



GANZ PERSÖNLICH

Mit 27 Direktor dreier Häuser

Ferry Wey, Direktor der Luzerner Hotels Beau Séjour, Villa Maria und Schlüssel, kann nicht auf einen guten Espresso verzichten, liebt das Rennvelofahren und braut in seiner Freizeit Cider und Wermut.

Zur Person

Ferry Wey ist gelernter Koch und diplomierter Hôtelier-Restaurateur HF und Absolvent der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern (SHL). Während der Ausbildung durchlief der heute 27-jährige verschiedene Praktika in der Luzerner Hotellerie und Gastronomie, unter anderem im Restaurant Grotto 1313 und im Hotel Beau Séjour. Bevor er im April 2024 als General Manager der drei Hotels Beau Séjour, Villa Maria und Schlüssel übernahm, sammelte er Erfahrung in der Systemgastronomie bei Coop.

Im April letzten Jahres übernahm der damals 26-jährige Ferry Wey die operative Leitung der Hotels Beau Séjour, Villa Maria und Schlüssel in Luzern. Kurz nach seinem Stellenantritt wurde das Hotel und Restaurant Schlüssel nach einer Neugestaltung wiedereröffnet. Trotz jungem Alter bringt Wey einiges an Erfahrung mit, denn ursprünglich hat er eine Kochlehre absolviert.

Das kann ich gut:

Durchbeissen und positiv bleiben – sei es bei einer Passfahrt mit dem Rennvelo oder bei einer Herausforderung im Alltag.

Erfolg ist für mich,...

... wenn ich am Abend den Tag Revue passieren lasse, zufrieden mit meinen Handlungen und Entscheidungen bin und wir gemeinsam im Team etwas bewirken konnten.

Mein Lebensmotto:

Das zu tun, wofür man brennt, und jeden Tag mit neuem Drive angehen.

Am meisten unterschätzt finde ich ...

... Leidenschaft. Ich lasse mich für fast alles begeistern, wenn mich jemand mit authentischer Leidenschaft überzeugt.

Darauf kann ich nicht verzichten:

Auf einen Espresso aus einer Siebträgermaschine am Morgen, vorzugsweise von einer La Marzocco.

Mein Lieblingskochstil:

Tour de Frigo – als gelernter Koch liebe ich es, mit frischen Zutaten ganz spontan ein Menü zu kreieren, ohne Rezepte, nur nach Intuition und Lust.

Direktor von drei Betrieben zu sein, bedeutet für mich, ...

... jeden Tag aufs Neue einen Ort zu pflegen, wo Mitarbeitende gerne arbeiten und die Gäste sich begeistern lassen; Verantwortung zu übernehmen, durch tatkräftige Unterstützung ein Vorbild zu sein und stets die Bereitschaft zu zeigen, die Extrameile zu gehen.

Mein schönstes Ferienerlebnis:

Der Aufenthalt im «Tuba Club» in einem kleinen Dorf in der Nähe von Marseille: Ich liebe die Region, das Essen und die Mentalität der Menschen. Einige Eindrücke vom wunderschönen Hotel bleiben und sind auch aus beruflicher Sicht sehr bereichernd.

Die schönste Kunst ist für mich:

Mir gefällt abstrakte Kunst am besten, besonders wenn ich die Geschichte und die Kunstschaffenden dahinter kenne.

Mein aktuelles Lieblingswort:

«Weymüt». Eine Wortneuschöpfung für einen Wermut, den ich mit meinem Freund Jimmy Müller herstelle. Der Name ist eine Kombination aus unseren Nachnamen und dem Produkt Wermut. Dieser ist wiederum nur entstanden, weil wir beim Cider-Abfüllen zu wenig Flaschen und somit noch Cider übrig hatten. Daraus haben wir mit rund 20 Botanicals einen Wermut entwickelt.

