



Le Bocuse d'Or: un concours pour retrouver la confiance

A Lyon, le Bocuse d'Or a permis aux chefs de se retrouver dans une rencontre internationale. «On est là, bien vivants», résume Vincent Ferniot, présentateur du concours. Le candidat suisse Ale Mordasini a livré une prestation sérieuse et nous explique sa préparation mentale. Plongée au cœur d'un événement unique. **Pages 2, 12 / Seite 9.**

Julien Bouvier

Tests vertreiben ersehnte Gäste

Das Zertifikat kostet das Gastgewerbe Umsatz. Der Effekt dürfte sich mit den kostenpflichtigen Tests verstärken.

Hat die Zertifikatspflicht die Gastronomie 10 Millionen Franken Umsatz gekostet? Diesen Schluss legen aktuelle Daten des Monitoring Consumption Switzerland nahe. Gemäss ihnen haben sich die Kartenzahlungen in Schweizer Gaststätten seit der Ausweitung der Zertifikatspflicht bei rund 100 Millionen Franken eingependelt. In den Wochen zuvor überstiegen sie jeweils 110 Millionen. Die Forscher warnen zwar vor voreiligen Schlüssen,

finden aber einen interessanten Zusammenhang: In Kantonen mit einer hohen Impfquote waren die Umsatzrückgänge geringer als in Kantonen mit tiefer Durchimpfung. Zudem hat das Wetter derzeit einen stärkeren Einfluss auf den Gastroumsatz als vor der Zertifikatspflicht.

Diese Effekte könnten sich ab nächster Woche noch einmal verstärken. Denn ab dann wird der Besuch im Restaurant für Nichtgeimpfte und Nichtgenese-

neurer, da sie die Kosten für den vorgeschriebenen Corona-Test selbst tragen müssen.

Mangelnde Informationen und Sprachbarriere

Hoteliers tragen das Ihre dazu bei, dass die Zertifikatspflicht so rasch wie möglich wieder Geschichte ist. Gemäss einer Umfrage von HotellerieSuisse leisten 90 Prozent der Hoteliären und Hoteliers in ihren Betrieben Überzeugungsarbeit für die Imp-

fung. Dass sich Mitarbeitende noch nicht haben impfen lassen, liege oft an der Sprachbarriere, sagt Magdalena Glaussen, Leiterin der Impfkampagne von HotellerieSuisse. «Manche wissen auch nicht genau, wie eine Impfanmeldung administrativ funktioniert.» Der Verband hat deshalb Tipps bereitgestellt, wie Vorgesetzte ihre Mitarbeitenden zum Impfen motivieren können. **stü/Im Seite 3 und 6**

La qualité et les terroirs d'un trésor à partager

Vins suisses. Par sa formule de table ronde, htr hotel revue veut ouvrir le débat entre les producteurs, les hôteliers et tous les acteurs d'une branche. Cette fois-ci, nous avons abordé en français la question de la commercialisation du vin suisse, des marchés possibles en développement dans ce pays en lien avec l'hôtellerie et la restauration.

Nous avons réuni quatre spécialistes: Yann Künzi, directeur commercial de Mauler Vins (NE); Ruth Montereale de l'Hôtel Conca Bella (TI); Geoffrey Bentrari, sommelier du Président Wilson (GE) et François Schenk, propriétaire et actionnaire de Schenk Vins (VD). Un mélange d'opinions, une superposition de dialogues. **aca Pages 10 et 11**

Was Frauen von Hotels heute erwarten

Female Shift. Frauen werden mit wachsender wirtschaftlicher Kraft und steigendem Einfluss ein immer wichtigeres Gäste-segment für die Hotellerie. Mit einer gezielten Ansprache und sorgfältigen Angeboten kann die Zufriedenheit dieses Gäste-segmentes massgebend gesteigert werden. **Seite 4 und 5**

