

**VDH  
AHD**

VEREINIGUNG DIPLOMIERTER  
HOTELIERS RESTAURATEURE SHV  
HOTELMANAGER NDS HF



# GESCHÄFTS- BERICHT 2020



## LIEBES VDH-MITGLIED



**Michael Max Müller**  
Präsident

Vor sieben Jahren habe ich, auch für mich völlig unerwartet, das Amt des Präsidenten der VDH - Vereinigung diplomierter Hoteliers - Restaurateure -, übernommen. Seither gebe ich gemeinsam mit dem Vorstand mein Bestes, um den Zielen und Werten, die in der Charta und in den Statuten vor über 50 Jahren festgelegt wurden, gerecht zu werden.

Die VDH steht für Networking, Weiterbildung, Erfahrungsaustausch und Freundschaftspflege unter den Absolventinnen und Absolventen sowie die Förderung des Nachwuchses. Mit der Strategie die wir im Vorstand gemeinsam erarbeitet haben und unseren Aktivitäten, so zum Beispiel den Events, dem jährlich erscheinenden Geschäftsbericht, dem Marketingbuch «Strategisches Marketing in der

Hotellerie» und den veröffentlichten Diplomarbeiten, versuchten wir, diesen Werten gerecht zu werden.

So wie ein Hotel- und Gastronomieunternehmen nur durch das Zusammenspiel und das Engagement von Führungskräften, Mitarbeitenden, Lieferanten, Partnern und Gästen lebt, lebt auch eine Vereinigung erst durch den Einsatz und die aktive Beteiligung ihrer Mitglieder und Partner. Dass die VDH aus starken, engagierten und interessierten Mitgliedern und Partnern besteht, hat sie in den letzten Jahren immer wieder bewiesen.

Die regelmässig stattfindenden Veranstaltungen, die nicht nur der Vernetzung, sondern auch dem Wissenserwerb dienen, sind dank des Sponsorings unserer treuen Kompetenz- und Kooperationspartner möglich. Nur durch Organisationskomitees, die unentgeltlich jährlich die Mitgliederversammlung, das Stadt-Finden und den Fachausflug erarbeiten und planen, sind unvergessliche und aussergewöhnliche Veranstaltungen möglich.

Neben der beruflichen, habe ich auch auf persönlicher Ebene sehr viele Mitglieder der Vereinigung näher kennengelernt. Der stetige Austausch und Kontakt zu VDH-Mitgliedern war und ist für mich besonders wertvoll und ich freue mich sehr, auch zukünftig mit vielen Mitgliedern weiterhin in freundschaftlichem Kontakt zu bleiben.

Ich blicke auf über zwei Amtsperioden als Präsident der VDH zurück. Nun ist es wirklich an der Zeit, Abschied

zu nehmen. Ich weiss, dass meinem Nachfolger eine ebenso gute und wertvolle Zeit bevorsteht und ich bin überzeugt, dass die zukünftigen Präsidentinnen und Präsidenten mit viel Freude, Elan und Engagement unsere Vereinigung prägen und erfolgreich in die Zukunft führen werden.

Die Zeiten die wir jetzt erleben, sind sehr speziell. Genau deshalb ist ein Unternehmernetzwerk wie das unsere auch von so grosser Bedeutung. Der Austausch unter uns Hoteliers und Gastronomen ist gefragt und wichtiger denn je und es hat sich gezeigt, dass man seine Beziehungen immer pflegen soll und nicht erst dann, wenn man sie benötigt.

In diesem Sinne bedanke ich mich ganz herzlich bei allen Mitgliedern, Kompetenz- und Kooperationspartnern, dem Vorstand und der Geschäftsstelle für den Einsatz der letzten Jahre. Ohne deren Zutun war und ist diese große Aufgabe nicht zu bewerkstelligen.

Nun wünsche ich viel Spass und Freude beim Lesen des Geschäftsberichtes und freue mich, dich bald wieder persönlich zu begrüssen.

Michael Max Müller  
Präsident VDH



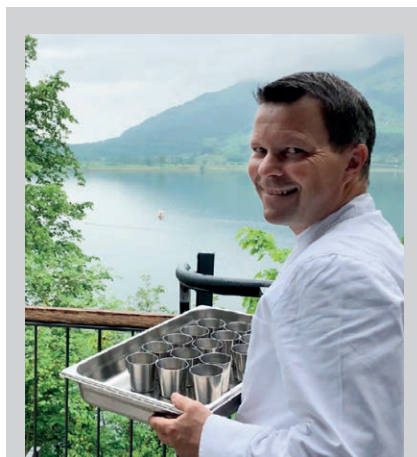
# INHALT

Neujahresanlass - Unternehmertalk	6
Unternehmertalk	8
NDS-Projektpräsentation	10
Mitgliederversammlung	18
StadtFinden	22
Neues aus dem NDS	26
Preisträgerin der Stiftung Hans Schellenberg	28
Diplomarbeiten - lehrreich und informativ	30
Die etwas andere Weinkarte	32
IUE Hochschule Basel - Verstehen statt Lernen	34
indie-hotels - der neuartige Erfolgstreiber	36
Majestella - Reden Sie noch oder chatten Sie schon?	38
Hoteldesign als Erfolgsfaktor	40
Hospitality Summit	42
Neues von der VDH-Geschäftsstelle	44
Buchempfehlungen	47
VDH-Kompetenzpartner	48
VDH-Kooperationspartner & Strategische Partner	53
BESTPRACTICE@CORONA VDH-Kompetenzpartner	54
BESTPRACTICE@CORONA VDH-Mitglieder	58
VDH-Member News	60
Save the Date	72
Charta	73

# NEUJAHRESANLASS UND UNTERNEHMERTALK

Donnerstag, 16. Januar 2020 im «Gül Restoran», Zürich  
25 Mitglieder der VDH's folgen der Einladung

Tanja Aebli & Hugo Lenzlinger



**Hugo Lenzlinger**  
Zyklus 32  
Schwyz

Wir betreten, versteckt in einem Zürcher Hinterhof, mitten im Kreis 4, das «Gül Restoran» und werden herzlich im Dachatelier des 1.OG empfangen. Verena ist mit der Kamera unterwegs und hält den Abend in Schnapsschüssen fest. Elisabeth «etikettiert» uns, damit man sich die 25 Namen der Anwesenden nicht alle merken muss. Zum Apéro erwarten uns Champagner von Nicolas Feuillatte, Weisswein von Baur au Lac Vins, Mineralwasser und erste kulinarische Häppchen. Diese und alle weiteren Weine des ganzen Abends sind gesponsert von Champagne Nicolas Feuillatte und Baur au Lac Vins. Ein grosses Dankeschön wird dem anwesenden Stephan Radloff ausgesprochen. Am Roundtable begrüßen wir einen der Gastro-Buddys vom «Gül Restoran», Valentin Diem, welcher dort von Nicoletta und Verena interviewt wird. «ValeFritz», wie Valentins Unternehmen heisst

und vor rund 10 Jahren gegründet wurde, möchte massgeschneiderte Erlebnisse kreieren. Als Quereinsteiger ohne Gastro-Hintergrund, aber mit grosser Liebe zum Kochen hat er mit kleinem Catering und als Störkoch begonnen und ist während des Studiums schleichend in die Selbstständigkeit geraten. Er ist jung, innovativ und möchte wachsen – auf seine eigene Art. Nicht alleine, sondern gemeinsam mit Partnern möchte er verschiedene Konzepte in Zürich mitgestalten. Die Jungen sollen sich austoben – kopiert wird nie. Neue «Pop-up-Stores» und Restaurants entstehen. Es bedarf intensiver Pressearbeit und eines guten Zeitgeists. Zudem sind die «3 F» sehr entscheidend: Family, Friends and Fools. Entstanden ist eine «ValeFritz»-Community mit mittlerweile treuer Stammkundschaft. Im Interview wird auch das sorgenreiche Thema des Fachkräftemangels angeschnit-



ten, und Valentin erklärt, wie er mit «Zückerli» seine Angestellten und Mitarbeiter bei Laune hält und belohnt. Als Arbeitgeber müsse man seine Mitarbeiter zum Glück zwingen, sagt Valentin. Ab 19.00 Uhr gibt es noch eine Fragerunde, und mit einem grossen Dankeschön und einer Magnumflasche Champagner von Nicolas Feuillatte für ihn und seine Mitarbeiter verabschieden wir uns von Valentin und freuen uns auf die «Tavolata» im «Gül Restoran», wo wir am grossen Tisch gemütlich zusammensitzen und alles aufgetischt bekommen, was die türkische Küche hier zu bieten hat. Stets mit Blick in die grosse offene Küche, aus welcher immer wieder ein Lächeln von Elif und ihrer Crew kommt. Es war ein wunderbarer Abend!

«cok tesekkürler»

*«Toll organisiert,  
coole Location,  
nette Gäste,  
interessante Gespräche,  
leckeres Essen  
und hervorragende Weine  
... das Wasser war auch fein.»*

Besten Dank unseren Sponsoren

CHAMPAGNE

Nicolas Feuillatte  
FRANCE

BAUR *du* LAC  
Vins



# UNTERNEHMERTALK

Donnerstag, 3. März 2020 in der «Dampfzentrale» in Bern

Elisabeth Erber



**Olivier Jaggy**  
Zyklus 38  
Bern

Am 3. März 2020 traf sich eine kleine Runde VDH-Mitglieder in Bern zum Unternehmertalk, bevor wenige Tage später der erste Lockdown eingeläutet wurde.

Diesmal lernen wir Olivier Jaggy, Zyklus 38, und seine Geschichte näher kennen. Vielen ist er ein Begriff als «Platzhirsch» am Weihnachtsmarkt in Bern.

Aber vorerst ganz von Anfang an: Olivier ist eigentlich gelernter Vermessungstechniker und war anschliessend als Informatiker tätig. Er ist über den Kulturkuchen in der Gastronomie gelandet.

Mit seiner unterhaltsamen und lebendigen Berner Art beschreibt er uns

seinen Werdegang, erzählt von seinen Unternehmen, seinen grossen Erfolgen, aber auch von seinen Misserfolgen.

Wir lauschen gespannt seinen Worten, während wir in der «Dampfzentrale» in Bern mit süffigen Weinen und herzhaften Aperitif-Häppchen verwöhnt werden.

Der «Platzhirsch» überzeugt beim Weihnachtsmarkt in Bern nicht nur mit dem beliebten Weihnachtsfondue, sondern vor allem mit einem außergewöhnlich guten Glühwein. Lauscht man den Gästestimmen, so soll dieser Glühwein, für den mit vierzehn Sensorikern ein eigenes Rezept kreiert wurde, der beste sein, den man bekommen könne. Auf alle Fälle



ist garantiert, dass man mit dem vom «Platzhirsch» entwickelten Fondue-Tisch alles hat, was man für ein Fondue unter freiem Himmel braucht: Abdeckung entfernen, Gas anstellen, und los geht der Fondue-Spass. Natürlich gibt es auch eine lustige How-to-Fondue-Anleitung dazu.

Der erfolgreiche Unternehmer hat aber noch viel mehr in seinem Repertoire: Er ist Teilhaber von «Serini», war Direktor vom «Hotel Fafleralp» im Lötschtal, ist dort noch als Verwaltungsrat tätig und ausserdem Marketingverantwortlicher der Berner Marktkommission.

Das Restaurant «Dampfzentrale», in dem wir uns befinden, hat er 8 Jahre lang erfolgreich geführt. Es ist ein

ganzjähriger Betrieb mit grossen saisonalen Unterschieden im Sommer und im Winter und bekannt für seine Inhouse-Kulturevents.

Als Teilhaber von «CHEF-CHEF CUISINE» bietet er mit seinem Team Catering für jeden Anlass. Olivier imponiert uns. Er ist ein echter «Powerman».

Was hat es mit dem «Vom CARMELIER» auf sich? Olivier ist Mitinhaber eines Marktstandes, der am Berner Waisenhausplatz seine feinen Nidletäfelı kocht (Rahmdääfeli werden sie in Basel genannt). Und wie könnte es auch anders sein: «Die besten der Welt!»

Zum Abschluss gibt es für uns alle ein Give-away «Vom CARMELIER», das

ich bereits beim Nachhauseweg teste. Und ja – das sind sie:

**«Die besten der Welt!»**



# NDS-PROJEKT-PRÄSENTATION

Freitag, 13. März 2020 im «Deltapark Vitalresort», Gwatt/Thun

Jeane Grundmann



**Jeane Grundmann**

Verantwortliche Seminare & Workshops  
«Seehotel Hermitage» Luzern

*«Herzlichen Glückwunsch an alle NDS-Absolventen zu diesen einzigartigen und hervorragenden Projektarbeiten und weiterhin viel Erfolg!»*

#### «Lenzerheide/Valbella»

Kooperation! Das Start-Slide des ersten Projektteams «Valbella Resort & Schweizerhof Lenzerheide» war eindeutig: Hier möchte man Grosses bewirken. Die visuelle Präsentation unterstreicht die Faszination der Region – Natur pur, welche die beiden Hotels als Destination verbindet. Die vielseitigen Möglichkeiten übertragen sich auch auf die Ideen. Das Projekt, geleitet von Michael Hentschel, ist prädestiniert für noch mehr gemeinsame Sache. Das Team wurde von den beiden Direktoren Andreas Züllig und Thomas Vogt auch richtig angeheizt, inmitten der Arbeit sollten sie doch noch mehr Mut zu drastischen und radikalen Massnahmen haben. Gesagt, getan: Die Kooperationsmöglichkeiten beider Hotels wurden zu einer Querbeet-Optimierung und das bei zwei etablierten Vier-Sterne-Hotels mit ausgezeichnetem Image. Ambitioniert, aber machbar! Die Gründung einer gemeinsamen Betriebsgesellschaft ist die Lösung und eine neue Form der Kooperation wird hier sehr mutig interpretiert. Das Projektteam belegt alle Massnahmen eindrücklich mit Zahlen und Fakten, die effektiven

Ersparnisse sind mehrere hunderttausend Franken. Ein komplexer Change-Management-Prozess, der es in sich hat und grosse Chancen für die Branche aufzeigt. «Verfolgenswert, denn Kooperationen sind ein grosses Thema in unserer Zukunft», betont Urs Bachmann, Projektcoach und an der Hotelfachschule Thun zuständig für Mitarbeiterführung, Food Festivals, Unternehmensführung und Fallstudien.

#### «Zukunftsgerichtet» Wengen

Das zweite Projektteam um David Flückiger beschäftigte sich mit der Wäscherei in der «Alpenrose» in Wengen. Im Berner Oberländer Dorf werden mittlerweile mehr Logiernächte im Sommer generiert als im Winter. Diese und weitere Herausforderungen stemmte das Projektteam mit F&B-Erfahrung. Sie erkannten fachkundig, dass das Investitionsvolumen für einen Neubau zu gross ist und eine Grosswäscherei für mehrere Betriebe nicht finanzierbar ist. Eine Renovation für die Eigennutzung der Wäscherei für das Hotel ist klar die Lösung. Das Projekt wird gemäss des Geschäftsführers Daniel Binder umgesetzt.



### «The Lab Hotel» Thun

Eigentlich bedarf es keiner weiteren Ausführungen. Die Marke ist kreiert, sie wird inszeniert, sie wird gelebt. Der Projektauftrag von Janine Rüfenacht, Vizedirektorin Hotelfachschule Thun, ist klar formuliert. «Hotel macht Schule» wird von der Projektgruppe um Sandra Wehren konzeptioniert. Das Lebensgefühl des Neuprojektes geht in Mark und Glieder der Projektgruppe über und steckt auch die Zuhörerinnen und Zuhörer des Projekttag an. Die Marke zieht sich durch alle Hotelbereiche: FoodLabMarket, Breakfast-Lab, LunchLab, BarLab... herzlich willkommen in der neuen Hotelwelt! Sie sprechen über moderne Begegnungszonen in Thun, über den «Cube» und «Co-Working-Space» zum Arbeiten und Zusammenkommen, über eine gelebte «Coffee Culture» und eine gepflegte «Start-up-welcome»-Kultur. Die HFT und das NDS überzeugten schon häufig mit inspirierenden Projekten, und aus so manchem wurde eine Cashcow. Bei der Präsentation dieses Projektes wurden aber selbst die Vertriebskanäle zu einer Augenweide. Besonders beeindruckend sind die Marktkenntnisse des Projektteams und die damit marktgerechte und wirklich bodenständige Umsetzung, die gepaart mit der Marke «The Lab Hotel», zu einem unvergleichbaren Zukunftsprojekt wurde. Lab your Room, Lab your Way – wir sind begeistert.

### «Erlebnisbad» Adelboden

Das vierte und letzte Projekt ist wiederum im Berner Oberland. Die Region inspiriert das Team um Martina von Deschwanden für den Bau um den Adler Adelboden. «Eine richtige Tour de Suisse», bemerkt Roland Gasche, Lehrgangleiter des NDS Hotelmanagement. Hier wird Grosses inszeniert, und für die 11 Millionen Schweizer Franken als Investition für das «Bad in Adelboden» benötigt man einen Plan. Man setzt klar auf «Switzerland First» und analysierte die Nachhaltigkeit der Marke nach dem «Swissness»-Gedanken. Das Team setzt auf Kurzaufenthalter oder sogenannte «Beziehungspfleger» und ergänzt das Projekt mit dem «Lollipop 2.0», wo Kinder sich auf einen eigenen Pool mit Rutsche freuen dürfen. Ein Ort, wo sich grosse und kleine «Stadtkinder» sehr wohl fühlen werden. Die Hoteldirektion und der Verwaltungsrat zeigen ihre Wertschätzung deutlich und betonen, dass es besonders in der heutigen Zeit wichtig sei, bei solchen Projekten mitzuhören, sich zu informieren und Ideen mitzunehmen. Beim NDS ist man definitiv am Puls!

«Es hat sich einmal mehr gezeigt, dass eine Ausbildung nicht immer einfach ist, und man muss sich bewusst Zeit nehmen, wenn man sich für dieses Studium entscheidet», so Roland Gasche. Besonders beeindruckt hat ihn der Umgang der Studierenden mit der Situation um die aktuellen Geschehnisse (Corona-Virus). Roland Gasche macht sich zum Ziel, das NDS auf diesem Wege weiterzuentwickeln. Die rege Teilnahme an der Projektpräsentation zeige nicht nur das Interesse, sondern auch die Wichtigkeit der Projekte und der Innovationen in den Hotel- und Restaurantbetrieben. Die Vision, die Projekte zu instrumentalisieren und zu etablieren, sowie eine Umsetzung in die Praxis zu ermöglichen, sei wichtig, um den Stellenwert in und für die Branche hervorzuheben.

*«Das Erfolgsprinzip der Zukunft heisst:  
Sinnvoll kooperieren!»*



# KRÄFTE BÜNDELN DANK HOTELKOOPERATIONEN IN GRAUBÜNDEN

Lenzerheide

Michael Hentschel

Als es im Sommer 2019 darum ging, mögliche Projektideen in unserem NDS-Zyklus 45 einzubringen, war für mich schnell klar, dass ich meinen langjährigen Arbeitgeber, das Hotel «Schweizerhof» Lenzerheide, berücksichtigen möchte. Seit nun bereits zehn Jahren arbeite ich im familiengeführten Betrieb an der Réception.

Ich erkundigte mich bei unserem Direktions- und Gastgeber-Ehepaar Claudia und Andreas Züllig, welche Projekte in naher Zukunft anstehen würden. Heraus kam, dass anstehende Umbauten bereits sehr detailliert und langfristig geplant waren. Spannend war jedoch der Ansatz, eine Ho-

telkooperation mit einem Betrieb mit der gleichen Gästesegmentierung zu prüfen.

Das Hotel «Schweizerhof» und das «Valbella Resort» sind beides Familien- und Wellnessbetriebe in der Destination Lenzerheide. Als Kernfrage wurde das Ziel verfolgt, ob es langfristig betriebswirtschaftlich Sinn macht, die beiden Häuser neu zu positionieren und eine stärkere Gäste-Segmentierung zu verfolgen. Die Chance liegt klar darin, administrative Bereiche zusammenzuschliessen, um so effizienter und kostensparender zu arbeiten. Zusammen mit fünf weiteren NDS-Kolleginnen und Kollegen tra-

fen wir uns das erste Mal im Oktober 2019, um beide Hotels sowie auch die Region kennenzulernen.

Der Austausch untereinander war für mich immer sehr wertvoll, und ich konnte davon nur profitieren. Dadurch, dass sich unsere Projektgruppe aus ganz verschiedenen Charakteren zusammensetzte, war unser Team sehr ausgeglichen und breit aufgestellt. Die Treffen organisierten wir jeweils auch immer in einem Hotel eines Projektgruppenmitglieds. Durch dieses Vorgehen konnte jeder seinen Horizont erweitern.



*«Die Kombination, theoretisches Wissen aus dem NDS in unserer Projektarbeit in die Praxis miteinfließen zu lassen, war sehr spannend und lehrreich. Durch diese Erfahrung konnte ich nur profitieren, was in meiner zukünftigen beruflichen Laufbahn in der Hotellerie bestimmt sehr hilfreich ist.»*



#### Projektteam

- Michael Hentschel
- Svenia Bürgler
- Denise Hammer
- Kathrin Matter
- Reto Engler
- Jessica Schmiederer

Viel Zeit investierten wir in die Analyse beider Hotels. In einer SWOT-Analyse konnten wir Stärken und Schwächen sowie Chancen und Gefahren herauskristallisieren.

