

Es muss doch
nicht alles so
kompliziert sein.



www.rebag.ch

8813 Horgen, Tel. +41 44 711 74 10

htr AUS DEM INHALT

Tessin 4	Best Western Swiss Hotels 8	Spezial-Bier aus Appenzell 14
Ein Rahmenkredit zur Förderung des Tourismus sorgt im Tessin für einigen Wirbel. SP und Lega wollen den Anteil für das Marketing des kantonalen Verkehrsvereins kürzen. Dieser wehrt sich, will er doch das Marketing verstärken.	Die internationale Zusammenarbeit bei Best Western habe sich «spürbar verbessert». So das Urteil des Präsidenten an der GV der Best Western Swiss Hotels in Bern. Die Schweizer Gruppe will die Umsätze um 10% steigern.	Die Appenzeller Brauerei Locher ist eine Ausnahmeerscheinung. Sie hat ihre Produktion in den letzten Jahren mehr als verfünffacht. Mitbesitzer Raphael Locher setzt auf das neueste Produkt, ein «Flauder-Panaché».
Swiss Deluxe Hotels 7	Culinary Challenge 2006 10	Tourismus an der Schule 17
Was ist Qualität? Und welche Trends beeinflussen die aktuellen Kundenbedürfnisse? Mit diesen Fragen setzten sich in Bern rund 100 Kadermitarbeiter der Swiss Deluxe Hotels auseinander.	Beim Culinary Challenge 2006 in Asien – in den Top 5 der vom Weltbund der Köche anerkannten internationalen Wettbewerbe – holte die Schweizer Kochnationalmannschaft zweimal Gold.	Sensibilisierung für den Tourismus: Dieses Ziel verfolgte eine Projektwoche an der Sekundarschule in Scuol. Die siebte Klasse besuchte unter anderem einen Hotelbetrieb.

htr CAHIER FRANCAIS

Schweizer Ferientag CF 1	François Seppey CF 4
Das Leitthema des heute in St. Gallen startenden 9. Schweizer Ferientags sind die Werte. Die Entwicklung des Phänomens, das man «Swissness» nennt, gibt dem Thema eine gesteigerte Aktualität.	Die «kalten Betten» sind heisses Thema im Walliser Tourismus. François Seppey, Chef du Service cantonal de l'économie et du tourisme, äusserte sich dazu bei Gelegenheit des Tourism Professional Meetings in Siders.
Mövenpick Hotels CF 2	Tourismus-Finanzierung CF 5
Die expandierende Schweizer Hotelkette Mövenpick betreibt seit kurzem ein Hotel mit dem Attribut «grand luxe» auf der Insel Mauritius. Es hat 160 Zimmer und 21 Suiten.	Der Kanton Wallis könnte die bestehenden Kurtaxen abschaffen – zugunsten einer kantonalen Steuer, die den Tourismus fördert. Auch Zweitwohnungsbesitzer sollen Beiträge leisten.

STANDPUNKT

Der andere Sommer

Jürg Schmid

■ Bekanntlich ist das Gras auf der anderen Seite des Zauns immer grüner. Angesichts des ungebrochenen Trends zu Sonne, Sand und nackter Haut heisst dies, dass Meer-Destinationen für potenzielle Feriengäste nach wie vor attraktiv sind. Feriengäste notabene, die wir in der bevorstehenden Sommersaison gerne auf unserer Seite des Zauns begrüssen würden. Aber eben. Der andere Sommer ist sexier. Nur: Ist er es wirklich? Meine Antwort auf diese Frage erahnen Sie.



Alpine Werte wie Natürlichkeit, Authentizität, aktive Freizeitgestaltung und Gesundheit sind zunehmend wieder erstrebenswert. Neu erfinden müssen wir ihn also nicht, unseren alpinen Bergsommer, nein, zur Perfektion gereift ist er schon lange. Aber neu verpacken müssen wir ihn. Die Werte, für die er steht, ins 21. Jahrhundert transportieren. Das Bedürfnis nach diesen Werten kultivieren. Und ihn so als begehrte Alternative zu h&k-Ferien (hinliegen und konsumieren) positionieren.

Noch funktioniert das nicht optimal. Zwar ist viel guter Wille vorhanden, doch ist die Umsetzung noch zu wenig gekonnt. Geprägt von zu viel Behäbigkeit und falsch verstandenem Traditionsdenken.

