



Milestone Excellence in Tourism 2019: 20 Jahre Höhenflüge der Innovation.

Dossier: Milestone 2019

Milestone 2019: 20 Jahre Höhenflüge der Innovation

Der Milestone ist der offizielle Schweizer Tourismuspreis. Er wird von der htr hotel revue und hotelleriesuisse verliehen und vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO im Rahmen des Innotour-Förderprogramms unterstützt. Der Schweizer Tourismus-Verband STV ist Branchenpartner der Auszeichnung.

Seit dem Jahr 2000 werden besonders innovative Projekte und Persönlichkeiten in der Schweizer Tourismuslandschaft mit dem Milestone gewürdigt. Die wichtigste Auszeichnung der Branche steht für Innovation, fördert den Transfer von Know-how und steigert die Attraktivität der Destination Schweiz sowie die Publizität für unsere Tourismuswirtschaft.

Der mit insgesamt 32'500 Franken dotierte MILESTONE wird in folgenden Kategorien verliehen:

- Innovation
- Premiere
- Nachwuchs
- Lebenswerk

Den «Milestone Premiere» erhält, wer ein Projekt mit einem neuen, originellen, überraschenden oder mutigen Ansatz vorzeigt und nach Meinung der Jury über grosses Potenzial zur Weiterentwicklung verfügt und Vorbildcharakter aufweist.

Um den Spezialpreis kann man sich nicht gesondert bewerben. Voraussetzung ist eine Bewerbung in der Hauptkategorie Innovation.

Am 12. November 2019 geht im Berner Kursaal die festliche Milestone Preisverleihung bereits zum 20. Mal über die Bühne. Im Beisein von rund 600 Gästen werden nachhaltig und erfolgreich umgesetzte Projekte, sowie Persönlichkeiten aus der Branche ausgezeichnet.

[htr.ch-Serie: 20 Jahre Milestone – Der Rückblick \(https://www.htr.ch/story/20-jahre-jubilaum-des-schweizer-tourismuspreises-23936.html\)](https://www.htr.ch/story/20-jahre-jubilaum-des-schweizer-tourismuspreises-23936.html)

Publiziert am Dienstag, 17. September 2019

Bildergalerie

Impressionen von der grossen «Milestone»-Gala

So feierte die Schweizer Tourismusbranche die Milestone-Gewinner 2019. Hier die Bilder des Gala-Abends



Bild: htr/Oliver Oettli/Remo Neuhaus/Miriam Schwarz

Rund 650 geladene Gäste feierten am vergangenen Dienstag im Kursaal Bern zum einen das 20 Jahre-Jubiläum des Milestone Tourismuspreises und zum andern die Gewinner aber auch die Branche an sich. (<https://www.htr.ch/story/innovationen-von-rosa-bis-zermatt-24806.html>)

Bilder vom Welcome-Apéro und Cocktail-Dinner

[IMG 2-57]

[DOSSIER]

Publiziert am Mittwoch, 13. November 2019

Tourismuspreis

Innovationen von Arosa bis Zermatt

An der 20. Verleihung des Milestone Tourismuspreises im Kursaal Bern setzte sich das Zermatter Start-up Bonfire vor dem Arosa Bärenland und der «Excellence Class» des Glacier Express durch.



Bundesrat Guy Parmelin hatte in seiner Gastansprache als Tourismusminister lobende Worte für den Milestone übrig.

Bild: Oliver Oetli

«Tourismus ist Verführung, man kann es mit Speed-Dating vergleichen», eröffnete Bundesrat Guy Parmelin seine Gastansprache zum 20-Jahr-Jubiläum der Milestone-Preisverleihung. Der Tourismus müsse dabei drei Dinge beherrschen, und dies mache die Schweiz hervorragend: erstens auf ein gepflegtes Äusseres achten, zweitens stets freundlich lächeln und drittens Abwechslung bieten.

Er betonte die Wichtigkeit des Tourismuspreises als Innovationsplattform, welche die Vorbilder der Branche auszeichne und so das Schweizer Unternehmertum fördere. Mit einem Zitat von Nelson Mandela rundete der Tourismusminister seine Ansprache ab und gab sogleich den Startschuss zur diesjährigen Preisverleihung: «Vergiss nicht, Meilensteine zu feiern, während du dich auf den kommenden Weg vorbereitest.»

Rund 650 Vertreter aus Tourismus, Wirtschaft und Politik würdigten im Kursaal Bern die Preisträger. Durch den Abend im Kursaal Bern führte zum zweiten Mal die Moderatorin Kiki Maeder, als Gastgeber begrüßte Gery Nievergelt, Chefredaktor htr hotel revue, die Gäste.

Ganzheitliche Digitalisierung für die Destination Zermatt

Das Siegerprojekt «Innovation» kommt aus dem Wallis: Die Destination Zermatt-Matterhorn lancierte eine umfassende Digitalisierungsoffensive und gründete dazu die Bonfire AG. Die Jury war sich einig, dass Bonfire ein zukunftsgerichtetes Projekt mit weitsichtiger Governance-Struktur ist, das alle Leistungsträger der Region einbindet. [IMG 2-6]

Andreas Mazzone, Geschäftsführer der Bonfire AG: «Um künftig im Tourismus konkurrenzfähig zu bleiben, muss eine Destination ganzheitlich digitalisiert sein. Dies ist nur möglich, wenn die Destination Seilschaften knüpft und gemeinsam den Berg der Digitalisierung besteigt», so der Zermatter. Bonfire sei ein Musterbeispiel, wie Destinationen die Digitalisierung erfolgreich angehen könnten. «Das Projekt ist innovativ, fördert die Zusammenarbeit und steigert die Attraktivität der Destination. Dies sind alles Eigenschaften, für welche der Milestone steht», resümiert Andreas Mazzone. Mit dem diesjährigen Milestone-Gewinner schliesst sich der Kreis: Bereits vor 20 Jahren – bei der ersten Milestone-Verleihung – machte ein digitaler Vorreiter das Rennen. Damals gewann die E-Commerce-Plattform «Switzerland Destination Management».

