der erste Kurs des «Unternehmerseminars des Schweizer Hotelier-Vereins» (US). Zu den Gründervätern des heute bekannten NDS HF Hotelmanagement Lehrgangs gehörten unter anderen Hans Schellenberg (Hotelier und Verbandsleitung SHV), Ueli Prager (Mövenpick), Prof. Dr. Risch (FIF Uni Bern), Franz Dietrich (ehemaliger Direktor SHV), Engelbert Fringer (Hotel Valsana, Arosa) und Erich Gerber (später Unternehmensberater beim SHV), der zugleich erster Seminarleiter war. In der Seminarleitung engagiert waren zudem Erich Berger, Daniel Frei, Roland Berger, Peter Grossholz und Beat Krippendorf. Seit 2015 wird das Nachdiplomstudium von Roland Gasche geleitet.

Unter den Teilnehmenden der ersten Stunde findet man bekannte Namen wie Hans C. Leu, Annelise Leu, Eugen Hangartner, Franz Dietrich, Milo Pfister, Balz Theus, Engelbert Fringer, Hans Herwig, usw. Inzwischen haben rund 1500 Absolventinnen und Absolventen an ihrer eigenen Erfolgsgeschichte geschrieben. Nach wie vor erfreut sich das Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement sehr grosser Beliebtheit und geniesst in unserer Branche einen hervorragenden Ruf. Viele erfolgreiche Führungskräfte zeugen von dieser sehr praxisnahen, modernen, anspruchsvollen und wirksamen Hotelmanagement-Ausbildung.

Vor über 500 Gästen eröffneten Pierre-

André Michoud, Vizepräsident hotelleriesuisse und Philipp Nöpflin Präsident der Hotelfachschule Thun, mit ihren Begrüssungsreden die Jubiläumsfeier. In seiner Jubiläumsrede zeigte Urs Nöpflin, OK-Präsident Lauberhornrennen, auf, wie die heute weltberühmten Rennen entstanden sind und wie die Hotellerie und der Tourismus mit diesem internationalen Grossanlass verknüpft sind. Aus Kundensicht erzählte Tanja Frieden, Olympiasiegerin Snowboardcross, in ihrem Impulsreferat ihre Erlebnisse in Bezug zu gelebter Digitalisierung und Emotionalisierung unserer Branche und liess mit einem kleinen Augenzwinkern auch die eine oder andere Empfehlung für unsere Branche zurück. Mit der vom Komiker-Duo Oropax

geleiteten Moderation der etwas anderen Art, wurde die Feier auch von einer guten Portion Witz und Comedy begleitet. Mit dem anschliessenden Apéro Riche und der Jubiläumsparty mit DJ ZsuZsu auf der Kursaalterrasse, fanden die Jubiläumsfeiern ihren würdigen Abschluss.

30 Jahre Hotelfachschule Thun

Ende der 70er-Jahre suchten der Kanton Bern und der Schweizer Hotelier-Verein einen Standort für eine Kaderschule für die Hotellerie und Gastronomie. Nach Prüfung diverser Standorte rund um die Stadt Bern, kam das Schadau-Areal in Thun ins Spiel. Der damalige Stadtpräsident Ernst Eggenberg war von der Idee begeistert und wurde ein massgeblicher Förderer der im Jahr 1987 eröffneten Hotelfachschule Thun. Die Stifter der Schule – Kanton Bern, hotelleriesuisse und die Stadt Thun – sind noch immer sehr stolz auf diese Höhere Fachschule im Berner Oberland, in der ambitionierte Studierende auf anspruchsvolle Führungsaufgaben vorbereitet werden. Sie ist heute eine der führenden praxisorientierten Managementschulen für Hotellerie und Gastronomie in der Schweiz und geniesst dank ihren über 2400 Abgängerinnen und Abgängern einen ausgezeichneten Ruf.



Exakt im Jubiläumsjahr wartet die Hotelfachschule Thun mit einem Novum auf: Als erste und einzige Hotelfachschule der Schweiz bietet sie neben dem 3-jährigen Vollzeitstudium die Ausbildung zur «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF» bzw. zum «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF» neu auch berufsbegleitend über sechs Semester an.

Erfolgreicher Abschluss von Zyklus 42 des NDS HF Hotelmanagement

Anlässlich der 50-Jahr-Jubiläumsfeier NDS HF Hotelmanagement und dem 30-Jahr-Jubiläum der Hotelfachschule Thun vom 24. Juni 2017 im Kursaal Bern, konnten die 25 Absolventen des NDS Zyklus 42 ihr Diplom in Empfang nehmen. Nach dem anderthalbjährigen Studium, der Erarbeitung einer Diplom- und Projektarbeit und dem erfolgreichen Bestehen der drei Modul-Prüfungen, tragen sie den in der Branche einzigartigen und geschützten Titel «Dipl. Hotelmanagerin/Hotelmanager NDS HF». Die diplomierten Hotelmanagerinnen und -manager NDS HF haben sich im vierteiligen Studiengang neben umfassenden ökonomischen Kenntnissen und unternehmerischen Methoden ein grosses Beziehungsnetz erworben und sind nun in der Lage, ein Unternehmen erfolgreich zu führen.



Gemeinsam mit Kursleiter Roland Gasche vergab Christoph Rohn, Direktor HFT Thun, die Diplome an die Absolventinnen und Absolventen des Zyklus 42. Auch dieses Jahr verlieh die Stiftung Hans Schellenberg der Alumnivereinigung VDH den Preis für die beste Diplomarbeit. Christopher Rosser, Direktor des Hotel Schützen in Steffisburg, hat die Jury mit seiner Arbeit «Wertsteigerung in der Hotellerie durch Kooperation im Managementbereich Mitarbeiter» überzeugt. Der Autor hat eine praxisrelevante und präzise Arbeit mit einem starken Fokus auf neue Kooperationsmodelle abgeliefert. Den Spezialpreis der HOTELA für den besten NDS-Abschluss erhielt ebenfalls Christopher Rosser. Er erzielte aus drei Modulprüfungen und einer Diplomarbeit mit 5.45 den besten Notendurchschnitt der 25 Teilnehmenden.



Neues aus dem NDS

In Bewegung bleiben

Roland Gasche, Projektleiter Unternehmerbildung hotelleriessuisse

Mit dem Start des Zyklus 43 im Oktober 2016 hat der NDS-Lehrgang wieder Fahrt aufgenommen und Dank moderaten Anpassungen kann an der Erfolgsgeschichte dieses Unternehmenseminars weitergeschrieben werden. In Bewegung bleiben heisst aber auch immer, Bestehendes prüfen, hinterfragen und wo nötig Änderungen vornehmen, auch wenn sie unbequem sind. Dabei gilt es, die Bedürfnisse und Herausforderungen unserer Teilnehmenden und des Marktes in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit zu stellen.



v.l. Roland Gasche, Christopher Rosser, Christoph Rohn

An Bewährtem festhalten

Mit dem Modul HOSPITALITY, wird mit Schwerpunkt Projektarbeit die praktische Vernetzung und der Transfer des Gelernten sichergestellt. Die Präsentation der vielfältigen Projekte aus dem Kreise der Teilnehmenden und von Ausserhalb bilden den erfolgreichen Abschluss der modularen Ausbildung. Um das verdiente NDS-Diplom entgegennehmen zu dürfen, galt aber auch dieses Jahr, die Diplomarbeit als letzte Herausforderung

erfolgreich zu bestehen. Dabei wurde Christopher Rosser an der Diplomfeier für die beste Diplomarbeit mit dem Preis der Hans-Schellenberg-Stiftung der VDH ausgezeichnet. Christopher Rosser war auch für die beste Durchschnittsnote des Zyklus 42 verantwortlich und durfte auch hier den verdienten Preis, den Hotela-Preis, entgegennehmen.

Neuem offen gegenüberstehen

Mit dem Modul MARKT setzten die Teilnehmenden des Zyklus 43 im April ihre im Oktober 2016 begonnene Ausbildung im Hotel Grisca in Davos unter der Leitung von Roland Gasche fort. Auf der Grundlage des Marketings wurden Schwerpunktthemen wie Digitalisierung, Positionierung, Distribution, Revenue Management, Social Media- und Online-Instrumente aber auch Innovation und Kreativität ins Zentrum der Modulararbeiten gerückt.

Bereits im darauffolgenden September konnten die Teilnehmenden dann im Golfhotel Les Hauts de Gstaad in Saanenmöser mit dem Modul MITTEL ihr Wissen in einem weiteren relevanten Managementthema prüfen, erweitern und stärken. Auch dieses Modul zeigte deutlich auf und machte allen Teilnehmenden klar, wie wichtig das Zusammenspiel und die Praxisüberführung der Modulinhalte für den Unternehmenserfolg ist.



Die erfolgreichen Diplomandinnen und Diplomanden des Zyklus 42

Baki Murat, Bandi Pascal, Baumgartner Myriam, Boeddrich Tine, Briseid Sven Erik, Candrian-Capaul Carla, Dobler Lukas, Eastus Tobias, Haslebacher Dominique Anne, Klink Sebastian, Lauber Adrian, Lotz Horst, Mendoza Nicole, Ming Michael, Mosimann-Stilli Debora, Peyer Jeremy, Rosser Chris, Tinner Rolf, Vagelpohl David, von Waldburg-Zeil Alexander, Weber Chris, Zahler Roman, Zimmermann Martin

Zyklus 44

Mit 25 Teilnehmenden startete im Oktober 2017 im Solbadhotel in Sigriswil mit dem Modul MENSCH der jüngste Zyklus der NDS-Geschichte. Der Start für die Grundlagenerarbeitung wirksamer und erfolgreicher Unternehmensführung bildet ein zentrales Fundament der NDS HF Hotelmanagementausbildung. Bekannte Schwerpunkte in den Bereichen Selbstmanagement, Führung, Mitarbeiterpolitik, Personal- und Organisationsentwicklung, aber auch das für unsere Branche sehr wichtige Thema Cross Culture wurden engagiert angegangen, selbst erlebt und reflektiert. Durch kritisches Hinterfragen, modellhaftes Umsetzen und genügend Möglichkeiten der bilateralen Gespräche gelang es, die gelernten und erarbeiteten Elemente ins eigene Praxisumfeld zu transferieren.

Bestehendes hinterfragen

Mit regelmässigen und effektiven Dozentenmeetings wird Bestehendes hinterfragt und wo nötig sinnvoll angepasst, ergänzt, aktualisiert und geändert. Dabei spielen die sich rasch und stark verändernden Marktgegebenheiten eine tragende Rolle. Nur so wird es möglich sein, dem Anspruch einer unternehmerorientierten und qualitativ hochstehenden Hotelmanagementausbildung gerecht zu werden.

Wertvolles unterstützen

Mitarbeitende aller Stufen die in einem L-GAV unterstellten Betrieb arbeiten, können auf Antrag in den Genuss von Förderbeiträgen als finanzielle Unterstützung kommen. 22 Teilnehmende des Zyklus 44 haben nun von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und werden mit



Beiträgen in der Höhe von 15 200 Franken unterstützt. Ihre Betriebe werden zusätzlich eine Arbeitsausfallschädigung in der Höhe von 7 300 Franken erhalten. Mit dieser Entlastung wird sichergestellt, dass sich unser Nachwuchs ohne finanzielle Hindernisse weiterbilden und weiterentwickeln kann.

NDS Agenda 2018/2019

Zyklus 43 Modul HOSPITALITY	11. – 17. März 2018	Hotel Delta Park, Gwatt
Zyklus 44 Modul MARKT	15. – 28. April 2018	Hotel Hirschen, Wildhaus
Diplomfeier Zyklus 43	23. Juni 2018	Rest. Äusserer Stand, Bern
Zyklus 44 Modul MITTEL	9. – 22. September 2018	Hotel Sempachersee, Nottwil
Zyklus 45 Modul MENSCH	14. Oktober – 9. November 2018	Solbadhotel, Sigriswil
Zyklus 44 Modul HOSPITALITY	10. – 16. März 2019	Hotel Freienhof, Thun
Zyklus 45 Modul MARKT	28. April – 11. Mai 2019	Hotel Stückli, Basel
Zyklus 45 Modul MITTEL	15. – 28. September 2019	Lindner Grandhotel, Interlaken
Zyklus 46 Modul MENSCH	17. Oktober – 8. November 2019	Solbadhotel, Sigriswil

Informationsanlässe 2018

NDS Informationsanlass	16. Mai 2018	Hotel Cascada, Luzern
NDS Informationsanlass	6. Juni 2018	Hotel Walensee
NDS Informationsanlass	14. August 2018	Hotel Bern, Bern
NDS Informationsanlass	29. August 2018	Hotel Storchen, Zürich

NDS-Dozenten



Die EAC Eltschinger Audit & Consulting AG ist schweizweit die erste Adresse der Hotelbranche in Sachen Treuhand, Revision und Beratung.

Tanja Eltschinger und Melanie Fey-Eltschinger führen den Traditionsbetrieb seit sechs Jahren, nachdem ihr Vater und Firmengründer Martin Eltschinger völlig unerwartet verstarb. Mit Ihrem Slogan «Wir erklimmen mit Ihnen Ihre Zahlenberge» begeistern die beiden Schwestern nicht nur ihr Team, sondern vermögen auch die Kunden auf sympathische Art und Weise mit dem Zahlbergfieber anzustecken.

