

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 27

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Zermatt

Mit dem «Matterhorn Focus» hat Zermatt ein neues 4-Sterne-Hotel und der Künstler Heinz Julen seine «Diva».

Seite 15

Spitzenweine

40 Winzer aus der ganzen Deutschschweiz präsentierten letzte Woche die besten Weine des Weinconcours 2008.

Seite 17

Bürgenstock

Das geplante Hoteldorf beschert der Zentralschweiz ein neues Gästesegment.

Seite 4

Landwirtschaft

«Die Konsumenten wollen wissen, woher die Lebensmittel stammen.

Dieses Potenzial schöpfen Hotellerie und Gastronomie noch zu wenig aus.»

Simonetta Sommaruga, Ständerätin und Konsumentenschützerin

Seite 5



Unesco als Chance



Keystone

Nächste Woche entscheidet die Unesco, ob die Glarner Hauptüberschiebung als Weltkulturerbe aufgenommen wird.

Die Schweiz hat ab nächster Woche neun Unesco-Welt-erbestätten. Voraus-sichtlich. Und viel-eicht auch bald eine effiziente Marke-tingskooperation.

CHRISTINE KÜNZLER

Wenn die beiden Kandidaten Rhätische Bahn mit der Kulturlandschaft Albula/Bernina und Glarner Hauptüberschiebung den Sprung auf die Unesco-Liste schaffen, hat die Schweiz zwei neue Welt-erbestätten. Und damit ein grosses touristisches Potenzial. Das, wie Eva Brechtbühl, ehemalige Schweiz-Tourismus-Bereichsleiterin und Mitglied des Verwaltungsrats der Rhätischen Bahn, sagt, in der Schweiz zu wenig ausgeschöpft wird. Dass die Vermarktung harzt, zeigt sich auch am Beispiel Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn. Ein Blick

in die Nachbarländer zeigt: sie vermarkten ihre Unesco-USPs besser. Jetzt aber werden die Schweizer Touristiker aktiv. Zusammen mit Schweiz Tourismus und Welterber-Verstärkern setzen sie sich an einen Tisch und suchen nach wirksamen Vermarktungsstrategien. Beat Ruppen, Leiter des Management-zentrums Unesco-Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn und Mitglied der Schweizerischen Unesco-Kommission, denkt an ein Marketingdach über alle Schweizer Welterbestätten und an eine internationale Kooperation. Dass das Unesco-Label dem Tourismus und der Hotellerie et-

was bringt, ist unbestritten. Aber die Produzenten der heimischen Produkte gehen leer aus. Pierre Joly, Winzer aus dem Unesco-Welterbe Lavaux, ärgert sich, dass er das Label nicht auf seine Etiketten oder Broschüren drucken darf. Das verbietet die Unesco. Für Joly unverstehlich: «Der Rebberg ist Teil des Welterbes und gehört uns. Und trotzdem dürfen wir nicht damit werben.» Das Label, sagt er, bringe kein Business in die Region. Gäste kämen zwar, doch kauften sie nicht ein. «Die denken wohl, wir würden von der Unesco finanziell entschädigt», vermutet er.

Seite 7 bis 11

Cassis-de-Dijon-Prinzip

Aussicht auf tiefere Importpreise

Der Bundesrat hat die Botschaft zur Teilrevision des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG) zuhanden des Parlaments verabschiedet. Die autonome Einführung des so genannten Cassis-de-Dijon-Prinzips soll tiefere Preise für importierte Güter sowie einen Wachstumsimpuls von mehr als 0,5% des Bruttoinlandsprodukts bringen. Hotellerie-suisse begrüsst die Vorlage. «Sie entspricht unseren Forderungen im Zusammenhang mit dem Kampf gegen die Hochpreis- und Hochkosteninsel Schweiz», sagt Thomas Allemann, Leiter Wirtschafts- und Sozialpolitik bei hotellerie-suisse. dst

Seiten 2 und 5

Grundbildung Hotelfachfrau/-mann

Kantone wollen Schulhotels: Qualität und Preis stimmen

Die demographische Entwicklung wird die Bildungslandschaft in der Schweiz verändern. Die Schülerzahl in der obligatorischen Schulzeit soll zwischen 2007 und 2017 um 5 Prozent sinken, die berufliche Grundbildung wird noch stärker betroffen sein. Leidtragende sind unter anderem die Berufsschulen: «In einigen Berufen dürfte es zu einer Konzentration auf wenige Standorte kommen», schreibt der Vorsteher des Mittelschul- und Berufsbildungsdames des Kantons Bern, Theo Ninnck, im jüngsten «Bildungsbrieft». Manche Berufsschulen haben deshalb um ihre Existenz Angst und wären durch-



Bewährt: Lernen im Schulhotel.

