



31. Mai, Mittagsservice in der Weinbar Le 23.6 in Porrentruy: Letztmals sassen hier kurz vor Weihnachten Gäste im Lokal.

Keystone/Laurent Gillieron



Das Gespräch

Ständerat Pirmin Bischof drängt auf ein schnelles Verbot der Knebelverträge.

Seite 13

Bild-Content

Maja Juzwiak zieht von Hotel zu Hotel und bietet Bildpackages gegen Kost und Logis.

Seite 5

Eröffnung

Das «Ameron Zürich Bellerive au Lac» hat einen aufwendigen Umbau hinter sich.

Seite 6–7



Sophie Dubuis

La présidente de Genève Tourisme prend aussi la direction de Thyon Tourisme.

Page 21

Jetzt gehts los! Aber wie?

Gastro-Öffnung

Was bedeutet die Lockerung dieser Woche für die Betriebe? Wir haben vier dazu befragt.

Darauf hat die Gastrobranche lange gewartet: Seit dieser Woche dürfen die Restaurants auch drinnen wieder Gäste empfangen – nach über fünf Monaten Zwangspause. Für die Planbarkeit ist das Gold wert. Denn was macht man mit Gästen auf der Terrasse, wenn es plötzlich zu regnen anfängt und man sie nicht hineinbitten darf? Diese Frage erübrigt sich nun.

Gleichzeitig haben sich im Vorfeld zur Wiedereröffnung

zahlreiche andere Fragen gestellt: Ist das Schutzkonzept noch das gleiche wie unmittelbar vor dem Lockdown? Soll ich nun wieder die volle Karte anbieten oder doch lieber mit einem reduzierten Angebot starten? Wie geht es weiter mit Take-away? Und wie viele Gäste kommen überhaupt?

Wir haben vier Betriebe besucht – drei in der Stadt Bern und einen im Bergort Rougemont – und mit den Gastronominnen

und Gastronomen über die Herausforderungen der letzten Tage gesprochen.

Le jour décisif vécu avec une légende de la cuisine de palace

Le 31 mai, tous les espaces des restaurants ouvraient, mais le soleil de plomb donnait envie d'extérieur. Pour notre reportage, nous avons choisi un repère intimiste, cosu, tout en boiserie et en traditions pour célébrer la liberté retrouvée du restaurant.

Ces premiers instants tant attendus de retrouvailles avec les clients valaient la peine de se vivre dans une région emblématique pour le tourisme suisse tout près de Gstaad. Nous voilà en terres vaudoises avec le chef Edgard Bovier et ses premiers clients au café du Cerf, à Rougemont. Ou quand une légende romande de la cuisine de palace fait revivre avec style et âme les secrets du bistrot du coin.

Seite 8, 9 und 10

Le VTT, fer de lance du tourisme valaisan

Tourisme 4 saisons. Déjà traversé par 1800 km d'itinéraires homologués pour le VTT, le Valais souhaite renforcer son offre avec la création, dans les deux années à venir, de trois nouveaux parcours destinés à la pratique du VTT en montagne. Dans ce cadre, le VTT électrique (ou ebike), dont les ventes ont explosées pendant la période de pandémie, s'impose comme un véritable «game changer». Dans un futur proche, avec les saisons d'hiver raccourcissant inexorablement, la région table sur un

développement économique du vélo/VTT comparable à celui de l'industrie du ski. «Le canton est conscient qu'il a un énorme potentiel bike. Nous devons nous positionner pour offrir aux pratiquants que nous ciblons les itinéraires les plus attractifs. L'important n'est pas seulement de proposer des itinéraires mais d'impliquer tous les acteurs de la chaîne de valeur», dit Eric Bianco, chef du Service de l'économie, du tourisme et de l'innovation du Valais. axw
Page 19

Aus Alt wird Neu

Wertstoffwende. Die Innenausstattung von Hotels braucht von Zeit zu Zeit eine Auffrischung. Keine Frage. Doch für die Zukunft sind neue Herangehensweisen gefragt, um auch beim Bauen und Renovieren nachhaltiger zu werden. Ein vielversprechender Weg, um weniger Ressourcen zu verschwenden, ist Upcycling. Dabei werden gebrauchte Möbel oder Objekte als Ausgangsmaterial für Neues eingesetzt. bbe
Seite 3

Das unterschätzte Potenzial der Tierpärke

Naturtourismus. Schweizer Tierpärke sind Publikumsmagnete. Sie sorgen für eine beträchtliche Wertschöpfung in ihrer Region und nehmen gleichzeitig einen wichtigen Bildungsauftrag wahr. Doch bei der Finanzierung werde dies nicht genügend honoriert, bedauert Roger Graf, Geschäftsführer des Vereins Zooschweiz, dem schweizweit zehn Mitglieder angehören. «Unser Beitrag für die Umweltbildung, für das Wohlbefinden der Bevölkerung und den Naturschutz wird lei-

der vom Bund, den meisten Kantonen und manchen Standortgemeinden kaum erkannt.»

