



Fachkräftemangel

Neue Arbeitskräfte einstellen und ausbilden



3 **Porträt**
Andrea Salamin,
Hôtel de Moiry, Grimontz

4 **Schwerpunkt**
Fachkräfte:
Strategie ändern!

6 **Gemeinsam**
Zermatter Hoteliers
verpflichten einen Direktor

7 **Vatel Switzerland**
Eine praxisorientierte Schule



Liebe Kolleginnen und Kollegen

COVID: Wir haben's alle satt! Jeder wurstelt sich durch, setzt die verhängten Massnahmen möglichst gut durch und bietet den Gästen trotz allem einen möglichst positiven Aufenthalt. Wieviel Erfolg wir dabei haben, hängt aber v. a. von externen Faktoren ab: der Destination, den Ein- und Ausreisebeschränkungen, der aktuellen Befindlichkeit in der Schweiz und der Welt – oder den mehr oder weniger nachvollziehbaren Entscheiden der Politik.

Was wir in dieser Situation aber nicht vergessen dürfen: die Zukunft unserer Branche – dafür sind wir alle verantwortlich! Immer weniger Hoteliers sind bereit, sich für die Branche einzusetzen – das ist bedenklich. Bei vielen Sitzungen und Treffen auf regionaler, kantonaler und schweizerischer Ebene ist die Anzahl der Teilnehmer erschreckend gesunken. An der DV von HotellerieSuisse waren gerade einmal 4 Walliser Delegierte anwesend: Damit konnten wir nur 20% unserer Stimmenkraft ausüben!

Was wir in dieser Situation aber nicht vergessen dürfen: die Zukunft unserer Branche – dafür sind wir alle verantwortlich!

Wollen wir auch in Zukunft Erfolg haben, brauchen wir einen Wandel. Engagiert Euch in Eurer Region! Meldet Euch zur Mitarbeit auf kantonaler oder schweizerischer Ebene.

So suchen wir eine (Co-)Präsidentin / einen (Co-)Präsidenten, welche/r HotellerieSuisse Wallis in die Zukunft führt – aber auch ein Mitglied für die schweizerische Arbeitsrechtskommission, welches die Weiterentwicklung des L-GAV aktiv mitgestalten möchte. Ich freue mich auf Eure zahlreichen Anrufe (078 689 05 25), damit wir die interessanten Möglichkeiten persönlich besprechen können.

Nun wünsche ich Euch und Euren Lieben frohe Weihnachten, einen guten Rutsch, eine erfolgreiche Wintersaison und v. a. Gesundheit.



Markus Schmid
Präsident WHV

Rose und kaktus

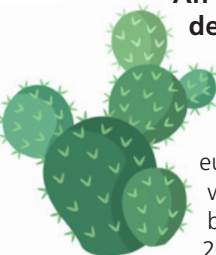
In den vergangenen Monaten hatten einige Entscheide Auswirkungen auf unsere Branche – im Guten wie im Schlechten. Werfen wir einen Blick zurück auf jene Punkte, die uns geärgert (Kaktus) oder gefreut (Rose) haben.

An den Bundesrat, weil er die Kurzarbeits-Entsündigung (KAE) auf 24 Monate begrenzt hat.



Die Bundeshilfen laufen Ende Februar 2022 aus, obwohl nichts darauf hindeutet, dass die Einschränkungen zu diesem Zeitpunkt vollständig aufgehoben sein werden. Das Hotelgewerbe dürfte also weiterhin beeinträchtigt sein – allerdings ohne Kompensation. Der Bund spielt den Ball an die Kantone zurück – ob diese die Mittel haben, derartige Entschädigungen zu finanzieren, ist allerdings fraglich

An den Bundesrat, weil er das Rahmenabkommen mit der EU versenkt hat – mit dramatischen Folgen für unsere Branche.



Nebst der Personenfreizügigkeit sind auch andere entscheidende Abkommen auf Eis gelegt. Im Bereich Hotelfachausbildung sind europäische Austauschprogramme wie Erasmus blockiert. Die Schweiz wird wie Usbekistan zu einem Drittstaat degradiert. Eine weitere besorgniserregende Folge ist die angekündigte Stromknappheit ab 2025. Nachdem man uns dazu drängte, unsere gesamte Geschäftstätigkeit zu digitalisieren, zieht man uns den Stecker.

An Alain Becker und HotellerieSuisse für ihre Sonderaktion zugunsten der Hotelangestellten.



Hotelübernachtungen zum halben Preis: Dieses Privileg erhalten demnächst die Hotelangestellten in mehreren hundert Hotels der Schweiz. Die Aktion wurde von Alain Becker von der Association romande des hôteliers (ARH) ins Leben gerufen und von HotellerieSuisse übernommen und auf die gesamte Schweiz ausgeweitet. Endlich eine echte Geste zur Wertschätzung und Bindung der Mitarbeitenden in der Hotellerie.

An den Bundesrat, weil er die Preisklauseln von Online-Plattformen abgeschafft hat.



Nach über drei Jahren des Hinhaltens und trotz einer erfolgreichen Volksinitiative schliesst sich unser Land endlich den europäischen Nachbarn an, welche die Internethäie schon vor langer Zeit vertrieben haben. Dank diesem Entscheid können die Schweizer Hotels auf allen Vertriebskanälen tiefere Preise anbieten als auf den OTA. HotellerieSuisse begrüsst diese Entwicklung und wird sich für ein Verbot aller anderen wettbewerbswidrigen Klauseln einsetzen, welche die Hoteliers daran hindern, ihre Angebotskriterien frei zu bestimmen.



Andrea Salamin-Walker, Hôtel de Moiry, Grimentz



«Wir können auf fantastische Hilfen zurückgreifen»

Das Hôtel de Moiry und seine beiden Chalets werden von ihren Besitzern gehegt und gepflegt.