Der zweite Preis in der Kategorie ging an das Arosa Bärenland. Zusammen mit der Tierschutzorganisation Vier Pfoten erhalten aus schlechter Haltung gerettete Bären dort ein artgerechtes Zuhause. Die Jury zeigte sich begeistert vom Projekt und betont, dass es dem Arosa Bärenland gelungen sei, unter Einbindung der ganzen Region die Themen Tierschutz und Tourismus zusammenzubringen. «Im Schatten des Tierschutzes konnte der Tourismus in Arosa im Sommer auf ein völlig neues Niveau gestellt werden. Über 50 Prozent mehr Ersteintitte bei den Bergbahnen, zweistellige Zuwachsraten bei den Beherbergern», so Pascal Jenny, Tourismusdirektor von Arosa, über das erfolgreiche Projekt. [DOSSIER]

Den dritten Preis in der Kategorie Innovation ging an die «Excellence Class» des Glacier Express. Sie hebt sich durch exklusives Wagendesign, eine Glacier-Bar, Loungesessel und garantierte Fensterplätze von einem normalen Bahnerlebnis ab. Die Jury betonte, dass damit zum ersten Mal in der Schweiz eine wirkliche First Class auf der Schiene eingeführt worden sei, die ihren Gästen höchsten Komfort biete, wie man es aus dem Airline-Angebot kenne.

In der Kategorie «Premiere» wurde ein Projekt ausgezeichnet, das mit einem originellen, überraschenden oder mutigen Ansatz überzeugt und über grosses Potenzial zur Weiterentwicklung verfügt. PrivateDeal erfüllt diese Kriterien und hat in Partnerschaft mit der Ecole hôtelière de Lausanne eine intelligente Matching-Lösung für Hotels entwickelt. Die Besucher der Hotelwebsite haben die Möglichkeit, einen Preis für ein Datum und eine Zimmerkategorie vorzuschlagen. Danach verhandelt PrivateDeal automatisch mit dem Kunden, unter Berücksichtigung der vordefinierten Kriterien des Hoteliers. Der Jury gefiel, dass das Hotel dieses Tool einfach auf der eigenen Hotelwebsite einbinden kann und dieses direkt mit dem Kunden interagiert, ohne Zwischenvermittler.

Das Schöne an Innovation ist, dass sie nie stillsteht, die Entwicklung geht immer weiter.

Jonas Gass, Preisträger «Nachwuchs»

Auszeichnungen für Nachwuchshotelier und IST-Gründerin

Hanna Rychener Kistler gewann den Preis «Lebenswerk». Die Gewinnerin ist in den 20 Jahren Milestone die erste weibliche Lebenswerk-Preisträgerin und war bei der Preisübergabe sichtlich gerührt. Sie ist seit 1993 Direktorin und Gründerin der IST AG mit Standorten in Zürich und Lausanne, welche sie zur führenden höheren Fachschule für Tourismus in der Schweiz aufgebaut hat. Sie beeindruckte die Jury mit dem Aufbau ihrer erfolgreichen Schule und ihrem konstanten Einsatz für die Ausbildung im Tourismus. «Es lohnt sich, Vorbilder und Mut zu haben», gab sie jüngeren Tourismusfachkräften als Tipp auf den Weg.

Der Nachwuchspreis ging an Jonas Gass aus Basel. Nach Abschluss der Hotelfachschule Luzern startete Jonas Gass direkt als stellvertretender Direktor im Nomad Hotel. Der 31-Jährige überzeugte die Jury mit seiner beruflichen Laufbahn und seinem aussergewöhnlichen Unternehmergeist. Seine Karriere verspricht weitere Meilensteine: «Das Schöne an Innovation ist, dass sie nie stillsteht, die Entwicklung geht immer weiter», so der Nachwuchsgewinner bei der Siegerehrung.

Die Bilder zur Preisverleihung sehen Sie [hier \(https://www.htr.ch/story/impressionen-von-der-grossen-milestone-gala-24836.html\)](https://www.htr.ch/story/impressionen-von-der-grossen-milestone-gala-24836.html).



Olivier Geissbühler

Publiziert am Mittwoch, 13. November 2019

Milestone-Nominationen 2019

Bahnfahren in exklusiver Klasse

Die Glacier Express Excellence Class bietet Premium-Klasse-Fahrten an und wurde für das innovative Angebot für den Milestone 2019 nominiert.



Excellence Class heisst die neue Premium-Klasse des Glacier Express. Sie hebt sich durchs exklusive Wagendesign, eine Glacier Bar, Loungesessel und garantierte Fensterplätze von allem Bisherigen ab: Vom Willkommen auf dem Bahnsteig über den persönlichen Service, die Inszenierung des 5-Gang-Menüs, einem Tablet mit vielen Tipps entlang der Strecke zwischen Zermatt und St. Moritz bis zur persönlichen Begleitung durch den Concierge.

Mit der Excellence Class wird zum ersten Mal in der Schweiz eine wirkliche First Class eingeführt und bietet seinen Gästen höchsten Komfort, wie man es aus dem Airline-Angebot kennt, schreibt die Milestone-Jury zum Projekt. Neben der 1. und 2. Klasse werde mit der «Excellence Class» ein Premiumangebot im 5-Sterne-Segment im Schweizer Bahnsystem geschaffen und ermögliche Bahnfahrten in einer neuen und exklusiven Klasse, welche zusätzliche zahlungskräftige Gäste anzieht.