Dem Natur- und Tierpark Goldau SZ gelingt es dennoch, zweistellige Millionenbeträge in neue Infrastruktur und Angebote zu investieren – und das nach einem Pandemiejahr. Möglich sei dies nur dank grosszügigen Spenden, sagt Direktorin Anna Baumann. Ihr Park bekennt sich ausserdem zum Programm «Swisstainable» von Schweiz Tourismus. pt
Seite 17

Inhalt

Meinung	2
Hotellerie	3–7
Gastronomie	8–11
Gastronomie cahier français	9
Impressum	11
Hôtellerie cahier français	12
Das Gespräch	13–14
Tourismus	14–18
Tourisme cahier français	19–21
Service	22–23
People & Events	24

BAUR HOTEL & GASTRO
Wohnfaszination seit 1882

INDIVIDUELL
NACHHALTIG. NATÜRLICH.

WWW.BAUR-BWF.DE

THE AWARD-WINNING
FRANKE A300

reddot winner 2021
DESIGN AWARD 2021

MAKE IT WONDERFUL **FRANKE**

Illycafé in Kapseln

Illy CAFE

www.illycafe.ch

BADAG GmbH
Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

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

www.cool-to-go.ch

coolto go
Take-away-Delivery mit System

ANZEIGE

Ihr Marktplatz für Hotel- und Gastroimmobilien

www.hotel2invest.com

Die Stimmung des Hotels einfangen

Digitalmarketing

Wollen Hotels heute Onlinepräsenz erzielen, brauchen sie gute Bilder, die in Erinnerung bleiben. Eine junge Marketingexpertin kreiert Bildwelten für Hotels.

BERNADETTE BISSIG

Die Basis für die kleine, feine Bildagentur Hotel Nomad entstand mitten in der Pandemie: Anfang Juli letzten Jahres fand sich die Marketingexpertin Maja Juzwiak plötzlich ohne Wohnung und Job wieder. Die eigene Bleibe hatte sie aufgegeben, um in der durch Kurzarbeit geprägten Zeit etwas flexibler zu sein, ihre Position in einem Zürcher Start-up wurde aufgrund von Neuausrichtung gestrichen. Da kam die Anfrage der Hotelberatung Swiss Hospitality Solutions (SHS) wie gerufen. Für das Hotel Delfino in Lugano TI sollte Maja Juzwiak, die sich in den letzten Jahren auch in die Fotografie vertieft hat, Bilder fürs Digitalmarketing realisieren. Aus den geplanten drei Tagen wurde ein Monat. Gleich darauf folgte ein nächster Auftrag für das Hotel Bigatt in Lugano.

So nahm das neue Tätigkeitsfeld der Kreativen mit interdisziplinärem Hintergrund und schweizerischen und brasilianischen Wurzeln immer mehr Form an. Denn das Interesse an Bildcontent seitens der Hotellerie war da. Das kommt nicht von ungefähr: Die vergangenen Monate der Pandemie haben gezeigt, dass heute ohne überzeugende Onlinepräsenz nichts mehr geht. Und dazu braucht es Content. Dabei spielen Bilder eine entscheidende Rolle. Denn sie wecken Emotionen, ziehen Aufmerksamkeit auf sich und bleiben besser in Erinnerung als Text. Und gerade die kleinen, inhabergeführten Hotels müssen sich hier besonders gut aufstellen, um neben den grossen Hotels mit ihren starken Marketingabteilungen mit einem gelungenen Onlineauftritt zu überzeugen.

Anfang Oktober dann gründete Maja Juzwiak ihre eigene Firma.

Und seither ist sie als Nomadin unterwegs, reist von Hotel zu Hotel und kreiert für unabhängige Hotels stimmungsvolle Bildwelten. Der Deal: Das Hotel bietet Kost und Logis sowie eine Honorarpauschale, Maja Juzwiak liefert am Ende ihres Aufenthaltes fertig bearbeitete Bilder. Bilder, welche das Hotel für Website, Social-Media-Kanäle, Kampagnen, Werbematerialien oder für andere Marketingzwecke einsetzen kann.

