

# htr hotel revue

31. März 2016

Nr. 7  
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne  
Adresse: Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Redaktion: Tel. 031 370 42 16  
E-Mail: redaktion@htr.ch  
Aboservice: Tel. 031 740 97 93  
E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

## PROFIL

DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE



### Offensive

Wie Marcus Smola, Zentraleuropa-Chef von Best Western, den Aderlass in der Schweiz wieder kompensieren will. **Seite 3**

### Konzentration

Wie die Destination Leukerbad mit einer neuen Gesellschaft endlich nachhaltig gesunden kann. **Seite 7**

### Take-off

Wie die Gastrokette «Autogrill» den Genfer Flughafen gastronomisch aufwertet. **Seite 9**

### Bücher-Spezial

Wie man sich im Wirrwarr der Ernährungskonzepte zurechtfindet, woraus bei Hiltl das «Züri Gschnätzlets» besteht, und was die Steinzeit assen. **Seite 16 und 17**

## Graubünden Ferien

# Strategie soll es richten

**Graubünden Ferien will mit neuer Strategie und neuem CEO den Tourismus ankurbeln.**

Graubünden Ferien (GRF) will den Tourismus im Kanton Graubünden mit einer neuen Strategie in eine erfolgreiche Zukunft führen. Statt auf die vier Hauptmärkte Deutschland, England, Belgien/Luxemburg und Niederlande will GRF künftig auf den Schweizer Markt fokussieren. Gleichzeitig soll mindestens ein Teil der deutschen Gäste zurückgeholt werden, die sich in den vergangenen

Jahren zahlreich von Graubünden verabschiedet haben. Künftig sollen die Gäste auch nach Segmenten angesprochen werden.

Die neue Strategie wird der noch zu findende CEO von GRF umsetzen müssen. Diese Stelle ist seit dem Weggang von Gaudenz Thoma Ende August 2015 interimistisch besetzt. GRF-Präsident Marcel Friberg will den neuen CEO bis spätestens Ende

April präsentieren können. Es wird jedoch nochmals bis zu sechs Monate dauern, bis der CEO seine Stelle antreten kann. Ernst Wyrsch, Präsident der Bündner Hoteliers, moniert, dass ihm ein sichtbarer CEO fehle. Ein höheres Tempo sei zwingend, denn die wirtschaftliche Situation sei so dramatisch wie seit 30 Jahren nicht. **Seite 5**

## Editorial

Liebe Leserinnen und Leser



GERY NIEVERGELT

**Swiss Deluxe Hotels.** Gestern Mittwoch hat die Gruppe der Swiss Deluxe Hotels die Zahlen für 2015 präsentiert. Die Bilanz fällt erwartungsgemäss wenig berauschend aus. Auch die Luxushotelier spürt die Folgen des starken Frankens. So war die Anzahl Logiernächte aus Europa im vergangenen Jahr tief wie seit 1958 nicht mehr. Zudem wirkte sich der dramatische Einbruch des russischen Marktes in der 5-Sterne-Kategorie besonders stark aus, während man von den boomenden neuen Märkten in diesem Segment (noch) nicht ausreichend profitieren konnte. Dass die 41 Swiss Deluxe Hotels trotz schwieriger Ertragslage im Jahr 2015 rund 400 Millionen Franken in die Weiterentwicklung ihrer Infrastruktur investiert haben, ist die gute Nachricht und zeugt von unternehmerischem Weitblick wie auch der Vitalität der Branche. Sie finden die Deluxe-Hotels-Bilanz auf htr.ch. **Daniela Bär.** Sie hat als Leiterin Unternehmenskommunikation während rund 16 Jahren den Auftritt der Marketingorganisation Schweiz Tourismus mitgeprägt. Nun wechselt Daniela Bär zu Edelweiss Air, wo sie ab August in leitender Position als Head of Cabin Crew Management tätig sein wird. Damit geht die ebenso sympathische wie kompetente Kollegin unserer Branche zum Glück nicht ganz verloren. Bei der Schweizer Fluggesellschaft wird sie sich weiterhin mit Swissness beschäftigen und mithelfen, das Image unseres Landes im Ausland zu pflegen.