Innovative Produkte führen zu viel Aufmerksamkeit bei Medien, Partnern, Kunden, Opinion Leaders und Influencern.

Annemarie Meyer, Direktorin Glacier Express AG.

Eine Traditionsmarke mit Produktinnovationen

«Mit dem Milestone werden normalerweise neue Angebote ausgezeichnet. Der Glacier Express ist einer der bekanntesten Züge der Welt, feiert 2020 das 90-jährige Jubiläum, hat in dieser Zeit gegen 9 Millionen Gästen viele schöne Einblicke in die Schweizer Alpen ermöglicht und war für die Destinationen an der Strecke bei gutem und schlechtem Wetter ein Garant für Wertschöpfung», so Annemarie Meyer, Direktorin der Glacier Express AG.

Es sei dem Unternehmen ein Anliegen gewesen, aufzuzeigen, dass Produkteinnovation gerade in der digitalisierten Welt auch für eine gut etablierte Marke ein «Dauerbrenner» sind. Innovative Produkte führen zu viel Aufmerksamkeit bei Medien, Partnern, Kunden, Opinion Leaders und Influencern. Sie lösen Empfehlungen und Bewertungen aus und führen zu mehr Bekanntheit, Nachfrage und Buchungen.

«Mit der Lancierung der Excellence Class ist es uns einmal mehr gelungen, auf neue Kundenbedürfnisse einzugehen und den Glacier Express auf den Märkten neu zu positionieren. Wir hatten den Mut zur Ausrichtung gegen oben und zum Preis – vom Wagen über die Gastronomie bis zum Service ist alles auf Gäste mit höchsten Ansprüchen ausgerichtet. 55 Prozent Auslastung im ersten Jahr, ausschliesslich begeisterte Kundenfeedbacks, den Monocle Award und die Nomination für den Milestone sind der Lohn dafür», bilanziert Annemarie Meyer.

glacierexpress.ch (<http://glacierexpress.ch>)

[DOSSIER]Ob sich dieses Projekt einen «Milestone» erobert, wird am 12. November im Berner Kursaal im Rahmen der 20. Preisverleihung bekannt. Die Gala findet im Beisein von rund 600 Gästen statt.

Der mit 32'500 Franken dotierte Schweizer Tourismuspreis wird vergeben in den Kategorien Innovation, Nachwuchs und Lebenswerk. Ein Projekt darf sich ausserdem Hoffnung auf den Spezialpreis «Milestone Premiere» machen, der in diesem Jahr zum zweiten Mal vergeben wird.



Olivier Geissbühler

Publiziert am Donnerstag, 07. November 2019

Who is Who

Milestone 2019: Die Gäste an der Jubiläumsausgabe

Rund 600 geladene Gäste aus Tourismus, Wirtschaft und Politik werden zum grossen Milestone-Galaabend erwartet. Hier die Gästeliste.



Bild: Yanik Gasser

Nach eingehender Beratung hat sich die siebenköpfige Milestone-Jury in diesem Jahr für **8 Projekte in der Kategorie «Innovation»** (<https://www.htr.ch/story/die-nominierten-fuer-den-jubilaums-milestone-24667.html>) und 3 Projekte in der Kategorie «Nachwuchs» entschieden.

Zum zweiten Mal wird die Jury auch ein Projekt, das durch einen originellen, überraschenden oder mutigen Ansatz überzeugt, mit dem «Milestone Premiere» auszeichnen. Ein weiteres Highlight wird die Bekanntgabe des Preisträgers für das Lebenswerk sein.[DOSSIER]

Am 12. November 2019 werden die Gewinner bekannt gegeben. Im Berner Kursaal geht die festliche Milestone-Preisverleihung bereits zum 20. Mal über die Bühne. Im Beisein von rund 600 Gästen werden nachhaltig und erfolgreich umgesetzte Projekte, sowie Persönlichkeiten aus der Branche ausgezeichnet. (htr)

⇒Die Gästeliste hier zum Download (fileadmin/user_upload/htr/content/media/pdf/GAESTELISTE_MILESTONE_2019_FINAL.pdf)

Publiziert am Donnerstag, 07. November 2019

Im Gespräch: André Lüthi

«Auch Chinesen wird es irgendwann zu viel»

André Lüthi, CEO Globetrotter Group und Mitglied der Milestone-Jury, über die Grenzen des Massentourismus, Schweizer Touristiker, Flugscham und neue Technologien.



André Lüthi, CEO Globetrotter und Milestone-Jurymitglied.

Bild: Miriam Schwarz

André Lüthi, wie oft werden Sie von Veranstaltern und Medien gebeten, sich zum weltweiten Tourismusboom zu äussern?

Oft. In diesem Jahr sehr oft.

Hätten Sie sich je vorgestellt, dass Overtourism zu einem derart dominierenden Thema wird?

Als ich mit 20 Jahren zu reisen begann, habe ich mir nicht überlegt, wie es in dreissig Jahren sein wird. Ich gehörte einfach zu den Glücklichen, die das Privileg genossen, die Welt für sich entdecken zu können. Wenn ich nun sehe, was beim Machu Picchu und an gewissen anderen Hotspots abgeht, und wenn ich weiss, dass jährlich 50 Millionen Inder und Chinesen in die Mittelklasse aufsteigen und sich das Reisen nun leisten können, gibt das schon zu denken.

