

Das Magazin zum
Hospitality Summit

2024



HotellerieSuisse

**HOSPITALITY
SUMMIT**

The space is yours.

Mercedes-Benz Vans freut sich, bereits zum vierten Mal Presenting Partner am Hospitality Summit gewesen sein zu dürfen. Entdecken Sie jetzt die attraktiven Flottenkonditionen von Mercedes-Benz Vans für HotellerieSuisse-Mitglieder.

Mercedes-Benz

Alle Infos zum
Flottenrabatt





Créer des perspectives et saisir les opportunités

La quatrième édition du Hospitality Summit a été couronnée de succès! L'ensemble de la branche de l'hébergement s'est à nouveau réuni pour échanger sur des thèmes d'actualité.

Nous sommes fiers d'avoir créé cet événement unique et d'aider ainsi nos membres et l'association à se rapprocher constamment de notre vision d'une branche de l'hébergement innovante et durable.

De la transformation numérique au développement durable en passant par les questions financières, le programme varié a offert un espace pour des discussions passionnantes entre les cadres, les leaders d'opinion et les donneuses et donneurs d'impulsions de la branche. Les aperçus visionnaires et les contributions des intervenantes et intervenants comme Annabella Bassler, Klaus Kobjoll ou le professeur Thilo Stadelmann ont invité à remettre en question les façons de penser existantes et à faire de la place à de nouvelles approches.

Après les débuts réussis de l'Education Day l'an dernier, nous avons cette année encore accordé une attention particulière aux collaboratrices et collaborateurs de la direction opérationnelle, qui ont participé activement aux sessions thématiques. Nous sommes également heureux d'avoir organisé avec succès le premier Career Day national d'HotellerieSuisse. Cette journée a permis à la relève, aux établissements d'hébergement et aux institutions de formation de nouer des contacts et d'échanger sur les possibilités de carrière et de formation.

Pour terminer, nous remercions toutes celles et tous ceux qui ont contribué à faire du Hospitality Summit l'événement exceptionnel de la branche qu'il est aujourd'hui: nos partenaires et leur soutien actif, nos invitées et invités, qui nous ont inspirés par leurs précieuses contributions, toutes les personnes qui veillent au bon déroulement du Hospitality Summit en coulisses, sans oublier les nombreux visiteurs et visiteuses, qui incarnent l'esprit unique du Hospitality Summit. Nous nous réjouissons d'ores et déjà de vous accueillir au prochain Hospitality Summit les 18 et 19 juin 2025 à Zurich-Oerlikon!

Martin von Moos, président d'HotellerieSuisse
Nicole Brändle, directrice d'HotellerieSuisse

Perspektiven schaffen und Chancen nutzen

Wir schauen auf eine erfolgreiche vierte Durchführung des Hospitality Summit zurück! Die gesamte Beherbergungsbranche ist erneut zusammengekommen, um sich über aktuelle Themen auszutauschen. Wir sind stolz darauf, diesen einzigartigen Anlass ins Leben gerufen zu haben und damit unsere Mitglieder und den Verband dabei zu unterstützen, unserer Vision einer innovativen und nachhaltigen Beherbergungsbranche stetig näherzukommen.

Von digitaler Transformation über Finanzthemen bis hin zu Nachhaltigkeit – das abwechslungsreiche Programm bot Raum für spannende Diskussionen unter Führungskräften, Meinungsmacherinnen und Impulsgebern der Branche. Visionäre Einblicke und Impulse von Referentinnen und Referenten wie Dr. Annabella Bassler, Klaus Kobjoll oder Prof. Dr. Thilo Stadelmann luden dazu ein, bestehende Denkmuster zu hinterfragen und neuen Ansätzen Raum zu geben.

Nach dem erfolgreichen Debüt des Education Day im letzten Jahr richteten wir auch bei der diesjährigen Ausgabe eine besondere Aufmerksamkeit auf die Mitarbeitenden des operativen Managements, welche an themenspezifischen Sessions aktiv mitwirkten. Darüber hinaus freuen wir uns, den ersten nationalen Career Day von HotellerieSuisse erfolgreich durchgeführt zu haben. Dieser Tag bot Nachwuchskräften, Beherbergungsbetrieben und Bildungseinrichtungen die Gelegenheit, in Kontakt zu treten und sich über Karriere- und Ausbildungsmöglichkeiten auszutauschen.

Zum Abschluss danken wir allen, die dazu beigetragen haben, dass sich der Hospitality Summit zu dem herausragenden Branchenevent entwickeln konnte, der er heute ist. Dazu gehören unsere Partner und ihre tatkräftige Unterstützung, unsere Gäste, die uns mit ihren wertvollen Inputs inspirierten, alle, die im Hintergrund stets für einen reibungslosen Ablauf sorgen, und nicht zuletzt die zahlreichen Besucherinnen und Besucher, die den einzigartigen Geist des Hospitality Summit verkörpern. Wir freuen uns bereits jetzt auf den nächsten Hospitality Summit am 18. und 19. Juni 2025 in Zürich-Oerlikon und Ihre Teilnahme!

Martin von Moos, Präsident HotellerieSuisse
Nicole Brändle, Direktorin HotellerieSuisse

2 Impressionen

Herzlich willkommen! Einblicke und Stimmungsbilder vom vierten Hospitality Summit.

7 Brennpunkte

Ökonom Klaus Wellershoff erklärt, wieso die Schweiz eine sichere Tourismusinsel ist. Antoine Hubert spricht über die Kooperation zwischen Gesundheitssektor und Hotellerie. Diskutiert wird auch die Frage, wie Frauen in der Gesellschaft besser sichtbar werden.

15 Finanzforum

Eine neue Erlebniswelt samt Hotel und Gastronomie schaffen: Dieses Abenteuer haben Brigitte und Marc A. Trauffer gewagt. Sie geben Einblick in Planung und Finanzierung.

19 Partner

Mehr als hundert Unternehmen und Organisationen präsentieren ihre Ideen und Produkte am Summit.

51 Hoteltechnologie

Die neuesten Entwicklungen in Sachen Revenue-Management, Digitalmarketing und Hoteltechnologie.

55 Meet & Greet

Spannende Einblicke in die Welt der künstlichen Intelligenz mit Experte Thilo Stadelmann.

64 Hotelier des Jahres

Die Brüder Claudio und Patrick Dietrich vom «Waldhaus» in Sils Maria wurden für ihren Mut ausgezeichnet, das Hotel auf der Grundlage von Geschichte, Tradition und Kultur konsequent in die Zukunft zu führen.

69 Aus- und Weiterbildung

Mitarbeitende sind das höchste Gut. An Anlässen wie dem Career Day, dem NextGen, Hospitality Camp und dem Education Day entsteht Raum für Austausch.

85 Swisscom Talks

Sieben Persönlichkeiten stehen Red und Antwort.

87 Netzwerk

Sehen und gesehen werden. Ein munteres Stelldichein auf dem roten Teppich.





Anstossen, analysieren, anbahnen, anbeissen, anbinden, anerkennen, anfreunden, anklopfen, animieren, ankündigen, ankurbeln, antizipieren und anvisieren – trifft sich die Branche, kommt viel ins Rollen.



Der Summit in Zahlen

Über 1400

Branchenprofis und zahlreiche junge Hospitality-Talente nahmen am diesjährigen Branchenkongress in der Halle 550 in Zürich-Oerlikon teil.

101

Podiumsgäste diskutierten am zweitägigen Summit über aktuelle Herausforderungen und lieferten neue Ansätze und Ideen zu brennenden Fragen.

5

Awards wurden am Hospitality Summit insgesamt vergeben: Gekürt wurde der Hotelier des Jahres, verliehen wurden der Special Award und die Ibex-Fairstay-Awards.

7

Side-Events umrahmten den Kongress, darunter der Career Day, das Tech-Forum powered by SHS, das SGH-Finanzforum und das NextGen. Hospitality Camp.

22

Gastroanbieter sorgten während des Hospitality Summit für das leibliche Wohl der Gäste.





Der Hospitality Summit ist wie ein grosses Klassentreffen: Zwei Tage mit vielen Freundinnen und Bekannten, gutem Essen und Unterhaltung, Wiedersehensfreude und «Weisch no»-Momenten. Dazu eine geballte Ladung Informationen und Referate.



swisscom



Mehr IT-Sicherheit für Ihr KMU.

Schenken Sie Ihrer IT mehr Liebe.

Gemeinsam bereit.



**«Je mehr wir
diskutieren und
uns unterstützen,
desto bessere
Leistungen können
wir unseren
Gästen bieten.»**

Carole Ackermann
Präsidentin EHL Stiftung und Holding

**«Wir sind stolz
darauf, dass wir
in der Schweiz die
tiefste Inflationsrate
haben.»**

Klaus Wellershoff
Ökonom und ehemaliger Banker

Brennpunkte

Welche wirtschaftlichen Herausforderungen kommen auf die Hotellerie zu? Was passiert, wenn alle nur noch in Teilzeitpensen arbeiten? Und wie gelingt es den Frauen, sichtbar zu werden und mehr weibliche Vorbilder zu schaffen? Hochkarätige Referentinnen und Gäste sprachen über aktuelle Themen und die brennendsten Fragen der Branche.



Mit grossem Interesse
hören sich die Teilnehme-
nden spannende Referate
und Diskussionsrunden an.

A middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt, is sitting on a green park bench. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a lush green park with trees and a building in the distance.

«Trend zu weniger Arbeitsstunden ist extrem stark»

Klaus Wellershoff ist einer der bekanntesten Ökonomen der Schweiz. Der Unternehmer, Professor und ehemalige Banker spricht über die Leistungsbereitschaft der westlichen Gesellschaften, altersspezifische (Hotel-)Angebote und die sichere Tourismusinsel Schweiz.

Gaston Haas

Klaus Wellershoff, wie würden Sie die wirtschaftlichen Herausforderungen für die Hotellerie 2024 beschreiben?

Es gibt ganz viele betriebswirtschaftliche Herausforderungen, die die Hotellerie unheimlich stark treffen. Das hat sehr viel mit den veränderten Kundengewohnheiten zu tun, mit der Digitalisierung oder der Technologisierung unseres Einkaufs. Das reicht von der Einkaufsplattform bis hin zur Frage, wie mein Angebot aussieht – Losgrösse eins.

Was meinen Sie damit?

Damit meine ich, dass jeder Kunde ein wahrhaftig individualisiertes Angebot erhält. Das geht mittlerweile unglaublich weit: Hotels experimentieren damit, dass der Kunde sein eigenes Menü zusammenstellen kann, inklusive Portionengrösse. Aber ich bin ja nicht vom Fach, ich bin nur fasziniert von solchen Entwicklungen.

Erzählen Sie von Ihrem Fach.

Mein Fach sind die grossen makroökonomischen Bewegungen, und da bleibt der Wechselkurs ein Thema. Wir sind stolz darauf, dass wir in der Schweiz mit Abstand die tiefste Inflationsrate haben in der aktuellen Episode. Das wird im Vergleich zu den wichtigen Nachbarländern so bleiben. Und damit müssen wir mit einer weiteren Aufwertung des Frankens rechnen.

«Wenn wir die Produktivität nicht in den Griff bekommen, haben die Menschen immer weniger Geld.»

Das geht mir jetzt ein wenig zu schnell.

Die Inflationsdifferenz ist wichtig. Wenn wir zwei Prozent weniger Inflation haben als das Ausland, dann wertet sich der Franken langfristig um zwei Prozent auf. Das ist eine der wenigen ökonomischen Theorien, die wirklich funktionieren. Interessanterweise ist sie auch die älteste – sie stammt aus dem 16. Jahrhundert. (lacht)

Was heisst das nun konkret für den Unternehmer?

Es bedeutet, dass wir mittelfristig mit 80 Rappen pro Euro und auch 80 Rappen pro Dollar rechnen müssen. Das wird eine grosse Herausforderung. Eine weitere Herausforderung ist die Frage nach den Fachkräften. Da sind wir mit mehreren groben Trends konfrontiert. Und hier meine ich explizit nicht die Demografie.

Sondern?

Das grosse Thema ist die Frage der Leistungsbereitschaft der arbeitsfähigen Bevölkerung.

Genau diese Frage hat in den vergangenen Wochen und Monaten in der Branche für heftige Diskussionen gesorgt.

Ich würde diese Diskussionen sehr ernst nehmen. Es sind ja nicht nur die Jüngeren, die weniger arbeiten wollen, uns Babyboomer geht es ja genauso. Der Trend zu tieferen Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen und aber dann – wenn man Vollzeit-äquivalent rechnet – auch zu weniger Arbeitsstunden pro Jahr ist extrem stark.

Ist das denn so schlimm?

Die Demografie ist vielleicht zu einem Prozent für die Abnahme der Erwerbsbevölkerung in den vergangenen sechs, sieben Jahren verantwortlich. Die Verkürzung der Arbeitszeit hingegen ist sicher um den Faktor vier bedeutsamer. Das ist ein Riesenproblem.

Bisher haben wir die fehlende Arbeitskraft durch Zuwanderung recht gut im Griff.

Durch Zuwanderung und durch höhere Teilnahme am Arbeitsmarkt, das stimmt. Die Beschäftigung ist auch deutlich schneller gewachsen als die Produktion. Wenn wir aber die Produktivität nicht in den Griff bekommen, haben die Menschen immer weniger Geld, um Dienstleistungen wie etwa Hotelübernachtungen zu kaufen.

Muss sich der Tourismus in der Schweiz Sorgen machen?

Ich glaube, die sichere Insel Schweiz wird für inländische Gäste weiter an Attraktivität gewinnen. Wir waren alle überrascht, wie sehr das während Corona durchgeschlagen hat. Aber auch die ausländischen Gäste sehnen sich nach einer heilen, sorgenfreien Welt. Diesen Bonus wird die Schweiz wohl auch künftig behalten. Wer Ferien von der kaputten Welt machen möchte, der wird in der Schweiz Ferien machen. Darauf kann der Ferientourismus bauen.

Glauben Sie, dass der demografische Wandel Auswirkungen hat auf Hotellerie und Tourismus?

Es gibt ja Nischen, in die ein Hotel reingehen kann. Altersspezifische Angebote mit Wellness, Kuren und medizinischen Dienstleistungen können durchaus funktionieren. Man sollte aber schon achtgeben, dass aus dem Hotel nicht plötzlich ein Krankenhaus wird. (lacht) Ein anderer Effekt des demografischen Wandels zielt auf die Diversität der Gäste.

Wie meinen Sie das?

Die Gesellschaften sind heute nicht zuletzt durch die Zuwanderung vielfältiger als früher. Nehmen Sie die Ärzteschaft als Beispiel. Das ist heute längst nicht mehr der alteingesessene Chefarzt, der seit Jahren im gleichen Hotel absteigt. Das sind Frauen und Männer aus Indien, aus Polen oder Portugal. Mit diesen sozio-demografischen Veränderungen muss

sich vor allem auch die Schweizer Hotellerie auseinandersetzen.

Wie sehen Sie die Zukunft der Luxus-hotellerie?

Dazu gibt es zwei Antworten. Die erste: Ich habe immer gedacht, Luxushotels seien so etwas wie Fussballklubs. Die kauft man sich, wenn man reich ist. Und dann macht man damit Verlust. Die zweite

«Die sichere Insel Schweiz wird für inländische Gäste weiter an Attraktivität gewinnen.»

Antwort: Es gibt löbliche Ausnahmen. Die können ganz klar davon profitieren, dass es eine immer grösser werdende Gruppe von sehr vermögenden Menschen auch in Ländern ganz weit draussen in der Welt gibt. Diese Leute sind neugierig, was die Welt angeht, und möchten in einem schönen Umfeld Zeit verbringen. Und an einem schönen Umfeld mangelt es uns in der Schweiz ja nicht.

Dann haben die familiengeführten Hotels, die nicht die gleichen Mittel zur Verfügung haben wie die grossen Luxushäuser, das Nachsehen.

Das sehe ich nicht so. Viele sehr wohlhabende Menschen sind selbst Unternehmer. Sie wissen, was es heisst, von Grund auf etwas aufzubauen. Deshalb denke ich, dass eine bewusste Positionierung als «Wir sind familiengeführt – so wie dein Unternehmen» durchaus erfolgreich sein kann.

Was würden Sie raten?

Ich bin kein Marketingexperte, aber es gibt zu diesem Thema zwei Weltsichten. Die eine ist die McDonald's-Sicht: Ich gehe immer an den gleichen Ort, weil ich weiss, dass ich dort immer das Gleiche bekomme. Von dieser Haltung profitieren die grossen Ketten. Und dann gibt es die zweite Haltung: Ich glaube an individuelle Unternehmen. Ich bin offen und neugierig. Kommt dazu: Wo entstehen denn neue Arbeitsplätze, wo entstehen neue Technologien? Zu Beginn fast immer in familiengeführten Unternehmen.

Darf ich fragen, wo Sie in der Schweiz Ferien machen?

Solange die Kinder klein waren, sind wir jahrelang nach Adelboden gefahren, in ein familiengeführtes Hotel. Und als die Kleinen dann grösser wurden, war Arosa unsere Destination. Aber mit vier erwachsenen Söhnen mit Schwiegertochter und Freundinnen haben wir auch schon ein Haus gemietet.

Das ganze Interview finden Sie online unter htr.ch.

Gleich starke Stimme für Frauen und Männer

Wie kann man im wirtschaftlichen Umfeld Geschlechtergleichheit, Vielfalt und Inklusion erreichen? Zwei Frauen in Kaderpositionen sprechen über ihre eigenen Erfahrungen, die Schlüsse, die sie daraus gezogen und die Initiativen, die sie ergriffen haben.

Artur Vogel



Carole Ackermann (EHL) und Annabella Bassler (Ringier) mit Moderatorin Maria Victoria Haas

Anzeige

Optimierte IT-Prozesse und personalisierte Erlebnisse für mehr Reisefreude



Besuchen Sie uns auf dem Hospitality Summit 2024 am 12. und 13. Juni 2024 in Halle 550 in Zürich Oerlikon und informieren Sie sich, wie Sie neue Perspektiven im Hotellerie- und Gastgewerbe schaffen können.
www.arubanetworks.com/de/solutions/gastgewerbe/

HPE aruba networking

Flemings Hotels verfügt über mehr als 30 Jahren an Hotellerie-Erfahrung – mit zehn Hotels und Immobilien in Citylage in Deutschland und Österreich.

Investition in die Zukunft. Die Strategie von Flemings Hotels ist es, den Gästen zu jedem Zeitpunkt ein personalisiertes Erlebnis zu bieten, während die Betriebsabläufe im Back-Office standardisiert werden.

Personalisierte Erlebnisse und durchgängig guter Service. Eine standardisierte und skalierbare Netzwerkarchitektur ermöglicht es den Flemings Hotels, ein Mindest-Service-Level für private wie auch berufliche Nutzer festzulegen. So lassen sich neue digitale Services nahtlos und sicher in allen Häusern einführen. Dies reicht von einem neuen Point-of-Sale-System bis zum Selbst-Check-In. Dabei haben Sicherheit und Datenschutz für die Fleming Hotels stets höchste Priorität.

Einheitliche Steuerung eines gesamten Netzwerks. Das Netzwerk von Flemings Hotels basiert auf HPE Aruba Networking. Es beinhaltet vom Zugriff bis zum Zentrum HPE Aruba Networking Central und Wi-Fi 6 mit einem kabelgebundenen Netzwerk, basierend auf den HPE Aruba Networking CX Switches. Der Zero Trust-Sicherheitsansatz

wird über HPE Aruba Networking ClearPass für die richtlinienbasierte Zugriffskontrolle sichergestellt. Dank des Zero Trust-Ansatzes zur Bereitstellung von Netzwerkkonfigurationen kann eine Aufgabe, die vorher Wochen gedauert hat, in wenigen Stunden durchgeführt werden. Mit Aruba HPE kann heute ein fünfköpfiges Team zehn Hotels verwalten.

„Unsere netzwerkbezogenen Support-Tickets sind bereits um 25 Prozent gesunken, und das Kunden-Feedback hat sich deutlich verbessert. Sie können jetzt beispielsweise in weniger als drei Minuten einchecken“, erklärt Alexander Gundlak, Vice President of IT, Flemings Hotels.

Langfristige Verbesserung des Gasterlebnisses. Die Flemings Hotels möchten auch weitere Innovationen rund um das Erlebnis für den Gast fördern, die jetzt aufgrund der neuen Netzwerkqualität möglich sind. Hierzu zählen beispielsweise weitere Ideen im Bereich der Gastgewerbe-Technologie rund um Energiemanagement, Orientierung, Sicherheit sowie das Erlebnis im Zimmer, die alle eine Verbindung zum Netzwerk benötigen.





Haas (v.l.).

Der Weg zur Geschlechtergleichheit ist lang und steinig und noch längst nicht zu Ende. Carole Ackermann, Präsidentin des Verwaltungs- und des Stiftungsrates der EHL Hospitality Business School in Lausanne, beschreibt die Realität so: «Die Mehrheit der Studierenden an der EHL sind Frauen.» In Führungspositionen sehe es dann ganz anders aus. «Ich glaube nicht, dass heute Frauen so viele Hindernisse in den Weg gestellt werden wie früher.»

Die Position der Frauen hat sich stetig verbessert: Noch nie waren so viele Frauen beruflich engagiert wie heute. Und es ist inzwischen gesetzlich verankert und steht ausser Diskussion, dass der gleiche Lohn bezahlt werden muss, wo gleiche Arbeit geleistet wird.

Doch bleibt die Sichtbarkeit der Frauen in der Öffentlichkeit bescheiden. Und dieser Mangel hat weitreichende Folgen: «Das fehlende Rollenmodell ist das grösste Hindernis», findet Carole Ackermann. Die fehlende Sichtbarkeit ist eine direkte Folge der mangelhaften Medienpräsenz von Frauen: Beiträge in

«Die Mehrheit der Studierenden an der EHL sind Frauen. In Führungspositionen sieht es dann völlig anders aus.»

Carole Ackermann

Schweizer Medien handeln zu 72 Prozent von Männern. Weltweit liegt der Anteil sogar bei 75 Prozent.

Frauen sichtbar machen und Vorbilder schaffen

Im international tätigen Medienhaus Ringier hat man diese Fehlfunktionen erkannt. Annabella Bassler, Finanzchefin der Ringier-Gruppe mit 140 Gesellschaften, hat deshalb vor knapp fünf Jahren die Initiative Equal Voice gegründet. Sie wird vom Verleger Michael Ringier und Ringier-CEO Marc Walder präsiert. Ziel ist es, Frauen in den Medien sichtbar zu machen und damit mehr weibliche Vorbilder zu schaffen. Dabei soll es nicht um Frauenquoten und Ähnliches gehen, sondern um die «Diversity of Minds», die auch für die wirtschaftliche Entwicklung und Prosperität unumgänglich ist. «Wir brauchen auch die Männer», betont Carole Ackermann.

«Als Finanzchefin liebe ich Daten und Zahlen», sagt Annabella Bassler. «Entsprechend wichtig war mir, dass unsere Initiative faktenbasiert ist. Wir haben deshalb einen Algorithmus entwickelt, mit dem wir messen, wie oft Frauen und Männer in unseren Publikationen zu Wort kommen – sowohl als Autoren und Autorinnen als auch als Personen, über die berichtet wird.» Das Unternehmen habe diesen Algorithmus von der ETH überprüfen lassen, um sicherzugehen, dass er höchste Standards erfülle. «Das war mir sehr wichtig, um auch international ein Potenzial zu haben, diese Initiative zu verbreiten.»

Kern der Initiative ist ein Messinstrument namens «Equal Voice Factor», mit dem mittlerweile 32 Medientitel in 7 Ländern den Gender Visibility Gap messen. Sie erreichen damit laut Bassler 50 Millionen Nutzerinnen und Nutzer.