Mein Traumhaus hat:

Ich träume von einem Haus mit Sauna inklusive Weitsicht. fch

Michel Kiwic

POST AUS STOCKHOLM

Das perfekte Fondue für die Nordics

Hejhei! Unsere nordischen Gäste lieben Käse – und so schreibe ich diese Post, während ich zusammen mit 20 Skiferienveranstaltern aus Skandinavien im Val d'Anniviers ein Fondue genieße. Wie es sich gehört, achte ich sehr darauf, kein Brot im Caquelon zu verlieren. Denn nordische Bestrafungen sind in der Regel entweder kalt oder flüssig. Oder beides. Und in jedem Fall unerbittlich...

Das günstigste Ferien- und Reiseland werden wir in den Nordics nie sein; preissensible Gästesegmente werden wir kaum je in der Schweiz zum Fondue begrüßen dürfen. Alle anderen sprechen wir mit einer ganz eigenen nordischen Fonduemischung an: Die Grundlagen, Käse und Brot, haben wir. Hohe Berge und lange Freeride-Hänge – check. Authentische Bergdörfer als Skiferienorte und ein

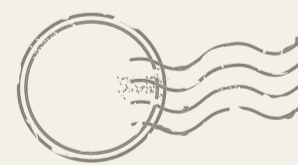
vielfältiges kulinarisches Angebot ebenso. Vor allem aber auch viel Sonne «Southern Lights» im Winter: Schweizer Vitamin D für die im Winter dunkelheitsgeplagten Skandinavien.

Für einen perfekten Fondueabend müssen wir jedoch unsere Wintertouristinnen erst gut kennen. Und ganz wichtig: rühren, rühren, rühren und Timing! Nur wenn wir konsequent unsere helvetischen Alleinstellungsmerkmale zur richtigen Zeit an die richtige Persona bringen (Sie erinnern sich, unser Schweizer Tourismusmarketing richtet sich an sogenannte Personas!), haben wir die Chance, unseren Preis mit Qualität zu begründen. Bei unseren Aktivitäten für schwedische, aber auch norwegische und dänische Zielgruppen steht vor allem die Persona «Joe-Thor» im Fokus – die Schweiz-affinen Reisenden im Norden sind meist sportlicher als wir,

lieben steile Hänge und anspruchsvolle Skigebiete. Die weiteren Zutaten für unser «touristisches Marketingfondue» sind dann primär digital: Skandinaviens Freerider produzieren Schweiz-Insta-Content mit der richtigen «Street» oder eben «Snow Credibility». Aber vergessen wir den Print nicht – ja, Print! –, nach wie vor gerne gelesen hier bei unseren winterlichen Zielgruppen. Wir kooperieren immer wieder mit den nordischen Skimagazinen «Fri Flyt» und «Aka Skidor» (Letzteres wird dieses Jahr 50 Jahre alt!).

Während seit Ingemar Stenmarks Zeiten skitechnisch ganz viel «Kirschen in die Fondues floss», blieb die Begeisterung dieser Leserschaft für Sonne und Schnee, unbefahrene Hänge und einmalige «Vertical Drops» (pardon, gerne übersetzt: massive Höhenunterschiede) die gleiche. Für den richtigen Geschmack unseres

Fondues sorgen schlussendlich unsere persönlichen Kontakte vor Ort in Stockholm, Oslo, Helsinki oder Kopenhagen: An unserer «Southern Lights Roadshow» treffen wir potenzielle Touristinnen und Touristen mit entsprechendem Portemonnaie. Und an unseren «Stockholm Days» feiern wir den Schweizer Winter zusammen mit unserer «Winter Industry»: mit den Reiseveranstaltern, den Medien, bekannten Skistars und schneeauffinen Content Creators. Mit Fashion Brands, Berühmtheiten aus dem Bereich Kulinarik und viel nordischer «Snow Credibility». Gluschtig? Na dann, «Välkommen till Norden»! An unserem Fonduetisch ist noch Platz für Sie. Und keine Angst vor den wikingischen Strafen für verlorenes Brot – die schwächen wir ab, versprochen! «Smaklig måltid!» (enGuetä!)



Matthias Albrecht ist Direktor Schweiz Tourismus Nordics.

zvg