Wir erkannten in unserem Projekt schon sehr bald, dass beide Betriebe bereits sehr erfolgreich aufgestellt sind. Über viele Jahre hinweg wurden der bestehende Markt, Gästesegmentierungen und auch zahlreiche Stammgäste aufgebaut und die Hotels zu dem gemacht, was sie heute sind. Dennoch konnten wir in unserem Businessplan Möglichkeiten aufzeigen, dank Kooperationen Kosten einzusparen. Als Essenz erarbeiteten wir die Grün-

dung einer gemeinsamen Betriebsgesellschaft. Der Gast soll nicht spüren, dass im Hintergrund Bereiche zusammengeschlossen werden, um eine Effizienzsteigerung zu erzielen. Da die Erkenntnis einer gemeinsamen Betriebsgesellschaft auf beiden Seiten sehr zeitaufwendig ist, ein hohes Mass an Kooperation erfordert und es im Jahr 2020 aufgrund der Covid-19-Situation zahlreiche andere Herausforderungen gab, hat man sich bis heute noch nicht konkret diesem Projekt gewidmet. Der Businessplan liegt jedoch auf dem Tisch, und wenn beide Hotels bereit sind, bestehende Strukturen aufzubrechen, liegt in unserer Arbeit ein hohes Potenzial.

# ERLEBNISBAD ADELBODEN HOTEL ADLER

Adelboden

Martina von Deschwanden und Marija Bucher

Wie gehen wir mit dem Bauvorhaben «Erlebnisbad» im «Hotel Adler» um? Welche strategischen Möglichkeiten bieten sich?

Adelboden ist eine der renommierten Reisedestinationen der Schweiz. Bisher hauptsächlich als Winterskiort positioniert, befindet sich Adelboden wie einige andere prominente Tourismusdestinationen der Schweiz im Umbruch. Rund zwölf grosse Umbauprojekte – von einzelnen Hotelbetrieben bis hin zu Bahnen und weltbekannten Events wie der Weltcup –, orientieren sich neu.

Das «Hotel Adler» in Adelboden ist ein Aushängeschild: Tief verwurzelt in der Adelbodner Gemeinde, mit einer sehr guten finanziellen Basis, einem eingespielten Team und einem ausgezeichneten Standort, steht der Hotelbetrieb nicht nur vor einem sehr wichtigen Führungswechsel, sondern auch vor der wichtigen Entscheidung

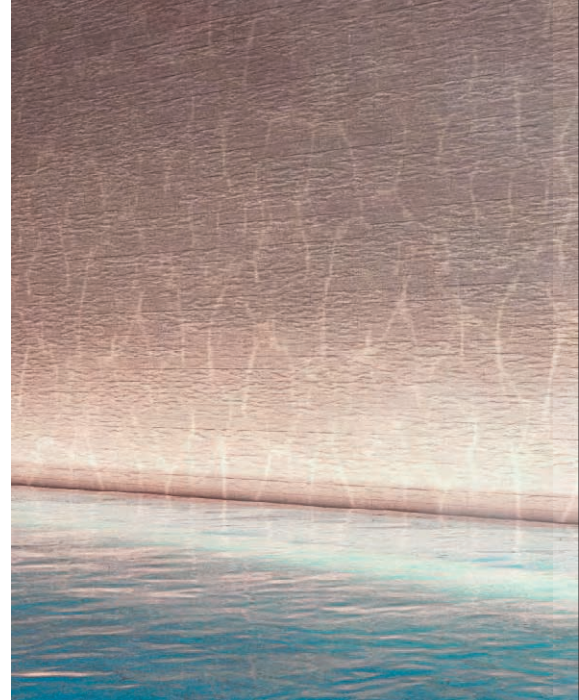
der Neupositionierung. Der Grund für diese grundlegende Neuorientierung ist der Bau eines neuen Erlebnisbads, das unmittelbar am Hotelbetrieb in naher Zukunft gebaut werden sollte. Das Erlebnisbad, das von der Gemeinde stark befürwortet wird, wird direkte Auswirkungen auf den Hotelbetrieb haben.

Der Auftrag des Projektes lautete: «Wie gehen wir mit dem Bauvorhaben Erlebnisbad im Hotel Adler um? Welche strategischen Möglichkeiten bieten sich?»

Der Businessplan berücksichtigt im ersten Teil nicht nur lokale Veränderungen, sondern globale und nationale Trends: Nebst ökologischen Überlegungen, die selbstverständlich in

der Hotellerie berücksichtigt werden müssen, wurde politischen und sozialen Aspekten genauso wie neuen, zu erwartenden ökonomischen Rahmenbedingungen Rechnung getragen. Diese Trendanalyse, die auch den Status quo des Hotelbetriebs umfasst (Betriebsanalyse), liefert wichtige Rahmenbedingungen für konkrete Veränderungs- oder Verbesserungsvorschläge der Projektgruppe.

Die Betriebsstrategie orientiert sich an der übergeordneten Strategie der Adelboden-Lenk-Kandersteg Zusammenarbeit in der gemeinsamen Vermarktung der Tourismusdestination. Die Projektgruppe kommt zum Schluss, dass die betrieblichen Massnahmen auf ein räumlich angepasstes, digitalisiertes 3-Sterne-Superior-Wellnesshotel auszurichten sind. Dabei wird einer engen Kooperation des Hotels mit dem neuen Erlebnisbad sowie mit anderen ortsansässigen Geschäften Vorzug gegeben. Das Ergebnis des Businessplans darf als Substrat aus Abwägungen aus drei Varianten verstanden werden und umfasst neben einer klaren Handlungsempfehlung auch Aspekte bezüglich der Umsetzung der Marketingstrategie, der Mitarbeiterführung und des Qualitätsmanagements. Schliesslich stützt sich der Businessplan auf eine genaue Zahlenanalyse, welche die Entscheidung hinsichtlich der erwähnten strategischen Neupositionierung untermauert.



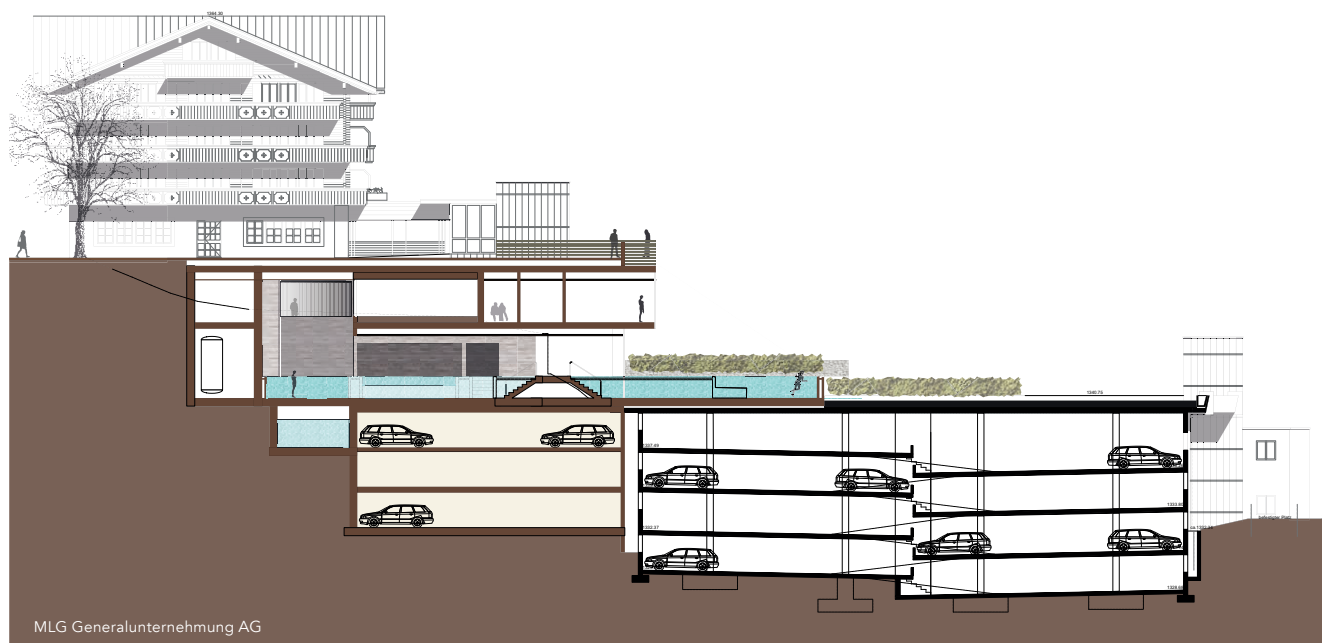


Voller Elan wurde diese Arbeit in Interlaken im Modul Mittel angepackt, Aufgaben verteilt, ein Zeitplan erstellt, ein Treffen in Adelboden organisiert. Renommierete Experten haben uns Auskunft über den Bädertourismus gegeben. Somit war die nötige Basis da, um voll durchzustarten. Die Zusammenarbeit im Team war stets respektvoll und angenehm. Einzig das Coronavirus, welches exakt im letzten Modul aufpoppte, bereitete einige Schwierigkeiten in der Koordination.

Spannend an der ganzen Arbeit und dem ganzen NDS war die Vernetzung von Theorie und Praxis wie auch die verschiedenen Inputs der Teammitglieder. Unser Team bestand aus sieben Mitgliedern aus verschiedenen Regionen, Betrieben und Bereichen der Schweiz. Somit ist eine grosse Breite an Erfahrung und Wissen vertreten, das nicht im Unterricht erlernt, sondern im Austausch miteinander weitergegeben wird. Dieser Aspekt ist sehr wertvoll und stärkt das Netzwerk jedes einzelnen. Im Übrigen wurde

die Arbeit in die neue Strategie des «Hotel Adler» eingebunden. Das heisst, dass das NDS eine bedeutende Weiterbildung in der Hotellerie ist.

Das Interessante an diesem Projekt war, dass es zum einen real ist und es nicht nur um das Hotel, sondern auch um die Destination ging. Die Theorie des NDS und die Erfahrung jedes einzelnen konnten eins zu eins angewendet werden.



MLG Generalunternehmung AG

Mst. 1:200  
Querschnitt durch Bad und Parkhaus



## GEWINNEN SIE MEHR ZEIT FÜR IHRE GÄSTE

Saviva Food Services ist im Belieferungsgrosshandel der ideale Partner für Sie. Wir vernetzen Angebot und Nachfrage, um Ihnen die besten Gesamtlösungen zu bieten. Unsere zukunftsweisenden Services und inspirierenden Konzepte verschaffen Ihnen mehr Zeit fürs Wesentliche und führen langfristig zu mehr Erfolg.

**SAVIVA.CH**

 **Hotellerie Suisse**  
Premium Partner

**SAVIVA**  
Food Services

**Hero**  
GASTRONOMIQUE

Für die moderne Küche. Seit 1886.  
[www.gastro.hero.ch](http://www.gastro.hero.ch)

*Für einen nachhaltigen Start in den Tag.*





*«Herzlichen Glückwunsch an alle NDS-Absolventen zu diesen einzigartigen und hervorragenden Projektarbeiten und weiterhin viel Erfolg!»*

## Projektteam «Erlebnisbad» Adelboden



**Martina von Deschwanden**  
Zyklus 45

Leiterin F&B und  
Direktionsassistentin  
Hotel Huldi Adelboden

Der Tourismus fasziniert mich seit meiner Kindheit. Teil dieses spannenden Gewerbes zu sein, bereitet mir grosse Freude. Den Kontakt mit Menschen von nah und fern und die Arbeit in einem Berggebiet sind für mich von zentraler Bedeutung. In meiner Freizeit bin ich als Skifahrerin, Tourengängerin oder wandernd in der Natur unterwegs.



**Marija Bucher**  
Zyklus 45

Als diplomierte Hotelmanagerin und promovierte Juristin darf ich ein Traditionshaus in Luzern führen und als Dozentin an der SHL dabei mitwirken, dass die Zukunft unserer Branche durch kompetente und motivierte Nachwuchstalente gesichert ist.



**Thomas Schuster**  
Zyklus 45

Im Berufsleben bin ich als Projektleiter für die Stadtspitäler in Zürich tätig. Meine Passion ist, das Wohlbefinden kranker Menschen zu steigern und gute, nachhaltige Projekte zu entwickeln.

Für mich war die Mitarbeit im Projektteam eine extrem spannende Erfahrung mit vielen positiven Erlebnissen.



**Charlotte Kilger**  
Zyklus 45

Ass. GM ZH Hotels  
HR/Finance  
Meili Unternehmungen

Die Hotellerie mit all ihren Facetten und ihrem abwechslungsreichen Arbeitsalltag fasziniert mich seit meinen Ausbildungsjahren. Als Ass. GM durfte ich immer wieder leidenschaftlich spannende Projekte begleiten und leiten. Hauptsächlich Projekte der Digitalisierung in der Stadthotellerie. Das Projekt «Erlebnisbad» in der Feriendestination Adelboden hat mich aus meiner Komfortzone geholt und mir eine weitere schöne Seite der Hotellerie gezeigt.



**Bastian Semmenroggen**  
Zyklus 45

Direktionsassistent  
Hotel Kettenbrücke Aarau

Ich bin als Quereinsteiger aus dem Ingenieurwesen über eine Kochausbildung in die Gastronomie gewechselt und über verschiedene Stationen in der deutschen und Schweizer Gastronomie in den Kaderbereich aufgestiegen.



**Stefan Falb**  
Zyklus 45

Front Office & Reservation  
Manager  
Best Western Hotel Dreiländerbrücke in Weil am Rhein (DE)

Am meisten Freude macht es mir, die technische Weiterentwicklung in Hotels voranzutreiben. Ich versuche immer, Prozesse und Arbeitsabläufe so effizient zu gestalten, dass mehr Zeit für den wichtigen Gästekontakt bleibt.



# VDH-MITGLIEDERVERSAMMLUNG «LIGHT»

Montag, 13. Juli 2020,  
in der «Wirtschaft Obere Mühle» in Dübendorf  
Elisabeth Erber



Die Mitgliederversammlung wurde auch live übertragen. Der ganze Mitschnitt kann im VDH-Youtube-Kanal «VDH Vereinigung diplomierter Hoteliers» nochmals aufgerufen werden.

Die 51. VDH-Mitgliederversammlung 2020 des Geschäftsjahres 2019 wurde aus gegebenem Anlass schriftlich durchgeführt. Doch auch ein Treffen sollte trotz der aktuellen Lage möglich sein – wenn auch im kleineren Rahmen als gewohnt. Am 13. Juli 2020 trafen sich die 30 VDH-Mitglieder zur Mitgliederversammlung «light» in Dübendorf und konnten gemeinsam den Apéro und das Mittagessen geniessen.

Die Mitgliederversammlung wurde pünktlich vom Präsidenten mit der nun schon allseits bekannten Glocke offiziell eröffnet.



Die Glocke ist ein wohlwollendes Geschenk der VDH-Mitglieder Ursi und Peter Taylor, Zyklus 2, um den Kampf des Präsidenten zu unterstützen, zu Wort kommen zu dürfen ... sie ist nun ein ständiger Begleiter bei jedem VDH-Anlass.

Präsident Michael Müller führte durch die Traktanden der Mitgliederversammlung. Alle 11 Traktanden wurden vorab bei der schriftlichen Abstimmung angenommen.

Besonders freuten sich die VDH-Mitglieder über die News im Vorstand: Präsident Michael Müller und Vorstandsmitglied Franz Gruben erklärten sich bereit, ihr Amt ein Jahr zu verlängern, da aufgrund der besonderen Lage die Mitgliederversammlung 2020 nicht im gewohnten Rahmen durchgeführt und auch die Nachfolge des Präsidenten noch nicht geregelt werden konnte.

**Ein neues VDH-Vorstandsmitglied konnte dazugewonnen werden:** Christian Schubert, Zyklus 39, General Manager Hotel Glärnischhof, Zürich. Er wurde einstimmig in den VDH-Vorstand gewählt.



**Christian Schubert**  
Zyklus 39

Hotel Glärnischhof  
Zürich

General Manager

Jahrgang 1978  
seit 9 Jahren verheiratet, 2 Kinder  
seit 2007 in der Schweiz

Gelernter Koch  
Hotelfachmann Ausbildung bei  
Kempinski in Hamburg  
Betriebswirtschaftsstudium  
Abschluss 2010

#### NDS-Abschluss 2015

#### Diverse Stationen im Logement und F&B:

- Linder Gruppe
- Kempinski
- Crown Plaza

#### Diverse Hotels:

- Lindner Hotels & Alpentherme,  
Leukerbad (3 Jahre)
- Wengen Classic Hotels (2 Jahre)  
erste Direktionsposition
- Hotel Glärnischhof, Zürich  
(seit 2011), Direktor

#### Der VDH-Vorstand setzt sich nun aktuell wie folgt zusammen:

##### Präsident:

Michael Max Müller

##### Vizepräsidentin:

Verena Kern Nyberg

##### Vorstandsmitglieder:

Franz Gruben

Murat Baki

Nicoletta Müller

Christian Schubert

Roland Gasche

**Gute Neuigkeiten gibt es auch bei der Stiftung Hans Schellenberg:** Stefan Boller konnte als neues Stiftungsratsmitglied gewonnen werden und wurde einstimmig in den Stiftungsrat gewählt.



**Stefan Boller**  
Zyklus 43

DeKa Gastronomie-Treuhand AG  
Frauernfeld/Zürich

Mandatsleiter

Jahrgang 1982  
verheiratet, 2 Kinder

Eidg. dipl. Koch, BMS II  
Quartiermeisterlehrgang XXI

dipl. Hotelier-Restaurateur (HFT)  
Ausbildung Chef de Service  
dipl. Hotelier NDS HF

TREX|MAS FH in Treuhand und  
Unternehmensberatung (Beginn 2020)

#### NDS-Abschluss 2018

#### Diverse Hotels und Restaurants:

- Hotel Alder AG, Zürich  
Kaufmännischer Leiter – Mitglied  
der Geschäftsleitung
- Restaurant Tres Amigos,  
Dübendorf  
Restaurantleiter
- Bierhübeli, Bern  
Lounge & Gurtenfestival VIP Zelt
- Wellness- & Spa-Hotel  
Ermitage-Golf, Schönried
- Landgasthof Schönbühl

#### Aktuell setzt sich der Stiftungsrat wie folgt zusammen:

##### Präsident:

Michael Max Müller

##### Stiftungsrat:

Roland Gasche

Luzia Bänziger

Christoph Burri

Monique Moretti

Stefan Boller

Der Gastgeber und Jungunternehmer Tobias Kern, Zyklus 44, gewährte uns im Anschluss an die Mitgliederversammlung einen Einblick in seinen Geschäftsalltag. Tobias hat Koch und Service gelernt, die Hotelfachschule Belvoirpark besucht und dann zwei Jahre in Südafrika gearbeitet. Währenddessen hat er eine ganz besondere Leidenschaft entdeckt: Weine aus Südafrika. Heute importiert er diese mit seinem Unternehmen «Cape Wine Company».

Tobias führt gemeinsam mit seiner Partnerin das Restaurant «Rubina» in Zürich und neu hat er die «Wirtschaft Obere Mühle» von «Kultur Dübendorf» gemietet. Die Wirtschaft ist sehr klein, weshalb er mit «Kultur Dübendorf» eine Gastro-Partnerschaft eingegangen ist. Wenn die «Kultur Dübendorf» Veranstaltungen durchführt, wird die Bewirtung von ihm übernommen, und auf der ande-

ren Seite können die verschiedenen Räumlichkeiten und Lokalitäten für diverse private Anlässe von ihm angemietet werden. Die VDH-Mitglieder lauschten gespannt seinen Ausführungen über weitere Überlegungen und Pläne und auch die Herausforderungen während der Startphase.

Besonders herauszustreichen ist hier seine gute Idee in Reaktion auf die derzeitigen Herausforderungen – die Gartenbühne. Die Gartenbühne hat drei Prioritäten: Die oberste Prämissen ist die Zufriedenheit des Gastes. Er soll die Darbietung geniessen und eine freudige Zeit erleben. Tobias als Gastronom nutzt die Bühne als Marketingtool und um zu zeigen, dass in der «Wirtschaft Obere Mühle» wieder «etwas läuft». Drittens hat man Künstlern, die im Frühling nicht auftreten durften und damit ihre Haupteinnahmequelle verloren hatten, eine Bühne geboten.

Die Gartenbühne kann bei Schön- und bei Schlechtwetter genutzt werden. Die Gäste geniessen die Darbietungen der Künstler bei Schönwetter auf der Gartenterrasse und bei Schlechtwetter im Zelt.

Im Anschluss an seine Ausführungen wurden die VDH-Mitglieder von Tobias und seinem Team kulinarisch verwöhnt und Weine aus Südafrika wurden kredenzt.

Trotzdem hat das traditionelle Champagner-Apéro von Nicolas Feuillatte nicht gefehlt. Herzlichen Dank an unseren Sponsor Champagne Nicolas Feuillatte, vertreten durch Marc Rohrbach.





Das Give-away von unseren Kompetenzpartnern Rivella und Hug, mit Getränken und Snacks gefüllt, erfreute sich großer Beliebtheit und wurde dan-

kend von den Mitgliedern angenommen. Das kühle Rivella war bestimmt für manche eine willkommene Erfrischung während der Fahrt nach Hause.



