



»»» 20

Berufliches Umfeld

panissimo | 23. Oktober 2020 | Nr. 21

Interview mit Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse

«Alles beginnt bei der Ausbildung des Nachwuchses»

Seit über vier Jahren ist Claude Meier Direktor von HotellerieSuisse. Seine Wurzeln hat der 42-Jährige aber in der Bäckerei-Confiserie-Branche, denn sein Grossvater Richard Meier führte in Dintikon (AG) eine Bäckerei-Konditorei. Sein Vater Richi Meier war über Jahre in der Richemont Luzern und danach an der Berufsschule Luzern für die Bäcker-Konditor-Confiseur-Ausbildung tätig. «panissimo» blickte über den (Branchen-)Tellerrand.



Direktor von HotellerieSuisse, Claude Meier.

Claude Meier

Claude Meier ist 42-jährig und verfügt über langjährige Führungserfahrung auf operativer und strategischer Ebene in mehreren Verbänden und Organisationen. Er war Geschäftsführer der Organisation der Arbeitswelt (OaA) Gesundheit Bern sowie Leiter des Zentralsekretariats und Leiter Bildung des Kaufmännischen Verbandes Schweiz. Seit dem 1. Juli 2016 ist der Direktor von HotellerieSuisse.

HotellerieSuisse ist das Kompetenzzentrum für die Schweizer Hotellerie und vertritt als Unternehmervverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Die von HotellerieSuisse klassierten Betriebe repräsentieren rund zwei Drittel der Schweizer Hotelbetten und generieren knapp drei Viertel aller Logiernächte.

www.hotelleriesuisse.ch, www.meier-claude.ch



Herr Meier, welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Kindheit als Nachkomme einer Bäckerfamilie?

Ich war öfters mit meinen Eltern und den zwei jüngeren Brüdern im grosselterlichen Betrieb. Für uns Kinder war es stets super spannend. Einerseits der Grossmutter im Laden im «Weg» zu stehen und zu beobachten, wie es an der Verkaufsfreie zu und her geht. Andererseits dem Grossvater zuzuschauen, wie er die frisch geteigten Brote in den grossen «Schlund» des Backofens schob.

Zu Vorweihnachtszeiten waren meine Eltern jedes Jahr im Familienbetrieb im Einsatz. Meine Mutter, gelernte Verkäuferin in einer Confiserie, packte in dieser Jahreszeit jeweils unzählige Pralinen in schöne Geschenkpakete. Und am Familientisch sorgte das typische Thema für einen Familienbetrieb – die Nachfolgeregelung – ab und zu für heissen Gesprächsstoff.

«Wichtig erscheint mir, dass wir unser Berufsbildungssystem weiter fit halten.»

Weshalb haben Sie sich für einen anderen Beruf entschieden?

Meine Grosseltern hatten fünf Kinder, vier haben – unter anderem mein Vater – dasselbe Metier erlernt. Ich war der Erste in der Folgegeneration, der den beruflichen Einstieg über ein Studium begann. Dies scheint mir ein Abbild der gesellschaftlichen Veränderungen zu sein. Zu Grosselterns Zeiten studierten in der Schweiz vielleicht 2% der Bevölkerung,

heute stehen wir da an einem ganz anderen Ort. Wichtig erscheint mir, dass wir unser Berufsbildungssystem weiter fit halten, denn für rund zwei Drittel aller Abgänger der Sekundarstufe ist dies der Weg in die Berufswelt.

Was verbindet Sie heute mit unserer Branche?

Als Direktor HotellerieSuisse gibt es verschiedenste Anknüpfungspunkte. Die KMU-Branche der Beherbergungswirtschaft ist ebenfalls stark im Wandel begriffen, wie diejenige der Bäckerei-Confiserie: der Druck auf die Familien- und KMU-Betriebe ist gross, die Margen gering, die Positionierung der Betriebe entscheidend. Zudem führen viele Bäckereien-Confiseries auch Gastronomielokale, dies zeigt die zunehmende Verflechtung von Betrieben und Branchen auf. Bezüge sehe ich auch im Rahmen der Sozialpartnerschaft, bewegen wir uns doch in sehr vergleichbaren Situationen.

«Ich habe das «Mantra» meiner Grosseltern noch in den Ohren, dass man nicht im Grossverteiler einkaufen dürfe, sondern das lokale KMU-Gewerbe unterstützen müsse.»

Was erwarten Sie als Kunde, wenn Sie einen Bäckerei-Confiserie-Laden betreten?

Ich habe das «Mantra» meiner Grosseltern noch in den Ohren, dass man nicht im Grossverteiler einkaufen dürfe, sondern das lokale

KMU-Gewerbe unterstützen müsse. Schnell habe ich aber von meinen Eltern gelernt, dass Qualität das wichtige Kriterium ist. Es ist wie in der Hotellerie: Gute Produkte und freundlicher Gästeservice sind das A und O.

Wie muss gutes Brot sein?

Mein Vater hat in den 1980er Jahren am Richemont Luzern Standardwerke über Brote, Konfekte und Torten mitverfasst. Ich habe sicherlich das eine oder andere davon mitbekommen, was gute Qualität ausmacht. Für mich ist die Frische etwas Entscheidendes: Wenn ich das Brot schneide und den typisch frischen Brotgeruch rieche. Was gibt es Besseres?

Welche Anstrengungen unternehmen Sie bzw. HotellerieSuisse, dass die Gäste in den Hotels qualitativ gutes und einheimisches Brot geniessen können?

Alles beginnt bei der Ausbildung des Nachwuchses. Über eine gute und solide berufliche Bildung als Koch, Restaurationsfachfrau oder Bäcker-Confiseur hat man die beste Garantie, dass man in den Beherbergungsbetrieben auch gute Qualität am Frühstücksbuffet erhält. HotellerieSuisse führt hierzu selbst vier Schulhotels, ist über die Trägerschaft bei der Hotelfach-



Panissimo
3001 Bern
031/ 388 14 15
<https://www.swissbaker.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 3'801
Erscheinungsweise: 25x jährlich



Seite: 20
Fläche: 101'985 mm²



Auftrag: 1075326
Themen-Nr.: 571.019

Referenz: 78692758
Ausschnitt Seite: 3/3

schule Thun sowie der Ecole hôtelière de Lausanne EHL Group sehr aktiv und trägt eine Mitverantwortung bei der Hotel & Gastro formation. Zudem ist für ein Hotel der Einkauf äusserst wichtig. Viele Hoteliers und Hotelierinnen arbeiten sehr eng mit dem lokalen Gewerbe zusammen, davon profitieren auch qualitativ gute Bäckereien-Confisereien.

Die Corona-Epidemie hat die Hotellerie stark getroffen. «Es gibt eine Hotellerie nach der Corona-Krise», lautet ein Titel einer Fachzeitschrift. Wie sieht die Zukunft aus?

Wenn ich ein Orakel wäre, dann würde ich folgende Trends für die Branche nennen: Die Nachhaltigkeit wird weiter an Bedeutung gewinnen und den Tourismus stärker prägen; die aktuelle Digitalisierungswelle wird das Business-, Seminar- und Messengeschäft der Hotellerie verändern; das Bewusstsein für lokale Produkte und Services wird steigen. Darin sehe ich auch die Chancen aus der Corona-Krise.

Interview:
Claudia Vernocchi