Melanie Fey-Eltschinger und Tanja Eltschinger
EAC Eltschinger Audit & Consulting AG
Inhaberinnen und Geschäftsführerinnen

An advertisement for EAC Eltschinger Audit & Consulting AG. The main image shows a mountain landscape with a signpost that reads 'Wir erklimmen mit Ihnen Ihre Zahlenberge' (We climb your number mountains with you). The signpost has three arrows pointing to 'Treuhand Beratung' (Trustee Advice), 'Wirtschaftsprüfung' (Auditing), and 'Wirtschaftsprüfung' (Auditing). The advertisement includes the EAC Eltschinger logo, contact information (+41 44 721 42 42, consulting@eac-eltschinger.ch, Florastrasse 13, 8800 Thalwil), and a small photo of the three team members. Logos for 'EXPERT suisse' and 'hotelleriesuisse' are also present.

EAC ELTSCHINGER
Audit & Consulting AG
+41 44 721 42 42
consulting@eac-eltschinger.ch
Florastrasse 13
8800 Thalwil

www.eac-eltschinger.ch



Mathias Keller
Bommer + Partner Treuhandgesellschaft, Bern
Eidg. dipl. Steuerexperte / Betriebsökonom FH / Mitglied der Geschäftsleitung



Bommer + Partner Treuhandgesellschaft wurde im Jahr 1989 gegründet und ist mit aktuell rund fünfzig Mitarbeitern eine der führenden Treuhandgesellschaften in der Schweiz.

Unser Dienstleistungsangebot umfasst die Bereiche Treuhand / Rechnungswesen, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung. Für unsere Kunden generieren wir Mehrwert durch professionelle und individuelle Dienstleistungen auf der Basis von persönlichen und langfristigen Beziehungen.



**«Treuänder aus Leidenschaft
...für unsere Kunden»**

Mitglied von EXPERTSuisse + TREUHAND | SUISSE
Bommer + Partner Treuhandgesellschaft KLG Strandweg 33 Postfach 3001 Bern
+41 31 3071111 mailbox@bommer-partner.ch www.bommer-partner.ch

«Ich berate Ihr Unternehmen»

Kathleen Toth
BSc in Betriebsökonomie
dipl. Wirtschaftsprüferin
dipl. Hôtelière-Restauratrice HF



Sind Sie bei Ihrer Jahresrechnung in allen Punkten sicher? Ich prüfe diese auf Schwachstellen und beurteile praxisbezogen die Chancen und Risiken Ihrer finanziellen Unternehmensführung.

Treuhand für Ihr KMU.

Perfekt auf Sie abgestimmt. Persönlich in der Betreuung. Spezialisiert in Fachbereichen. Wir denken mit – seit 1948.



balmeretienne

Treuhand | Privatkundenberatung | Steuern | Wirtschaftsprüfung und -beratung | Recht
www.balmer-etienne.ch



Dr. Michael Toedt

Big Data Experte, Gründer und CEO der Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH. Mit der Software-Plattform **dailypoint™**, zählt das Münchner Unternehmen zu den weltweit führenden CRM Anbietern. Das cloudbasierte und modular aufgebaute System verwandelt mittels künstlicher Intelligenz, Daten in wertvolles Know-How.

dailypoint™, das strategische Herzstück einer jeden Digitalisierungsstrategie, konsolidiert die Daten aller relevanten Systeme, um die Qualität der Kundenbindung, des Direktvertriebs, des Services sowie die Nachhaltigkeit von Management-Entscheidungen zu verbessern.



dailypoint™ software made by Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH

80333 München | +49 (0) 89 189 35 69 0

info@dailypoint.com | dailypoint.com

Professionelle Raumbeduftung mit modernster Technik

Raumbeduftung - **sichtbar** mit schönen Geräten (Holz) im Raum oder **unsichtbar** in Möbel eingebaut, durch Wände, Böden, Decken oder **über Lüftungsanlagen**. Wir haben die Technik für alle Arten, Grössen und Funktionen von Räumen. Mit Feinregulierung der Duftintensität, programmierbaren Lauf- und Pausenzeiten sowie unterschiedlichen Intensitätsstufen nach Tageszeit.



Raumbeduftung - damit sich die Gäste und Besucher wohl fühlen, Freude haben und gerne wieder kommen.

Sie bekommen bei uns alles aus einer Hand (seit 1996) :
Beratung, Technik, Duftkompositionen, Wartung und Betreuung.
Verlangen Sie eine unverbindliche Beratung.



Air Consulting – Raumbeduftung

Lanz Wirtschaftsdienste GmbH

Kopfhof / Postfach

8340 Hinwil

Tel. 055 293 5021 info@duftkultur.ch www.duftkultur.ch



Eine Frage des Stils

Schweizer Textilien – auf Ihr Haus zugeschnitten.

Schwob
textiles of Switzerland

Schwob AG
Leinenweberei und Textilpflege
schwob.ch

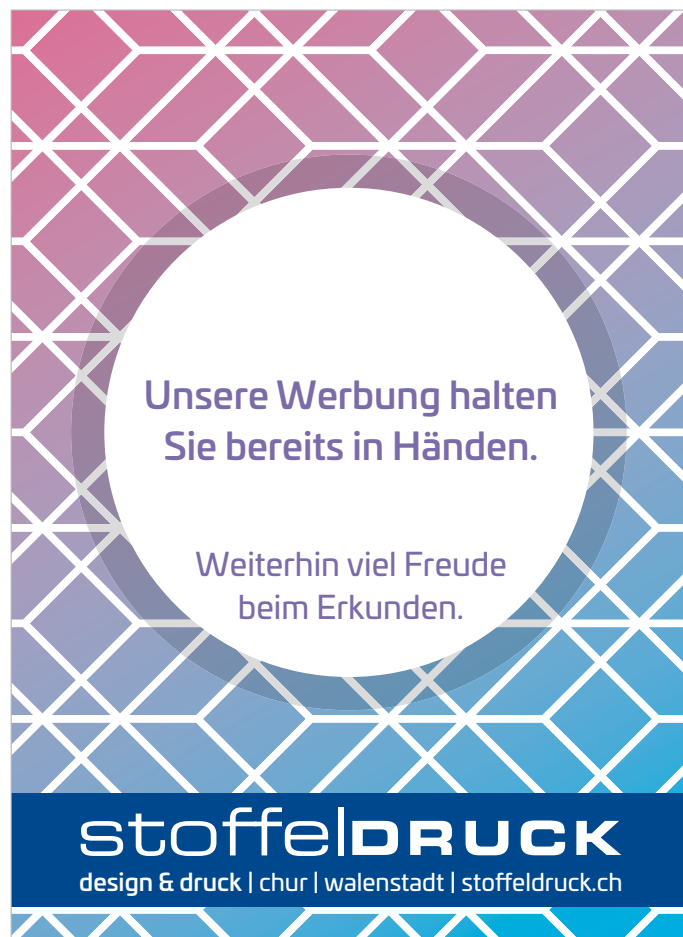
Expertenforum «Input» 2017


Alexander Lees, Leiter Bildungsangebote und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung hotellerieuisse

Themenvielfalt – Aktualität – Praxisnähe

Die Expertenforen «Input» stehen unter dem Patronat von VDH, hotellerieuisse und der Medienpartnerin htr hotel revue. Sie wurden 2017 in der eingeführten und bewährten Form weiter durchgeführt.

Die Rückmeldungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bekräftigen uns, auch nächstes Jahr in dieser Form weiterzufahren.





Bei den einzelnen Anlässen wurden die Teilnehmenden zu folgenden Themen sensibilisiert:

Expertenforum Input 1/17: Innovative Beherbergung Luzern

Im ersten Expertenforum des Jahres haben wir uns dem Thema Innovation aus unterschiedlichen Richtungen genähert.

In seinem Beitrag zu Bedürfnissen von Gästen mit Behinderungen, hat **Brian McGowan** (www.sensability.ch) eindrucksvoll aufgezeigt, welches Potential in diesem wachsenden Gästesegment liegt und mit welchen zum Teil sehr einfachen Massnahmen, sich die Betriebe auf die Bedürfnisse von Gästen mit Behinderungen einstellen und folglich neue Kundengruppen gewinnen können.

Nabil Sheikh (www.samsung.ch | <http://displaysolutions.samsung.com>) befasst sich mit einer technischen Seite dieses Themas. Unter dem Titel «Digital Signage im Hotel» hat er verschiedene Möglichkeiten aufgezeigt, wie mit Screens unterschiedlicher Grösse das Gäste-Erlebnis aufgewertet werden kann.

Innovationen in der Beherbergung sind nur umsetzbar, wenn alle Mitarbeitenden voll mitziehen. In ihrem Workshop zum Thema «Kreativitätskultur» hat **Nicoletta Müller** (www.nicolettamueller.ch) mit den Teilnehmenden Werkzeuge erarbeitet, welche in modernen Betrieben eingesetzt werden können.

Expertenforum Input 1/17 in der Romandie: Direct Marketing / CRM / Contenu / Digitalisation Busigny

Nach dem starken Interesse im Vorjahr wurde in der Romandie auch diesmal ein Forum zu digitalen Themen durchgeführt.

Thierry Pilet (www.newcom4u.ch) hat in seinem interessanten Referat die Bedeutung des Zusammenhangs zwischen Website und CRM beleuchtet. Die Teilnehmer konnten dabei seine Ausführungen live auf ihrem Smartphone erleben.

Der Input von **Clément Charles** (www.allthecontent.com) hat sich der wichtigen Frage angenommen, welcher Inhalt auf der eigenen Website publiziert werden soll. In

Zeiten des Informationsüberflusses trägt eine hohe Qualität des Contents dazu bei, die Aufmerksamkeit der Leser zu erhalten.

Luca Bonalumi (www.swisscom.com) hat an eindrücklichen Beispielen aufgezeigt, welche Möglichkeiten sich für Hotels und andere Beherbergungsbetriebe mit der smarten Digitalisierung der Zimmer ergeben.

Expertenforum Input 2/17: Mit wirkungsvollen Massnahmen zu qualifizierten Fachkräften Luzern

Der Fachkräftemangel findet auf dem Sorgenbarometer unserer Branche leider einen Spitzenplatz. Kreative Lösungsansätze sind deshalb äusserst gefragt.

Ueli Schneider (www.hotelleriesuisse.ch | www.hotelbildung.ch) hat mit den Teilnehmenden die Frage diskutiert, warum es sich lohnt, Lernende auszubilden. Dabei hat sich gezeigt, dass der neue Beruf «Hotelkommunikationsfachmann/-frau» bei den jungen Lehrstellensuchenden gut ankommt und eine riesige Chance für unsere Branche darstellt.

«Die Besten gewinnen – Wie Stelleninserate aus der Masse herausstechen» war der Titel des Beitrags von **Thomas Hügli** (www.jobtext.ch). Im spannenden Workshop wurden aktuelle Stelleninserate analysiert und Erfolgsfaktoren für die Suche nach geeigneten Kandidaten erarbeitet.

Oliver Glauser (www.swissqualiquiest.ch) hat den Teilnehmenden eine innovative Plattform nähergebracht, die optimal für das Personalmarketing genutzt werden kann. Dabei wird auf eine einfache und durchdachte Art die Zufriedenheit bestehender Mitarbeiter genutzt, um neue zu gewinnen.

Expertenforum Input 3/17: Projekte realisieren – dank cleveren Finanzierungsformen Luzern

Das vorletzte Expertenforum im Jahr 2017 beschäftigte sich mit einem Thema, das vielen Besitzern und Gastgebern Kopfzerbrechen bereitet: Wie sollen wichtige Projekte finanziert werden.

In den Ausführungen zu «Fördermöglichkeiten der SGH» von **Giles Zollinger** (www.sgh.ch) konnte das Publikum anhand von vielen Praxisbeispielen eine hilfreiche Übersicht gewinnen, welche verschiedenen Finanzierungsquellen sich im Rahmen ei-

nes Projekts anzapfen lassen. Dabei wurde sichtbar, dass in Projekten oft unterschiedliche Finanzierungsformen, wie Bankkredite, SGH-Darlehen, kantonale oder private Fördergelder sowie Crowd Funding gleichzeitig vorkommen.

Hansjörg Sidler (www.swissesco.ch) hat mit seinem Beitrag zu «Energiespar-Contracting für Hotels» eindrücklich aufgezeigt, wie sich ökonomische und ökologische Ziele vereinbaren lassen. Die vorgestellte Lösung bringt für einen Beherbergungsbetrieb etliche Vorteile. Hier nur die augenfälligsten: Der Hotelier oder die Hotelière hat nur einen Ansprechpartner, das Risiko trägt vor allem der Vertragspartner swissesco und die Investition wird über die gesamte Vertragsdauer über die eingesparten Energiekosten refinanziert.



Giles Zollinger

Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH
Finanzierungsberater, Dipl. Hôtelier-Restaurateur HF/SHL

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) setzt das Bundesgesetz über die Förderung der Beherbergungswirtschaft zur Erhaltung und Verbesserung einer leistungsfähigen und innovativen Beherbergungswirtschaft um. Dafür gewährt die SGH Darlehen, erstellt Gutachten und unterstützt den Wissenstransfer zu Gunsten der Beherbergungswirtschaft mit dem Ziel, deren Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit zu erhalten und zu verbessern.