Der Liebe wegen in der Hotellerie gelandet, bekommt Andrea Salamin-Walker auch 34 Jahre später nie genug davon, bildet sich regelmässig weiter und engagiert sich für die Branche. Seit Anfang 2021 ist sie Co-Präsidentin der Hotelleriektion Eifischtal.

Alles beginnt mit einem Sommerjob im Jahr 1984. Die junge Andrea, die an der Universität Zürich Sprachen studiert, nutzt das Netzwerk ihres Vaters, um im Wallis einen Job zu finden. So landet die Deutschschweizerin im Hôtel de Moiry in Grimentz. Dort verliebt sie sich in den Sohn des Besitzers, Aurel, der im Familienbetrieb als Koch arbeitet und Bergführer ist.

Drei Jahre später, frisch verheiratet, übernimmt das Paar das Hotel von Vital Salamin. «Mein Schwiegervater übernahm bereits 1960 eine Vorreiterrolle. Als erster Hotelier öffnete er sein Hotel auch während der Wintersaison. Er ging nach Paris, um Touristen anzuwerben, und brachte den Ort Grimentz so richtig in Schwung!»

Unternehmerin und Mutter von fünf Kindern

Andrea lebt sich rasch ein. Sie beherrscht die Sprachen und fühlt sich im Umgang mit den Gästen sehr wohl. Ihrem Mann Aurel macht das Backoffice Spass und insbesondere die Kunst des Holzofen-Raclettes – das «Must» des Hauses. «Wir haben fünf Kinder grossgezogen, um die sich mein Mann mit viel Herzblut kümmerte. Ich frage mich manchmal, wie wir es schafften, das Hotel und die Familie gleichzeitig zu managen, aber letztlich hat alles wunderbar geklappt.»

«Ich habe es geschafft, mich stets auf dem neuesten Stand zu halten – von den Anfängen des Internets bis hin zu den heutigen sozialen Medien.»

Dank ritzy* nie den Anschluss verpasst

In den drei Jahrzehnten ihres Berufslebens hat Andrea jeden technologischen Anschluss mitgemacht. Seit 15 Jahren bildet sie sich bei ritzy stetig weiter. «Hier haben wir fantastische Hilfen zur Verfügung. Ohne die Spezialisten von ritzy* hätte ich keine Ahnung gehabt, wie mich an die neuen Gegebenheiten anzupassen. Ich habe es geschafft, mich immer auf dem neuesten Stand zu halten – von den Anfängen des Internets bis hin zu den heutigen sozialen Medien.»

Unlängst hat sie wieder einen Kurs zu Lohnfragen besucht – und das kostenlose Coaching von HotellerieSuisse in Anspruch genommen, um die Zukunft des Hotels zu planen. «Mein Mann und ich haben noch viele schöne Arbeitsjahre vor uns, aber allmählich müssen wir uns Gedanken machen über die Nachfolge.»



Andrea Salamin kämpft für den Erhalt einer unabhängigen Familienhotellerie.

©Aurel Salamin

Das Hôtel de Moiry und seine beiden Chalets werden von ihren Besitzern gehegt und gepflegt. Durch Umbauten, Renovationen und neue Ausstattungen kann der Wert der Gebäude erhalten werden. «Zwei Jahre vor Covid-19 haben wir von zwei auf drei Sterne gewechselt. Diese Entscheidung hat uns gerettet, denn heute besteht unsere Kundschaft zu 100 % aus Schweizer Gästen – diese wünschen mindestens ein 3*-Niveau.» Wie die Chefin ist auch die Einrichtung dezent und gemütlich, für erholsame Ferien in den Bergen ohne viel Schnickschnack.

Seit einem Jahr kümmert sich Andrea im Co-Präsidium mit Patrick Salamin um die Belange der Hotelleriektion Eifischtal. «Leider führen immer weniger Hoteliers einen eigenen Betrieb. Die Bergbahnen kaufen die Hotels auf und setzen dort Manager ein. Ich finde es bedenklich, dass ein einziges Unternehmen die Kontrolle über die gesamte Tourismusbranche übernimmt.» Deshalb kämpft sie für den Erhalt einer unabhängigen Familienhotellerie, die sich für die Qualität der Gastfreundschaft einsetzt.

www.hotel-grimentz.ch



Arbeitskräftemangel «Man muss Zeit in den Rekrutierungsprozess investieren»



Die Buchungen für die kommende Wintersaison sind in vollem Gange, doch viele Hoteliers haben Probleme, das nötige Personal zu finden. Hotel- und Tourismusexperte Daniel Charbonnier fordert die Verantwortlichen und ihre Teams auf, einen Strategiewechsel vorzunehmen.



Daniel Charbonnier begleitet Hoteliers bei der Personalrekrutierung.

Daniel Charbonnier, Sie arbeiten täglich mit Hoteliers zusammen. Wie beurteilen Sie die Situation?

Personalmangel ist kein neues Phänomen. Aber wie in vielen anderen Branchen hat die Covid-Krise den Trend beschleunigt. Die Erwartungen der Arbeitnehmenden, insbesondere der neuen Generationen, haben sich in den letzten zehn Jahren drastisch und schnell verändert. Das Management vermochte nur schwer mitzuhalten. Die Teams kamen zum Stillstand, jeder hatte genügend Zeit nachzudenken, was er in seinem Leben will und was nicht.

“ Diese Krise stellt eine Chance für einen Neuanfang dar.

Viele verliessen ihren Job wegen schlechter Arbeitsbedingungen. Für diese Situation sind externe Faktoren verantwortlich – gleichwohl ist es wichtig, sich bei dieser Entwicklung über die Rolle des Arbeitgebers bewusst zu sein. Um motivierte Mitarbeitende zurückzugewinnen, muss man bereit sein, sich selbst infrage zu stellen und seine Strategie zu ändern bezüglich Rekrutierung, Integration, Ausbildung und Kompetenzmanagement.

Ändern ... in welche Richtung?