## Hoteliers vermarkten ihre Gärten gemeinsam

# Zweiter Frühling für Hotelgärten



Das Hotel Villa Carona in Carona (TI) und sein Garten sind Teil der neuen Kooperation «Garten Hotels Schweiz». **Seite 13.** Andrea Badrutt

## Incoming

### Chinesen meiden infolge Terrors die Schweiz

Nach mehrjähriger rasanter Zunahme der Logiernächte chinesischer Gäste gab es im Januar einen Rückgang. Die Touristiker führen dies in erster Linie auf die Terrorakte von Paris zurück. Nach den jüngsten Attentaten von Brüssel hat das Vertrauen der Chinesen für Europa-Reisen weiter gelitten. **Seite 4**

## Accor Schweiz frischt seine Budget-Häuser auf

# Ibis wird moderner und jünger

Accor Schweiz verpasst seiner Budget-Marke Ibis eine Verjüngungskur: Die Gruppe hat in diesen Tagen in vier seiner Ibis-Häuser modernisierte Zimmer mit grösseren Nasszellen und selbst entwickelten neuen Betten präsentiert.

Ausserdem sind in 15 Ibis- und Ibis-Budget-Hotels der insgesamt 38 Schweizer Häuser der Marke die Lobbys neu gestaltet worden, mit offenen Réceptions

und modernen Design-Elementen. «Es geht darum, unsere Produkte und auch die Beziehung zu unseren Kunden zu modernisieren und zu verjüngen», sagt Philippe Alanou, Generaldirektor von Accor Schweiz zum Redesign. Damit antwortet die Gruppe auf ähnliche Neugestaltungsbestrebungen der Konkurrenz. **Seite 12 und 18**



Philippe Alanou ZVG

## Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

[htr.ch](http://htr.ch)

### Inhalt

meinung	2-3
thema	4-8
cahier français	9-12
hotel gastro welten	13-20
ratgeber & service, brands	21-22
impresum	22
people	23-24

ANZEIGE

«Lohnt es sich, noch weiter zu wachsen?»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER  
Treuhandspezialisten für Hotellerie,  
Gastronomie und Tourismus.

[bommer-partner.ch](http://bommer-partner.ch)



Bessere Preise  
Effiziente Prozesse  
Persönliche Beratung  
Einkaufsplattform

**HOREGO**

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie,  
Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten  
[www.horego.ch](http://www.horego.ch)

HOTELAMBIENTE  
VOM KOMPLETTEINRICHTER



BAUR

WOHNRAUMSOLUTIONEN SEIT 1882  
Fon +49(0)7755-9393-0  
[www.baur-bwf.de](http://www.baur-bwf.de)



Massgeschneiderte  
Stuhl-Hussen für  
Ihren Event



[www.ateliermonica.ch](http://www.ateliermonica.ch)



«Ich will zartes Fleisch  
und keinen Stress in der  
Küche.»



[www.holdomat.com](http://www.holdomat.com)



## Outdoor – Garten

# Hotelgärten ins Zentrum rücken

**Pünktlich zum Schweizer «Gartenjahr 2016» hat Hotelier Jörg Deubner die Kooperation «Garten Hotels Schweiz» lanciert. Schon acht Häuser sind bis jetzt mit dabei.**