«Die VDH sollte ein Input Expertenforum zum Thema «Crowdfunding als Projektbooster» veranstalten, weil eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne weit mehr als eine Finanzierungsquelle sein sollte.»



Société Suisse de Crédit Hôtelier
Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
Società Svizzera di Credito Alberghiero

**Ihr kompetenter Partner für
Finanzierung, Beratung und Wissenstransfer
in der Hotellerie und der Beherbergung**

Uetlibergstrasse 134b, Postfach, 8027 Zürich, 044 209 16 16, info@sgh.ch, www.sgh.ch

...perfekt! Heute reinige ich ökologisch

und erst noch günstiger!



MayaTronic - Dosierung ganz nach Ihren Bedürfnissen

Mit MayaTronic automatisieren und optimieren Sie Ihren Spülprozess und erreichen höchste Hygiene und Sicherheit bei geringster Umweltbelastung und tiefen Kosten. Dabei wird unter anderem von der intelligenten Steuerung jederzeit der optimale Mitteleinsatz unter Berücksichtigung von Verschmutzungsgrad und Zeitfenster berechnet und ein Unter- oder Überdosieren verhindert.



Steinfels
S W I S S

Testen Sie Maya!

Für weitere Informationen:

Tel. 052 234 44 00, www.steinfels-swiss.ch



Expertenforum Input 4/17: Zusammen sind wir stärker – moderne Kooperationen Thalwil

Zum Abschluss der Reihe im Jahr 2017 stand ein Thema im Zentrum der Veranstaltung, das bereits in einigen Destinationen und Regionen angekommen ist. Gewinnen können alle Beteiligten. Es ist deshalb zu hoffen, dass die in den Workshops aufgezeigten Kooperationsmöglichkeiten weitere Kreise ziehen werden.

Chancen und Hürden für erfolgreiche Kooperationen im Tourismus: **Birgit Reutz** (www.zhaw.ch/iunr/tne) hat in ihrem Workshop eindruckliche Beispiele entlang der touristischen Wertschöpfungskette aus Parks aufgezeigt und dann mit den Teilnehmenden Erfolgsfaktoren für Kooperationen erarbeitet.

Im Beitrag von **Corinne Balz** (www.swisspremiumhotels.com) ging es um bedürfnisorientierte Kooperationen. Neben einer gemeinsamen Basis beziehen die beteiligten Hotelbetriebe die Dienstleistungen individuell nach ihrem Gusto – was in den Ausführungen der Referentin anhand des Themas «Marketing & Sales» gut sichtbar wurde.

Die IG Saanenland macht vor, was eine clevere Zusammenarbeit von zum Teil sehr unterschiedlichen Betrieben in Bezug auf Straffung der Prozesse und folglich die Kosten bewirken kann. Die Geschäftsführerin **Monika Schüpbach** hat anhand einiger (Rechen-) Beispiele demonstriert, wie davon alle profitieren können.

Expertenforum Input 2018

Die Daten und Orte der Veranstaltungen des nächsten Jahres sind fixiert:

4. April 2018	Montana Art Deco Hotel	Luzern
15. Mai 2018		Romandie
14. Juni 2018	Hotel Sedartis	Thalwil
2. Oktober 2018	Dorint an der Messe	Basel
8. November 2018		Romandie
14. November 2018	Holiday Inn	Bern Westside

Weitere Informationen zu den Expertenforen 2018 finden Interessierte unter www.hotelbildung.ch/input

VDH-Kompetenzpartner

BALMER-ETIENNE



Balmer-Etienne AG

Kathleen Toth
Kauffmannweg 4
6003 Luzern
041 228 11 62

BAUR AU LAC VINS



H. Kracht's Erben AG

Stephan Radloff
Adlikerstrasse 272
8105 Regensdorf
044 777 05 05

CHAMPAGNE NICOLAS FEUILLATTE



Champagne Nicolas Feuillatte

Marc Rohrbach
Chez Baur au Lac Vins
Adlikerstrasse 272
8105 Regensdorf
079 129 19 18

ECOLAB SCHWEIZ



Ecolab Schweiz GmbH

Marc Diener
Kägenstrasse 10
4153 Reinach
079 846 87 69

ELIS (SUISSE)



Elis (Suisse) AG

Grosswäscherei Domeisen AG

Claude Yves Stämpfli
Surbmatte 3
5304 Endingen
056 426 11 66

FELDSCHLÖSSCHEN



Feldschlösschen Getränke AG

Patric Burkard
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
0848 125 000

Part of the Carlsberg Group

FOOD & TECHNIC



Food & Technic GmbH

Marcel Wissmann
Weyerstrasse 30
3084 Wabern
079 358 26 23

HEINEKEN



Heineken Switzerland AG

Ralf Manok
Obergrundstrasse 110
6005 Luzern
041 319 14 31

HERO



Hero Gastronomie

Urs Züttel
Karl Roth-Strasse 8
5600 Lenzburg
062 885 55 59

HOREGO



HOREGO AG

Urs Gscheidle
Stampfenbachstrasse 117
Postfach 177
8042 Zürich
044 366 50 46

HOTELLERIESUISSE



hotelleriesuisse

Claude Meier
Monbijoustrasse 130
3001 Bern
031 370 41 11

JUHO NYBERG
ARCHITEKTUR



Juho Nyberg Architektur GmbH

Architektur nach Mass
Juho Nyberg
Forchstrasse 30
8008 Zürich
044 273 67 35

KÄLTERING



Kältering AG

Andreas Zolliker
Bönigstrasse 9
3812 Wilderswil
033 826 16 61

MIRUS SOFTWARE



Mirus Software AG

Fabian Fingerhuth
Tobelmühlestrasse 11
7270 Davos Platz
081 415 66 88

PISTOR



Pistor AG

Silvan Pfister
Hasenmoosstrasse 31
6023 Rothenburg
041 289 89 89

PRODEGA / GROWA /
TRANSFOURMET



**Prodega / Growa / Transgourmet
Transgourmet Schweiz AG**

René Müller
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
079 879 27 91

RAUMBEDUFTUNG
LANZ



Raumbeduftung

René Lanz
Postfach 202
8340 Hinwil
055 293 50 21

RIVELLA



Rivella AG

Neue Industriestrasse 10
4852 Rothrist
062 785 41 11

SAVIVA / SCANA



Saviva AG

Scana

Pierre Alain Favre
Bahnstrasse 20
8105 Regensdorf
044 870 83 20

SCHWOB



Schwob AG

Manuel Küng
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
034 428 11 11

SMITH & SMITH WINE COMPANY



Smith & Smith Wine Company

Charly Teufen
Grubenstrasse 27
8045 Zürich
044 515 55 99

SWISS SAFETY CENTER



Swiss Safety Center AG

Certifications
Heinrich Bieler
Richtstrasse 15
8304 Wallisellen
044 877 62 37

CHAMPAGNE

Nicolas Feuillatte

FRANCE



Enchanter la vie
Enchanting life

Wir begrüßen unsere neuen VDH-Kompetenzpartner

BERNDORF



Berndorf Luzern AG

Jürg Martin Stähli
Industriestrasse 15
6203 Sempach Station
041 259 21 41

E-GUMA



Idea Creation GmbH

E-GUMA Gutschein- & Ticketsystem

Martin Gerber
Walchestrasse 15
8006 Zürich
044 500 54 00

SHS ACADEMY



SHS Academy AG

Daniel Plancic
Malerweg 26
3012 Bern
079 751 87 41

STEINFELS SWISS



Steinfels Swiss

Division der Coop

Roger Nessensohn
St. Gallerstrasse 180
8404 Winterthur
052 234 43 13

TOURISMUSCONSULT



Tourismusconsult

Sven Häberlin
Stadthausstrasse 61
8400 Winterthur
052 566 10 19

Hoher Einsatz zugunsten qualifizierter Fachkräfte

Christian Gfeller, Projektleiter und Stv. Leiter Marketing & Verkauf Bildung hotelleriessuisse



Motivierte und qualifizierte Mitarbeitende sind das Herz und die Seele eines jeden Hotelbetriebes. Damit sich Gäste auch in Zukunft an Schweizer Qualität und Gastfreundschaft erfreuen dürfen, ist hotelleriessuisse bemüht, die Bildungslandschaft und Rahmenbedingungen dahingehend weiterzuentwickeln, dass die Branche für Arbeitnehmende attraktiv bleibt.

Potenzial zu Beginn der Karriere aufzeigen

Eine Berufslehre im Gastgewerbe öffnet zahlreiche Möglichkeiten, um später einen vielseitigen, abwechslungsreichen und auch internationalen Karrierepfad zu begehen. Dafür müssen die Vorteile der Branche bereits im Rahmen der Berufswahl aufgezeigt werden. Zu diesem Zweck führt der Branchenverband beispielsweise jährlich den schweizweiten Tag der offenen Hoteltüren «Please Disturb» durch. So können interessierte Schüler und Eltern hinter die Kulissen zahlreicher Hotels blicken.

Internationalisierung und Digitalisierung befähigen

Bereichsübergreifende Fähigkeiten und nicht zuletzt digitale und kommunikative Kompetenzen gewinnen im Alltag eines Hotelbetriebes zunehmend an Bedeutung. Um im Hotelbetrieb den Spagat zwischen Restauration, Hauswirtschaft, Reception und Online-Marketing zu bewerkstelligen, war hotelleriessuisse massgeblich an der Entwicklung des neuen Berufsbildes Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann EFZ beteiligt. Die interdisziplinäre Hotelausbildung trifft den Zahn der Zeit. So überstieg die Nachfrage nach Lehrstellen das Angebot an freien Ausbildungsplätzen im Jahr 2017 deutlich. Neben vier Schulhotels bilden die weiterführenden Hotelfachschulen den Grundstein für vielfältige Hotelkarrieren. Sie fördern den internationalen Erfahrungsaustausch sowie die Vernetzung innerhalb der Branche dank internationaler Partnerschaften.

Talente fördern, gestandene Kräfte weiterbringen

Die Durchlässigkeit des Schweizer Bildungssystems bietet einzigartige Möglichkeiten, Arbeitnehmende nach der Grundbildung weiterzuentwickeln und auch Quereinsteiger auszubilden. Vollzeit oder berufsbegleitende Diplom-Studiengänge an einer Hotelfachschule sind ohne Berufsmaturität besuchbar. Hochschulabschlüsse auf Bachelor- oder gar Masterebene, können an der Ecole hôtelière de Lausanne erworben werden. Auch für Arbeitskräfte, welche schon länger in der Branche tätig sind, entwickelt hotelleriessuisse ein stetig wachsendes Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten. Dies reicht von kurzen Tagesseminaren oder weiterführenden Lehrgängen zum Thema Online Marketing und Front Office Management bis hin zum renommierten Nachdiplomstudiengang HF Hotelmanagement. Letzterer wird seit kurzem durch den L-GAV finanziell unterstützt.

Gemeinsam die Zukunft gestalten

Um die Branche weiterhin attraktiv zu gestalten ist hotelleriesuisse bestrebt, einen Dialog auf sämtlichen relevanten Ebenen zu erwirken. Zum Auftakt der neu ins Leben gerufenen «Qualifizierungsoffensive» diskutierten deshalb im November 2017 über 200 Branchenvertreter Faktoren wie Führungsstil, Vergütungsmodelle, Arbeitsinhalte und Karrieremöglichkeiten. Ziel von hotelleriesuisse ist es, im Verlaufe des Jahres 2018 konkrete Massnahmen und Projekte zu präsentieren. So sollen für die Branche lukrative Zukunftsperspektiven geschaffen werden, welche dazu beitragen, unsere Tradition als erfolgreiches Hotelier- und hervorragendes Gastgeberland zu wahren.

Informationsplattformen weisen den Weg:

- Für den Einstieg ins Gastgewerbe über eine Berufslehre
-> berufehotelgastro.ch
- Für Weiterbildung und Informationen rund um die Hotelkarriere
-> hotelbildung.ch
- Tag der offenen Hoteltüren
-> pleasedisturb.ch

hotelbildung.ch
hotelleriesuisse

Karriere in der Hotellerie

Die Bildungsplattform von hotelleriesuisse für branchen anerkannte Aus- und Weiterbildungen

Aktuelle Weiterbildungsangebote von hotelleriesuisse:

Englisch Sprachkurse (Diverse Kurse 2018)
www.hotelbildung.ch/eia

NEU!

e-Hotelmarketing 2018 (Kursstart: 10.04.2018)
www.hotelbildung.ch/e-hotelmarketing

Leading Front Office to Excellence (Kursstart: 10.04.2018)
www.hotelbildung.ch/frontoffice

NEU!

Reception@hotelleriesuisse (Kursstart: September 2018)
www.hotelbildung.ch/reception

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
(Infoanlässe im Sommer 2018)
www.hotelbildung.ch/nds

Weitere Informationen rund um das Aus- und Weiterbildungsangebot von hotelleriesuisse finden Sie auf:
www.hotelbildung.ch

hotelleriesuisse
Telefon +41 31 370 43 01
unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Ganzheitlicher Ansatz im Online Marketing

Sven Häberlin

Oft werden wir mit der Frage konfrontiert, welche Massnahmen im Online Marketing am wichtigsten seien. Eine generelle Antwort darauf gibt es nicht – das ist stark abhängig vom jeweiligen Betrieb und dessen Zielgruppen. Dennoch gibt es ein paar Themen, welche für alle Hotels wichtig sind und Instrumente, welche auch kleineren Betrieben einen messbaren Nutzen bringen.