In unserem Wirtschaftssystem wird das Personal als Last betrachtet – zu Unrecht. In Wirklichkeit stellt es einen Reichtum dar, in den zu investieren sich lohnt. Heutzutage wollen alle Arbeitnehmenden Gehör finden, wertgeschätzt werden und unter anständigen Bedingungen arbeiten. Sie sind mindestens so wertvoll wie die Kunden.

Der Vorgesetzte muss seine Denk- und Handlungsweise in diesem Sinne überdenken. Gemeint ist menschliches Engagement, das sich auf lange Sicht auszahlt – in Form von Loyalität und Vertrauen. Ich stelle immer wieder fest: Hoteliers, die sich seit Jahren fürs Wohl ihrer Mitarbeitenden einsetzen, erleben heute keine Engpässe.

In der Zwischenzeit sind qualifizierte Arbeitskräfte weg. Wie wirbt man neue Mitarbeitende an?

Wir haben keine andere Wahl mehr, als Branchenfremde einzustellen und diese auszubilden – wir suchen also nicht nach Know-how, sondern nach Sozialkompetenz. Es gilt, die Verhaltensweise der Person zu beurteilen: Genauigkeit, Disziplin und Willensstärke sind wesentliche Eigenschaften. Man muss Zeit

investieren in den Rekrutierungsprozess – und danach in die nachhaltige Integration in das Unternehmen.

In unserem Berufsstand wird zum Beispiel ein Mitarbeiter innert einer Stunde eingestellt, während man sich für die Auswahl einer neuen Kücheneinrichtung drei Wochen Zeit nimmt. Suchen Sie den Fehler...

“*Wir suchen heute nicht nach Know-how, sondern nach Sozialkompetenz.*”

Sich Zeit zu nehmen scheint unmöglich, wenn man dringend Lösungen braucht, um sein Geschäft am Laufen zu halten...

Genau jetzt sollte man sich diese Zeit nehmen. Es ist eine wunderbare Gelegenheit, neu anzufangen, den Sinn des eigenen Unternehmens neu zu definieren und eine solide Grundlage für heute und morgen zu schaffen.

Wir haben ritzy*-Schulungen ins Leben gerufen, um Hoteliers bei diesem Neuanfang zu begleiten. Ich hoffe, dass viele diese Gelegenheit nutzen werden, um ihr Kerngeschäft zu überarbeiten. Denn in einem Hotel sind das Personal, die Gäste und die Qualität der Leistungen eng miteinander verbunden.

75 %

Das ist der Anteil der Schweizer Hotels, die unter einem Fachkräftemangel leiden, wie eine im September durchgeführte Umfrage von HotellerieSuisse ergab.

Das RAV, ein wichtiger Partner bei der Rekrutierung

Die Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV) sind wertvolle Verbündete bei der Personalsuche. Über die Meldepflicht hinaus bieten sie den Arbeitgebern eine persönliche Zusammenarbeit, die sich auf die Werte und Ziele des Unternehmens konzentriert. Zwar mangelt es an qualifizierten Bewerbern: Viele Saisoniers sind in die Heimat zurückgekehrt und melden sich nicht mehr beim RAV. Doch andere Arbeitssuchende bringen die erforderlichen Kompetenzen mit, um in ein Hotelteam integriert zu werden.

«Wir können den Hoteliers beim Vorstellungsgespräch helfen und bei Bedarf Praktika oder spezielle Schulungen finanzieren. Bei unbefristeten Verträgen ist es uns möglich, über einen Einarbeitungszuschuss sogar einen Teil des Lohns zu übernehmen», erinnert Fabrice Salamin, RAV-Leiter in Siders.

Ein Inserat aufschalten reicht nicht mehr

Um den Hoteliers die richtigen Bewerber vorschlagen zu können, müssen diese allerdings ihre Bedürfnisse und Erwartungen

klar zum Ausdruck bringen. Ein Inserat aufschalten und darauf warten, dass sich jemand meldet, reicht einfach nicht mehr. Ein Treffen mit dem RAV-Ansprechpartner für Unternehmen in Ihrem RAV ist immer noch der beste Weg, um das richtige Profil ausfindig zu machen.

Laut Fabrice Salamin ist es jederzeit möglich, dauerhafte Lösungen zu finden, die sowohl für den Arbeitnehmer als auch für den Arbeitgeber zufriedenstellend sind. «Man muss Ganzjahres-Arbeitsplätze schaffen, um sich langfristig Ressourcen zu sichern. Das ist selbst in den Bergregionen möglich, wenn man auf Multi-Kompetenzen setzt. Beispielsweise kann ein Bauarbeiter, der für bestimmte Aufgaben im Hotelgewerbe ausgebildet ist, in der Nebensaison Wartungsarbeiten übernehmen.»

Um die professionellen Hilfen und Dienstleistungen des RAV in Anspruch zu nehmen, wenden Sie sich an den zuständigen RAV-Berater in Ihrer Region.



ritzy*-Kurs zu diesem Thema

Erfolgreiche Personalrekrutierung: die passenden Mitarbeitenden finden

Anmeldung auf ritzy.ch





Fachkräftemangel: Wo bleibt der Nachwuchs? Das Interesse ist da – die Hürden auch ...



Die Berufsmesse Your Challenge bietet eine gute Möglichkeit, jungen Menschen die Hotellerie näherzubringen.

Junge Menschen für Berufe im Gastgewerbe zu begeistern, zählt zu den Strategien im Kampf gegen den Fachkräftemangel. Im Wallis ist der Weg noch lang, um den Zugang zur Berufslehre zu vereinfachen und die Wertschätzung dieser Berufsfelder zu stärken.

Wie in anderen Branchen fehlen auch im Hotel- und Gastgewerbe Lernende, nicht zuletzt aufgrund der demografischen Entwicklung und der Massnahmen im Zusammenhang mit Covid. Für Cédric Vergère, Chef der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSL), ist das Interesse zwar vorhanden. Doch die Voraussetzungen sind für 15-Jährige nach wie vor kompliziert.