SABRINA GLANZMANN

Das Erste, was wir morgens im Hotel machen: Wir decken den Garten ein», so Jörg Deubner, Gastgeber im Romantik Hotel Villa Carona im gleichnamigen Tessiner Ort, beim Gespräch am Telefon. Gegen 80 Prozent des gesamten Hotel-Lebens, so schätzt er, finden im 3-Sterne-Haus vor allem in und um den Garten statt – vor diesem Hintergrund passt es sehr gut, dass der Hotelier jüngst die Kooperation «Garten Hotels Schweiz» lanciert hat. Seit elf Jahren sind Jörg Deubner und seine Frau Cornelia Deubner Gastgeber im Besitz des 200 Jahre alten Patrizierhauses hoch über dem Lago di Lugano, wo auch Autor Herman Hesse regelmässig seine Ferien verbrachte. «In den letzten Jahren haben sich die Märkte immer mehr verschoben, und so überlegten wir uns anlässlich der Lancierung unserer neuen Website vergangenes Jahr, worauf wir künftig fokussieren und womit wir uns stärker positionieren möchten. Wir fragten uns: Was macht uns so besonders?»

**Ein Mittel mehr, um Direktbuchungen zu pushen**  
Nach der Evaluierung habe man gemerkt, «und das war uns bisher gar nicht bewusst: Unser USP ist unser Garten», erzählt Jörg Deubner. Er hat sich daraufhin mit Hotelierkollegen ausgetauscht und kam bald zum Schluss, dass Häuser mit Gartenanlagen und Um- und Schwung prädestiniert dafür wären zu kooperieren. «Im an-



Das 3-Sterne Romantik Hotel Villa Carona in Carona-Lugano: eines von acht Hotels der Kooperation «Garten Hotels Schweiz». Andrea Bradnutt

haltenden Trend hin zu Entschleunigung und bewusster Work-Life-Balance finden die Leute immer mehr zurück zur Natur. Gärten als Ruhe- und Rückzugsorte boomten, wieso sollten also nicht auch Hotels ihre Gärten «promoten?», so Deubner. Er schrieb im Januar verschiedene Hotels mit grösseren Gärten und Anlagen an und kann mit der Villa Carona heute acht Mitglieder zählen: das Hotel Villa Novocento in Locarno-Muralto, das Hotel Chesa Salis in Bever GR, das Berghotel Schatzalp in Davos, das Schloss Münchenwiler BE, das Romantik Hotel Bären in Dür-



**«Uns war lange Zeit gar nicht bewusst, dass der Hotelgarten unser USP ist.»**  
Jörg Deubner  
Initiant «Garten Hotels Schweiz»

renroth BE, das Schloss Wartegg in Rorschacherberg SG und die Karthause Itfingen in Warth TG. Die Mitglieder begleichen eine Jahrespauschale, um Vermarktungsaktivitäten, Kosten für die Website, Broschüren oder die Social Media-Betreuung zu decken – gemäss Deubner falle dafür ein vergleichsweise niedriger Betrag an, da zum jetzigen Zeitpunkt alle Fäden bei ihm zusammenlaufen und kein Büro dazugemietet oder Personal eingesetzt werden muss. Gezielt soll auch die Direktbuchung gefördert werden, indem auf der Website [gartenhotelsschweiz.ch](http://gartenhotelsschweiz.ch)

der Buchungsbutton direkt zu den entsprechenden Häusern weiterleitet. Einen spezifischen Kriterienkatalog für die Teilnahme bei «Garten Hotels Schweiz» gibt es nicht, Standards sollten aber ein gepflegter, bewirtschafteter Garten-Bereich sein sowie seitens Direktion ein spürbares Bewusstsein für und eine deutliche Identifikation mit dem Gesamterlebnis Hotel und Garten – ohne Plastik-Möbel oder Werbe-Sonnenschirme, so Jörg Deubner.

**Gemeinsames Kursangebot für 2017 geplant**  
In einem ersten Schritt steht die Kooperation ganz im Zeichen vom «Gartenjahr 2016», der Kampagne unter dem Patronat von Bundesrat Alain Berset, die am 7. April offiziell startet (siehe Kasten rechts). Von Frühling bis Herbst 2016 finden zahlreiche Aktivitäten und Anlässe rund um Gärten und Freiräume landesweit statt; auch die

diesjährigen «Europäischen Tage des Denkmals» vom 10. und 11. September schliessen sich unter dem Thema «Oasen» dem «Gartenjahr 2016» an. Die Denkmal-