Unsere Gedanken und wie wir den Sommer mit Werten aufladen, verraten wir Ihnen ab heute am 9. Schweizer Ferientag in St. Gallen. Um den Schweizer Sommer zu geniessen, muss man aufstehen. Nicht zwingend früh am Morgen, aber vom Liegestuhl aus erschliessen sich einem die alpinen Wunder, Werte und Erlebnisse nur in den seltensten Fällen. Denn den wirklich anderen Sommer, den mit den wahren Werten, gibt es in der Schweiz.

Dass die Sommerbotschaft ankommt, ist essenziell. Denn eine Ein-Saison-Strategie funktioniert in der Schweiz nicht. Wir können auf den Sommer als zweites Standbein nicht verzichten. Machen wir also unseren Sommer zu dem, wozu er das Zeug hat: einer strategisch wichtigen Saison. Mit der richtigen Verpackung gelingt uns das; genauso wie es den Pionieren unserer Branche vor weit mehr als 100 Jahren gelungen ist, überzeugte Sommergäste erstmals für Winterferien zu gewinnen.

* Jürg Schmid ist Direktor von Schweiz Tourismus.

Regula Grünenfelder

«Es braucht Momente der Stille»

■ «Werte» ist das Leitthema des Ferientags, den Schweiz Tourismus heute in St. Gallen durchführt. Regula Grünenfelder, Mitarbeiterin am Lassalle-Institut und Mitautorin des Buches «Ethik 2006», sagt in einem Interview, welche Werte ihr wichtig sind.

Christine Künzler

► Frau Grünenfelder, welches sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Werte, denen Sie nachleben?

Gerechtigkeit, Friede und Transparenz. Transparenz verbunden mit Herzlichkeit. Max Frisch hat einmal gesagt, man soll Menschen die Wahrheit nicht wie ein nasses Tuch ins Gesicht schleudern, sondern wie einen warmen Mantel umlegen. Das ist die Art Transparenz, die ich meine.

► Was kommt Ihnen bei der Verbindung der beiden Begriffe Werte und Tourismus in den Sinn?

Aus Sicht der Gäste denke ich an Anspannung und Entspannung, an freie Zeit, um Neues zu erleben und auf neue Ideen zu kommen. Aus Sicht der Gastgeber denke ich an Gastfreundschaft sowie an Nachhaltigkeit im Angebot.

► Stehen für Sie Wohlstand und Nachhaltigkeit im Widerspruch?

Wenn ich sehe, wie die Menschheit global und lokal mit den begrenzten Ressourcen umgeht, dann ja. Doch einen grundsätzlichen Widerspruch sehe ich nicht. Ich denke, Wohlstand im vollen Sinn des Wortes – Wohlstand, ein guter Stand auf dieser Erde – ist erst möglich, wenn man nachhaltig wirtschaftet. Das zeigt sich zum Beispiel am Unternehmen Mobility Car Sharing.

«DIE VISION EINES MITEINANDERS IN DER GLOBALISIERTEN WELT WIRD IMMER WICHTIGER.»

► Welcher Wertewandel wird den Schweizer Tourismus am meisten beeinflussen?

Die äusseren Instanzen wie zum Beispiel kirchliche Institutionen, die das menschliche Verhalten über Jahrhunderte mittels Ge- und Verbote wesentlich bestimmt haben, nehmen immer mehr an Bedeutung ab.

► Wie können die Touristiker darauf reagieren?

Wellness, Spa und ganzheitliche Erholung liegen ja bereits heute im Trend. Der nächste Schritt geht in Richtung Sinn und Sinngabe. Ruherräume in Gebäuden und Erholungsräume im Freien bilden dazu die Basis. Was



■ Regula Grünenfelder ist Mitautorin des Buches «Ethik 2006» – eine Ethikbilanz in der Schweizer Politik. Foto: zgw

Menschen heute immer mehr suchen, ist Erfüllung und innere Zufriedenheit, eine Zufriedenheit, die jenseits des Materiellen liegt. Das hat mit Spiritualität zu tun, dem Hören der inneren Stimme. Die Herausforderung der Touristiker liegt darin, Produkte zu entwickeln, in welchen Touristen mehr und mehr zu sich selbst finden. Die Kunst wird darin liegen, authentische Begegnungen zwischen Mensch zu schaffen, in welchen Spiritualität zum Leben erweckt wird – jenseits von Dogmen.

► Was muss die Schweiz bieten, um für den Gast «Wert-voll» zu sein?