Reisen macht keine Freude mehr?

Reisen macht unglaublich viel Freude. Mir scheint, im Moment geht eine allgemeine Depression um. Klimawandel, Overtourism – ja, das sind riesige Herausforderungen. Aber für mich ist das Glas immer noch halb voll. Und dass nun auch Inder und Chinesen reisen wollen, ist schliesslich ihr gutes Recht.

Könnte sich Reiseverhalten ändern?

Das tut es bereits. Wir stellen fest, dass das individuelle Reisen weltweit zunimmt, während Gruppenreisen zurückgehen. Auch Chinesen und Indern wird es in der Masse irgendwann zu viel. Und vielleicht entdecken sie ja wieder ihr eigenes Land.

«Fliege ich mit einem besseren Gewissen nach New York, weil in Äthiopien eine Familie mit Solarenergie kocht?»

Veränderungen können auch durch Massnahmen herbeigeführt werden.

Richtig. Geht man in ein Museum, zahlt man Eintritt. Das ist auf der ganzen Welt so. Will man ein Konzert oder ein Fussballspiel besuchen, kauft man ein Ticket, und wenn es keine Plätze mehr gibt, wird das akzeptiert. Ausverkauft ist ausverkauft. So ist es auch mit Dubrovnik, Venedig und anderen Orten. Wir sind vielerorts an einem Punkt angelangt, wo es nur noch über Kontingente geht, über maximale Besucherzahlen und höhere Preise. Wir werden an den touristischen Hotspots eine Regulation herbeiführen müssen, die allen etwas bringt. Dem Gast, der wieder ein werthaltiges Erlebnis hat, wie auch der einheimischen Bevölkerung, die wieder freier atmen kann.[IMG 2]

Wie könnte das konkret aussehen?

Ein gelernter Bäcker, der als Reiseanbieter grosse Brötchen bäckt

André Lüthi, 58, wuchs im Kanton Freiburg auf und absolvierte eine Lehre als Bäcker/Konditor. 1982 unternahm er seine erste grosse Reise in die USA, wurde zum Weltenbummler und stieg 1987 beim alternativen Reiseunternehmen Globetrotter ein. Heute ist Lüthi VR-Präsident und CEO der Holding Globetrotter Group, in der Schweizer Reisebranche mittlerweile die Nummer vier. André Lüthi ist ausserdem Vorstandsmitglied des Schweizer Reiseverbandes und sitzt im Verwaltungsrat von «BE! Tourismus». Seit 2016 ist der innovative Unternehmer und gefragte Keynote-Speaker auch Mitglied der Milestone-Jury. Lüthi ist Vater einer Tochter und eines Sohnes.

Ich bin zum Beispiel dafür, dass man beschliesst, pro Tag nur noch 2500 Leute auf den Machu Picchu zu lassen. Aber diese 2500 zahlen je 40 Dollar Eintritt. Ich weiss, es ist nicht einfach, das durchzusetzen. Hierfür braucht es mutige Entscheide von Behörden und Veranstaltern.

Und von Touristikern.

Richtig. Gerade in der Schweiz gibt es noch immer viele Touristiker, die der Meinung sind, Overtourism sei für unser Land noch kein Thema. Da wird zu oft verdrängt und schöngeredet. Ja, wir haben in Luzern bislang nicht Zustände wie in Dubrovnik. Aber das rollt auf uns zu, und deshalb sollten wir schon jetzt über Massnahmen zumindest diskutieren.

Über welche Massnahmen an Schweizer Hotspots sollten wir nachdenken?

In vielen Fällen ist eine Kontingentierung das Klügste. In Luzern zum Beispiel sollte man die Anzahl Cars, die pro Tag in die Stadt hineinfahren, beschränken. Das ist mit Kosten verbunden, die letztendlich der Gast zahlt. Aber die Schweiz darf ihn auch etwas kosten. Wir haben so grosse Chancen, uns klar als Qualitätsdestination zu positionieren. Nicht immer mehr Gäste, aber gleich viel Umsatz, das muss das Ziel sein. Aber das verlangt Mut. Den Mut, hinzustehen und zu sagen: Ja, wir kosten mehr. Weil wir für Qualität stehen und diese auch bieten.

«Ausverkauft ist ausverkauft. So ist es auch mit Dubrovnik, Venedig und vielen anderen Orten.»

Mut bewiesen Sie selbst, als Sie als Reiseanbieter forderten, das Fliegen müsse wieder teurer werden.

Ja, Fliegen ist viel zu günstig. Aber ich weiss, dass meine Kritik daran nichts ändern wird. Wenn man Airbusse à gogo bestellt, die dann nicht ausgelastet sind, kann man nur noch über den Markt, also den Preis reagieren.

[IMG 3]Ist es nicht fast schon ein Menschenrecht, dass auch Menschen mit wenig Geld in der Welt herumkommen dürfen?

Das lasse ich nicht gelten. Ist es ein Menschenrecht, für dreissig Franken nach London zu fliegen? Zu einem Betrag, der in keiner Relation zu dem steht, was es wert ist? Oder nehmen wir das Wohnen. Es gibt Menschen, die leben in Mietwohnungen, und andere in Villen: Es können sich nicht alle alles leisten. Was wir verlernt haben, ist der Wille zum Sparen. Ich habe früher Geld beiseitegelegt, und wenn genügend zusammenkam, so dass ich reisen konnte, habe ich mich wie ein kleines Kind gefreut. Heute fliegt man mal schnell nach Riga oder nach Lissabon – das Reisen hat gar keinen Wert mehr. Es ist zu einem ganz gewöhnlichen Konsumgut geworden. So wie man auf die Schnelle einen Cappuccino trinkt, fliegt man schnell nach London.

