



Gastkolumne

Verlockung im Quartier

Laura Meister, Junior Brot-Chef 2017 und Mitglied Schweizer Bäckerei- und Konditorei-Personal-Verband sbkpv

Wer im Quartier unserer Backstube früh aufsteht, wird jeden Morgen von einem einzigartigen, aromatischen und leckeren Duft nach frischem Brot umhüllt. Ein knuspriges und kräftiges Brot zum Zmorge oder doch ein feines blättriges Gipfeli? Die Entscheidung fällt schwer. Doch so stark die Versuchung auch ist, was machen mit dem Brot vom Vortag? Altbrot soll das Thema sein, welches die folgende Frage aufwirft: Ist Altbrot altes Brot, und was kann man damit noch Leckerer machen, wenn doch an jeder Ecke ein Bäcker steht und mit verführerischen Düften und optischen Hinguckern verlockt. Sehr viele Lebensmittel werden täglich weggeworfen, obwohl sie durchaus noch geniessbar, ja manches Brot sogar noch viel besser schmeckt! Brot und Backwaren stellen leider einen nicht kleinen Teil dieser täglichen Lebensmittelabfälle dar. Denn der Kunde erwartet auch am Abend noch eine möglichst grosse Auswahl an Brot und Backwaren. Ist es nicht auch die Aufgabe der Bäckereien, für Aufklärung zu sorgen. Sorge zu tragen, dass die Wertschätzung der Produkte wieder steigt, welche in präziser Handarbeit mit Leidenschaft tagtäglich zu sehr früher Stunde aus erlesenen und wertvollen Rohstoffen hergestellt werden. Und leider nicht selten am Abend unverkauft in Containern landen? Wiederverwertung, Weiterverarbeitung und Verkauf von Produkten vom Vortag sollen Abhilfe schaffen. Ein Trend, der sich schon vorbildlich in vielen Städten erfolgreich in speziellen dafür vorgesehenen Geschäften durchsetzt.



«Für die Mitarbeitenden von Mövenpick Hotels & Resorts eröffnen sich neue Möglichkeiten.»

ZVG

Accor kauft Mövenpick-Hotels: Was passiert mit den Mitarbeitern?

Die Hotels und Resorts der Schweizer Traditionsmarke werden verkauft. Fallen damit Schweizer Arbeitsplätze weg?

Die Mövenpick Hotels & Resorts, seit 1991 mehrheitlich im Besitz der deutschen Familie von Finck, gehören künftig zur französischen Accor-Gruppe. Der Kaufpreis beträgt rund 560 Millionen Franken, wie beide Unternehmen mitteilten. Der Kauf muss noch von den Aufsichtsbehörden genehmigt werden und soll in der zweiten Hälfte dieses Jahres abgeschlossen sein.

Insgesamt beschäftigt Mövenpick Hotels & Resorts rund 16 000 Mitarbeiter in 84 Betrieben in 27 Ländern. Bis 2021 will Mövenpick nach Angaben von Accor noch 42 weitere Hotels mit insgesamt 11 000 Zimmern eröffnen. Mövenpick erhalte einen Zugang zum Kundenbindungsprogramm von Accor und profitiere von neuen Vertriebskanälen. Accor Hotels betreibt unter Marken wie Sofitel, Novotel, Mercure und Ibis mehr als 4300 Hotels in hundert Ländern. Anfang April hatte Accor bereits eine 50-Prozent-Beteiligung an der südafrikani-

schen Mantis-Gruppe bekanntgegeben, die Luxushotels vor allem in Afrika betreibt. «Durch den Kauf von Mövenpick bauen wir unsere Marktführung in Europa weiter aus und beschleunigen unsere Entwicklung in Wachstumsmärkten, insbesondere im Nahen Osten, in Afrika und im Asien-Pazifik-Raum», sagte Accor-Chef Sébastien Bazin.

Was geschieht nach Abschluss des Deals?

Doch was passiert mit allen Mövenpick-Mitarbeitern, insbesondere mit jenen aus den Bereichen Verwaltung, Marketing, et cetera? Braucht es die noch? Urs Knapp, Mediensprecher der Mövenpick Holding, hält fest: «Grundsätzlich eröffnen sich für die Mitarbeitenden von Mövenpick Hotels & Resorts zusätzliche Möglichkeiten. Alle bestehenden Arbeitsverträge bleiben unverändert gültig. Falls es nach Abschluss der Transaktion zu Änderungen kommen sollte, werden diese vom neuen Besitzer, also Accor Hotels, kommuniziert.» Knapp betont, Mövenpick habe stets grossen Wert darauf gelegt, talentierte Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Accor verfolge ähnliche Prinzipien.