«Ohne Führerschein sind die Lehrstellen in den Ferienorten für sie schwer zugänglich. Sie machen sich Sorgen um die Transportmittel und Fahrpläne. Daher ziehen sie es häufig vor, die Idee aufzugeben und einen anderen Weg einzuschlagen.» Auch die anstrengende Arbeit und die Lohnbedingungen werden häufig als Gründe gegen einen Beruf im Gastgewerbe angeführt – insbesondere von den Eltern.

Anpassungen bei der HOKO-Ausbildung

Die neue Variante der HOKO-Ausbildung im französischsprachigen Wallis – erstes Jahr in der Schule – bietet endlich die Möglichkeit, ohne geografische Hindernisse in die Berufswelt einzusteigen. Im Oberwallis ist dies nicht der Fall: Die Rekrutierung ist weiterhin von einem Lehrvertrag in einem Betrieb abhängig. Die Verpflichtung von Nachwuchskräften wurde auch durch die Änderung des EFZ gebremst.

Die HOKO-Ausbildung hat seit ihrer Einführung 2017 bei den Hoteliers nicht den erhofften Erfolg gebracht. «Um dem Wunsch der Hoteliers nach Vielseitigkeit am besten gerecht zu werden und dank der Erfahrungen der letzten Jahre können wir uns für künftige Lehrklassen einige Anpassungen vorstellen», erklärt Tania Fux, Chefin des Amts für Berufsbildung (DB).

Eltern überzeugen, die Gastfreundschaft pflegen

Der Weg ist noch weit, um das Image des Gastgewerbes aufzupolieren, die Ausbildungsbedingungen zu verbessern und den Bedürfnissen der Hoteliers gerecht zu werden. Tania Fux meint: «Es geht auch darum, die Eltern zu überzeugen, denn sie sind ja direkt in die beruflichen Entscheidungen ihrer Sprösslinge involviert.» Umso wichtiger ist

es, Fördermassnahmen beizubehalten wie die Schnupperlehren während der OS, die Tage der offenen Tür der Berufsschulen und die Berufsmesse Your Challenge.

Cédric Vergère lobt den Erfolg der Explorhotel-Lager, bei denen die Jugendlichen in einem Ferienort erste Erfahrungen im Berufsleben sammeln. «In den allermeisten Fällen festigen sich die Berufswünsche nach dieser Erfahrung». Der Berufsberater fordert, dass die Jugendlichen im Berufspraktikum gut aufgenommen werden. «Das ist ein wesentlicher Entscheidungsfaktor – sowohl für die künftigen Lernenden als auch für ihre Eltern. Man muss sich die Zeit nehmen, die Jugendlichen zu betreuen, ihre Begeisterung für die Branche zu entfachen – und auf die Einhaltung der vereinbarten Arbeitszeiten achten.»

Die Instrumente von HotellerieSuisse zur Branchenförderung

- 1** Das Label «TOP-Ausbildungsbetrieb» hat zum Ziel, die Qualität der Grundbildung zu verbessern. Es garantiert, dass Lernende und Berufsbildner zusammen in einem Verhältnis arbeiten, welches Motivation und Berufsethik förderlich ist.
- 2** Ausbildungsbetriebe werden von HotellerieSuisse finanziell unterstützt: CHF 500.– für jeden neuen Lehr- oder Praktikumsvertrag.
- 3** Online-Weiterbildung mit **Tipsy** ein Internetportal mit über 700 Inhalten, die von Fachleuten des Hotel- und Gastgewerbes erstellt wurden.



Zermatter Hotelier Verein professionalisiert sich «Es braucht immer einen Mix an Erfahrungen und Kompetenzen»

Der Hotelier Verein Zermatt (HVZ) hat erstmals einen Geschäftsführer angestellt: Harald Burgener – ein Neuling im Tourismus. Ein Gespräch über Hintergründe, Ziele und erste Erfolge.

Harald Burgener, seit Oktober sind Sie Geschäftsführer des Zermatter Hotelier Vereins. Wie kam es dazu?

Ein befreundeter Hotelier erzählte mir von der Ausschreibung. Je mehr wir darüber redeten, desto mehr merkte ich: Dieser Job bietet spannende Themen und Herausforderungen! Also bewarb ich mich ...

... und setzten sich gegen zahlreiche Mitbewerbende durch – insbesondere auch Leute mit Erfahrung in der Hotellerie oder im Tourismus!

Der Vorstand diskutierte im Verlaufe des Verfahrens tatsächlich: Wollen wir jemanden aus dem Tourismus – oder jemanden mit einer frischen Aussensicht? Und entschied sich dann für Letzteres: die Person mit den Erfahrungen aus anderen Branchen und Bereichen.

“ Wir konnten zur kantonalen Härtefallregelung beitragen.

Was bringen Sie denn den Hoteliers?

Ich glaube, der Mix macht's. Als ehemaliger Journalist kenne ich die Regeln guter Medienarbeit, als ehemaliger Public Affairs-Dienstleister sind mir Abläufe und Personen bekannt. Als Marketingprofi weiss ich, worauf es letztlich ankommt – unabhängig von der Branche übrigens: Es geht immer um dieselben Fragen, weil es um Menschen geht. Für langfristigen Erfolg braucht es immer einen Mix aus Erfahrungen und Kompetenzen – hier kann ich den Vorstand, der vielfältig zusammengesetzt ist und als Team toll funktioniert, gut ergänzen.

Was ist denn Ihre konkrete Aufgabe in der neu geschaffenen Funktion?

Kurz gesagt: Die Strategie umzusetzen. Zermatt verfügt über eine Destinationsstrategie – daraus hat der Hotelier Verein Zermatt 2020 seine eigene Strategie abgeleitet.