Michel COLD PRESSED

PURE TASTE

„UNSERE GÄSTE SCHÄTZEN DEN FRISCHGEPRESSTEN SAFT UND WIR DIE UNKOMPLIZIERTE HANDHABUNG.“

IRENE NEUBAUER UND KATHARINA FAÉ,  
GESCHÄFTSFÜHRERINNEN BUSINESSHOTEL FORUM, WIDNAU



# VDH-STADTFINDEN IN BIEL, TAG 1

Sonntag, 30. – Montag, 31. August 2020

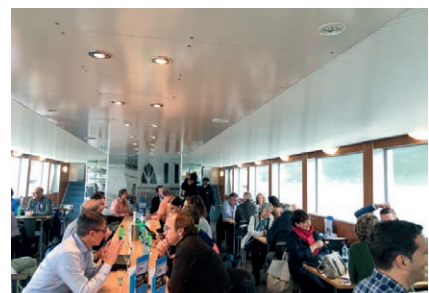
Barbara Urfer Wyss



**Barbara Urfer Wyss**  
US Zyklus 24

Auch das diesjährige VDH-StadtFinden in Biel fand grossen Zuspruch – trotz Corona und strömenden Regens. Susanne Luginbühl, Janine Rüfenacht und Manuel Küng haben als OK-Team einen hervorragenden Job geleistet: Der Tag war von A–Z perfekt organisiert und übertraf die Erwartungen der Teilnehmenden. Nach dem Welcome Drink mit Chäs und Brot im Dachstock des Art Déco Hotel Elite inklusive Begrüssung des General Managers Geev Andre Bahrampoori,

ging es zu Fuss zur Schiffsstation. Auf der Fahrt zur St. Petersinsel war die Freude des Wiedersehens gross und es wurde mit einem Gläschen Weisswein rege diskutiert. Auf der Halbinsel angekommen, begrüsst uns im historischen «Klosterhotel St. Petersinsel» (Swiss Historic Hotel) die Gastgeberin Franziska Immer, die uns stolz durch ihren Betrieb führte. Das Hotel ist ein gutes Beispiel der perfekten Kombination von Alt und Neu. Beim Blick aus dem Fenster



wähnt man sich irgendwo in den Weiten Frankreichs und unberührter Natur. Auch die Führung durch die unterirdischen Katakomben und die Küche waren eindrücklich. Nach einem weiteren Apéro mit feinen Bruschette ging unser Reisli weiter mit dem Schiff nach Ligerz und mit dem «Vinifuni» nach Schernelz, wo wir nach einem idyllischen Spaziergang durch die Rebberge beim Restaurant «Aux Trois Amis» ankamen. Getreu dem Namen haben hier gute Freunde zusammengefunden: Gastgeberin und Sommelière Cynthia Lauper und Küchenchef Marc Joshua Engel. Sie haben uns mit unglaublichen Leckerbissen und Leckertropfen verwöhnt! Als weiteres Highlight las uns Arno Camenisch in seiner bodenständigen, quirligen Art aus den beiden Büchern «Hinter dem Bahnhof» und «Goldene Jahre» vor. Beeindruckend waren seine vom dörflichen Alltag inspirierten Geschichten und Momentaufnahmen.



Was aber alles übertraf, war die rätoromanische Version eines zuerst auf Deutsch vorgetragenen Textes; die Wörter sprudelten immer schneller aus ihm heraus und nahmen den Rhythmus eines Raps an. Sein neues Buch «Goldene Jahre» fand reissenden Absatz, und alle – insbesondere die Ladies - wollten von diesem char-

manten jungen Mann natürlich ein persönliches Autogramm. Den krönenden Abschluss des Abends bildete das originelle Dessert mit Randenröllchen. Zurück nach Biel ging es auf einer rassigen Fahrt mit dem Shuttlebus, wo uns Elisabeth mit einer Wundertüte überraschte.

*«Ein riesiges Dankeschön dem OK für diesen unvergesslichen Tag 1 des StadtFindens.»*



# VDH-STADTFINDEN IN BIEL, TAG 2

Sonntag, 30. – Montag, 31. August 2020

Auch Tag 2 des StadtFindens in Biel konnte die Teilnehmenden überzeugen. Hier einige Eindrücke:



Zu Fuss tauchten wir in die magische Atmosphäre des Bijou Biels ein und entdeckten die hiesige Geschichte mit den schönsten Plätzen der Bieler Altstadt.



Zur Mittagszeit erwartete uns im «Atelier Verdan» ein stärkendes regionales Mittagessen von LUGINBÜHL's EVENT & CATERING.



Ganz nach dem Motto: Das Beste kommt zum Schluss – OMEGA: Architektur- und Betriebsbesichtigung

Das nächste StadtFinden findet am 22. und 23. August 2021 in Lugano statt.

### Herzlichen Dank unseren Sponsoren und Partnern



Kompetenzpartner Schwob vertreten durch Manuel Küng für Sponsoring Apéro und Give-away

Und all unseren Kompetenzpartnern herzlichen Dank für das grosszügige Give-away



GM Geev Andre Bahrapoori für Sponsoring Apéro, grosszügige Zimmerpreise, Talk und Hotelbesichtigung



Champagne Nicolas Feuillatte vertreten durch Marc Rohrbach für das Champagner-Apéro auf der St. Petersinsel



Catering-Verpflegung zu Spezialkonditionen, die Führung und die Möglichkeit das Atelier Verdan kennenzulernen.



# NEUES AUS DEM NDS IN BEWEGUNG BLEIBEN

Roland Gasche

*«Der NDS HF Hotelmanagement-Lehrgang ist die Kaderschmiede der Beherbergungsbranche. Ich bin stolz zu sehen, wie erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen in die Top-Positionen unserer Branche gewählt werden.»*



**Roland Gasche**  
Verantwortlicher Unternehmerbildung  
Leiter NDS HF Hotelmanagement

Mit dem Start des Zyklus 45 im Oktober 2018 konnte der NDS HF Hotelmanagement-Lehrgang mit stattlichen 26 Teilnehmenden eröffnet werden. In Bewegung bleiben heisst, nicht müde zu werden, Bestehendes zu hinterfragen und allfällige Anpassungen vorzunehmen. Es scheint klar, dass das nicht immer einfach und bequem ist. Dabei gilt es, Anliegen, Bedürfnisse und Herausforderungen unserer Teilnehmenden in den Mittelpunkt zu stellen. Es ist unerlässlich, dass die Veränderungen des Branchenumfeldes identifiziert und mit in die Lösungsansätze einbezogen werden, denn das einzige das sicher ist, ist Veränderung und Wandel.

## An Bewährtem festhalten

In dem Modul HOSPITALITY wird mit dem Schwerpunkt Projektarbeit die praktische Vernetzung und der Transfer des Gelernten sichergestellt. Die Präsentation der vielfältigen Echtzeit-Projekte aus dem Kreis der Teilnehmenden bilden den ersten Teil des Abschlusses und gleichzeitig den Höhepunkt des modularen NDS HF Lehrgangs. Auch dieses Jahr galt es, mit der Diplomarbeit den zweiten Teil des Abschlusses erfolgreich zu meistern. Bei der Diplomfeier wurde Kathrin Matter für die beste Diplomarbeit mit dem Preis der Hans-Schellenberg-Stiftung ausgezeichnet. Der HOTELA-Preis, der Preis für die beste Durchschnittsnote, ging mit einem Wert von 5.7 ebenfalls an Kathrin Matter.



v.l. Roland Gasche, Kathrin Matter, Michael Müller



v.l. Dr. Michael Bolt, Kathrin Matter, Roland Gasche



Die erfolgreichen Diplomandinnen und Diplomanden des Zyklus 45

v.l. Martina von Deschwanden, Charlotte Kilger, Hüseyin Bal, Stefan Falb, David Flückiger, Jessica Schmiederer, Reto Engler, Michael Hentschel, Dietmar Pötscher, Christian Wittmann, Kathrin Matter, Svenia Bürgler, Sandra Wehren, Marija Bucher, Timo Heumann, Sven Ramsauer, Monika Knezevic, Panagiotis Kissas, Bastian Semmelroggen, Thomas Niffenegger, Thomas Schuster, Diego Lopez

### Neuem offen gegenüberstehen

Im April setzten die Teilnehmenden des Zyklus 45 mit dem Modul MARKT ihre im Oktober 2018 begonnene Ausbildung unter der Leitung von Roland Gasche fort. Im Hotel Stücki in Basel wurden auf der Grundlage des Marketings Fragestellungen zu Unternehmensstrategien, Konzeption des Marketings, Digitalisierung, Distribution, Revenue Management, Social-Media, Onlinemarketing aber auch Themen wie Raum-Gestaltung, Innovation und Kreativität behandelt und erarbeitet. Bereits im darauffolgenden September konnten die Teilnehmenden dann im Grand Hotel Beau Riva-

ge in Interlaken ihr Wissen in einem weiteren relevanten Managementthema prüfen, erweitern und stärken. Im Modul Mittel standen Finanzmanagementthemen im Fokus. Einmal mehr wurde deutlich, wie anspruchsvoll die NDS Module sind und wie eminent wichtig das Zusammenspiel und der Praxistransfer der Inhalte für den Unternehmenserfolg ist. Um die Präsentation der Echtzeitprojekte im Modul HOSPITALITY noch attraktiver zu gestalten, werden sie auch dieses Jahr einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Diese im Zyklus 43 entstandene Idee wird damit nun auch

in den Zyklus 45 übernommen und weiter ausgebaut. Wir sprechen viel von Innovation, an diesem Tag wird sie durch die Präsentation der Echtzeitprojekte sichtbar und erlebbar gemacht. Die Teilnehmenden investieren viel Zeit und Engagement in die im NDS geforderte Projektarbeit und ihre Diplomarbeit. Es ist darum unser Anliegen, die Branche an den Ergebnissen der Echtzeit-Projekte teilhaben zu lassen und die besten Diplomarbeiten mit dem Einverständnis der Verfasserinnen und Verfasser veröffentlichen zu können.

### Zyklus 46

Mit 26 Teilnehmenden startete im Oktober 2018 im Solbadhotel Sigriswil der jüngste Zyklus der NDS Geschichte. Mit dem Modul MENSCH des Zyklus 46 wurden Schwerpunkte im Bereich Selbstmanagement, Führung, Mitarbeiterpolitik, Recht, Personal- und Organisationsentwicklung, aber auch das für unsere Branche sehr wichtige Thema Cross Culture engagiert angegangen, erlebt und reflektiert. Dadurch wurden dem so wichtigen Praxistransfer Tür und Tor geöffnet.



Ein Dankeschön aus dem Zyklus 46

### Bestehendes hinterfragen

Um dem Anspruch einer unternehmerorientierten und qualitativ hochstehenden Hotelmanagementausbildung gerecht zu werden, ist es von zentraler Bedeutung, bestehende Konzepte, Inhalte und Methoden, aber auch Ziele und Ergebnisse zu hinterfragen. Mit regelmässigen Dozentenmeetings werden diese Aspekte analysiert, wo nötig sinnvoll angepasst, ergänzt, aktualisiert und geändert.

Dabei orientieren wir uns an den sich rasch und stark verändernden Marktgegebenheiten. Nur so ist es möglich, den NDS HF Hotelmanagement Lehrgang auf dem geforderten Niveau zu halten.

### Wertvolles unterstützen

Mitarbeitende aller Stufen, die in einem L-GAV unterstellten Betrieb arbeiten, können auf Antrag in den Genuss von Förderbeiträgen als finanzielle Unter-

stützung kommen. 25 Teilnehmende des Zyklus 46 haben nun von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und werden mit Beiträgen in der Höhe von CHF 15'200 unterstützt. Ihre Betriebe werden zusätzlich eine Arbeitsausfallentschädigung in der Höhe von CHF 7'300 erhalten. Mit dieser Entlastung wird sichergestellt, dass sich unser Nachwuchs ohne finanzielle Hindernisse weiterbilden und weiterentwickeln kann.

### Daten Infoanlässe NDS 2021

22.04.2021, online  
25.05.2021, Zürich  
21.06.2021, online  
11.08.2021, online

## AUSZEICHNUNG MIT DEM FÖRDERPREIS DER HANS SCHELLENBERG STIFTUNG

Das Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement wird von den Absolventen mit einer Diplomarbeit abgeschlossen. Der Stiftungsrat der Stiftung Hans Schellenberg verleiht pro abgeschlossenem Zyklus einen Förderpreis für die beste schriftliche Diplomarbeit. Arbeiten, die besonders hervorstechen und sich durch Branchenrelevanz auszeichnen, werden von der Stiftung Hans Schellenberg in Zusammenarbeit mit dem Autor und der Unterstützung von HotellerieSuisse veröffentlicht, um das erarbeitete Wissen VDH-Mitgliedern, Hoteliers und Brancheninteressenten zugänglich zu machen.

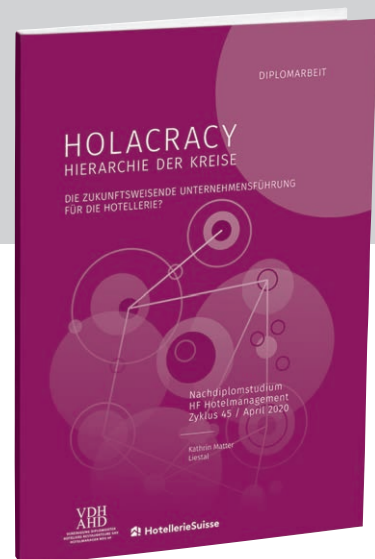
Im Zyklus 45 fiel die Wahl auf die Arbeit von Kathrin Matter.



**Kathrin Matter**  
Zyklus 45  
Leitung Hotel & Anlässe  
Bad Bubendorf Hotel (seit 2011 im Betrieb)

Im Kanton Aargau geboren und aufgewachsen, hatte ich mich nach der Matura an der Neuen Kantonsschule Aarau im Jahr 2004 eigentlich für ein Geschichtsstudium entschieden. Bevor ich dieses in Angriff nahm, habe ich - wie so viele Maturanden - ein Zwischenjahr eingelegt und die Gastronomie und Hotellerie bei Service-Saisonstellen in den Schweizer Bergen kennengelernt. Schnell habe ich festgestellt, dass dies die Welt ist, in der ich mich zukünftig bewegen möchte und die mich bis heute unglaublich fasziniert. So ging es dann 2006 statt an die Uni an die Swiss School of Tourism and Hospitality (heute EHL Hotelfachschule Passugg), wo ich zur eidg. dipl. Hôtelière-Restauratrice HF ausgebildet wurde. Diese Ausbildung wurde 2013 mit einem CAS Event-Management an der Hochschule Luzern ergänzt.

2011 übernahm ich nach Stationen in Südafrika und in der Schweiz die Leitung der Seminarorganisation im Bad Bubendorf Hotel / BL und erhielt die Chance, mich ganz nach dem «Home Grown Management»-Gedanken der Balance Familie innerhalb des Betriebs zur Leitung Hotel & Anlässe und Mitglied der Geschäftsleitung weiterzuentwickeln.



Holycracy - Hierarchie der Kreise  
Kathrin Matter  
erhältlich unter [www.shop.vdh.swiss](http://www.shop.vdh.swiss)

*«Das NDS kam genau zum richtigen Zeitpunkt in meine berufliche Laufbahn. Es liess mich bereits Erfahrenes und Erlebtes richtig einordnen und lässt mich meine aktuellen Aufgaben und Herausforderungen viel zielgerichteter angehen.»*

# HOLACRACY – HIERARCHIE DER KREISE

## Die zukunftsweisende Unternehmensführung für die Hotellerie?

Kathrin Matter

Die Diplomarbeit im Rahmen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement hat mir den Anstoss gegeben, mich mit einer für mich komplett neuen und unglaublich spannenden Thematik auseinanderzusetzen. New Work Modelle, Agilität, VUKA ... alles keine Themen, mit denen man sich als erstes in der klassischen Hotellerie beschäftigt, die aber an Wichtigkeit gewinnen (werden), um den «War for Talents» gewinnen und den Fachkräftemangel bekämpfen zu können.

### War for Talents

Die Generationen X, Y und Z können rein zahlenmässig die sich langsam aber sicher aus dem Arbeitsleben zurückziehende Generation Babyboomer nicht ersetzen. Es entsteht ein Fachkräftemangel. Im sogenannten «War for Talents» kämpfen Arbeitgeber um Arbeitnehmer und versuchen, deren Drang nach Selbstführung / Selbstorganisation, Ganzheitlichkeit und Sinnhaftigkeit bei der Arbeit mit neuen Führungs- und Organisationsmodellen zu befriedigen und sie für ihr Unternehmen zu gewinnen.

### VUKA

Volatilität (Unbeständigkeit), Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität. Anders gesagt, als Folge von Digitalisierung und Globalisierung dreht sich die Welt immer schneller und Firmen

müssen ihre Organisation agiler und dezentraler gestalten, um den Veränderungen schnell genug begegnen zu können. Auch diese Entwicklung wird mit den bereits oben erwähnten Organisationsmodellen aus der New Work aufgegriffen und angegangen.

### Holacracy

ist eine Form der Soziokratie - eingeordnet in das Gebiet der New Work - die sich auf die Fahne schreibt, Lösungen für beide Problematiken zu haben. Diese Art der Unternehmensführung wird aktuell vor allem bei Start-ups, IT-Unternehmen und Firmen aus der kreativen Branche angewandt.

Mit der Arbeit versuchte ich anhand von Literaturrecherche, Umfrage unter Arbeitnehmern und Experteninterviews herauszufinden, ob die Umstellung auf eine solche Unternehmensführung in der Hotellerie vonnöten und überhaupt machbar ist.

### Summary

Den sich wandelnden Bedürfnissen der Generationen Y und Z ist unbedingt Rechnung zu tragen. Die Branche steht bereits vor der Tatsache, dass sie zu wenigen künftigen und aktuellen Arbeitnehmern als attraktiv erscheint und kann nur mit modernen Führungsmodellen dagegen vorgehen und ihr Image verbessern.

Bestehende Modelle können nicht eins zu eins für das «People Business» Hotellerie übernommen werden. Der Ansatz von Hierarchien in Kreisen, flachen oder inexistenten Hierarchien kann bzw. sollte nicht in allen Bereichen übernommen werden. Es empfiehlt sich daher, einen Mix aus Organisationsstrukturen zu erarbeiten. Wo immer es möglich ist, lässt man Netzwerke entstehen, die abteilungsübergreifend funktionieren und die Struktur dezentraler und agiler werden lassen. Damit stellt man sich gut auf, um den War for Talents «gewinnen» zu können und um den Herausforderungen der sich unglaublich schnell wandelnden Welt gewachsen zu sein. An anderen Stellen ist aufgrund von handwerklichen Tätigkeiten, die Hand in Hand gehen und äusserst geringen Margen höchste Effizienz gefordert. Diese wird nach wie vor durch das klassisch-hierarchische Modell am besten gewährleistet.

Bei all diesen Strukturänderungen und -anpassungen und der Fokussierung auf die Mitarbeitenden und deren Motivation darf aber eines nicht ausser Acht gelassen werden: Wir leben von und für unsere Gäste und die Ausrichtung auf sie ist unser oberstes Gebot.



Die bisher veröffentlichten  
Arbeiten finden Sie unter:  
[www.vdh.swiss/shop](http://www.vdh.swiss/shop)

## LEHRREICH UND INFORMATIV DIPLOMARBEITEN DER NDS-ABSOLVENTEN

Die Stiftung Hans Schellenberg publiziert aussergewöhnliche Diplomarbeiten. Dadurch erhalten nicht nur VDH-Mitglieder sondern auch Hoteliers, Restaurateure, Kadermitarbeitende und Interessierte die Möglichkeit diese Arbeiten für einen kleinen Unkostenbeitrag in der Höhe von CHF 20.- online zu erwerben.

Die von einer Jury ausgewählten Arbeiten werden, sofern der oder die Verfassende einwilligt, veröffentlicht.



### LEISTUNGSSTARK

#### Menschzentrierte Führung – am Beispiel des «Hotel Isthara 2.0»

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 40  
Diplomarbeit Julia Diener, Zürich, April 2015

«Wertschöpfung durch Wertschätzung» Über das Zusammenspiel von Motivation & Produktivität und die zentrale Rolle der Führungskräfte in der Potenzialentfaltung ihrer Mitarbeitenden. Kurz: Die Gestaltung eines leistungsstarken Arbeitsverhältnisses.

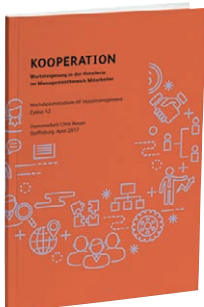


### BURNOUT IN DER GASTRONOMIE

#### Die Gefahr erkennen – verstehen – vorbeugen

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 41/43  
Diplomarbeit Catharina Schwarze, Wabern, April 2017

Burnout ist ein sehr aktuelles und trotzdem stark unterschätztes Thema unserer Zeit und unserer Gesellschaft. Die Arbeitsbedingungen werden immer härter. Steigender Zeit- und Leistungsdruck, immer höhere Geschwindigkeit, geforderte, gar vorausgesetzte Flexibilität und die immer geringere Sicherheit des Arbeitsplatzes können nicht mehr bewältigt werden. Die Angst des Versagens lähmt. Oft wird dann der Arbeitsalltag für die Betroffenen zum Albtraum mit körperlichen, psychischen und sozialen Folgen.



### KOOPERATION

#### Wertsteigerung in der Hotellerie im Managementbereich Mitarbeiter

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 42  
Diplomarbeit Chris Rosser, Steffisburg, April 2017

Schliessungen, Konkurse, Nachfolgeprobleme – die Hotel- und Gastrobetriebe in den Randregionen haben einen schweren Stand. Besonders im Mittelpunkt der Herausforderungen steht der Mitarbeiter. Mit dem in dieser Diplomarbeit entwickelten 8-Punkte-Modell wird die Problematik gemeinsam mit mehreren Betrieben angegangen. 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.



### WELCHE KONSEQUENZEN HAT DIE BESETZUNG EINER KADERSTELLE IN TEILZEIT FÜR DEN HOTEL- ODER GASTRONOMIEBETRIEB?

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 43  
Diplomarbeit Stefan Boller, Bassersdorf, April 2018

Fehlende Fachkräfte und ein Wandel der Gesellschaft – die bisherige HR-Strategie ist zu überdenken. Welche Konsequenzen hat die Besetzung einer Kaderstelle in Teilzeit für einen Betrieb? Auf jeden Fall wirkt sich bereits die Analyse auf die Betriebseffizienz aus, da Fehlerquellen oder Kommunikationsumstände aufgedeckt werden. Die Win-Win Situation für Arbeitnehmer und Arbeitgeber ist gewährleistet, sofern die Umsetzung systematisch in Angriff genommen wird. In der Diplomarbeit werden mögliche Aspekte und Vorgehensweisen für eine Umsetzung thematisiert, belegt mit Interviews aus der Hotellerie und Industrie.