tage sind denn auch fester Termin in der Agenda der «Garten Hotels Schweiz»: «Das Ziel ist, dass unsere Mitglieder dort präsent sind und Programmpunkte beisteuern, zum Beispiel Gartenführungen, kulturelle Events wie Konzerte oder Lesungen und vieles mehr. Die Denkmaltage sind eine bestens geeignete Plattform für uns», so Initiant Deubner. Generell solle die Kooperation langsam wachsen; bis Ende 2016 sind zehn, mittelfristig fünfzehn Mitglieder das Ziel, nie aber mehr als zwanzig. «Der familiäre Charakter soll bestehen und die Exklusivität, welche die Häuser mit ihren Gärten als USPs bieten.»

Pläne für 2017 hat die Kooperation auch schon. Dann will man für die Auslastung nachfrage-schwächerer Zeiten ein Kursangebot lancieren, das Gästen Entspannung, Meditation, Yoga und Achtsamkeitsübungen in der Natur näher bringen soll. Die Kursleiterinnen und -leiter «teilen» sich die Mitgliederhotels, das heisst, dieselben Leiter wechseln für die Angebote von Hotel zu Hotel. «Das Kursangebot ist erst im Aufbau, aber wir freuen uns schon jetzt, wenn unsere Gärten noch mehr zum Leben erweckt werden», sagt Jörg Deubner und verabschiedet sich – er wird im Hotelgarten gebraucht.

[gartenhotelsschweiz.ch](http://gartenhotelsschweiz.ch)

## Gartenjahr 2016 Die Bedeutung von Gärten und Freiräumen im Fokus

2016 sollen Gärten hierzulande grosses Thema sein: Die Kampagne «Gartenjahr 2016 – Raum für Begegnungen» setzt sich ein «für den Erhalt und die Entwicklung von Freiräumen und Gärten» und will auf deren «zentrale Bedeutung für eine qualitätsvolle Verdichtung» aufmerksam machen. Träger sind die Verbände der Landschaftsarchitekten und Denkmalpfleger, der Schweizer Heimatschutz, die Schweizerische Gesellschaft für Gartenkultur, Icomos Schweiz sowie die Nationale Informationsstel-

le zum Kulturerbe (NIKE). Das «Gartenjahr 2016» steht unter dem Patronat von Bundesrat Alain Berset; mehrere Bundesämter unterstützen die Kampagne finanziell. Diverse Organisationen und Institutionen planen bis Ende Jahr schweizweit Veranstaltungen im Rahmen des Gartenjahres. Unter anderem sind auch die Europäischen Tage des Denkmals 2016 in der Schweiz mit ihrem Thema «Oasen» den Gärten gewidmet. sag

[gartenjahr2016.ch](http://gartenjahr2016.ch)

# Rockiges Berner Oberland sorgte in Zürich für Aufsehen

**Die Installation «Rock Garden» wurde an der «Giardina»-Messe in der Kategorie «Sonderschau» mit dem Gold Award ausgezeichnet. Als inspirative Kulisse dafür dienten die Jungfrau- und Adelboden/Lenk-Regionen.**

SABRINA GLANZMANN

Nicht nur ein Stück Berner Oberland, sondern gleich mehrere, ziemlich schwere Stücke waren vom 16. bis 20. März 2016 in Zürich zu sehen: Insgesamt 130 Tonnen Findlinge aus dem Steinbruch Blausee-Mitholz bei Kandersteg wurden an die diesjährige Ausgabe der Gartenmesse Giardina transportiert und ausgestellt. Mit der Garteninstallation «Rock Garden», die vom Gartengestalter Ben Uhlmann, den Tourismusorganisationen Jungfrau Region, Adelboden und Lenk-Simmmental sowie weiteren Partnern präsentiert wurde, konnten die Besucherinnen und Besucher in eine felsige, mit Nebelschwaden, Wasserfällen und Pflanzen kreierte Landschaft eintauchen.