Ergänzt das reiche Know-how der Vorstandsmitglieder mit Erfahrungen aus anderen Branchen: Harald Burgener, Geschäftsführer des Zermatter Hotelier Vereins seit Oktober 2020 – Zweiter von links in der hinteren Reihe.

Diese umfasst fünf zentrale Themen: Erst mal die Organisationsentwicklung, mit der die Kommunikation neu aufgegleist wurde und mittels Partnerprogramm die Stelle des Geschäftsführers mehr oder weniger finanziert ist. Der zweite Punkt ist Politik, Lobbying und Gästemix – da konnten wir im Rahmen der Pandemie mit einer eigenen Branchenlösung zur kantonalen Härtefallregelung beitragen.

Also bereits erste Erfolge ...

Ja, aber es bleibt noch viel zu tun – etwa die Digitalisierung: Letztendlich stellen wir uns eine Lösung vor, mit der die Gäste alles aus einer Hand buchen können – das Hotelzimmer, den Tisch im Restaurant, den Kinobesuch, die Extradfahrt aufs Kleinmatterhorn, das E-Taxi ... Zudem gehen wir den Fachkräftemangel aktiv an. Und last but not least setzen wir uns für die nachhaltige Entwicklung von Zermatt ein – all das immer in enger Zusammenarbeit mit den anderen Leistungspartnern.

Es gibt also noch einiges zu tun.

Langweilig wird mir bestimmt nicht! In Zermatt haben sich alle relevanten Kräfte der Destinationsstrategie verpflichtet und treffen sich

regelmässig zum Austausch: ein grosses Plus. Es macht Spass, die Hoteliers und ihre Anliegen zu vertreten.

Über Harald Burgener



Der studierte Betriebsökonom war vielfältig tätig: als Journalist beim Walliser Boten, als Geschäftsführer einer Zürcher Kampagnenagentur, als selbständiger Berater für Kommunikation und Marketing, als CEO der Mengis-Gruppe ...

Seit 2015 wirkt Harald Burgener als selbständiger Therapeut mit Schwerpunkt Schlaf/Stress/Angst. Parallel dazu arbeitet er seit Oktober 2021 im Mandat (60%) als Geschäftsführer des Zermatter Hotelier Vereins.



Vatel Switzerland

Eine engagierte und offene Schule



Dank ihres internationalen Rufs und ihrer Verankerung im Wallis arbeitet die Ecole Vatel in Martinach regelmässig mit den Hoteliers des Kantons zusammen. Nach Anerkennung als eidgenössische Höhere Fachschule (HF) hofft sie, in der Schweiz vermehrt Anwärterinnen und Anwärter zu gewinnen.

«Seit sechs Jahren arbeite ich daran, die Ecole Vatel für die lokale Wirtschaft zu öffnen und Synergien mit den Unternehmen zu schaffen. Als ehemaliger selbständiger Hotelier kann ich den Bedarf an Fachkräften in der Branche gut einschätzen», erklärt Yves Defalque, Direktor von Vatel Switzerland.

Der besondere Vorteil der Vatel-Ausbildung liegt in ihrer praxisorientierten Ausrichtung: Die Studierenden arbeiten unter Realbedingungen im 4*Superior-Hotel und im Restaurant der Gruppe. Kommen sie für ein Praktikum in einen Betrieb, sind sie sofort einsatzbereit. Deshalb sind die Vatel-Kompetenzen bei den Hoteliers sehr gefragt.

spielsweise ihre Weinkenntnisse in unseren Weinbergen und Weinkellern, bevor sie in Häusern auf der ganzen Welt arbeiten. Die meisten Praktika und Berufserfahrungen machen sie in unseren Tourismusorten. Nach ihrem Abschluss werden diese Jugendlichen zu echten Botschaftern der Feriendestination Wallis.

Für die Akteure der Branche erweist sich Vatel als sehr interessanter Pool an Ressourcen und Kompetenzen.

Leistungen für die Hoteliers

Vatel-Studierenden ein Saisonpraktikum anbieten (Dauer 4 Monate): Veröffentlichen Sie Ihr Angebot entweder zu Beginn des neuen Schuljahres Ende August oder Ende November – online auf vatel.ch.

Aushilfen für Abende oder Wochenenden finden: Kontaktieren Sie die Campus-Vereinigung von Vatel Switzerland «Student Life» auf Facebook. Viele Studierende finanzieren ihr Studium mit Aushilfen in Cafés, Bars und Restaurants der Region.

Dienstleistungen für ein Event buchen: Veranstaltungen wie das Omega European Masters Golf in Crans-Montana oder die Rallye du Valais nutzen die Empfangs- und Serviceleistungen der Ecole Vatel.

Finanzanalyse für ein Hotelprojekt in Auftrag erhalten: Masterstudierende (MBA Finanzen und Projektentwicklung) sind auf der Suche nach konkreten Fällen, in denen sie ihr Wissen anwenden können. Der Hotelier erhält eine kostenlose Finanzanalyse für ein Projekt, das ihm am Herzen liegt.



Attraktives HF-Diplom für Schweizer/innen

Seit diesem Sommer gehört Vatel zu den sieben Hotelinstitutionen, die vom Bund als Höhere Fachschule (HF) anerkannt sind, womit unser Tourismuskanton nach der Lehre endlich mit einem Diplom als Hotelier-Restaurateur aufwarten kann. «Wir wollten uns ins Schweizer Bildungssystem einbringen. Dank dieser Anerkennung konnten wir unseren Lehrgang für Inhaber eines EFZ öffnen und jungen Schweizern, die ein nationales Diplom anstreben, mehr Sicherheit bieten», freut sich Yves Defalque. Dank ihrem Campus mit Unterkünften, internationalen Austauschmöglichkeiten und zweisprachigen Studiengängen (Französisch/Englisch) bietet diese Schule alles, um bei der jungen Generation Anklang zu finden.

