

Dia-Vorträge über Nepal

Oberengadin Auf 20 verschiedenartigen Trekkings lernte der Zuozter Wanderleiter Gerhard Franz dieses wundervolle Land Nepal am Fusse des Himalayas kennen, dazu die grossartige Kultur in den heiligen Städten im Kathmandual. Darüber berichtet er in der kommenden Woche an folgenden Orten im Oberengadin: Dienstag, 17. Juli im Hotel Klarer in Zuoz: «Trekking in Nepal – kleine Schritte zu grossem Glück», Mittwoch, 18. Juli in der Chesa Planta in Samedan: «Faszination Nepal – Trekking zum Everestblick», Donnerstag, 19. Juli im Gemeindefaal La Punt: «Faszination Nepal – Trekking zu Buddha und Shiva», Freitag, 20. Juli im Schulhaus Celerina: «Annapurna, Festsaal von Nepal» und Samstag, 21. Juli im Hotel Laudinella in St. Moritz: «Faszination Nepal – Trekking zum Kangchenzönga». Alle Vorträge beginnen um 20.30 Uhr. Mit der Kollekte unterstützt Gerhard Franz das Schweizer Hilfswerk «Nawa Asha Griha» – Heim neuer Hoffnung in Kathmandu.

(Einges.)

Griechisches Fest

Celerina Am kommenden Samstag ab ca. 18.30 Uhr findet beim Fussballplatz San Gian in Celerina ein griechisches Fest statt. Der Grieche «Babis» aus Chur wird seine feinen Gyros zubereiten. Der Erlös der selbstgemachten Kuchen und Desserts gehen als Benefiz an zwei kubanische Familien. Es wird auch einen kleinen Verkaufsstand mit griechischen Spezialitäten geben. Anmeldung bis heute Donnerstag, um 12.00 Uhr an Ursina Meng Telefon 081 833 19 74.

(Einges.)

Das Centro Giacometti auf dem Prüfstand

Redimensionierung des Projekts und Kooperation mit der Società Culturale unabdingbar

Investitionskosten von 8 Mio. statt 17 Mio. Franken sowie der zwingende Einbezug der Cïasa Granda ins Projekt: Die Initianten des Centro Giacometti passen ihr Projekt an.

MARIE-CLAIRE JUR

2016 sollte das geplante Centro Giacometti in Stampa seinen Betrieb aufnehmen. Dieser Wunschtermin der Projektinitianten ist jetzt in Frage gestellt. Drei Gründe führt Marco Giacometti, Präsident der «Amici di Giacometti», für den gegenwärtigen Marschhalt ins Feld: Parlamentarier in Bern hätten ihm zu verstehen gegeben, dass das geplante Zentrum (Investitionskosten rund 17 Mio. Franken) für das Bergell wohl «eine Nummer zu gross» sei. Zudem hätten sich alle potenziellen Sponsoren dafür ausgesprochen, das Projekt zusammen mit dem Bergeller Kulturverein «Società Culturale di Breaglia» zu realisieren. «Drittens haben wir das an der Gemeindeversammlung vom Frühjahr kritisierte Betriebsbudget von jährlich 1,5 Mio. Franken unter die Lupe genommen und sind zum Schluss gekommen, dass es untragbar hoch ist», sagt Giacometti. Ein weiterer Auslöser für das Überdenken des Planungsprozesses war die Verweigerung des Bergeller Souveräns, die weiteren Entwicklungsschritte mit einem Betrag von 0,3 Mio. Franken zu unterstützen, was das Fundraising zusätzlich erschwert hätte.

An der ausserordentlichen Vereinsversammlung von letzter Woche wurde



Soll Teil des künftigen Centro Giacometti sein: Die Casa Pontisella in Stampa.

das weitere Vorgehen skizziert. «Das Projekt wird etappiert, aus taktischen wie finanziellen Gründen», so Marco Giacometti auf Anfrage. Vorläufig soll kein neues Gebäude gebaut werden, so wie es ursprünglich vorgesehen war. Hingegen soll die Casa Pontisella, am südlichen Ortsende von Stampa unweit der Shell-Tankstelle gelegen, erworben und umgebaut werden. In diesem Gebäude ist die Einrichtung eines Saals geplant, der für Konferenzen, Workshops und dergleichen genutzt würde. Abgesehen von der Casa Pontisella würde das Atelier Giacometti zusammen mit zwei, drei benachbarten Ställen zum Centro gehören. Zudem soll die Cïasa Granda (im Besitz und in der betrieb-

lichen Verantwortung der Società Culturale) Teil des Zentrums werden. Hier würden vielleicht auch Emplang und Shop des Centro angesiedelt werden können. Die im Giacometti-Varlin-Saal bereits ausgestellten Werke der Giacometti-Künstler würden zudem die eigentliche Dauerausstellung bilden. Auf die Ausstellung zugesprochener neuer Originale, wie sie das Initialprojekt vorsah, müsste aber verzichtet werden. «Diese können nur in einem auch sicherheitstechnisch adäquaten Neubau gezeigt werden», sagt Giacometti. Die Redimensionierung des Projekts auf die Dauerausstellung, die Themenwege und den Konferenzraum – zusammen mit dem Verzicht auf eine(n) voll-

amtlich angestellte Kunsthistoriker(in) – hat eine Kostensenkung zur Folge. Derzeit wird von 8 Mio. Franken für die erste Etappe gesprochen, das Betriebsbudget wurde von anfänglich 1,5 Mio. auf 0,4 Mio. Franken gesenkt.