Als Inspiration dafür dienten die Landschaften der Jungfrau- und Adelboden/Lenk-Regionen. «Da jeder Findling absolut einzigartig ist, skizzierte ich die Felsbrocken detailgenau, um mich mit



Die Installation «Rock Garden» mit Steinbrocken aus dem Felssturz Blausee-Mitholz im Berner Oberland. zvg

ihren Strukturen vertraut zu machen. Die steinernen Unikate habe ich an der Giardina mit einer Pflanzenwelt umgeben, die eine voralpine Stimmung suggeriert»,

erklärt Gartengestalter Ben Uhlmann vom Berner Unternehmen Gartenkultur den kreativen Prozess. Der grösste verwendete Felsbrocken war über drei Meter

hoch. Die Installation überzeugte die Fachjury: In der Kategorie «Sonderschau Garten» hat «Rock Garden» mit dem Gold Award den ersten Platz erreicht. Zu den Bewertungskriterien gehörten Thema der Präsentation, Konzept und Umsetzung, Innovation, Pflanzen- und Materialwahl sowie Gesamteindruck. «Wir sind sehr glücklich darüber, dass unser «Rock Garden» so gut angekommen ist», sagt André Wellig, Junior Market Manager bei Jungfrau Region Tourismus und zuständig für das «Giardina»-Projekt. Bereits an der Giardina 2015 hatte die Tourismusorganisation mit dem Projekt «Auszeit», einem in einer Gartenumgebung platzierten Futurore gesorgt (die htr berichtete). «Das kam sehr gut bei den Besucherinnen und Besuchern an. Deshalb entschieden wir, auch 2016 mit einem neuen Projekt mit dabei zu sein», so André Wellig.

Die Ursprungsidee war, an einem Ort im Schweizer Markt präsent zu sein, der eher untypisch ist für touristische Präsentation und Vermarktung. «eine Gartenmesse ist deshalb interessant, weil die Besucher affin sind für Natur und Landschaft», so Wellig. Es habe Sinn gemacht, dieses Mal mit Adelboden Tourismus und Lenk-Simmmental zusammenzuspinnen, da man auch in anderen Märkten zusammenarbeite. Gemäss André Wellig sei die Giardina wiederum eine gute Gelegenheit gewesen, die Region bei den rund 59'000 Besucherinnen und Besuchern attraktiv vorzustellen und die Neugier darauf geweckt zu haben. Ob die Tourismusorganisation auch 2017 mit einem nächsten Projekt an der Giardina teilnehmen wird, sei laut Wellig zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht entschieden.

[rock-garden.ch](http://rock-garden.ch)

## Outdoor – Aussenbeleuchtung

# Ins rechte Licht gerückt

**Schauplatz Aussenbeleuchtung: Wie sie ökologisch und ökonomisch wertvoll eine Atmosphäre schaffen kann, die dem Hotel-Auftritt dient und die Gäste nicht stört.**

RENATE DUBACH

Das Thema Aussenbeleuchtung hat sich heute in der Hotellerie zu einem zentralen Thema entwickelt – sowohl aus ökologischer als auch aus ökonomischer Perspektive. Ein Beispiel aus dem Ausland: 3500 Euro spart die Finlandia Hall in Helsinki pro Jahr ein – gemäss Berechnungen von Philips Lighting haben eine «intelligente Lichtsteuerung und die energieeffiziente Leistung der LED-Beleuchtung» den Energieverbrauch um ein Drittel gesenkt. Die Firma hatte den Auftrag erhalten, der vom finnischen Designer und Architekten Alvar Aalto in den 1970er-Jahren entwickelten Konferenz-, Bankett- und Konzerthalle in Helsinki ein energieeffizientes Beleuchtungssystem zu verpassen. Man kann das Resultat auf Fotos im Internet betrachten: Auf dem Dach wurden sechs flexible Scheinwerfer angebracht, die das Gebäude beleuchten und attraktive Lichteffekte an der Fassade erzeugen können. Das Lichtkonzept verleiht der Halle eine



Aussenbeleuchtung, die den Charme des Hotels in Szene setzt: das Sofitel Legend The Grand Amsterdam.