Ein Trumpf für die Walliser Hoteliers

Vatels Präsenz spielt dem Walliser Tourismus in die Hände. Die Studierenden erwerben bei-

Die Studierenden erlernen den Beruf unter Realbedingungen im 4-Hotel und im Restaurant der Vatel-Gruppe in Martinach.*

Vatel Switzerland in Martinach

235
Studierende

30
verschiedene
Nationalitäten

55 % aus Frankreich

22 % aus der Schweiz

23 % aus dem Rest der Welt

Vatel weltweit

9'000
Studierende

55
Campus

33
Länder



freizeit.ch und loisirs.ch

Ein attraktives Schaufenster für Ihren Betrieb

FREIZEIT^{CH}

LOISIRS^{CH}

Für Freizeitaktivitäten übers Wochenende oder länger ist eine Unterkunft unerlässlich. Aus diesem Grund sind die Plattformen **freizeit.ch** und **loisirs.ch** für Hoteliers besonders interessant: Hier können sie sich kostenlos präsentieren.

Thermalbäder, Freizeitparks, Kulturstätten, Wanderungen, aussergewöhnliche Orte, Museen und vieles mehr ... die Plattform **freizeit.ch** ist die wichtigste Inspirationsquelle für Schweizerinnen und Schweizer, wenn es um Entspannung und Abwechslung geht! Dort werden über 15'000 Aktivitäten angeboten.

Die Website verzeichnet monatlich 1,5 Millionen Aufrufe, der Newsletter erreicht 65'000 Personen, und die Facebook-Seite wird von über 140'000 Followern genutzt. Zudem informiert das benutzerfreundliche und attraktive Magazin zweimal im Jahr über saisonale und spannende Freizeittipps.

Alle diese Kommunikationsmittel bieten den Hoteliers die Möglichkeit, sich sichtbar zu machen. Martine Frochoux, Co-Direktorin der Plattform, betont: «Freizeit benötigt Übernachtungen. Schon das Übernachten ist eine Freizeitbeschäftigung an sich.» Aus diesem Grund sind einige Hotels, die sich durch ihren Charme, ihre besondere Lage oder originelle Aktivitäten auszeichnen, Teil des ständigen Angebots von **freizeit.ch**.

Es gibt aber auch andere Möglichkeiten, sich auf der Plattform zu profilieren: in Form von Gegengeschäften (Übernachtungen gegen Sichtbarkeit), Partnerschaften oder Investitionen.

Wie platziert man sein Hotel auf **freizeit.ch** und **loisirs.ch**?

kostenlos: Jeder Hotelier kann unter der Rubrik «Aktionen» der Website **freizeit.ch** ein Sonderangebot veröffentlichen. Er kann beispielsweise einen Rabatt für einen begrenzten



*freizeit.ch und sein welsches Pendant **loisirs.ch** sind die Referenzplattformen für alle Schweizer Familien, die nach originellen Ideen für Aktivitäten im Wallis suchen.*

Zeitraum anbieten oder die Formel «eine Nacht bezahlt, eine Nacht geschenkt.» Es ist möglich, das Angebot über ein Formular selbst zu generieren. Dieses wird im Newsletter vorgestellt, und das Hotel erhält eine eigene Seite auf der Website.

Partnermodell: Die Plattform bietet ihren Lesern häufig Wochenendideen und Gewinnspiele an. Daher benötigt die Plattform Unterkünfte für diese Ideen oder die Verbreitung von Wettbewerben. Durch das Anbieten von Übernachtungen erhält das Hotel eine hohe Sichtbarkeit. Darüber hinaus kann es die Adressen der Personen, die sich angemeldet haben, übernehmen.

bezahlte Variante: Ab 900 Franken pro Monat erhalten die Hoteliers unterschiedliche Werbepakete in Form von Platzierungen, Bannern oder Anzeigen in den verschiedenen Medien.

Individuelle Preisangebote und Beratung entsprechend Bedürfnissen der Hoteliers.

Ihr Betrieb ist ungewöhnlich, originell – eine Reise wert? Haben Sie eine tolle Aktion im Angebot? Oder eine Übernachtung für einen Wettbewerb? Auf **freizeit.ch finden alle Hotels ihren Platz.**

Um Ihren Platz zu finden, wenden Sie sich bitte an



Christoph Bürgin, Produktmanager
christoph@generalemedia.ch
079 256 07 16

Die Plattform in Zahlen

freizeit.ch

Website und soziale Netzwerke:

monatlich 500'000 Seitenaufrufe durch 300'000 Besucher, 70'000 Facebook-Fans und eine konzentrierte Verbreitung in den dicht besiedelten Regionen nahe der französischsprachigen Schweiz.

Newsletter: über 20'000 Abonnenten

loisirs.ch

Website und soziale Netzwerke:

monatlich 1,5 Millionen Seitenaufrufe durch 600'000 Besucher, 140'000 Facebook-Fans und Communities in allen sozialen Netzwerken.

Reihe «Le Guide»: Eine Reihe von 14 thematischen Reiseführern mit zahlreichen Ideen für Wanderungen, Wochenenden und anderen Freizeitaktivitäten – inklusive Unterkunfts-vorschlägen.

Magazin: zweimal jährlich, Sommer und Winter, Auflage 30'000 (WEMF-geprüft).

Newsletter: über 65'000 Abonnenten



Von Nicole Brändle Schlegel
Leiterin Arbeit, Bildung, Politik und Mitglied der Geschäftsleitung
bei HotellerieSuisse

HotellerieSuisse

Lex-Booking: Gesetzesvorschlag noch ungenügend

Mitte November hat der Bundesrat dem Parlament einen Gesetzesvorschlag für das Verbot sogenannter Preisparitätsklauseln unterbreitet. Damit können Hotels künftig ihre Preise auf der eigenen Website frei gestalten. Es ist erfreulich, dass endlich Bewegung in die Thematik kommt. Der Vorschlag des Bundesrates, nur Preisparitätsklauseln zu verbieten, geht für HotellerieSuisse entschieden zu wenig weit.