Die Website als Visitenkarte des Unternehmens

Die Website eines Unternehmens sollte immer im Fokus stehen. Sie ist die Visitenkarte eines Unternehmens. Fast alle Massnahmen im Online Marketing führen auf Ihre Website – und dort müssen Sie den Gast von Ihrem Produkt überzeugen. Sei dies über ein ansprechendes, zeitgemässes und zielgruppengerechtes Design, über aussagekräftige Bilder oder hochwertige und interessante Inhalte. Auch die Nutzerfreundlichkeit der Website und der Buchungsmaschine sind wichtige Aspekte, welche es zu berücksichtigen gilt.

Schlussendlich geht es bei einer Website darum, die Fragen des potentiellen Gastes zu beantworten, das Interesse für das Angebot zu wecken und Vertrauen zu schaffen. Gemäss einer Nielsen-Studie zum Thema «Vertrauen in Werbung» rangiert die Website eines Unternehmens auf Platz zwei – direkt nach den Empfehlungen von Bekannten.

Organische Sichtbarkeit

Allerdings nützt die beste Website nichts, wenn sie von den potentiellen Gästen nicht gefunden wird. Entsprechend ist neben «Price» und «Place» (was v.a. über Revenue Management abgedeckt wird) auch die «Promotion» sehr wichtig.

Nichtbezahlte Suchergebnisse werden als «organisch» bezeichnet. Um ohne

bezahlte Anzeigen in Suchmaschinen gefunden zu werden, bietet sich Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) an. Um sich mithilfe von Suchmaschinenoptimierung besser zu platzieren, bedarf es der Optimierung von verschiedenen einzelnen Faktoren. Diese rund 200 Faktoren werden von Google definiert und sind geheim. Dennoch sind die wichtigsten Kriterien aufgrund von Messdaten nachvollziehbar und können entsprechend beeinflusst werden.

Zu solchen Faktoren zählen beispielsweise relevante und spannende Inhalte auf den einzelnen Unterseiten, die Ladezeit der Website, sowie weitere technische Anforderungen, die erfüllt werden müssen. Zum Testen der Ladegeschwindigkeit gibt es diverse Tools, welche gleichzeitig auch Empfehlungen zur Optimierung der Website liefern, damit diese bei Google bei einer Suchanfrage besser gelistet wird.

Einen weiteren Einfluss auf das Ranking hat auch die Nutzerfreundlichkeit (Usability) einer Website. Es lohnt sich, die Website regelmässig von einer aussenstehenden Person überprüfen zu lassen oder mit entsprechenden Programmen das Nutzerverhalten auf der Website zu analysieren.

Bezahlte Sichtbarkeit

Wird Ihr Unternehmen bei relevanten organischen Suchanfragen jedoch nicht

sehr prominent eingeblendet, dann empfiehlt es sich, sogenannte Suchanzeigen zu schalten. Hierbei handelt es sich um Anzeigen, welche vor den organischen Suchergebnissen in den Google-Suchergebnissen angezeigt werden.

Der Vorteil liegt auf der Hand: Der Nutzer sucht ganz spezifisch nach einem Produkt oder einer Dienstleistung und ist dementsprechend empfänglich für die passende Werbeanzeige. Kosten entstehen nur, wenn der User auf die Anzeige klickt. Wir empfehlen unseren Kunden aus der Hotellerie generell, Suchanzeigen auf den eigenen Namen zu schalten, damit potentielle Kunden vermehrt auf der eigenen Website buchen statt bei Buchungsportalen (OTAs) wie Booking.com.

Auch über Bannerwerbung (Google Display Marketing) kann die Zielgruppe sehr spezifisch angesprochen werden. Die Ausrichtung (Targeting) für die Werbung ist sehr vielseitig: Nutzer können angesprochen werden, wenn sie nach etwas Spezifischem gesucht haben, wenn sie vordefinierten demografischen Merkmalen entsprechen, oder wenn die Interessen des Nutzers mit denjenigen Ihrer Zielgruppen übereinstimmen. Durch diese zielgenaue Ansprache von möglichen Gästen können Streuverluste grösstenteils vermieden und Kosten eingespart werden.

Conversions als Mass aller Dinge

All diese Werbemassnahmen haben zum Ziel, Nutzer auf Ihre Website zu leiten. Der Erfolg dieser Massnahmen wird oftmals in der Klickrate (CTR) gemessen. Für den Hotelier ist es allerdings wichtiger, die Zielerreichung zu messen, etwa die Anzahl Buchungen und der dadurch erzielte Umsatz, Anmeldungen für einen Newsletter, Anrufe im Hotel, etc. Eine solche Aktion wird dann «Conversion» genannt.

Conversions bieten Werbetreibenden die Chance, die Ausgaben im Verhältnis zu den daraus erzielten Einnahmen zu sehen. Hier beginnt es dann für den Hotelier spannend zu werden: Denn falls die Conversions trotz aller Bemühungen im Online Marketing ausbleiben, können enorm wichtige Rückschlüsse auf das Produkt, dessen Präsentation oder den Preis gemacht werden. Allenfalls können auch die Usability der Website oder der Buchungsprozess Gründe sein, dass der

Gast lieber nicht oder bei einem OTA bucht.

Das Ziel vor Augen haben

Doch womit soll man nun am besten beginnen? Die Website optimieren, bezahlte Anzeigen zu schalten oder SEO einsetzen? Das ist abhängig davon, wie der Betrieb aktuell aufgestellt ist. Als erstes sollen dafür die Ziele für das Online Marketing definiert werden. Auf dieser Basis kann dann die Planung der einzelnen Schritte in Angriff genommen werden. Unterscheiden Sie in der Planung nicht zwischen on- und offline, sondern verknüpfen Sie die beiden Bereiche.

Besonders wichtig im Online Marketing sind Analysen. Nutzen Sie kostenlose Tools wie Google Analytics und Google Search Console. Die Daten liefern Ihnen wertvolle Grundlagen für die Entwicklung Ihres Online Marketings und für die Optimierung Ihrer Website. Wer nicht misst, tappt im Dunkeln und plant

allenfalls an seinen potentiellen Gästen vorbei.

Offen sein für Neues

Fakt ist: Über 85 Prozent der Schweizer Bevölkerung über 14 Jahre sind heute online unterwegs – bei den über 70-Jährigen sind es ebenfalls bereits 45 Prozent. Entsprechend müssen sich Hoteliers den veränderten Rahmenbedingungen anpassen. Aus unserer Sicht ist entscheidend, dass die Messbarkeit der Marketinginstrumente, welche Sie in Ihrem Hotel einsetzen, gegeben ist. Sie zeigt den Erfolg der Massnahmen und bildet die Basis für spätere Entscheide.

Betrachten Sie Online Marketing strategisch und ganzheitlich. Verstehen Sie dessen Einsatz als Prozess und nicht als einmalige Sache und optimieren Sie Ihren Marketing-Mix laufend aufgrund von Analysen der bestehenden Daten. Nutzen Sie Algorithmen, um diejenigen Kunden anzusprechen, welche zu Ihnen passen.



Portrait Tourismusconsult
und Sven Häberlin



Tourismusconsult bietet Individual- und Komplettlösungen im Online Marketing für Hotels und andere touristische Dienstleister an, insbesondere in den Bereichen Strategie-Entwicklung, ganzheitliche Massnahmenplanung, sowie Analysen. Als offizieller Google Partner unterstützen wir unsere Kunden unter anderem in der Umsetzung von AdWords-Kampagnen (Such- & Display-Anzeigen, YouTube Ads, Remarketing) und Social-Media-Marketing (Facebook).

Sven Häberlin ist Geschäftsführer von Tourismusconsult und zertifizierter Google Partner. Darüber hinaus ist er Bereichsleiter Digital Business an der Höheren Fachschule für Marketing und Kommunikation in Basel und Head of Major E-Commerce and Sales in Tourism an der HTW Chur. sven.haerberlin@tourismusconsult.ch | www.tourismusconsult.ch

Restaurant Revenue Management

Gianluca Marongiu

Bei Revenue Management, zu Deutsch: Ertragsmanagement, geht es darum in einem Dienstleistungsbetrieb mit der optimalen Rate und Auslastung den maximalen Gewinn zu erzielen. Die Techniken für den Zimmerbereich sind mittlerweile relativ bekannt in der Schweiz, doch auch ausserhalb von Rooms kann Revenue Management angewendet werden. In diesem kurzen Artikel fokussieren wir auf den F&B-Bereich, das heisst auf Hotel-Restaurants, aber auch auf Restaurants alleine. Wir unterscheiden vier Stufen hin zur Perfektionierung von Restaurant Revenue Management.



Restaurant Revenue Management 1.0

Zu Beginn des Aufbaus von Revenue Management im F&B-Bereich geht es darum, die **Auslastung zu maximieren**. Im digitalen Zeitalter bedeutet das, dass das Restaurant auf den verschiedenen Plattformen auffindbar und buchbar sein muss. Sehr wichtig ist weiter das Bewertungsmanagement, also der richtige Umgang mit Online-Feedbacks von Kunden, nicht nur, aber vor allem auf TripAdvisor. Das Ranking eines Betriebs auf den Bewertungsplattformen ist heute entscheidend für den Buchungsentcheid eines Gastes im Netz. Oft führt der «Online Customer Journey», also der Weg des Gastes im Netz auch auf die betriebseigene Homepage. Diese muss in der heutigen Zeit in verschiedener Hinsicht optimiert werden, besonders im Bereich Suchmaschinenoptimierung. Dann muss das Restaurant eine Social Media Community aufbauen. Dabei gilt die Regel, dass es heute im Bereich Social Media zu viel Taktik und zu wenig Strategie gibt. Klare Zielsetzungen und eine zielgerichtete Kommunikation helfen bei der Positionierung des Betriebs auf Social Media, aber auch im Allgemeinen.

Restaurant Revenue Management 2.0

Nachdem der Betrieb seine Auslastung maximiert hat, sollte nun am **umsatzorientierten Mindset** im Betrieb gearbeitet werden. Eine wichtige Kennzahl im Roomsbereich eines Hotels ist der RevPAR (Revenue per available room). Das Pendant dazu im Restaurant ist der RevPASH (Revenue per available seat hour). Die Formel für den RevPASH lautet: $\text{Umsatz} / (\text{verfügbare Plätze} \times \text{Stunden})$. Der RevPASH kann pro Stunde, Tag, Woche oder gar Monat berechnet werden und liefert dem Management, wenn richtig analysiert, Anhaltspunkte, um datengestützte Entscheide zu treffen. Um ein umsatzorientiertes Mindset im Betrieb zu entwickeln, sollten weitere Daten analysiert werden: Die gesamte Produktpalette sollte ausgewertet werden und eine korrekte Margenberechnung erfolgen. Das gesamte Menu sollte hinsichtlich des Erfolgs der einzelnen Menuelemente beim Gast ausgewertet werden und gewisse, hierzulande oft ignorierte Grundregeln beim Menulayout beachtet werden (wie zum Beispiel die Preise nicht in dieselbe Spalte zu legen, um den Fokus des Gastes vom Preis weg zum Menuelement zu führen). Diesen Prozess nennt man Menu Engineering. Schliesslich gibt es relativ viele Möglichkeiten, die Servicekette eines Betriebs hinsichtlich Umsatzorientierung zu optimieren. Sehr wichtig dabei ist selbstverständlich die Schulung des Personals. Schliesslich geht es bei der zweiten Stufe auf dem Weg zur Restaurant Revenue Management-Meisterschaft darum, ein zielorientiertes Reporting und eine akkurate Messung der Business-Ergebnisse aufzubauen.

Restaurant Revenue Management 3.0

Bei der dritten Stufe verfolgt der Betrieb das Ziel, sein Angebot zu dynamisieren. Dieses kann er erreichen indem er sein Reporting erweitert und gleichzeitig eine gründliche Bedürfnisanalyse der eigenen Kundensegmente durchführt. Die Erkenntnisse aus diesen Analysen können die Grundlage liefern, um eine flexible Menugestaltung einzuführen, Aktionen und Promotionen zielgerichteter zu verkaufen oder zielgruppenorientierte saisonale Menus einzuführen. Schliesslich kann die Dynamik auf Firmen und Bankette erweitert werden.

Restaurant Revenue Management 4.0

Reporting bleibt auch in der vierten Stufe von Restaurant Revenue Management sehr wichtig. Hier geht es nun darum, das Reporting so zu professionalisieren, dass ein Forecasting, also Voraussagen zu zukünftiger Nachfrage möglich werden. Darauf basierend können nun verschiedene Szenarien gebildet werden und dafür verwendet werden, um den Wareneinkauf zu dynamisieren. Schliesslich können im Sinne eines Performance Managements die Serviceabläufe saisonal verändert werden und das Personalmanagement angepasst werden. All dies mit dem Ziel die Rendite zu maximieren.