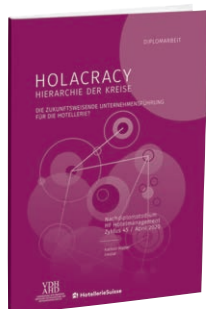


### RESILIENZFÖRDERUNG FÜR HOTELLERIE-MITARBEITER

**Resilienzförderung für Hotellerie-Mitarbeiter im Gesundheitswesen. Ansätze zu einem besseren Umgang mit „Stress am Arbeitsplatz“**

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 44  
Diplomarbeit Theresia Sokoll, Leutwil, März 2019

In ihrer Diplomarbeit hat Theresia Sokoll Faktoren zusammengetragen, die Arbeitnehmer psychisch belasten, sie krank machen und deshalb dauerhaft ausfallen lassen. Der häufigste Grund für «Stress am Arbeitsplatz» sind Vorgesetzte, die ihrer Pflicht als Leader von Mitarbeitenden zu wenig nachkommen. Dazu darf Stress kein Tabu-Thema sein, und es braucht konkrete Werkzeuge, wie Firmen mit dieser neuen Zivilisationskrankheit umgehen sollten. Diese Diplomarbeit präsentiert neue Strategien und Ansätze zu einem besseren Umgang mit «Stress am Arbeitsplatz», sowohl für Vorgesetzte wie auch für Angestellte.



### HOLACRACY - HIERARCHIE DER KREISE

**Die zukunftsweisende Unternehmensführung für die Hotellerie?**

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 45  
Diplomarbeit Kathrin Matter, Liestal, April 2020

Der Begriff Holokratie / Holokratie oder Holacracy leitet sich vom griechischen «Holon» ab und bedeutet «Teil eines Ganzen zu sein». Es ist ein Konzept auf Basis von New Work Modellen und Soziokratie. Holacracy wird mehrheitlich von Start-ups, Softwarefirmen oder Unternehmen im kreativen Umfeld (Bsp. Taschenlabel FREITAG) als Aufbauorganisation verwendet. Kann eine solche Organisationsform auch in einer Branche wie der Hotellerie, die stark von Hierarchien geprägt ist, funktionieren?

# DIE ETWAS ANDERE WEINKARTE

Eine Idee für die Praxis

Karl Fuchs



**Karl Fuchs**

Zyklus 9  
diplomierter Hotelier SHV  
und Weinakademiker

Verheiratet, 2 Söhne

**Hobbys:**

Sport, Reisen, Fotografieren, Lesen

**Werdegang Gastronomie:**

- Kochlehre (Mövenpick, Bern)
- EHL
- Auslandsaufenthalte
- Unternehmerseminar SHV Zyklus 9
- 30 Jahre selbständig  
(3-Stern Saisonsonnbetrieb / 65 Betten,  
intensiver Restaurationsbereich,  
«In»- Bar)

**Weiterbildung im Weinsektor:**

- Ausbildung über 3 Jahre mit Stationen in Wädenswil, Rust (AT), Geisenheim (DE), Brixen (IT)
- Diplomabschluss (Level 4) «Wine & Spirit Education Trust», London
- Anschliessend Diplomarbeit zum Weinakademiker (Weinakademie Österreich, Rust)

Werte Kolleginnen, werte Kollegen. Ich bin mir absolut bewusst, dass Weinkarten im Gastgewerbe ein äusserst heikles Thema sind. In vielen von unseren Betrieben repräsentieren sie etwas sehr Persönliches. Viel Herzblut, Prestige und auch Stolz stecken oft dahinter. Unsere einzigartigen Weinkeller werden den Gästen so in den unterschiedlichsten graphischen Formaten präsentiert. Also erstaunt es nicht, dass niemand Freude hat, sollte an diesen Unikaten direkte Kritik geübt werden.

Das ist auch nicht meine Absicht. Erlauben Sie mir aber gleichwohl eine leicht ketzerische Frage: Haben Sie sich schon mal Gedanken darüber

gemacht, was Ihre Gäste von Ihrer Weinkarte erwarten? Welche Hilfe, welche Unterstützung sie bei der Weinauswahl bietet, respektive bieten sollte? Denken Sie gleichzeitig daran, dass nur der kleinste Teil unserer Gäste wirklich Weinfachleute sind.

Grundsätzlich müsste unser Gast ja in der Lage sein, einen Wein auszusuchen, der ihm Freude macht – auch ohne grosse Hilfe durch den Gastgeber. Denn einen Chef de Service oder Sommelier kann sich lange nicht jeder Betrieb leisten. Unsere verehrten Gäste sollen aber neue Weine kennenlernen, Weine aus einer unbekannteren Gegend ausprobieren, etc.

Kurz, das Blättern in unseren Weinkarten bereitet Spass – und überfordert nicht. Auf alle Fälle sollte tunlichst vermieden werden, dass der Gast (im Kreise seiner eigenen Gäste) ratlos vor unseren Werken hockt, und sich schlussendlich mit dem Wein begnügt, den er schon x-mal getrunken hat, oder der am besten zu seinem Portemonnaie passt.

Also braucht der Gast Informationen, **die ihn bei der Auswahl der Weine unterstützen und ihm die nötige Sicherheit für die Bestellung geben.** Und genau auf diesem Umstand basiert meine Idee. Nebst den üblichen Angaben wie Weinname, Preis, etc., muss der Gast doch wissen, welchen

## «Eine Idee für die Praxis»



Weinstil er vor Augen hat. Und das auf einfachste Art und Weise. Denn nur so ist er in der Lage, einen Entscheid zu fällen, der für ihn (Gast) stimmt. Auch ein ausschliesslicher Blick entlang der Kolonne mit den Preisen wird so vermieden.

Gemäss meinem Konzept werden die Weine deshalb in **Kategorien** und Gruppen eingeteilt. Die **Kategorien** kennen wir alle, es sind deren fünf: **Weisswein, Rot- und Roséwein, Süsswein, Schaumwein. Und dann gibt es noch gespritzte Weine.** Neu sind die **Gruppen**. Wir unterscheiden deren vier. Auf einer waagrechten Skala liegt Gruppe 1 am linken Ende und umfasst die leichten, fruchtigen Weine und am anderen Ende liegt die Gruppe 4 mit den schweren, körperreichen Weinen. Dazwischen setzten wir zwei weitere Abstufungen. **So wird jede Weinkategorie zusätzlich in vier weinspezifische Einheiten eingeteilt, die dem Gast als weitere Orientierungshilfe dient.**

### Das war's dann auch schon!

Doch was hier unscheinbar tönt, verändert alles: den Einkauf, die Lagerhaltung, den Verkauf, das Verhalten des Gastes beim Bestellen, den Umsatz, ...!

Nehmen wir mal als Beispiel die **Weissweine**, und innerhalb dieser Kategorie die **Gruppe 1** mit den dort eingeteilten Weinen. Sagen wir, diese Gruppe ist mit der Überschrift: **«frisch, fruchtig, leicht und schlank»** betitelt. Wie beabsichtigt, erkennt der Gast den **Weinstil** so auf einen Blick und versteht ihn auch. Er braucht jetzt nur noch die üblichen Informationen wie: Land/Region, Weinname, Produzent, Preis, Alkoholgehalt usw., um in der Lage zu sein, seinen Wein selbst auszuwählen oder um höchstens eine moderate Unterstützung durch den Gastgeber zu beanspruchen.

Als Grundlage zu diesem System erhalten alle vier Gruppen innerhalb der fünf verschiedenen Weinkategorien ihre eigene Gruppenüberschrift mit der bewusst einfach gehaltenen Beschreibung des Weinstils. Damit ordnen wir die Weine unserer Karte nach dem **Charakter** mit den notwendigen, zusätzlichen Informationen zu jedem Produkt, und ebenen so den Weg für eine möglichst **eigenständige Bestellung durch den Gast.**

Die einwandfreie Funktion dieses Systems wurde in meinem Betrieb über Jahre getestet. Das Ergebnis: die Gäste schätzen diese Art der Präsentation ausserordentlich. Die Bestel-

lungen erfolgten schneller und flüssiger und der Weinumsatz stieg merkbar an. Die Erfahrungen aus zwei weiteren Betrieben mit diesem System decken sich mit den meinen weitgehend.

Im Zuge meiner Ausbildung zum Weinakademiker habe ich das Schema verfeinert und zu einem eigenen Konzept erweitert. Es umfasst heute alles, was zum Thema Wein gehört, inklusive dem **«Food and Wine Pairing»**. Mit Letzterem habe ich mich ebenfalls über Jahre intensiv beschäftigt und auch meine Diplomarbeit diesem Fachgebiet gewidmet. Es ist eine Geschichte für sich: sehr interessant, kontrovers, vielschichtig und mit einigem Zündstoff behaftet!

Falls Sie diesen Artikel bis zum Ende gelesen haben und Sie dieses Thema interessiert, freue ich mich sehr über Ihr Feedback oder Fragen dazu.

Ich bin gut erreichbar unter:  
karl.fuchs@wine-consulting.ch



## HOCHSCHULE KANN AUCH MODERN

Die IUE Hochschule  
macht es bewusst anders

Die IUE Hochschule in Basel ist neu am Schweizerischen Bildungsmarkt und dennoch voller Ambitionen, die neue Kaderschmiede der Eidgenossenschaft zu werden.

### «Verstehen statt Lernen»

„Wir waren uns sicher, dass es etwas Ketzerisches an sich haben mag (...) Umso überzeugter waren wir, doch dieses Mammutprojekt in Angriff zu nehmen – nun gibt uns der Erfolg recht.“ Michel Läser, QM der Lehre (IUE Hochschule)

#### Fokus auf moderne Betriebsökonomie

Die IUE Hochschule Basel unterhält zwei Fakultäten. Mit der Fakultät für Organisationslehre sowie der Fakultät für Kunde, Marketing & Innovation sollen zeitgemässe Themen der modernen Betriebsökonomie erforscht und gelehrt werden.

Laut Prof. Johannes Baldauf und Präsident Prof. Florian Möckel ist diese Neubetrachtung der Themen zwingend notwendig.

Dynamische Märkte und hohe Fluktuationsraten in Unternehmen sind Symptome und Ergebnis einer hoch-technologischen Gesellschaft im steten Wandel unserer Zeit.

„Wenn wir uns die Realität vieler Unternehmen und insbesondere der Hotellerie genauer ansehen, erkennen wir, wie sehr wir noch in alten, starren und zukunftsunfähigen Mustern stecken (...) weder Verwaltungsräte, CEOs oder HR-Verantwortliche haben dabei eine Anleitung, das zu verändern – genau darin sehen wir unsere Mission.“ Michel Läser, QM der Lehre (IUE Hochschule)

#### Die neue Art des Lernens

Die Basler IUE Hochschule präsentiert sich dabei nicht nur mit neuen Themen, sondern vor allem mit einer sehr modernen Art der Lehre. Die Antwort lautet: Semi-Virtualität.

Dabei bestehen 80 % der Lehre aus digitalem Studium mit modernster Infrastruktur und 20 % dem Praxis-Seminar vor Ort.

Der Hirnforscher, Psychologe und Direktionsleiter Lehre & Forschung Prof. Johannes Baldauf hat dieses Lehrkonzept maßgeblich mitentwickelt.



"Im Management der Zukunft wird es keinen Platz mehr für Buzzwords und sinnfreie Meetings geben."

Das sehe ich als Chance, meine Taten für mich sprechen zu lassen."




„Es ist nun nicht mehr relevant, in einem Hörsaal zu sitzen (dessen Konzept sich seit 150 Jahren nicht geändert hat) und sich frontal berieseln zu lassen: Begleitendes Lehren ist unser Fokus. Dadurch schaffen wir einen deutlich gelungeneren Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis. Reale Projektarbeit statt schriftlicher Prüfung. Interaktiver Workshop statt Professoren-Monolog.“  
Prof. M.Sc. Psych. M.Sc. Soz. Johannes Baldauf

**Tablet, Online-Bibliothek & virtuelle Realität sollen helfen**

Für die Umsetzung der virtuellen und zeitgemässen Lehre sorgt neueste Technik. Die Studierenden erhalten Zugang zur Online-Fachbibliothek, Tablets mit digitalem Schreibwerkzeug und arbeiten mit interaktiver Software.

Ab Herbst 2021 folgt dann das erweiterte Konzept mit dem Einsatz virtueller Zusammenarbeit. Die IUE Hochschule Basel möchte ihren Studierenden dann je eine VR-Brille inkl. virtuelle Workshop-Räume zur Verfügung stellen. Damit sollen selbst einfache Webinare zum Erlebnis werden.

„Die Idee der Kombination aus Video-Meeting und Arbeit in der virtuellen Realität schafft durch die neue Haptik sowie erweiterte Interaktionsmöglichkeiten einen deutlich grösseren Lerneffekt (...) Nach über einem Jahr Konzeption freuen wir uns, dieses neuartige Konzept ab Herbst 2021 umsetzen zu dürfen.“  
Prof. M.Sc. Psych. M.Sc. Soz. Johannes Baldauf

**Bildung mit Service-Excellence**

Die IUE Hochschule setzt auf Service der besonderen Art. Der Direktionsleiter QM der Lehre & Studierendenbetreuung Michel Läser orientierte sich dabei am Ideal der 5-Sterne-Hotellerie.

Neben einem Tutor, welcher die Rolle der Betreuung/des Coaches während des Studiums verantwortet, werden die Studierenden während der Präsenztage vor Ort von einem Concierge betreut. Dieser sorgt vor allem für die Aufbereitung der Ergebnisse während der Workshops und dient als Brücke zwischen Professor und Lernenden.

„Im Sinne der selbststeuernden agilen Agogik sind wir stets bestrebt, den Studierenden das zu liefern, was sie für einen optimalen Lernerfolg benötigen. Das können wir, denn wir sind dank digitaler Lehre und interner Dynamik dafür ausgerichtet.“ Michel Läser, QM der Lehre (IUE Hochschule)



**Michel Läser**



IUE Hochschule Basel  
Direktionsleiter QM  
der Lehre & Studierendenbetreuung  
[www.iue-hochschule.ch](http://www.iue-hochschule.ch)

# INDIE-HOTELS – DER NEUARTIGE ERFOLGSTREIBER FÜR INDIVIDUELLE HOTELBETRIEBE IN DER SCHWEIZ

Nicoletta Müller

Seit Herbst 2020 bietet die Marketing- und Sales-Plattform indie-hotels individuellen Hotelbetrieben ein umfassendes Dienstleistungsangebot an. Oberstes Ziel: die Individualität der einzelnen Betriebe stärken und sie im Markt erfolgreich positionieren – und gleichzeitig von den vielseitigen Synergien der anderen Mitglieder profitieren lassen.

Das **Basis-Jahrespaket** kostet CHF 2'450 oder gut CHF 200 pro Monat. Ab fünf Betrieben wird eine Reduktion gewährt.

Auf Wunsch stehen Mitgliedern **drei Module** zur Verfügung, die je nach Intensität und gewünschtem Unterstützungsgrad eingesetzt werden können.

**Das Fundament von indie-hotels ist sein breites Basis-Paket, das jedem einzelnen Hotel übers ganze Jahr folgende Dienstleistungen bietet:**

- Jährliche Kurzanalyse inklusive individuellen Handlungsempfehlungen
- 2 x pro Jahr Innovationsworkshop | Ganztagesveranstaltung in Kooperation mit anderen Mitgliedern
- Teilnahme am indie-Camp | Ganztagesveranstaltung | Im Zentrum stehen Wissenstransfer und der Austausch untereinander
- 4 x pro Jahr Webinar | Je 1 Stunde zu aktuellen Themen
- Branchennewsletter | indie-hotels besucht Branchenveranstaltungen, informiert über die wichtigsten Erkenntnisse und leitet Tipps und Handlungsempfehlungen daraus ab | Kundinnen und Kunden bleiben am Puls der Zeit
- Vorlagen und Checklisten für die effektive Planung und Umsetzung von Marketing- und Sales-Aktivitäten
- Call-to-Actions: regelmässige kurze Hinweise für die wichtigsten Marketing- und Sales-Aktivitäten während des Jahres

«**you do it**» bietet punktuelle Unterstützung bei der Umsetzung und bietet Inputs zu den wichtigsten Grundlagen und Jahresaktivitäten

«**we do it together**» deckt die Unterstützung im Tagesgeschäft ab und begleitet die komplette Jahresplanung

«**we do it all**» übernimmt Sales- und Marketing-Aktivitäten für den Kunden | Gemeinsam erarbeitet werden Jahrespläne und -budgets; Angebote und Leistungen werden entwickelt und implementiert

**Die Preise für die optionalen Module sind:**

« <b>you do it</b> »	CHF 1'000/Monat
« <b>we do it together</b> »	CHF 3'000/Monat
« <b>we do it all</b> »	CHF 5'000/Monat

Passt keines der obigen Module, werden Bedürfnisse individuell analysiert und zielführende Unterstützungsmassnahmen je nach Intensität und Budget übers Jahr abgeleitet.

Indie-hotels bietet maximale Flexibilität. «Die Individualität unserer Kunden liegt uns am Herzen! Wir wollen, dass sich ihr Angebot klar vom Markt abhebt. Dazu gehörten die Schärfung der Positionierung jedes einzelnen Betriebs und genau da Hand zu bieten, wo man uns braucht: von der Vision über die Konzeption bis hin zur Planung und Umsetzung», erläutert Nicoletta Müller, Co-Initiatorin und Zuständige für Innovation, Sales und Marketing, die Idee der indie-hotels.

Im Rahmen eines Basis-Pakets werden Betriebe übers ganze Jahr begleitet. Nach einer Kurzanalyse werden im persönlichen Kundengespräch Potenziale aufgezeigt und Handlungsempfehlungen ausgesprochen. Jeder Kunde kann jährlich an einem Innovationsworkshop teilnehmen, profitiert von 4 spannenden Webinaren und Branchennews. Auf Wunsch lassen sich zusätzlich modulartig aufgebaute Dienstleistungen nutzen. Stets mit dem Ziel, die Individualität des einzelnen Kunden zu stärken und die individuelle Positionierung zu schärfen. Und stets dem jeweiligen Budget angepasst.

Hinter indie-hotels steht, neben Nicoletta Müller, ein kreatives dreiköpfiges Team von Marketing- und Sales-Expertinnen und -Experten mit langjähriger operativer Führungserfahrung: Sven Häberlin (VDH-Kompetenzpartner), Rene Bruggraber und Melissa Gasser-Miesch. Alle sind persönlich bestens vertraut mit den Herausforderungen und Chancen, denen indie-hotels Kundinnen und Kunden täglich begegnen – ein essenzieller Teil dieses erfolgversprechenden Konzepts.



**Nicoletta Müller**

Zyklus 30

Innovation, Sales & Marketing GmbH  
Gründerin & Inhaberin

indie-hotels  
Geschäftsführung & Mitinitiantin

Als Tochter eines Flimser Hotelier-Ehepaars wurde Nicoletta Müller die Leidenschaft für die Branche in die Wiege gelegt. Nach solider Ausbildung, Stationen in der Saison- und Stadthotellerie im In- und im Ausland hat sich die 47-jährige 2014 selbstständig gemacht. Sie begeistert alles rund ums Thema Innovation. Ihr breites Wissen, ihre Leidenschaft in diese und anverwandte Bereiche fließen in ihre tägliche Arbeit ein; sie und ihr Team unterstützen individuelle Hotels und Hotelkooperationen zu den Themen Innovation & Vision und Sales & Marketing.

2020 hat Nicoletta zusammen mit drei kreativen Marketing- & Sales-Experten «indie-hotels» ins Leben gerufen: ein Geschäftsmodell, das konsequent die stetige individuelle Weiterentwicklung der einzelnen Hotels verfolgt. Das Konzept ist für die Schweiz neuartig und unterscheidet sich von gängigen Marketingvereinbarungen.

indie —  
—hotels Individual &  
independent Hotels  
of Switzerland

indie —  
—hotels



**Sven Häberlin**

VDH-Kompetenzpartner

Tourismusconsult  
Geschäftsführung

indie-hotels  
Geschäftsführung & Mitinitiantin

Sven ist dipl. Hotelier/Restaurateur HF mit langjähriger Erfahrung in der Hotellerie. Dazu gehört auch die Eröffnung und das Coaching von Betrieben. Er ist mit der Zeit immer mehr ins Marketing und in die Schulung/Weiterbildung gerutscht und hat eine Weiterbildung zum Executive Master of Business Administration FH absolviert. Seit rund 20 Jahren ist er als Dozent an Fachhochschulen und Höheren Fachschulen tätig, seit 2014 selbstständig im Online Marketing, und seit 2016 ist er Google Partner. Dabei ist er vorwiegend für Hotellerie und Tourismus tätig.

Ausserdem ist er Dozent in der Fachhochschule Graubünden, in der EHL SETH Passugg, im Belvoirpark Zürich, an der SHL, IST Zürich, HFMK Basel und mehr.

*«Wir verstehen uns als Coach und Sparring-Partner. Es ist uns wichtig, dass unsere Kunden vom Networking und von den Synergien der anderen indie-hotels profitieren, daraus einen echten Mehrwert ziehen.»*

indie-hotels  
Individual & independent Hotels  
of Switzerland

hello@indie-hotels.ch  
+41 52 566 10 19  
www.indie-hotels.ch

# REDEN SIE NOCH ODER CHATTEN SIE SCHON?

Dr. Conrad Schulze-Bentrop

*«Die umsatzstärksten Branchen machen es vor: Digitalisierung und persönlicher Service widersprechen sich nicht – ganz im Gegenteil!»*

Der persönliche Service ist das Steckenpferd der Hotellerie. Individuelle Wünsche erfüllen, um einen unbeschwerten und unvergesslichen Aufenthalt zu bereiten – das ist der Anspruch vieler Hoteliers. Das gelingt vor Ort im Hotel auch sehr gut. Aber digital?

Wäre es nicht ganz im Sinne des Servicegedankens, die potenziellen Gäste direkt dort abzuholen, wo sie gerade mit ihrer offenen Frage oder ihrer Unsicherheit stehen? Auf der Hotel-Website! Erhalten Websitebesucher sofort Antworten auf all ihre Fragen, werden sie zu service-begeisterten Gästen, Buchungsabbrüche werden verhindert, und der Direktumsatz steigt. Viele Grossunternehmen wie Banken, Versicherungen oder Telekommunikationsanbieter haben dies erkannt und bieten ihren Websitebe-

suchern neben den herkömmlichen Kontaktmöglichkeiten auch einen Live Chat als Option, in dem Mitarbeiter sofort verfügbar sind. Das ist clever, da sie einfach das beliebteste Kommunikationsmittel ihrer Kunden aufgreifen. Schliesslich verwenden Kunden auch im privaten Alltag viel öfter Messenger-Dienste als Telefon oder E-Mail.