Gemeinsam mit zahlreichen Verbänden, Kantonen, Parteien sowie über 60 Hotelbetrieben haben wir vom Bundesrat gefordert, dass nebst Preisparitätsklauseln weitere wettbewerbsfeindliche Klauseln seitens Online-Buchungsplattformen (OTA) verboten werden. Die Tatsache, dass zahlreiche direkt betroffene Unternehmerinnen und Unternehmer in einem Vernehmlassungsverfahren aktiv ihre Stimme erheben, unterstreicht den Handlungsbedarf. Das Parlament muss unbedingt eine Reaktion zeigen und ein Verbot aller Paritätsklauseln vorsehen.

Hotels brauchen

vollständige unternehmerische Freiheit

Im Vorschlag des Bundesrats würde der Standortnachteil gegenüber Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich jedoch nur teilweise behoben: Diese Länder haben sämtliche Paritätsklauseln verboten. So kann etwa ein Hotelbetrieb in Chamonix-Mont-Blanc (F) Preise, Konditionen und Verfügbarkeiten auf seiner Hotelwebsite günstiger ansetzen als auf den OTA. In der Schweiz müssen die Buchungskonditionen und Verfügbarkeiten noch immer gleich sein wie auf den OTA – auch im Rahmen des neuen Gesetzesvorschlages. Auch Hoteliers und Hoteliären in der Schweiz müssen die alleinige Entscheidungsfreiheit über sämtliche

Angebotsparameter erhalten – nicht nur über die Preissetzung.

Hintertüren dürfen für die OTA nicht zugelassen werden

Eine weitere Gefahr in der vom Bundesrat vorgesehenen Umsetzung besteht darin, dass OTA ihre Marktmacht weiterhin über die anderen Parameter wie Konditionen oder Verfügbarkeit ausspielen könnten. Dies können wir so keinesfalls hinnehmen. Zudem muss gesetzlich ausgeschlossen werden, dass die OTA Parameter wie Preis oder Buchungskonditionen in Zukunft über die Hintertür unterbieten werden. Strafrankings oder eine eigenständige Unterbietung der Preise, die von den Hotels festgelegt werden, müssen der Vergangenheit angehören.

Wir kämpfen bis zum Schluss

Wir fordern nun aktiv ein rasches Verfahren im Parlament. Weitere Verzögerungen wären Gift für die ohnehin krisengebeutelte Schweizer Beherbergungsbranche. Wir setzen alles daran, gemeinsam mit Ihnen die Parlamentarierinnen und Parlamentarier 2022 für ein griffiges Gesetz zu gewinnen!



lex-booking.ch/#de

Preisparitätsklausel

Vertragsklausel der OTA, die es dem Hotel verbietet, seine Zimmer auf anderen, vertraglich definierten Vertriebskanälen zu günstigeren Preisen anzubieten. Besonders problematisch sind Paritätsklauseln, die online (Hotel-Website) gleiche Preise wie auf der OTA einfordern, da der digitale Vertrieb immer wichtiger wird.

Konditionsparitätsklausel

Die OTA verlangen Parität bezüglich Buchungskonditionen, die mit einer bestimmten Hoteldienstleistung verbunden sind – wie Buchungsfristen, Stornierungsbedingungen, Anreisezeiten usw. Die Kombination eines bestimmten Preises mit bestimmten Konditionen wird als Ratenparität bezeichnet.

Verfügbarkeitsparitätsklausel

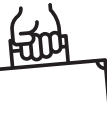
Die OTA verlangen, dass freie Zimmer – sofern diese auf vertraglich definierten weiteren Kanälen zur Verfügung gestellt werden – immer auch auf der jeweiligen Plattform anzubieten sind.

Hotel-Nachteile

- Keine Preisfreiheit
- Angaben zu Gästen fehlen
- Hotelservice beeinträchtigt

Kunden-Nachteile

- Höhere Preise
- Kein Direktkontakt
- Limitierter Service



Covid-Zertifikat

Anweisungen für Ihre Gäste in diesem Winter



Ausländische Touristen müssen ihr Covid-Zertifikat vor ihrer Ankunft in der Schweiz validieren lassen. Machen Sie Ihre ausländischen Gäste auf die Formalitäten aufmerksam, die es bereits beim Buchen ihres Aufenthalts zu erledigen gilt.

Das digitale Covid-Zertifikat der EU wird in der Schweiz anerkannt, ebenso die vom Vereinigten Königreich und von Armenien ausgestellten Zertifikate.

Achtung: Die Einreisebestimmungen ändern sich täglich und Besucher aus bestimmten Ländern müssen bei ihrer Einreise in die Schweiz eine zehntägige Quarantäne einhalten. Informieren Sie Ihre Gäste über die offiziellen Angaben auf der Website des BAG unter der Rubrik «Reisen.»

 Weitere nützliche Informationen und Links finden Sie auf unserem Blog: hs-wallis.blogspot.com



Touristen aus Nicht-EU-Ländern: Schweizer Zertifikat beantragen

Wer mit Moderna, Pfizer, AstraZeneca oder Johnson & Johnson geimpft ist, kann einen Schweizer Covid-Pass beantragen, der für ein Jahr gültig ist. Touristen, die mit anderen von der WHO anerkannten Impfstoffen geimpft sind – darunter die chinesischen Präparate Sinovac und Sinopharm –, können einen Covid-Pass erwerben, der in der Schweiz für 30 Tage gültig ist. Für eine Impfung mit Sputnik kann zum jetzigen Zeitpunkt kein Covid-Zertifikat ausgestellt werden.