Zum Autor

Gianluca Marongiu ist Managing Partner bei Swiss Hospitality Solutions. Neben seinen Beratertätigkeiten ist Gianluca als Lecturer für die SHS Academy tätig und leitet unter anderem den viertägigen Restaurant-Lehrgang (Restaurant Digital Marketing und Restaurant Revenue Management). Er publiziert regelmässig Artikel in den einschlägigen Fachzeitschriften. Für seine Leistungen erhielt Gianluca Marongiu 2016 den Milestone-Nachwuchspreis.

Der Lehrgang

Die SHS Academy bietet auch 2018 den Restaurant-Lehrgang an.

Die Kurse finden in Zürich im Hotel Storch an folgenden Daten statt:

Restaurant Digital Marketing:

16. / 17. Mai 2018

Restaurant Revenue Management:

13. / 14. Juni 2018

Weitere Infos unter:

swisshospitalitysolutions.ch/academy

VDH-Mitglieder kommen in den Genuss eines Vorzugspreises.

Professionelles Marketing als Differenzierungsfaktor in der Hotellerie

Dr. Michael Betz

Phase 1 des Hotel-Marketing-Projekts in Zusammenarbeit mit der Universität St.Gallen erfolgreich abgeschlossen

Seit Jahren kämpft die Schweizer Hotellerie um eine wirtschaftliche Auslastung ihrer Betriebe. Dieser Kampf hat spätestens seit dem 15. Januar 2015 mit der Aufhebung des Mindestkurses von 1.20 Franken pro Euro an Schärfe zugenommen. Da weitere Preissenkungen ökonomisch jedoch nicht sinnvoll sind und sich das Leistungsangebot zwischen den einzelnen Betrieben kaum mehr unterscheiden lässt, suchte die VDH nach einer anderen Möglichkeit, wie sich Hotelbetriebe erfolgreich im Markt behaupten können. Die Antwort liegt in einem professionellen und systematischen Vermarktungsansatz, mit dessen Hilfe sich Hotels wirksam am Markt positionieren und vom Wettbewerb differenzieren können.

In Zusammenarbeit mit Dr. Michael Betz und Dr. Philine Betz-Werner vom Institut für Marketing an der Universität St. Gallen arbeitete seit dem Jahr 2013 eine Gruppe von Hoteliers – darunter die VDH-Vorstandsmitglieder Michael Max Müller und Verena Kern Nyberg – in einer Reihe von zweitägigen Workshops an der Entwicklung eines spezifischen Marketingkonzepts für die Hotellerie.

Im März 2017 nun wurde diese Workshopreihe und damit auch Phase 1 des

Projekts mit einem letzten zweitägigen Workshop erfolgreich abgeschlossen. Im Hof Maran in Arosa beschäftigte sich die Gruppe mit dem spannenden und innovativen Thema der Geschäftsmodellinnovation. Unter Anleitung der beiden St. Galler Experten diskutierte man gemeinsam, wie sich bestehende Geschäftsmodelle konkreter Hotelbetriebe erfolgreich verändern lassen. Ziel war es, diese Betriebe fit für sich verändernde Marktstrukturen und Gästebedürfnisse zu machen. Dies gelingt, indem man z. B. die Art und Weise, wie Hotelleistungen verrechnet bzw. bepreist werden, verändert oder den Prozess der Leistungserstellung innoviert.

Aktuell läuft Phase 2 des Projekts: Die Zusammenfassung der in den einzelnen Workshops gewonnenen Erkenntnisse in einem Fachbuch mit dem Titel «Professionelles Marketing in der Hotellerie». Die Publikation, die von Dr. Philine Betz-Werner und Dr. Michael Betz verfasst wird, versteht sich als Praxisleitfaden für Hoteliers. Darüber hinaus soll das Buch für die Marketingaus- und -weiterbildung von Studierenden in der Hotellerie eingesetzt werden. Inhaltlich wird das Werk aus zwei Teilen bestehen: im ersten Teil wird anhand von aktuellen Marke-

tingkonzepten und -Tools erläutert, wie strategisches Marketing in der Hotellerie erfolgreich betrieben werden kann. Dieser Teil wird zum besseren Verständnis mit zahlreichen Praxisbeispielen und Checklisten angereichert. Dadurch wird es dem Leser möglich, schnell und einfach ein systematisches Marketingkonzept für den eigenen Betrieb zu erstellen. Im zweiten Teil werden rund 15 Hotelbetriebe unterschiedlicher Sternekategorien vorgestellt, die in punkto Marketing als «Best Practice» gelten. Darunter finden sich Betriebe aus unterschiedlichen Regionen und Destinationen. Dieser Teil stellt eine Quelle der Inspiration für alle Leser dar und beweist, dass erfolgreiches Marketing für jeden Hotelbetrieb möglich ist. Das Buch wird im September 2018 anlässlich des 50-jährigen Bestehens der VDH erscheinen.

Institut für Marketing



Universität St.Gallen



Dr. Michael Betz ist Mitglied des Leitungsteams des Instituts für Marketing an der Universität St. Gallen. Darüber hinaus ist er Lehrbeauftragter für Marketing an der Universität St. Gallen. Er trainiert und berät Unternehmen (darunter zahlreiche Hotels) zu sämtlichen Fragen des Marketings.

michael.betz@unisg.ch



Dr. Philine Betz-Werner ist Projektleiterin am Institut für Marketing der Universität St. Gallen und arbeitet dort als Trainerin und Senior Consultant. Darüber hinaus ist sie Lehrbeauftragte für Marketing an der Universität St. Gallen. Zu ihren Kernthemen gehören Value Selling, Value Pricing, Marketingkommunikation und Social Media. Hierzu arbeitet sie intensiv mit und für Hotelbetriebe.

philine.werner@unisg.ch

*Engadiner
Bergsummer*

**BIKE-, WANDER- & BADEFERIEN
IN DER NATIONALPARKREGION**

Täglich unbeschränkte Eintritte ins Engadin Bad Scuol,
PostAuto im ganzen Unterengadin, Dreiländerfahrt,
Rhätische Bahn bis Zernez und Bergbahn* inklusive!

www.belvedere-hotels.ch * Gemäss Betriebszeiten

Vacanzas pur.



Meine Bürgenstock-Story

INSIDER-ESSAY: Ex-Bürgenstock-Direktor und Kurator Jo Müller über «sein» neues Hotelresort

Jo Müller, Zyklus 10



Im Jahr 2010 hat Bruno H. Schöpfer die Ausstellung «Gaumenfreuden» im «Gelben Haus Flims» besucht und mir den Auftrag gegeben, eine Ausstellung mit den gleichen Themen, jedoch auf die Bürgenstock Hotels abgeändert, im Palace Hotel auf dem Bürgenstock zu organisieren und zu kuratieren. Er stellte mir das Erdgeschoss des Palace Hotels mit den grossen öffentlichen Räumen wie Halle und die Speisesäle zur Verfügung. Einige tausend Hotelgegenstände aus den Bürgenstock Hotels und den Grand Hotels von Graubünden waren die Grundlage für die Ausstellung, die unter dem Motto «Zukunft hat Herkunft» stand.

Wir zeigten mit den Themen «Grande Cuisine», «Table d'hôte», «Grande Cave» und «Grand Hotel Bar» die Herkunft und zum Thema Zukunft die Projekte des neuen

Bürgenstock Resorts an Hand von Plänen, Renderings und den Modellen der Architekturwettbewerbe.

Nach dem Grosse Erfolg der Ausstellung 2011 – es kamen 8000 Besucher – erhielt ich den Auftrag, in sämtlichen Gebäuden auf dem Bürgenstock Gegenstände aus der Vergangenheit für die Zukunft zu sichern, zu retten, zu lagern um vieles wieder in das neue Resort einzubringen.

Zum Auftrag gehörte auch, das grösste Hotelmuseum der Schweiz zu erstellen. Eine Dokumentation über die letzten 140 Jahre der Grand Hotellerie Schweiz soll die verschiedenen Epochen in Erinnerung rufen.

Eine der ersten Aufgaben war es, das gesamte Areal in verschiedene Kultursekto-

ren einzuteilen und so die Orte mit den Themen zu bestimmen. Gleichzeitig versuchte ich, alle Berührungspunkte von Kultur und Hotellerie zu definieren und diese in baulicher und operativer Hinsicht auf Papier zu bringen. 2011 entstand ein erster «Masterplan Bürgenstock Kultur 1870 bis 2014». Es waren und sind immer noch vier Kultur-Sektoren in sechs Bereichen und in 40 Projekten zusammengefasst. Die überarbeitete Version II vom März 2013 galt als Grundlage für die definitive Fassung Bürgenstock Kultur 1870 bis 2017, mit welcher die Umsetzungsphase begann.

Zur Geschichte

Wenn wir auf die Zeitspanne von 1870 bis heute zurückblicken, erleben wir

- ein Stück Hotelleriegeschichte
- ein Stück Tourismusgeschichte

- ein Stück Pioniergeschichte
- ein Stück Architektur- und Baugeschichte
- ein Stück Kunstgeschichte
- ein Stück Marketing- und Kongressgeschichte

ja sogar

- ein Stück Gerichtsgeschichte

Die Unternehmer Franz-Josef Bucher-Durrer und Josef Durrer legten mit der Eröffnung des Hotel Bürgenstock 1873 den Grundstein zum heutigen Resort.

1925 übernahm Friedrich Frey-Fürst den Bürgenstock und musste die Anlage einer Gesamtrenovation unterziehen. Die Innenausstattung wurde von feinsten Hand ausgelesen und die einmalige Kunstsammlung schmückte die öffentlichen Räume und die Gästezimmer. Die Garten- und Parkgestaltung mit der Blumenpracht verhalfen dem Resort zu neuem Aufschwung. Sportanlagen, wie Tennisplätze und ein 9-Loch-Golfplatz, ergänzten das Freizeit-Angebot.

Nach dem Tod von Friedrich Frey-Fürst übernahm sein Sohn Fritz Frey den Bürgenstock. Durch das konsequente Durchsetzen seiner Philosophie, die durch Schönheit in vornehmer Einfachheit geprägt war, bescherte er dem Bürgenstock eine weitere erfolgreiche Periode.

Mit der Übernahme durch die Grossbank UBS kam der Berg in den Besitz von neuen Eigentümern, die dann das Resort an den Staatsfonds von Katar weiterverkauften.

In nunmehr neun Jahren Planungs- und

Bauzeit entstand unter der Leitung von Bruno H. Schöpfer das neue Bürgenstock Resort. In den letzten 140 Jahren haben die genannten Persönlichkeiten die Geschichte geschrieben und mit ihrer Philosophie die Einmaligkeit des Berges jeweils in ihre Zukunft gerettet.

Mit der Eröffnung entstehen unter dem Motto «Zukunft hat Herkunft» die verschiedenen Kultur-Sektoren, die einmalig in der Schweizer Hotellerie sein werden. Das Museum in der Ankunftshalle in Kehrsiten, wo die Hotel- und Bahnpioniere und die Entstehung des Tourismus um 1900 dargestellt sind, die neue Nostalgiebahn mit der Ankunftshalle, die kulturellen Punkte auf der Piazza, der Museumskorridor vom Hotel Bürgenstock zum Palace Hotel und die 140-jährige Bürgenstock-Geschichte im 80 Meter langen Spa-Tunnel bilden das grösste Hotelmuseum der Schweiz.

Ergänzt werden diese kulturellen Orte mit dem «Walk of History», dem Restaurant Ritz-Coffier, das den Legenden César Ritz und August Escoffier gewidmet ist, dem Lernpfad Felsenweg in Zusammenarbeit mit der pädagogischen Hochschule, der Flaniermeile mit den Skulpturen und der im Entstehen begriffenen Kulturpromenade vom Zentrum des Resorts bis in die nähere Umgebung. Mit diesen Kulturbereichen werden für die kulturellen und sportlichen Veranstaltungen die passenden Kulissen für das besondere Ambiente erhalten.

Mit den Naturspektakeln, wie Sonnenaufgang und Sonnenuntergang, werden

besondere Situationen auftreten, die die Anlässe einzigartig machen. Die tausend Erlebnisse auf dem gesamten Berg werden auch zu vielen neuen Erfahrungen führen, von denen die Gäste noch nicht wissen, dass es so etwas überhaupt gibt.

Aus meiner Optik hat das neue Bürgenstock Resort eine fantastische Zukunft, weil es einmalig ist. Warum einmalig? Weil die schönsten Dinge im Leben auf einem kleinen Flecken, an einem der schönsten Orte der Welt, im Zentrum der Schweiz, zu erleben sind.

Hier einige Beispiele:

- Von der Natur – Hier gibt es die eindrücklichsten und schönsten Sonnenuntergänge (warum Bali?)
- Die Oase Bürgenstock befindet sich nicht im Meer oder in der Wüste, sie ist umgeben von einem prächtigen Alpenpanorama und einer einmaligen Seenlandschaft.
- Man fühlt sich hier sicher und frei, abseits vom Touristengewühl (wieso an den Luzerner Schwanenplatz oder nach Interlaken gehen?).
- Man wird nicht gestört durch Lärm, unschöne Überbauungen, billige Läden, Neonbeleuchtungen und einer Flut von Reklametafeln.
- Das Zusammenleben der Gäste, der Mitarbeiter und der benachbarten Bauernfamilien bilden eine neue Community.

