

Ehre für Erfolg und Ideenreichtum

Innovationskraft, Leidenschaft und Engagement in der Berufsbildung – dafür zeichnete die Jury die Betreiber des «Kemmeriboden Bad» als *Hoteliers des Jahres* aus. Daniel Renggli von den Revier Hotels erhielt den «Special Award».

Ueli Abt



Akteure und Gewinner der Gala «Hotelier des Jahres» (v. l.): Presenting Partner Rainer M. Willa, Jurypräsident André Witschi, das Hotelier-Paar Reto und Alexandra Invernizzi, Moderatorin Maria Victoria Haas und Veranstalter Fiorenzo Fässter.

Nicole Philipp

Jurypräsident André Witschi hatte noch nicht einmal den Hotelnamen ausgesprochen. Das Publikum mochte nicht warten und ehrte Reto und Alexandra Invernizzi vom Landgasthof Kemmeriboden Bad an der Gala «Hotelier des Jahres» am Mittwochabend mit einer Standing Ovation.

«Wir sind sehr stolz, dass wir diesen Award in den Händen halten dürfen, der unsere Leistung als Team und Familienunternehmen würdigt», sagte Alexandra Invernizzi.

Vor einem Publikum mit vielen gestandenen Hoteliers den Preis in den Händen halten zu dürfen, erfülle ihn mit Ehrfurcht, ergänzte ihr Mann Reto Invernizzi. Die Ehre gelte auch den fünf Generationen zuvor, die viel zu diesem Erfolg beigetragen hätten. Die Auszeichnung ermögliche ihnen nun, etwas zu bewegen.

Angesprochen auf das Engagement des Betriebs in der Berufsbildung und auf Nachwuchssorgen der Branche, sagte Reto Invernizzi: «Es ist matchentscheidend, wie wir über die Branche sprechen. Wir müssen Vorbilder sein. Die beste und günstigste Imagekampagne beginnt bei uns selbst. Wir müssen Botschafter unseres Handwerks sein und daran glauben, dass es gut kommt.»

Zuvor hatten die früheren Preisträger Raphael Wyniger von

der Wyniger Gruppe (Hotelier des Jahres 2015) und Kurt Baumgartner von den Belvedere Hotels (Hotelier des Jahres 2018) Einblick gegeben in ihr Selbstverständnis als Gastgeberpersönlichkeiten und leidenschaftliche Hoteliers.

«Special Award» für Daniel Renggli von den Revier Hotels

Mit dem «Special Award» würdigt die Jury seit 2019 jeweils besondere, herausragende Leistungen der jüngsten Vergangenheit in der Hotellerie. Diesmal ging der Award an Daniel Renggli, CEO der Revier Hospitality Group (siehe Interview Seite 9). Die Jury zeichnet ihn für seine Verdienste bei der Umsetzung von neuartigen Hotelkonzepten im Bereich der Next-Generation-Hotellerie aus. «Die Revier Hotels bringen die Coolness der Städte in den Alpenraum», beschrieb Anne Cheseaux von der Jury das Revier-Hotelkonzept.

Für eine musikalische Auflockerung an der Gala sorgte die Genfer Sängerin, Produzentin, Songwriterin und Swiss-Music-Award-Preisträgerin Danitsa.

Dann war es Zeit für einen Dekorwechsel: Per Videoanruf aus der angrenzenden Halle machte Firas El-Borji, Oriental Chef beim «The Dolder Grand», gluschtig auf feinste Delikatessen, die auf das Publikum warteten.



Daniel Renggli, CEO der Revier Hospitality Group, stellte sich den Fragen von Moderatorin Maria Victoria Haas.



Die Genfer Sängerin und Swiss-Music-Award-Gewinnerin Danitsa riss mit ihren Songeinlagen das Publikum mit.



«Die Coolness der Städte in den Alpenraum geholt» – Vize-Jurypräsidentin Anne Cheseaux würdigte die Verdienste von Daniel Renggli bei der Entwicklung der Revier Hotels.

750

Gäste
nahmen an der Gala teil.

7

Austragungen
der Gala gab es insgesamt.

5

Hotels
bestritten das Catering.

12

Hoteliers, Hotelières
wurden seit 2015 ausgezeichnet.

3

«Special Awards»
hat die Jury bislang vergeben.