- › Um den Schweizer Covid-Pass zu erhalten, ist das Formular auszufüllen auf <https://covidcertificate-form.admin.ch>.
- › Dies muss mindestens 10 Tage vor der Einreise in die Schweiz erfolgen.
- › Eine Gebühr von 30 Franken wird in Rechnung gestellt.
- › Das Zertifikat wird in digitaler Form über die Anwendung COVID Certificate oder in Papierform am Aufenthaltsort ausgestellt.

Nicht geimpfte und nicht genesene Personen ab 16 Jahren: zwei Tests!

Für diese Personen sind zwei PCR-Tests vorgeschrieben: ein Einreisetest (72 oder 48 Stunden vor der Abreise) und ein Test innerhalb von 4–7 Tagen nach der Ankunft, wobei das Ergebnis per E-Mail an quarantaine.covid19@psvalais.ch gesendet werden muss.

Für alle: das Einreiseformular im Internet ausfüllen

Jede Person, die in die Schweiz einreist, muss das Einreiseformular ausfüllen auf der Website swissplf.admin.ch: vor der Reise, aber frühestens 48 Stunden vor der Einreise in die Schweiz. Kinder oder Jugendliche jeden Alters können auf dem Formular eines mit ihnen reisenden Erwachsenen angemeldet werden. Die Überprüfung erfolgt an der Grenze mittels QR-Code, den sie nach dem Ausfüllen des Formulars per E-Mail erhalten haben.

Unter uns...



Werkzeuge, die darauf warten, genutzt zu werden

Der Fachkräftemangel ist ein Dauerthema – weit älter als die Pandemie. Schon seit gut zehn Jahren fordert uns diese Problematik heraus. Das Schwerpunktthema dieser Ausgabe (s. Seiten 4–6) zeigt, dass sich sowohl HotellerieSuisse als auch der WHV bereits jahrelang mit diesem Thema befassen.

HotellerieSuisse hat eine Vielzahl Lösungen entwickelt, die unsere Mitglieder nutzen können. Dazu zählen unter anderem: rockyourfuture.ch, TOP-Ausbildungsbetrieb, NextGen Hospitality Camp, Typsy und nicht zuletzt die finanzielle Unterstützung an ausbildende Betriebe. Auch der WHV war aktiv: Wir haben die Berufsmesse Your Challenge organisiert, die Schulen besucht und die duale kombinierte Ausbildung mit dem ersten Jahr in der Berufsschule eingeführt.

Wir können planen, was wir wollen: Sie als Hoteliers müssen sich selbst aktiv für eine Verbesserung der Situation einsetzen – indem Sie damit beginnen, die vorhandenen Werkzeuge zu nutzen. Im Wissen, dass sich die Situation in nächster Zeit nicht entspannen wird, müssen Sie die Personalpolitik «ausserhalb des Gewohnten» überdenken und nach Lösungen suchen, die den Bedürfnissen der Mitarbeitenden Rechnung tragen. Arbeitszeiten, Arbeitsbedingungen und Personalplanung sind allesamt zu überdenkende Elemente, um die Erwartungen Ihrer Angestellten wie auch die Wirtschaftlichkeit zu berücksichtigen.

Nehmen Sie sich etwas Zeit, um mit Ihren treuen Mitarbeitenden darüber zu sprechen, damit sie Ihnen treu bleiben. Vielleicht gewinnen Sie auf diese Weise sogar neue Arbeitskräfte.



Viel Erfolg und eine gute Wintersaison!

Patrick Béro
Direktor WHV

Neuigkeiten



Reiseabsichten 2022

Die Studie Travel Predictions 2022 von Booking hat die Reiseabsichten von über 24'000 Personen in 31 Ländern untersucht. 49 % der Befragten gaben an, sie freuten sich darauf, neue Menschen kennenzulernen. Unter den erwarteten einfacheren Reisefreuden nannten 51 % ungewöhnliche Transportmittel und 78 % das Gefühl von Sonne auf der Haut. Nach einer langen Phase des Homeoffice wünschen sich 64 %, dass die Arbeit 2022 nicht mehr ihre Ferien beeinträchtigt. Zu guter Letzt sind 69 % der Meinung, dass Reisen mehr zu ihrem geistigen und emotionalen Wohlbefinden beiträgt als andere Formen der Gesundheitsversorgung.

Neues Hotel in Sitten

Unlängst wurde in Sitten das Hotelprojekt Cour de Gare vorgestellt. Die niederländische Verwaltungsgesellschaft Cycas Hospitality wird dieses unter der Marke Holiday Inn Express & Suites betreiben. Bei der geplanten Eröffnung im Herbst 2024 wird der

Hotelkomplex über 95 Zimmer und 24 Suiten verfügen. Im Erdgeschoss soll ein Restaurant mit direktem Zugang zum neuen Bahnhofsviertel entstehen. Das Gebäude Cour de Gare wird über 10'300 m² Bürofläche, 300 Wohnungen und 5'700 m² Gewerbefläche, einen grossen Konzert- und Konferenzsaal sowie eine Tiefgarage umfassen.

Reklamation als Chance

Wie gehen wir erfolgreich mit Beschwerden um? Wie reagieren wir auf ungerechtfertigte Reklamationen oder wenn wir nichts dafür können? Der ritzy*-Kurs «Reklamation als Chance» hilft Ihnen, professionell mit Reklamationen umzugehen und so das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen. Anhand praktischer Übungen werden Sie sich Ihrer eigenen Haltung bewusst und lernen, mit solchen Situationen umzugehen. Die nächsten Kurse finden statt: am 25. Januar in Leukerbad, am 26. Januar in Saas-Fee und am 27. Januar in Zermatt. Anmeldungen auf ritzy.ch



Herausgabe: Walliser Hotelier-Verein
Rue Pré-Fleuri 6, 1950 Sitten, Tel. 027 327 35 10, Fax 027 327 35 11
info@vs-hotel.ch – www.vs-hotel.ch – www.booking-valais.ch

Texte: Myriam Holzner und Geneviève Hagmann – **Grafische Gestaltung:** Invisu Design