Die ersten Erhebungen waren ernüchternd

Annabella Bassler musste sich zuerst selber positionieren und ihre eigene Rolle finden: «Am Anfang wollte ich nur die Erwartungshaltung der anderen erfüllen. Dann begann ich, mich selber einzubringen», erzählt sie, «und das macht Spass». Auf ihre Anregungen hin begann man bei Ringier mit Messungen. «Was gemessen wird, schafft Bewusstsein», findet sie. Die Ergebnisse dieser Erhebungen waren ernüchternd und führten schliesslich zur Initiative Equal Voice. «Es geht nicht darum, zu kämpfen», sagt die Ringier-Finanzchefin dazu. Equal Voice setze sich für die gleichberechtigte Sichtbarkeit von Frauen und Männern in den Medien ein. «Wir brauchen mehr echte und diverse Rollenmodelle, um die Realität abzubilden.» Damit Frauen das gleiche öffentliche Gewicht erhalten wie Männer, fordert Annabella Bassler die Medienschaffenden auf: «Suchen Sie Expertinnen, die man in den Medien darstellen kann!» So könne man «Frauen aufzeigen, dass es wirklich Frauen in Führungspositionen gibt», ergänzt Carole Ackermann.

Nicht nur die Darstellung in den Medien ist von grosser Bedeutung. Es gibt auch andere gewichtige Themen, die zum Ungleichgewicht der Geschlechter beitragen. «Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist schon bei Zwanzigjährigen ein Riesenthema», hat Carole Ackermann festgestellt. Sie warnt allerdings davor, «nur vom Arbeitgeber Flexibilität zu erwarten». An der Arbeitswelt sind alle beteiligt, Männer und Frauen, Arbeitgeberinnen und Arbeitnehmer.

«Equal Voice setzt sich für die gleichberechtigte Sichtbarkeit von Frauen und Männern in den Medien ein.»

Annabella Bassler

Am Podium «Frauen stärken, Gleichstellung fördern» traten folgende Expertinnen auf: Dr. Carole Ackermann, Präsidentin EHL Stiftung und Holding, und Dr. Annabella Bassler, CFO Ringier AG und Initiatorin von Equal Voice. Moderatorin war Maria Victoria Haas.

BE LOCAL PROUD

EIN UNGLAUBLICHES WASSER AUF DEM TISCH DER GROSSEN NAMEN DER GASTRONOMIE

Inspiziert von der Natur, erfindet die Schweizer, nachhaltige Premium Wassermarke BE WTR das Wasser, wie Sie es kennen, neu. Entdecken Sie ein Wasser mit einem subtilen Geschmack und einer seidigen Textur, das bereits von Spitzenköchen auf der ganzen Welt verwendet wird!

BE WTR™



Entdecken Sie BE WTR www.bewtr.com | GENEVA | ZÜRICH | STOCKHOLM | COPENHAGEN | HELSINKI | PARIS | DUBAI | SINGAPORE



beck
konzept



RAUM FÜR GROSSE IDEEN!

Innenarchitektur
für Hotellerie, Gastronomie, Ladenbau und Wohnraum



© Stefan Marquardt

brunner-group.com

brunner ::

HOTEL SPIDER

IHRE KOMPLETTLÖSUNG für den Online-Hotelvertrieb

STEIGERN SIE IHREN ONLINE-UMSATZ
MIT HOTEL-SPIDER



info@hotel-spider.com
hotel-spider.com
+41 22 518 43 67

«Se recentrer sur la qualité du produit et de l'accueil»

En moins de dix ans, Avis Victoria est devenu un acteur incontournable de l'hôtellerie suisse. A l'origine actif dans le domaine de la santé, le fondateur Antoine Hubert évoque les liens entre ces deux secteurs, à la fois similaires et complémentaires.

Antoine Hubert, qu'ont en commun les domaines de la santé et de l'hôtellerie?

Les deux secteurs se ressemblent sur beaucoup de points. Seuls la réglementation et les flux financiers diffèrent. Au niveau opérationnel, les clients sont les mêmes, seul le motif de séjour change. L'ambition d'Avis Victoria est d'offrir à notre communauté le plus de services à la personne, «d'investir pour une vie meilleure», dit notre slogan.

Profitez-vous de synergies entre vos deux pôles, santé et hôtellerie?

MRH Switzerland, notre filiale hôtelière, et Swiss Medical Network sont deux entreprises bien distinctes. Il n'y a pas de subventionnements croisés. Chaque entité doit fonctionner et s'autofinancer. Nous réalisons peu de synergies au niveau opérationnel, un peu au niveau de la clientèle et peut-être de l'achat groupé de produits d'hôtellerie, d'énergie...

«Dans nos cliniques, l'attention portée au client est fortement inspirée de l'hôtellerie»

Vous venez initialement du domaine de la santé. Pourquoi cet intérêt pour l'hôtellerie, initié en 2014 avec le rachat de la Victoria-Jungfrau Collection (VJC)?

Je me suis associé à l'entrepreneur français Michel Reybier en 2011 pour faire une OPA sur la société Avis afin d'en devenir les actionnaires majoritaires. Michel Reybier est actif dans l'hôtellerie depuis les années 2000. Dès qu'une opportunité s'est présentée dans ce domaine, nous nous sommes naturellement posé la question si cela pouvait nous intéresser. Sa présence et ses compétences dans l'hôtellerie nous ont poussés dans cette direction.

Que peut apprendre l'hôtellerie de la santé et inversement?

Mise à part la désinfection des chambres, l'hôtellerie n'a pas grand-chose à apprendre de la santé. On constate une médicalisation des spas avec des médecins qui viennent consulter pour des conseils esthétiques et d'hygiène de vie. L'hôtellerie peut s'inspirer de la santé

en proposant une alimentation plus équilibrée avec moins de graisse, de sucre, etc. A l'inverse, nous faisons en sorte que nos cliniques ressemblent de moins en moins à des hôpitaux. L'attention portée au client est fortement inspirée de l'hôtellerie.

Fait-il partie de votre stratégie de rendre vos hôtels plus «médicalisés»?

Ce n'est pas du tout notre volonté, à l'exception des spas de notre marque Nescens, spécialisée dans le traitement anti-âge. Il y a en effet une vraie demande du client pour des spas et des soins plus scientifiques. Trop d'hôteliers pensent qu'il suffit de poser une pancarte «spa médical» pour remplir leur établissement. C'est totalement utopique. Pour réussir dans l'hôtellerie, mieux vaut apprendre à servir des cappuccinos correctement, plutôt que de vouloir médicaliser son offre. Il est indispensable de se recentrer sur la qualité du produit et de l'accueil, compte tenu de la forte concurrence des destinations internationales.

Vous êtes devenu le premier groupe hôtelier à Zermatt, avec 300 chambres. Vous dites vouloir encore développer l'hôtellerie.

Quelles sont vos ambitions?

Nous visons un déploiement ciblé à l'international en partenariat avec Michel Reybier Hospitality, notamment sous la marque La Réserve. Le but est d'avoir une quinzaine d'hôtels de qualité, dans des destinations innovantes. En Suisse, et à Zermatt tout particulièrement, l'acquisition de restaurants d'altitude nous intéresse, tout comme

le développement de résidences hôtelières.

En bref

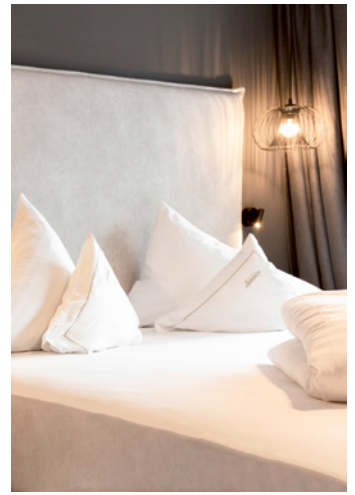
Antoine Hubert est fondateur et actionnaire majoritaire avec Michel Reybier de la société en participation Avis Victoria. Ils détiennent à eux deux 76% du capital. Actif dans l'immobilier, le Valaisan rachète en 2002 la Clinique de Genolier (VD). Il fonde en 2006 la société Avis et se spécialise dans le business des cliniques privées (21 à ce jour).

En 2011, Antoine Hubert s'associe à l'entrepreneur français Michel Reybier. La diversification dans l'hôtellerie intervient dès 2014 avec le rachat de Victoria-Jungfrau Collection. Le groupe gère sous la marque «Michel Reybier Hospitality» dix hôtels de luxe en Suisse et un à Londres. Il compte dans son portefeuille des adresses

mythiques, comme le Bellevue Palace à Berne, le Victoria-Jungfrau à Interlaken, La Réserve Eden au Lac à Zurich, le Schweizerhof et le Mont Cervin Palace, tous deux à Zermatt.



Self-made man:
Antoine Hubert.



DAS BESTE FÜR IHRE GÄSTE


Schlafconcept

 **HotellerieSuisse**
Trusted Supplier

Espenstrasse 139
9443 Widnau - Schweiz
Tel. 071 740 01 12
E-Mail: info@schlafconcept.com
www.hotelschlafsysteme.ch



Zahlen & Fakten aus der Finanzstatistik 2023

310 Fr. pro Nacht

kostete im Durchschnitt ein Schweizer Hotelzimmer; das ist ein Plus von 5,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

8,1% gestiegen

sind die Zimmerpreise in der Waadt. In der Region Zürich waren es 8 Prozent, in Genf 7,7 Prozent und Luzern 7,4 Prozent. Die tiefsten Preisanpassungen wurden in der Region Freiburg (+3 %) und im Tessin (+3,1 %) beobachtet.

33,1 Mia. Franken

betrug insgesamt der Marktwert aller Hotelimmobilien. Dank höheren Zimmerpreisen, besserer Auslastung, tieferen Zinsen und abgeschwächter Inflation stieg er in vielen Regionen. Umgerechnet auf das Zimmer wurden in Zürich die höchsten Preise realisiert (288 000 Fr.; +2,8 %), gefolgt von Genf (277 000; +0,4 %), der Waadt (262 000; +0,4 %) und der Region Bern (227 000; +3,2 %).

Finanzforum

Was bringt einen Spielwarenfabrikanten und Musiker dazu, mit seiner Frau im Berner Oberland ein neues Hotel zu bauen und zu führen? Brigitte und Marc A. Trauffer erzählten am Finanzforum die Geschichte rund um ihr «Kuhniversum». Und die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) analysierte die wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Projekts.

«Vieles an unserem Projekt war ein Missverständnis.»

Marc A. Trauffers Hotelidee startete mit dem Wunsch, einen vertieften Blick in seine Spielzeugfabrik zu gewähren.



Rekordjahr 2023 – gute Aussichten für 2024

Das Finanzforum am Hospitality Summit präsentierte für die Beherbergungsbranche fast durchwegs positive Kennzahlen. Zudem widmete es sich besonders der Region Brienersee. Dort haben die Eigentümer der Trauffer Erlebniswelt vor zwei Jahren ihr Bretterhotel eröffnet, das für neue touristische Impulse sorgt.

Artur Vogel



Marc A. Trauffer kennt man. Erstens ist er unter seinem Familiennamen ein bekannter, reichlich tätowierter Mundartpopsänger. Zweitens führt er seit 2008 in dritter Generation die grösste Schweizer Spielwarenmanufaktur, die mehr als 85 Jahre alte Trauffer Holzspielwaren AG mit 1500 Verkaufsstellen in der Schweiz. 2011 hat er sie als Eigentümer übernommen. Seit Juni 2022 ist Trauffer aber, zusammen mit seiner Frau Brigitte, auch Hotelier.

Wieso kam das Ehepaar Trauffer auf die Idee, dem Betrieb in Hofstetten bei Brienz, der unter anderem die weltweit bekannten Holzkühe herstellt, ein Hotel mit Restaurant, ein Dorfladen, eine Bäckerei und eine Poststelle anzugliedern? «Vieles an unserem Projekt war ein Missverständnis», erzählt der 44-Jährige. «Uns war nicht wirklich bewusst, worauf wir uns einliessen.» Am Anfang stand die Idee, tiefere Einblicke hinter die «Kuhlissen» des traufferschen «Kuhnuniversums» zu bieten. Mit einer Erlebniswelt sollten die Holzspielwaren und ihre Fertigung für ein breiteres Publikum sinnlich erfahrbar werden. «Wir realisierten aber bald, dass das ohne Gastronomie nicht geht. Und dann haben wir gelernt, dass das wiederum ohne Hotel nicht möglich ist», sagt Trauffer.

Da auch das in unmittelbarer Nachbarschaft liegende Freilichtmuseum Ballenberg, dessen Vizepräsident Marc Trauffer bis Anfang 2015 war, das Bedürfnis nach Hotelzimmern für die Besuchenden äusserte, begann man vor rund sechs Jahren mit der Planung. 2019 erhielt die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) den Auftrag, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Projekts zu analysieren. Schon zuvor hatte Trauffers Bank den Bau einer Tiefgarage verlangt.

Ursprünglich 24, jetzt 31 Zimmer

Auf Empfehlung der SGH wurde im Bretterhotel, einem markanten Holzbau



«In unserer Region geht man nicht in die Skiferien; deshalb mussten wir etwas für alle bieten.»

Brigitte Trauffer



«Wir werden in Zukunft nachhaltige Projekte unterstützen.»

Giles Zollinger



im Dorf, auf den Einbau von Küchen in den Zimmern verzichtet. Die hauseigene Gastronomie mit dem Bistro Rosa's und dem A-la-carte-Restaurant Alfred's sollte nicht unnötig konkurrenziert werden. Den frei gewordenen Platz nutzte man für zusätzliche Zimmer. 24 waren ursprünglich geplant gewesen; jetzt sind es 31 in unterschiedlicher Grösse mit insgesamt 102 Betten. Nachdem die Trauffer's die Vorgaben der SGH berücksichtigt hatten, bewilligte diese 2021 eine Mitfinanzierung neben der Grundfinanzierung durch die Bank. Das Projekt kostete wegen diverser Faktoren schliesslich 15,6 statt der ursprünglich geplanten 12,6 Millionen Franken.

Der Erfolg stellte sich nach der Eröffnung im Juni 2022 sofort ein; die ursprünglichen Annahmen der SGH bezüglich Logiernächten, Auslastung und Zimmerpreisen wurden 2022 und 2023 übertroffen. Auch deshalb glaubt man Brigitte Trauffer sofort, wenn sie sagt: «Es macht uns viel mehr Spass, als wir am Anfang dachten.» Die Auslastung des Bretterhotels beträgt beachtliche 82 Prozent. Unter anderem, aber nicht nur dank der Trauffer Erlebniswelt ist auch die Performance der gesamten Region Brienersee überdurchschnittlich.

Laut dem «Hospitality Report 2024» stieg im Raum Interlaken/Brienzi die Zahl der Logiernächte 2023 gegenüber dem Vorjahr um volle 24 Prozent; die Auslastung erhöhte sich trotz 175 zusätzlich verfügbaren Zimmern auf rund 65 Prozent, 8 Prozentpunkte mehr als 2022. Folglich konnten auch die Zimmerpreise um mehr als 6 Prozent erhöht werden.

Besser als das Rekordjahr 2019

Nicht ganz so dynamisch wie die Fokusregion Brienersee präsentiert sich das Schweizer Gesamtbild. Doch Andrea Roman Bernhard von der Wüest Partner AG konnte das SGH-Finanzforum trotzdem mit

einer Reihe positiver Nachrichten eröffnen. So übertrafen die Schweizer Hotels 2023 mit insgesamt 42 Millionen Logiernächten oder einem Plus von 9,2 Prozent gegenüber 2022 auch das bisherige Rekordjahr 2019. Zwar waren 2023 insgesamt 800 Hotelzimmer mehr im Angebot als 2022 (allein Genf verzeichnete ein Plus von 500 Zimmern). Gleichzeitig stiegen aber die Auslastung um 3,4 Prozentpunkte auf 55 Prozent und der durchschnittliche Zimmerpreis um 5,1 Prozent auf 310 Franken. Ein weiteres Rekordjahr zeichnet sich auch 2024 ab. Die Zahl von 43 Millionen Übernachtungen dürfte übertroffen werden, meinte Bernhard. Bereits seien die Zimmerpreise wieder um 5 Prozent gestiegen. Die Nachfrage aus dem Ausland nehme zu, und das Angebot verbessere sich laufend.

Nachhaltigkeit wird wichtiger

In der anschliessenden Diskussionsrunde widmeten sich Andrea Roman Bernhard, die Finanzspezialistin Gabriele Burn-Schulz sowie Giles Zollinger von der SGH dem Thema «Nachhaltigkeit im Kontext zur Finanzierung». Während Burn-Schulz betonte, dass «Location» für Investoren noch immer das wichtigste Kriterium sei, war sich die Runde einig, dass Nachhaltigkeit eine zunehmend prominente Rolle bei der Bewertung von Immobilien spielen wird. «Soziale Nachhaltigkeit wird zu einem ganz wichtigen Faktor der Werthaltigkeit», meinte Bernhard.

Am SGH-Finanzforum traten folgende Fachleute auf: Andrea Roman Bernhard, Direktor Wüest Partner AG, Brigitte Trauffer, Gastgeberin und Direktorin, Trauffer Erlebniswelt und Bretterhotel, Marc A. Trauffer, Inhaber und Geschäftsführer, Trauffer Erlebniswelt und Bretterhotel, Gabriele Burn-Schulz, VR-Präsidentin La Sauge Gastro SA, Geschäftsführerin Siedlungsgenossenschaft Sunnige Hof in Zürich und Vizepräsidentin SGH-Verwaltungsrat, sowie Giles Zollinger, Leiter Finanzierung SGH. Moderiert wurde der Anlass von SGH-Direktor Peter Gloor.



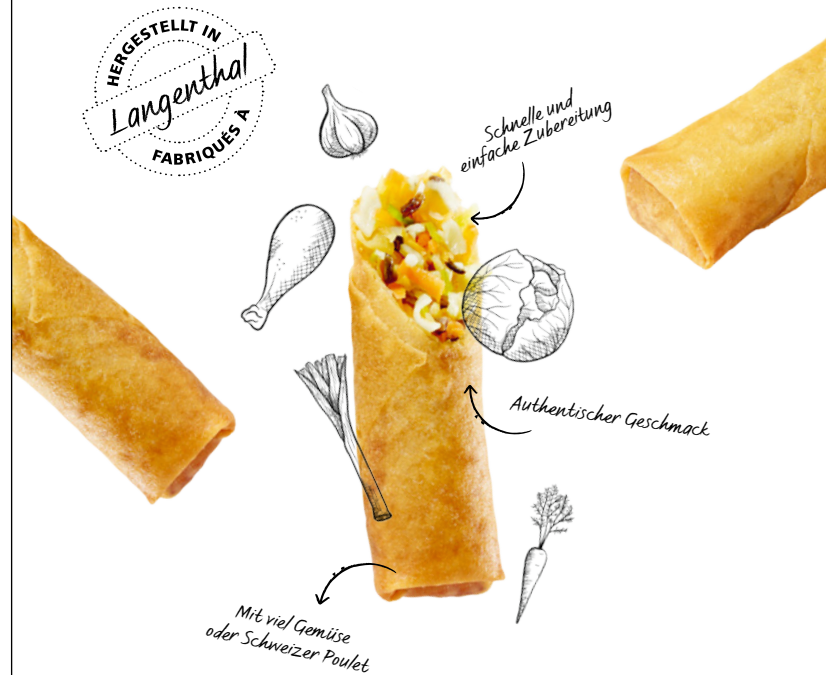
DIE NUMMER 1

für Qualitäts-Gartenmöbel



5620 Bremgarten | hunn.ch

KNUSPRIGER GENUSS in Schweizer Qualität



KADI

« Wellness ganz persönlich. »

kueng.swiss



kueng

wellness | swiss made

SETZT NEU

JSOTTA APERITIF VON HIER



OHNE ALKOHOL

JSOTTA APERITIVO SPRITZ

- 1/3 Jsotta Aperitivo oder Jsotta Aperitivo Senza
- 2/3 Schaumwein oder Tonic
- Optional etwas Mineral nach Geschmack
- Mit Orangenscheibe garnieren

JSOTTA
APERITIVO
11% vol

JSOTTA
APERITIVO SENZA
ALKOHOLFREI < 0.5% vol





Partner

Neue Pflegeprodukte und Autos entdecken, interessanten Talks zuhören, sich mit süßen Muffins und edlen Weinen verwöhnen lassen, mit einem Roboter schwatzen und viele bekannte Gesichter treffen: Über hundert Partner unterstützten den Hospitality Summit und präsentierten in der Netzwerkbarena ihre Dienstleistungen und Produkte.

Eine Eventhalle mit vielen Möglichkeiten

Wo einst Triebmotoren und Turbinen gefertigt wurden, wird heute gefeiert, referiert und ausgestellt: Auf dem ehemaligen Gelände der Maschinenfabrik Oerlikon (MFO) befindet sich die Halle 550, die auf 7000 m² Platz für Events, Messen und Kongresse bietet. Bereits zum vierten Mal fand hier der zweitägige Hospitality Summit statt.

Sie kennen die Halle 550 noch nicht? Online haben Sie auf einem virtuellen Rundgang die Möglichkeit, die wandelbare Event-Location kennenzulernen und jede Halle und Ecke aus jedem Blickwinkel anzuschauen.

Eventkalender:

25.–29.9.2024
neue räume 24

11.–13.10.2024
Swiss Coffee Festival

31.10.2024
Absolvierenden-Messe
Schweiz

Halle550.ch



1100

(Kletter-)Pflanzen, darunter 103 verschiedene Arten, schmücken den MFO-Park. Er erinnert an den Ort, an dem ursprünglich die alte Werkhalle der Maschinenfabrik Oerlikon stand.

Monoplan AG

Leading in Hospitality

Was auch immer Sie benötigen – wir stellen sicher, dass Sie es erhalten.

Für Ihre Hotelprojekte bieten wir nicht nur herausragende Architektur, Innenarchitektur und Markenentwicklung, sondern unterstützen Sie auch bei der Suche nach passenden Immobilien und übernehmen die technische Gesamtkoordination (TSA). Unser umfassendes Branchenwissen und unser weitreichendes Netzwerk ermöglichen es uns, Ihnen stets die besten Lösungen anzubieten und den Markt aktiv mitzugestalten.

Ihre Ideen und Visionen sind unser Antrieb. Wir lieben es, gemeinsam mit Ihnen Neues zu schaffen, die richtigen Partner zusammenzubringen und erste Konzepte in konkrete Projekte umzusetzen. Wir entdecken für Sie Chancen und verwandeln das Unerwartete in Möglichkeiten.

Mit unserem Interior Design bringen wir Ihre Geschichten zum Leben und schaffen Räume, die genau auf Ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Ob



Räume, die Menschen faszinieren, ihnen eine Bühne bieten oder sie dezent umgeben sollen – wir entwickeln für Sie ein individuelles Gesamtkonzept, inspiriert von Ihrer Geschichte, der Umgebung und anderen identitätsstiftenden Eigenschaften. Unsere Architektur richtet sich nach Ihren Bedürfnissen und bleibt dabei

vielfältig und innovativ. Wir arbeiten mit Leidenschaft und Überzeugung, um für Sie den richtigen Kontext zu erfassen. Klassisches interpretieren wir neu, um den gewünschten Wow-Effekt zu erzielen, stets termingerecht und im Rahmen Ihres Budgets.

monoplan.com/office@monoplan.com

Swisscom (Schweiz) AG

Sicheres Netzwerk und vertrautes TV-Entertainment

Ein sicheres Netzwerk ist das Rückgrat der digitalen Sicherheit Ihres Hotels und des Gästelerlebnisses. Mit einem geschützten und verschlüsselten Zugang fürs Gäste-WLAN sorgen Sie für ein ungetrübtes Surferlebnis und verhindern Cyberangriffe auf die Notebooks und Smartphones. Trennen Sie das WLAN für Gäste und das betriebliche Netzwerk für die Hotel-IT. So erschweren Sie Angriffe aus dem Gästernetz auf Ihre IT – ob durch verseuchte Geräte oder absichtlich. Eine Netzwerksegmentierung gewährleistet, dass selbst bei einem Sicherheitsvorfall im Gästernetz Ihre geschäftlichen Daten geschützt bleiben.