83

Helferinnen und Helfer
waren an der Gala im Einsatz.

Nicole Philipp

Nicole Philipp

Dream-Team am Anfang der Welt

Reto und Alexandra Invernizzi vom Hotel Landgasthof Kemmeriboden Bad sind das Hotelier-Ehepaar des Jahres. Unter anderem mit einem «Wintermärchen» und «Schlafen im Garten Deluxe» haben sie Erfolg.

Text und Bild: Ueli Abt

Als Kind nannten sie ihn im Dorf den «Schattbueb». Reto Invernizzi, gross gewachsen, als Gastgeber so schwungvoll wie gelassen, erwähnt dies nur nebenbei. Von Dezember bis Ende Februar falle selbst tagsüber kein direkter Sonnenstrahl auf das Hotel Kemmeriboden Bad.

An einem prachtvollen Frühlingsstag ist von alledem nichts zu sehen. Schmuck, hell und frisch herausgeputzt wirkt das Gebäudeensemble aus historischem Hauptgebäude, Stöckli, früherem Käsespeicher und ehemaligem Bauernhof. Autos mit Nummernschildern aus diversen Kantonen stehen auf dem Parkplatz. Gäste, die nicht reserviert haben, hoffen kurz vor Mittag am Eingang zum Terrassenrestaurant auf einen freien Platz unter den Sonnenschirmen. Eine gedeckte Holzbrücke führt über die Emme, hoch ragen Felswände auf zwei Seiten auf. Eine Felsspitze vor blauem Himmel verleiht der Szenerie einen Hauch von Wildem Westen.

Kein Mann der Welt würde sie dazu bringen, hier zu wohnen

Als Alexandra Invernizzi 2009 erstmals zusammen mit einer Kollegin im Postauto über die gewundene Strasse durch Wiese und Wald zu dem entlegenen Landgasthof bei Schangnau im Oberen Emmental kam, fragte sie sich, wie die Kollegin in dieser Gegend wohnen konnte. Damals erwog sie, nach Zürich zu ziehen. Sie war sich sicher: Kein Mann der Welt würde sie jemals dazu bringen, dorthin aufs Land zu ziehen. Dass sich Reto (40) und Alexandra (39) Invernizzi

kennenlernten, hat indirekt auch mit dem Schatten zu tun. Um den Spott der Dorfkinder über die Lage des Kemmeriboden Bad kümmerte sich Reto Invernizzi schon als Kind wenig. Mochte der Spitzname doch teils auch dem Erfolg des florierenden Betriebs geschuldet sein, den seine Eltern in 5. Generation führten – am «Anfang der Welt», wie Reto Invernizzi in Anspielung auf den nahen Ursprung der Emme scherzhaft sagt.

Mit Wertschätzung über Beruf und Branche geredet

Aus der Art, wie die Eltern nach Feierabend über den Betrieb und die Hotellerie redeten, sprach Wertschätzung und Begeisterung. Und das habe ihn geprägt, sagt Invernizzi. Als sie ihn fragten, ob er den Betrieb übernehmen wolle, freute er sich sehr, war sich aber auch der Verantwortung bewusst, die damit einhergehen würde. So ging er zunächst nach Kanada und in die USA zur Weiterbildung. Ausserhalb der elterlichen Sphäre stellte er sich die Schlüsselfrage: Würdest du den Betrieb auch übernehmen, wenn es nicht jener der Eltern wäre?

Herz und Kopf sagten Ja. Und auch das Glück in der Liebe spielte mit. Reto und Alexandra übernahmen den Betrieb 2010 und heirateten 2013.

Schon früher hatten stets Ehepaare das Hotel geführt (siehe Kasten). Mit Reto und Alexandra Invernizzis Töchtern Lynn und Anina könnte dereinst eine weitere Generation das Mehrgenerationenwerk fortsetzen.