Ich wurde öfters mal gefragt, ob man den Bürgenstock mit den grossen Hotelresorts in der Schweiz oder in Europa vergleichen könne. Kann man eigentlich

nicht! Der Bürgenstock ist mehr als ein Resort. Es ist ein privater Ort, ein privater Berg auf dem ALLES entwickelt, bestimmt und überprüft werden kann und die wunderbare, intakte Umgebung die gleiche Philosophie über die Natur vermittelt.

Die grosse Herausforderung wird nun sein, die Bürgenstock-Philosophie «Zukunft hat Herkunft» den 850 Mitarbeitenden zu implementieren, damit diese wiederum auf die Gäste und die Tagesbesucher übertragen wird. Ich bin überzeugt, dass dies gelingen wird und das neue Bürgenstock Resort als «Gesamtkunstwerk» wahrgenommen wird.

Fritz Frey hat einmal zu mir gesagt: «Das nächste Buch das ich schreiben werde, trägt den Titel «Bürgenstock – meine teu-

re Geliebte.» Ja, man kann sich schon in den Bürgenstock verlieben! Wenn man sich mehrere Jahrzehnte mit dem Bürgenstock befasst, fast zweimal zehn Jahre dort arbeitet und lebt, kommen schon einige Liebesgefühle auf, die mich nachhaltig geprägt haben.

Von der unternehmerischen Willenskraft der Gründer, Franz-Josef Bucher-Durrer und Josef Durrer, dem Erneuerer Friedrich Frey-Fürst und dem Ästheten Fritz Frey, hat nun der Entwickler des neuen Bürgenstock, Bruno H. Schöpfer, seine Vision ausgeführt. Er wird das Bürgenstock Resort als Gesamtkunstwerk der Hotellerie in die Zukunft führen.

Dieser Text ist erstmals erschienen im Hotelinsider: www.hotelinsider.ch

Wer ist Jo Müller?

Josef Johann Müller-Schmid steht auf dem Briefumschlag der Steuererklärung. Es hat sich nun eingebürgert, dass mich fast alle «Jo» Müller nennen. Geboren wurde ich am 2. Mai 1948 als einziger Sohn und dazu noch am Geburtstag meines Vaters, der auch Josef hiess. Ich bin glücklich verheiratet und habe zwei erwachsene Kinder.

Seit 1964 in der Schweizerischen Hotellerie tätig: Berufslehre als Koch, Schweizerische Hotelfachschule Luzern, Praktikas in Vevey, Villars-sur-Ollon und St. Moritz, Saisonstellen in St. Moritz, Arosa und Bürgenstock. Karriere auf dem Bürgenstock vom Kassier im Palace bis zum General Manager. Summerschool Hotel Administration, Cornell University, Ithaca N.Y. USA, Unternehmerseminar SHV Zyklus 10, Direktion (zusammen mit meiner Frau Marianne) im Park Hotel Waldhaus, Flims von 1982 bis 2000. Unternehmerseminar US Plus SHV, 2. Kurs (Visionsentwicklung Hotellerie). Selbständigkeit und kurzes Gastspiel als Direktor im Grand Hotel National, Luzern. Seit 2011 Mandat als Kurator für das Bürgenstock Resort.

Meine Hotel-Kultur-Tätigkeiten: Aufbau des Museumstraktes im Pavillon des Waldhauses in Flims (Hotelmuseum, Olgiati Museum, Schlittenmuseum und Kristallmuseum). Ausstellung im Gelben Haus Flims, Gaumenfreuden als Co-Kurator. Ausstellung «Zukunft hat Herkunft» im Palace Hotel Bürgenstock. Ausstellung Atelier Cuisine Bar Bizzar in Schönenwerd. Bin jetzt auf der Suche nach einer geeigneten Location für ein weiteres Hotelmuseum in der Nähe von Flims...



VDH-Geschäftsstelle unter neuer Führung

Wir verabschieden uns von Anna Taverna und danken ihr für die Leitung der Geschäftsstelle VDH von 2014 bis 2017. Sie verlässt uns, um sich beruflich einer neuen Herausforderung zu stellen. Wir wünschen ihr alles Gute und bedanken uns für ihren wertvollen Einsatz und ihre tollen Leistungen.

Neu übernahm Elisabeth Erber von gobek7 Gastro- und Bürodienstleistungen im August 2017 die organisatorischen und administrativen Aufgaben sowie die Führung der Geschäftsstelle VDH.

Elisabeth Erber ist Dipl. Bürokauffrau, Restaurantfachfrau und Gastro-Betriebsleiterin mit eidg. Fachausweis. Seit 2000 ist sie in der Schweizer Gastronomie und Hotellerie tätig. Sie baute mit Leidenschaft und Herzblut das beliebte und bekannte Hotel-Restaurant «Alp Grüm» – ein Betrieb

der Rhätischen Bahn an der Bernina Linie auf 2091 Metern – wieder auf. Zudem führte sie diesen Betrieb sehr erfolgreich während sechs Jahren. 2014 gründete sie das Unternehmen gobek7 und arbeitet seither für Gastro- und Hotelbetriebe Interim, bietet verschiedene Gastro- und Bürodienstleistungen an und führt Schulungen durch. Ihre langjährigen Erfahrungen und spezialisierten Ausbildungen ermöglichen es ihr, für Betriebe sowohl administrative und organisatorische Aufgaben zu übernehmen, als auch im operativen Geschäft federführend tätig zu sein.

Wir freuen uns, dass wir Frau Erber als Leiterin der Geschäftsstelle der VDH gewinnen konnten und darüber hinaus, von ihrem Engagement und Know-how profitieren zu dürfen.



Elisabeth Erber

Geschäftsstelle VDH
Kapplerstrasse 70 | 9642 Ebnat-Kappel
welcome@vdh.ch | www.vdh.ch
Tel. 079 833 81 75



«Ich freue mich sehr, die Führung der Geschäftsstelle angeboten bekommen zu haben. Diese Aufgabe hat sich als sehr spannend, abwechslungsreich und interessant herausgestellt. Es ist mir eine Ehre, die Mitglieder, die durch ihre Ausbildung und ihr berufliches Engagement zu den Erfolgreichsten der Branche gehören, persönlich bei Veranstaltungen und Events kennenzulernen und zu betreuen.»

Hero

GASTRONOMIQUE

JEDEM GAST SEINE EIGENE
MÜESLI-MISCHUNG

In nur 3 min.
genussbereit!

Ergänzen Sie Ihr Buffet mit unseren schmackhaften Müesli und unserem sättigenden Porridge – für einen guten Start in den Tag.

Hero Gastronomie | Tel. 062 885 54 50 | gastro@hero.ch | www.gastro.hero.ch



Holen Sie sich das Beste
oder lassen Sie es liefern.

www.transgourmet.ch
webshop.transgourmet.ch

 **PRODEGA
GROWA
TRANSGOURMET**

Nachruf auf Hans C. Leu, Ehrenmitglied und Absolvent Zyklus 1 des US

Adrian Stalder, Zyklus 18

Kulm Hotel Arosa 1982 – 1984 | Albergo Giardino Ascona 1986 – 1994 | Verwaltungsrat Albergo Giardino SA 1994 – 2000

Am 31. Januar 2017 ist Hans C. Leu im Alter von 86 Jahren gestorben. Nur wenige vor ihm prägten die Hotel-Branche so positiv, wie er dies tat.

Seine Gäste werden ihn als charmanten Gastgeber und begnadeten Entertainer in lebendiger Erinnerung halten. Er spielte seine Rolle als belesener «Cicerone» bei den vielen Ausflügen mit den Gästen in die Bündner Berge oder in die Tessiner Täler mit Engagement und Sachkenntnis. Er bereicherte als Geschichten-Erzähler mit Charme und einer Spur Erotik die kulinarischen Reisen im Hotel und legte Wert darauf, alle seine Gäste im Hotel persönlich zu begrüssen und zu verabschieden. Der markante Zwicker auf der Nase und die rosa Harley gehörten dabei genauso zur Inszenierung wie das «C.» in seinem Namen. Sein Motto «no business without show business» hat er als «Zirkus-Direktor» bewusst, mit Freude und Engagement für alle Gäste sichtbar gelebt.

Diejenigen, die ihn auf seinem Weg begleiten durften, konnten hinter dem oft schrill-farbigen Outfit des «Paradies-Vogels» auch den anderen Hans entdecken: den empathischen Zuhörer und Förderer auf der einen Seite und den rational denkenden und auf seine Vorteile fokussierten Unternehmer auf der anderen Seite. So bleibt er seinen engsten Mitarbeitern auch als ein Meister im Delegieren in Erinnerung: Um die notwendigen Freiräume für seine Rolle als «Gast im eigenen Hotel» zu schaffen, delegierte er alle Aufgaben – auf die er selber keine Lust hatte – an seine Vize-Direktoren. Diese durften so unter seiner Regie verantwortungsvolle Aufgaben übernehmen, «Direktor üben»

und so Wesentliches für ihre späteren Karrieren dazu lernen. Diese Erfahrungen – in Kombination mit seinem Führungsstil und seiner Gast-Philosophie – verhalfen auch ihnen zum Erfolg. Dafür bin ich – wie auch meine Kollegen und Kolleginnen – ihm auch heute noch dankbar.

Was vielen nicht bewusst war: Das Albergo Giardino hatte bei der Eröffnung vor 31 Jahren keinen Kredit bei den Touristikern vor Ort und ohne See-Anstoss und ohne Hotel-Park eine denkbar schlechte Ausgangslage für ein Tessiner 5-Sterne-Hotel. Leu hat diesen Standort-Nachteil mit farbig-fröhlichen Inszenierungen und einem Höchstmass an gelebter Gastfreundschaft wettgemacht. Er wollte immer «eine Nasenlänge weiter vorne sein», als seine Mitbewerber und seine Gabe junge Talente zu entdecken und auf das grosse Ziel einzuschwören, half ihm dabei. Als grossartiger Kommunikator und Motivator brachte er uns seine Vision



bildhaft näher. Er begeisterte uns täglich, gemeinsam diese Ziele zu erreichen. Wir waren bereit, dafür einen überdurchschnittlichen Einsatz zu leisten und sogar private Mittel einzuschliessen, um den damals drohenden Konkurs abzuwenden.

Auch wenn der Hans C. in den letzten Jahren immer ruhiger und zurückhaltender wurde, bleibt er den Gästen wie auch dem Team immer als vitaler und lebensfroher Mensch in Erinnerung. Schön, dass das ehemalige Führungsteam den Hans C. – anlässlich des 30-jährigen Giardino-Geburtstags im Juli 2016 – noch einmal sehen und erleben durfte.



Klosters 1986: Hans C. Leu mit Angelo Conti Rossini, Christian Lienhard und Adrian Stalder

Lieber Hans

Ich halte Dich mit grosser Wertschätzung als Hotelier, als Persönlichkeit und als väterlichen Freund in lebendiger Erinnerung.

Dein Adrian

Preisträger der Stiftung Schellenberg 2017

Die Stiftung Hans Schellenberg zeichnet jedes Jahr aussergewöhnliche Diplomarbeiten, welche für unsere Branche relevant sind, aus. Im Zyklus 42 fiel die Wahl auf die Arbeit von Chris Rosser. Wir gratulieren ganz herzlich und lassen ihn hier gerne zu Wort kommen.



Über Chris Rosser

Als Hoteliers-Sohn in Adelboden aufgewachsen, hat Chris Rosser von Beginn an den Gastro- und Hotelvirus in sich getragen. Dennoch entschied er sich zuerst kaufmännisches Wissen zu erlernen und absolvierte eine Banklehre im Bergtal. Im Anschluss daran maturierte er an der Wirtschaftsschule Thun und besuchte dann die Hotelfachschule Thun. Nach wichtigen Auslandserfahrungen im *****Crowne Plaza in Dubai kehrte Chris Rosser in die Schweiz zurück und entschied sich mit 25 Jahren im tiefen Emmental die Kochlehre zu absolvieren. Es folgten verschiedene Stationen zur Vertiefung seines Wissens bis er im Herbst als Vizedirektor die Leitung der beiden Hotels Krebs und Weisses Kreuz in Interlaken übernahm. Chris Rosser belegte anschliessend ein Mandat der Schiller International University Inc. und führte fortan das Hotel alpha thun als Direktor. Seit 2014 ist Chris Rosser Gründungsmitglied und Präsident der Hotelkooperation Frutigland und führt als Direktor das Hotel Schützen Steffisburg mit annähernd 50 Mitarbeitern. Weiters ist Chris Rosser in zwei Verwaltungsräten und in der Berufsbildungskommission tätig. In der beschränkten Freizeit geniesst Chris Rosser sein Familienleben mit zwei gesunden, fröhlichen Kindern und einer perfekten Frau. Dank ihr ist ein solches Pensum zu bewerkstelligen.

Wertsteigerung in der Hotellerie durch Kooperation im Managementbereich Mitarbeiter

Chris Rosser, Zyklus 42, Diplomarbeit, NDS Hotelmanagement

Schliessungen, Konkurse, Nachfolgeprobleme... dies nur einige Hiobsbotschaften, welche in den letzten Monaten auf vielen Titelseiten zu lesen waren. Die Hotel- und Gastrobetriebe in den Randregionen haben einen schweren Stand. Nebst vielerlei gegebener Veränderungen, wie dem Strukturwandel oder dem Konsolidierungsprozess, führt die immer grössere

Flut an Regeln, Gesetzen, Bestimmungen und Kontrollen zu einer Überforderung der eigentlichen Gastgeber. Besonders im Mittelpunkt der Herausforderungen steht der Mitarbeiter – dieser wird immer seltener gefunden. Die ausgeschriebenen Stellen mit dem gewünschten Profil finden kaum mehr Interessenten, was zu Engpässen, Qualitätsverlust und teuren

Überbrückungsmassnahmen führt.