Offener Dialog über die Zukunft der Rigi

Rigi-Konferenz. Die Wogen um die touristische Entwicklung der Rigi haben sich geglättet. Die Kritiker und ihre Forderungen nach einer Besucherobergrenze und gegen eine «Disneylandisierung» des Ausflugsbergs sind weitgehend verstummt oder finden kaum mehr Gehör. Zuzuschreiben ist diese aus touristischer Sicht positive Entwicklung nicht zu-

letzt dem Projekt «Charta Rigi 2030», das sämtliche Stakeholder - inklusive Kritiker und Naturschützer - an einen Tisch brachte. Dank dieser klaren Strategie, Transparenz und viel Ausdauer seitens der Beteiligten hat die Rigi den Ausweg aus einer verfahrenen Situation gefunden und richtet den Blick nun auf neue Projekte. **pt Seite 15**

ANZEIGE



LAUTISSIMI
Hochwertige repräsentative Inneneinrichtungen.



Digitalisierung im Tourismus

Tourismusforscher Roland Schegg über Chancen und Tücken.

Seite 13 und 14

Berghotellerie neu gedacht

New-Generation-Hotels bewähren sich auch in den Bergen.

Seite 7

Au-delà des frontières

Genève élargit sa vision du territoire pour gagner en attractivité.

Page 21

Inhalt

Aktuell	3
Hotellerie	4-7
Gastronomie	8-11
Gastronomie cahier français	10-12
Das Gespräch	13-14
Tourismus	15-19
Tourisme cahier français	21-22
Service	22-23
Impressum	22
People & Events	24

ANZEIGE

HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme

«Ich will ein Take-Away-Angebot, das rentiert und begeistert!»

coolto go
Take-away-Delivery mit System

www.cool-to-go.ch

BADAG GmbH
Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

Ihr Kompetenzzentrum für Tafelkultur und Gastronomiebedarf

victormeyer

www.victormeyer.ch

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

BAUR HOTEL & GASTRO
Wohnfaszination seit 1882

INDIVIDUELL
NACHHALTIG. NATÜRLICH.

WWW.BAUR-BWF.DE

Offener Dialog über die Zukunft

Rigi-Konferenz

Wie entwickelt sich die Königin der Berge weiter? Dank der «Charta Rigi 2030» arbeiten alle Akteure aktiv mit – und auch die Öffentlichkeit ist involviert und informiert.

CHRISTINE ZWYGART

Wer darf was tun? Und was sicher nicht? Wo soll sich das Gebiet künftig entwickeln und in welche Richtung? Seit über zweihundert Jahren ist die Rigi in der Zentralschweiz ein Magnet für Touristen – und seit je dient das Massiv mit seinen Alpen und Weilern den Einheimischen als Zuhause und Arbeitsstätte. «Wie viele Gäste verbringt unser Berg pro Jahr; sind es 800 000 oder gar eine Million?», fragt Kuno Kennel, Verwaltungsratspräsident der Rigi-Plus AG, gleich zu Beginn der Veranstaltung.

Diese oft hitzig geführte Diskussion hat viel ins Rollen gebracht – ebenso die Pläne für ein Bergdörfli mit Schaukäserei, für eine Eventalp, Baumhütten oder neue Aussichtsplattformen. Dies alles gipfelte in der Petition «Nein! zu Rigi-Disney-World» und markierte den Startschuss zu einem neuen, einvernehmlichen Dialog und Prozess, der seit gut zwei Jahren in Gang ist. Siebzig Gäste sind an die erste Rigi-Konferenz nach Staffel gekommen, um sich über den Stand der Dinge zu informieren.

Den Gipfel entrümpeln und die Besucher besser leiten

Mit dem Unterzeichnen der «Charta Rigi 2030» haben sich die Betroffenen verpflichtet, gemeinsam eine nachhaltige Entwicklung mit Einbezug von Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft zu erarbeiten. Dazu bekennen sich die Rigi-Bahnen, Tourismusorganisationen, Gemeinde- und Umweltverbände wie auch Einheimische und Kritiker. Seither beschäftigen sich Arbeitsgruppen mit bestimmten Themen, diskutieren, suchen nach Lösungen und frischen Ideen. Die Charta setzt Eckwerte, «doch nun ist es unsere Aufgabe, diesem Stück Papier echtes Leben einzuhauchen», sagt Geschäftsleiterin Jeanine Züst (siehe Interview).