Sofitel Legend The Grand Amsterdam

spezielle Optik, die auch von Weitem zu erkennen ist. Und: Die neuen Leuchten können ganz individuell an die jeweiligen Veranstaltungen in der Halle angepasst und vom Innern aus gesteuert werden.

«Mit neuen Leuchtmitteln, was die Aussenbeleuchtung von Hotels, Restaurants oder touristisch genutzten Gebäuden angeht, gilt

es, einige wesentliche Grundsätze zu beachten», sagt Charlotte Loyal, verantwortlich für Corporate Communication bei der Philips Lighting Switzerland AG, in Zürich. «Von flächigen Beleuchtungen ist generell abzuraten, für das Erscheinungsbild ist eine Akzentbeleuchtung von Vorteil. Hierfür eignen sich auch Strahler mit farbigem Licht, die zur Erscheinung des Hotels oder Restaurants passen», erklärt Loyal. Dadurch könnten beispielsweise architektonische Feinheiten eines Gebäudes hervorgehoben werden. Als Musterbeispiel für die richtige Akzentbeleuchtung nennt Charlotte Loyal das Hotel Sofitel Legend The Grand in Amsterdam; hier werde durch die LED-Beleuchtung nicht nur viel Energie gespart, sondern auch der Charme des Hotels in Szene gesetzt.

#### Ein Lichtkonzept von günstig bis ohne Grenze gegen oben

Man könne auch eine angenehme Atmosphäre schaffen, indem man Pflanzen im Garten oder Eingangsbereich dezent beleuchte. Die verspielte Anordnung von Leuchten, zum Beispiel vom Parkplatz in Richtung des Eingangs, schaffe ebenfalls eine schöne und einladende Atmosphäre. Bei der Akzentbeleuchtung sei allerdings auch unbedingt darauf zu achten, dass die gängigen Normen eingehalten werden müssen. Der Eingangsbereich und die Wege dorthin müssen gut erkennbar sein. Und: «Weniger ist im Bereich der Beleuchtung vielfach mehr: Eine ungerichtete Ausleuchtung nach oben, in Richtung des Himmels,

wird schlicht als Lichtverschmutzung angesehen und sollte vermieden werden. Insbesondere, wenn das ungelante Licht ins Hotelzimmer gelangt und von den Gästen als sehr störend wahrgenommen wird», sagt Charlotte Loyal.

Ebenso grundsätzlich: «Man muss den Kunden ganz genau zuhören und präzise auf ihre Bedürfnisse eingehen. Man kann mit verschiedenen Lichtkonzepten ein ganz unterschiedliches Publikum anziehen», sagt Diana Grote, Projektleiterin Public Lighting bei Zumtobel. «Wir machen jeweils erst eine Musteranstrahlung und probieren das Lichtkonzept aus, bevor wir die ganze Installation vornehmen. Der Kunde kann selbst sehen, ob die Beleuchtung seiner Vorstellung in Art und Weise und auch Lichtfarbe entspricht.» Preislich könne man schon für 15 000 Franken eine schöne, stilvolle Fassadebeleuchtung bekommen, «für grosse und komplexe Projekte gibt es gegen oben praktisch keine Grenze», erklärt Diana Grote.



«Je nach Lichtkonzept zieht man ein ganz unterschiedliches Publikum an.

Diana Grote  
Public Lighting, Zumtobel

#### Lech am Arlberg: ein neues Lichtkonzept für den ganzen Ort

Ein Beispiel aus dem Ausland, das wegweisend ist: Lech am Arlberg in Österreich. Der Wintersportort ist vergleichbar mit vielen in der Schweiz. Lech lebt vom Tourismus: Rund 8300 Gästebetten stehen zur Verfügung, fast eine Million Übernachtungen werden jährlich verbucht. Seit diesem Winter wird der ganze Ort in neues Licht getaucht, dank eines Lichtkonzeptes, das von Zumtobel realisiert wurde.