Zur Fliegerei-Debatte gehört zwingend das Thema Klimaschutz. Was halten Sie von einer CO2- oder Klimaabgabe auf Flugtickets?

Klar, Fliegen ist ein Teil des Klimaproblems. Aber das Flug-Bashing ist übertrieben. Zuerst einmal sollten wir unser generelles Konsumverhalten ändern, und es gäbe tausend Beispiele. Was das Fliegen betrifft, könnten wir weniger, dafür längere Reisen unternehmen. Vier Wochen statt sieben Kurztrips.

Oder wir verschaffen uns ein reines Gewissen, indem wir für unsere «Sünden» einen Ablass zahlen.

Wenn ich beim Fliegen ein schlechtes Gewissen habe und es über «myclimate» kompensiere, stellt sich doch die Frage: Was passiert mit diesen Geldern? Fliege ich jetzt mit einem besseren Gewissen nach New York, weil in Äthiopien eine Familie mit Solarstrom kocht? Da ist mir die Wirkung doch viel zu wenig effizient und nachhaltig. Ja, ich bin für eine Ticketsteuer. Aber meiner Meinung nach sollte dieses Geld voll und ganz in die Forschung und in die Entwicklung neuer Technologien fließen. Und ich bin überzeugt, wir finden neue Wege, um die Mobilität und die Industrie noch viel klimaschonender zu gestalten. Die Forschung hat so unglaublich viel Potenzial.

«Ich bin überzeugt, wir finden neue Wege, um die Mobilität noch viel klimaschonender zu gestalten.»

Und dann gibt es noch die Segnungen der Digitalisierung wie etwa VR-Brillen, mit denen man auf dem Sofa sitzend ferne Städte durchstreifen oder Museen besuchen kann. Was sagt der Reiseanbieter dazu?

Auch wenn ich noch der Bäcker wäre, der ich ja anfänglich war, wäre das für mich Habakuk. Der Mensch will die Welt entdecken. Seit es uns gibt, wollen wir wissen, was sich hinter dem nächsten Hügel befindet. Reisen ist auch riechen, schmecken, ist die Begegnung mit Menschen, die man vielleicht nicht versteht, aber denen man in die Augen schaut.

Mir scheint, Reisende schauen eher auf ihr Handy.

Der Dialog leidet unter der Digitalisierung ganz allgemein. Aber es geht ja nicht darum, die neuen Technologien zu verteufeln. Sie haben uns auch grosse Freiheiten gebracht. Wenn es jetzt noch gelingt, die alten Werte und Kulturen mit der digitalen Welt zu verschmelzen, hätten wir fast schon einen Idealzustand erreicht.

Milestone-Jurymitglied André Lüthi zum diesjährigen Wettbewerb

Sie sind seit vier Jahren in der Milestone-Jury. Wie hat sich die Innovationskraft der Branche in diesem Zeitraum entwickelt? [IMG 4]

Leider nicht allzu stark. Jedes Jahr landen in etwa gleich viele Projekte auf dem Jurytisch, bei denen wir wirklich von Innovation sprechen können. Ich glaube, es gibt in dieser Branche tolle Innovationen, aber aus irgendeinem Grund bewerben sich viele nicht für den Milestone. Schade, denn der Preis und die Idee dahinter sind eine grosse Chance.

Wie beurteilen Sie die Qualität des Milestone-Jahrgangs 2019?

Wie jedes Jahr gibt es auch in diesem Jahr grosse Unterschiede. Erfreulich ist, dass dieses Jahr mehr spannende Projekte im digitalen Kontext stehen.

Womit tat sich die Jury in diesem Jahr schwer?

Wir taten uns nicht schwer, doch die zum Teil hohe Komplexität der digitalen Projekte forderten uns. Sind sie nachhaltig? Sind es Nachahmer? Ist der wirtschaftliche Erfolg da? Fragen, die nicht immer einfach zu beantworten sind.

Auf welche Innovation im Tourismus warten Sie noch immer?

Auf die Idee, die so gut ist, dass die Mund-zu-Mund Weiterempfehlung jeden Marketing-Franken spart.

Zu den nominierten Projekte für den Milestone 2019 (<https://www.htr.ch/story/das-sind-die-milestone-nominationen-2019-24441.html>)

Gery Nievergelt
Publiziert am Freitag, 20. September 2019

Tourismuspreis

Das sind die Milestone Nominationen 2019

Die siebenköpfige Milestone-Jury hat acht Projekte in der Kategorie «Innovation» sowie drei Personen in der Kategorie «Nachwuchs» nominiert.



Die Milestone-Jury bei der Arbeit.

Bild: Miriam Schwarz

Der Innovationspreis feiert Jubiläum

Seit 20 Jahren zeichnen htr hotel revue und hotelleriesuisse mit Unterstützung des Seco im Rahmen von Innotour innovative Projekte aus, und tragen so dazu bei, die Innovationskraft der Branche zu befördern. Zum Jubiläum haben sich die Wettbewerbsbestimmungen wenig geändert. Neben der Hauptkategorie «Innovation» wird zum zweiten Mal der Förderpreis «Milestone Premiere» verliehen, zudem der Nachwuchspreis und das «Lebenswerk». Die Gewinner werden erst bei der feierlichen Preisverleihung bekannt. Sie findet statt in Anwesenheit von Bundesrat Guy Parmelin am 12. November im Kursaal Bern.
[htr-milestone.ch \(https://www.htr-milestone.ch/\)](https://www.htr-milestone.ch/)

Glacier Express Excellence Class: Bahnfahren in exklusiver Klasse

[IMG 2] Excellence Class heisst die neue Premium-Klasse des Glacier Express. Sie hebt sich durchs exklusive Wagendesign, eine Glacier Bar, Loungesessel und garantierte Fensterplätze von allem Bisherigen ab: Vom Willkommen auf dem Bahnsteig über den persönlichen Service, die Inszenierung des 5-Gang-Menüs, einem Tablet mit vielen Tipps entlang der Strecke zwischen Zermatt und St. Moritz bis zur persönlichen Begleitung durch den Concierge.