Für Alexandra Invernizzi änderte die Liebe einiges. «Ich

Das sagt die Jury

Der Beweis, dass man auch «am Ende der Welt» Erfolg haben kann

Die Fachjury der Gala «**Hotelier des Jahres**» am Hospitality Summit begründet ihren Entscheid wie folgt. «Mit Alexandra und Reto Invernizzi gewinnen passionierte Hoteliers eine Familiendynastie die Auszeichnung. Die stetigen Innovationen, welche den Betrieb in der Emmentaler Idylle einzigartig machen, kommen nicht von ungefähr. Die Gewinner beweisen, dass man auch «am Ende der Welt», abseits der grossen Touristenströme, ein innovatives, klar positioniertes 3-Sterne-Hotel mit grossem Erfolg betreiben kann. Bewundernswert, wie die Hoteliers es schaffen, regionale Produzenten und Partner für ihr Hotel und ihre Ideen zu gewinnen. Das Iglu-Dorf im Winter, die aufwän-

dig gestalteten Spezialzimmer oder der Merängge-Kult sind Beispiele, welche die Innovationskraft des Hoteliers eindrücklich belegen. Last but not least gilt es auch, das besondere Engagement der Hoteliers im Bereich der Berufsbildung zu unterstreichen.»

Das Hotelier-Ehepaar Invernizzi erhielt die Auszeichnung an der 7. Austragung der Hotelier-Gala. Mit der Auszeichnung «Hotelier des Jahres» sollen jährlich Persönlichkeiten ausgezeichnet werden, welche sich innerhalb der Branche durch Erfolg, Kreativität und Innovation profiliert haben und dadurch für die nationale Hotellerie von besonderem Interesse sind. ua.hotelierdesjahres.ch





wuchs langsam hinein», erzählt die Tourismusfachfrau und frühere Mitarbeiterin von Mittelland Tourismus. Sie kümmert sich um die Administration, die Réception und um das Personelle. Bei 65 Mitarbeitenden, davon 15 Lernende, sei dies ein bedeutender Aufgabenposten. «Wir haben zum Glück kaum Schwierigkeiten, unsere Stellen zu besetzen.» Und: «Die Jungen sind interessiert und finden die Branche toll.» Überzeugen müsse man wenn schon die Eltern und Lehrpersonen, die den Kindern immer wieder eher abrieten.

Der Branche und deren Image Sorge tragen

Es liege aber auch in der Verantwortung der Betriebe, der Branche und deren Image Sorge zu tragen. Dies unter anderem, indem sie sich als Lehrbetriebe in der Ausbildung des Nachwuchses engagierten. «Kaderpositionen besetzen wir ausschliesslich mit Personen, die eine Affinität haben für die Ausbildung von Lernenden», sagt Reto Invernizzi.

Zufriedene, kompetente Mitarbeitende sind das eine. Zum Erfolg trägt aber auch eine geschickte Vermarktung der Nähe zur Natur, zur Region und von Ursprünglichkeit bei. So spielt sich unter anderem die jährliche Viehschau direkt vor der Haustür ab, das Hotelpersonal kauft Produkte teils direkt ab Hof.

Und das Paar hat die Auslastung optimiert, so etwa durch Kooperationen. Ein Schlafberater stellt exklusive Betten und Decken für die Outdoorsuite «Schlafen im Garten Deluxe» und andere Zimmer zur Verfügung. Kundinnen und Kunden des Beraters dürfen im Kemmeriboden Bad gratis probenhalber übernachten. Die Zimmer wiederum offeriert das Hotel, das dem Verein «Best 3 Star Hotels of Switzerland» angehört, dem Schlafberater zum Vorzugspreis.

In den letzten Jahren hat das Ehepaar Invernizzi denn auch immer wieder Neuheiten eingeführt, die zum Teil noch besser funktionierten als erwartet. So etwa das «Schlafen im Stroh Deluxe» – eine Koketterie mit allen Annehmlichkeiten der Hotellerie. Zunächst habe man «das grösste Hotelzimmer im Emmental» im Heuboden des ehemaligen Stalls primär aus Marketinggründen lanciert. Dann aber sei es gelungen, durch

Kunstvernissagen zwischen Check-in und Check-out die Hotelgäste beiläufig auf das Zimmer aufmerksam zu machen. «Heute haben wir eine Auslastung von gegen 98 Prozent», sagt Alexandra Invernizzi.

Und ebenso erfolgreich entwickelte sich die Idee mit den Iglus. Am Anfang stand der Gedanke, den Nachteil der schattigen Lage in einen Vorteil zu verwandeln. Iglus als Gastro- und Hotelkonzept hatte Reto Invernizzi in Kanada kennengelernt. Das wars: Dank dem Schatten würden die Schneehäuser bei Tauwetter auf nur 976 Metern über Meer nicht gleich dahinschmelzen.