Eingesetzt wurden speziell gefertigte LED-Leuchten, die das Ortsbild nachts bewusst in Szene setzen. Konkret: Von Beginn der Dämmerung bis 22 Uhr sind alle Ortsräume beleuchtet. Danach werden die Fassadenbeleuchtungen ausgeschaltet. Zu Mitternacht wird die Helligkeit der Strassenbeleuchtung auf ein Grundbeleuchtungsniveau reduziert. Eine webbasierte Lichtsteuerung ermöglicht feine Abstimmungen der Helligkeitsniveaus. In jeder Leuchte ist ein Funksensor platziert, über den das Licht gemittelt und geschaltet werden kann. So hält der «Smart-City»-Gedanke Einzug in die Vorarlberger Alpenlandschaft. Dabei wird nicht nur das nächtliche Ortsbild verschönert, es gibt weniger Lichtverschmutzung, weniger Tiere, die durch Licht gestört werden und weniger Stromkosten.

Mitarbeit: Sabrina Glanzmann

ANZEIGE

hotelbildung.ch  
hotelleriesuisse



## Learning by Doing

Knowhow für Ausbildungsverantwortliche

Learning by Doing vermittelt das umfangreiche Wissen, welches Sie in der Hotellerie benötigen, um Lernende zu selektionieren, einzuführen, auszubilden und sie auf die Qualifikationsverfahren vorzubereiten.

#### Kursdaten / Kursort

Modul 1 + 2 : 24./25. Mai 2016, Hotel Schweizerhof, Lenzrheide  
Modul 3 + 4 : 04./05. Juli 2016, Hotel Continental-Park, Luzern  
Modul 5 : 17. August 2016, Hotel Glärnischhof, Zürich  
Modul 6 : 21. September 2016, Hotelfachschule, Thun

#### Kurskosten

CHF 1560.– / 6 Module: Mitglieder hotelleriesuisse  
CHF 1860.– / 6 Module: Nichtmitglieder hotelleriesuisse

Dieser Lehrgang beinhaltet den Kursausweis für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner in Lehrbetrieben.

Ausführliche Informationen und Anmeldung unter:  
[www.hotelbildung.ch/learningbydoing](http://www.hotelbildung.ch/learningbydoing)



hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
CH-3001 Bern  
Telefon +41 31 370 43 01  
Telefax +41 31 370 42 62  
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelbildung.ch

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

## Zukunft Digitale Lichtkonzepte und Licht als eigenständiges Designobjekt

Soeben ist eine der weltweit grössten Messen zum Thema Licht, die «Light & Building» in Frankfurt zu Ende gegangen. Über 200 000 Fachbesucher liessen sich an der zweijährlich stattfindenden Messe über die neusten Trends informieren. Ein Fazit: Künftige Lichtkonzepte sind digital, das heisst, sie werden steuerbar und damit wandelbarer, individueller und vielseitiger. Licht wird zunehmend als eigenständiges Designobjekt oder zum Akzentsetzen eingesetzt. Positiv ist, dass Leuchtmittel und Leuchten kleiner und leistungsfähiger werden.

Wenn es um die Beleuchtung von Gebäuden geht, tritt die

Lichtquelle selbst immer mehr in den Hintergrund. LEDs – also lichtemittierende Dioden – und OLEDs – organische LEDs – sind kleiner und flacher und haben das Leuchtdesign in den letzten Jahren stark verändert. Sie sind im Begriff, die Halogenleuchten allmählich abzulösen, weil sie keine Wärme abgeben, viel langlebiger sind, kein Quecksilber enthalten und viel weniger Strom brauchen. LEDs lassen sich nicht nur dimmen; durch das Verändern der Farbtemperatur kann man alle möglichen Schattierungen abbilden und so die gewünschte Lichtstimmung auf den Punkt bringen.

rd