Begründung der Jury:

Mit der Excellence Class wird zum ersten Mal in der Schweiz eine wirkliche First Class eingeführt und bietet seinen Gästen höchsten Komfort, wie man es aus dem Airline-Angebot kennt. Neben der 1. und 2. Klasse wird mit der «Excellence Class» ein Premiumangebot im 5-Sterne-Segment im Schweizer Bahnsystem geschaffen und ermöglicht Bahnfahren in einer neuen und exklusiven Klasse, welche zusätzliche zahlungskräftige Gäste anzieht.

[glacierexpress.ch \(https://www.glacierexpress.ch/de/\)](https://www.glacierexpress.ch/de/)

Arosa Bärenland: Schützen und nützen vereint

[IMG 3] Zusammen mit der Tierschutzorganisation «Vier Pfoten» wurde das Arosa Bärenland realisiert. Aus schlechter Haltung gerettete Bären haben ein artgemäßes Zuhause. Dieses bietet Besuchern Aufklärung und Wissensvermittlung. Die Kombination von nachhaltigem Tierschutz und innovativem Tourismus stärkt die Entwicklung der Ferienregion im Sommer und schafft die Grundlage zur Verankerung der Marke «Arosa Bären». Von der Leuchtturm-Wirkung profitieren die Region, der Kanton, die RhB und die SBB.

Begründung der Jury:

Dem Arosa Bärenland ist es gelungen, unter Einbindung der ganzen Region die Themen Tierschutz und Tourismus zusammenzubringen. Schützen und Nützen werden glaubwürdig vereint, und neben der Sensibilisierung steht Wissensvermittlung im Vordergrund. Das Arosa Bärenland ist ein Leuchtturmprojekt, welches es der Region ermöglicht, in den Sommermonaten zusätzliche Gäste anzuziehen.

[arosabaerenland.ch \(https://www.arosabaerenland.ch/\)](https://www.arosabaerenland.ch/)

myclimate «Cause We Care»: Initiative für nachhaltigen Tourismus

[IMG 4] myclimate «Cause We Care» ist eine für alle offene Initiative, bei der sich Unternehmen und Privatpersonen gemeinsam für Klimaschutz und nachhaltigen Tourismus engagieren. Ein einfacher Mechanismus erzielt dabei doppelte Wirkung: Gäste übernehmen Verantwortung für ihre Klimaemissionen und stossen im gleichen Schritt lokale Nachhaltigkeitsmassnahmen bei ihrem Leistungsträger an. Dieser verdoppelt im Gegenzug den Beitrag.

Begründung der Jury:

Die Idee, den ökologischen Fussabdruck zu kompensieren, ist nichts Neues. Die Innovation des Projektes zeigt sich darin, dass sich Leistungsträger und Kunden gemeinsam beteiligen und die Beträge vor Ort reinvestiert werden. Das Projekt kombiniert auf smarte Art und Weise die Kompensation auf Kunden- und Anbieterseite.

[causewecare.ch \(https://www.causewecare.ch/\)](https://www.causewecare.ch/)

RoomPriceGenie: Pricing-Tool für kleinere Hotels

[IMG 5] In grösseren Hotels und Ketten nutzen Revenue-Manager-Teams teure Software, um mehrmals täglich optimale Preise zu berechnen. Leidtragende sind kleinere Hotels, deren oft statische Zimmerpreise meist zu hoch oder zu niedrig sind. RoomPriceGenie hilft diesen oft familiengeführten Hotels. Mit einer einfach zu bedienenden Lösung, voll automatisiert, aber bei Bedarf mit voller Kontrollübernahme, können Hoteliere im Schnitt 15% mehr Umsatz erzielen. Aufgrund der hohen Fixkosten bedeutet dies oft bis zu 50% mehr Gewinn.

Begründung der Jury:

Kleinen Hotels mangelt es oft an Zeit oder Fähigkeiten, ein effizientes Revenue Management zu betreiben. RoomPriceGenie greift dieses Problem auf und bietet mit seinem Tool die Möglichkeit, durch eine optimalere Preisgestaltung wirtschaftlicher zu operieren. Das Tool funktioniert sehr clever und hat die Jury durch die ausgeklügelten Berechnungen überzeugt.

[RoomPriceGenie.com \(https://roompricegenie.com/\)](https://roompricegenie.com/)

PrivateDeal: Intelligentes System für die Hotels

[IMG 6] PrivateDeal hat in Partnerschaft mit der EHL eine intelligente Matching-Lösung für Hotels entwickelt. Die Besucher der Hotelwebsite haben die Möglichkeit, einen Preis für ein Datum und eine Zimmerkategorie vorzuschlagen. In der Folge verhandelt PrivateDeal automatisch mit dem Kunden, unter Berücksichtigung der vordefinierten Kriterien des Hoteliers. Bis zu vier Vorschläge können eingegeben werden, um zu einem für beide Parteien optimalen Preis zu gelangen. Die Plattform schliesst auch einen Webzugang ein, um die Preise, Verfügbarkeiten und Reservationen zu verwalten.