Innerhalb von vier Jahren wurde aus der guten Idee ein ausgereiftes Produkt. Auslastung: 90 Prozent. Mit den Iglus sei es

«Wir haben zum Glück kaum Schwierigkeiten, unsere Stellen zu besetzen.»

Alexandra Invernizzi
Hotel Landgasthof
Kemmeriboden Bad

zudem gelungen, eine gewisse Überalterung unter den Gästen aufzufangen. Diese Kundschaft kehre oftmals auch im Sommer nach Schangnau zurück.

Reto Invernizzi spricht von einem «Wintermärchen» – einem Erlebnis für die Sinne. «Da es früh dunkel wird, können wir mit dem Licht arbeiten. Es gibt Feuer, und wir verbrauchen eine Menge Holz. Zum Glück haben wir auch Waldbesitz», sagt Invernizzi. Zwischen Ende Dezember und Mitte März rieche es jeweils nach hausgemachtem Glühwein und «Brätzeli». Eines der Iglus dient als Restaurant.

Das Iglu-Restaurant war es, das Alexandra Invernizzi und ihre Kollegin an jenem schicksalhaften Abend nach Kemmeriboden Bad geführt hatte. Die Kollegin war damals im Betrieb angestellt, über sie lernte Alexandra vor Ort Reto kennen. «Ich habe das grosse Los gezogen», sagt Reto Invernizzi heute über seine Frau. «Eigentlich wollte ich immer schon ein Hotel führen», sagt Alexandra Invernizzi und lacht. Zwar lag das Hotel ihrer früheren Träume am Meer. Doch welche Rolle spielen solche Details noch, wenn man die grosse Liebe gefunden hat?

Geschichte des Gasthofs

Wie auf dem Kemmeriboden aus der Alp ein Bad wurde

Bis Ende des 18. Jahrhunderts wird der Kemmeriboden für die Alp- und Forstwirtschaft genutzt. Zwei Herren, deren Namen nicht überliefert sind, beginnen nach Quellen zu suchen, um das damals wertvolle Salz zu gewinnen. Eine Quelle kommt tatsächlich zum Vorschein, doch statt Salz enthält das Wasser Schwefel und Eisen.

Anfang des 19. Jahrhunderts wird die Kemmeribodenalp zum Kemmeribodenbad – ein Gastwirtschaftsbetrieb mit Heilbad entsteht.

1841 kauft Ulrich Gerber den Betrieb. Sein Sohn Christian Gerber übernimmt ab 1843 und führt das «Bedli» während 30 Jahren. Bei seinem Tod 1873 erhält es der jüngste Sohn. Samuel und seine Frau Elisabeth («Lysebeth») Gerber bauen den Betrieb aus. Das Kemmeriboden-Bad wird national bekannt. Künstler, Dichter und andere Persönlichkeiten sind zu Gast. Simon Gfellers Roman «Eich-

büehlersch» spielt mehrheitlich im Bad.

Nach Samuel Gerbers Tod übernehmen ab 1909 die Söhne Christian und Friedrich zusammen mit ihren Frauen Rosa und Rosa (zur Unterscheidung «Rösi» und «Rosa» genannt), zwei früheren Serviertöchtern. Die verwitwete Lysebeth arbeitet weiterhin mit. 1918 beziehungsweise 1925 sterben die beiden Männer an der Spanischen Grippe.

1945 übernimmt Hans Gerber, Sohn von Rosa und Christian Gerber, mit Elisabeth (genannt Elisabeth II.) den Betrieb. Deren Tochter Elisabeth (genannt Elisabeth III.) übernimmt ab 1976 zusammen mit ihrem Mann Heiner Invernizzi. Dieser kommt aus dem Baufach und hat somit ein Gespür für bauliche Massnahmen. Er lässt sich zusätzlich in Gastronomie ausbilden. Die beiden stellen den Badebetrieb 1988 endgültig ein. www.kemmeriboden.ch

Special Award

Personalkosten von «maximal 20 Prozent»

Daniel Renggli ist CEO der Revier Hospitality Group und gewinnt den «Special Award» der Jury. Die *Revier Hotels* sprechen aktive Gäste der nächsten Generation an.