Mit blue TV host fühlen sich Ihre Gäste bei Ihnen wie zu Hause: Sie wählen aus einer riesigen Senderpalette aus und genießen vom Radio- und TV-Erlebnis bis hin zum beliebten Streaming einen Top-Standard.



«Die neue TV-Lösung ist der Hammer.»

Fabian Zurbriggen, Gastgeber, Wellness & Spa Hotel Pirmin Zurbriggen

Halten Sie Ihre Gäste über News und Angebote via TV-Bildschirm auf dem Laufenden: Der Infokanal ist im TV-Angebot integriert, und dies ohne Mehrkosten. Sie werden dadurch effizienter, da Sie

Gästemappen, Menükarten etc. jederzeit zentral verwalten und ändern können. Das Drucken und Aktualisieren der Gästemappen erübrigt sich.

Jetzt QR-Code scannen und mehr über unsere Lösungen für die Hotelbranche erfahren.



Mercedes-Benz Schweiz AG

The Space Is Yours

Mercedes-Benz Vans präsentierte sich nicht nur als zuverlässiger Mobilitäts-partner mit der Vorstellung des neuen EQV und eCitan am Hospitality Summit, sondern war auch durch die Teilnahme von Susanne Egger, Head of Human Resources der Mercedes-Benz Schweiz AG, und dem bekannten Spitzenkoch Guy Ravet prominent vertreten. Susanne Egger nahm an einer Podiumsdiskussion zum Thema «Employer Branding in der modernen Arbeitswelt» teil, während Guy Ravet als Markenbotschafter von Mercedes-Benz Schweiz in einem Interview über die «Gastronomie der Zukunft» sprach.

Mit dem geräumigen sowie komfortablen Elektro-Van EQV hat Mercedes-Benz an seinem Stand am Hospitality Summit alle Blicke auf sich gezogen.

Der EQV bietet Platz für bis zu acht Personen. Seine Reichweite beträgt bis zu 363 km. Er punktet mit einer schnellen Ladezeit – und mit seiner Einsatzvielfalt.



Ebenfalls hatte an der Abendveranstaltung der vollelektrische eCitan seinen Auftritt. Mit bis zu 292 km Reichweite, nur 38 Minuten Ladezeit an Schnellladestationen und bis zu 3,62 m³ Laderaumvolumen punktet der eCitan Kastenwagen. Er ist kompakt, agil und belastbar. Mercedes-Benz stellt die Weichen für eine vollelektrische Zukunft und hat den

Führungsanspruch bei der Elektromobilität fest in der Strategie verankert. Mercedes-Benz Vans elektrifiziert konsequent alle Baureihen und bietet bereits seit letztem Jahr alle Modelle vom Small über den Medium Size bis hin zum Large Van mit Elektroantrieb an.

[mercedes-benz.ch/vans](https://www.mercedes-benz.ch/vans)

Eng. Schlafconcept GmbH

Hotelausstattung ist unser Metier

Ein guter und erholsamer Schlaf ist kein Zufall, sondern das Ergebnis eines perfekten Schlafsystems. 30 Jahre internationale Erfahrung in Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Boxspringbetten und Matratzen stehen hinter der Gestaltung und den Konzepten unseres exakt aufeinander abgestimmten Programms. So erhält mit VALEO HOTEL jeder unserer Kunden sein Hotelbett genau so, wie es seinen Anforderungen und Ansprüchen entspricht.

«Es ist spannend, zu sehen, wie der Hospitality Summit den Informationsaustausch, die Zukunftsperspektiven und das Networking der Branche verbessert.

Natürlich freuen wir uns auch über viele neue Kontakte.»

Guntram Suter, Geschäftsleitung



Gleichzeitig zeichnet uns grösstmögliche Flexibilität aus. Technische Ausstattung und handwerkliches Know-how versetzen uns in die Lage, kundenindividuelle Wünsche effizient in Einzelanfertigung oder Kleinserien zu erfüllen. Ihre Gäste sollen einen besonders gelungenen

Aufenthalt in Ihrem Haus erleben und Sie künftig als Stammgäste wieder besuchen. Bei diesem Ziel möchten wir Sie als Ihr Partner für hochwertige Hotelbetten und Funktionsmöbel unterstützen.

[hotelschlafsysteme.ch](https://www.hotelschlafsysteme.ch)

30%*

patiswiss
IN NATURE'S FOOTSTEPS



Snacking
Spice up your Snacking range



Zum Sortiment

*Gültig bis zum 31.08.2024 auf einen Karton aus dem Snacking Sortiment nach Wahl. Anfragen und Bestellungen unter Tel. 062 209 66 00 oder bestellung@patiswiss.com.

Der *erfrischende*
Partner für alle Ihre Gäste



HENNEIZ

Matthias
Bierkavalier



**UNSER
SCHÜGA.**

Wir nehmen uns Zeit für unser Bier.



AGUILA, DIE STAR-MASCHINE

Hotels und Restaurants



13 Rezepte
auf Knopfdruck

Aussergewöhnlicher
Milchschaum

Schnelle Schulung
und Reinigung

Steigende
Margen

Mit unseren **Aguila** Maschinen konnten über 40% unserer Kunden eine durchschnittliche Steigerung ihrer Kaffeeverkäufe von über 80% verzeichnen*.

✚ Erdacht, entworfen und montiert in der Schweiz

Serviervorschlag



Entdecken Sie unsere AguilA Maschinen. Kontaktieren Sie uns unter 0800 63 77 76

NESPRESSO
PROFESSIONAL



*Quelle: Strategic Research (2021): qualitative Zufriedenheitsstudie unter Nespresso AguilA-Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.nespresso.com/proj/ch.

HOTELA

Eine Partnerin, die alles abdeckt

easy5: Das Gesamtpaket für Sozialversicherungen und Löhne

Stand Nummer 45 unseres Presenting Partners HOTELA war dem Gesamtpaket easy5 gewidmet. Mit easy5 erhalten Unternehmen neu alle fünf Sozialversicherungen aus einer Hand. Sämtliche Sozialversicherungen werden mit eigenen Produkten sowie massgeschneiderten Lohndienstleistungen angeboten. Mit der HOTELA haben Unternehmen eine Partnerin, die alles abdeckt.

Weshalb wurde easy5 kreiert?

Viele Unternehmen wissen nicht, dass die HOTELA neben AHV, Familienzulagen und beruflicher Vorsorge auch Unfall- und Krankentaggeldversicherungen anbietet – und dass sie der HOTELA die Lohnverwaltung übertragen können. easy5 macht dieses umfassende Angebot bekannter. Die meisten Versicherungsdaten – zum Beispiel Lohnabzüge, Familienzulagen oder Erwerbsersatz – wirken sich direkt auf die Löhne aus. Für Unternehmen ist es anspruchsvoll, diese Daten jederzeit



korrekt und L-GAV-konform in den Löhnen zu berücksichtigen. Bei der HOTELA sind diese Daten bereits vorhanden. Viele Personalabteilungen sind froh, dass sie die komplizierten und zeitintensiven Aufgaben delegieren können.

An wen richtet sich easy5?

easy5 ist für Unternehmen jeder Grösse geeignet. Dabei können sie zwischen dem

Gesamtpaket oder einzelnen Versicherungen in Kombination mit den Lohndienstleistungen wählen. So oder so bringt easy5 spürbare Entlastung zu attraktiven Konditionen.

Gerne besprechen wir mit Ihnen Ihre individuellen Bedürfnisse.

hotela.ch

Planet

Müheloses Verwalten des Hotelbetriebs

Planet unterstützt Sie mit unserer global skalierbaren Zahlungs- und Softwaretechnologie bei der Expansion in neue Märkte. Protel Cloud PMS ist der zuverlässige Anbieter, der Hotels bei der Verwaltung von Reservierungen, Abrechnungen, Wartung, Berichten, Analysen und vielem mehr unterstützt. Optimieren Sie Ihren Betrieb, verbessern Sie den Service für Ihre Gäste und erschliessen Sie neue Einnahmequellen mit einem einzigen, flexiblen PMS-Partner.

Durch die Vereinheitlichung von PMS und Zahlungsabwicklungen können Sie Ihren Betrieb effektiver verwalten, reduzieren Kosten wie auch Fehler und schützen die Daten Ihrer Gäste durch integrierte Sicherheit und Compliance. Unser Cloud-natives PMS bietet Ihren Mitarbeitenden ein besseres und komfortableres Arbeitsumfeld, da sie das PMS von überall aus verwalten



können. Ihr Team kann das PMS flexibel und zuverlässig betreiben (im Vergleich zu On-Premise-Systemen), wodurch Ihr Hotel kosteneffizienter wird und keine Vorauszahlungen für Hardware anfallen.

Mit Protel Cloud PMS erhalten Sie ein umfassendes Ökosystem von Integra-

tionen, die sich problemlos synchronisiert lassen. Mit mehr als 1100 Integrationen können Hotels weiterhin so arbeiten, wie sie es möchten – ohne Kompromisse bei der Anpassung eingehen zu müssen.

weareplanet.com/de



SEHEN SIE IHRER NÄCHSTEN
LEBENSMITTELKONTROLLE
ENTSPANNT ENTGEGEN

QM Spot: Hygiene- und Qualitätsmanagement ist eine digitale Lösung zur Kontrolle, Überwachung und Dokumentation der Hygienestandards in Gastronomie- und Lebensmittelbetrieben.



Steinfels
S W I S S



[www.steinfels-swiss.ch/
de_qmspot](http://www.steinfels-swiss.ch/de_qmspot)

unisono
HOSPITALITY

24/7 BACKOFFICE- UND MANAGEMENTSERVICES
FÜR HOTELS UND HOTELGRUPPEN

- ▮ Reservierungsmanagement
- ▮ Remote Rezeption
- ▮ Telefonzentrale 1st & 2nd Level Support
- ▮ Distribution
- ▮ Digitalisierung

unisono-hm.com

weita

Weiter denken.
Nachhaltig handeln.

**WEITA – IHR LIEFERANT
FÜR FINGERFOODGESCHIRR
IM CATERING!**

Wir bieten eine vielseitige Auswahl an hochwertigem, nachhaltigem Geschirr, das Ihre Apéros perfekt in Szene setzt, und garantieren pünktliche Lieferung sowie exzellenten Service.

www.weita.ch



GUTEN
ZMORGEN
SCHWEIZ



Neu

Für die moderne Küche. Seit 1886.
www.gastro.hero.ch

Hero
GASTRONOMIQUE



MADLAB

Auf einen Drink an der Gin-Bar

Wir sind ein Büro für Digitalisierung und verlagern ins Internet, was nicht niet- und nagelfest ist. Websites und Webapplikationen, E-Commerce und Schnittstellen zu Umsystemen – das kann von einfachen Anwendungen bis hin zu sehr anspruchsvollen Lösungen gehen. Zugegeben, wir sind nicht wirklich verrückt. Zumindest nicht alle. Aber ein klein wenig Nerd und Geek steckt in jedem von uns. Sind wir doch schliesslich alle «digital natives» – oder fühlen uns zumindest so.

Die MADLAB GmbH ist im ehemaligen Gebäude der Druckerei Benteli Hallweg am Stadtrand von Bern stationiert. Auf über 200 Quadratmetern haben wir hier unser kreatives, nicht ganz alltägliches, manchmal auch ein bisschen verrücktes Labor eingerichtet. Zum Wohlfühlfaktor trägt bei uns unter anderem die schöne Dachterrasse bei, die regelmässig zum gemeinsamen BBQ einlädt. Natürlich darf auch die hauseigene Gin-Bar mit edlen

und auserlesenen Wacholderbränden nicht fehlen.

HotellerieSuisse und die htr hotelrevue gehören seit Jahren zu unseren Kunden: Wir betreuen und unterstützen sie bei ihrer Weiterentwicklung. Also war es Ehrensache, für den Hospitality Summit unsere Gin-Bar auch dieses Jahr von Bern nach Zürich zu zügeln. Neu in diesem Jahr haben wir ansprechende Website-Pakete für die Hotellerie und Gastronomie entwickelt und die Gelegenheit genutzt, diese in Zürich am Hospitality Summit vorzustellen. Egal ob für das 5-Sterne-Luxusresort oder den heimeligen Landgasthof: Wir haben für jede Grösse und jedes Budget eine passende Lösung.

Auch in diesem Jahr fällt unser Fazit zum Event durchwegs positiv aus – und wir sind mit unserem Auftritt und den Reaktionen der Gäste dort sehr zufrieden.

madlab.ch

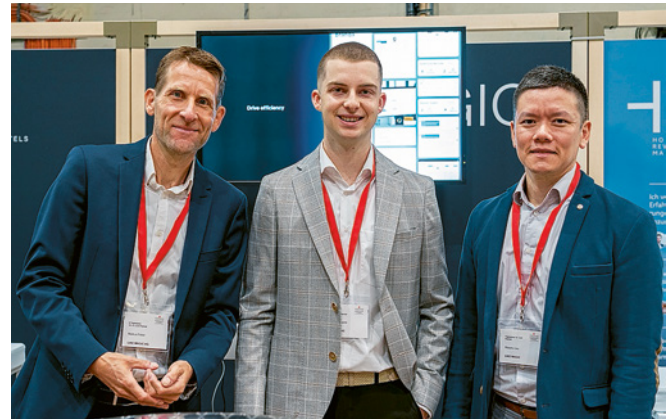


CASABLANCA hotelsoftware GmbH

«Unser Ziel ist es, die Hotellerie durch sinnvolle Digitalisierungs- und Automatisierungsmassnahmen nachhaltig zu verbessern. Der Hospitality Summit war die optimale Plattform, um sich darüber mit Hoteliers sowie Expertinnen und Experten der Branche auszutauschen.»

Johannes Ehrhart, CTO

casablanca.at



likeMagic AG

«Wir lösen nicht nur Aspekte des Fachkräftemangels – wir fördern den Branchennachwuchs und tragen somit aktiv zur Innovationskraft der Branche bei. Vor zwei Jahren war ich selbst noch Teilnehmer des Hospitality Camps und dieses Jahr bereits zum zweiten Mal Case-Geber mit LIKE MAGIC.»

Julian Ferrante, Customer Success Manager

likemagic.tech



Rast Kaffee AG

Die «Kaffee-Bar» von RAST KAFFEE war ein voller Erfolg. Wir durften Hoteliers aus der ganzen Schweiz mit ausgesuchten Spezialitäten begeistern. Besonders freute uns das Zusammentreffen mit vielen bekannten Hotelier-Freunden und interessierten Neukunden. Die Hotellerie hat den Zeitgeist und die Wichtigkeit von Spezialitätenkaffee erkannt und unternimmt aktiv Schritte, ihre Gäste mit auserlesenen Kaffees zu verwöhnen. RAST KAFFEE steht als kompetenter Kaffee-Partner für die professionelle Umsetzung zur Verfügung.

rast.ch



Hospitality Cockpit GmbH

Hospitality Cockpit bietet wirkungsorientierte Betriebsführung per Knopfdruck. Das Business Intelligence Tool sammelt Daten aus allen gängigen Systemen und erstellt in Echtzeit individualisierte Dashboards und Reports. So werden Daten in wertvolle Erkenntnisse verwandelt und Managementaufgaben vereinfacht.

hospitalitycockpit.ch



Schweiz Tourismus

Der ideale Treffpunkt, um sich mit vielen Hoteliers auszutauschen und zu netzwerken. Spannende Vorträge und Referate bereichern zudem die Veranstaltung. Die neuen Inputs sowie die Interaktion mit den Hotels helfen uns, die Unterkünfte weltweit optimal über unsere Unterkunfts Kooperationen vermarkten zu können.

switzerland.com



myclimate

Als myclimate konnten wir interessante Gespräche führen und am Hospitality Summit die digitale Plattform von myclimate «Cause We Care» für die Hotellerie vorstellen. Diese ermöglicht eine einfache Berechnung des CO₂-Fussabdrucks, sensibilisiert Gäste und Mitarbeitende und fokussiert auf die Planung und Umsetzung von Massnahmen im Betrieb.

myclimate.org



beck konzept ag

Raum für grosse Ideen. Ein Elefant steht für Stärke, Intelligenz und Zuverlässigkeit – Eigenschaften, die auch beck konzept prägen. Mit Kreativität, Erfahrung und Funktionalität im Vordergrund gestalten wir einzigartige Räume zum Wohlfühlen. Lassen Sie uns gemeinsam neue Wege gehen, um Grosses zu schaffen.

beck-konzept.ch



ibex fairstay

ibex fairstay begleitet und zertifiziert Beherbergungsbetriebe auf dem Weg zur nachhaltigen Betriebsführung. Die ganzheitliche Unterstützung beinhaltet die fünf Dimensionen Management, Ökologie, Regionalität, Soziales und Finanzen. Mittels Kriterien- und Massnahmenkatalog werden praktische Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt.

ibexfairstay.ch



Brunner AG

Brunner ist ein Familienunternehmen und gehört zu den führenden Herstellern von Objektmobiliar zur Ausstattung von Wartezeiten, Lounges, Cafeterien, Seminarräumen und vielem mehr. Speziell haben wir uns darüber gefreut, nebst unserem eigenen Stand auch die Hauptbühne mit Brunner Ray Soft-Sesseln und einem Brunner ParaVert auszustatten.

brunner-group.com



hotelforsale ag

Für uns als Experten für Hotelverkäufe und Nachfolgeberatung waren die Themen am HoSu 2024 sehr relevant. Gerade der Brennpunkt «Mangel an Personalunterkünften» zeigt uns, dass diese Problematik bei Beratung und Weiterentwicklung von Hotelprojekten innovative Lösungen erfordert, um langfristig die Attraktivität der Branche zu erhalten.

hotelforsale.ch



JC-Clavarex

JC-Clavarex – die smarte Cloud Solution für Ihr Hotel. Wir haben für kleine und mittlere Hotels eine spezielle Lösung entwickelt, die den täglichen Arbeitsaufwand erleichtern soll. Nebst der Möglichkeit, das Ganze «reception free» zu handeln, haben wir ebenfalls das AX-Modul entwickelt, das eine teure PMS-Software ersetzen kann. Im Modul ist ein Payment integriert, sodass auch hier eine hundertprozentige Automatisierung angestrebt werden kann.

jc-clavarex.ch



Hero AG

Der beste Morgen beginnt mit einem «Mmmhhh»! Mit dem Zmorge begrüßen Sie Ihre Frühstücksgäste. Wir alle wissen, was uns schmeckt und was wir von einem guten Zmorge erwarten. Umso wichtiger ist, dass Sie Ihre Gäste mit einem vielfältigen und hochwertigen Angebot überraschen. Wir helfen Ihnen dabei!

gastro.hero.ch



Steinfels Swiss

«Steinfels Swiss präsentierte die Hygienesoftware QMSpot. Sie erleichtert die Einhaltung von Hygienestandards, steigert die Betriebssicherheit und eliminiert Papier-Checklisten. Der Summit ist ein wertvoller Treffpunkt, um mit Entscheidungsträgern aus Hotellerie und Gastronomie in Kontakt zu bleiben.»

Roger Nessensohn, Leiter Verkauf/Marketing

steinfels-swiss.ch



Ezy Hotel

Die Hotelbranche verbindet Menschen aus aller Welt und schafft unvergessliche Erlebnisse. Sie bietet Gastfreundschaft, Komfort und kulturelle Vielfalt. Wir von Ezy Hotel sind stolz, Teil dieser Branche zu sein, und freuen uns auf viele weitere spannende Jahre voller Begegnungen und Inspiration.

ezyhotel.ch



Schwob AG

«Mit der 4. Ausgabe des HoSu konnte dieser bestens etablierte Kongress wiederum die volle Kraft der Branche unter Beweis stellen – wir sind als Premium Partner mit unserem Know-how und schweizweiten Dienstleistungen gerne ein aktiver Teil davon. Die Kombination von Referaten, Podiumsdiskussionen und Fachgesprächen resp. Netzwerkpflge ist einzigartig.»

Stephan Hirt, CEO

Eine Schweizer Firma und alles aus einer Hand: Schwob sorgt für Wohlbefinden bei den Gästen resp. Wirtschaftlichkeit, Profilierung und Sicherheit bei den Hotels. Ein Ansprechpartner für die gesamte Prozesskette – von der Textilherstellung und dem Handel bis zur Textilpflege, kompetent und schweizweit.

schwob.swiss



Biscuits Agathe

Maison Agathe ist ein Schweizer Familienbetrieb, der seit 1954 hochwertiges, 100%-Swissness-Feingebäck handwerklich herstellt. Er bietet viele Lösungen für Firmengeschenke: Ob hübsche Beutel, elegante Metallboxen oder Geschenkboxen, Agathe bietet Ihnen eine Vielfalt an Köstlichkeiten zum Verschenken.

biscuits-agathe.ch



Gastro Professional Schweiz AG

«Es war uns eine Freude, auch in diesem Jahr Teil des Hospitality Summit zu sein. Wir durften zwei Tage voller interessanter Gespräche, spannender Begegnungen und bereicherndem Networking erleben. Herzlichen Dank an alle, die dazu beitragen, den HoSu zu diesem grossartigen Branchentreffpunkt zu machen.»

Kurt Rüegg, Geschäftsführer

wmf-professional.ch



SALTO Systems AG

«Am Hospitality Summit trifft sich die komplette Hotelleriebranche. Unsere intelligenten, kabellosen Zutrittslösungen verbessern die Gästereise und optimieren Abläufe. Mit modernster Technologie helfen wir Hoteliers weltweit, effizienter zu arbeiten und den Stil des Hotels zu wahren.»

Fabio Lo Curto, Head of Business & Fields Development

saltosystems.com



HPE Aruba Networking – Hewlett Packard Enterprise

Aruba, ein Unternehmen von Hewlett Packard Enterprise, ist ein führender Anbieter von Next-Generation-Netzwerk-Lösungen für Unternehmen jeder Grösse weltweit. Das Unternehmen liefert sichere und intelligente Edge-to-Cloud-Netzwerk-Lösungen, die mithilfe von KI das Netzwerk automatisieren und Daten nutzen, um bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen, und deckt dabei alle Bereiche von WLAN, kabelgebundenen Netzwerken und Wide Area Networking (WAN) ab.

arubanetworks.com



Rex-Royal AG

«Rex-Royal präsentierte erstmals seine vollautomatischen Kaffeemaschinen am Hospitality Summit. Der HoSu war eine herausragende Plattform, um unser Portfolio einem breiten Fachpublikum vorzustellen. Es ist für uns besonders spannend, zu sehen, was die Branche bewegt, um die richtigen Lösungen zu finden.»

Philipp Zindel, Head of Sales & Marketing

rex-royal.ch



Schindler Aufzüge AG

«Für uns war der Austausch mit Entscheidungsträgern aus der Hotellerie enorm wichtig. Wir sind überwältigt vom Interesse am «Aufzug als Kommunikationsplattform». Die ungenutzte Zeit im Lift kann mit dem SmartMirror mit Mehrwert eingesetzt werden.»

**Roger Schwander, Product Manager
Digital out of Home**

schindler.ch



UNISONO Hospitality

«Zahlreiche Hoteliers waren begeistert von unserer 24/7-Backoffice-Lösung für Beherbergungsbetriebe. Das Interesse an Reservierungsmanagement, Telefonzentrale und Remote-Réception rund um die Uhr war gross. Im Zuge des Fachkräftemangels, des Kostendrucks und der schnell fortschreitenden Digitalisierung sind neue Betriebsmodelle gefragt, um die Mitarbeitenden zu entlasten und den Fokus wieder auf die Gäste zu legen.»