Eine Hotel-Website ist in der Regel das erste, was zukünftige Gäste vom Hotel sehen. Die Website ist wie die digitale Variante der Rezeption – ohne Live Chat ist sie aber ein verwaister Empfangstresen, an dem kein Mitarbeiter steht. Mit einem Live Chat kann man das freundliche Lächeln und die empathische Beratung bereits auf die Website bringen. Im Chat können die Websitebesucher unkompliziert und bequem ihre Fragen stellen, ein Ange-

bot erhalten und ihren Urlaub buchen.

Der Service kann jedoch nur richtig gut sein, wenn jemand mitdenkt, persönlich antwortet, individuelle Bedürfnisse berücksichtigt und mit Fingerspitzengefühl berät. Das können in diesem Umfang Roboter wie Chatbots wahrscheinlich nie leisten. Gerade jetzt in diesen aussergewöhnlichen Corona-Zeiten ist für neue Gäste eine umfassende und ganz persönliche Beratung wichtiger denn je. Im Chat kann das Vertrauen in das Hotel unmittelbar aufgebaut und gestärkt werden, was zum Buchen bewegt.

Warum aber nutzen diese Chance so wenige Betriebe in unserer Branche? Was erfahrungsgemäss fehlt, sind zwei Dinge: das spezielle Digital-Know-how und die Manpower. Für einen funktionierenden Live Chat



Dr. Conrad Schulze-Bentrop



Dr. Conrad Schulze-Bentrop ist Gründer und Geschäftsführer der Majestella GmbH aus dem Ostseebad Eckernförde.

Majestella ist der erste Anbieter eines Live Chat Service für die Ferienhotellerie im deutschsprachigen Raum. Die Kunden sind exklusive Urlaubs- und Boutique-Hotels im 4-Sterne-Bereich von der norddeutschen Küste bis in die Schweizer Bergwelt. Auf den Websites dieser Hotels bieten die Chatprofis von Majestella den Besuchern ein einzigartiges Serviceerlebnis: Sie antworten im Live Chat innerhalb von 30 Sekunden auf Fragen, nennen passende Angebote, buchen den Wellness-, Familien-, Strand- oder Skiurlaub und steigern so den Direktumsatz des Hotels.

[www.majestella.com](http://www.majestella.com)

müssten Hotels eine eigene Chat-Abteilung mit mehreren spezialisierten Mitarbeitern aufbauen. Einerseits sollte 365 Tage im Jahr von früh morgens bis spät abends jederzeit eine sekundschnelle Erreichbarkeit gewährleistet sein. Andererseits ist es eine Herausforderung, die gesamte Klaviatur des Chats zu beherrschen: eloquenter schriftlicher Ausdruck auf Deutsch und Englisch, kontinuierlich optimierte Textbausteine für noch schnellere Antworten und der Einsatz von Emojis 😊, um Mimik und Gestik schriftlich auszudrücken – dies sind nur ein paar Beispiele. Der zeit- und kostenintensive Aufwand rechnet sich in der Regel jedoch nur bei grossen Hotelketten.

Für Privathotels kann stattdessen eine Auslagerung des kompletten Live Chats an einen externen Dienstleis-

ter die ideale Lösung sein. So können Hoteliers von den Vorteilen eines Live Chats ohne eigenen Aufwand zu rentablen Konditionen profitieren. Toller Nebeneffekt: Der Fachkräftemangel lässt sich dadurch abfedern, da das Empfangspersonal durch geringeres Telefon- und E-Mail-Aufkommen entlastet wird. Majestella als erster Anbieter eines Live Chat Service auf dem deutschsprachigen Markt bietet ein rein am Buchungserfolg bemessenes Vergütungsmodell an. Das bedeutet: Ohne Risiko erhalten Hoteliers einen zeitgemässen (Verkaufs-)Service, der unmittelbar mehr Buchungsumsatz generiert.

In diesem Sinne:  
Ade und auf Wiederchatten! 🙌

# HOTELS SIND STÄTTEN DES ZEITGEISTES

„Hotelier“-Chefredaktor Hans R. Amrein über Hoteldesign als Erfolgsfaktor



## Hans R. Amrein

seit vielen Jahren Publizist und Journalist. Der gebürtige Luzerner hat Musik, Musikwissenschaften und Geschichte studiert und in London und Bern promoviert (Dr. phil.). Er arbeitete viele Jahre als Korrespondent im Ausland, war Reporter in Krisengebieten und in den letzten 20 Jahren für Verlagshäuser in der Schweiz und Deutschland als Zeitschriften-Projektentwickler und Chefredaktor tätig.

Seit 2009 ist er Chefredaktor der Fachzeitschrift HOTELIER. Daneben testete er Hotels im In- und Ausland. Amrein ist Mitglied mehrerer Fachjürs („Hotelier des Jahres“, „Hotel Innovation Award“ usw.) und Dozent an der EHL. Zudem publiziert er Bücher im Bereich Tourismus, Kultur und Hotellerie/Gastronomie (Werd & Weber Verlag). Amrein lebt in Italien und in der Schweiz und verbringt die Hälfte seiner Lebenszeit in Hotels.

amrein@hotelinsider.ch  
h.amrein@hotelier.ch  
www.hotelier.ch

In Zukunft – man könnte auch sagen im Zeitalter nach Corona – setzen sich Styles in Hotels durch, die sowohl globalen als auch lokalen Charakter beweisen. Das Raster an Stilen soll dabei helfen, sich selbst zu verorten und die ideale Mischung für die eigene Designsprache zu erkennen.

Ganz dem Zeitgeist der LOHAS (Life-

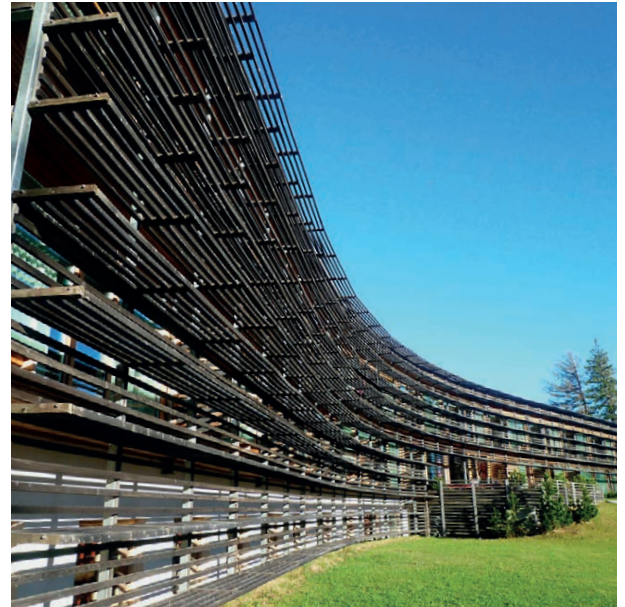
Eine Übernachtung im Hotel bedeutet in der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts viel mehr als «Schlafen auf Zeit». Hotels werden immer stärker zu Stätten des Zeitgeistes. Sie sind geprägt vom gesellschaftlichen Leben und seiner Trendentwicklung. So kann man in den letzten Jahren eine deutliche Globalisierung in Stil und Art von Hotelbetrieben verfolgen. Was letztlich auch dazu führte, dass der Stil von Hotels weltweit grosse Ähnlichkeit aufweist. In Zukunft verlangen die Reisenden jedoch mehr von den Hotels, gerade im Stil. Konsumenten wollen keine Stereotypen. Verbraucher werden immer empfindlicher bezüglich Ästhetik, Stil und Design, denn unsere Gesellschaft entwickelt sich zunehmend zu einer visuell geprägten Kultur. Vor allem bildhaft nehmen wir unsere Umwelt wahr und ordnen Realitäten aufgrund

style of Health and Sustainability) entsprechend entwickelt sich auch in der Hotelszene ein Stil, der auf Natürlichkeit und Design baut. Ein Stil, der echte Materialien und natürliche Oberflächen in den Vordergrund stellt, ohne auf höchste Design-Ansprüche zu verzichten. Dieser Stil macht nicht an der Oberfläche halt: Matratzen, Getränke, Essen oder Düfte müssen sich dem

von visuellen Eindrücken. Daher gilt in Zukunft für alle Hotels:

- **Der Konsument zahlt und will eine Leistung, die längst über das Grundbedürfnis, «ein Bett zu haben», hinausgeht.**
- **Kunden oder Gäste werden im Umgang mit Design und inszenierten Erlebnissen erwachsen. Erfolgsstorys von Apple und Nespresso, vom Fiat 500 bis zu den Camper-Schuhen, sind Beispiele dafür.**
- **Und noch etwas: Wer seine eigene Design-Sprache zum Leben erweckt, ist nicht zu kopieren. Design bedeutet damit nicht nur, im Trend zu sein, sondern seine Einzigartigkeit und Positionierung zu leben.**

Ökosign unterordnen. Natur wollen die Menschen mit allen Sinnen erleben, begreifen, riechen, fühlen, hören. Die Natur als Vorbild hatte auch der Top-Designer Matteo Thun beim Planen des exklusiven Vigilius Mountain Resort. «Organische Architektur», wie der Star-Architekt dies nennt. Es entstand eine Natur-Oase, völlig eingebettet in die Bergwelt Südtirols.



Die Natur als Vorbild hatte auch der Top-Designer Matteo Thun beim Planen des exklusiven Vigilius Mountain Resort, dem 5 Sternehotel in Südtirol.

Design-Trends von morgen:

**Urig: Der Stil der Gemütlichkeit.**

Design-Code: authentisch, ursprünglich, echt, ehrlich, entspannt, schlicht, regional.

**Opulenz: Die Rückkehr von Glanz und Gloria.** Design-Code: edel, luxuriös, Bühne, gross, Europa.

**Topleger: Home-Style statt Hotel-Style.** Design-Code: unkompliziert, lässig, respektvoll, modern, heimelig, kreativ, freundschaftlich.

**Supercool: Die Inszenierung des Designs.** Design-Code: kraftvoll, mächtig, Show, anmutig, hip, global.

**Ökosign: Der neue grüne Lebensstil.** Design-Code: natürlich, echt, frisch, reduziert, harmonisch, begreifbar.

**Moodig: Die Stimmung bestimmt die Ästhetik.** Design-Code: reduziert, variabel, wechselhaft, leicht, urban.

*«In Zukunft  
setzen sich Styles in Hotels durch,  
die sowohl globalen  
als auch lokalen Charakter beweisen.»*

# HOSPITALITY SUMMIT EIN LEUCHTTURM FÜR DIE BRANCHE

Bernt Maulaz

7. – 8. SEPTEMBER 2021



**Bernt Maulaz**

Leiter Vermarktung, Verkauf  
und Kommunikation  
Mitglied der Geschäftsleitung

 **HotellerieSuisse**

HotellerieSuisse führt neu einen Beherbergungskongress für die gesamte Branche durch. Der Hospitality Summit wird jährlich stattfinden, und die VDH unterstützt den Hospitality Summit in der Trägerschaft.

Das vergangene Jahr hat die Beherbergungsbranche mit noch nie da gewesenen Herausforderungen konfrontiert: Hotel- und Gastrobetriebe waren von Schliessungen, massivsten Umsatzeinbussen, Liquiditätsengpässen und Planungsunsicherheit betroffen. Und nun steckt die Schweiz mitten im zweiten Lockdown. Umso wichtiger sind nun Strategien, um am Erfolg anzuknüpfen, um innovative und nachhaltige Angebote zu schaffen und aufzuspüren, wohin sich der Tourismus

und die Hotellerie entwickeln könnten. Um diesen Diskurs zu fördern, hat HotellerieSuisse den Hospitality Summit lanciert, der in Zukunft jährlich stattfinden wird. Ursprünglich war die erste Durchführung im Juni 2021 geplant. Bedingt durch die aktuell unsichere Situation, wird der Summit nun auf den 7. und 8. September 2021 verschoben. «Der Schweizer Beherbergungskongress wird zu einem jährlichen Fixpunkt für unsere Mitglieder, Partner und Zulieferer und zu einem

## Hospitality Summit am 7. und 8. September 2021

Die VDH unterstützt den Hospitality Summit als Trägerin und engagiert sich für einen starken Anlass. Sie bringt sich zudem aktiv in die Programmgestaltung ein und unterstützt die Veranstaltung ideell und inhaltlich.

Die Teilnehmenden können sich auf ein qualitatives Programm mit hochkarätigen Referentinnen und Referenten freuen. Erste Programmschwerpunkte werden ab Februar 2021 kommuniziert.

**Mitglieder der VDH profitieren von äusserst attraktiven Vorzugskonditionen bei den Tickets.**

**Der Ticketverkauf startet im März 2021 auf [hospitality-summit.ch](https://hospitality-summit.ch).**

**Reserviere das Datum schon jetzt!**

*«Ein Mix aus Aktualität, Relevanz, Qualität sowie überraschende Inhalte sollen dazu beitragen, dass der Summit für Entscheidungsträger der Branche zum Fixpunkt auf der Agenda wird.»*



Leuchtturm für die Branche werden», sagt Andreas Züllig, Präsident von HotellerieSuisse.

#### **Bestehende Events bündeln und neu aufgleisen**

Der Hospitality Summit, der sich in erster Linie an Entscheidungsträger richtet, ist nicht einfach ein weiterer Event, sondern bündelt und ersetzt bisherige, bis anhin übers Jahr verstreute Veranstaltungen von HotellerieSuisse – so etwa den Tag der Hotellerie und den Hotelmarketingtag. Auch die Sommerdelegiertenversammlung von HotellerieSuisse soll künftig im Rahmen des Hospitality Summits stattfinden (ab 2022). Weiters wird mit der Galaveranstaltung «Hotelier des Jahres» auch ein gesellschaftlicher Höhepunkt geboten. HotellerieSuisse will mit dem Hospitality Summit Aktualität, Relevanz und Qualität bieten. So werden sich Keynote-Referate und moderierte Podien relevanten Fragestellungen widmen. Die Referenten

und Gäste werden einerseits nationale und internationale Profis aus der Hospitality-Branche sein, andererseits aber auch Persönlichkeiten aus anderen Bereichen. Break-out-Sessions vertiefen die Themen. Daneben wartet der Event mit verschiedenen Gefässen zum Wissenstransfer auf. Nicht zu kurz kommen werden dabei die Gelegenheiten für Austausch und Networking. «Der Hospitality Summit wird relevante Themen in Bezug zur aktuellen Situation aufnehmen», sagt Claude Meier, Direktor von HotellerieSuisse. Gemeinsam mit der SGH wird mit dem Finanzforum auch ein Schwerpunkt bei Finanzierungs- und Investitionsfragen gelegt.

#### **Auf eine breite Trägerschaft abgestützt**

Um den Event in der Branche zu verankern, ist dieser auf eine breite Trägerschaft abgestützt. «Es freut uns ausserordentlich, bereits fixe Zusagen seitens der VDH – Vereinigung diplo-

mierter Hoteliers-Restaurateure, der École hôtelière de Lausanne, der Hotelfachschule Thun, der HOTELA, der SGH sowie von Schweiz Tourismus zu vermelden», sagt Claude Meier. Zudem übernimmt das SECO das Patronat über die Veranstaltung.

#### **Hospitality Summit findet in der modernsten Halle statt**

Eine solch identitätsstiftende Veranstaltung braucht einen entsprechenden Rahmen. Dafür hat HotellerieSuisse mit der «Halle 550» in Zürich-Oerlikon eine Location gewählt, die aus dem Gewöhnlichen heraussticht. Der Standort punktet zudem mit bester Anbindung an den ÖV und sehr guter Erreichbarkeit für den Individualverkehr.



**HotellerieSuisse**

**HOSPITALITY  
SUMMIT2021**

hospitality-summit.ch

# WER KANN VDH-MITGLIED WERDEN UND WELCHE VORTEILE ERWARTEN VDH-MITGLIEDER

Bericht von der Geschäftsstelle

Elisabeth Erber

## DIE VDH-MITGLIEDSCHAFT

Mitglieder der VDH sind die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen des Unternehmerseminars bzw. des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement. Sie zeichnen sich durch eine unternehmerische Haltung aus und sind sich ihrer exklusiven Möglichkeiten bewusst. Als Vorbilder setzen sie Zeichen in der Branche und engagieren sich für ihre Visionen und Ideen.

Seit 50 Jahren fördert die Alumni-Vereinigung einen aktiven Meinungs- und Erfahrungsaustausch sowie den wichtigen Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Als VDH-Mitglied ist man berechtigt, neben dem Titel «dipl. Hotelière SHV» / «dipl. Hotelier SHV» (für Absolventen des Unternehmerseminars) bzw. «dipl. Hotelmanagerin NDS HF» / «dipl. Hotelmanager NDS HF» (für Absolventen des NDS HF Hotelmanagement) die Bezeichnung «Mitglied VDH/AHD» anzuhängen, welches ein Zeichen von Exklusivität darstellt.

DIESE VDH-EXKLUSIV-ANGEBOTE ERWARTEN DICH ALS VDH-MITGLIED ODER ALS VDH-KOMPETENZPARTNER



**htr – 50 % Rabatt bei Neuabschluss eines Abos oder Verlängerung des bestehenden Abos**

Die htr hotel revue informiert umfassend und kompetent über Themen aus der Hotellerie, Gastronomie und dem Tourismus. Die htr hotelrevue erscheint alle zwei Wochen und wird bequem nach Hause geliefert. Mit einem Abo der htr hotel revue hast du ausserdem Zugang zum E-Paper sowie zum Archiv auf [www.htr.ch](http://www.htr.ch) - der führenden Schweizer Newsplattform für die Branche.



### «Hotelier» Das Schweizer Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie für alle VDH-Mitglieder

Dank Kooperation zwischen VDH und Verlag Werd & Weber mit Chefredakteur Hans R. Amrein erhalten VDH-Mitglieder das Fachmagazin «Hotelier» sowie die Sonderausgaben kostenlos zugesandt.

Der Hotelier richtet sich an Kader und Management der Schweizer Hotellerie und Gastronomie und überrascht mit innovativen Themen, spannenden Porträts, interessanten Interviews und topaktuellen Beiträgen.



### Bezug der publizierten Diplomarbeiten zu branchenrelevanten Themen

Mit einem Promocode (erhältlich bei der Geschäftsstelle) haben VDH-Mitglieder Zugang zu allen bisher publizierten Diplomarbeiten. Ganz nach dem Motto: «Lernen von den Jungen» werden diese von VDH & Stiftung Hans Schellenberg in Zusammenarbeit mit HotellerieSuisse und Zustimmung der Autoren publiziert.



### Gratiseintritt an der ZAGG und IGEHO

Dank Sponsoring von VDH-Kompetenzpartnern erhalten VDH-Mitglieder bei der Teilnahme am VDH-Get-together ein Eintrittsticket bei den beiden bedeutendsten Messen der Hospitality-Branche in der Schweiz.



### Exklusive Vorzugskonditionen bei RE NOVIUM

Die Partnerschaft mit RE NOVIUM führt zu exklusiven Vorzugskonditionen für VDH-Mitglieder:

20% VDH-Rabatt auf alle Artikel im Shop über [shop.renovium.ch](http://shop.renovium.ch)

40% VDH Rabatt für individuelles Coaching nach Mass vor Ort/online (Restaurantservice, Bar, Barista, Sommelier, Mitarbeitermanagement)



### Jährlicher Geschäftsbericht mit Infos, Reportagen und News

Jährlich publiziert die VDH einen Geschäftsbericht mit vielen Beiträgen und Berichten der Mitglieder und News zu VDH, Mitglieder & Kompetenzpartner. Ausserdem erhalten VDH-Mitglieder die Möglichkeit einer vergünstigten Inserate-Schaltung.



### Teilnahme an der Mitgliederversammlung, diversen VDH-Get-together und Veranstaltungen während des Jahres

Ein massgeschneidertes Weiterbildungsprogramm und gesellschaftliche Anlässe - stets mit professionellem Hintergrund - ergänzen die vielfältigen Aktivitäten der Vereinigung. In der VDH trifft man Branchenkolleginnen und Kolleginnen, die mit ähnlichen Fragen und Herausforderungen konfrontiert sind, diskutiert neue Ideen und Projekte und setzt Trends und neue Massstäbe.

Alle aktuellen Angebote sind unter [www.vdh.swiss](http://www.vdh.swiss) im Blog VDH-Exklusiv zu finden.  
Bei Fragen wende dich direkt an die VDH Geschäftsstelle unter [welcome@vdh.swiss](mailto:welcome@vdh.swiss).



# Sorgenfrei sauber – die App hat's im Griff

**+ Flexibel**  
Für Wand- oder Untertischmontage.

**+ Sprachgenie**  
Dank 16 verfügbaren Sprachen, findet jeder sich umgehend zurecht.

**+ Hochkonzentriert**  
Weniger Gewicht, weniger Mühe – mehr Platz im Lager, mehr Freiraum.

**+ Sicher**  
integral 4PLUS macht Produktwechselungen unmöglich – mittels RFID-Technologie.

**+ Effektiv**  
Eine multiFILL-Patrone bringt bis zu 1.500 Körbe sauber – dank patentierter Rezeptur.



**integral  
4PLUS**

Mehr über unser  
integral 4PLUS System:  
Tel. 052 234 44 00



# BUCHEMPFEHLUNGEN

## «Strategisches Marketing in der Hotellerie»

Spätestens jetzt ist es an der Zeit, sich um die eigene Marke Gedanken zu machen, sich (neu) zu positionieren, das Betriebskonzept zu hinterfragen und den Marketingplan umzuschreiben. Das Hotelmarketingbuch «Strategisches Marketing in der Hotellerie» von Dr. Michael Betz & Dr. Philine Betz-Werner ist der passende Begleiter wäh-

rend dieser Arbeit. Dabei geht es in erster Linie um Gästebedürfnisse, Trends und Zukunftspotenzial. Die Pandemie hat den **Markt und das Marktumfeld verändert**. Das Buch bietet einen praxisorientierten Leitfaden, mit dem eigenständig und effizient ein neues professionelles und wirksames Konzept erarbeitet werden kann.