Ein Projekt, das bereits weit fortgeschritten ist, betrifft die Sanierungen auf Rigi Kulm. Sowohl die Besucherlenkung wie auch

die Signalisation und der Zustand der Wege lassen zu wünschen übrig. «Dieser Gipfel ist einer Königin unwürdig», sagt denn auch Frédéric Füssenich, CEO der Rigi Bahnen AG. Gemeinsam wollen die Beteiligten das Areal entrümpeln und sanieren – die Baueingabe dazu ist gemacht, im Idealfall starten die Arbeiten im Mai 2022. Ein neuer Wanderweg und historische Zäune aus Holz sollen entstehen, dazu ein Audioguide-Rundgang, der die Geschichte dieses Berges erlebbar macht.

Das Dorf oder den Berg als energieautark anpreisen

Eine andere Gruppe macht sich Gedanken über die Stromversorgung und den Charta-Grundsatz, Holz- und Sonnenenergie zu nutzen. «In einem ersten Schritt stehen wir mit Grossverbrauchern wie den Hotels und dem Mineralbad in Kontakt», erklärt Martin Gehrig, Co-Präsident der IG Rigi Kaltbad-First. Ziel ist, Infos zu sammeln und zu vermitteln – und dereinst eine Plattform zu



Ein Berg für alle: Wie sich die Rigi weiterentwickelt, soll breit diskutiert werden.

Rigi Bahnen AG

schaffen, die allen Betroffenen bei anstehenden Sanierungen zur Seite steht. «Denkbar wäre auch, dass wir unser Dorf oder gar den ganzen Berg bewusst als energieautark positionieren.»

Das dritte Projekt, das an der Konferenz vorgestellt wurde, befasst sich mit dem immensen Kulturerbe der Rigi. Schon allein die Tourismus- und Beherbergungsgeschichte würde ein Buch

«Kultur ist immer das Festhalten von Emotionen in irgendeiner Form.»

Renate Käppeli
Gastgeberin im Rigi-Kulm-Hotel

füllen: «Eines unserer Grand-hotels ist abgebrannt, das andere wurde abgebrochen – und um das Hotel Felchlin wieder zum Glänzen zu bringen, bräuhete es einen rechten Einsatz», sagt Urs Steiger, Präsident des Landschaftsschutzverbandes Vierwaldstättersee. Der Geist von einst ist allgegenwärtig, doch zum Teil sind die Dokumentationen unvollständig. «Solche Wissenslücken

mögen wir nun identifizieren und füllen, rund um den Tourismus, die Sakral- und die Alpwirtschaft.» In der anschließenden Podiumsdiskussion wurde das Thema Kulturerbe vertieft, mit Auswärtigen und Einheimischen, wie Renate Käppeli, Gastgeberin im Rigi-Kulm-Hotel. Sie veranstaltet regelmässig Lesungen und Musikabende, «um zu pflegen, was Ende des 19. Jahrhunderts hier einen grossen Stellenwert hatte».

Weitere Projekte befassen sich mit dem Ersatz der Luftseilbahn Weggis-Rigi Kaltbad, der Festlegung von Handlungsräumen, einem Konzept für Mountainbiker und der Entwicklung des Gebiets Scheidegg-Burggeist.

An der Rigi-Konferenz wird das Volk miteinbezogen

Wortmeldungen aus dem Publikum gab es kaum, im Nachgang der Veranstaltung sind bei Jeanine Züst jedoch Rückmeldungen zusammengekommen: von Detailfragen zu Projekten bis hin zum Wunsch, selbst mitwirken zu dürfen. Einige zeigten sich etwas enttäuscht, dass nur drei Projekte im Detail vorgestellt wurden – sie hätten sich Breakout-Sessions gewünscht. Die Geschäftsleiterin der RigiPlus AG freut sich über alle Feedbacks: «Die Rigi-Konferenz soll jährlich stattfinden, und wir tasten uns nun mit den Teilnehmenden an die optimale Durchführungsart heran.»



«Wir mussten den gemeinsamen Nenner mit der Lupe suchen.»

