

MARIA SÄGESSER

«DIE GRAND TOUR IST EIN TOURISTISCHER MEILENSTEIN»

Seit 2015 führt die Grand Tour of Switzerland Touristen auf den schönsten Strassen durch die Schweiz. Geschäftsführerin Maria Sägesser erklärt, wieso das Projekt so erfolgreich ist.

HGZ: Frau Sägesser, welches Fazit ziehen Sie nach rund zwei Jahren Grand Tour of Switzerland?

MARIA SÄGESSER: Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung. Letzten Sommer haben wir mit einem Marktforschungsinstitut eine Gästebefragung entlang der Route durchgeführt. Hochgerechnet zwischen 45 000 und 55 000 Gäste befanden sich auf der Tour und haben über 300 000 Logiernächte generiert. Bereits in der zweiten Saison dieses neuen touristischen Produkts wurde damit das quantitative Ziel erreicht. Der Bekanntheitsgrad der Grand Tour lag letzten Sommer bereits bei erfreulichen 43 Prozent.

«Die Grand Tour ist eine Chance für Leistungsträger, langfristig zu profitieren.»

Bei der Grand Tour of Switzerland handelt es sich um die erste nationale Tourismus-Kooperation in dieser Grösse. Wie haben Sie es geschafft, dass so viele Dienstleister aus der Hotellerie und Gastronomie zusammenspannen?

Den Grundstein hat die Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren gelegt. Alle 13 Regionen haben sich von Anfang an hinter die Grand Tour gestellt und sich auch bis 2021 verpflichtet, den gleichnamigen Verein zu unterstützen. Dies ist ein starkes Zeichen, welches positiv auf die ganze Branche wirkt. Die Leistungsträger erkennen die Grand Tour of Switzerland als Chance, da das Produkt langfristig ausgelegt ist und sie nachhaltig davon profitieren können.

Derzeit gibt es 33 Foto-Spots entlang der Routen, bis 2018 soll die Zahl verdoppelt werden. Wie werden die Spots ausgewählt?

Ein Grand Tour Foto-Spot muss dem Gast den Ausblick auf eine spektakuläre Aussicht oder eine erstklassige Sehenswürdigkeit bieten, entlang der Route liegen und herausstechen. Interessierte Standorte können sich unter grandtour@switzerland.com bewerben.

Zudem gibt es die Grand Tour Snack Box. Wie funktioniert das Angebot für beteiligte Betriebe?

Ziel der Snack Box ist es, den Gästen die kulinarische Vielfalt der Schweiz erlebbar zu machen. Der Gast kann an über 50 Verkaufsstellen eine leere Box kaufen und



Maria Sägesser, Geschäftsführerin Verein Grand Tour of Switzerland. ZVG

diese dann immer wieder mit typischen regionalen Snacks auffüllen lassen. Mitmachen können Betriebe, welche regionale Spezialitäten verkaufen und entlang der Route liegen. Das sind nicht nur Restaurants und Cafés, sondern auch Bäckereien, Käsereien, Metzgereien, Bauernbetriebe und so weiter. Die nächste Ausschreibung findet Anfang 2018 statt, Interessierte können sich aber jetzt schon bei uns melden. Wir streben eine möglichst grosse Vielfalt an unterschiedlichen Betrieben an – vom Bauernhof bis zum Schloss.

Welches sind die Vorteile für beteiligte Betriebe?

Sowohl bei den Foto-Spots als auch bei der Snack Box profitieren die Partner davon, Teil eines grossen Ganzen zu sein. Beide Produkte bilden einen zentralen Bestandteil der Kommunikation der Grand Tour of Switzerland. Die teilnehmenden Partner erhalten so umfangreiche Kommunikationsleistungen. Ein Foto-Spot oder eine Snack-Box-Verkaufsstelle bringt die Gäste in den Destinationen zum Anhalten und trägt zur Wertschöpfung bei. Verkaufsstellen können ausserdem zusätzliche Verkaufschancen nutzen.

Welche Kosten fallen für die Betriebe an?

Ein Foto-Spot kostet den Leistungsträger einmalig 5250 Franken plus Montage. Die Snack-Box-Verkaufsstellen kaufen die Boxen und können sie mit einer Marge weiterverkaufen. Auch auf die Füllungen gibt es eine Marge, welche die Betriebe weitgehend selber beeinflussen.

Die Grand Tour of Switzerland kommt sowohl bei Gästen wie auch bei Betrieben sehr gut an. Was ist das Erfolgsgeheimnis des Projekts?

Die Leistungsträger schätzen die Langfristigkeit des Projekts und die Abdeckung der ganzen Schweiz. Profitieren können sowohl die urbanen und ländlichen als auch die alpinen Gebiete. Die Gäste finden dank der Grand Tour einen einfachen Zugang zur Vielfalt der Schweiz. Die Routenempfehlung reduziert die Reisekomplexität und gibt den Gästen die Gewissheit, auf der schönsten Route des Landes unterwegs zu sein und nichts zu verpassen.

Mitmachen

Für Leistungsträger und Tourist Centers entlang der Route besteht die Möglichkeit, bis Ende September Promo-Sets kostenfrei zu bestellen. Diese beinhalten beispielsweise Magazin- und Flyerhalter, Türkleber oder Zuckersticks. www.gtos-shop.ch

Wie wichtig sind solche Kooperationen für die Schweizer Tourismusbranche?