Autoren: Dr. Michael Betz & Dr. Philine Betz-Werner  
Herausgeberin: Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure  
ISBN: 978-3-033-06822-3  
Preis: CHF 79.– zzgl. Versand  
erhältlich unter [www.shop.vdh.swiss](http://www.shop.vdh.swiss)

## «Warum Sie Erfolg haben»

Wirtschaftliche Hochs und Tiefs, die Digitalisierung und neue Reisetrends verändern die Schweizer Hotellandschaft stetig, gleich bleiben jedoch Werte wie Gastfreundschaft und Teamgeist. In diesem Buch sprechen 30 prominente Schweizer Hoteliers über die Strategie, mit der sie ihr Hotel zum Erfolg oder durch Krisen geführt haben. Sie

berichten über ihre Rolle als Gastgeber und erzählen persönliche Geschichten und Anekdoten. Die Gespräche wurden im Laufe der vergangenen Jahre geführt und im Fachmagazin «Hotelier» publiziert. Sie erscheinen nun gesammelt in diesem Buch. Die Hotelier-Gespräche vermitteln Grundsätze und Wissen, das nach wie vor brandaktuell ist.



Autor: Hans R. Amrein  
ISBN 978-3-03818-251-1  
Preis: CHF 29.–  
erhältlich im Buchhandel



## «Chef de Rang»

Mit diesem Buch wird Einblick in das äusserst interessante Tätigkeitsfeld eines Chef de Rang gewährt. Es stellt den Gast ins Zentrum und veranschaulicht in beeindruckender Art und Weise die verschiedenen Tätigkeiten im Bereich Spezialservice.

Darüber hinaus erfährt man «hard facts» zu Marketing, Controlling, Qualitäts- und Mitarbeitermanagement. Mit diesem Wissen, gepaart mit Fleiss und Engagement, steht einer Top-Karriere in der Gastronomie somit nichts mehr im Wege.

Autoren: Daniel Thomet, Martin A. Erlacher u. a.  
Verlag: RE NOVIUM, Bern (CH)  
ISBN: 978-3-906121-33-8  
Preis: CHF 79.–  
erhältlich unter [www.renovium.ch](http://www.renovium.ch)

## VDH-KOMPETENZ- PARTNER

### BALMER-ETIENNE

#### Balmer-Etienne AG

Kauffmannweg 4  
6003 Luzern  
balmer-etienne.ch

#### André Egli

041 228 11 11  
info@balmer-etienne.ch



**Balmer  
Etienne**

### CHAMPAGNE NICOLAS FEUILLATTE

#### Champagne Nicolas Feuillatte

Chez Baur au Lac Vins  
Adlikerstrasse 272  
8105 Regensdorf  
www.nicolas-feuillatte.ch

#### Marc Rohrbach

079 129 19 18  
marc.rohrbach@nicolas-feuillatte.ch



### BAUR AU LAC VINS

#### H. Kracht's Erben AG

Adlikerstrasse 272  
8105 Regensdorf  
www.bauraulacvins.ch

#### Stephan Radloff

044 777 05 05  
stephan.radloff@balv.ch



### COM.CIERGE

#### COM.CIERGE GmbH

Hammergut 6  
6330 Cham  
www.comcierge.ch

#### Dominik Gisler

041 833 10 00  
info@comcierge.ch



**COM.CIERGE**  
MY HOTEL SOLUTION

### BECK KONZEPT

#### beck konzept ag

Gewerbezone 82  
6018 Buttisholz  
www.beck-konzept.ch

#### Roland Walker

041 929 68 88  
roland.walker@beck-konzept.ch



### E-GUMA

#### Idea Creation GmbH

e-guma Gutscheine- & Ticketsystem  
Walchestr. 15  
8006 Zürich  
www.e-guma.ch

#### Martin Gerber

044 500 54 00  
m.gerber@e-guma.ch



### BERNDORF LUZERN

#### Berndorf Luzern AG

Industriestrasse 15  
6203 Sempach Station  
www.berndorf.ch

#### Jürg Martin Stähli

041 259 21 21  
juerg.staehli@berndorf.ch



### ECOLAB SCHWEIZ

#### Ecolab Schweiz GmbH

Kägenstrasse 10  
4153 Reinach  
de-ch.ecolab.com

#### Marc Diener

079 846 87 69  
061 466 94 66  
marc.diener@ecolab.com



---

## ELIS (SUISSE)

### Elis (Suisse) AG

Grosswäscherei Domeisen AG  
Surbmatte 3  
5304 Endingen  
de.elis.com



### Claude Yves Stämpfli

056 426 11 66  
claude.staempfli@elis.com

---

## FELDSCHLÖSSCHEN

### Feldschlösschen Getränke AG

Theophil-Roniger-Strasse  
4310 Rheinfelden  
feldschloesschen.swiss



**FELDSCHLÖSSCHEN**

Part of the Carlsberg Group

---

### Patric Burkard

0848 125 000  
patric.burkard@fgg.ch

---

## GASTROCONSULT

### Gastroconsult AG

Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
www.gastroconsult.ch



### Enzo Pontoriero

044 377 54 47  
direktion@gastroconsult.ch

---

## HEINEKEN

### Heineken Switzerland AG

Obergrundstrasse 110  
6005 Luzern  
www.heinekenswitzerland.com



**Heineken®**

### Marc Moser

079 909 01 44  
marc.moser@heineken.com

---

## HERO

### Hero Gastronomie

Karl Roth-Strasse 8  
5600 Lenzburg  
gastro.hero.ch



**GASTRONOMIQUE**

---

### Urs Züttel

062 885 55 59  
gastro@hero.ch

---



# Einrichtungen mit Charakter

beck konzept ist der Spezialist für Raumeinrichtungen in Gastronomie und Hotellerie. Wir planen, entwickeln, gestalten, produzieren und montieren innovative Einrichtungselemente und fügen sie zu einem perfekt funktionierenden Ganzen zusammen. Nutzen und Freude unserer Kunden stehen dabei im Fokus.

## KÄLTERING

**Kältering AG**  
Bönigstrasse 9  
3812 Wilderswil  
www.kaeltering.ch

**Andreas Zolliker**  
033 826 16 61  
a.zolliker@kaeltering.ch



## RIVELLA

**Rivella AG**  
Neue Industriestrasse 10  
4852 Rothrist  
www.rivella.ch

**Urs Burri**  
062 785 41 11  
urs.burri@rivella.ch



## MIRUS SOFTWARE

**Mirus Software AG**  
Tobelmühlestrasse 11  
7270 Davos Platz  
mirus.ch

**Fabian Fingerhuth**  
081 415 66 88  
fabian.fingerhuth@mirus.ch



## SAVIVA

**Saviva AG**  
Bahnstrasse 20  
8105 Regensdorf  
www.saviva.ch

**Michael Käser**  
079 605 50 29  
michael.kaeser@saviva.ch



## PISTOR

**Pistor AG**  
Hasenmoosstrasse 31  
6023 Rothenburg  
www.pistor.ch

**Silvan Pfister**  
079 732 07 55  
silvan.pfister@pistor.ch



## SCHWOB

**Schwob AG**  
Kirchbergstrasse 19  
3401 Burgdorf  
www.schwob.swiss

**Manuel Küng**  
034 428 11 11  
manuel.kueng@schwob.ch



## TRANSGOURMET/ PRODEGA

**Transgourmet Schweiz AG**  
Lochackerweg 5  
3302 Moosseedorf  
www.transgourmet.ch

**Pascal Krebs**  
079 208 91 74  
pascal.krebs@transgourmet.ch



## SMITH & SMITH WINE COMPANY

**Smith & Smith Wine Company**  
Grubenstrasse 27  
8045 Zürich  
www.smithandsmith.ch

**Charly Teufen**  
079 233 75 34  
teufen@smithandsmith.ch



## SWISS SAFETY CENTER

**Swiss Safety Center AG**  
Certifications  
Richtistrasse 15  
8304 Wallisellen  
www.safetycenter.ch

**Heinrich Bieler**  
044 877 62 37  
heinrich.bieler@safetycenter.ch



## STEINFELS SWISS

**Steinfels Swiss**  
Division der Coop  
St. Gallerstrasse 180  
8404 Winterthur  
www.steinfels-swiss.ch

**Roger Nessensohn**  
052 234 43 13  
roger.nessensohn@steinfels-swiss.ch



**HOREGO****HOREGO AG**

Stampfenbachstrasse 117  
Postfach 177  
8042 Zürich  
www.horego.ch

**Adrian Maier**

044 366 50 46  
a.maier@horego.ch

**TOURISMUSCONSULT****Tourismusconsult**

Stadthausstrasse 41  
8400 Winterthur  
tourismusconsult.ch

**Sven Häberlin**

052 566 10 19  
sven.haeberlin@tourismusconsult.ch

**HOSPITALITY PROJECTS****D&D Hospitality****Projects GmbH**

Hammergut 6  
6330 Cham  
www.hospitalityprojects.ch

**Damien Rottet**

041 780 82 82  
damien.rottet@hospitalityprojects.ch



We know how.

**HUG****HUG AG**

Neumühlestrasse 4  
6102 Malters  
www.hug-foodservice.ch

**Thomas Sprenger**

041 499 75 75  
Thomas.Sprenger@hug-familie.ch

**GROHE****Grohe Switzerland SA**

Industriestrasse 18  
8604 Volketswil  
www.grohe.ch

**David Scheyhing**

079 432 09 71  
David.Scheyhing@Grohe.com

Pure Freude  
an Wasser

**JUHO NYBERG  
ARCHITEKTUR****Juho Nyberg Architektur GmbH**

Forchstrasse 30  
8008 Zürich  
www.juhonyberg.com

**Juho Nyberg**

044 273 67 35  
jn@juhonyberg.com



## WIR BEGRÜSSEN UNSERE NEUEN VDH-KOMPETENZPARTNER

**TOPCC****TopCC AG**

Schlachthofstrasse 12  
9015 St. Gallen  
www.topcc.ch

**Philipp Seiffert**

079 642 14 91  
Philipp.Seiffert@topcc.ch

**GSCHWEND GASTRO BAU****Gschwend AG Gastro-Bau**

Talackerstrasse 52  
3604 Thun  
www.gastrobau.ch

**Urs Hirschi**

033 334 22 33  
urs.hirschi@gastrobau.ch





WEISSBAD  
LODGE



hofweissbad  
— APPENZELL UND GESUNDHEIT —

# Entdecken Sie, was andere bereits lieben.

20%  
RABATT\*

Natürlich könnten wir hier von der einmaligen Natur schwärmen, die uns umgibt. Vom Kontrast zwischen den rauen Gipfeln, dem sanften Grün der Wiesen und dem seidig glänzenden Wasser zu unseren Füßen. Wir glauben aber, dass Sie diese Erfahrung selbst machen sollten. Und dass Worte ohnehin nicht wiedergeben können, was Sie hier erleben werden.

\*Buchungscod **«VDH2021»** | [hofweissbad.ch](http://hofweissbad.ch) | [weissbadlodge.ch](http://weissbadlodge.ch)  
Gültig für Aufenthalte bis 23.12.2021 (ausgeschlossen sind Feiertage)



VDH-Mitglieder erhalten einen Rabatt von  
20 % auf die Zimmerpreise.



Das Angebot ist gültig auf Anfrage und  
nach Verfügbarkeit.

Hotel Hirschen Wildhaus | Passhöhe | CH-9658 Wildhaus  
+41 71 998 54 54 | [www.hirschen-wildhaus.ch](http://www.hirschen-wildhaus.ch) | [info@hirschen-wildhaus.ch](mailto:info@hirschen-wildhaus.ch)

## VDH-KOOPERATIONSPARTNER

Institut für Marketing



Universität St.Gallen

  
HOTELIER  
DES JAHRES

# Hotelier

**RE NOVIUM**  
BILDUNG WIRKT

**htr hotelrevue**

## STRATEGISCHE NETZWERKPARTNER

 **HotellerieSuisse**



*Filigrano*  
COLLECTION 

Tartelettes für Profis.

[www.hug-foodservice.ch](http://www.hug-foodservice.ch)



## GUTSCHEINE ALS LIQUIDITÄTS-GENERATOR IN ZEITEN DES LOCKDOWNS

BestPractice@Corona



**e-guma**  
GUTSCHEIN- & TICKETSYSTEM

### Martin Gerber

Co-Founder & Managing Partner  
e-guma Gutschein- und Ticketsystem  
www.e-guma.ch

Mitte März 2020 traf uns die Ankündigung des Bundesrates über einen sofortigen Lockdown des gesellschaftlichen Lebens mit voller Wucht. Die meisten unserer über 900 Kunden stammen aus der Hotellerie und Gastronomie. Sie konnten von einem Moment auf den anderen nur noch Geschäftsreisende oder unfreiwillig gestrandete Gäste beherbergen. Auch die Restaurants in den Hotels waren von einem Moment auf den anderen für externe Gäste geschlossen; serviert werden durfte nur noch für die wenigen verbleibenden Übernachtungsgäste.

Wie lange dieser Zustand andauern sollte, war nicht absehbar, und die Aussicht auf fehlende Liquidität, mögliche damit verbundene Insolvenzen und das Schicksal tausender Mitarbeitender in der Hotellerie bereiteten uns grosse Sorgen und Kopfzerbrechen.

*«Positiv ist die Solidarität seitens der Gäste, welche über den Gutscheinkauf einen wertvollen Beitrag zur Liquidität der Hoteliers und Gastronomen leisten. Entscheidend dabei ist jedoch, dass die Gutscheine unkompliziert online gekauft und bezahlt werden können.»*

Gutscheine waren seit jeher Liquiditätsgenerator, ohne dass der Gast direkt vor Ort konsumieren muss. Die Print@Home-Funktion, d. h. der Gutscheinverkauf über einen Webshop auf der eigenen Website ohne jeglichen personellen Aufwand für den Anbieter, wird von den Gästen seit Jahren mehr und mehr genutzt und erleichtert den gesamten Verkaufsprozess enorm. Wie also konnten dauerhaft mehr Gutscheine verkauft werden? Der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg lag in der verbesserten und ausgebauten Kommunikation des Gutscheinangebots.

Um unseren Kunden die Kommunikation ihres Gutscheinangebots zu erleichtern, teilten wir über unseren Blog und über direkte Newsletter viele Tipps und Tricks, wie z. B. neben der idealen Verlinkung des Gutscheinshops auf der Website auch Social Media gekonnt in die Kommunikation einbezogen werden kann, und unterstützten mit eigens gestalteten Grafiken, über die unsere Kunden frei verfügen konnten. Jene von ihnen, die auf unser Anraten hin zudem auch die Tools unserer Software, bspw. Promoaktionen oder Spezialangebote, nutzten, wurden mit einem überdurchschnittlichen Gutscheinverkauf

und damit der notwendigen Liquidität belohnt.

900 von mehr als 30'000 Gastro- oder Beherbergungsbetrieben in der Schweiz konnten wir also bereits bei der verbesserten Kommunikation unterstützen und die helfende Hand reichen, sofern diese sie auch ergreifen wollten. Wie jedoch sollten die verbleibenden über 29'000 Betriebe unterstützt werden und auf das Thema Gutscheine hingewiesen werden? Der Schlüssel zum Erfolg lag in der verstärkten Zusammenarbeit mit Tourismusorganisationen oder grösseren Städten, die ihrerseits die Gutscheine verkaufen, besser kommunizieren und somit das lokale Gewerbe indirekt unterstützen sollten. Mit mehreren dieser Organisationen konnten wir ein übergreifendes Gutscheingeschäft aufbauen und innert kürzester Zeit über CHF 4'000'000.- liquider Mittel generieren, die an die Gewerbetreibenden ausbezahlt werden.

Projekte wie diese, wo ein zentraler Kommunikationskanal genutzt wird, der mehrere hundert Betriebe auf einmal bedienen und abdecken kann, wollen wir deshalb vermehrt umsetzen.

# STICHWORT CHANGE

BestPractice@Corona



Transgourmet stellte während des Lockdowns die Grundversorgung sicher.

Welche Erfahrungen Transgourmet/Prodega rund um die Corona-Pandemie und den Lockdown machte und welche Maßnahmen das Unternehmen in der Krise ergriffen hat, erfahren Sie von Pascal Krebs, Leiter Verkauf Belieferung.

## Pascal Krebs, das Jahr 2020 war von Herausforderungen geprägt. Wie denken Sie über die Corona-Pandemie?

Das Stichwort ist Change. Das Virus bringt uns alle dazu umzudenken, von Gewohntem abzuweichen, neue Wege und Formen zu wählen. Was gestern noch möglich war, wird morgen bereits wieder anders sein.

## Auf den ersten Lockdown im März 2020 war niemand vorbereitet. Welche Massnahmen hat Transgourmet/Prodega ergriffen?

Im Fokus stand der Schutz von Mitarbeitenden und Kunden. Sei dies durch umfassende Aufklärung und Umsetzung der Richtlinien für alle Anspruchsgruppen sowie die Aufrechterhaltung der Grundversorgung für Spitäler, Heime, Einsatzformationen wie Polizei, Zivilschutz und Armee. Nicht alle Kundensegmente waren von den Restriktionen gleich betroffen. Wir haben daher die Sortimente für Take-Away- und Delivery-Konzepte erweitert und deren Bestand erhöht. Bei Hygieneartikeln haben wir die Grundbedürfnisse sichergestellt, in der Belieferung den Mindestbestellwert halbiert und keine Restriktionen bei den Liefertagen gemacht.

## Was waren die größten Herausforderungen?

Auch wenn ein Pandemieplan bestand, zeigte sich relativ schnell, wo dieser im Feldtest Lücken aufwies. Wir waren innert kürzester Zeit mit vielen Themen und Fragen konfrontiert: Wie setzen wir die BAG-Richtlinien auf den Verkaufsflächen und in

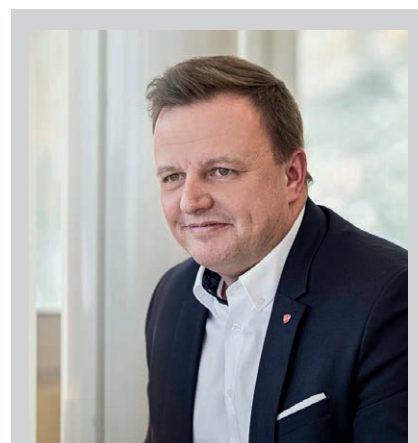
der Belieferung um, wie viel bestellen wir von was auf wann, was machen wir mit den aktuellen Beständen, wie sieht unser Liquiditätsmanagement aus, wie verhalten wir uns bezüglich der Debitorensituation, und wie gehen wir mit Ängsten und Sorgen unserer Mitarbeitenden und Kunden um? Viele rationale, aber auch emotionale Themen, die Geschick und Fingerspitzengefühl erforderten und es immer noch tun.

## Was ist Transgourmet/Prodega dabei besonders gut gelungen?

Wir haben es trotz der vielen Unsicherheiten geschafft, für Kunden wie Mitarbeitende ein verlässlicher Partner zu sein. Wir haben nach Ankündigung des nationalen wie auch bei diversen kantonalen Lockdowns bestellte Ware kompromisslos zurückgenommen resp. nicht ausgeliefert. Beim Restart im Mai 2020 haben wir viele Kunden mit unseren Spezialangeboten in der Belieferung und Abholung unterstützt. Dank der starken Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten konnten viele gute Lösungen gefunden werden.

## Man kann in außergewöhnlichen Zeiten nicht alles perfekt machen. Gab es auch «Schwachstellen»?

Die Kunst liegt bekanntlich darin, denselben Fehler nicht mehrmals zu machen. Die Lernkurve war steil, aber durchaus auch eine Bereicherung, da immer wieder wechselnde Situationen neue Lösungen forderten, geistige Agilität war und ist gefragt. Dank der regelmässigen Pandemie-Meetings



**TRANS GOURMET  
PRODEGA**

**Pascal Krebs**  
Leiter Verkauf Belieferung  
Transgourmet/Prodega  
[www.transgourmet.ch](http://www.transgourmet.ch)

konnten wir schnell auf wechselnde Situationen eingehen und entsprechend reagieren.

«Gemeinsam  
schaffen wir das.»

## Welche Wünsche haben Sie an die Branche?

Unsere Branche braucht Fokus und Perspektive. Alle, die sich in der Wertschöpfungskette befinden, freuen sich wieder auf mehr Planbarkeit und Beständigkeit. Ich wünsche mir aber auch, dass der Wert der Partnerschaft stark bleibt. Wir von Transgourmet/Prodega sind für unsere Kundinnen und Kunden da.

«Miteinander statt gegeneinander bewährte sich während der Krise im Vertrieb noch mehr.»



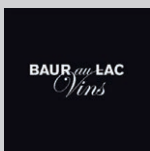
## GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER

BestPractice@Corona



**Stephan Radloff**

General Manager  
Baur au Lac Vins  
[www.bauraulacvins.ch](http://www.bauraulacvins.ch)



In dieser ausserordentlichen Zeit entstanden bei uns und auch bei Produzenten und Lieferanten neue Ideen, kreative Projekte, aber auch besorgniserregende Gedanken, die nach einer neuen, geeigneteren Ausrichtung suchten.

