

Online

iGstaad: Erste Destination auf dem Smart TV

Gstaad ist die erste Schweizer Destination mit einer Smart-TV-App. Auf der iGstaad-Smartphone-App gelangen die Nutzer zu News, Live-cams, interaktiven Maps für diverse Aktivitäten, Events oder Sight-seeing-Tipps aus der Community. Laut Communiqué würden erste Download-Zahlen zeigen, dass das Thema Gstaad auf dem Smart TV auf Interesse stösst: In den ersten zwei Wochen sei die App weltweit schon über 12000 Mal heruntergeladen worden.

Genuss

«Mojo» gibt's neu als fruchtigen Energy-Drink



ZVG

Das Schweizer Kultgetränk Mojo ist neu in der Dose erhältlich – als Mojo Energy Drink Exotic, Classic und Pomegranate. Es belebt nicht nur dank Koffein, sondern auch mit natürlichem Fruchtsaft. Auf Konservierungsstoffe und synthetische Süsstoffe wurde verzichtet. Die «Mojos» werden zu 100 Prozent in der Schweiz hergestellt. sag

www.mojo-drink.ch

Mehr Wissen übers Essen

Die Lebensmittel-Plattform Foodle.ch bietet Wissenswertes rund um die Ernährung. Jetzt will man auch das Gastgewerbe als Partner gewinnen.

SALOME MÜLLER

Foodle: Diese Wortschöpfung gemahnt an Googeln, das virtuelle Suchen, und Food. Bei der Suche nach relevanten Infos zum Thema Ernährung will die Schweizer Plattform für Lebensmittel, Foodle.ch, die Anlaufstelle sein. Gemäss eigenen Angaben liefert das Portal einer breiten Bevölkerung «qualitativ hochwertige, einfach verständliche und vertrauenswürdige Informationen rund um Lebensmittel».

Entstanden ist Foodle.ch vor rund acht Monaten durch eine Initiative von Agroscope, der Forschungsanstalt des Bundesamtes für Landwirtschaft. Die Idee war es, die Ergebnisse des inzwischen abgeschlossenen Forschungsprogramms Nutriscope zu Lebensmittelsicherheit und -wissen zu bewahren. «Die Besucher sollen aber auch mitreden können», erläutert Judit Valentini. Sie ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin



Fotolia

Zuverlässige Informationen zu Nahrungsmitteln und Produkten: Das bietet die Schweizer Plattform Foodle.ch.

bei Agroscope und zuständig für Foodle.ch. Valentini zieht eine positive Bilanz: «Die Plattform ist sehr erfolgreich. Seitdem wir online gegangen sind, haben sich einige Organisationen gemeldet, die mit uns zusammenarbeiten wollten.» Gestartet wurde mit 20 Partnern aus den vier Berei-

chen Bildung und Forschung, Ämter, NGOs und Wirtschaft. Inzwischen sind es bereits 28 an der Zahl.

Auch Gastgewerbe soll dabei sein

Der Fokus liegt zurzeit auf der Akquirierung von weiteren Partnern. Durch sie kommt Foodle.ch überhaupt zu den News: Jeder Partner beliefert Foodle.ch täglich mit den aktuellsten Infos, die dann überprüft und auf der Homepage angerissen werden.

Weil Foodle.ch den Anspruch erhebt, ganzheitlich zu informieren und sich an alle an Nahrungsmitteln Interessierten richtet, will man ebenfalls die Gastronomie- und Hotelbranche mit an Bord holen. Im Frühling findet ein Treffen mit dem Schweizerischen Gewerbeverband statt, wo das Konzept von Foodle.ch vorgestellt wird. Wie die Zusammenarbeit konkret aussehen könnte, ist freilich noch ungewiss. Sicher würden die relevanten Neuigkeiten aus der Gastronomie und Hotellerie unter der Rubrik «Genuss» laufen, und ebenso wolle man auf allfällige Events hinweisen, führt Valentini aus. Wichtig ist es ihr aber klarzustellen, dass Foodle.ch keinerlei Werbung für die



«Wir wollen nicht nur informieren, sondern auch animieren zum Mitreden.»