BENNY EPSTEIN



Mehr Informationen unter:
www.movenpick.com
www.accorhotels.group

Online-Jahresbericht von Schweiz Tourismus wird gut angenommen

Die nationale Marketingorganisation Schweiz Tourismus publiziert ihren Jahresbericht nur noch digital. Hier die ersten Reaktionen.

Seit dem 18. April können sich alle unter «report.stnet.ch» die Infos aus dem Jahresbericht herausziehen, die sie brauchen. Jederzeit, überall, in vier Sprachen und natürlich auf jedem Gerät gut lesbar – egal ob Smartphone, Tablet oder Desktop. «Die Reaktionen auf den ausschliesslich digitalen Jahresbericht sind praktisch alle positiv», sagt Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation Schweiz Tourismus.

Lediglich zwei Personen hätten sich gemeldet, die einen Ausdruck des Jahresberichts beziehen wollten. «Dies ist nicht

möglich, da die Seiten sehr interaktiv aufgebaut und miteinander verknüpft sind. Zudem umfassen sie zahlreiche Animationen. Ausdrucken kann man lediglich den Finanzteil», erklärt Berger.

Bis zum 30. April wurde die Jahresbericht-Webseite bereits 4660 Mal besucht. Das sind mehr Aufrufe, als früher gedruckte Exemplare abgegeben wurden. Jede angeklickte Seite wird im Schnitt über eine Minute lang angeschaut, was als relativ lange Verweildauer gilt. Das grösste Interesse weckt die Seite mit der Übersicht über die weltweite Präsenz von Schweiz Tourismus mit den Infos zu den Märkten. Am zweitmeisten angeschaut wird die Seite über den indischen Bollywood-Star und Schweiz-Botschafter Ranveer Singh sowie die Seite über das Digitale Marketing von Schweiz Tourismus.

RICCARDA FREI



Mehr Informationen unter:
www.report.stnet.ch

PresseSpiegel

DER BUND

Gericht stoppt Hotel-Grossprojekt

Das bernische Verwaltungsgericht sagte in zweiter Instanz Nein zum Hotelprojekt des Immobilienunternehmens Steiner AG. Unter dem Namen «The Myrrhen» wollte dieses in Mürren vier Chalets mit insgesamt 77 bewirtschafteten Ferienwohnungen bauen. Der Bau, der Mürren – von der Tourismusbranche dringend gewünschte – 300 Betten hätte bringen sollen, war im Dorf jedoch umstritten.

LUZERNER ZEITUNG

Militär gastronomie stiess auf Interesse

An der Zentralschweizer Frühlingsmesse LUGA rückte sich auch die Armee ins rechte Licht. Auf grosses Interesse stiess dabei die Militärrküche. «Wir wurden förmlich überannt», sagte Stabsadjutant Daniel Marti. «In den zehn Tagen überreichten wir den Besuchern 8500 Chilis, 6800 Suppen, 7500 Cake Pops und 18 000 Glaces.»

20 MINUTEN

Booking.com weist nicht vollen Preis aus

Es ist das «tolle Schnäppchen des Tages» auf dem Online-Reiseportal Booking.com. Doch beim Bezahlen kommt zum Lockvogelangebot noch eine Gebühr von 30 Prozent hinzu. Der Grund dafür sind Steuern, die nicht im anfänglich angegebenen Hotelpreis eingerechnet sind. Schweizer Reisebüros geraten dadurch unter Rechtfertigungsdruck. Diese offerieren den Kunden nämlich stets den Endpreis – also inklusive Steuern.

SONNTAGSZEITUNG

Reisen aus der Sicht eines Hundes

Helge Sobik hat ein Buch übers Reisen mit dem Hund geschrieben – aus Sicht seines Flat Coated Retrievers Hoover. Ein wichtiges Kapitel widmet der Reisejournalist den Hotels. So findet er einen Zimmerzuschlag von zehn Euro angemessen. Er schätzt es, wenn der Réceptionist Hoover grüsst und nicht wie einen Koffer behandelt. Und am liebsten hat er ein Zimmer weit weg von Lift und Treppe. Da Hoover nicht jedes Mal knurren muss, wenn jemand vor dem Zimmer vorbeischlurft.

Zahl der Woche

7,15

Milliarden US-Dollar bezahlt Nestlé für die Retail-Sparte von Starbucks. Der Schweizer Nahrungsmittelriese erkaufte sich damit das Recht auf die weltweite Vermarktung sämtlicher Konsum- und Gastronomieprodukte der Kaffee-Kette, nicht aber die Starbucks-Cafés.