Dies war auch der Fall bei den renommierten spanischen Starwinzer-Gebrüdern Álvaro und Rafael Palacios, die mehrere Weingüter in Spanien besitzen und hinterfragten, ob sie bei ihren aktuellen Importeuren in den richtigen Händen liegen. Manche der Bodegas/Produkte waren bereits Bestandteil des Portfolios bei Baur au Lac Vins, Denz Weine und einem weiteren Händler. Im Spätsommer beschlossen wir, mit Denz Weine den gemeinsamen Import und die Generalvertretung für alle Bodegas der Álvaro und Rafael Palacios Weingüter, die bereits

bestens in der Schweiz eingeführt waren, zu übernehmen. Damit komplettieren wir und Denz Weine das Spaniensortiment mit Spitzenweinen aus den Weingebieten Bierzo, Priorat, Rioja Oriental und Valdeorras/Galicien und repräsentieren die Bodegas Palacios Remondo, Álvaro Palacios, Descendientes de J. Palacios und Rafael Palacios. Die Brüder Álvaro und Rafael Palacios entstammen der riojanischen Weinbaufamilie Palacios Remondo und haben beide voller Elan und Tatendrang den traditionellen Weg von Winzern eingeschlagen. Sie sind renommierte ihres Fachs, die die spanische Weinlandschaft prägen, mit viel Können und Leidenschaft Weine kreieren und weltweit hoch



Rafael Palacios

prämiert und geschätzt sind. Darunter sind z. B. die Spitzenweine L'Ermita und La Faraona als auch das «weisse Meisterstück» As Sortes und O Soro aus der seltenen nordspanischen Rebsorte Godello.

Wir möchten gemeinsam mit dem Premium-Weinpartner Denz Weine die Generalvertretung erfolgreich in der Schweiz vorantreiben, denn gemeinsam sind wir stärker und nachhaltiger und können die Auswirkungen einer Krise besser abfedern. Durch den gemeinsamen Import fühlen sich die Winzer im qualitativen und im quantitativen Vertrieb sicher und in den richtigen Händen. Wir möchten durch die partnerschaftliche Generalvertretung ganz klar den Fokus auf den Vertrieb sowohl in der Gastronomie als auch im Weinfachhandel setzen. Die Positionierung der Weine der Familie Palacios soll langfristig ihren Vorstellungen und Werten voll und ganz entsprechen.



Álvaro Palacios

Bereits nach wenigen Monaten zeichnet sich in dieser Krise der Erfolg der Entscheidung ab, sodass wir künftig weitere «joint forces» ins Auge fassen möchten.

# ERFOLG AUCH IN SCHWIERIGEN ZEITEN – RESTAURANTUMBAU WÄHREND LOCKDOWN

BestPractice@Corona



**beck  
konzept** **k**  
Räume in Form bringen

**Roland Walker**

Leiter Planung Verkauf  
Vorsitz der Geschäftsleitung Mitinhaber  
beck konzept ag  
www.beck-konzept.ch

*«Der Hirschen ist ein Paradebeispiel, was mit guter Organisation, bester Zusammenarbeit, positiver Einstellung und dem nötigen Engagement alles möglich ist.»*

Gefragt, getan. Nur zwei Tage später hämmerten, schliffen und schreineren die lokalen Handwerker schon fleissig im «Gasthof zum Hirschen».

Ein Projekt dieser Grösse innerhalb von nur zwei Tagen um mehrere Monate vorzuziehen, ist eine Herkulesaufgabe. Betriebsintern war beck konzept mit der Planung weit fortgeschritten und konnte sehr gut auf den Kundenwunsch eingehen, lediglich die Beschaffung der Materialien und Produkte benötigte ihre Zeit. Die grösste Herausforderung bestand darin, alle externen Handwerker in diesem kurzen Zeitraum mit ins Boot zu holen. Denn die Arbeitsabläufe auf der Baustelle greifen wie Zahnräder bei einem Uhrwerk ineinander: Alle müssen im gleichen Takt ticken, damit ein reibungsloser Ablauf entstehen kann. Klare Kommunikation und Transparenz waren gefragt. Als Ergänzung zur detaillierten Organisation wurden die Erfahrungen und das Fachwissen aller Beteiligten einbezogen. Die Handwerker auf der Baustelle arbeiteten miteinander, waren proaktiv und versuchten, über ihre Fachgebiete hinauszudenken. Unter Einhaltung der behördlichen Corona-Massnahmen gelang man schlussendlich gemeinsam zum Ziel.

Für das Bauprojekt war der Lockdown kein Nachteil – im Gegenteil: Durch die angeordnete Schliessung des Restaurants hatte man für den ganzen

Umbau mehr Zeit zur Verfügung, als zu Beginn geplant. So konnten Arbeiten ausgeführt werden, die am Anfang aus Zeitgründen nicht eingeplant werden konnten. Beispielsweise konnte beim Bodenbelag die ganze Unterkonstruktion erneuert werden, wo ursprünglich aufgrund des gedrängten Terminplans bloss eine Aufbereitung des Deckbelags angedacht war.

Der Hirschen ist ein Paradebeispiel, was mit guter Organisation, bester Zusammenarbeit und Engagement alles möglich ist. Dank der fortgeschrittenen Planungsphase sowie der bereits behördlich bewilligten Änderungen konnten wir unverzüglich auf den Kundenwunsch reagieren und mit der Ausführung beginnen. Wir sind stolz auf die gute Zusammenarbeit und schauen gerne auf die spannende Zeit zurück. Dieses Projekt hat uns gelehrt, trotz Digitalisierung den persönlichen Kontakt zu allen Projektbeteiligten zu suchen und stets eine grosse Flexibilität an den Tag zu legen.

Heute zeigt sich das Lokal urchig-modern und lädt zum Verweilen ein. Die verwendeten Hölzer strahlen eine wohlige Wärme aus, welche durch das Lichtspiel der indirekten Beleuchtung ein gemütliches Ambiente verleiht. Herzlichen Dank, liebe Familie di Roma, dafür, dass ihr trotz Lockdown den Mut nicht verloren und gemeinsam mit uns den Umbau gemeistert habt.

In der malerischen Landschaft oberhalb von Flawil ist der «Gasthof zum Hirschen» eingebettet. Ein Betrieb mit Tradition, welcher von der Gastgeberfamilie di Roma geführt wird. Auf der ZAGG 2018 lernte beck konzept die aktive Familie kennen. Die Chemie passte von Anfang an. Noch im selben Jahr begann die Planung des Umbaus der Gaststube, der Bar und des Eingangsbereichs. Neben den funktionalen und gestalterischen Schwerpunkten forderten speziell der Brandschutz und die Fluchtwegsituation die Planer heraus. Aus diesem Grund wurden auch die Behörden schon früh mit einbezogen. Im März 2020 entschied sich die Familie di Roma schliesslich für eine Sanierung während der Sommerferien. Kurze Zeit später kam der Lockdown.

Für Familie di Roma war das kein Grund, tatenlos herumsitzen. Kurzerhand folgte ein Anruf bei beck konzept mit der Frage: «Ist es möglich, mit dem Umbau sofort zu starten?»

# MIT ZUVERSICHT AN DER ÜBER 120-JÄHRIGEN HOTELGESCHICHTE WEITERSCHREIBEN

BestPractice@Corona



Quelle: htr/Corinne Glanzmann



**Stephan JJ. Maeder**  
Zyklus 21

**Carlton-Europe Vintage Adults Hotel**  
Bernensis Hotel AG  
Höheweg 92-94  
3800 Interlaken  
[www.carlton-europe.ch](http://www.carlton-europe.ch)



## «Stars only – unter dem Interlakner Sternenhimmel träumen»

2021 wird Stephan JJ. Maeder mit seiner Bernensis Hotel AG das 20. Jubiläum feiern. Diese Firma hat damals die «Villa Europe» in Interlaken Ost erworben und ständig um- und ausgebaut. Im Januar 2006 kam das Hotel Carlton dazu, welches ebenfalls inkl. dem heutigen urchigen «Oberländer Wellnessdörfli» sanft renoviert wurde. Bis 2016 wurden die beiden alt-ehrwürdigen Hotels durch einen unauffälligen, moderneren Annex-Bau verbunden und mit Empfang, Bankettsaal sowie Apartments und einer Einstellhalle ergänzt. In all den Jahren hat Stephan JJ. Maeder ständig und mit viel Sorgfalt die gepflegten alten Häuser weiter renoviert und ausgebaut. Seit 2019 positioniert sich das «Carlton-Europe Hotel» als eines der ersten Erwachsenenhotels in der Schweiz, das Gäste ab 16 Jahren herzlich willkommen heisst.

Im schwierigen Jahr 2020 hat Stephan JJ. Maeder mit einem erfolgreichen Crowdfunding das Weiterbestehen seines Hotels und somit der Arbeitsplätze gesichert. Weiters wurde der Mahlzeitendienst im Ort auf sieben Tage ausgeweitet, und auch das Outdoor-Schlafen auf der Dachterrasse wurde zum Erfolg.



Aufgrund all dieser Anstrengungen wurde Stephan JJ. Maeder im November mit dem «Milestone Corona-Sonderpreis 2020» ausgezeichnet.



Fotos zVg vom Carlton-Europe Hotel

# DIE HOTELLERIE HILFT SICH UNTEREINANDER DURCH AUSTAUSCH VON LERNENDEN

BestPractice@Corona



**Jan Stiller**

Zyklus 35

Lenkerhof gourmet spa resort  
Badstrasse 20  
3775 Lenk im Simmental  
www.lenkerhof.ch

**Das 5-Sterne-Superior Lenkerhof gourmet spa resort** liegt an der Lenk im Simmental BE, inmitten von intakter Natur, imposanten Bergen und kraftvollen Gewässern. Seine Geschichte begann vor 330 Jahren mit einem Badehaus und der hoteleigenen Balmenquelle. Die bewegte Vergangenheit wurde in der heutigen Innenarchitektur des 2000 m<sup>2</sup> grossen Wellnessbereichs «7sources beauty & spa» spannend umgesetzt. Das Haus ist Mitglied von Relais & Châteaux, der exklusiven Vereinigung von Hotels und Spitzenrestaurants, deren Delegationsvorsitz für die Schweiz und Liechtenstein Jan Stiller innehat. Das Lenkerhof gourmet spa resort umfasst neben 83 Zimmern und Suiten eine Meeting- und Event-Infrastruktur, drei Restaurants – darunter das Gourmetlokal Spettacolo –, eine Terrasse, Bar und Lobby, eine Cigar Lounge sowie einen Weinkeller.

Die Corona-Situation zwingt Stadthotels zu Teilschließungen. Berghotels helfen aus. Lehrlinge aus Winterthur und Luzern durften zur Überbrückung in den Lenkerhof im Berner Oberland. Ein gelungenes Experiment.

In der Stadthotellerie herrscht eine Art Winterschlaf. Wegen Gästemangel haben viele Hotels durch den erneuten Teil-Lockdown nun sicher noch bis Ende Februar geschlossen. Keine einfache Situation für die Mitarbeitenden, vor allem für Lernende, die durch die Corona-Pandemie blockiert und frustriert sind.

Einige Hotels wurden daher aktiv und helfen sich gegenseitig aus: Das Fünfsternehotel Lenkerhof im Berner Oberland etwa reagierte auf Hilferufe aus der Stadt und nimmt Lernende aus anderen Betrieben auf. Zum Beispiel aus dem Art Deco Hotel Montana, das seit dem 3. Januar bis mindestens Mitte Februar geschlossen ist. Die Hoteldirektorin Miriam Böger sagt: «Wir freuen uns, dass der Lenkerhof während der Zeit unseres «Lockdowns» Lernende von uns aufnimmt und weiter ausbildet.» Gleich drei Jugendliche aus dem Montana durften ab Januar für einen sechswöchigen «Arbeitsausflug» in die Berge. Auch im Lenkerhof ist man glücklich darüber. «Wir hatten über die Festtage und den Jahreswechsel alle Hände voll zu tun und konnten Unterstützung brauchen», sagt Direktor Jan Stiller.

Daher hatten über die Festtage bereits vier Lernende aus dem Parkhotel Winterthur einen zweiwöchigen «Stage» im Lenkerhof absolviert. Dabei kann es auch vorkommen, dass ein «Gast-Lernender» in einer «fremden» Abteilung eingesetzt werde, so Stiller, wobei dies in Abstimmung mit dem Ausbildungsplan geschehe und

die Lernenden natürlich immer von Ausbildnern und Fachkräften begleitet würden.

## **Erfahrungs- und Mehrwerte für die Ausbildung**

Die vier Winterthurer Lernenden sind inzwischen wieder heimgekehrt. Philipp Albrecht, Direktor vom Park Hotel Winterthur, zieht ein positives Fazit. Einerseits habe man «Manpower» zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort einsetzen können, andererseits seien die vier Lernenden mit vielen neuen Erfahrungen aus dem Lenkerhof zurückgekehrt. Albrecht: «Wir konnten mit dieser Tauschaktion gleich zwei Ziele erreichen.»

Selina Marty (16), angehende Restaurantfachfrau EFZ im 2. Lehrjahr im Park Hotel Winterthur sagt: «Ich habe die Chance, in einem Fünfsterne-Luxushotel arbeiten zu dürfen, spontan ergriffen. So eine Gelegenheit bekommt man nicht alle Tage. Etwas nervös war ich anfangs schon, habe aber durch den gut organisierten Empfang schnell an Sicherheit gewonnen.» Tim Theus (17), angehender Hotelkommunikationsfachmann EFZ im 1. Lehrjahr im Hotel Montana in Luzern ergänzt: «Weil wir ein Ganzjahresbetrieb sind, hätte ich nie damit gerechnet, dass ich mal einen Teil meiner Lehre in einem anderen Hotel absolvieren würde. Die sechs Wochen hier im Lenkerhof will ich voll aufsaugen und möglichst viele Erfahrungen sammeln, von denen ich künftig sicher profitieren kann.»

*Lenk im Simmental, 15. Januar 2021.*

# VDH-MEMBER NEWS



**Dietmar R. Wertanzl**  
Zyklus 15



**CMI - Leisure Management**  
4770 Biscayne Blvd, PH-D  
Miami, FL 33137  
United States of America

President & CEO

Von den Alpen auf die hohe See  
Denkwürdige Gastfreundschaftserlebnisse schaffen,  
und ein internationaler Kulturbotschafter werden

Stellen Sie sich vor, Sie stellen Kreuzfahrtschiffe bereit, die in so weit entfernten Gebieten wie der Nordwestpassage, Grönland und der Antarktis operieren, während Sie ein gehobenes und unvergessliches Erlebnis mit regionalen Gerichten bieten und das Hospitality-Angebot für Marken anpassen, die eine breite Palette von Nationalitäten tragen, von Deutschen und Dänen, an Amerikaner, Australier und Chinesen.

Dies ist die große Aufgabe des Experten für Kreuzfahrtgastronomie CMI Leisure Management, dem in Miami ansässigen Unternehmen, das Expeditions- und Boutique-Kreuzfahrtunternehmen schlüsselfertige Management- und Konzessionsdienste anbietet.

Das Unternehmen verwaltet derzeit den gesamten Hotelbetrieb für zwölf Schiffe - Ocean Endeavour, Ocean Diamond, Ocean Adventurer, Sea Spirit, Ocean Atlantic, Victory I und II, Ocean Victory, Greg Mortimer, World Odyssey, Ocean Explorer, Ocean Odyssey für die Besatzung. Diese Schiffe, die nur ein paar hundert Gäste pro Fahrt befördern, können regelmäßig in Island, in den eisigen Gewässern rund um den Nord- und Südpol, in den Großen Seen Amerikas und in einigen wärmeren Gegenden gesehen werden.

CMI Leisure Management bietet an Bord umfassende Lösungen für den Hotelbetrieb, darunter Speisen und Getränke, Haushalt, Verwaltung, Speisesäle, Personalwesen, Wellnessangebote und vieles mehr. Während das Unternehmen das komplette Servicepaket anbietet, kann es Kunden auch mit modularen oder segmentierten Ansätzen unterstützen.

*«Das Wissen, das ich vom Zyklus 15, mit Abschluss 1989, gewonnen habe, hat mir geholfen, schnell auf die Unternehmensebene des Hotelmanagements zu gelangen. Es gab mir ein starkes Fundament, auf dem ich aufbauen konnte, wofür ich bis heute dankbar bin.»*



Dietmar ist ein wirklich internationaler Reise- und Hotelfachmann mit einem breiten Erfahrungsspektrum, das sich auf Betrieb, Vertrieb, Marketing, Personalwesen, Kundendienst, Finanzen, F & B, Unterhaltung und darüber hinaus erstreckt. Bevor er das Ruder bei CMI Leisure Management in 2015 als Präsident & CEO übernahm, war er Executive Vice President bei FleetPro Ocean Leisure, der in Miami ansässigen Schiffsverwaltungsgesellschaft, die sich schließlich zu CMI Leisure Management entwickeln sollte.

Zu den bisherigen Erfolgen gehört die Tätigkeit als Präsident & CEO der damals größten amerikanischen Kreuzfahrtlinie Cruise West mit neun Expeditionsschiffen.

COO für Tauck, den Premium-US-Reiseveranstalter, er war außerdem Senior Vice President für Flottenbetrieb bei Celebrity Cruises und Geschäftsführer von Celebrity Expeditions, der Boutique-Abteilung.

Zuvor war Dietmar Senior Vice President für Hotelbetrieb bei Crystal Cruises, der weltweit am meisten ausgezeichneten Luxuskreuzfahrtlinie, und hatte mehr „World's Best“ -Auszeichnungen erhalten als jede andere Kreuzfahrtlinie, jedes Hotel oder Resort in der Geschichte.

Aufenthalte an Reiseveranstaltern wie der Royal Viking Line, der Norwegian America Line und anderen renommierten Hotels in der Schweiz und Österreich veranschaulichen den Umfang seines Fachwissens.

Der Wettbewerb, sagte er, nimmt aufgrund der wachsenden globalen Popularität und Neugier für Expeditionskreuzfahrten zu. Um seine Position als Lieferant der Wahl zu behaupten, beabsichtigt CMI Leisure Management daher, in das größte Kapital des Unternehmens zu investieren - die Mitarbeiter.

„Eine Priorität für uns ist definitiv die Investition in die Talententwicklung innerhalb unserer Crew“, betonte Wertanzl. „Auch die Entwicklung unserer Systeme; Wenn wir die neuesten Systeme haben, verschafft uns dies auch einen Wettbewerbsvorteil.“

„Das Gastgewerbe ist in hohem Maße ein auf Menschen ausgerichtetes Geschäft. Ich sage immer: "Mit Menschen, durch Menschen, für Menschen". Hier müssen wir investieren, wenn das Geschäft internationaler wird.“

„Glocal wird für uns immer wichtiger. Als solches müssen wir bei allem, was wir tun, kreativ sein, genau wie bei unserer kulinarischen Präsentation. Es geht darum, das richtige Fachwissen und Know-how zu haben.“



# VDH-MEMBER NEWS



**Urs Hirschi**  
Zyklus 35



**Gschwend AG Gastro-Bau**  
Talackerstrasse 52  
Postfach  
3604 Thun  
[www.gastrobau.ch/de](http://www.gastrobau.ch/de)

Sparring Partner und Lösungsfinder

**Hotelfachschule Thun**  
Mönchstrasse 37  
3602 Thun  
[www.hfthun.ch](http://www.hfthun.ch)

Referent Mitarbeiter- und  
Unternehmensführung,  
Betriebsplanung und Care Gastronomie

## Engagiert, stets neugierig und vielseitig unterwegs

Nach rund 20 Jahren als aktiver Gastgeber entschied sich Urs Hirschi anfangs 2018 vertiefter in die Welt der Gastronomiefachplanung und Gesamtkonzeptionen einzutauchen. Bei H PLUS S Gastronomiefachplanungen konnte er sich fundiert in die neuen Themen einarbeiten. Insbesondere die konzeptionellen Aufgabenstellungen und Analysen hatten es ihm angetan. Die Zusammenarbeit in Projektteams, die Materie der Architektur sowie die planerischen Aspekte prägten seinen Arbeitsalltag positiv. Der direkte Kontakt mit Menschen war und ist Urs Hirschi sehr wichtig.

An der Hotelfachschule Thun und bei Careum Weiterbildung, wo er als Referent seit über 9 Jahren tätig sein darf, findet ein für ihn sehr wertvoller Austausch statt.

Anfangs 2021 wechselte er zu seiner heutigen Arbeitgeberin, der Gschwend AG Gastro-Bau in Thun. Die inhabergeführte Unternehmung besticht durch den «Blick auf das Ganze» und bietet der Branche alles aus einer Hand an von der Ausarbeitung einer Geschäftsidee, über die Konzeptionierung und Gestaltung bis hin zur Ausführung und Inbetriebnahme. Die Umsetzung der Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden stehen im Mittelpunkt. Die Lösungsfindung ist dabei stets das Ziel.

*«Die guten Vibes & Beats aus dem NDS-Studium schwingen bis heute nach. Und das tagtäglich! Ich wurde inspiriert, angeregt und mit viel praxis-tauglichem Wissen bereichert. Mein Netzwerk hat sich seit dem Abschluss zu einem für mich sinnstiftenden, nachhaltigen und persönlichen Gut entwickelt.»*

**Gschwend AG Gastro-Bau**

Wir schaffen Erlebnisswelten



Talackerstrasse 52  
Postfach  
3604 Thun  
T +41 (0)33 334 22 22  
F +41 (0)33 334 22 20



[www.gastrobau.ch](http://www.gastrobau.ch)

# VDH-MEMBER NEWS



**André Hüsler**

Zyklus 21

**ah-konzept**  
für Hospitality und Retail

**ah-konzept GmbH**  
Eschenfeldstrasse 6  
6312 Steinhausen  
[www.ah-konzept.ch](http://www.ah-konzept.ch)

Partner von:

**LAGALANTE  
HÜSLER  
PARTNER**

**Lagalante Hüsler + Partner AG**  
(ehemals Lagalante Group AG)  
Kapellgasse 6  
6004 Luzern  
[www.lh-partner.com](http://www.lh-partner.com)

mit Freude, mit Leidenschaft, mit Verantwortung -  
gemeinsame Ziele erreichen

André Hüsler absolvierte nach der Lehre als Koch die Hotelfachschule Lausanne und war anschliessend sechs Jahre als Hoteldirektor in Davos tätig. 1998 erfolgte der Wechsel zu Mövenpick Canada. Als Projektleiter begleitete er die Expansion des erfolgreichen Marché-Konzeptes nach Montreal und Boston. Nach Abschluss der Eröffnung in Boston wurde André Hüsler als Director of Operations Marché CH/GB/A in das Mövenpick Head Office in Adliswil berufen. Von 2004 bis 2021 war er für die Migros Gruppe in verschiedenen Führungsfunktionen und Unternehmungen tätig – unter anderem als Leiter Gastronomie bei der Migros Aare und dem Migros-Genossenschaftsbund und als Mitglied der Geschäftsleitung der Migros Luzern. Die letzten acht Jahre leitete André Hüsler als CEO der Saviva AG den Bereich Gastronomie Grosshandel der Migros Industrie. Zudem ist er Mitglied in diversen Verwaltungsräten.