Nils Betschart, Co-Founder & Managing Partner

unisono-hm.ch



Siemens Schweiz AG (smart infrastructure CH)

Siemens macht Hotels effizienter und komfortabler: Ihre Bedürfnisse sind unser Antrieb. Tiefere Energiekosten sind Ihr Ziel? Wir unterstützen Sie dabei! Sie wollen einen optimierten Betrieb? Wir sind Optimierer! Sie wollen Ihren Gästen ein Premium-Gästerlebnis bieten? Wir auch! Maximale Gästezufriedenheit ist für Sie Key? Wir schaffen die Basis dafür!

siemens.ch



IKEA AG

Ob Komplettlösungen für grosse Projekte oder ausgewählte Möbel und Accessoires für einen Refresh: IKEA for Business bietet preislich attraktive Einrichtungslösungen und massgeschneiderte Services und Beratung für Unternehmen – auch für die Hotellerie und Gastronomie.

ikea.ch



Mauchle Pool AG

Die Mauchle Pool AG ist ein unabhängiges Familienunternehmen mit über 25 Jahren Erfahrung im Bau von Edelstahlbecken. Edelstahl bietet ästhetische, funktionale und ökonomische Vorteile: Eleganz, einfache Pflege, kurze Bauzeiten und Langlebigkeit. Individuellen Wünschen und architektonischen Anforderungen sind keine Grenzen gesetzt. In unseren Werkhallen in Sursee entstehen Produkte, die von Anfang an Freude machen und von Dauer sind.

mauchlepool.ch



Zucchetti Switzerland SA

Zucchetti treibt die Digitalisierung in der Hotellerie voran: ein leistungsstarkes, einfaches und integriertes Angebot. Mit unserer iCore-Strategie wollen wir dazu beitragen, die Hotellerie mit Leben zu füllen, und Hoteliers in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich dabei unterstützen, sich neuen und sich ständig verändernden Realitäten anzupassen. Die Lösungen von Zucchetti sind unkompliziert, sicher und effizient.

zucchetti.com



Fränkische Bettwarenfabrik

«Vielen Dank für die wertvollen Gespräche am Hospitality Summit! Wir sind stolz darauf, dass unsere zahlreichen Produkte in vielen Hotels und Gästezimmern in der Schweiz erfolgreich im Einsatz sind und den Gästen ein unvergleichliches Schlafenerlebnis bieten.»

Björn Hansen, International Sales Manager

fbf-bedandmore.de



Gschwend AG Gastro-Bau

«Für uns ist die Nähe zum Kunden essenziell. Entsprechend liefert uns die Teilnahme am Hospitality Summit wichtige Inputs für die Themen und Bedürfnisse der Hotelbranche. Wir freuen uns aufs nächste Jahr und auf weitere inspirierende Gespräche, innovative Lösungen und wertvolle Partnerschaften.»

Reto Spring, Innenarchitekt

gastrobau.ch



Brauerei Schützengarten AG

Die Brauerei Schützengarten als älteste Schweizer Brauerei mit 245 Jahren Geschichte hat sich als feste Größe in der Bierkultur etabliert und bewahrt bis heute ihre traditionsreiche Handwerkskunst. Die Teilnahme am Hospitality Summit bietet eine ideale Plattform, um ihr Know-how einem hochkarätigen Publikum zu präsentieren. Gerade in der Schweizer Hotellerie, die für ihre Exzellenz bekannt ist, kann die Brauerei wichtige Partnerschaften knüpfen und ihr Renommee weiter stärken.

schuetzengarten.ch



hotelkit GmbH

Die Hotel-Operations-Plattform hotelkit ermöglicht es, Teams zu vernetzen, die interne Kommunikation zu verbessern und die täglichen Arbeitsabläufe im Hotel vollständig zu digitalisieren und zu vereinfachen! Weltweit bewältigen über 3200 Hotelteams ihren Arbeitsalltag mit dieser Lösung.

hotelkit.net



e-guma Gutschein- und Ticketsystem

«Unser Team von e-guma blickt auf spannende Fachgespräche mit interessierten Besuchern des Hospitality Summit zurück. Wir sind glücklich, als Ticketing-Partner ein Teil dieses inspirierenden Beherbergungskongresses zu sein. Wann findet Ihr nächster Anlass statt? Wir beraten Sie gerne.»

Martin Gerber, Co-Founder & Managing Partner

e-guma.ch



RoomPriceGenie AG

«Ich habe den Hospitality Summit sehr genossen! Es ist inspirierend, zu sehen, wie die Teilnehmer im Revenue Management immer besser werden und wie anpassungsfähig die Branche ist. Dennoch ist es besorgniserregend, dass viele Hoteliers solche wertvollen Veranstaltungen verpassen und so wichtige Wachstumschancen verlieren.»

Melanie Staub, Senior Business Development & Country Manager DACH

roompricegenie.com



Bocco Group GmbH

Die Bocco Group GmbH ist Expertin im Onlinevertrieb und betreut 560 Schweizer Hotelkunden im Bereich Channel Manager & Buchungsmaske. Der Hospitality Summit ist für uns der beste Networking-Event, um sich mit bestehenden und neuen Kunden sowie anderen Software-Partnern zu treffen. Wir sind stolz, ein Teil des Hospitality Summit zu sein und mit vielen weiteren Partnern die Schweizer Hotelbranche in der Digitalisierung einen Schritt weiterzubringen.

boccogroup.com



Lunchgate AG

Viele repetitive Arbeiten sind personalintensiv, lassen sich aber durch Technologie automatisieren. Foratable by Lunchgate hat am Hospitality Summit einen KI-Assistenten präsentiert, der Anrufe für Tischreservierungen automatisch beantwortet. So wird das Team von 90 Prozent der Anrufe befreit.

foratable.com



Re:Guest GmbH

Re:Guest ist die ausgereifteste Verkaufssoftware für Hotelbetriebe. Sie steigert Buchungen, verbessert die Gästekommunikation und erleichtert die Arbeit dank dem Sales Cycle®, emotionalen Angeboten, Whatsapp-Kommunikation, Sales Automation, dem virtuellen Mitarbeiter C.r.i.s und vielem mehr.

reguest.io



Bio Cuisine – ein Label von Bio Suisse

Mit der Präsenz am Hospitality Summit konnte Bio Cuisine einem breiten Publikum bekannt gemacht werden. Bio Cuisine ist das neue Label von Bio Suisse für eine ganzheitlich nachhaltige Gastronomie. So wird das Engagement für Nachhaltigkeit vom Feld bis auf den Teller sichtbar.

bio-cuisine.ch



WIR Bank Genossenschaft

«Die Bank WIR ist als Fachstelle für Finanzierungsfragen in der Hotellerie und Gastronomie in der Schweizer Bankenwelt einzigartig. Der Hospitality Summit bietet uns daher eine hervorragende Plattform, um mit Hoteliers in Kontakt zu treten, Netzwerke zu pflegen und Neukunden zu gewinnen.»
Christoph Känel, Leiter der Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie

wir.ch



Bindella – Rudolf Bindella Weinbau-Weinhandel AG

Erstmals als Patronats- und langjähriger Networking-Partner, blickt Bindella auf einen erfolgreichen Hospitality Summit mit vielen emotionalen Momenten zurück. Gemeinsam mit den Weinen von Sella & Mosca aus Sardinien und den Spumante von Ferrari Trento konnten wir die Gäste am Summit genussvoll verwöhnen und gute Gespräche führen. Grande e complimenti!

bindella.ch



HotelPartner Revenue Management

HotelPartner ist führender Dienstleister im Bereich Revenue Management und Distribution für Hotels und setzt seit 2006 auf die TET-Synergie: qualifizierte Teams, bewährte Expertise, modernste Technologien. HotelPartner unterstützt Beherbergungsbetriebe bei Kostensenkung und Umsatzsteigerung, geleitet von den Kernwerten Optimierung, Erfolg und Sicherheit.

hotelpartner.com



Wüest Partner

Wüest Partner ist ein innovatives und unabhängiges Dienstleistungsunternehmen in der Immobilienwirtschaft. Seit 1985 schaffen wir mittels Kombination von Expertise, Daten und digitalen Lösungen fundierte Entscheidungsgrundlagen. Branchenführend mit umfassenden Leistungen in den Bereichen Bewertung, Beratung, Daten & Analysen, Produkte, Software und Bildung.

wuestpartner.com



SHS Swiss Hospitality Solutions AG

Swiss Hospitality Solutions (SHS) erarbeitet und setzt massgeschneiderte Revenue- und Vertriebsstrategien für Hotels um. Im Rahmen des Weiterbildungsangebots der SHS Academy AG bietet das Unternehmen regelmässig diverse Schulungen und Weiterbildungen für die Hotellerie und Gastronomie an.

swisshospitalitysolutions.ch



Mirus Software AG

Nicht das Produkt steht im Vordergrund, sondern der Nutzen, den es Ihnen bringt. Die Aufgabe der Mirus Software AG ist es, Ihnen zuzuhören, die Entwicklungen in der Hotellerie zu verfolgen und die Arbeit und Lösungen danach auszurichten. Das Produktangebot ist modular aufgebaut, sodass auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Basislösungen mit Spezialmodulen kombiniert werden können.

mirus.ch



Banholzer AG

Banholzer ist Ihr kreativer Partner für Gastronomie- und Hotelbedarf. Wir kennen die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Gäste und begleiten Sie deshalb effizient, inspirierend und zielgerichtet. In unseren vier Showrooms bieten wir Ihnen ein vielfältiges, hochwertiges Sortiment in Ihrer Nähe an. Bei uns profitieren Sie von langjähriger Erfahrung, dem unermüdlichen Einsatz unseres Teams sowie höchster Flexibilität bei der Ausführung.

banholzer.ch



THOMANN Hospitality Management AG

THOMANN Hospitality Management – zum vierten Mal am Hospitality Summit, zum ersten Mal zu dritt: Sarah Schwarzenbach verstärkt als eid. diplomierte Hotelière und Hospitality-Spezialistin unser Team und betreut zusammen mit Michael und Barbara Thomann unser vielfältiges Kundenportfolio.

hospitality-management.ch



COM.CIERGE GmbH

Suchen Sie einen ganzheitlichen Lösungsansatz für die digitale Zukunft? COM.CIERGE begleitet Sie bei der Auswahl und Umsetzung der für Ihren Betrieb passenden Technologien. Aufeinander abgestimmte Systemlösungen bilden die Basis der Digitalisierung. Den nachhaltigen Erfolg erzielt COM.CIERGE jedoch in der Kombination mit der operativen Erfahrung in der Hotellerie.

comcierge.ch



EHL Hospitality Business School

Die EHL-Gruppe ist eine weltweite Referenzgrösse für Bildung, Innovation und Beratung im Hospitality- und Dienstleistungssektor. Mit ihrer Expertise bietet die EHL-Gruppe heute an drei Standorten in der Schweiz und in Singapur eine breite Palette an wegweisenden Bildungsprogrammen an – von der Berufslehre bis zum Master-Abschluss und von der beruflichen Weiterbildung bis zur Weiterbildung von Führungskräften.

ehlgroupp.com



Hotelfachschule Thun

Die Präsenz der Hotelfachschule Thun am Hospitality Summit 2024 bot die Gelegenheit, unsere Position als innovative und praxisorientierte Bildungsinstitution für zukünftige Gastronomen und Hoteliers zu stärken. Durch den Austausch mit Experten, Alumni und Partnern zeigten wir unser Engagement für hohe Ausbildungsstandards. Vielen Dank für einen gelungenen Anlass!

hfthun.ch



Küng Wellness AG

Die Schweizer Wellness-Manufaktur Küng kreiert mit Handwerkskunst, Innovationsgeist und viel Liebe zum Detail massgeschneiderte Entspannungswelten. Das Angebot reicht von Saunen, Dampfbädern, Dampfduschen und Whirlwannen aus eigener Produktion bis hin zu ganzheitlicher Spa-Architektur und umfassenden Serviceleistungen.

kueng.swiss



Happy Professional

«Der diesjährige Hospitality Summit bot uns Gelegenheit, bestehende Kontakte zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen. Wir schätzen diese Form von Austausch sehr und freuen uns schon jetzt auf den nächsten Hospitality Summit.»
Alexandra Burkart, Happy Professional/BICO

happy-professional.ch



Johnson Health Tech

Als weltweit führende Marke für Fitnessenthusiasten zu Hause und im Studio erfindet Matrix das Trainingserlebnis vollständig neu. Durch dynamische Performance, schlankes Design, hochmoderne Funktionalität, exklusive Trainingsprogramme und herausragende Strapazierfähigkeit, die dem intensiven Gebrauch durch viele Studiogäste über viele Jahre tagtäglich problemlos standhält.

johnsonhealthtech.com



Schnarwiler Health & Beauty

Swiss made, 100 Prozent natürlich, nachhaltig, plastikfrei, refill, reuse und vieles mehr. Was will ein Hotelier mehr? Vom Private Label bis zur Wunschverpackung bietet Schnarwiler Health & Beauty seit über 35 Jahren fast alles, was sich ein Hotelier wünschen kann. Sagen Sie dem Plastikmüll in den Zimmern jetzt den Kampf an!

schnarwiler-cosmetics.ch



Saviva Food Services

Als stolzer Partner des Hospitality Summit teilen wir die Vision, die Hotelleriebranche zu stärken und innovative Lösungen zu fördern. Unser Engagement für nachhaltige Partnerschaften spiegelt sich in diesem inspirierenden Event wider, ganz nach dem Credo: «Gemeinsam die Zukunft gestalten.»

saviva.ch



CookpIT AG

Als stolzer Partner von HotellerieSuisse unterstützen wir Unternehmen unserer Lieblingsbranche dabei, erfolgreich und attraktiv für Mitarbeitende zu sein! Genau dafür arbeiten wir stetig an den besten digitalen Werkzeugen für unsere Kunden. Für eine starke Schweizer Hospitality-Branche mit Herz.

cookpit.ch



Labro AG

Der Hospitality Summit ist Treffpunkt zum Austausch und zur Perspektive in der Branche. Als Entwickler und Realisator von Hotelprojekten sind wir seit der ersten Stunde begeisterte Fans und jedes Jahr aufs Neue mit dabei. Der HoSu 2025 kann kommen!

labro.ch



BAUR WohnFaszination GmbH

«Auf dem diesjährigen Hospitality Summit haben wir viele Hoteliers der neuen Generation kennenlernen dürfen, und ihr Wille, ihr Hotel zu etwas Besonderem zu machen, ist sehr beeindruckend. Wir freuen uns, mit unserem einzigartigen Hotel- und Gastrodesign ein Teil dieser Reise der Gastgeber zu sein.»

Joachim Kaiser, Vertriebsleiter Schweiz

baur-bwf.de



Onstay AG

Die Onstay AG entwickelt, produziert und betreibt seit 2016 Self-Check-in-Gesamtlösungen für die Beherbergungsbranche. Mit kreativen Ideen und interdisziplinärem Fachwissen erarbeiten wir zusammen mit unseren Kunden innovative, langfristige Lösungen, die sich wirtschaftlich rechnen. So schaffen wir Mehrwert für Hotels und Gäste.

onstay.ch



VOGLAUER HOTEL CONCEPT

«Für uns DER zentrale Branchentreff in der Schweiz! Als Partner von HotellerieSuisse und Aussteller bietet das Event grossartige Möglichkeiten, unsere Leistungen als Hoteleinrichter und Generalunternehmer vorzustellen. Der Austausch mit Kunden, Hoteliers, Architekten und Partnern ist einzigartig. Wir freuen uns aufs nächste Jahr!»
Wolfgang Schaurecker, Leitung Vertrieb

voglauer.com



BE WTR

Bei BE WTR haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine nachhaltigere Zukunft zu schaffen, indem wir den lokalen Wasserverbrauch mithilfe von technologischen und Design-orientierten Hydrationsystemen fördern. Unsere patentierten Innovationen verfeinern den Geschmack des Wassers und nutzen eine Ultrafiltrationstechnologie, um Schadstoffe, Bakterien, Chlor und Viren zu reduzieren und gleichzeitig wenig Energie zu verbrauchen.

bewtr.com



Hotel-Spider

Hotel-Spider ist eine Schweizer cloudbasierte All-in-one-Onlinedistributionsplattform für Hotels. Wir machen es jedem Hotel leicht, seine Zimmer diversifiziert und automatisch online zu vermarkten und zu verkaufen. Unser Ziel ist simpel: mehr Sichtbarkeit und höhere Onlineumsätze für Ihr Hotel und eine deutliche Zeitersparnis für Sie.

hotel-spider.com



Hunn Gartenmöbel AG

Hunn Gartenmöbel präsentierte sich als zuverlässiger Partner für hochwertige Aussenmöblierungen in der Hotellerie und Gastronomie. Der Hospitality Summit bietet eine wertvolle Plattform für den persönlichen Austausch und die Netzwerkpflge.

hunn.ch



Swibeco AG

Zufriedene und loyale Mitarbeitende sind das höchste Gut jedes Unternehmens. Mit dem modularen Benefits-Angebot von Swibeco erhöhen Sie den Wert des Lohnes Ihrer Mitarbeitenden. Ganz einfach mit dauerhaften Einkaufsvorteilen bei zahlreichen Top-Marken in der Schweiz sowie individuellen Lohnnebenleistungen, natürlich völlig steuerfrei.

swibeco.ch



Schellenberg Gruppe

In dritter Generation ist die Schellenberg Gruppe ein gewachsenes Familienunternehmen mit Hauptsitz im Zürcher Oberland. Sie entwickelt und produziert seit über 60 Jahren Produkte «Made in Switzerland». Wir bieten Ihnen sämtliche Print- und Kommunikationslösungen aus einer Hand an. Mit gelebter Nachhaltigkeit, umweltschonenden Prozessabläufen und sozialem Engagement.

schellenberggruppe.ch



Nexi Schweiz AG

Die Nexi Schweiz AG bietet Ihnen intelligente Lösungen für das bargeldlose Bezahlen sowie Unterstützung beim Kundenmanagement. Als Mitglied von Hotellerie-Suisse profitieren Sie durch einen exklusiven Rahmenvertrag von attraktiven Konditionen. Als Teil der Nexi Group agieren wir aus einer Position der Stärke und stellen passgenaue Lösungen speziell für die Hotellerie und Gastronomie bereit.

nexi.swiss



Soeder AG

Wir wollten eine Seife herstellen, die in ihrer Herstellung traditionell ist und sich, was die Inhaltsstoffe angeht, auf das verlässt, was die Natur bereithält. Es war uns wichtig, dass man die Flaschen immer wieder auffüllen kann. Neben wertvollen Pflanzenölen findest du in Naturseife, Lotion und vielen weiteren Produkten Inhaltsstoffe wie Weizenproteine oder echten Schweizer Honig.

soeder.ch



LIGNO in-Raum AG

Entwicklung, Planung und Realisierung von Innenarchitektur- und Designkonzepten für Hotels, Restaurants und repräsentative Räume im Gesundheits- und Pflegebereich. Im engen Dialog mit unseren Kunden entwickeln wir Raumlösungen, die Emotionalität und Funktionalität vereinen und mit eigener Designsprache und Identität überzeugen.

ligno.ch



Ferrari Trento

Seit den 80er-Jahren setzt die Familie Lunelli auf exzellenten Trinkgenuss und hat den Ferrari Trento neben dem Grappa Segnana, dem Mineralwasser Surgiva und den stillen Weinen von Tenute Lunelli eingeführt. Diese teilen sich auf in toskanische Weine aus Podernovo, umbrische Weine aus Castelbuono, trentinische Weine aus Margon und nicht zuletzt eine berühmte Marke von Prosecco Superiore di Valdobbiadene DOCG, Bisol 1542.

ferraritentro.com/it



Patiswiss AG

Wir sind spezialisiert auf die Verarbeitung und Veredelung von Nüssen und Kernen zu Halb- und Fertigfabrikaten und führen ein breites Sortiment an international bekannten Handelsmarken für die Hospitality-Branche. Dank Baukastensystem innert kürzester Zeit angerichtet und ohne künstliche Zusätze. Auch mit veganen und glutenfreien Varianten.

patiswiss.com



Avatarion Technology AG

Avatarion ist auf die Entwicklung von Softwarelösungen für humanoide Roboter und mobile Geräte spezialisiert. Mit den drei Produkten Avabot, Avatar und Avatag bietet Avatarion eine komplette Infrastruktur, um die Interaktion und die Arbeit mit den Gästen zu erleichtern.

avatarion.ch



smARtec Veranstaltungstechnik AG

Wir sind spezialisiert auf die technische Umsetzung von Gestaltungskonzepten in den Bereichen Licht, Ton und Video. Das gute Gelingen eines Anlasses – ob gross oder klein – ist unser oberstes Ziel. Ebenfalls zentral ist der persönliche Kundenkontakt. Jeder Veranstalter hat bei smARtec klar definierte Ansprechpersonen, die den Event vom Anfang bis zum Schluss begleiten.

smartec.com



Nestlé Nespresso SA

Als Nespresso Professional waren wir beim Hospitality Summit vertreten und konnten mit Stolz unsere Kaffee- und Maschinenauswahl präsentieren. Das Highlight war unsere Aguila-Maschine mit über 13 Kaffeespezialitäten und höchster Qualität beim Milchschaum.

nespresso.com



Shiji Deutschland GmbH

Die Shiji Group bietet Softwarelösungen und Dienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandels- und Unterhaltungsindustrie an. Diese reichen von Hotelmanagementlösungen über F&B- und Einzelhandelssysteme, Zahlungsgateways und Datenmanagement bis hin zum Onlinevertrieb.

shijigroup.com



RunMyResto

Wir verstehen es. Ein Restaurant zu führen, ist nicht leicht. Deshalb haben wir RunMyResto ins Leben gerufen, eine Reihe von superschlaun Tools, die dein Leben einfacher und deine Gäste glücklicher machen werden. Lass uns die Zukunft gemeinsam anpacken!

runmyresto.ch



Hinti GmbH

Als exklusiver Businesspartner von Assa-Abloy Vingcard in der Schweiz duften wir als Hinti GmbH auf dem diesjährigen Summit unsere Highlights präsentieren und mit spannenden Menschen über die Trends und Entwicklungen der Branche diskutieren.

hintigmbh.ch



FurniRent (Liechtenstein) AG

furniRENT erarbeitet für Hotels individuelle Lösungen aus Finanzierung, Umbau und Ausstattung. Von der Planung bis zur Umsetzung bleibt furniRENT als Projekt- abwickler und Komplettanbieter an der Seite der Hoteliers. Gemeinsam geht mehr! So lautet das Motto von furniRENT. Informieren Sie sich unverbindlich auf unserer Website:

furnirent.li



Franke Kaffeemaschinen AG

Für Franke Coffee Systems ist der Hospitality Summit jedes Jahr die ideale Plattform, um mit unseren Kunden, Partnern und Kollegen ins Gespräch zu kommen. Beim Summit stehen weniger das Produkt und das Verkaufsgespräch im Fokus, sondern die Persönlichkeiten der Branche.

coffee.franke.com



J.T. Ronnefeldt KG

Entspannung und Anregung, Mystik und Aromenvielfalt, exotische Länder und spannende Geschichten. Die Welt des Tees ist facettenreich, genussvoll und kosmopolitisch. Ronnefeldt bringt dieses wertvolle Naturprodukt aus allen Teilen der Erde zu Ihnen nach Hause, denn unser Herz gehört dem Tee, und das schon seit 1823.

ronnefeldt.com



RossoBlu GmbH

RossoBlu ist ein Unternehmen der TAT-Gruppe Luzern. Die Kernkompetenz der Gruppe liegt in der Entwicklung, der Realisierung und dem Betrieb von Immobilienprojekten. Mit rund 25 Mitarbeitenden deckt sie Bereiche wie Architektur, Bauwesen und Liegenschaftsverwaltung ab. Als Spezialist für Objekteinrichtungen konzentriert sich RossoBlu insbesondere auf spezielle Anwendungen bei Neubau und Renovierung von Nasszellen.

rossoblu.ch



Key & Card AG

Die Key & Card AG entwickelt die Systemlösung «Check-in 24-7 All in One» für die personaloptimierte Gästeorganisation. Ein Mitarbeiter begleitet Sie bei Umsetzung und Support für KeyCard-Systeme, Check-in-24-7-Kiosk und Onlinebuchungs- und Verwaltungsplattform Check-in 24-7.

key-card.com



INVITA Hospitality Projects by BAULINK

«Der Hospitality Summit ist ein wichtiger Treffpunkt für Innovation und Austausch. Wir haben unsere Präsenz als Aussteller genutzt, um unsere breite Leistungspalette zu präsentieren und gleichzeitig unsere Verbundenheit mit der Schweizer Hospitality-Branche zu unterstreichen.»