Begründung der Jury:

Das Hotel kann dieses Tool einfach auf der eigenen Hotelwebsite einbinden und interagiert direkt mit dem Kunden, ohne Zwischenvermittler. Durch die Kommunikation in der halbverdeckten Zone kann das Hotel ausgewählte Zimmer zu vergünstigten Preisen verkaufen, ohne diese Preise öffentlich zu machen.

[privatedeal.com \(https://privatedeal.com/\)](https://privatedeal.com/)

ZERMATTERS: 365 Tage Outdoor unter einem Dach

[IMG 7] «Zermatters» heisst der Zusammenschluss der Schweizerischen Ski & Snowboardschule und des Bergführervereins Zermatt. Der Outdoor-Anbieter will den Gästen in der Destination Zermatt-Matterhorn im gesamten Outdoorbereich einmalige Erlebnisse ermöglichen. Die Zermatters organisieren, produzieren, vermarkten und führen Outdoor-Erlebnisse aus einer Hand durch. Zum Team gehören rund 350 Skilehrer, Bergführer, Bike- & Wanderguides.

Begründung der Jury:

Den Projektträgern ist es gelungen, viele Berufsgruppen im Outdoorbereich zu einer Genossenschaft zu vereinen, im Sommer wie im Winter. Durch den Zusammenschluss begleitet Zermatters den Gast von der Beratung bis zur Durchführung mit der nötigen Kompetenz in allen Outdoorsportarten. Als Tour Operator übernimmt Zermatters direkt die Verantwortung für seine Angebote und grenzt sich so von reinen Vermittlungsanbietern ab. Eine Idee mit Vorbildcharakter.
[zermatters.ch \(https://www.zermatters.ch/\)](https://www.zermatters.ch/)

Bonfire: Ein einziges Big-Data-Warehouse

[IMG 8] Die Destination Zermatt-Matterhorn lanciert eine umfassende Digitalisierungsoffensive, um auch künftig im touristischen Wettbewerb bestehen zu können. Dazu wird ein eigenes Start-up, die Bonfire AG, gegründet. Zermatt-Matterhorn muss seine Gäste kennen, eigene leistungsfähige Systeme und Plattformen besitzen, das bestmögliche Gästelerlebnis und bedarfsgerechte Information auf allen relevanten Kanälen bieten.

Begründung der Jury:

Bonfire ist ein zukunftsgerichtetes Projekt mit weitsichtiger Governance-Struktur, welche alle Leistungsträger der Region einbindet und wodurch diese am selben Strang ziehen. Durch die Open-Data-Struktur können die Berührungspunkte zwischen dem Gast und den Leistungsträgern entlang der Customer-Journey konsequent in einem einzigen Big-Data-Warehouse abgewickelt werden.
[zermatt.ch \(https://www.zermatt.ch/\)](https://www.zermatt.ch/)

Tourismusmagnet: Tägliche Nostalgiefahrten

[IMG 9] Täglich ersetzen vier historische Erlebniszüge auf der wildromantischen Strecke Davos-Filisur die Standardzüge und schaffen ein Highlight für den ganzen Tourismuskanton. Die Züge umfassen die Kultlok Krokodil, historische sowie offene Aussichtswagen. Streckenhöhepunkte werden mit Langsamfahrten erlebbar gemacht. Zusätzliche Produktinitiativen wie etwa das mit Herzblut betriebene Zugrestaurant wurden ausgelöst. Mit der dreifachen Nachfrage ist das neue Angebot im Gästeprogramm der Destinationen nicht mehr wegzudenken.

Begründung der Jury:

Die RhB hat mit den historischen Erlebniszügen ein zusätzliches touristisches Angebot im bestehenden Bahnnetz geschaffen. Die Kompositionen verkehren nach Regelfahrplan und ermöglichen den Reisenden ein zusätzliches Erlebnis bei ihrer Bahnfahrt, und dies ohne Aufpreis. Die stark gestiegenen Frequenzen bestätigen den Erfolg des Projektes.
[rhb.ch/nostalgie \(https://www.rhb.ch/de/erlebniswelt-bahn/dampf-nostalgiefahrten/historische-fahrten\)](https://www.rhb.ch/de/erlebniswelt-bahn/dampf-nostalgiefahrten/historische-fahrten)

Nominierte in der Kategorie «Nachwuchs»

Annika Grünig, Bereichsleiterin bei ST

[IMG 11] Annika Grünig absolvierte nach ihrem Bachelorstudium an der Schweizerischen Tourismusfachschule in Siders ein Praktikum im Marketing Leisure bei Schweiz Tourismus. Danach war sie von 2015 bis 2019 als Project Manager im Unterkunftsmarketing tätig und übernahm im Mai 2019 die Leitung der Abteilung Unterkunfts- und Gastronomie-Marketing.

Begründung der Jury:

Die 27-Jährige hat bei Schweiz Tourismus eine beeindruckende Karriere hingelegt. Sie hat stets viel Verantwortung übernommen, Kampagnen geprägt und Veranstaltungen wie den Hotel-Marketingtag umfassend konzeptioniert.

[MySwitzerland.com \(https://www.myswitzerland.com/de-ch/\)](https://www.myswitzerland.com/de-ch/)

Jonas Gass, Co-Direktor Hotel Nomad

[IMG 12] Nach Abschluss der Hotelfachschule Luzern startete Jonas Gass direkt in der Direktion des Nomad Hotels. Nebst der Tätigkeit im Nomad gründete er seine Firma Frohsinn Florida GmbH. Sein erstes Projekt war das 100-Tage-Restaurant «Warschau», mit 15 000 Gästen. Gass' jüngstes Projekt ist ein Talentbetrieb für Lehrling, mit Eröffnungstermin Mai 2020.