Aus diesen Gründen habe ich mich entschieden, den Managementbereich Mitarbeiter unter die Lupe zu nehmen und mit der NDS-Diplomarbeit zu prüfen, ob und wie eine Kooperation zwischen Betrieben Sinn ergibt und die Probleme lösen oder lindern können.

Die ausführlichen Analysen in den Umweltsphären bringen zum Vorschein, dass sich die Welt in vielen Bereichen stark verändert hat – die Hoteliers hingegen wenig bis überhaupt nicht an ihren Angeboten und Prozessen gearbeitet haben. Auf Grund dieser Tatsache sind viele Betriebe in Zugzwang geraten und finden, das wichtigste Gut – den qualifizierten Fachmitarbeiter – nicht mehr. Wenn nun keine konkreten Massnahmen ergriffen werden, fällt das Kartenhaus in sich zusammen.

Mit dem für diese Diplomarbeit entwickelten 8-Punkte-Modell soll die Problematik gemeinsam mit mehreren Betrieben angegangen werden. Einfach, pragmatisch und kostengünstig. Das Modell zeigt auf, wie vielfältig die Zusammenarbeit mehrerer Betriebe ausfallen kann und was die Vorteile für den Betrieb und den Mitarbeiter sind. Insbesondere sind folgende Resultate nennenswert:

1. Das Potential für Effizienzsteigerungen ist gewaltig.
2. Die Attraktivität der Stellen kann massiv gesteigert werden.
3. Es braucht grundlegende Strategie- und Konzeptwechsel um Verpasstes aufzuholen.

Damit das 8-Punkte-Modell eine Chance hat braucht es den Willen, die Herausforderungen nicht im Alleingang sondern in der Gemeinschaft zu lösen. Hierzu gehört volle Transparenz, was das Ende des weit verbreiteten «Gärtlidenkens» bedeutet. Transparenz ist die Grundlage, gemeinsame Stärken voll auszuspielen und schwierige Situationen erfolgreich zu meistern.

Was braucht es nun, damit die Zukunft erfolgreich sein kann? Nachfolgende sechs Elemente haben sich herauskristallisiert:

- **Innovation** als dauernder Prozess, bei welchem alle im Betrieb involviert sein müssen
- Stetige **Investitionen** mit langfristiger Planung
- Klare **Positionierung** mit ständigem Überprüfungsmodus
- Jährliche **Umsatzsteigerungen**
- Quartalsweise Überprüfung der Optimierungen und **Kostensenkungen**
- **Mut** für schnelle Entscheide

Damit diese Elemente auch erreicht werden können, braucht es den motivierten Mitarbeiter. Welche Kriterien sind für Schweizer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei der Wahl einer Arbeitsstelle am Wichtigsten?

1. Ein gutes Arbeitsklima
2. Ein attraktiver Lohn
3. Arbeitsplatzsicherheit
4. Interessante Arbeitsinhalte
5. Ein Job, bei dem die Work-Life-Balance sichergestellt ist

Warum leiden Berufe in der saisonalen Gastronomie und Hotellerie gesellschaftlich unter einem schlechten Image?

1. Einkommenslücken durch Saisonanstellungen (Einkommensunsicherheit)
2. Tiefes Gehalt im Vergleich zu anderen Branchen
3. Teilweise wenig Aufstiegsmöglichkeiten, speziell in kleineren Familienbetrieben
4. Die gesellschaftliche Anerkennung für

Berufe im Tourismus ist eher tief

5. Die Ausländerpolitik des Bundes sowie die administrativen Auflagen beeinflussen die Attraktivität von Saisonstellen für ausländische Arbeitskräfte stark
6. Unregelmässige Arbeitszeiten
7. Arbeitseinsätze an Wochenenden und Feiertagen

In einer individualisierten Gesellschaft gewichten die Mitarbeitenden die Erwartungen an ihre Arbeitgeber ganz unterschiedlich. Die einen streben nach Sicherheit, die anderen nach Freiheit, die einen nach Kontinuität, die anderen nach Abwechslung, die einen nach Herausforderungen und die anderen nach Gemeinschaft. Die Treiber der Arbeit sind

- Spass
- Sinn
- Geld
- Zeit
- Macht
- Status

und haben für alle eine andere Bedeutung. Je nach Lebensphase gewichtet auch das Individuum die Treiber anders. Die Erwartungen an einen Arbeitgeber werden durch das individuelle Fähigkeitsprofil beeinflusst, das mit einer spezifischen Rolle in einem Unternehmen einhergeht. Gemeinsam ist uns allen, dass wir hoffen, durch Arbeit **Anerkennung** zu erfahren.

All diese Faktoren führen dazu, dass es für viele Saisonangestellte oftmals nur eine Frage der Zeit ist, bis sie eine Ganzjahresstelle annehmen und damit dem Saisontourismus verloren gehen oder sogar ganz aus der Branche ausscheiden. Sehr

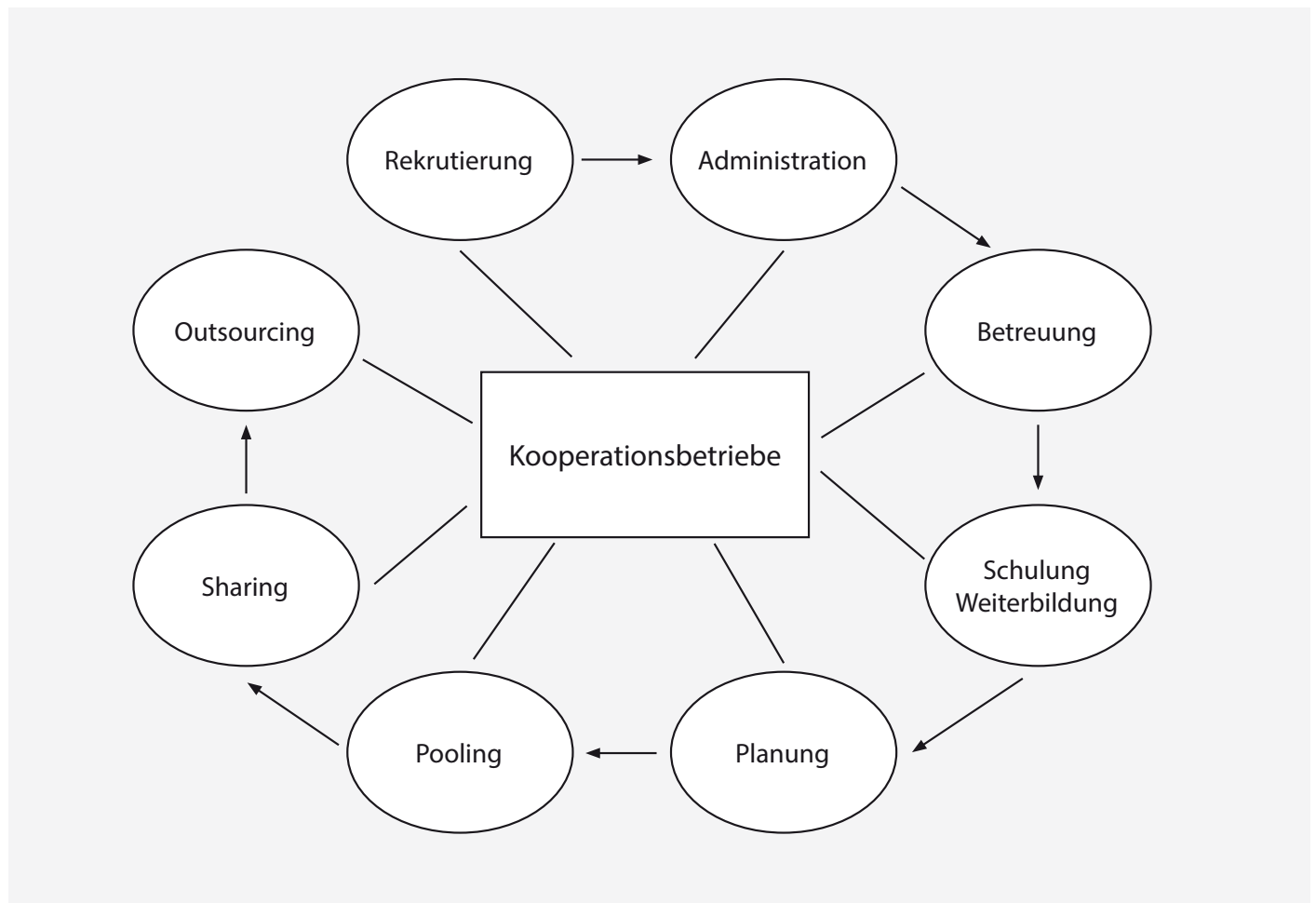
oft ist auch festzustellen, dass gut ausgebildete junge Berufsleute aus oben genannten Gründen die Branche wechseln, obwohl Sie Karrierechancen hätten. Die Aufgabe der Hoteliers und Gastronomen besteht also darin – genau diese Punkte zu beachten und Gegensteuer zu geben. Dies könnte mit Hilfe des nachfolgenden Modells gelingen.

Das 8-Punkte-Modell

In meinem Modell zur Wertsteigerung durch Kooperation in der Hotellerie, im Managementbereich Mitarbeiter, werden acht Punkte im Detail durchleuchtet und

konkrete Massnahmen vorgeschlagen. Jede Kooperation muss selber entscheiden, welche Priorität die einzelnen Punkte aufweisen. Dies ist, nämlich je nach Destination und aktueller Lage vor Ort, sehr individuell. Ziel des Modells ist es, die negativen Elemente der Analyse aktiv mit Gegenmassnahmen auszumerzen. Der Arbeitsaufwand und die Kosten für den einzelnen Betrieb müssen sinken, die Professionalität und Attraktivität steigen. Die daraus entstehenden Synergien und Rahmenbedingungen geben zudem mehr Zeit für das Gastgebertum und die Weiterentwicklung der einzelnen Betriebe.

Das 8-Punkte-Modell zeigt auf, dass im Managementbereich Mitarbeiter sehr viele Möglichkeiten bestehen, durch gezielte Kooperationen einen deutlichen Mehrwert für die Betriebe zu generieren. Damit ein solches Vorhaben aber auch eine Chance hat und langfristig funktionieren kann, braucht es konkrete Umsetzungsmassnahmen. Diese sind der Schlüssel zum Erfolg und garantieren gewaltige Zeitersparnis sowie generelle Effizienzsteigerungen.



Aus dem Leben und Wirken unserer Mitglieder

Neues von unseren von VDH-Mitgliedern



Romuald Bour

Zyklus 38

Betrieb bisher: Gstaad Palace
Position bisher: Direktor
Betrieb neu: Republic of Mediterranean Ingredients
R.O.M.I. Bern
Belpstrasse 28
3007 Bern



Seit dem 1. November öffnet die «Republic of Mediterranean Ingredients», kurz R.O.M.I., ihre Tore zunächst in Bern und dann in weiteren Städten der Schweiz. An ihrer Spitze hat sich Romuald Bour mit dem festen Willen in diese «polit-gastronomische» Karriere geworfen, eine frischere und qualitativ höherstehende Version des mediterraninspirierten Fast Foods anzubieten.

Zu diesem Zweck hat sich die Republik bei vielen verschiedenen kulinarischen Möglichkeiten des mediterranen Beckens und den Spielwiesen ihrer Ingredienzien bedient, um ein kompaktes und perfekt beherrschtes Angebot zu präsentieren. Denn so einladend die Republik ihren Gästen gegenüber ist, so streng ist sie bezüglich der Qualität und der Herkunft der Zutaten, die sie ausmachen. Der Stil der Restaurants widerspiegelt diese zwischen Ernsthaftigkeit und Originalität oszillierende Philosophie. Hinter dem offiziell anmutenden Wappen versteckt sich ein Ort, der niemanden unbeeindruckt lässt: R.O.M.I. erstrahlt mit einem leuchtenden Blau, das die Wände und den ganzen Boden bedeckt und in das man sich am liebsten hineinstürzen möchte, um seinen Gaumen zu erfrischen. Pitas, Wraps und Salate sind die wichtigsten Trümpfe von R.O.M.I., aber es sind nicht die einzigen. Das Restaurant bietet auch eine Karte mit à-la-minute gepressten Frucht- und Gemüsesäften; alles garantiert frisch.

R.O.M.I. erwartet Sie an der Belpstrasse 28 in Bern. Eine Republik, die jeden mit offenen Armen empfängt? In diesen Zeiten erfreut das besonders!