Robert Diepenbrock, Leiter Projektmanagement und Mitglied der Geschäftsleitung

invita-projects.ch



American Express

American Express ist ein starker Partner der Hotellerie und kennt die Bedürfnisse der Branche. Über globale Marketingprogramme erreichen Sie die American-Express-Mitglieder und können mit konkreten Angeboten auslastungsschwächere Zeiten überbrücken. In der Schweiz unterstützt American Express HotellerieSuisse seit vielen Jahren als Premium Partner.

americanexpress.ch



Continuum Solutions

Statistiken zeigen deutlich, dass Menschen eher in Hotels mit einem guten Fitnessraum oder Fitnessbereich gehen. Die Trends zeigen alle, dass die Gäste ein modernes Fitnessangebot suchen und ihre Erwartungen steigen. Wie wäre es, wenn Sie das Beste an interaktiver Fitness direkt im Zimmer anbieten könnten? Glauben Sie nicht, dass Ihre Gäste das lieben werden?

freemotion-fitness.ch



Hugo Dubno AG/Mangia!

Buono for you. Buono for the farmers. Buono for the planet. Buono for the future. Eat Mangia!

eatmangia.com



GINGR GURU

Wir sind Gingr in a bottle aus frischem Bio- und Fair-Trade-Ingwer. Wir hypen dein Mojo und boosten dein Karma. Gingr Guru füllen wir in der Schweiz ab. Mit Gingr Guru bist du nicht nur schneller, sondern machst auch mehr Cash. Klingt nice, oder?

gingrguru.ch



Planetspa GmbH

Mit einer einzigartigen Kombination von Innovation, Kreativität und höchster Qualität gehört Planetspa zu den führenden Schweizer Anbietern von exklusiven Edelstahlpools, leistungsstarker Unterwasserbeleuchtung und fantasievollen Wasserattraktionen. Wir planen und gestalten hochwertige Wasserlandschaften für Private, Hotels und öffentliche Schwimmbäder.

planetspa.ch



Feuerstein Essentials Switzerland

Feuerstein-Pflege nutzt die Kraft der Engadiner Alpenkräuter, um die natürliche Hautschutzfunktion zu stärken. Unsere rein pflanzlichen Rohstoffe werden ohne Paraffine, Parabene, Tierversuche, Sulfate und Silikone gewonnen und verarbeitet. Unser Ziel ist das Gleichgewicht von geistiger und körperlicher Gesundheit für strahlende Schönheit.

feuerstein-essentials.ch



Cavian, Luxury Food GmbH

Unser Kaviar vereint schimmernde Texturen und einen unvergleichlichen, lang anhaltenden Geschmack, der die Sinne betört. Unsere Rogen sind nicht pasteurisiert und erinnern an den wilden, ursprünglichen Kaviar aus dem Kaspischen Meer. Sein Genuss ist ein Erlebnis, das nicht nur den Gaumen verwöhnt, sondern jedem Anlass noch mehr Glanz verleiht.

cavian.ch



dailypoint

dailypoint ist die führende Datenmanagement- und CRM-Plattform für anspruchsvolle Hoteliers. Wir helfen Hoteliers bei der Digitalisierung ihrer Gastfreundschaft. dailypoint sammelt Daten aus allen relevanten Quellen wie PMS, POS, Website, Newsletter oder WLAN und erstellt automatisch ein zentrales und konsolidiertes Gastprofil.

dailypoint.com



JobDone AG

Es war eine grosse Freude, an diesem erstklassigen Kongress unsere App für Planung, Zeiterfassung und Kommunikation präsentieren zu dürfen. Durch diese Branchennähe verstehen wir die Pain Points exakt und können unseren Service durch Modernisierung und Innovation weiter revolutionieren.

jobdone.app



Infra-Com Swiss AG

HIBOX Smartroom ist eine interaktive Informations- und Unterhaltungslösung. Individuell, benutzerfreundlich, persönlich – weit mehr als ordinäres TV und Streaming. Ihre Screens im Hotel werden zu Verkaufs- und Kommunikationsplattformen, fördern das Upselling und den Zugang zu Informationen rund um das Hotel.

infra-com.ch



indie hotel services

indie Hotels ist eine exklusive Plattform für individuelle und unabhängige Hotels, die von einer Vielzahl massgeschneiderter indie hotel services profitieren. Dein Erfolg steht dabei immer im Vordergrund. Wir stärken die Marktposition deines Hotels, und du sparst Zeit und Geld dank Synergien der indie Hotels.

indie-hotels.ch



BWH Hotels Central Europe GmbH

BWH Hotels ist ein führendes, globales Hotelnetzwerk von rund 4500 Hotels in fast 100 Ländern weltweit. Es ist die Dachorganisation für die drei Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels sowie SureStay Hotels mit insgesamt 19 Einzelmarken in jedem Marktsegment von Economy bis Luxus.

bestwestern.de

Supporting Partner

Besten Dank für das Engagement und die Verbundenheit.



Möchten auch Sie sich für die Branche engagieren und am Hospitality Summit 2025 eine aktive Rolle übernehmen?

Dann melden Sie sich bitte unter hospitality-summit@hotelleriesuisse.ch.

Anzeige

Warum vertrauen so viele HotelPartner Revenue Management?

hotelpartner.com

✓ Über 500 Hoteliers

18+ Jahre Erfahrung, mehr als 17 Millionen Übernachtungen optimiert und tausende maßgeschneiderte Revenue Management Strategien.

✓ Ferienhotels

Weil HotelPartner mit Feriendestinationen & ihren spezifischen Herausforderungen groß geworden ist und Expertenwissen in die Partnerschaft einbringt.

✓ Hotelketten

Durch Expertise wird eine konsistente Markenbotschaft und Strategie gewährleistet und gleichzeitig eine nachhaltige Expansion gesichert.

✓ Investoren & Banken

Stabile Erträge und kontinuierliches Wachstum der Partnerhotels, sichern jegliches Investment optimal ab.

✓ Stadthotels

Die einzigartige Kombination aus qualifizierten Teams, bewährter Expertise und modernster Technologie sichert einen klaren Wettbewerbsvorteil.

✓ Hotelmitarbeiter

Durch die Zusammenarbeit erfahren sie eine deutliche Entlastung und Verbesserung der Arbeitsqualität und können exzellente Gastgeber sein.





Party.Rent: sorgt für unvergessliche Events.
Fair.Rent: macht Messen zu beeindruckenden Erlebnissen.
Office.Rent: schafft inspirierende Arbeitsumgebungen.

Die Rent.Group ist Ihr Partner für temporären Besitz und zirkulären Nutzen in Europa. Mit über 1.150 Mitarbeitern und 29 Standorten treiben wir den Wandel zu einer Sharing-Gesellschaft voran. Unter unserem Dach vereinen wir Party.Rent, Fair.Rent und Office.Rent

Nachhaltigkeit und Zirkularität sind für uns Herzensangelegenheiten. Wir bieten über 4.500 Qualitätsprodukte für jeden Bedarf. Unsere Lösungen schonen die Umwelt und sind wirtschaftlich sinnvoll. Willkommen in der Zukunft des Verleihgeschäfts. Gemeinsam gestalten wir eine nachhaltigere Welt

KONTAKT

Rent.Group Basel
Rheinfelderstrasse 25
4127 Birsfelden

www.partyrent.com/ch-de
E-Mail: basel@rent.group
Telefonnummer: +41 61 31768-00

Verlassen Sie sich auf unsere persönliche Erfahrung!

Differenzierende und begeisternde kulinarische Angebote sowie starke Markenprodukte sind unsere Mission. Wir sind die erste Adresse für Produktvielfalt in bester Qualität aus einer Hand.

Unser Sortiment mit den beiden Hauptmarken HIESTAND und COUP DE PATES deckt mit 800 hochwertigen Tiefkühl-Backwaren alle Bedürfnisse von Gastronomie und Hotellerie ab.



Ihre Spezialisten für Nachhaltigkeit in Hotellerie und Beherbergung.
Mehr erfahren auf ibexfairstay.ch

Der MobileWaiter von RunMyResto begeisterte am Hospitality Summit 2024!



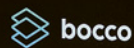
Zahlen, sagen mehr als Worte:

- Erspare Deinem Servicepersonal über **100'000 Schritte pro Monat**, dank dem integrierten Kreditkartenterminal von Nexi, Wallee oder WL
- Reduziere den Aufwand beim Abgleichen der Tagesabschlüsse um bis zu **12 Minuten**
- Erfreue Deine Gäste, dank **verkürzten Wartezeiten & reibungslosen Abläufen**



Mit dem MobileWaiter setzen Betriebe neue Standards. Die innovative Lösung von RunMyResto hilft Zeit & Kosten zu sparen, den Service zu optimieren & die Gästezufriedenheit nachhaltig zu steigern.

Speech von Martin Werlen,
Geschäftsführer Bocco Group.



Alles, was digitalisiert werden kann,
sollte digitalisiert werden!

Hotel- technologie

Das Tech-Forum powered by SHS am Hospitality Summit ist die Schnittstelle zwischen Hoteliers, Technologie und neusten Entwicklungen in Sachen Revenue-Management und Digitalmarketing. Es bot einen Einblick in die aktuellen Trends und Entwicklungen in der Branche.

Die Digitalisierung und der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) sind entscheidend für eine effiziente Arbeitsplanung und bieten zahlreiche Vorteile. KI-basierte Systeme erhöhen die Effizienz, senken die Personalkosten um etwa 10 Prozent und verbessern die Kundenzufriedenheit und den Umsatz um etwa 15 Prozent, was zu einer Margenerhöhung von bis zu 50 Prozent führt. Technologische Fortschritte ermöglichen nun auch individuellen Hoteliers den Zugang zu automatisierten Preismanagementlösungen. Eine zentrale, gastzentrierte IT-Strategie ist notwendig, um Daten effizient zu nutzen und den digitalen Wandel erfolgreich zu gestalten. Automatisierungstechnologien wie KI-basierte Telefonassistenten können repetitive Aufgaben übernehmen und das Personal entlasten.

10 %
tiefere Personalkosten

15 %
Umsatzsteigerung

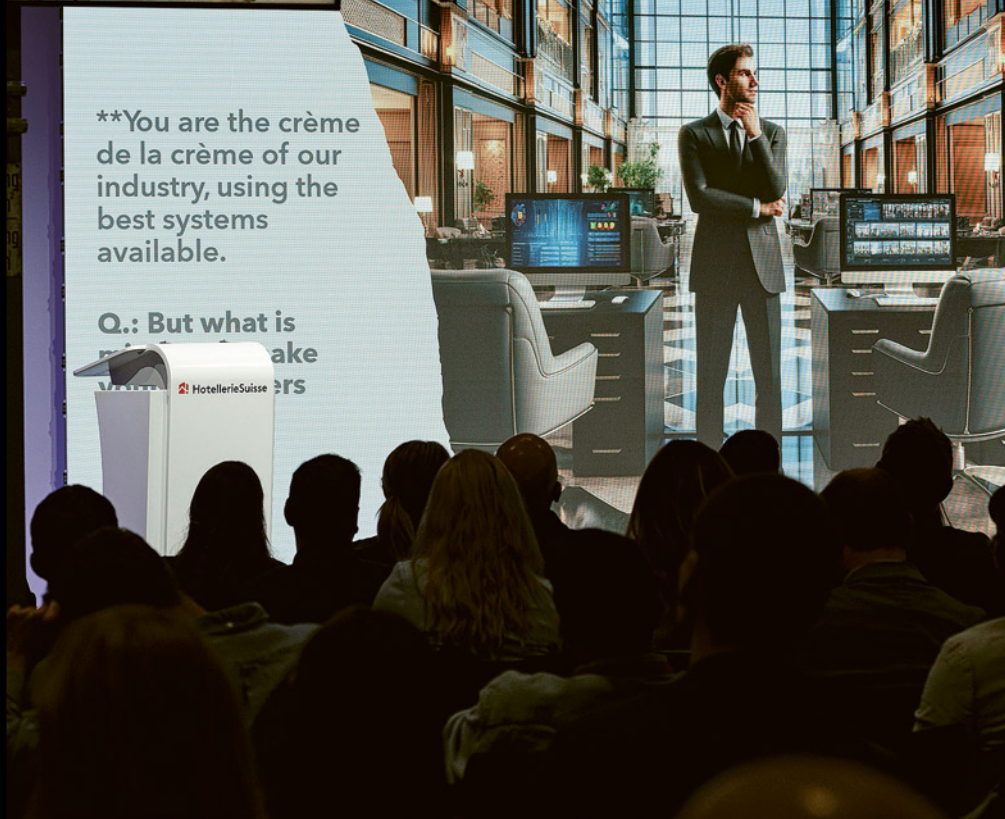
50 %
Margenerhöhung

Spannende Worte von Michael Toedt, CEO
und Founder dailypoint.



****You are the crème
de la crème of our
industry, using the
best systems
available.**

**Q.: But what is
really make
HotellerieSuisse
ERS**



Tech erleichtert den Hotelbetrieb

KI und die richtigen Technologien verändern den operativen Alltag des Hoteliers und halten die Branche auf Kurs. Das Tech-Forum powered by SHS ist eine Plattform für Wissensaustausch, Networking und das Entdecken neuer Möglichkeiten in den Bereichen Hoteltechnologie. Start-ups, Investoren und Entscheidungsträger aus der Hospitality-Branche tauschen sich mit Experten aus und diskutieren über Tech-Trends, Entwicklungen und Chancen der Digitalisierung. Experten sprechen darüber, wie es dank KI und der richtigen Technologie möglich ist, den operativen Alltag zu vereinfachen. Ein Beitrag, dem Mitarbeitermangel entgegenzuwirken und interne Abläufe zu optimieren, um die Arbeitskultur auch für junge Menschen attraktiver zu gestalten.

Nora Devenish

Zeitersparnis und Umsatzsteigerung durch Automatisierung am Frontoffice



«Die Hotellerie ist eine der wenigen Branchen, in der man etwas kaufen oder buchen kann, ohne zu bezahlen. Vorauszahlungen verbessern den Cashflow und reduzieren Stornierungen. Alles, was digitalisiert werden kann, sollte digitalisiert werden!»

Martin Werlen
CEO Bocco Group
boccogroup.com

Smarte Angebotserstellung – mit KI mühelos und effizient Ressourcen ausschöpfen



«KI-basierte Systeme führen zu höherer Effizienz, geringeren Personalkosten und verbesserten Angeboten, die genau auf die Gäste zugeschnitten sind. Die Personalkosten sinken um ca. 10 %, die erhöhte Kundenzufriedenheit und die Umsatzsteigerung liegen bei ca. 15 %, die Margenerhöhung bei 50 %.»

Björn Seidel
Business Development
Representative ReGuest
request.io

Arbeitsplanung – effizienter zum Ziel dank KI



«Arbeitsplanung effizient zu gestalten, bedeutet, ab heute KI zu nutzen. Im übertragenen Sinn kann KI als neues Teammitglied angesehen werden – mit einem Set an optimalen Vorkenntnissen, unermüdlich und mit x-facher Geschwindigkeit.»

Samuel A. Brun
Mitgründer & COO JobDone
jobdone.app

Data is the new oil – but only with AI we get petrol out of it



Next Generation Pricing – wie der Hotelier dank KI sein Preismanagement automatisieren kann



«Revenue-Management-Systeme waren viele Jahre nur für Ketten- und grosse Hotels zugänglich. Dank vieler technologischer Entwicklungen können Lösungen zur Automatisierung des Preismanagements heute endlich auch von individuellen Hoteliers genutzt werden. Künstliche Intelligenz, Zugriff über die Cloud und die Masse an verfügbaren Daten machen es einfacher denn je, die eigenen Zimmerpreise intelligent zu automatisieren und dadurch mit geringem Aufwand Umsatz und Gewinn des Hotels zu steigern.»

Marvin Speh
Co-Founder RoomPriceGenie
roompricegenie.com

«Hotels fehlt eine gastzentrierte IT-Strategie, in der Daten zentralisiert aufbereitet und in einem zentralen Gastprofil zusammengeführt werden. An dieses zentrale Profil sollte dann jedes neue System angeschlossen sein. So ergibt sich ein Datenkreislauf, der letztlich die Grundlage für den Erfolg in der Digitalisierung ist. Also: kein Stückwerk, sondern eine Gesamtstrategie verfolgen, auch wenn diese ein längeres Unterfangen ist.»

Michael Toedt
CEO und Founder dailypoint
dailypoint.com

Am Tech-Forum powered by SHS traten folgende Experten auf: Björn Seidel, Business Representative ReGuest; Martin Werlen, Geschäftsführer Bocco Group; Michael Toedt, CEO und Founder dailypoint; Samuel Brun, Co-Founder und COO JobDone; Yves Latour, Managing Partner Foratable by Lunchgate, und Marvin Speh, Co-Founder RoomPriceGenie. Der Anlass wurde von Gianluca Marongiu, Managing Partner & Senior Consultant SHS, geleitet.

Automatisierung am Frontoffice – Zeitersparnis und Umsatzsteigerung



«Viele repetitive Arbeiten sind personalintensiv, lassen sich aber dank Technologie automatisieren. Dazu gehören auch Telefonanrufe für Tischreservierungen. Basierend auf KI, werden diese automatisch beantwortet oder ans Serviceteam weitergeleitet. So wird es von 90 % der Anrufe befreit und verpasst keine Reservierung mehr. Der KI-Assistent kann selbstständig und unverbindlich ausprobiert werden: go.foratable.com/produkt/telefonassistent»

Yves Latour
Managing Partner Lunchgate AG
lunchgate.ch



monoplan.



Spannende Gesprächsrunde im kleinen Kreis

Meet & Greet

Mit Witz und Charme stellte sich KI-Experte Thilo Stadelmann in einer Diskussionsrunde den Fragen von HotellerieSuisse-Partnern. Diese zeigten sich interessiert an den neuen Technologien, wollten mehr über die Forschung dazu und den alltäglichen Gebrauch in der Branche erfahren.

Künstliche Intelligenz ist längst in unserem Alltag angekommen – und das löst bei manchen Menschen ein Unbehagen aus. Übernehmen jetzt Maschinen unser Denken und Handeln? Nein, sagen Experten wie Thilo Stadelmann (ab Seite 57). Es gehe oftmals darum, Routinearbeiten zu erledigen. Und dazu sind bereits heute faszinierende Tools auf dem Markt.

So generiert zum Beispiel ein Berner Start-up in Sekundenschnelle Texte für Websites und Instagram-Posts – in 180 Sprachen. Genutzt wird der Übersetzungsdienst bereits von einigen Tourismusdestinationen. KI hält Einzug in der Branche – sei es mit Chatbots, die Gäste persönlich beraten, oder gar mit Werbekampagnen, die mittels KI persönliche Bilder generieren.



KI-Experte Thilo Stadelmann wird von Nicole Brändle, Direktorin HotellerieSuisse, befragt.

«Wozu ich nie KI verwenden würde? Um meiner Frau zum Geburtstag eine Karte zu schreiben.»

Thilo Stadelmann, Informatiker und Professor für KI



Steigere die Produktivität deines Teams

- Überblick über alle wichtigen Informationen behalten
- Effizientes Delegieren von Aufgaben
- Zeitersparnis dank schneller Kommunikation
- Wissen zentral und für alle zugänglich dokumentieren

Erlebe, wie hotelkit den Arbeitsalltag revolutioniert!



hotelkit GmbH | www.hotelkit.net
Anfragen an: sophia.anker@hotelkit.net

Mehr erfahren



Klimafreundlich und
entspannt in die
Ferien mit dem ÖV.

sbb.ch/oev-push



LET'S CONNECT!

Dein Partner für Bildungsprogramme
und innovative Lösungen in der
Hotellerie und Gastronomie



Berufsbildung
EBA & EFZ



Bildungsprogramme
in der
Gastronomie

Diplome als
Hotelier*e Gastronom*in
Hotelmanager*in NDS HF



zusätzliche
Ressourcen &
Einrichtungen



Swiss Hospitality Hub



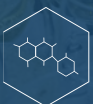
Starke Gemeinschaft:
Alumni & Netzwerk



Hier treffen zukünftige Hoteliers
und Gäste aufeinander!



45 Zimmer



6 Lab Rooms



13 Serviced
Apartments



Meeting &
Event



Experimente



Erlebnisse



POS, Booking, PMS & RMS
Die richtigen Zutaten
für die Digitalisierung
in Hospitality, Hotel &
Catering

Zucchetti Switzerland SA
In der Luberzen 29
CH-8902 Urdorf
Tel. 044 8644410
www.zucchetti.com/de

«Den Terminator gibt es nicht»

Künstliche Intelligenz macht vielen Menschen Angst. Professor Thilo Stadelmann über Chancen und echte wie eingebildete Gefahren einer mächtigen Technologie.

Gaston Haas

Thilo Stadelmann, wann ist Ihnen heute KI im richtigen Leben begegnet?

Ich habe heute Morgen schon einige E-Mails empfangen. Dabei hat mich wahrscheinlich der Spamfilter gerettet. KI ist im Alltag in so vielen Dingen drin, das bemerken wir gar nicht mehr.

Der Begriff künstliche Intelligenz ist erklärungsbedürftig. Kann ein Algorithmus, also ein Computerprogramm, «intelligent» sein?

Natürlich nicht. Der Begriff stammt aus den 1950er-Jahren. Es ging um die Frage, wie man mit Computern komplexe Fragen lösen könnte. Zur Auswahl standen «Complex Computer Application» und «Artificial Intelligence». Die Forscher brauchten einen griffigen Begriff und Fördergelder. Da machte natürlich «künstliche Intelligenz» das Rennen. Aus Marketingsicht damals perfekt. Aber aus heutiger Sicht eine unglückliche Wahl.

Warum unglücklich?

Weil der Begriff falsche Assoziationen weckt. Es geht bei KI nicht einmal ansatzweise um Intelligenz. Es geht um Wahrscheinlichkeiten, darum, clevere Aufgaben zu simulieren.

Vielen Menschen machen die datengetriebenen Maschinen Angst. Verstehen Sie das?

Sicher. Bei jeder grossen Veränderung gibt es Dinge, die uns in Unruhe versetzen, weil sie alles durcheinanderbringen. Mit solchen Herausforderungen kann man lernen umzugehen. Viele Ängste haben aber wenig mit der Realität zu tun und sind deshalb meiner Meinung nach unbegründet.

«Künstliche Intelligenz weckt falsche Assoziationen. Es geht nicht einmal ansatzweise um Intelligenz. Es geht um Wahrscheinlichkeiten.»

Viele fürchten sich trotzdem.

Und wir sind nicht wir selbst, wenn wir ängstlich sind. Wenn wir diese Angst loswerden, sehen wir die Dinge unvoreingenommener. Als Werkzeug nämlich, das uns das Leben erleichtert.

Sam Altman, CEO von Open AI, und andere warnen vor ihren eigenen Produkten.

Ich will Altman nichts unterstellen, aber ich glaube, da steckt etwas anderes dahinter.

Nämlich?

Wäre ich Marktführer wie Open AI mit Chat-GPT, dann würde ich auch zur Regierung gehen und sagen: Leute, das ist gefährlich. Reguliert das besser. So schütze ich mein eigenes Unternehmen vor der Konkurrenz. Zudem: Bei allen grossen Neuerungen standen sich die Weltuntergangsphilosophen und die Optimisten gegenüber. Das ist auch heute so. Die meisten seriösen Wissenschaftler sehen die Chancen und handhabbaren Risiken. Der Rest ist Science-Fiction.