Begründung der Jury:

Der 31-Jährige hat in seiner beruflichen Laufbahn schon viele Projekte in verschiedenen Bereichen erfolgreich realisiert. Mit viel unternehmerischem Instinkt packt er Dinge an, was er unter anderem mit «100 Tage Warschau» bewiesen hat.

[nomad.ch \(https://www.nomad.ch/\)](https://www.nomad.ch/)

Ruzica Dujmic, Resident Manager Trafo Hotel

[IMG 13] Mit 16 Jahren zog Ruzica Dujmic nach Kroatien, wo ihre Eltern einen Familienbetrieb mit 4 Appartements eröffneten. Nach einem Bachelor in Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Hotelmanagement begann sie ein Masterstudium in internationalen Beziehungen und Diplomatie. Neben ihrem Studium hat sie stets in der Hotellerie gearbeitet.

Begründung der Jury:

Ruzica Dujmic ist in zwei Welten aufgewachsen und hat sich schon früh für die Hotellerie interessiert. Nach fundierter Ausbildung und solidem Werdegang in der Branche ist sie seit 2015 im Trafo Hotel tätig, wo sie durch ihre anpackende Art und gelebte Gastfreundschaft auffällt.

[trafohotel.ch \(https://www.trafohotel.ch/\)](https://www.trafohotel.ch/)

[IMG 10]

Die Milestone-Jury

Schwungvoll unterwegs Zur diesjährigen Jurierung traf sich die siebenköpfige Jury unter dem Vorsitz von Ruth Metzler-Arnold im Appenzell. Von links: Monika Bandi, Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus Universität Bern; André Lüthi, VR-Präsident und CEO Globetrotter Group; Ruth Metzler-Arnold, ehemalige Bundesrätin und Partnerin Klaus Metzler Eckmann Spielmann; Jürg Balsiger, CEO Stanserhorn-CabriO; Nadia Fontana-Lupi, Direktorin Mendrisiotto Turismo; Daniel F. Lauber, Cervo Mountain Boutique Resort; Thomas Steiner, Direktor Bulliard Immobilien und Tourismusexperte.

Publiziert am Donnerstag, 19. September 2019

20 Jahre Schweizer Tourismuspreis Milestone

Ein Meilenstein

Mit der öffentlichen Ausschreibung ist die Jubiläumsausgabe des Wettbewerbs um die neusten und besten Innovationen lanciert.



Milestone Excellence in Tourism 2019: 20 Jahre Höhenflüge der Innovation.

Bild: Pilatus-Bahnen AG/Vincent Groce

Seit 20 Jahren zeichnen htr hotel revue und hotelleriesuisse mit Unterstützung des Seco innovative Projekte im Tourismus aus, die nachhaltig und erfolgreich umgesetzt wurden, und trägt so dazu bei, die Innovationskraft der Branche zu befördern.

Zum Jubiläum ändert sich an den Wettbewerbsbestimmungen wenig. Hauptpreis bleibt die Kategorie «Innovation». Hierfür ist eine Bewerbung notwendig. Verliehen wird wiederum der «Milestone Premiere», der im vergangenen Jahr lanciert wurde und auf ein gutes Echo stiess. Ausgezeichnet wird damit ein Projekt, das mit einem wirklich neuen oder mutigen Ansatz überrascht und über grosses Potenzial zur Weiterentwicklung verfügt. Für diesen Preis kann man sich nicht gesondert bewerben. Voraussetzung ist die Teilnahme am Wettbewerb in der Kategorie «Innovation».

Schon bei der ersten Vergabe des Milestone vor 20 Jahren wurde eine Persönlichkeit für das «Lebenswerk» geehrt sowie ein Nachwuchspreis vergeben. Heute brauchen sich junge Touristikerinnen und Hoteliers mit neuen Ideen und Konzepten nicht mehr selber zu bewerben. Sie können von ihren Vorgesetzten oder anderen Personen vorgeschlagen werden. Zu den genannten vier Kategorien kommt im Jubiläumsjahr eine weitere Auszeichnung hinzu: Schweiz Tourismus spendet einen attraktiven Spezialpreis.

Kontinuität ist auch bei der Zusammensetzung der siebenköpfigen unabhängigen Milestone-Jury angesagt. Den Vorsitz hält die ehemalige Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold inne. Weiter dabei sind Jürg Balsiger, CEO Stanserhorn-Cabrio; Nadia Fontana-Lupi, Direktorin Mendrisiotto Turismo; Hotelier Daniel F. Lauber, Cervo Zermatt; André Lüthi, CEO Globetrotter Group, und Tourismusexperte Thomas Steiner. Neu in der Jury ist die Tourismusforscherin Monika Bandi Tanner, Universität Bern. Sie ersetzt den Tourismusforscher Jürg Stettler von der Hochschule Luzern, der sich während sieben Jahren stark für den Schweizer Tourismuspreis engagierte.

Eingabeschluss für den diesjährigen, mit insgesamt 32 500 Franken dotierten Schweizer Tourismuspreis (ohne ST-Spezialpreis) ist der 23. August 2019. Gefeierte wird das 20-Jahre-Jubiläum am 12. November im Kursaal Bern, wenn die Milestones 2019 verliehen werden. Der Event gilt mittlerweile nach dem «Ferientag» als wichtigstes Get-together der Branche.

Teilnahmebedingungen, Bewerbungsunterlagen und Wissensplattform: htr-milestone.ch (<http://htr-milestone.ch/>)



Gery Nievergelt
Publiziert am Donnerstag, 02. Mai 2019