Lebendigkeit und Leadership. Dies knüpft an Traditionen an wie Pünktlichkeit, Ordnung und Sicherheit, aber auch an Werte wie eine intakte Natur oder der Sinn für spannende Events. Die Gäste, die vom Ausland in die Schweiz reisen, dürfen eine interkulturelle Kompetenz der Touristiker erwarten. Engelberg beispielsweise hat Wege entwickelt, speziell auf die Bedürfnisse von Menschen aus Indien und Israel einzugehen.

► Wie kann der Hotelier, der Wirt, der Touristiker in seinem Betrieb Werte vorleben und vermitteln?

Indem er die Chance packt, selber Werte zu setzen. Menschen sind erfolg-

reich, wenn sie sich nicht als Opfer oder Täter sehen, sondern sich als Leader erleben. Das kann man lernen: Aus der Verbundenheit mit allem Leben den Sinn für das Ganze entwickeln und einsetzen. Dazu braucht es Momente der Stille, des Loslassens von vorgefassten Meinungen und Konzepten, die den Blick auf das Ganze verstellen. So kann, mit offenem Blick, wahrgenommen werden, was im Betrieb auf den verschiedensten Ebenen, strukturell und emotional, läuft. In der Fachsprache heisst diese Fähigkeit spirituelle Intelligenz. Sie strahlt sowohl auf Mitarbeitende als auch auf Gäste aus.

► Was zeichnet für Sie ein nach ethischen Grundsätzen geführtes Unternehmen aus?

Die Mitarbeitenden stehen dort im Zentrum, denn ein Unternehmen ist so gut wie seine Mitarbeitenden. Die Führung hat die Fähigkeit, deren einzigartiges Potenzial zu aktivieren. Die Vision eines Miteinanders in der globalisierten Welt wird immer wichtiger.

► Hedonismus, die Suche nach Glück und Genuss: ein Wertezwiesensfall?

Nein, das würde ich so nicht sagen. Wer selber nicht geniessen kann, wird kaum in der Lage sein, andern Gutes und Genussvolles zuzugestehen. Genuss-

fähigkeit und Gerechtigkeit sind eine Basis für ethisches Verhalten.

► Aus den Werten leiten sich Normen und Regeln ab: Ist die heutige Welt schlechter als jene vor 30 Jahren?

Jein. Vor 30 Jahren sagten Institutionen wie politische Parteien und Kirchen, was man tun darf und was nicht. Man spendete für wohltätige Zwecke, man wusste, wie man sich zu benehmen, wie man sich anziehen hat. Der Preis für diese Normen von aussen war aber hoch, individuelle Lebensentwürfe oder Möglichkeiten, sein Leben gut zu gestalten, waren eingeschränkt. Heute haben diese normgebenden Institutionen an Macht eingebüsst. Der Preis ist Heimatlosigkeit, Organisationslosigkeit. Der Gewinn ist die Möglichkeit zur Selbstbestimmung und die Möglichkeit, sich zu entfalten und zu schulen, um im eigenen Leben und dem eigenen Betrieb zum wertesetzenden Leader zu werden. Das ist eine Chance, die es auf dieser Welt bis anhin noch nie gab. Alle können Selbstverantwortung für ihre Werte übernehmen.

«WER SELBER NICHT GENIESSEN KANN, WIRD ES SCHWER HABEN, ANDEREN ETWAS GUTES UND GENUSSVOLLES ZUZUGESTEHEN.»

► Gibt es auch globale Werte?

Es gibt die «Goldene Regel», die in allen Kulturen seit vielen Jahrhunderten bekannt ist: «Was du nicht willst, dass man dir tut, das füg auch niemand anderem zu.» Das ist eine globale ethische Grundregel. Wenn ich weiss, was mir gut tut und was mir schadet, und ich dafür Sorge, dass andere Menschen Gutes erfahren und nicht leiden, handle ich ethisch.

Zur Person

■ Dr. Regula Grünenfelder (41) hat Theologie studiert und verschiedene Lehraufträge inne. Sie ist Mitarbeiterin am Lassalle-Institut in Edlibach, das Kurse, Vorträge, Coachings und Unternehmensberatung mit dem Schwerpunkt einer Ethik aus ganzheitlichem Bewusstsein anbietet. Regula Grünenfelder ist Mitautorin des Buches «Ethik 2006», das das Lassalle-Institut im NZZ Buchverlag herausgegeben hat. Das Buch zeigt Wege, wie ethisches Verhalten im politischen Alltag umgesetzt werden kann und eröffnet neue Perspektiven. Seit 1991 hält Regula Grünenfelder Vorträge und Seminare und verfasst Publikationen zu biblischen, bibelpastoralen, feministisch-theologischen, friedenspolitischen und spirituell-politischen Themen. CK