Was die Aufenthaltslänge anbelangt, bietet die Neo-Hotel-Fotografin drei verschiedene Packages an, je nach Bedarf des Hotels. Ausgehend von einer Woche mit 50 Bildern über zwei Wochen mit 100 Bildern bis hin zu einem Monat mit 200 Bildern. Der Vorteil dieses Angebotes: Im Gegensatz zu fixen Shootingtagen besteht viel mehr Flexibilität in Bezug auf Wetter und Kapazitäten der Mitarbeitenden. Zudem kann Maja Juzwiak richtiggehend in die Atmosphäre des Hotels eintauchen und so ganz individuelle Bilder schaffen. Und ein weiterer, nicht unwesentlicher Punkt: Das Hotel kommt vergleichsweise günstig zu Fotos.

Zu Beginn des Aufenthaltes gibts immer ein Briefing

Mit dem «Bigatt» in Lugano TI, dem «Bellerive» in Zermatt VS, dem «Arthouse» in Basel und dem «Il Castagno» in Mugena TI hat die 30-Jährige bereits unterschiedlichste Hotels bebildert. Dabei gibt es zu Beginn des Aufenthaltes immer ein Briefing mit der Hotelière, dem Hotelier oder der Marketingverantwortlichen. «Dann klären wir die Bedürfnisse, was fotografiert werden und wo der Fokus liegen soll», erläutert Maja Juzwiak ihre Vorgehens-



Mit Bildern Sehnsüchte und Emotionen wecken: Impressionen aus dem Hotel Bigatt in Lugano.

Bilder Maja Juzwiak



«Es geht darum, auf die schönen Dinge, die das Hotel ausmachen, zu fokussieren.»

Maja Juzwiak
Gründerin und Inhaberin der Agentur Hotel Nomad

weise. Es müsse nicht zwingend ein Designhotel sein, damit man ansprechende Bilder schiessen könne. «Es geht darum, auf die schönen Dinge, die das Hotel ausmachen, zu fokussieren.» Ist erst einmal die Richtung geklärt, erstellt sie einen Plan, wann welche Fotos gemacht werden. In der Folge werden die Mitarbeitenden entsprechend gebrieft. Sind die Bilder im Kasten, nimmt die Bildbearbeitung etwa 80 Prozent der Zeit in Anspruch. «Das bedingt manchmal etwas Erklärungsbedarf», sagt Maja Juzwiak.

Neue Partner fürs Social-Media-Marketing gewinnen

Zurzeit baut die Bildexpertin ihr Partnernetz aus. Neben der Zusammenarbeit mit SHS möchte sie auch im Bereich von Social Media weitere Partner gewinnen. Denn da besteht bei den Hotels grosser Bedarf. Es fehlten, wie auch beim Onlinemarketing,

Kurz erklärt

Der Inhalt macht es aus

Online- oder Digitalmarketing umfasst alle Massnahmen, die dem Branding einer Marke, der Kundenbindung oder dem Verkauf von Dienstleistungen übers Internet dienen. Durch gezieltes Online- oder Digitalmarketing lässt sich die Reichweite erhöhen und die Zielgruppe besser einkreisen. Als Instrumente braucht es unter anderem eine gut gewartete Website, E-Mail-Marketing und Social-Media-Marketing. Und im gesamten Online- oder Digitalmarketing spielt der Content eine wichtige Rolle. Dieser umfasst ansprechende, knackige Texte und emotionale Bilder.

meist die Zeit und das Know-how. «Optimaler ist es natürlich, wenn die Social-Media-Kanäle zumindest teilweise inhouse bewirtschaftet werden können. Dadurch wird es dynamischer», sagt Maja Juzwiak. Doch es lasse sich auch gut von extern verwalten.

Hotels im Ausland könnten demnächst eine Option werden

Und wie geht es nun für die Nomadin weiter, die demnächst seit einem Jahr ohne festen Wohnsitz lebt? Bis August ist sie fix gebucht. Danach schaut sie weiter. Auch über die Grenze. Denn bereits haben einige Hotels aus dem Ausland Interesse an der Dienstleistung angemeldet. Wenn sich die Grenzen lockern, könnte es also durchaus sein, dass Maja Juzwiak weitere Wege für ihr nächstes Zwischenlager in Angriff nimmt.

hotelnomad.ch

ANZEIGE



Sie kümmern sich um Ihre Kreationen. HOTELA kümmert sich um alles andere.



Die Spezialistin für alle Sozialversicherungen in Hotellerie und Gastronomie

Seit mehr als 70 Jahren ist die HOTELA die bevorzugte Partnerin der Hotellerie und Gastronomie. AHV, Familienzulagen, Berufliche Vorsorge, Krankentaggeld- und Unfallversicherung: Mit der HOTELA haben Sie eine einzige Ansprechpartnerin für alle Ihre Sozialversicherungen.

Über 4000 Betriebe und rund 150 000 Versicherte vertrauen der HOTELA.

www.hotela.ch

Eine Institution von
 HotellerieSuisse

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.