Mit der Grand Tour of Switzerland konnten wir einen wegweisenden Meilenstein in der Tourismusentwicklung der Schweiz setzen, da es gelungen ist, ein nationales Produkt zu entwickeln, welches sämtliche touristische Regionen vereint und somit einen direkten Nutzen für die gesamte Branche bietet. INTERVIEW ANGELA HÜPPI

«LOVEBUGS»

«WIR SERVIEREN EIN MUSIKALISCHES MENU SURPRISE»

Die Lovebugs treten an der Nacht der Gastronomen als Showact auf. Im Interview verrät Adrian Sieber, Sänger der «Lovebugs», wie er zum Gastgewerbe steht.

HGZ: Herr Sieber, worauf dürfen sich die Gäste an der Nacht der Gastronomen freuen?

ADRIAN SIEBER: Wie meistens bei den «Lovebugs» wird es ein Menu Surprise geben. Einige Klassiker, aber auch ein paar neue Gänge.

An der Nacht der Gastronomen wird der «Gastrostern» gekürt. Wie ist das für Sie, dass Sie an diesem Abend nicht der einzige Star sein werden?

Solange wir nicht kochen müssen, ist das für uns gar kein Problem.

Worauf legen Sie bei einem Hotelaufenthalt Wert?

Da Musiker nach einem Konzert meistens spät ins Bett kommen, sind wir immer glücklich, wenn das Frühstück nicht nur bis zehn Uhr serviert wird.

Und gibt es etwas, dass Sie im Hotel nervt?

Als Sänger komme ich wegen der drohenden Erkältungsgefahr schlecht mit Klimaanlage zu recht. Wenn ich irgendwo das Fenster nicht öffnen kann, kriege ich schnell Zustände.

«Ich mag Restaurants mit einer kleinen oder gar keinen Speisekarte.»

Was macht einen Hotelaufenthalt für Sie perfekt?

Ein guter Kaffee am Morgen ist die halbe Miete. Ebenso ein nicht zu weiches Bett und eine gute Internetverbindung.

Künstler haben oft Sonderwünsche, was ihre Unterbringung oder Verpflegung betrifft. Welche Starallüren oder Ticks haben die «Lovebugs»?

Wir sind da ziemlich unkompliziert. Bei den Dreiminuteneiern zum Frühstück wird es allerdings auch bei uns heikel. Wie lange genau muss ein Dreiminutenei gekocht werden, damit es die richtige Konsistenz hat? Drei Minuten sind es auf jeden Fall nicht ...

Haben Sie persönlich einen direkten Bezug zur Gastronomie?

Meine Frau ist Weinfachfrau, und ich helfe ihr natürlich immer gerne bei der Verkostung neuer Jahrgänge.

Um auf der Bühne ein Konzert



Seit 1992 prägen die «Lovebugs» die Schweizer Musikszene. ZVG

lang Vollgas zu geben, muss man fit sein. Achten Sie auf die Ernährung?

Vor einem Konzert lautet bei uns die Devise: nicht zu schwer und spätestens 90 Minuten vor dem Auftritt essen. Ein gemeinsames Essen mit der gesamten Crew gehört bei den «Lovebugs» aber unbedingt zur richtigen Einstimmung auf das Konzert dazu.

Haben Sie vor dem Auftritt, abgesehen vom gemeinsamen Essen, ein Ritual?

Das ist bei uns in der Band sehr individuell. Der eine putzt sich die Zähne, der andere macht kinesio-logische Übungen. Bei mir reicht meistens ein gutes Glas Rotwein.

Paris Hilton, Robert de Niro, Günther Jauch – viele Leute aus dem Showbusiness eröffnen ein Restaurant, Hotel oder werden Winzer. Wäre das auch für Sie eine Option?

Klar! Persönlich mag ich am liebsten Restaurants mit einer ganz kleinen oder gar keinen Speisekarte. Orte, an denen man vielleicht einen Blick in den Kochtopf werfen und so auswählen darf. Meine Beiz wäre vermutlich ganz ähnlich: Es gibt, was es gibt – take it or leave it.

Was ist Ihr nächstes Projekt?

Zum 25-Jahr-Jubiläum unserer Band werden wir 2018 unser erstes Livealbum veröffentlichen.

INTERVIEW RICCARDA FREI

«Lovebugs» und Nacht der Gastronomen

«Lovebugs» ist eine Band aus Basel, die seit 25 Jahren mit ihren Songs die Schweizer Musikszene prägt. Die Band besteht aus Adrian Sieber, Sänger, Simon Ramseier, Schlagzeuger, Florian Senn, Bassist, Stefan Wagner, Keyboarder, und Thomas Riechberger, Gitarrist. Ihr erstes Album «Fluff» veröffentlichten die «Lovebugs» 1994.

Im Rahmen der Igeho in Basel treten sie am 20. November 2017 an der Nacht der Gastronomen auf. Dieser Anlass ist für Mitglieder der Hotel & Gastro Union kostenlos. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, bitte rasch anmelden.



Mehr Informationen unter:
www.nacht-der-gastronomen.ch
www.lovebugs.com



Mehr Informationen unter:
www.grandtour.myswitzerland.com