Hannes Hochuli

Zyklus 34

Betrieb bisher: Seminarhotel Lihn, Filzbach GL
Position bisher: Hotel-Manager
Betrieb neu: Hannes Hochuli Projekte • Training • Coaching
Hinterdorfstrasse 23
8753 Mollis GL
Position neu: Geschäftsführer

20 Jahre lang prägte Hannes Hochuli die Geschichte des Seminarhotels Lihn über dem Walensee. Zum Finale seiner Hotelierszeit wurde der Betrieb um 15 Hotelzimmer mit Seesicht, einem dritten Plenarsaal und dem Panoramarestaurant Lihn ausgebaut und erneuert. Zeitgleich wurde das soziale Engagement um 15 Ausbildungsplätze für Menschen mit Handicap markant erweitert. Das Hotel ist im Seminar-, Bankett- und Kulturbereich erfolgreich positioniert und etabliert. Den Führungsstab gab Hochuli im Sommer 2015 an NDS-Absolvent Urs Brotschi weiter, der von Mürren nach Filzbach wechselte.

Während einem Sabbatical reiste Hochuli durch neun Länder, kehrte im Sommer 2016 ins Glarnerland zurück und eröffnete dort seine Firma für Projektleitungen, Trainings und Coaching. Mit diesen Angeboten ging er für die Hotellerie nicht verloren: Er leitet ganz unterschiedliche Tourismus-Projekte, bietet spezifische Kader-Trainings rund um die Trend-Themen «Mindfulness» und «Arbeitswelt 4.0» an, darüber hinaus ist er auf Führungs-Coachings spezialisiert. Auf seiner Homepage sind diese und weitere Angebote ausführlich beschrieben.

«Das NDS war der Startschuss für mich, für meine persönliche Zukunft jene Bereiche markant auszubauen und zu stärken, in denen ich viel zu bieten und weiterzugeben habe.»



Das habe ich für Hotels zu bieten:

- Projekt-Beratungen, Projekt-Leitungen
- Individuelle Achtsamkeits-Trainings
- Praxis-Training «Arbeitswelt 2.0»
- Führungs-Coaching

Hannes Hochuli
Hinterdorfstrasse 23
CH-8753 Mollis GL
Mobile +41 79 523 00 56
info@hanneshochuli.ch
www.hanneshochuli.ch





Reto M. Grohmann

Zyklus 38

Betrieb bisher: Two Spice AG
Position bisher: Operativer Leiter/
Mitglied der GL
Betrieb neu: Gastroconsult AG
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Position neu: Unternehmensberater

Gastroconsult 
nahe. kompetent.

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Berufsmatura an der École Supérieure de Commerce in Neuchâtel entschloss sich Reto, die Hotelfachschule Luzern in Angriff zu nehmen. Die Pflichtpraktika absolvierte er im In- und Ausland, in kleinen feinen und grossen namhaften Betrieben. Mit dem Abschluss in der Tasche trat er die Stelle als Operations Analyst im The Dolder Grand an und wirkte dort im Kernteam bei der Wiedereröffnung mit. Nach drei Jahren wechselte Reto zur Berest AG in Basel, wo er fünf Jahre als Projektleiter tätig war, bevor er zur Two Spice AG nach Zürich als Operativer Leiter und Mitglied der Geschäftsleitung wechselte. Als frisch gebackener Vater entschloss er sich, eine Auszeit zu nehmen, um die täglichen Herausforderungen als Hausmann leben und lieben zu lernen.

Als Unternehmensberater ist Reto nun bei der Gastroconsult AG für die Regionen Zürich, Ostschweiz und Graubünden Hauptansprechpartner für Mieter und Vermieter, Gastronomen und Behörden, Architekten und Quereinsteiger. Reto erstellt Machbarkeitsstudien, Mietzins- und Verkehrswertgutachten, sucht neue Mieter und Käufer, begleitet Projekte von der Idee bis zur Eröffnung, berät in Sachen Gastromietverträge sowie vieles mehr. Nebst diesen Tätigkeiten ist er zudem Dozent und Prüfungsexperte bei GastroZürich und GastroSuisse sowie auch Wirtschaftsprüfer für Gastronomie und Hotellerie.

Die Gastroconsult AG unterstützt den Erfolg der Gastronomen. Das Team besteht aus rund hundert kompetenten und motivierten Mitarbeitenden mit Branchenerfahrung, verteilt auf 15 Standorte in der Schweiz.

«Als Unternehmensberater fliesst meine operative Erfahrung mit der NDS-Theorie zusammen und gibt mir so den nötigen Rucksack für das Tagesgeschäft.»

Seit 1921

Dank Nähe und Kompetenz erleichtern wir Ihren Alltag. Mit unserer langjährigen Erfahrung in Treuhand, Prüfung und Beratung unterstützen wir Ihren Erfolg. **Das macht uns seit 1921 zur Nummer 1** in der Schweiz für Restauration und Hotellerie.

Gastroconsult AG
Telefon 0844 88 44 24, www.gastroconsult.ch

Gastroconsult 
nahe. kompetent.





Sofia de Anta

Zyklus 41

Betrieb: Einstein St.Gallen
Berneggstrasse 2
9000 St. Gallen
Position bisher: Marketing & Sales Coordinatorin
Position neu: Marketing Managerin

Nach der kaufmännischen Lehre mit Berufsmaturität entschied sich Sofia de Anta, direkt im Anschluss, Tourismus an der HTW Chur mit der Vertiefung Leadership zu studieren. Bereits während des Studiums in den Bündner Bergen verschlug es sie rasch in die verschiedenen Restaurants und Hotels: Von Anfang an war es ihr Wunsch, Gästen einen unvergesslichen Aufenthalt zu bieten. So kam es, dass sie nach dem Studium die Stelle als Event Managerin im Grischa – DAS Hotel Davos antrat. Vom damaligen Chef wurde sie motiviert und massgeblich unterstützt, das NDS der hotellerie-suisse zu absolvieren. Während dem NDS stellte sie fest, dass ihre wahre Leidenschaft dem Marketing gilt. Aufgrund dessen wechselte sie noch während des NDS ihre Stelle in das Einstein St.Gallen und startete als Sales & Marketing Coordinatorin. Nach dem NDS Abschluss im Jahr 2016 und per 2017 wurde sie vom General Manager des Einstein St.Gallen, Michael Vogt, zur Marketing Managerin befördert. Auch Michael Vogt unterstützt sie ausschlaggebend sich im Bereich Marketing weiterzubilden und ermöglicht ihr, im Teilzeitstudium den Master Business Administration mit der Vertiefung Marketing abzuschliessen, was ihr Profil als Hotelière abrundet.

Das elegante 4* Superior Hotel Einstein St.Gallen, als erstes Haus am Platz bewertete Hotel, verfügt über 113 erlesene Zimmer und Suiten sowie einen 3000 m² Fitnesspark mit Spa. Kulinarische Abwechslung findet der Gast im 17 Punkte Gault-Millau und zwei Michelin Sternen ausgezeichnetem «Einstein Gourmet», dem regional inspirierten «Bistro St.Gallen» sowie in der «Einstein Bar» mit englischer Clubatmosphäre und grosszügiger Davidoff Cigar Lounge. Der Einstein Congress mit 14 modernen Tagungsräumlichkeiten und dem Einstein Saal für Anlässe bis zu 400 Personen ist in der Ostschweiz eines der führenden Kongresshäuser und wurde im Jahr 2017 von der NNZ als bestes Business Hotel der Schweiz ausgezeichnet.

«Der NDS hat mich inspiriert, nachhaltig neue Wege zu gehen und hat mir wertvolle Instrumente mitgegeben.»



Jürg Zürcher

Zyklus 23

Bis 2017	Direktor beider Sunstar Hotels in Davos
Seit 2017	Regionalleiter Sunstar Hotels Ostschweiz
Ab 2018	Mitglied der Geschäftsleitung der Sunstar Hotels und Regionalleiter Sunstar Hotels Ostschweiz
Nebenamt	Grosser Landrat der Landschaft Davos



SUNSTAR
BOUTIQUE HOTELS
ECHT STILVOLL

Jürg Zürcher, aufgewachsen in Bern, hat nach seiner Kochlehre und mehreren Jahren Erfahrung im In- und Ausland die Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich absolviert. Im Anschluss arbeitete er in verschiedenen Funktionen bei Mövenpick und als Stv. Direktor im Steigenberger Hotel Gstaad – Saanen. Seit 1997 führte er zusammen mit seiner Frau Marietta das Sunstar Alpine Hotel in Wengen und ab Mai 2001 die Sunstar Hotels in Davos. Seit Mai 2017 ist er Regionalleiter Sunstar Hotels Ostschweiz und ab Mai 2018 Mitglied der Geschäftsleitung der Sunstar Hotels. Nebenbei amtiert er als Grosser Landrat der Landschaft Davos und engagiert sich als Mitglied im OK des Jazz Festivals «Davos Sounds Good». Jürg Zürcher ist verheiratet und Vater von drei Kindern im Alter von 13, 18 und 21 Jahren.

Sunstar Hotels – eine Erfolgsgeschichte

Zwei Baselbieter Unternehmer gründeten 1969 mit dem Bau des ersten Sunstar Hotels in Davos die Sunstar Hotelgruppe. Heute verfügt die rein schweizerische Gruppe über elf Häuser an besten Standorten: Arosa, Davos, Flims, Klosters, Lenzerheide, Grindelwald, Wengen, Saas-Fee, Zermatt, Brissago und Asti (I). Gastfreundschaft, Komfort, Qualität, Zuverlässigkeit, Sauberkeit und Nachhaltigkeit werden bei Sunstar gelebt und sind mehr als nur Schlagworte.

Getreu dem Motto: «Wir schaffen Lebensfreude und Lebensqualität – bei unseren Gästen und bei uns selbst.» optimieren wir unser Angebot für die Gäste ebenso wie unsere wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Leistungen. Sunstar setzt auf eine flexible, auf Leistung und Partizipation ausgerichtete Organisation. Wir planen sorgfältig und entscheiden pragmatisch, um Mitarbeitende, Finanzen und Hilfsmittel optimal einzusetzen. In dieser Firmenkultur fühle ich mich seit 20 Jahren wohl und schätze die grosse Eigenverantwortung welche man als Direktor oder nun Regionalleiter wahrnehmen muss und darf!

**Wir freuen uns über Zuschriften von Mitgliedern,
die im nächsten Geschäftsbericht gerne
über ihren Karriereschritt berichten möchten.**

Kontakt: Geschäftsstelle VDH, Elisabeth Erber, welcome@vdh.ch

50 JAHRE VDH

SAVE THE DATE

Grosser Jubiläumsanlass
Freitag, 31. August bis Montag, 3. September 2018
Festakt und Galadiner am Samstag, 1. September
im Hotel Palace Gstaad



WEITERE VERANSTALTUNGEN 2018

Neujahrsanlass – Unternehmertalk

25. Januar 2018 Smith & Smith, Smith and de Luma, Zürich

Projektpräsentation NDS-Studenten

16. März 2018 Deltapark Resort, Gwatt bei Thun

VDH-Table@Swiss Tourism Heritage

16. März 2018 The Dolder Grand, Zürich

VDH Get-together – Schweizer Ferientag

17. April 2018 Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, Interlaken

Mitgliederversammlung

29. bis 30. April 2018 Seerose Resort & Spa, Meisterschwanden

Traditionelles VDH-Treffen – ZAGG

22. Oktober 2018 Messe Luzern

Fachausflug ins Ausland

28. bis 30. Oktober 2018 Kopenhagen

VDH-Mitglieder@Designers' Saturday 2018

4. November 2018 Langenthal

Weitere Termine unter www.vdh.ch

Expertenforum «Input»

4. April Art Deco Hotel Montana, Luzern

14. Juni Hotel Sedartis, Thalwil

2. Oktober Dorint An der Messe, Basel

14. November Holiday Inn Bern-Westside

Weitere Informationen zum Expertenforum unter www.hotelbildung.ch/input

Charta der VDH

ETHIK

Wir engagieren uns für einen prosperierenden Tourismus und streben hohe Qualität in allen Dingen unter Wahrung von Integrität und Rücksichtnahme an.

GASTFREUNDSCHAFT

Unsere Freude am Beruf «Gastgeber» ist für alle spürbar. Fremde als Gäste und Gäste als Freunde zu gewinnen sind Ansporn und Befriedigung zugleich. Jeder begeisterte Gast bleibt treu als Hotelgast.

MITARBEITER

Durch eine fortschrittliche Mitarbeiterpolitik schaffen und erhalten wir uns ein motiviertes Mitarbeiterteam.

WEITERBILDUNG

Stillstand ist Rückschritt. Wir achten auf unsere persönliche Weiterbildung und fördern diejenige unserer Mitarbeiter intensiv.

GESCHÄFTSPARTNER

Fairness im Verhalten gegenüber unseren Geschäftspartnern ist unsere Verpflichtung.

GESUNDHEIT

Der Gesundheit unserer Umwelt und unserer Mitwelt schenken wir grosse Aufmerksamkeit.
Wir überzeugen als Unternehmer durch harmonisches, nachhaltiges Denken und Handeln.

KOOPERATION

Wir streben eine konstruktive Zusammenarbeit mit unseren Berufs- und Branchenkollegen an. Insbesondere haben wir ein offenes Ohr für die Anliegen innerhalb der VDH.

November 1988
überarbeitet 2005

Herausgeber:
©2018 Geschäftsstelle VDH | Kapplerstrasse 70 | 9642 Ebnat-Kappel
welcome@vdh.ch | www.vdh.ch

Design und Druck:
Stoffel Druck GmbH | Lindenstrasse 15 | 8880 Walenstadt
info@stoffeldruck.ch | www.stoffeldruck.ch