Judit Valentini
Verantwortliche Foodle.ch

Verbände und Produkte betreibt. «Klar helfen wir unseren Partnern mit der namentlichen Nennung und den Verweisen auf deren Webseiten zu mehr Klicks. Wir sehen uns aber als unabhängig: In einer Vereinbarung halten wir fest, dass die Inhalte, die sie uns liefern, im Einklang mit den allgemeinen Ernährungsempfehlungen des Bundesamtes für Gesundheit sein müssen.» Darum werden in der Sparte Wirtschaft nur Branchenverbände angegangen. Über die Partner finanziert sich das Portal zurzeit zu 60 bis 70 Prozent, den Rest hat Agroscope

als Anschubfinanzierung bereitgestellt. «Unser Ziel ist es, mit zusätzlichen Partnern selbsttragend zu werden», so Valentini. Mit der Website würden sie selbst keine Gewinnabsichten verfolgen.

Spielegerisch und interaktiv Wichtiges vermitteln

Obwohl Foodle.ch beabsichtigt, sich an alle zu richten, wird mit dem Design klar ein jüngeres Publikum angesprochen. Auch dass das Portal mit den virtuellen Foodle-Protagonisten Johann und Eliana arbeitet, die auf Facebook und Twitter die Artikel kommentieren und den direkten Austausch mit den Usern suchen, unterstreicht diesen Eindruck. «Die comicartigen Illustrationen sollen den Zugang zu den Themen generell erleichtern», so Judit Valentini. Die Erklärung des Foodle-Konzepts in einem Video ist dann aber doch etwas bemüht.

www.foodle.ch



Eliana und Johann animieren die Web-Besucher zum Mitreden.

ZVG

ANZEIGE

23.

Sonderkonditionen für Mitglieder von «hotelleriesuisse» mit dem PR-Code:
1308HS3800

ALPINER TOURISMUS AN DEN GRENZEN DES WACHSTUMS

Akzeptieren. Ignorieren. Neu definieren.

03. – 05. APRIL 2013

VICTORIA JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA INTERLAKEN

THEMEN-HIGHLIGHTS UND TOP-REFERENTEN

Keynote-Vortrag des Co-Autors des gleichnamigen Buches (1972) – Jörgen Randers. «The Limits to Growth – Die Grenzen des Wachstums»

«Revenue Management by swiss – Preisdifferenzierung und optimierte Kapazitätsauslastung...» Karl Isler / Swiss International Air Lines Ltd.

«Was Frauen wirklich wollen – Unser Kunde ist weiblich»
Marketing- & Kommunikationsstrategien mit Buchautorin und Gender-Marketingexpertin, Diana Jaffé.

«Ohne Moos nichts los – Kontrastreiche Preismodelle und Marketingstrategien im Engadin St. Moritz»
Dieter Bogner und Thomas Walther

Special Experts & Keynote-Referenten am 2. Tag
Mike Kaplan, Aspen Skiing Company und Ski-Legende Marc Girardelli

«Warum sind bestimmte Unternehmen und Destinationen erfolgreicher als andere? The Power of organizational behaviour»
mit Berno Stoffel

«Dolomiti Dolce Vita: Einzigartiges Konzept und schönste Almhütte Südtirols – das Tirlener auf der Seiser Alm»
Kreativhotelier Hannes Rabanser

3 Forumstouren am 3. Tag, z.B.
«No Limits to Growth: Cheap & Chic – preiswert ist nicht gleich billig»
Segway Tour durch Interlaken mit Besichtigung der im 2012 neu eröffneten Jugendherberge

Programm, Referenten, Forumstouren und Anmeldung: www.tourismusforum.ch

Programm & Online-Anmeldung unter www.tourismusforum.ch
Tel. +41 (0)81 354 98 00

impresum

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn.
Stv. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg; Andrea Husistein/ah; Daniel Steim/ste
Korrektorat: Paul le Grand.
Volontärin: Salome Müller/smu
Online Redaktion: Natalie-Pascale Alliesch/npa.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninseerte: Angela di Renzo Costa, Patricia Nobs Wyss
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2012, verkaufte Auflage: 9031; Gratisauflage: 940.
Leser: 85000 (Studie DemoScope 2009)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–, ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.