Erklären Sie.

Denken Sie an den Terminator oder an HAL in Stanley Kubricks «Odyssee im Weltraum». Beide verursachen riesige Probleme. Bloss: Es gibt den Terminator nicht. Und HAL ist ein Film-Supercomputer. Das ist Hollywood, nicht die Realität.

Gerade in der Hospitality-Branche spielen zwischenmenschliche Eigen-

Thilo Stadelmann ist Informatiker und Professor für KI und maschinelles Lernen an der ZHAW School of Engineering in Winterthur, wo er das Centre for AI leitet.



Unlock your hospitality business! It works like magic.

Drive efficiency, increase revenue & create a game-changing experience for your guests and employees with the LIKE MAGIC operations & guest experience platform.

www.likemagic.tech

 wüestpartner

Ihr Experte für
die nachhaltige
Entwicklung und
Bewertung von
Hotelimmobilien

Jetzt den Wüest Partner
Hospitality Report Schweiz
2024 herunterladen



schaften eine wichtige Rolle. Wie soll denn ein Chatbot je auf individuelle Bedürfnisse eines Gastes eingehen?

KI, also zum Beispiel ein Chatbot, macht es möglich, dass wir das tun können, was wir gut und gerne tun. Das gilt auch für die Beherbergungsbranche, wo Leidenschaft, Mitgefühl, Gastfreundschaft eine grosse Rolle spielen. KI nimmt uns viele langweilige, wiederkehrende Arbeiten ab und setzt uns so frei für Mitmenschlichkeit.

«Wir Menschen sind nicht gut darin, das richtige Mass zu finden. Weil es bedeutet, dass wir uns einschränken müssen. Wir sollten lernen, auch mal Nein zu sagen.»

Das hat man uns schon versprochen, als die E-Mails aufkamen...

Wir Menschen sind nicht gut da drin, das richtige Mass zu finden. Weil es bedeutet, dass wir uns einschränken müssen. Wir sollten lernen, auch mal Nein zu sagen. Das Problem sind also eher wir, nicht die Technologie selbst.

Wir sind also selbst schuld?

Bis zu einem gewissen Grad, ja. Gewisse Dinge muss man sich hart erkämpfen, um erfolgreich gegen Hindernisse zu bestehen. Das hören viele nicht gerne.

Wo könnte denn KI in der Hotellerie eine Rolle spielen?

Mechanische Aufgaben erledigt KI besser als wir: Wo finde ich die Toiletten? Wie buche ich eine Massage im Wellnessbereich? Ich bin allergisch auf Laktose, kann ich dieses Gericht mit gutem Gewissen geniessen? Womöglich stellt der Gast all diese Fragen in einer Fremdsprache. Solche Aufgaben erledigt KI schneller und meist zuverlässiger als ein Mensch, rund um die Uhr.

Die Hilton-Gruppe setzt einen Roboter als Concierge ein. Ist das mehr als ein Gag?

Ich glaube, solche Modelle erweitern das Spektrum der Möglichkeiten. So kann ich mich von den Mitbewerbern abheben. Irgendwann werden alle den gleichen Roboter einsetzen. Dann ist wieder der Concierge aus Fleisch und Blut gefragt. Bewegung und Gegenbewegung, die Dinge pendeln sich immer wieder ein.

Wie können sich Hotels in Sachen KI auf dem Laufenden halten?

Die lesen hoffentlich die htr hotelrevue! Newsletter gibt es zu fast allen Themen. Abonnieren Sie zwei, drei glaubwürdige im Netz. So bleiben Sie auf dem Laufenden.

Erzählen Sie uns einen KI-Witz?

Einen Computerwitz kenne ich: Jesus und der Teufel veranstalten einen IT-Wettbewerb und übertrumpfen sich gegenseitig mit neuen Ideen. Plötzlich fällt der Strom aus, die Bildschirme sind schwarz. Der Teufel flucht. «Alles ist weg», stöhnt er. Jesus lächelt und säuselt: «Jesus saves...»

Fragen aus dem Publikum

Gibt es KI-Projekte in der Hotellerie, die Ihnen aufgefallen sind?

Wir hatten ein interessantes Projekt im Gastrobereich mit einem Start-up: Der Müllkübel in der Küche steht auf einer Waage und ist mit einer Kamera ausgestattet. Jedes Mal, wenn jemand etwas wegwirft, wird die Menge gewogen und ein Foto gemacht. Ein durch KI gesteuertes Programm analysiert dann, welche Waren weggeschmissen werden. Kartoffelschalen, Pommes frites, Steak... Dank diesen Angaben kann die Küche zum Beispiel die Portionengrössen anpassen und Food-Waste verhindern.

Wie sehr ist unser Alltag bereits von KI geprägt? Und wie nutzen Sie KI?

Es gibt viele geläufige Tools, die durch KI gesteuert sind. Wie kam ich zum Beispiel heute hierher? Mit der SBB-App, die mir sagte, wie ich am schnellsten von Winterthur nach Oerlikon komme. Ähnlich funktionieren auch Navigationssysteme für Autos. Bei mir daheim ist ein Rasenmäroboter im Einsatz, der mehr oder weniger zuverlässig den Rasen mäht – und ab und an mal den Gartenschlauch zerstört... Und manchmal übersetze ich Texte mit DeepL.



Mit seiner Keynote entführte Thilo Stadelmann die Teilnehmenden in die Welt der künstlichen Intelligenz und zog Parallelen zur Hotelbranche.

NOCH

FRAGEN ODER WÜNSCHE ?

WWW.CASABLANCA.AT

ALLES AUS EINER HAND

ONLINE EINCHECKEN
UND VIELES MEHR.
EGAL WANN!
EGAL WO!

MANUEL FELLER ZEIGT WIE'S GEHT.



CASABLANCA
hotelsoftware



WHAT REALLY MATTERS IS
WHO YOU CELEBRATE WITH

FERRARI

TRENTO



SINCE 1902
SPARKLING WINE FROM THE ITALIAN ALPS

Erkenntnisse, Ergebnisse und Erfolge

Über hundert Persönlichkeiten standen während des zweitägigen Summits auf den verschiedenen Bühnen der Halle 550. Die Koryphäen analysierten und debattierten, teilten ihr Wissen mit den Teilnehmenden – und genossen den Austausch mit der Branche. Ein kleines Stelldichein.

«Ich bin zum ersten Mal am Summit und begeistert, wie HotellerieSuisse es schafft, weit über tausend Besucher mitten in der Woche nach Zürich zu holen. Bei euch hat die Hotellerie einen wesentlich höheren Stellenwert als in Deutschland. Ihr habts ja erfunden!»

Klaus Kobjoll

Inhaber und Markenbotschafter
Schindlerhof Kobjoll GmbH

«Die Vielfalt an Themen ist riesig – ich weiss oft gar nicht, an welchem Anlass ich teilnehmen soll.»

Claudia Pronk

General Manager Nira Alpina Silvaplana

«Wenn man im Tagesgeschäft steckt, vergisst man oft, dass es viele andere Facetten unserer Industrie gibt. Am Hospitality Summit bekommt man wieder den holistischen Überblick.»

Nicole Hinrichs

Associate Professor für Strategie und Unternehmensgründung, EHL Hospitality Business School

«Ich gehe davon aus, dass der Tourismussektor wie viele andere Branchen ebenfalls von geschlechtsspezifischen Ungleichheiten geprägt ist und sich gerade auf Managementebene ein ähnliches Bild zeigt wie in anderen Branchen.»

Annabella Bassler

CFO Ringier AG und
Initiantin Equal Voice

«Den Hospitality Summit sollte man keinesfalls verpassen, weil sich hier das Who is who der Branche trifft. Kompakt an zwei Tagen kann man sich hier inspirieren lassen. Und die Stimmung ist immer grossartig und ansteckend.»

Nicole Brändle

Direktorin HotellerieSuisse

«Hotellerie und Gastronomie sind ein People-Business. Man weiss nie, wer einem irgendwann bei einem Job oder bei einer anderen Gelegenheit behilflich sein kann. Wichtig ist aber, dass man authentisch bleibt.»

Carole Hauser

Junghotelière und HotellerieSuisse-Verbandsleitungsmitglied

Drei Jahrzehnte Innovation und Service

HR-Management mit Hospitality-Faktor



www.mirus.ch

MIRUS

Bank **WIR**

«Partnerin für
Hotelfinanzierungen
auf Augenhöhe.»

Andrea Sprenger-von Siebenthal, Direktion,
Golfhotel Les Hauts de Gstaad, WIR-Netzwerkerin

Jetzt
Beratung
sichern


HotellerieSuisse
HOSPITALITY
SUMMIT2024
Patronatspartner

wir.ch/hs

«Ich bin zum ersten Mal am Summit und bin begeistert. Es ist unglaublich, wie viele Leute man hier trifft und wie sehr sich alle vernetzen.»

Afra Hörting-Wyss
Geschäftsleiterin WIGL – Digital Learning

«Die Stimmung hier ist wunderbar. Der Optimismus, die Fröhlichkeit, das Gefühl: Wir können die Zukunft erringen, erschaffen, schwebt in der Luft. Und das ist wunderschön.»

Klaus Wellershoff
Chief Executive Officer, Verwaltungsratspräsident und Partner, Wellershoff & Partners

«Mein Highlight war die Preisverleihung zum Hotelier des Jahres an Claudio und Patrick Dietrich vom «Waldhaus Sils». Und dann soll ja die Afterparty fulminant gewesen sein.»

Martin von Moos
Präsident HotellerieSuisse

«Das ist der wichtigste Anlass des Jahres, um sich inspirieren zu lassen und Kolleginnen und Kollegen zu treffen.»

Andreas Züllig
Gastgeber und Inhaber Schweizerhof Lenzerheide

«Nicole und Martin zum ersten Mal gemeinsam auf der Bühne, das war eines der Highlights dieses Summits. Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit dieser Verbandsleitung.»

Martin Nydegger
Direktor Schweiz Tourismus

«Ich bin zum ersten Mal am Summit und total begeistert. Eben habe ich zu meinem Mann gesagt: «Schade, waren wir nicht schon letztes Jahr dabei.»»

Brigitte Trauffer
Gastgeberin und Direktorin Trauffer Erlebniswelt und Bretterhotel

«Unsere Branche lebt vom Faktor Mensch. Am Hospitality Summit pflege ich den Austausch mit inspirierenden Kolleginnen und Kollegen. Diese Momente genieße ich ganz besonders.»

Marco R. Zanolari
CEO The Living Circle

«Im Ausbildungsbereich sind wir momentan in den geburtenschwachen Jahrgängen. Diese Durststrecke wird bis 2025 anhalten. Es gilt, die Zeit aktiv zu nutzen, um langfristig bei der Talentbindung die Nase vorne zu haben.»

Sabrina Westphäliger
Senior Director Talent & Culture DACH, Accor

In der Kindheit von Claudio und Patrick Dietrich begann jeweils in der Zwischen-saison eine schöne Zeit. Wenn die Gäste abgereist waren, räumten die Angestellten die Möbel aus der Halle. Es galt, die Parkettböden für die nächste Saison in Schuss zu bringen. Für die Kinder wurde das Haus zum Abenteuerspielplatz. «Wir hatten das Hotel für uns, luden unsere Kollegen ein und spielten Federball, Verstecken und Räuber und Polizist», erinnert sich Patrick Dietrich. Seit 2010 leitet er mit seinem dreieinhalb Jahre älteren Bruder Claudio das 5-Sterne-Hotel. Nun haben sie die Auszeichnung «Hotelier des Jahres» erhalten.

«Endlich auch einmal selber kochen»

In ihrer Würdigung begründet die Jury die Auszeichnung mit dem «Mut der Familie Dietrich, das Hotel konsequent in die Zukunft zu führen», dies auf der Grundlage von Geschichte, Tradition, Kultur – und Familie (siehe Seite 67).

Ein Familienhotel war das «Waldhaus» schon in der Kindheit von Claudio und Patrick Dietrich. Mit ihren drei Geschwistern lebten sie in den ersten Jahren tatsächlich im Hotel. «Dass wir ein eigenes Hallenbad hatten, war toll», sagt Claudio Dietrich. Während der Schulferien besuchten sie mit den Kindern der Gäste den Kinderclub und spielten mit ihnen. Und natürlich erlebten sie den Betrieb vor und hinter den Kulissen. «Wir durften uns im Hotel frei bewegen, aber es war auch klar, dass wir dort, wo Leute arbeiten, nicht stören und nicht durch die Halle rennen durften», erinnert sich Patrick Dietrich. Die Hotelierfamilie wohnte in einem Zwischengeschoss. Zu essen gab es, was die Mitarbeitenden zu essen bekamen. Ausser in der Zwischen-

«Die Familie führt das Hotel auch auf Direktionsebene. Das macht das «Waldhaus» speziell.»

Claudio Dietrich

saison. Die Grossmutter kochte dann Klassiker wie etwa Hacktätschli mit Kartoffelstock und Spinat oder bereitete Berliner zu, und das war für Claudio Dietrich etwas Besonderes. «Wir konnten wünschen, was es gibt. Und endlich auch einmal selber kochen.» In der Tat hatte Claudio Dietrich schon als Kind Freude am Kochen, so wie seine Kollegen. Bereits im Alter von zehn Jahren kochten sie selbst und luden die Eltern zum Essen ein.

«Bevorzugt oder benachteiligt»

Sowohl Patrick wie auch Claudio Dietrich absolvierten zunächst eine Kochlehre. Für beide war allerdings klar, dass sie diese Ausbildung nicht im

Das familiäre Luxushotel

Das «Pech der Vorfahren» sehen sie als ihr Glück. Nun erhalten die Brüder Claudio und Patrick Dietrich vom «Waldhaus Sils» den Branchen-Award.

Ueli Abt





Betrieb der Eltern machen wollten. «Als Sohn wird man entweder bevorzugt oder benachteiligt», war sich Claudio Dietrich damals sicher. So lernte er das Kochhandwerk im nahen Parkhotel Margna in Sils. Er sammelte Erfahrungen in London bei Anton Mosimann und arbeitete in Frankreich, ehe er die Hotelfachschule besuchte. Patrick Dietrich lernte im Ermitage Wellness- und Spa-Hotel in der Nähe von Gstaad. Anschliessend arbeitete er in mehreren Hotels in der Schweiz, in Deutschland und den USA. Auch er besuchte die Hotelfachschule.

«Es war nicht immer klar, dass wir den Betrieb übernehmen würden», sagt Patrick Dietrich. 2004 habe der Vater angekündigt, dass er in etwa fünf Jahren kürzertreten wolle. Nach Gesprächen innerhalb der Familie kristallisierte sich heraus, dass nur die Brüder an der Leitung des gesamten Betriebs Interesse hatten. Heute führen die beiden den Betrieb in fünfter Generation weiter. Schwester Carla Lehner-Dietrich ist seit 2008 im Haus tätig und leitet seit 2016 den Spa-Bereich. Cornelia Dietrich, die Frau von Claudio, ist fürs Marketing verantwortlich. Das Haus ist im Besitz eines Familienaktionariats, bestehend aus derzeit 19 Mitgliedern. «Die Familie führt das Hotel auch auf Direktions-ebene. Das macht das Waldhaus speziell», sagt Claudio Dietrich.

Mit 140 Zimmern sei das Hotel recht gross, trotzdem sei die Atmosphäre familiär, so Patrick Dietrich. «Weil unsere Eltern und unser Onkel weiterhin im Hotel präsent sind, schaffen wir es, jeden Gast persönlich zu begrüssen und zu verabschieden und ihn im Restaurant einmal pro Tag zu sehen.»

Orchester spielt Kaffeehaus-Musik

Seit 116 Jahren thront das stattliche Haus auf der Anhöhe bei Sils Maria. Das «Waldhaus» spielt heute die Karte «historisches Hotel» aus. Während der Saison unterhält ein Streichorchester im Salon mit Wiener Kaffeehaus-Musik. Auf den Gängen erinnern mechanische Kommunikationseinrichtungen aus den Anfängen des Betriebs an die Belle Epoque. Im Salon bleu steht ein mechanisches Klavier, das auf Lochkarten gespeicherte Melodien spielt. Einige Zimmer wurden restauriert und zeigen den Originalzustand von 1908, als Urgrossvater Josef Giger das damals neue Hotel in Betrieb nahm. «Unser Glück ist das Pech unserer Vorfahren», sagt Claudio Dietrich. In den 50er- und 60er-Jahren sei kaum Geld vorhanden gewesen für Sanierungen. «Heute klopft man uns auf die Schultern, weil in unserem Haus viel historische Bausubstanz erhalten geblieben ist.»

«Die von der Burg», so habe man hin und wieder in der Kindheit von ihnen geredet – in Anlehnung an die leicht trutzige Anmutung des Hotels auf dem

Felsen. Sonst aber sei es für die Klassenkameraden nichts Spezielles gewesen, dass gewissermassen ihr Elternhaus ein Luxushotel war.

Stammgäste wollten kein Spa

Stattliche 70 Prozent beträgt heute der Stammgästeanteil des Hauses. Einige der Kinder, die früher mit Claudio und Patrick Dietrich im Kinderclub spielten, kehren inzwischen mit ihren eigenen Kindern ins «Waldhaus» zurück. Und die Brüder haben dem Betrieb ihre eigenen Impulse gegeben. Grösstes Projekt bisher: der Bau eines Spa-Bereichs 2016. Für das Unternehmen bedeutete es eine Investition von rund 10 Millionen Franken. «Gewisse Stammgäste sagten uns zwar, dass das «Waldhaus» keinen Spa-Bereich brauche. Aus anderen

«Nachdem wir den Spa-Bereich eröffnet hatten, nahmen die Buchungen markant zu.»

Patrick Dietrich

Gästerückmeldungen wurde allerdings klar, dass es im 5-Sterne-Bereich heute nicht nice to have, sondern ein Must ist», sagt Patrick Dietrich. Die Zahl der Buchungen nahm in der Folge markant zu. Auch betrieblich setzten die Brüder seither Akzente. Seit vergangenem Sommer ist ein Prämiensystem in Kraft, welches Anreize schafft, über mehrere Jahre im Hotel tätig zu sein. «Aufgrund von Rückmeldungen der Mitarbeitenden wurde uns klar, dass wir ein System brauchen, das auch spannend ist für jene, die nicht schon 20 Jahre im Betrieb sind.» Eine Prämie gebe es daher schon ab der dritten Saison.

Auch war den Brüdern wichtig, die Abteilungsverantwortlichen stärker in Entscheidungen einzubeziehen und damit weniger «patriarchal» zu führen, wie Claudio Dietrich sagt. Am Anfang sei das für sie, «im Sandwich zwischen der Eltern- und der Mitarbeitenden-Generation», schwierig gewesen. Seit letztem Winter steht auch ein neues Mitarbeitendenhaus zur Verfügung. Das in Modulbauweise erstellte Gebäude aus Holz aus dem Kanton Graubünden bietet den Angestellten 24 Studios. Mittlerweile kann das Hotel etwa 70 Prozent der Mitarbeitenden in eigenen Zimmern, Studios und Wohnungen unterbringen.

Noch ist es zu früh, um abschätzen zu können, ob dereinst jemand aus der Familie in Claudio und Patrick Dietrichs Fussstapfen treten wird. Fest steht: Die sechste Generation wächst sehr zahlreich heran, die Wahrscheinlichkeit, dass jemand Freude haben wird, den Betrieb weiterzuführen, ist gross. Und ebenfalls klar ist: Dass jemand aus der nächsten Generation die operative Leitung übernehmen sollte, darüber sind sich die Mitglieder des Familienaktionariats einig.

THINK OUTSIDE THE BOX



KRUCKER

Hospitality



Wir bewegen... News ohne Verzögerung

Ein perfekter Aufzug bewegt seine Passagiere mehr als in zwei Richtungen:
Er informiert und unterhält sie während der Fahrt.
Mit den Digital Media Services von Schindler kommt man smart ans Ziel. www.schindler.ch

We Elevate

150 Schindler
150 Jahre



Schindler

*Soeder**



**NATURAL CARE
FOR YOUR GUESTS.**

www.soeder.ch

SELLA & MOSCA
CASA FONDATA NEL 1899

*Come gli occhi
anche il palato
amerà questa terra.*

sellaemosca.com



«Achterbahn der Gefühle»

Special Award: Über Jahre hat sich Claudia Züllig-Landolt für die Grundbildung in der Branche eingesetzt. Nun wurde sie dafür an der Gala «Hotelier des Jahres» ausgezeichnet.

Ueli Abt

Claudia Züllig-Landolt, Sie erhalten den Special Award für Ihr Engagement für die Grundbildung. Worauf sind Sie stolz? Stolz bin ich, dass es unsere Branche geschafft hat, den neuen Hoko-Beruf zu implementieren. In diesen Prozess habe ich mich mit viel Herzblut eingebracht, und es hat mich viel Schweiß und auch einige Tränen der Enttäuschung gekostet, bis wir am Ziel waren. Der Prozess war eine Achterbahn der Gefühle, und es hat so manche Fahrt nach Bern erfordert, wo wir auch viele Gespräche auf politischer Ebene führen mussten.

Den Nachwuchs gefördert haben Sie aber auch im eigenen Betrieb in Lenzerheide. Stolz bin ich in der Tat auch darauf,

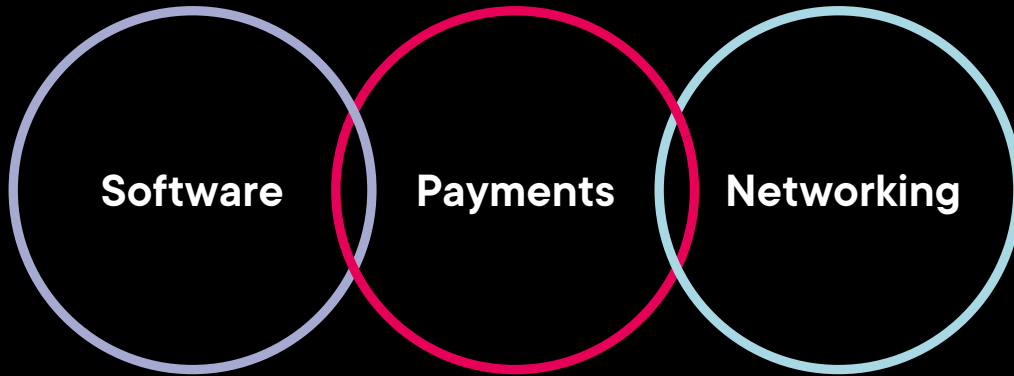
dass ich während der letzten 33 Jahre bei uns im «Schweizerhof» viele junge, tolle Menschen ausbilden konnte. Auch wenn sie heute nicht mehr in der Branche arbeiten – wobei viele noch immer in der Branche sind –, hat es mich immer stolz und glücklich gemacht, zu sehen, wie vom Ausbildungsbeginn bis zum Lehrabschluss aus Teenies junge, tolle Persönlichkeiten wurden. Viele dieser Lernenden kehren oft auch zu uns zurück und erinnern sich immer noch gerne an ihre Ausbildungszeit. Es gibt doch kein schöneres Kompliment für uns Auszubildner! Menschen auf ihrem Weg ein Stück weit zu begleiten und aus ihnen Persönlichkeiten zu machen, ist für mich eine Herzensangelegenheit.