Seit 1.1.21 ist André Hüsler Inhaber von «ah-konzept – für Hospitality und Retail» und seit Januar 2021 auch Partner und Teilhaber der Lagalante Hüsler & Partner AG (ehemals Lagalante Group AG), einer führenden Beratungsboutique für Immobilien- und Unternehmenstransaktionen im Bereich Hospitality und Retail.



**Die Lagalante Hüsler & Partner AG ist die führende Beratungsboutique für nachhaltig erfolgreiche Unternehmens-, Immobilien- und Standorttransaktionen im Bereich Hospitality und Retail in der Schweiz.**

Lagalante Hüsler & Partner begleiten den Verkauf von Hotel- und Gastronomiebetrieben von A-Z oder suchen den geeigneten Pächter/Mieter für ihre Hospitality- oder Retail-Immobilie. Sie unterstützen auch die Suche nach einer geeigneten Nachfolgelösung für Ihre Unternehmung.

*«Meine langjährige Erfahrung als Führungskraft in der Hotellerie, Gastronomie und im Handel in Kombination mit den wertvollen Aus- und Weiterbildungen (unter anderem auch das NDS) sind die Basis dafür, den Schritt in die unternehmerische Eigenständigkeit mutig anzugehen.»*

# VDH-MEMBER NEWS



**Thomas Strebel**  
Zyklus 38



**zumkehr hotelforsale ag**  
Bernastrasse 25  
CH-3800 Interlaken  
[www.hotelforsale.ch](http://www.hotelforsale.ch)

Stellvertreter des Geschäftsführers

## Vom Gastgeber zum Spezialist für den Verkauf von Gastronomie- und Hotelimmobilien

«Es ist nicht der typische Weg, um in die Immobilienbranche einzusteigen, aber mit dem NDS-Hotelmanagement-Diplom war er der geeignete Kandidat für unser Immobilienberatungsbüro», sagt Jürg Zumkehr, Inhaber und Geschäftsführer der «zumkehr hotelforsale ag».

Es bringt grosse Vorteile, wenn man sich in und mit Hotels auskennt. Zum einen hat er ein gutes Verständnis für die Anliegen und die Denkweise der Hoteliers auf der Verkäuferseite; zum anderen kann er einem potenziellen Käufer beratend zur Seite stehen, um für dessen Konzept das geeignete Hotel zu finden. Es ist sein Bestreben, den richtigen Käufer zu finden, mit dem das zu verkaufende Hotel oder Restaurant eine optimale Zukunft hat.

Getreu der VDH-Charta ist Thomas Strebel bestrebt, sich weiterzubilden und laufend neues Wissen anzueignen. Momentan absolviert er berufsbegleitend ein Diploma of Advanced Studies in Immobilienmanagement an einer Schweizer Fachhochschule.

*«Das NDS gab mir die Möglichkeit, viele interessante Berufsleute kennenzulernen. Mit der Mitgliedschaft im VDH habe ich ein grosses Netzwerk innerhalb der Hotellerie, welches mir bei meiner täglichen Arbeit zugutekommt.»*



# VDH-MEMBER NEWS



**Peter Niederberger**

Zyklus 26



**Getränke Lussi AG**  
6370 Oberdorf NW  
www.getraenkelussi.ch

**Aschwanden Persi AG**  
6460 Altdorf UR  
www.apwein.ch

Verkaufsberater und Wine Consultant  
peter.niederberger@getraenkelussi.ch

Innovation wird live gelegt – Bier, Most, Schnaps, Fondue, Schokokugeln

Peter Niederberger durchlief, wie es so schön heisst, die klassische Gastronomie-schule: Angefangen mit der Kochlehre, folgten anschliessend die Servicelehre sowie ein Praktikum an der Rezeption. Mit diesem Wissen schloss er 1989 die Wirteschule in Luzern ab. Mit einem gefüllten Rucksack an Wissen und Können ging es in die weite Welt hinaus. Unter anderem in das «Post Hotel» in Lake Louise. Bei einem ehemaligen Arbeitgeber bekam er die Möglichkeit, das Unternehmerseminar zu absolvieren, das er dann im Jahre 2000 (Zyklus 26) abschloss.

Nach Jahren in der Gastronomie sowie in der Hotellerie fand er eine weitere grosse Leidenschaft im Weinhandel, der er bis heute treu bleibt. Seit August 2020 arbeitet Peter Niederberger nun als Verkaufsberater und Wine Consultant bei Getränke Lussi AG in Oberdorf sowie bei Aschwanden Persi AG in Altdorf.

## Getränke Lussi AG, Oberdorf NW und Aschwanden Persi AG, Altdorf UR

Beide Firmen sind in der Innerschweiz weitherum bekannt für ihr vielfältiges Angebot im Bereich Wein, Spirituosen, Bier, alkoholfreie Getränke und Most. Eigenprodukte haben einen grossen Stellenwert.

### Ganz neu im Sortiment sind:

- **OHA** – unser Orangenmostbier
- **AMBER** – unser Frauenliebling
- **Migis' Fondue** – unser Bierfondue mit Migi Bräu
- **Migi's Murmeln** – unsere mit Edeldestillaten gefüllten Schokokugeln
- **Migi Bräu Limited Edition** – unser Doppelbock-Bier
- **MiGin** – unser erster Gin aus Nidwalden



**OHA** mixt den Sommer auf «frisch fruchtig und frech». Das Orangenmostbier ist seit Juli 2020 im Sortiment!



**AMBER**, das fünfte Bier, wurde am Tag des Schweizer Bieres 2020 vorgestellt: «frisch, süsslich und süffig»!

*«Meine Erfahrungen aus dem US/NDS kann ich tagtäglich im Unternehmen anwenden. Was mir aber noch größeren Nutzen bringt, ist das Netzwerk, das daraus entstanden ist und auf das ich immer wieder gerne zurückgreife. Also eine absolute Win-win-Situation!»*



«Sablier» – ein Restaurant mit eigenem Flughafen

**Es ist der Ort der Superlative, welcher neue Massstäbe setzt in Sachen Gastronomie.** Ein gastronomisches Angebot und Gastfreundschaft auf höchstem Niveau – damit begeistert das «Sablier» Reisende und Einheimische. Auf dem Dach von «The Circle» am Flughafen Zürich werden die Gäste mit französischer Küche und einem einmaligen Ambiente verwöhnt.

«Wenn alle Rädchen reibungslos ineinandergreifen, dann ist das Gastronomie, wie wir sie planen.»

*«Im NDS verbinden sich Fach- und Sozialkompetenz mit unternehmerischem Denken und Handeln. Meine Begeisterung für die Gastronomie wurde hier gefördert. Das Erlernte war Basis für meinen beruflichen Werdegang und begleitet mich noch heute in meinem Projekt- und Schulungsalltag.»*

# VDH-MEMBER NEWS

Es sind die Begegnungen mit Menschen, die das Leben lebenswert machen

## Wissen vermehrt sich, wenn man es teilt

Nach seinen Lehr- und Wanderjahren als Koch war Jürg Luginbühl für den Gastronomiebereich eines Seminarhauses zuständig. Das Unternehmerseminar Zyklus 20 hatte ihm aufgezeigt, wie viel in Menschen steckt. Mit dieser Motivation engagierte er sich in der Bildungsabteilung von SV Schweiz für Fach- und Führungskurse. So konzipierte er auch den Lehrgang zum eid. dipl. Leiter Gemeinschaftsgastronomie. Als Erwachsenenbildner AEB verfügt er über diverse Lehrmandate.

Die Themen Konzepte, Betriebslogistik, Planung, Bau rückten in den Fokus. Beim Gastronomiefachplaner promaFox AG war er Projektleiter für Konzeptentwicklung und begleitete zahlreiche Restaurants. Der nächste Schritt führte ihn zu Eldora AG, wo es darum ging, Planung und operative Betriebsführung in Einklang zu bringen.

Seit einem Jahr ist er Partner und Projektleiter bei Flückiger Food Systems GmbH, ein spezialisiertes Unternehmen für die Beratung, Planung und Realisierung von Gastronomieprojekten. Die vier Partner verfügen über ein breites Gastronomie-Know-how sowie Know-how für Analyse und Coaching der operativen, logistischen und wirtschaftlichen Betriebsprozesse.

Stets aber bleiben für Jürg Luginbühl die Menschen im Mittelpunkt. Jedes Projekt ist einzigartig, aber nur gemeinsam gelingt es, erfolgreich zu sein.



**Jürg Luginbühl**  
Zyklus 20

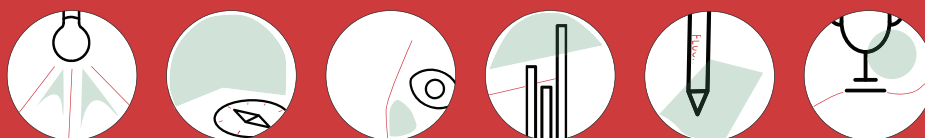


**FLÜCKIGER**

**Flückiger Food Systems GmbH**  
Europa-Strasse 17  
8152 Glattbrugg  
www.flueckiger-fs.ch

Partner und Projektleiter

**Flückiger Food Systems GmbH**  
Gastronomie-Erfolg. Beratung. Planung. Realisierung.




flueckiger-fs.ch

Man kann einen Menschen nichts lehren; man kann nur helfen, es in sich selbst zu entdecken.




Bereits Galileo Galilei hatte erkannt, dass Ideen Zeit brauchen, um zu reifen. Gespräche, Workshops und Schulungen helfen mit, die Gedanken zu sortieren und neue Lösungen zu entwickeln. Nur gemeinsam erarbeitete Ergebnisse werden von allen beteiligten Personen mitgetragen.

# VDH-MEMBER NEWS



**Sven Erik Briseid**  
Zyklus 42



**Sunstar**  
SWISS HOTEL COLLECTION  
\*\*\*\*\*  
GRINDELWALD

**Sunstar Hotel Grindelwald**  
Dorfstrasse 168  
CH-3818 Grindelwald  
[www.grindelwald.sunstar.ch](http://www.grindelwald.sunstar.ch)

Direktor

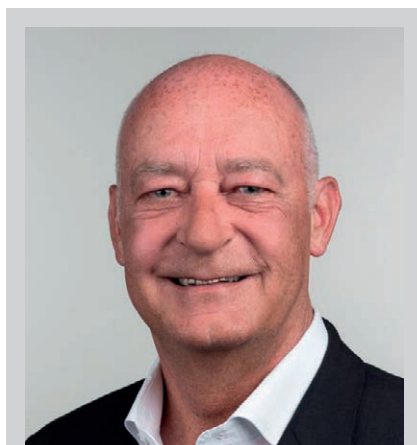


## Wenn der Eiger ruft

Sven Briseid (38 Jahre, verheiratet, 2 Kinder) ist in Interlaken aufgewachsen und als Doppelbürger (Schweiz/Norwegen) von Kindesbeinen an interkulturell unterwegs. Er stammt aus einer Hoteliers-Familie und atmete bereits in jungen Jahren im elterlichen Betrieb den Duft der internationalen Hotellerie. Das „Hotelier-Gen“ hat er im Blut. Sven Briseid konnte sein Know-how in diversen Ausbildungen manifestieren (u. a. Abschlüsse als „eidg. dipl. Hotelier-Restaurateur“ HF und dipl. Hotelmanager NDS HF). Er durchlief diverse Stationen in der Hotellerie, bevor er als Miteigentümer, Managing Director und Verwaltungsrat 2007 im «City Hotel Oberland» (192 Zimmer) einstieg. Nach dem erfolgreichen Verkauf des Hotels war Sven Briseid weiterhin als General Manager verantwortlich. Nach abgeschlossenem Umbau und der damit verbundenen Neupositionierung lockt ihn nun der Blick auf den Eiger nach Grindelwald. Ab 1. Februar 2021 wird er die Direktion des 4-Sterne-Wellnesshotels «Sunstar» in Grindelwald übernehmen. Das Hotel verfügt über 218 Zimmer und Suiten und zeichnet sich besonders durch die einmalige Panoramalage mit freiem Ausblick auf die berühmte Eigernordwand, Wetterhorn und First aus.

*«Mit dem NDS-Studium wurde mir nebst dem vermittelten Fachwissen eine gesunde Reflexion auf mein tägliches Tun und Handeln ermöglicht. Diese Erfahrung war für meine berufliche und persönliche Weiterentwicklung sehr wertvoll.»*

# VDH-MEMBER NEWS



**Andreas Leemann**  
Zyklus 21

**senevita**  
Oberhalden

**Senevita Oberhalden**  
Oberhaldenstrasse 1/3  
9032 Engelburg  
www.senevita.ch

**senevita**  
Wisental

**Senevita Wisental**  
Wisentalstrasse 3/5  
9030 Abtwil  
www.senevita.ch

Geschäftsführer

Mit Leidenschaft für und mit Menschen arbeiten

## Vom Hoteldirektor zum Geschäftsführer von zwei Pflegeheimen

Andreas Leemann durchlief eine klassische Laufbahn in der Gastronomie und Hotellerie. Nach erfolgreich abgeschlossener Kochlehre begannen seine Wanderjahre durch verschiedene Betriebe als Koch und Kellner. Bei Mövenpick startete er als Praktikant und hat sich später im Catering und HR ein breites Wissen angeeignet. Die erste Geschäftsführerstelle nahm er im Alter von 29 Jahren im St. Galler Rheintal an. Während dieser Zeit absolvierte er auch das NDS, Zyklus 21. Der Abschluss dieser Weiterbildung öffnete ihm die Türen für viele interessante Positionen in namhaften Unternehmen. Ab 2002 arbeitete er 16 Jahre als Vize-Direktor und Leiter HR der Gastronomieabteilung des «Grand Casino Baden» und «Kongresszentrum Trafo Baden». 2018 eröffnete er als Geschäftsführer das «Hotel ibis Baden Neuenhof» und positionierte es erfolgreich am Markt. Aufgrund der Pandemie wechselte er im Juli 2020 zu Senevita und übernahm als Geschäftsführer die beiden Pflegeheime «Senevita Oberhalden» mit 38 Pflegezimmern und 7 Alterswohnungen und «Senevita Wisental» mit 57 Pflegezimmern und 12 Alterswohnungen in Gaiserwald SG.



Der Wechsel von der Hotellerie zum Geschäftsführer zweier Pflegeheime war ein interessanter und herausfordernder Schritt, welchen er mit grossem Engagement annahm. Trotz mehreren Parallelen sind die Unterschiede dieser beiden Berufswelten gross. Die Gäste erleben ihren letzten Lebensabschnitt im Heim und bedürfen der besonderen Pflege und Aufmerksamkeit durch das Team. Die Arbeitskultur ist geprägt durch die Fürsorge der Bewohner. Der Arbeitsalltag des Geschäftsführers wird bereichert durch den Kontakt zu Angehörigen, Ärzten und Behörden. Andreas Leemann freut sich, zusammen mit seinem Team die beiden Heime aufzubauen und zum Erfolg zu führen.

*«Das NDS hat mir die Türen und Tore zu vielen interessanten Betrieben und Positionen geöffnet.»*

# VDH-MEMBER NEWS



**Vreni Eisele-Willmann**  
Zyklus 44

Inhaberin / Gastgeberin

Verena's B&B Guesthouse  
Haltenmatte 23, 6072 Sachseln  
[www.verenasguesthouse.ch](http://www.verenasguesthouse.ch)

## Die schönsten Geschichten schreibt das Leben

### Die Spätberufene

Als Vreni Eisele 2017 den Zyklus 44 des NDS startete, sagte sie halb scherzhaft in der Vorstellungsrunde, dass Sie immer ein bisschen später dran sei als die anderen und löste bei den Teilnehmern ein belustigtes Lächeln aus. Tatsächlich gehörte Sie zu den Spätberufenen, die im Alter von ü50 noch eine

Ausbildung startete. Sie gehört zu einer Spezies von Menschen, die alle 10 Jahre eine Berufsbildung abschliessen: Mit 20 die Kaufmännische Berufslehre, mit 30 die Hotelfachschule Luzern, mit 40 den IWB-Lehrgang für Finanz- und Rechnungswesen und mit etwas über 50 das NDS für Hotelmanagement.

### Chancen nutzen

Sie absolvierte eine erfolgreiche Karriere in Hotellerie und Gastronomie mit Stationen in der Schweizer Luxus- und Erstklass-Hotellerie. Dem Hotel Kreuz in Sachseln kommt eine spezielle Bedeutung zu, weil es bereits viermal Arbeitsplatz von Vreni Eisele war. Wechsel in der Geschäftsleitung zogen meistens Kündigungen nach sich. Und

doch kehrte sie nach Unterbrüchen immer wieder zurück. Mit der Ankündigung eines sich abzeichnenden Liegenschafts-Verkaufes begann sich für sie das Karussell erneut zu drehen. In Gedanken sah sie sich schon im täglichen Stau stehen auf dem Arbeitsweg Richtung Luzern, Zug oder Zürich.

### Lieber später als nie

Dies scheint irgendwie der rote Faden in Vreni Eisele's Leben zu sein. Bei einigen Bekannten löste sie ein mitleidiges Kopfschütteln aus. «Was willst Du in deinem Alter noch mit einem eigenen Geschäft! Geh doch lieber in Pension

und genieße das Leben», worauf ihre Antwort war «Aber genau das tue ich doch. Ich genieße das Leben, indem ich meinem Wunsch nach einem eigenen Geschäft verwirkliche». So hat sich der Kreis vorerst geschlossen.

## Verena's

BED & BREAKFAST GUESTHOUSE



VDH-Mitglieder erhalten einen Rabatt von 20 % auf Übernachtung mit Frühstück.  
Infos unter <https://www.verenasguesthouse.ch> oder Email an [welcome@verenasguesthouse.ch](mailto:welcome@verenasguesthouse.ch)

### Einen Volltreffer gelandet

Per Zufall entdeckte sie im Herbst 2019 ein Inserat, in welchem ein Haus an bester Lage in Sachseln zur Miete ausgeschrieben wurde. Das war ihre Chance! Das villenartige Gebäude war perfekt für ihre Idee, daraus ein Bed & Breakfast mit sechs Gästezimmern zu machen. So entstand ein stilvolles, exklusives Gästehaus direkt am Sarnersee. Die Eröffnung war im April 2020, mitten im Lockdown von Covid-19. Nach einer erfolgreichen Sommersai-

son erfolgte ein herber Dämpfer mit der 2. Coronawelle. Aber ein gutes Fundament ist gelegt und einer erfolgreichen Zukunft steht nichts mehr im Wege. Aus aktuellem Grund bietet sie abends ein 3-Gang Tagesmenü an, was sehr geschätzt wird. Die drei Doppelzimmer und 3 Grandlit-Zimmer sind mit hochwertigen Betten ausgestattet und bieten einen hohen Schlafkomfort. Alle Zimmer verfügen über Fernsehen und diverse Annehmlichkeiten. Zwei gross-

zügige Badezimmer und 2 separate Gästetoiletten werden gemeinsam benützt. Die Gäste sind entzückt vom Stil und Einrichtung des Hauses mit kostenlosem WLAN. Das Frühstücksbuffet stösst auf grosse Begeisterung. Die zusätzlichen Aufenthaltsräume im Haus (Snack-Corner, Bibliothek mit Balkon, Home-Cinema, Garten-Pavillon) bieten viel Raum für Wohlfühl-Ambiente und Entspannung.

*«Durch den Abschluss des NDS für Hotelmanagement habe ich Zugang zu einem wertvollen Netzwerk von Gleichgesinnten aus Hotellerie und Gastronomie erhalten. Ich schätze es sehr, Erfahrungen und Know how auszutauschen.»*

# SAVE THE DATE

## Veranstaltungen 2021

Unternehmertalk mit Hans R. Amrein  
Donnerstag, 18. März 2021  
Zürich

VDH@Projektpräsentation der NDS-Studenten  
Freitag, 16. April 2021  
SEEDAMM PLAZA, Pfäffikon

Unternehmertalk mit Martin Volkart  
Donnerstag, 6. Mai 2021  
Solothurn

52. Mitgliederversammlung  
Montag, 14. Juni 2021

StadtFinden  
Sonntag, 22. - Montag, 23. August 2021  
Lugano

VDH@Hospitality Summit  
Dienstag, 7. - Mittwoch 8. September 2021  
Zürich

Fachausflug  
Sonntag, 24. - Dienstag, 26. Oktober 2021  
In- oder Ausland

VDH-Get-together@IGEHO  
Montag, 22. November 2021  
Basel

Weitere Informationen unter [www.vdh.swiss](http://www.vdh.swiss)

## WICHTIGE 2021 BRANCHENANLÄSSE

1. JULI, ZÜRICH



MEETINGS IN  
PERFECTION

7. - 8. SEPTEMBER, ZÜRICH



**HotellerieSuisse**

**HOSPITALITY  
SUMMIT2021**

[hospitality-summit.ch](http://hospitality-summit.ch)

# 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 Arbeiterteam.

## 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

**Herausgeberin**

Geschäftsstelle VDH | Lindenstrasse 2 | 8134 Adliswil  
welcome@vdh.swiss | www.vdh.swiss

**Design, Umsetzung und Print:**

www.rebelmarketing.ch

**Cover und Gestaltungskonzept**

www.brand-ideas.ch

**Stand**

Februar 2021





[www.vdh.swiss](http://www.vdh.swiss)