Ueli Abt



Daniel Renggli, CEO der Revier Hospitality Group.

Daniel Renggli, «Revier», das klingt nach Natur wie auch nach Stadt, nach Zuhause- wie auch Unterwegssein. Wofür steht «Revier» genau?

Der Claim lautet: «Für deine Streifzüge durch den Tag und die Nacht.» Wir sind an Destinationen vertreten, an denen es ein Tagesprogramm gibt, das kann in einer Stadt sein oder in den Bergen. Die Gäste gehen tagsüber raus und frönen ihren Aktivitäten. Und abends soll im Hotel etwas laufen.

Wer fühlt sich von den Revier Hotels angesprochen?

Es ist ein eher ein jüngeres Publikum zwischen 25 und 40. Zumindest ist das unsere Imagezielgruppe. In der Praxis haben wir mindestens so viele Gäste, die älter oder jünger sind – um die 20 oder auch im Pensionsalter. Auf jeden Fall sind es aktive Leute. In den Bergen würde man allerdings bei den ausgeprägten Nachfrageschwankungen nicht überleben, wenn man sich auf eine ganz eng gefasste Zielgruppe beschränken würde.

«Der Meldezettel ist für Gäste eher lästig.»

Inwiefern reagieren die Revier Hotels auf veränderte Gästebedürfnisse?

Am Anfang stand die Frage, wie man ein Hotelkonzept in den Bergen überhaupt rentabilisieren kann. In der Stadt hat man eine relativ lineare Auslastung. In einem Berghotel kann man an einem Tag gleich viel Umsatz machen wie in einem ganzen Monat. Mit den Privà-Hotels verfolgen wir seit zehn Jahren ein ähnliches Konzept. 90 000 Übernachtungen bewältigen wir mit etwa 40 Vollzeitangestellten. Heute finden wir ja nicht mal die Mitarbeitenden.

Was bringt es, keine Réception mehr zu haben?

Die Beziehung zum Gast aufzubauen, ist ihr einziger Mehrwert. Bei uns können die Gäste von zu Hause aus

einchecken und vor Ort direkt ins Zimmer. Es ist wichtig, dass jemand die Leute begrüsst, aber der Meldezettel ist für Gäste eher lästig. Wir haben alles Administrative automatisiert, die Kreditkartenzahlung läuft automatisch. Unsere Personalkosten betragen denn auch maximal 20 Prozent des Gesamtumsatzes.

Was sind die wichtigsten Elemente der Kostenkontrolle in Ihrem Konzept?

Wir bündeln das Volumen und haben überall die gleichen Prozesse eingeführt. Das klingt nicht so spektakulär, ist aber der entscheidende Punkt. Und: Wir teilen die Mitarbeitenden nicht in Abteilungen ein, sondern setzen sie überall ein.

Welche Rolle spielen Design und Styling?

Das spielt eine sehr grosse Rolle, wir verkaufen uns nicht als Budget-, sondern als Lifestylehotel. Wir sagen: Gut essen und trinken will man immer. Dabei ist das Design wichtig, um die Preisbereitschaft zu erhöhen. Es macht das Produkt unaustauschbarer. Aus diesem Grund haben wir auch viele Zimmer mit sehr grossen Fenstern. Entweder das Bett oder das Sofa steht davor. Viele Gäste kommen, weil sie sich und die eindruckliche Aussicht vom Bett aus fotografieren wollen.

Was bedeutet Ihnen der «Special Award»?

Die Auszeichnung kam für uns recht überraschend. Bisher haben wir das Rampenlicht nicht speziell gesucht und uns eher im Hintergrund gehalten. Umso mehr freut uns, dass man merkt, dass wir vorausgegangen sind und alle Konventionen über Bord geworfen haben. Die Auszeichnung ist für uns eine grosse Ehre. Die Hotellerie in den Bergen hat Zukunft. In meiner Kindheit fuhr man eher ans Meer, in der Schweiz zu bleiben, war nicht so populär. Das hat sich inzwischen geändert.

Die Revier Hospitality Group mit Sitz in Lenzerheide führt die Hotelmarken Revier und Privà. Sie ist eine Tochtergesellschaft der in St. Gallen domizilierten Fortimo Group. www.revier.group