Die Jury zum «Waldhaus»:


«Mehrere Faktoren gaben aus Sicht der Jury den Ausschlag: Einerseits ist es die durchdachte, authentische Inszenierung der **Geschichte und Tradition** des Hauses. Das «Waldhaus» wurde über Jahrzehnte zum eigentlichen Hotspot der **Kulturszene**, indem hier klassische Konzerte, Jazz, literarische und philosophische Anlässe auf höchstem Niveau zelebriert werden. (...) Die Mitarbeitenden werden gefördert und erleben aufrichtige Wertschätzung. Viele **Mitarbeitende** arbeiten schon seit Jahrzehnten im «Waldhaus». Zwischen der Inhaberfamilie und dem «Waldhaus»-Team herrscht eine natürliche, äusserst respektvolle Beziehung. (...) Kein Wunder, haben die Dietrichs auch **wirtschaftlich Erfolg**. (...) **Luxus** im «Waldhaus» sind menschliche Kontakte, Beziehungen, der persönliche Service, das Engagement für den Gast. Die üblichen Luxus-Brands findet man im «Waldhaus» nicht.»

planet


Unleash the power of hospitality



 PMS

 Online Check-in


 Currency Conversion


 Cast to TV


 Gift Cards

 Booking Engine

 Gateway

 Interactive TV

 Internet Services

 Acquiring

protel 

weareplanet.com

rebagdata 



Feel-good connected commerce

www.rebag.ch

«Dank den Avataren können Inhalte von Lernvideos jederzeit aktualisiert werden, ohne dass neue Filmaufnahmen im Studio notwendig werden.»

Alina Meyer
Expertin Nachhaltigkeit und Kommunikation, WIGL

Aus- und Weiterbildung

Lernen ist ein lebenslanger Prozess – und ein wichtiges Thema am Summit. Der Career Day vernetzte Nachwuchstalente mit Hotels und Bildungsinstitutionen, im NextGen. Hospitality Camp beschäftigten sich Jugendliche mit den Problemen der Branche, und der Education Day richtete sich an Mitarbeitende des operativen Managements.

«In einer Welt, die von ständigem Wandel geprägt ist, erweist sich Teamarbeit als unverzichtbarer Eckpfeiler für den Erfolg.»

Marco Nussbaum
Unternehmer und Mentor



Ein starkes Zeichen für die Branchenbildung

Der Career Day von HotellerieSuisse hat Signalwirkung. Er vernetzt Nachwuchskräfte, Beherbergungsbetriebe und Bildungsinstitutionen. Die Präsentation einzigartiger Karriereperspektiven dient der Nachwuchsförderung und vermittelt Freude am Beruf.

Nora Devenish



«Als Architekturhotel in den Bergen ist es für uns besonders wichtig, motivierte Talente anzusprechen, die Teil eines tollen Teams werden möchten. Der Career Day bot uns die gute Plattform, um mit der nächsten Generation in Kontakt zu treten und die Hotellerie als zukunftssträchtige Branche mit Berufsstolz zu zeigen.»

Katja Wilhelm
HR-Managerin 7132 Hotel Vals
7132.com



«Anlässe wie der Career Day sind essenziell, um jungen Menschen unsere tolle Branche schmackhaft zu machen, Perspektiven zu eröffnen und ihnen die Möglichkeit zu geben, wertvolle Kontakte zu knüpfen. In besonderer Erinnerung bleibt mir die Begegnung mit einem jungen Talent, dessen Begeisterung und Ideenreichtum mich tief beeindruckt haben.»

Johannes Sommer
CEO Gastronomie & Hotellerie Soleil Immobilien AG
dorfhus-gupf.ch



«Für uns war es besonders erfreulich, zu sehen, dass sich die aktuellen Lernenden in der Hotellerie und Gastronomie aktiv für eine Weiterbildung interessieren. Es ist beeindruckend, wie engagiert und motiviert sie sind und wie viel Leidenschaft sie für die Hotellerie und Gastronomie mitbringen.»

Thomas Ammann
Sales Officer EHL Hotelfachschule Passugg
ssth.ehl.edu



«Den Puls der Zeit, die Werte und Bedürfnisse spürt man am besten im direkten Gespräch mit Nachwuchskräften. Es ist wichtig, unsere Leidenschaft und Philosophie der Hotelgruppe am Stand zu vermitteln und für die Branche zu begeistern. Immer toll sind auch das Pflegen der Kontakte zu Mitbewerbern und Partnern und der Austausch innerhalb und über die Branche hinaus.»

Jeannette Fläcklin
HR-Managerin Revier Hotels
revier.group





«Anlässe wie der Career Day sind von höchster Bedeutung, da sie jungen Menschen ermöglichen, Netzwerke zu knüpfen und berufliche Interessen und Opportunitäten zu entdecken. In besonderer Erinnerung bleibt mir eine Diskussion mit einem jungen Schweizer, der mit seiner Familie bereits in verschiedenen Ländern gelebt hat. Ihn hat das Fieber gepackt, von vielen verschiedenen Kulturen zu lernen, und da ist die Hospitality der beste Freund!»

Nicole Hinrichs

Associate Dean Degree Programs, EHL Hospitality Business School

ehl.edu



«Die Branche kann sich nicht nur über Fachkräftemangel und fehlenden Nachwuchs beklagen, sie muss auch etwas dafür tun. Darum sind Anlässe wie der Career Day so wichtig für das Nachwuchsmarketing unserer Branche.»

Luzi Heimgartner

Studienberater und Dozent, Höhere Fachschule für Tourismus & Management Academia Engiadina

academia-engiadina.ch





«Das Spektrum der Themen und die spannenden Referate am Career Day haben aufgezeigt, welche Chancen und Potenziale im Hospitality-Bereich stecken. Unsere Branche bietet viele Zukunftschancen, die es zu packen gilt. Die Chance, eine nationale und internationale Karriere in der Branche zu gestalten, ist allgegenwärtig. Die Motivation dazu ist spürbar und macht Freude!»

Timo Albiez
Stv. Direktor SHL
shl.ch



«Ein wunderbar engagierter Austausch auf Augenhöhe – offen, interessiert und freudvoll! So machen wir unsere Branche gerne erlebbar.»

Anja Kramarz
Resident Manager Sinn & Gewinn Hotels
sinnundgewinn.ch



easy5

Eine einzige Partnerin für alle
5 Sozialversicherungen und die
Lohnadministration. **So einfach.**

Reduzieren Sie Ihren administrativen
Aufwand und gewinnen Sie Zeit für
das Wesentliche.



easy5.ch

Künstliche Intelligenz löst Branchenprobleme

20 Jugendliche liessen sich am NextGen. Hospitality Camp auf drei reelle Cases ein. Die Lösungsansätze setzen grossmehrheitlich auf den Einsatz von KI, wie die 100 Interessierten am Hospitality Summit erfuhren.

Blanca Burri



Höhepunkt des NextGen. Hospitality Camp war die Präsentation der Ideen am Hospitality Summit in der Halle 550 in Zürich-Oerlikon.

Stellen Sie sich vor, Sie checken in einem Hotel ein und werden mit Namen begrüsst, obwohl Sie vorher noch nie dort waren. Möglich macht dies eine KI-unterstützte Brille, die der Réceptionist trägt. Mittels Gesichtserkennung und Big Data liefert sie die Gästedaten direkt auf das Brillenglas und zusätzlich sogar alle Angaben zum Check-in. Dieses wird durch den persönlichen Ansatz zu einem Gästeerlebnis. «Der Gast fühlt sich von Beginn an wie zu Hause», erläuterte Angela Böni den Interessierten aus der Hotellerie bei der Präsentation am Hospitality Summit. Natürlich würden die Datenschutzrichtlinien dabei eingehalten, schob sie selbstbewusst nach. Böni ist Teil des Projektteams SHR und eines von 20 Jungtalenten, die am diesjährigen vierten NextGen. Hospitality Camp teilnahmen.

Im fünftägigen Camp von HotellerieSuisse und Economy Suisse arbeiteten sieben Gruppen an drei Cases. Den ersten Fall lieferte

«Das Change-Management gelingt, weil der Teamspirit gefördert und die Crewmitglieder optimal geschult werden.»

Teilnehmerin Seline Grossenbacher, angehende SHL-Studentin

die Firma Casablanca, Spezialistin für Hotelsoftware. Sie stellte die Aufgabe, einen autonomen Betrieb im Luxussegment zu garantieren, ohne dass die Customer Journey leidet.

KI-Brille und Spracherkennungstool fürs Gästeerlebnis

Dazu präsentierte das erwähnte SHR-Team die Idee mit der KI-Brille. Eine andere Gruppe verfolgte den Ansatz eines Spracher-

swi+zerland

Vermarkten Sie Ihre Unterkunft.



Entdecken Sie unser Leistungspaket.

Hotel Saratz, Pontresina, © Switzerland Tourism / Colin Friel

Hotels and Lodgings

AUF ZU NEUEN HÖHEN DER HOSPITALITY.



RED BULL VERLEIHT FLÜÜGEL. 



Hotel Restaurant Seegarten Marina Spiez

Innenarchitektur
Design + Möblierung
Gastro- und Hotel-Konzepte
Projekt-Entwicklung
Planung / Ausführung
Baumanagement



Gschwend AG Gastro-Bau Talackerstrasse 52 3604 Thun
033 334 22 22 info@gastrobau.ch www.gastrobau.ch



Tischkultur. Genuss. Erlebnis.

wmf-professional.ch

kennungstools nach dem Vorbild von «Alexa», «nur besser», wie ein Teammitglied lächelnd meinte. Das Spracherkennungstool erfüllt die Wünsche der Gäste selbstständig: Es besorgt Skitickets und bucht Massagen.

Change-Management mit Test-App und Super-Usern

Der Auftraggeber likeMagic von der SV Group wollte wissen, welche Massnahmen bei der Umstellung von analog auf digital getroffen werden müssen, um die Mitarbeitenden optimal zu betreuen, damit sie den Wandel mitgestalten. Das Team Next Destination schlug eine Testversion der bereits existierenden App vor. Ein internes Projektteam helfe beim Einrichten der App und schule die anderen Mitarbeitenden. Durch den Einsatz sogenannter Super-User erhielten alle eine persönliche Ansprechperson für weitere Fragen und Unklarheiten, so die Ausführungen von Next Destination. «Das Change-Management gelingt, weil der Teamspirit gefördert und die Crewmitglieder optimal geschult werden», sagte Seline Grossenbacher.

Gästefeedbacks für Innovation nutzen

Die Schweizerischen Jugendherbergen wollten von den 18- bis 25-jährigen Camp-Teilnehmenden erfahren, wie Gästefeedbacks die eigene Produktinnovation vorantreiben. Nach der Idee der Gruppe Mango sammelt die KI die Gästefeedbacks auf allen Plattformen wie Tripadvisor oder Booking.com automatisch, verwaltet den Bearbeitungsprozess und macht das Verfahren sichtbar.

«Der Gast fühlt sich von Beginn an wie zu Hause.»

Teilnehmerin Angela Böni, Hotel Kartause Ittingen

Von der Fragestellung zur Lösung fanden die Jugendlichen mithilfe des Design-Thinking-Innovationsmodells von David Kelley, Professor an der Stanford University. «Ich habe gelernt, Probleme nicht oberflächlich zu betrachten, sondern in die Tiefe zu gehen», sagt Camp-Teilnehmer Flavio Ongaro von der EHL Passugg.

Die Mehrheit der sieben Arbeitsgruppen setzte bei der Lösungsfindung auf künstliche Intelligenz. Die Jugendlichen trauen ihr sogar zu, selbst Buchungen zu tätigen. Dass der Fortschritt näher ist, als man denkt, haben die Smartphones bewiesen. In den 2000er-Jahren glaubte man aus Kosten-, Ressourcen- und Infrastrukturgründen nicht daran, dass sie sich auf dem Markt durchsetzen würden. Wie es mit KI ist, wird sich weisen.



Fadri Collenberg und Alina Stuber erzählten im Interview, was sie aus dieser Woche mitnehmen konnten.



Die Gruppe SHR übte noch ein letztes Mal den Pitch, bevor es losging: Angela Böni, Florian Kummer, Sabrina Domenig.



Die Auftraggeber von Casablanca, Alexander und Johannes Ehrhart, gemeinsam mit ihrem Projektteam FO-Freaks: Marvin Welte (l.), Céline Mitterrutzner und Tatiana Lima (r.).



Marvin Welte und Céline Mitterrutzner sprachen im Interview mit Karin Sieber über ihre Erfahrungen im Camp.

«Ich habe gelernt, Probleme nicht oberflächlich zu betrachten, sondern in die Tiefe zu gehen.»

Teilnehmer Flavio Ongaro, EHL Passugg

Education Day – Inspiration für Mitarbeitende und Management

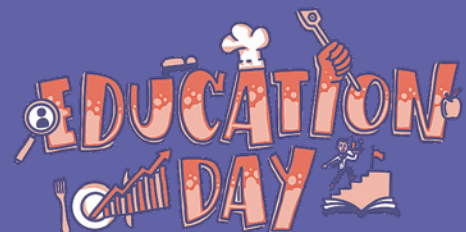
Wertschätzen, motivieren, miteinbeziehen – das ist der Schlüssel zu einem guten Miteinander. Die Veranstaltungen rund um den Education Day richteten sich speziell an Mitarbeitende und das operative Management.

Artur Vogel

Bildung wird zum existenziellen Thema vieler Branchen, insbesondere jener mit akutem Fachkräftemangel wie der Hospitality. Am Education Day erhielten Interessierte eine breite Palette an Ideen, Inspirationen und Informationen zu Aspekten der Rekrutierung, der Aus- und Weiterbildung und der Umsetzung innovativer Konzepte.

So befasste sich Unternehmer Roland Berger mit der Frage, wie man mit Lernenden gewinnbringend und motivierend umgeht. HotellerieSuisse stellte ihr Angebot für die Betreuung von Ausbildungsbetrieben vor. Die Firma WIGL – Digital Learning präsentierte ihr digitales Learning-Management-System.

Wie Unternehmen ihre Arbeitgebermarke (Employer Branding) pflegen, um talentierte Fachkräfte anzuziehen und langfristig zu halten, war an einer weiteren Podiumsdiskussion zu erfahren. Zwei Köche, ein Hoteldirektor und ein Gastrojournalist diskutierten darüber, was echte Regionalität und echte Nachhaltigkeit bedeuten und wie sie sich auf die Küche auswirken. Und schliesslich erläuterte Spitzenkoch Guy Ravet, Executive Chef im Grand Hotel du Lac in Vevey und Präsident der Grandes Tables Suisses, wie ein erfolgreiches Restaurantkonzept aussieht.



Wie sich nachhaltige Landwirtschaft auf die Küche auswirkt

Nachhaltigkeit ist ein strapaziertes Modewort – darin waren sich am Podium alle einig. Was echte Regionalität ist, lebt Hansjörg Ladurner, Küchenchef im Restaurant Scalottas Terroir auf der Lenzerheide, eindrücklich vor.



Diskutierten über nachhaltige Landwirtschaft (v.l.): Andreas Handke, Hansjörg Ladurner und Benjamin Dietsche – unter der Leitung von Moderator Andrin C. Willi.

«Nachhaltigkeit gehört zu den zehn globalen Toptrends», sagt Benjamin Dietsche, General Manager im Cervo Mountain Resort in Zermatt. Auch die Nachfrage danach steigt stetig. Deshalb gibt es inzwischen auch «viele, die Pseudo-Nachhaltigkeit und Pseudo-Regionalität pflegen», weiss Koch Andreas Handke, der sich mit seiner Organisation Gastro Futura «für eine soziale, ökologisch und ökonomisch nachhaltigere Gastronomie» einsetzt.

Was echte Regionalität bedeutet, demonstriert Hansjörg Ladurner Tag für Tag. Er ist seit 2007 Küchenchef im Restaurant Scalottas Terroir auf der Lenzerheide, das zum Hotel Schweizerhof gehört. Regionalität ist hier nichts Neues: «Zülligs bezogen Joghurt und Butter schon vor dreissig Jahren direkt vom Bauern», sagt Ladurner. «Zülligs», das sind natürlich Claudia und Andreas Züllig-Landolt, die den «Schweizerhof» seit 1991 führen – er langjähriger ehemaliger Präsident von HotellerieSuisse, sie am Hospitality Summit mit dem Special Award 2024 für ihren grossen und erfolgreichen Einsatz für die jüngere Generation und für Bildungsprojekte ausgezeichnet.

Ein ganzheitliches System schaffen

Ladurner trieb das Projekt Regionalität noch viel weiter. Das Wort «Terroir» kommt

«Thunfisch kann ich überall essen; beim Murmeltier wird es schwieriger.»

Hansjörg Ladurner

«Es ist mir egal, ob das Rüepli krumm ist oder gerade. Es muss mir schmecken.»

Andreas Handke

vom lateinischen «terra» (Erde), und genau das ist Ladurners Konzept. In seinen Töpfen landet nur, was er kennt: Das Fleisch stammt fast ausschliesslich von Tieren, die er lebend gekauft und bei Bauern in der Umgebung untergebracht hat. Sie verbringen die meiste Zeit im Freien.

So verfolgte er lange die Idee eines eigenen Ackers mit Dreifelderwirtschaft, der von Hand und mit Pferden beackert werden sollte. Der Zufall wollte es, dass

Bruno Hassler – Bauer und Kutscher aus dem Bergdorf Zorten in der Gemeinde Vaz/Obervaz – für seine Kutschenpferde eine Aufgabe im Sommer suchte. In Andrea Parpan fand Ladurner einen innovativen Bergbauern, der sich von der «BergAcker»-Idee begeistern liess und dafür Land zur Verfügung stellte. Auch der Bauer Marcel Heinrich aus Filisur wurde ein Partner in Ladurners Projekt. Hansjörg Ladurner hat für seine Küche 2021 den neu geschaffenen grünen Michelin-Stern erhalten.

Neben der Herkunft der Produkte und dem Umgang mit ihnen ist auch Food-Waste beziehungsweise Food-Safe ein brennendes Thema. Ein Drittel aller Lebensmittel wird irgendwo zwischen der Produktion und dem Esstisch verschwendet. Aus der gesamten Problemstellung zieht Benjamin Dietsche den Schluss, dass «Nachhaltigkeit ein ganzheitliches System sein muss».

Am Podium nahmen folgende Experten teil: Andreas Handke, Initiant und Headcoach Gastro Futura, Hansjörg Ladurner, Küchenchef Restaurant Scalottas Terroir, Lenzerheide, sowie Benjamin Dietsche, General Manager Cervo Mountain Resort, Zermatt, und Vorstand Responsible Hotels of Switzerland. Das Gespräch führte der Gastrojournalist und Consultant Andrin C. Willi.

Revenue- und Vertriebsstrategien für Hotels

Wir sind auf Revenue Management für die Schweizer Hotellerie spezialisiert und fördern mit innovativen Strategien nachhaltige Umsätze, um den Erfolg in dynamischen Märkten zu sichern. Unser Antrieb ist es, die Zukunft aktiv mitzugestalten und kreative Lösungen für die nächste Generation zu entwickeln. Durch Schnelligkeit, Flexibilität und Einfachheit bieten wir unseren Kunden echten Mehrwert und unterstützen ihren wirtschaftlichen Erfolg.

Unsere Beratung passt sich individuell an unterschiedliche Kundenbedürfnisse an, um kurz- und langfristige Gewinne zu maximieren. Neben Revenue Management entwickeln wir durchdachte Technologie-Strategien, welche den Betrieben helfen ihre Abläufe zu digitalisieren und zu optimieren.

Als erfahrenes Berater- und Dozierendennetzwerk halten wir Hotels mit den neuesten Trends auf dem Laufenden und sichern ihre Spitzenposition durch praktische und massgeschneiderte Lösungen.

Im Rahmen des Weiterbildungsangebots der SHS Academy AG bieten wir regelmässige Schulungen und Weiterbildungen für die Hotellerie und Gastronomie an wie zum Beispiel den "Director of E-Commerce". Das Executive Diploma erhöht Ihren Marktwert durch neues Wissen in Revenue Management, Digital Marketing und E-Commerce und lässt sich ideal mit Berufs- und Privatleben vereinbaren.



Nils Kuypers
Geschäftsführer SHS
079 191 45 05
n.kuypers@swisshospitalitysolutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



Gianluca Marongiu
Hotelier & Managing Partner SHS
076 386 68 01
g.marongiu@swisshospitalitysolutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



Melanie Staub
Partnerships Manager SHS Academy
079 747 67 80
m.staub@shsacademy.ch
www.shsacademy.ch



Vereinbaren Sie heute einen Termin mit uns!

Quick-Wins aus dem TECH FORUM am Hospitality Summit 2024

Am Tech-Forum wurde darauf abgezielt, technische Lösungen zu finden, die dauerhaft etabliert werden können. Diese sollten helfen, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und interne Prozesse zu verbessern, um die Branche besonders für junge Menschen attraktiver zu machen.

Die vorgestellten Lösungen waren allesamt KI-gesteuerte Software, die neben der Automatisierung auch die Individualisierung der Gäste in den Vordergrund stellen.

Durch den Einsatz von KI können viele Aufgaben in Hotels effizienter gestaltet werden, insbesondere an der Rezeption. Dazu gehören das Ein- und Auschecken, die Bearbeitung von Reservierungen und die Beantwortung häufig gestellter Fragen, was sowohl das Personal als auch die Gäste entlastet. Trotz dieser Automatisierung bleiben kreative und qualifizierte Mitarbeiter unverzichtbar, da sie sich auf wichtige Aufgaben wie die persönliche Gästebetreuung konzentrieren können. Ein digitaler Telefonassistent ermöglicht beispielsweise Tischreservierungen ohne Personaleinsatz. Die Qualität und zentrale Verwaltung von Daten ist von grosser Bedeutung, da nur so die richtigen Informationen effektiv genutzt werden können. Eine Revenue Management Software übernimmt alle entsprechenden Aufgaben für kleine und mittelgrosse Hotels, was die Einnahmen deutlich steigert. Zudem sorgt eine KI-gestützte Software für eine effiziente Mitarbeiterplanung. Diese wird in Sekunden erledigt und spart enorm Zeit.

Schliesslich wurde gezeigt wie die Kommunikation mit den Gästen vor, während und nach ihrem Aufenthalt durch KI automatisiert werden kann, um eine nahtlose und personalisierte Betreuung zu gewährleisten.



Abschliessend lässt sich sagen, dass alles, was digitalisiert werden kann, digitalisiert werden sollte, um Prozesse zu optimieren.

Experten-Podium, Tech Forum
moderiert durch Gianluca Marongiu

KONFORM Die Raumfabrik

EINCHECKEN UND GENIESSEN.

Als langjähriger Gestaltungspartner von HotellerieSuisse war es uns ein grosses Anliegen, den Gästen ein rundum passendes und gut funktionierendes Raumkonzept zu bieten.

Viele grosszügige Freiflächen luden zum spontanen Austausch ein und so manch charmant inszeniertes Detail widerspiegelte die Qualität dieses Summits.





Servietten falten, das Resultat fotografieren oder filmen und für den Ausbildner online stellen – so funktioniert digitaler Austausch.

Der Avatar faltet die virtuellen Servietten

Die Firma WIGL – Digital Learning steht für lebenslanges Lernen. Ob in der Grund- und Weiterbildung oder für interne Schulungen: Die Lernplattform ermöglicht einen interaktiven und zielorientierten Austausch.

Marco Mehr, Alina Meyer und Tim Oberli stehen am Hospitality Summit in Fleisch und Blut vor dem Publikum. Gleichzeitig treten die drei auf der Leinwand als virtuelle Vermittler von Lerninhalten auf. Wieso hat man sie nicht direkt gefilmt, sondern in einem aufwendigen Prozess in fast lebens-echte Avatare umgewandelt? Die Antwort sei einfach, sagt Alina Meyer, die selber aus der Gastronomie stammt und bei WIGL für die Kommunikation zuständig ist: «Dank den Avataren können Inhalte jederzeit aktualisiert werden, ohne dass neue Filmaufnahmen im Studio notwendig werden.»

Das WIGL-Programm deckt die ganze Bildungslandschaft der Gastronomie ab – vom Restaurant, der Küche, der Hauswirtschaft und der Hotelkommunikation bis hin zur Systemgastronomie. Zudem werden alle Bildungsstufen angeboten: Praktikerinnen und Praktiker, Eidg. Berufsattest EBA, Eidg. Fähigkeitszeugnis EFZ, Berufsbildnerinnen und -bildner, Lehrerinnen und Lehrer.