Jeanine Züst

Geschäftsleiterin RigiPlus AG
und «Rigi-Diplomatin»

Nachgefragt

Jeanine Züst, mit der «Charta Rigi 2030» ist es Ihnen gelungen, nach einer verfahrenen Situation alle Beteiligten an einen Tisch zu bringen. Wie haben Sie das geschafft?

Ich denke, das Erfolgsrezept ist Vertrauen. Zu Beginn war es elementar, dass die Hochschule Luzern als «neutrale Stelle» die runden Tische angeleitet hat. Nach und nach konnte diese Rolle aber an einen lokalen Akteur – in unserem Fall die RigiPlus AG – abgegeben werden, weil das Vertrauen zurückkam.

Was spielt die RigiPlus AG in der ganzen Sache für eine Rolle?

Sie bündelt durch ihre Aufgabe als Tourismusorganisation bereits viele Interessen, ist zudem Netzwerkerin auf und um die Rigi. Persönlich erachte ich es als meine Aufgabe, zu erkennen,

in welchem Moment welche Partner gemeinsam an einen Tisch sitzen sollten, um ein Problem anzugehen oder Projekte voranzutreiben. Vielleicht nennt man mich deshalb die Rigi-Diplomatin.

Wie sind die Mitarbeiter der Hochschule Luzern genau involviert?

Sie waren insbesondere in der Anfangsphase, aber auch in der Erarbeitung der Grundlagen elementar. Während der letzten zwei Jahre haben Jürg Stettler, Fabian Weber und Florian Eggli uns ihr Know-how und ihre Expertise zur Verfügung gestellt, wie beispielsweise die Indikatorenliste oder die Projektsperder, die nun in der Umsetzung massgeblich zum guten Gelingen beitragen. Das ist

ein tolles Beispiel, um aufzuzeigen, wie sich Wissenschaft und Praxis ergänzen können.

Was würden Sie anderen Regionen und Destinationen für Tipps geben, die in einer ähnlichen Situation stecken?

Niemals aufgeben. Egal, wie verworren die Situation scheint. Ich bin überzeugt, es gibt immer einen kleinsten gemeinsamen Nenner. Wir mussten unseren damaligen mit der Lupe suchen. Die nachhaltige Entwicklung einer Destination oder Region voranzutreiben, braucht zudem einen langen Atem. Es ist Knochenarbeit und ein laufender Prozess – denn nach 2030 folgen 2040 und 2050.

Ihre Learnings aus den ersten Monaten mit den Arbeitsgruppen und Projekten?

Viele Arbeiten passieren im Hintergrund. Sie sind deshalb für die breite Öffentlichkeit nicht sichtbar. Wie oft habe ich den Spruch «Tue Gutes und sprich darüber» schon gehört – und er ist ja so wahr ...

Sie haben demnach die Menschen auf und rund um die Rigi zu wenig gut informiert?

Aufgrund unserer knappen Ressourcen haben wir unsere Energie jeweils lieber in die Projekte gesteckt, als Medienmitteilungen aufzusetzen oder die Projektwebsite zu aktualisieren. Zwischenzeitlich haben wir aber gelernt, dass nicht nur die Projektergebnisse Vertrauen schaffen oder fördern, sondern auch der Einblick in die Projektarbeit selbst und die transparente Kommunikation über Erfolg und Misserfolg.

ANZEIGE



Swiss Made

Swissness mit ihrer Einzigartigkeit und ihrer Qualität ist unsere Passion als KMU-Metallbaubetrieb der Schweiz. Seit dem Jahre 1959 erbringen wir in höchster Metalltechnik-Präzision eine Vielzahl von Konstruktions- und Produktionsleistungen im Markt. Dabei wollen wir stets innovativ und nützlich sein, mit unserer Made in Swiss-Fachkompetenz nachhaltige Produkte schaffen. Am Hospitality Summit 2021 stellten wir Ihnen unseren Multifunktionsgrill, den Schweizer Grill 4 seasons vor.

Probieren Sie jetzt den Schweizer Grill kostenlos für 7 Tagen aus.

Anfragen an:
Herr Joachim With
Tel: +41 71 626 70 10
Mail: info@schwiizergrill.ch
Web: www.schwiizergrill.ch