Die nächsten Planungsschritte müssen mit der Società Culturale gemacht werden. Da ein konstruktiver Dialog mit den Verantwortlichen dieses Kulturvereins bisher noch nicht aufgebaut werden konnte, haben sich die «Amici del Centro Giacometti» mit der Bitte um Mediation an den Bergeller Gemeindevorstand gewendet, der an seiner nächsten Sitzung zu einer etwaigen Vermittlerrolle Stellung nehmen wird.

www.centrogiacometti.ch

Nullstern Hotel – Provokation oder mehr?

Die Zukunft der Hotellerie

Könnte die «Null Stern – the only star is you»-Philosophie die Zukunft der Hotellerie sein? Die Antwort; wenn wir mit «Null-Sterne» fehlende Qualität und Hygiene verbinden, dann ist ein Nein die Antwort. Was heisst «the only star is you» in der Umsetzung?

Wenn der alte Managementgrundsatz «Ordnung im Haus und Aktivität im Markt» auch für die Hotellerie gilt, dann bedeutet «Ordnung im Haus»: Die Hotels arbeiten mit leistungsbezogenen Führungssystemen, wie der regelmässigen Bewertung der Leistung aller Mitarbeitenden, damit der kontinuierliche Verbesserungsprozess umgesetzt werden kann. In diesem Hotel machen Mitarbeitende aus freien Stücken regelmässig Verbesserungsvorschläge zur Steigerung der Effizienz und bleiben dem Arbeitgeber erhalten. Dann wird alles beim ersten Mal richtig gemacht. Die Effektivität – also die richtigen Dinge tun – wird im Wesentlichen von der Strategie für das Hotel beeinflusst. Eine Strategie zu entwickeln ist noch relativ leicht, wenn das Wissen und die Erfahrung über die Märkte vorhanden ist. Die Umsetzung der Strategie ist der Kernpunkt. Die Entwicklung der Strategie ist fünf Prozent Inspiration, die Umsetzung ist 95 Prozent Transpiration.

Der Chef als Vordenker

Die folgenden Themen sind klar: Beschreibung der Geschäftsfelder, Analyse der Stakeholders (bisherige und neue), Trends im Umfeld, Analyse der

Branche, Lokalisierung der Erfolgsfaktoren, Analyse der Fähigkeiten und Ressourcen, Beschreibung der Kundennutzen, Analyse der Konkurrenten, etc. Unter www.germann.net/downloads findet man einen Fragebogen zur Prüfung der eigenen Hotelstrategie. Wenn die Ordnung im Haus erstellt ist, geht es an die Umsetzung im Markt. Da hilft die Philosophie von «Null-Stern – the only star is you».

«Null-Stern – the only star is you» stellt den Kunden ins Zentrum. Dies setzt voraus, dass der Chef diese Haltung vorlebt. Die gesamte Belegschaft ist vom Grundsatz überzeugt, dass man Menschen mögen muss. Zentral ist die innovative Ausrichtung. Es werden Neuerungen bei Produkten und Dienstleistungen für die Menschen im Hotel umgesetzt. In der Schweiz gibt es viele Ausländer, die in Headquartern von internationalen Firmen arbeiten. Diese haben spezielle Bedürfnisse und Erwartungen, die für die Akquisition neuer Kunden von Bedeutung sein können. Produkteideen im Bereich für die Verpflegung gibt es viele; beispielsweise Angebote für Menschen mit Unverträglichkeiten. Im Zentrum der Marktüberlegungen sind immer die Zielgruppen, ihre Bedürfnisse und die Suche nach Antworten, wie diese übertraffen werden können. «Null-Stern – the only star is you» stellt die kreativen Prozesse ins Zentrum. Mit neuen Ideen und Umsetzungen kann auch das mediale Echo erreicht werden, wie es beim «Null Stern Hotel» geschehen ist. Die Folge ist eine Marke, die unverwechselbar ist und einen dauerhaften Bekanntheitsgrad auslöst, verbunden mit einem Nachfragesog. Die Schweiz hat vieles an solchen «Marken» zu bieten.

Hotels mit Nachholbedarf

Die Haupthindernisse Neues umzusetzen sind bisherige Gewohnheiten, Trampelpfade und nicht enden wollende Diskussionen ohne Ergebnis. Es ist auch ein Denkfehler, wenn geglaubt wird, dass alle Menschen kreativ sind. Das schöpferische Denken steht in «Konkurrenz» zur Ordnungsliebe und

zum Perfektionismus. Neuste Trendforschungen in der Schweiz stellen das Wohlbefinden und die Wahrungen der Traditionen ins Zentrum. Das ist gefährlich, weil die Leistungsorientierung und das Erfinden von Neuerungen dem entgegen steht. Mit «Pionieren» die Zukunft zu gestalten und gleichzeitig an alte Tugenden an-

zukupfen funktioniert in Zeiten des schnellen Wandels von Bedürfnissen nicht.

Eduard Hauser

Eduard Hauser ist Wirtschaftssoziologe mit 20-jähriger Unternehmerrfahrung. Aktuell ist er Präsident des Zukunftslabors entwicklung.schweiz.ch, Vorstandsmitglied von swiss.aerospace-cluster und Dozent an der Hochschule Luzern. Mehr zur Null-Stern-Philosophie: www.nullsternho.tel.ch



Im Zentrum der Marktüberlegungen sind immer die Zielgruppen.

Foto: swiss-image