Praktische Arbeiten online überprüfen
Über das Learning-Management-System findet ein vernetztes und vereinfachtes Lernen statt. Erstens ermöglicht die Digitalisierung, die Lernorte untereinander besser zu verknüpfen. Zweitens fördert sie einen intensivieren Austausch zwischen

«WIGL setzt dort ein, wo sich die Lernenden schon längst befinden – in der digitalen Welt.»

Alina Meyer

Lernenden und Lehrpersonen. Diese können sich ganz einfach darüber informieren, wo ihre Lernenden in der Ausbildung stehen. Die Lernenden wiederum erkennen leichter, welche Wissensinhalte mit welcher beruflichen Tätigkeit verknüpft sind.

In der digitalen Umgebung dokumentieren die Lernenden auch ihre praktischen Erfahrungen im Betrieb – indem sie etwa, wie in einem konkreten Beispiel

gezeigt, ihre Fähigkeit demonstrieren: Sie falten Servietten und laden das Ergebnis auf die Plattform hoch, wo es ihr Ausbildner danach überprüfen kann. So sehen die Ausbildner den Bildungsfortschritt der Lernenden und können anhand dieser Ergebnisse ihre Bildungsberichte erstellen.

Afra Hörtig-Wyss, Geschäftsleiterin von WIGL, nennt einen weiteren wichtigen Vorteil des digitalen Lernens: Fachkräfte können die Lernenden permanent begleiten und in den Mittelpunkt stellen. Die verschiedenen Lernorte für Gastroberufe sind selber bereits mehr oder weniger stark digitalisiert. Allerdings verwenden sie oft unterschiedliche Plattformen, was Lernende dazu zwingt, von einer Plattform zur anderen zu wechseln. Mit WIGL wird dies unnötig, was den Aufwand für Lernende und für Lehrpersonen erheblich verringert.

An der Präsentation nahmen diese Fachleute teil: Afra Hörtig-Wyss, Geschäftsleiterin WIGL – Digital Learning, Marco Mehr, kulinarischer Experte und GL-Mitglied, WIGL, Alina Meyer, Expertin Nachhaltigkeit und Kommunikation, WIGL, Tim Oberli, Front Desk Manager, Bürgenstock Resort Lake Lucerne. Moderation: Stephan Lendi

Ronnefeldt

TEA EXCELLENCE SINCE 1823

100%

ORGANIC | VEGAN | ECO-FRIENDLY



JETZT ENTDECKEN

Entdecken Sie feinsten Tee Genuss in Bio-Qualität nachhaltig verpackt. Von klassischen Teesorten bis hin zu fruchtigen Kreationen mit saftiger Papaya. 100% biologisch abbaubar, recycelbar oder beides.

Ronnefeldt. Tea excellence since 1823.

angenehm einfach... für ihre gäste und das budget



ROSSOBLU

GEBERIT

EPI EZY HOTEL

info@ezyhotel.ch

+41 71 511 70 77

Effektives Hotelmarketing Ihre individuelle Erfolgsstrategie



Als Hotelmarketing Experten sind wir bestrebt, Ihr Hotel mit fundiertem Branchenwissen und leidenschaftlicher Hingabe voranzubringen. Unsere strategischen Ansätze zielen darauf ab, Ihre Direktbuchungen zu maximieren, die Gästeerfahrung zu verbessern und Ihr Team durch effektives Hotelrecruiting zu stärken.

Mehr Direktbuchungen

GuestJourney Optimierung

Effektives Hotelrecruiting

Kostenlose
Potenzialanalyse!



Entfalten Sie das volle Potenzial & lassen Sie uns Ihr Hotel analysieren

Sichern Sie sich jetzt eine kostenlose Potenzialanalyse für Ihr Hotel. Unsere Experten analysieren Ihre Situation und erarbeiten eine massgeschneiderte Strategie, um Ihre Online-Präsenz zu optimieren und mehr Gäste zu gewinnen.

www.ezyhotel.ch

Google Partner

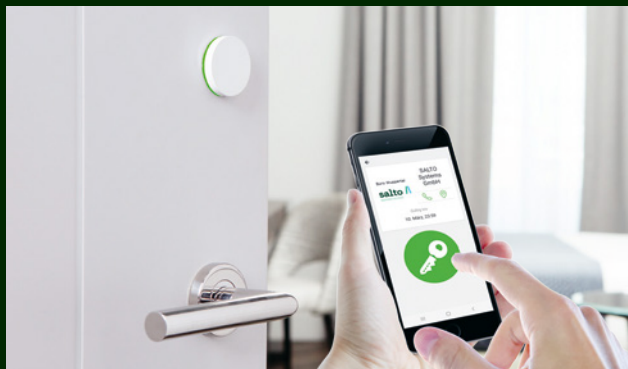
Hotellerie Suisse
Trusted Consultant

Microsoft
Partner

HOTEL INSIDE

salto

INSPIRED ACCESS



Vielseitige Zutrittslösungen

- > HOHE SICHERHEIT
- > OPTIMIERTE PROZESSE
- > EFFIZIENTER BETRIEB

salto**systems**.ch

«Vielen Dank, für
den wunderbaren
Hospitality
Summit 2024!»

SALTO **W**ECOSYSTEM



Anouk Blum, Project Manager Branding bei Schweiz Tourismus, erzählte, wie das neue Logo entstand.

«Switzerland» und Schweizerkreuz – der neue Auftritt

Nach dreissig Jahren verabschiedet sich Schweiz Tourismus vom vergoldeten Edelweiss und schafft eine umfassende Markenwelt. In deren Zentrum steht das Wort «Switzerland» – mit einem Schweizerkreuz anstelle des Buchstabens «t».

«Die Anforderungen an eine Marke sind heute anders als in den Neunzigerjahren», sagt Anouk Blum. Schweiz Tourismus, ihr Arbeitgeber, hat sich deshalb entschieden, «eine neue, einzigartige digitale Schweizer Markenwelt von hohem Wiedererkennungswert zu schaffen». Bei der Vorstellung in Genf hatte Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus, die Überlegungen dahinter ausgeführt: «Die Goldblume prägte für eine Generation von Touristikern eine Epoche. Die Marke Switzerland vermittelt Vertrauen, präsentiert sich in einem modernen Design und ist zukunftsweisend für eine weitere Generation angelegt.»

Räumlich, physisch, digital

Entwickelt und umgesetzt wurde der neue Auftritt von der Zürcher Branding-Agentur MADE Identity. «Wir haben die Anforderungen und Potenziale in einem umfassenden Brand Audit erfasst und danach umgesetzt», sagte Georg Gadiant von MADE Identity bei der Präsentation anlässlich des Education Day am Hospitality Summit. Statt wie bisher mit mehreren Logovarianten und einer Vielzahl von Sprachen aufzutreten, reduziert man mit «Switzerland» den Auftritt zu einer konsequenten «One Brand»-Strategie ausschliesslich in Englisch. Der Farbklang «Horizon» sei inspiriert vom Alpenglücken,

«Wir wollen Erinnerungen schaffen und Erlebnisse prägen.»

Claudia Brugger

hiess es an der Präsentation weiter, und fächere das Schweizer Rot in fünf Schattierungen auf. So sollte der Absender «Switzerland» sogar erkennbar bleiben, wenn das Logo nicht präsent sei. «Switzerland» werde die Gäste als Marke durch das Reiseerlebnis begleiten können: von der Werbung über das Erlebnis bis zur Erinnerung, hofft Claudia Brugger, die bei Schweiz Tourismus für das Branding verantwortlich ist.

Dass mit der ausschliesslich englischen Marke Anderssprachige und mit dem Kreuz im Wort Andersgläubige ausgeschlossen würden, verneinte Georg Gadiant. Bei Testläufen in fünf Märkten habe die neue Marke besser abgeschnitten als die Goldblume, sagte Claudia Brugger dazu.

Um «Swi+zerland» herum baue sich ein vielfältiges Markensystem auf, das der Marke optimale Inszenierung erlaube, meinte Claudia Brugger weiter – «räumlich, physisch, digital». Und weil der neue Markenauftritt für Schweiz Tourismus ein «Generationenprojekt» sei, würden sich in den kommenden Jahren völlig neue Möglichkeiten erschliessen, die Marke auf der internationalen Bühne zu präsentieren. Die Marke wird dabei wiederum von diversen Anbietern verwendet werden können, so Anouk Blum. «Swi+zerland» wird ab sofort in sämtlichen Märkten lanciert und bis Ende Jahr sukzessive auf alle Massnahmen übersetzt.

An der Präsentation der neuen Markenwelt von Schweiz Tourismus waren beteiligt: Anouk Blum, Projektleiterin, und Claudia Brugger, Fachleiterin Branding und Corporate Identity, beide Schweiz Tourismus, sowie Georg Gadiant, Direktor Strategie und Partner, MADE Identity AG.



Hotel- und Gastrodiesign

PERSÖNLICH | EINZIGARTIG | FASZINIEREND

Vielen Dank für Ihren Besuch an
unserem Hospitality Summit-Stand.

 **HotellerieSuisse**
Trusted Supplier

WWW.BAUR-BWF.DE

Shiji PMS, die erste Wahl für Hotels die 5-Sterne Service verstehen



Shiji

ENTERPRISE
PLATFORM



GUTER KAFFEE schmeckt besser mit einem Lächeln

Manchmal sind es die unerwarteten Details, die den stärksten Eindruck hinterlassen. Mit Mytico bereiten Ihre Baristas mühelos aussergewöhnliche Kaffeegetränke zu und haben dabei noch Zeit, die Kunden mit einem herzlichen Lächeln zu begrüßen.



Erfahren Sie mehr unter
mytico.franke.coffee

FRANKE

**THANK YOU FOR
YOUR PRESENCE
AND INTEREST !**

INNOVATION LEADER



CONTINUUM SOLUTIONS
RUE DE LA PIERRE-À-MAZEL 39
CH-2000 NEUCHÂTEL
+41 32 721 08 55

YOUR PRIMARY CONTACT
RAPHAËL KAUFMANN

+41 76 582 96 69 / RAPHAEL@CONTINUUM-SOLUTIONS.CH

Sieben Persönlichkeiten stehen Red und Antwort in den Swisscom Talks

«Shots gibt es bei uns nicht. Wir haben gar keine Gäste, die das verlangen. Und wenn doch, dann weigern wir uns. Einfach so Alkohol reinzuschütten, das gehört nicht in unsere Kultur.»

Dirk Hany, Geschäftsführer Bar am Wasser in Zürich



«Aktuell beobachten wir, dass Routinetätigkeiten zunehmend von Computern übernommen werden. Uns Menschen bleiben hingegen Arbeiten, die hohe Anforderungen an Kreativität, Problemlösefähigkeit und Sozialkompetenz stellen. Das hat Auswirkungen auf das Bildungssystem und wie wir lernen.»

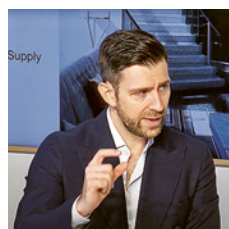
Nando Stöcklin, Spiel- und Zukunftsforscher



«Ich selber bin Vater dreier Kinder. Meine Eltern haben alles in allem neun Enkelkinder und zwei Urgrosskinder, drei meiner Cousins haben ebenfalls Kinder – für Nachwuchs in unserer Familie ist also gesorgt.»

«Der langjährigste Mitarbeiter arbeitet seit 42 Jahren bei uns.»

Claudio (r.) und Patrick Dietrich, Direktoren Hotel Waldhaus Sils und Gewinner des Awards «Hotelier des Jahres»

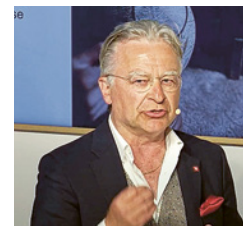


«Gestern war Facebook top, heute ist es Tiktok, morgen wird es etwas anderes sein – das verändert sich ständig. Die sozialen Medien sind dazu da, deine Marke zu zeigen und zu verbreiten. Aber sie werden deine Probleme vor Ort nicht lösen, wenn du kein gutes Konzept für deinen Betrieb hast.»

Yuri Sawerschel, Gründer Creative Supply

«Führung ist sehr komplex. Ich kann dazu keine Checkliste abgeben – auch wenn ich 35 Handouts und Themen habe, über die ich spreche. Jeder wendet das Gehörte anders an, denn die Individualität jedes Menschen muss berücksichtigt werden. So ist es authentisch – und dann wirkt.»

Ernst «Aschi» Wyrsch, Präsident HotellerieSuisse Graubünden



«Die E-Bikes waren damals zu wenig sexy, sie waren für ältere Leute gemacht. Und so hatten wir die Idee, ein E-Bike zu bauen, das ähnlich funktioniert wie die Apple-Produkte: das Digitale mit einem höheren Sex-Appeal verbinden. Und so war der Stromer geboren.»

Thomas Binggeli, Erfinder des E-Bikes Stromer, CEO Thömus AG





tempSTAFF

Professionelles Personal für die Gastronomie

Das professionelle Servicepersonal der tempSTAFF AG begleitet Ihre Veranstaltung und unterstützt Sie beim Eindecken, Servieren und bei den Aufräumarbeiten. Ob an Banketten, Flying Dinners oder Mittagessen: Unser eingespieltes Team verwöhnt Ihre Gäste nach allen Regeln der Servicekunst.



2024 | 12. & 13.06.

Hospitality Summit in Zusammenarbeit mit Catering Services Migros



Roter Teppich und Networking

Sie alle stehen am Beginn ihrer Karriere: Vertreterinnen und Vertreter der Hotelfachschule Thun und von The Lab Hotel. Während der beiden Summit-Tage gab es immer wieder Events, Apéros und Treffen (Bild rechts).



Timur Topcu, Hotel B & B Zürich Airport; Frank Trapa, Radisson Hotel Zürich Opfikon; Kourousch Kangarlou, Säntis Home AG (v.l.).



Taneli Maijala (l.) und Thierry Augsburg, Siemens Schweiz AG.



Aleksandra Bürgin, B2 Hotel Zurich; Tamara Dias, citizenM: Boutique Hotels; Ariane Clergue, EHL Hospitality Business School (v.l.).



Das Team von Konen & Lorenzen (v.l.): Ulrich Wilhelm, Nora Bischof, Janina Zimmermann und Christoph Boll.



Gianluca Marongiu, SHS Swiss Hospitality Solutions AG; Michaela-Maria Nazarek, Steinenschanze Stadthotel; Daniel Fankhauser, Hotel Wettstein; Yvette Thüring, Yvette Thüring Consulting GmbH; Philippe Clarinval, HotellerieSuisse Basel; Nadine Minder, Gewerbeverband Basel-Stadt (v.l.).



Philipp Albrecht, Park Hotel Winterthur; Matthias Ramer, Hotel Seidenhof/ Sorell Hotel St. Peter; Yvonne Hiller and Stefanie Hermann, beide HotellerieSuisse Zürich und Region; Jochen Renz, Accor Switzerland SA; Raphael Pedroncelli, Hotel Storchen Zürich (v.l.).



Das Team der Swibeco AG (v.l.): Caroline Piper, Henri Forestier, Andrea Saade, Arnaud Perrin, Isabelle von Känel und Stefano Bruno.

Beat Eggel, Walliser Hotelier-Verein; Sebastian Schmid, Hotel Glocke Reckingen; Lara Berra, Walliser Hotelier-Verein; Daniel Leuenberger, Hôtel des Vignes; François Briguet, Hôtel National Resort & Spa; Séverine und Denis Loncke, Hôtel du Pigne Arolla; Thomas Minder, Hôtel du Rhône Sion; Valentin Rampone, Hôtel Elite Sion (v.l.).



Hannah Rommel, Rémy Cointreau Europe & MEA (l.) mit dem Team der Oppenheim & Partner GmbH (v.l.): Jannah Gorgos, Tina Olivia Seiler, Tabea Lerch und Céline Hurschler.

Anzeige

Designed for your hotel, created for your guests.
Schlafsysteme – Perfekt für Ihre Gäste!



- Boxspringbetten
- Matratzen
- Bettwaren
- Bettwäsche
- Frottierwaren



Fränkische Bettwarenfabrik GmbH
T +49 9161 660-679
info@fbf-bedandmore.ch



Copyright Sunstar Swiss Hotel Collection



weil wir es lieben, die geschichten
schöner orte und räume zu success
stories zu machen.



Das Team der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit SGH (v.l.): Reto Grohmann, Peter Gloor, Sabine Sonderegger, Florian Furrer und Giles Zollinger.



Barbetrieb in der Halle 550: Eine gute Gelegenheit, um alte Freundinnen und Freude zu treffen oder neue Bekanntschaften zu machen.

Anzeige



Ihr Hot(el)spot für Entertainment

LICHT • AUDIO • MULTIMEDIA • PROJEKTION • VENUE SERVICE

smARTEc.com



Das Team des Hotel Schweizerhof Lenzerheide (v.l.): Kathrin Bachmann, Andreas Züllig, Claudia Züllig-Landolt, Jamie Rizzi und Michelle Juker.

Anzeige

Das Kompetenzzentrum der Schweizer Hotelförderung



Die SGH ist Ihre Partnerin für Fragen zu Finanzierung und Beratung in der Hotellerie.

Möchten Sie mehr erfahren:
+41 44 209 16 16,
info@sgh.ch
oder sgh.ch



Anne-Kathrin Kaufhold und Tanja Huggler, beide The Cambrian Hotel Adelboden; Anke Lock und Vanessa Gurczik, beide 7's AG; Chiara Laillard, The Cambrian; Martina von Deschwanden und Bleon Veliu, beide The Brecon AG; Mathias Wunsch, The Cambrian (v.l.).



Valentin Krasniqi und Endrin Fetoshi, beide Ezy Hotel; Fabio Lo Curto, SALTO Systems AG; Gianluca Marongiu, SHS Swiss Hospitality Solutions AG; Emanuele Cosomati, SALTO Systems AG (v.l.).



Dominik Janse, Hotel Savoy Bern; Stefan Grossniklaus, Aspen alpin lifestyle hotel Grindelwald; Nicoletta Müller, Nicoletta Müller Innovation; Sebastian Schmid, Hotel Glocke Reckingen; Beatrice Schweighauser, EHL Campus Passugg (v.l.).



Das Team von Planet Hospitality (v.l.): Stephan Esten-Feilen, Alexander Höfer, Birgit Pflugfelder, Sandro Berger, Sven Maas und Paolo Torchio.

Lars Seifert, Relais & Châteaux; Jan-Andreas Stiller, Lenkerhof Gourmet Spa Resort; Melanie Frey und Laurent Gardinier, beide Relais & Châteaux; Heike Schmidt, Lenkerhof Gourmet Spa Resort; Antoine Mittermair, Hotel Victoria Glion Exploitation SA; Valeria Walther, Hof Weissbad AG; Sebastian Metry, Chalet Hotel Schönegg Zermatt; Thomas Walther, Hotels Walther & Steinbock Pontresina (v.l.).



Urs Leuthold, Gastro-perspektiv AG; Thomas Baumann und Lukas Meier, beide Altes Tramdepot Bern AG; Raoul Birindelli und Vanessa Bonaparte, beide Shiji Group; Samuel und Raymond Zürcher, Gschwend AG Gastro-Bau; Nathalie Hauenstein, Hauenstein Hotels; Reto Spring, Gschwend AG Gastro-Bau; Lukas Eichenberger, SMTA Group AG (v.l.).

Das Team der Swisscom (Schweiz) AG mit zwei Gästen (v.l.): Fabian Talleri, Claude Graf, Siegfried Bernath, Marcel Croset, Alexandros Papadopoulos, Daniel Schulze, Gastfreund GmbH, Marietta Fraietta und Richard Vogler, Gastfreund GmbH.





Unterhaltung pur am Hospitality Summit. Wer mag sein Glück für einmal am Spieltisch herausfordern?

Anzeige

Schweiz. Natürlich. 

Der feine Unterschied

für Alexandra und Sandro vom Catering roh & nobel



Perfektion – auch bei den Zutaten
 So experimentierfreudig sie sind, bei ihren Zutaten machen roh & nobel keine Experimente – schon gar nicht beim Fleisch.

«Je kleiner die Häppchen, desto wichtiger die Qualität.»

Wenn die Jungstars von roh & nobel ihre ausgefallenen Häppchen kreieren, lassen sie ihrer Fantasie freien Lauf. Wenn sie Festtagsmenüs entwickeln, ebenso. So erfinderisch ihre Küche, so bodenständig ist ihre Philosophie. Zumindest wenn es um die Herkunft ihrer Zutaten geht. Sie verwenden ausschließlich frische, hochwertige Schweizer Produkte – und deshalb auch nur Schweizer Fleisch.

Schweizer Fleisch wird nachhaltiger produziert als importiertes und hat kurze Transportwege hinter sich. «Da sind unsere Häppchen länger unterwegs, denn für unsere Gäste ist uns kein Weg zu weit», betonen die Caterer von roh & nobel.



Der feine Unterschied.

WIR SPRECHEN DIE SPRACHE DER HOTELLERIE



Mandarin Oriental Savoy, Zürich

INVITA
Hospitality Projects
by BAULINK



invita-projects.ch

Smart

einfach

schnell

digital

überall

bequem

einchecken



onstaya
by PlayTec



Hotel Self Check-In Solutions
www.onstay.ch

IMPRESSUM

Herausgeber
HotellerieSuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern

Produktion
Christine Zwygart

Gestaltung
Pablo Tys

Texte
Ueli Abt,
Blanca Burri,
Nora Devenish,
Laetitia Grandjean Bongard,
Gaston Haas,
Artur K. Vogel,
Christine Zwygart

Bilder
Beat Baschung,
Daniela Klopfenstein,
Nicole Philipp,
Susanne Keller,
Philipp Schmidli,
Pablo Tys

Korrektorat
Danja Bischofberger,
Ingrid Zufferey Frost

Verlag
Bernt Maulaz

Druck
Schellenberg Gruppe AG

Das Magazin zum
Hospitality Summit
erscheint in einer Auflage
von 8000 Exemplaren und
liegt unter anderem der
htr hotelrevue vom
15. August 2024 bei.



HotellerieSuisse

HOSPITALITY
SUMMIT

Danke | Merci

Presenting Partner

monoplan.



Mercedes-Benz



HOTELA

swisscom

Schlafconcept

planet

Patronatspartner | Partenaires de patronage

Bank
Banque
Banca **WIR**

Bindella
la vita è bella

CASABLANCA
hotelsoftware

HP+
HOTELPARTNER
REVENUE
MANAGEMENT

HPE aruba
networking

LIKEOMAGIC

MIRUS

swiss
hospitality
solutions

w wüestpartner

Summit Partner

Bindella
la vita è bella

FERRARI
TRENTO

HeFo
GASTRONOMIQUE

Hrestand
Schweiz AG

hunn
GARTENMÖBEL

IKEA

KADI

KARLOWSKY
INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1922

KRUCKER
Hospitality | Furnishing | Healthcare

125 years
LATELTIN
TOP OF DRINKS

**MADAME
SUM**
DUMPLING
ATELIER

MANGIA!

NESPRESSO
PROFESSIONAL

**Nestlé
Waters**

Party.Rent
atmosphere with impact

patiswiss
IN NATURE'S FOOTSTEPS

pistor

planted.

Red Bull
ENERGY DRINK

Schützengarten

**Schweizer
Fleisch**
Der feine Unterschied.

weita

Träger | Soutien

EHL

**HOTEL
FACHSCHULE
THUN**

HOTELA

**SCH
SGH
SCA**

swi^zerland

Patronat | Patronage

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

... und allen weiteren engagierten Partnern.

... et tous nos autres partenaires qui se sont
engagés à nos côtés.

Save the date!

Der nächste Hospitality Summit findet
am 18. und 19. Juni 2025 statt.



HotellerieSuisse