aus interessiert, Ausbildungen wie jene zur/m Hotelfachfrau/-mann neu bei sich anzubieten: Denn ab kommendem Lehrjahr

hätten nun alle Kantone die Wahl, die Lernenden für den Schulunterricht wie bisher ins überkantonale Schulhotel oder an die örtliche Berufsfachschule zu schicken. Ausser den Kantonen Bern und Zürich bleiben aber alle dem Modell Schulhotel treu. Die Schulhotels bieten nämlich gute Ausbildungsqualität zu einem für die Kantone rund 25 Prozent tieferen Preis im Vergleich zur Berufsschule. Trotzdem wappnet sich der Trägerverband hotellerie-suisse gegen die in Zukunft allgemein sinkenden Schülerzahlen und hilft nach neuen Märkten Ausschau. gsg

Seite 4

Kommentar

Die Euro 08, ein Steilpass für das Gastgeberland Schweiz



THERES LAGLER

Die Fussball-Europameisterschaft 2008 ist vorbei. Drei intensive Wochen voller Emotionen liegen hinter uns. Der Gewinner auf dem Rasen steht fest: Spanien. Neben dem Rasen konnten die Schweiz und Österreich punkten.

Klar ist, dass die Euro 2008 nicht allen die erhofften Mehrumsätze brachte. Die gehobene Gastronomie war bei den Fussballtouristen weniger gefragt als die Bratwurst in der Fanzone. Einige Fanclub-Betreiber verspekulierten sich, und die Anzahl der Hotelgarniernächte lag im Juni nicht wesentlich über den Vorjahreswerten. Diese Sicht der Dinge greift aber zu kurz.

«Die Bevölkerung wuchs in eine Gast-gerolle hinein, die der Schweiz gut tut.»

Zum einen lassen sich die Hotelgarniernächte erst Ende August beurteilen, wenn klar wird, wie viele Seminare und Kongresse wegen der Euro 2008 nach hinten verschoben wurden. Zum anderen kommt es jetzt sehr darauf an, wie die Tourismuswirtschaft den Steilpass verwertet, den ihr die Euro 2008 zuge-spielt hat. Die Ausgangslage ist gut: Holländer, Deutsche, Italiener und Franzosen erlebten während des Turniers die Schweizer Städte. Das sind alles wichtige Märkte. Es gilt nun, die Kontakte zu verstärken, damit die Erinnerungen an das rauschende Fussballfest nicht allzu rasch verblasen. In der Schweiz werden die Bildernoch lange in den Köpfen bleiben. Das ist wichtig, denn die Bevölkerung wuchs in den letzten Wochen in eine Gastgeber-rolle hinein, die dem Tourismus-land Schweiz nur gut tun kann.

Seiten 3 und 19

www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel: 031 370 42 16
Fax: 031 370 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel: 031 370 42 22
Fax: 031 370 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch



BRITA Professional

2008
www.brita.ch

PURITY 1200 CLEAN & CLEAN! EXTRA

Polster-Möbel-Klinik

Bahnhofstrasse 98, 8001 Zürich
Telefon 079 403 99 93

«Die Stihl-Polsterer klinik»

A • C • H • T • U • N • G • I

Sessel • Sofas • Bänke • Stühle

Neu beziehen und auspolstern

- Gratisberatung, Offerte und Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- Rufeln Sie Uns unverbindlich an: 079 403 99 93

gastroolution AG

Im Hofacker 18, 8102 Dürnten, Tel: 043 930 91 91
http://www.gastroolution.ch info@gastroolution.ch

Front Office Hotel- und Kassensoftware

Werkzeug darf und transparent

Unsere Software für Restaurants- und Kassen-systeme misst sich an den höchsten Qualitäts-normen. Jedes Detail ist sorgfältig überdacht und der Einsatz ist kinderleicht zu erlernen durch unsere Kunden.

Sie sind dabei, ein Restaurant zu eröffnen? Dann kontaktieren Sie uns für eine Beratung.

ADUNO

Alles rund ums bargeldlose Zahlen bei:

www.aduno.ch

Il caffè!

www.illycafe.ch

illycaffè AG
8000 Thalwil

Glasklar.

Die Software für den totalen Überblick über Lager und Einkauf:

www.Fidehotel.ch

fideHotel

Aus der Region

Wallis

Resort-Projekt Aminona: Erste Schlichtung



Die Verbände WWF Schweizerische Stiftung für Landschaftsschutz SL und private Gruppen, die gegen den Bau des 400 Mio.-Franken-Projekts (Bild) der internationalen Mirax-Gruppe opponieren, haben sich am letzten Samstag in Mollens zu Schlichtungsgesprächen getroffen. Entgegen ihrer ursprünglichen Opposition gegen die Türme in der Westzone, die sie auf 3 Stockwerke begrenzen wollten, geben WWF und SL heute dem verdichteten Bauen in die Höhe auf einer eingeschränkten Zone den Vorzug. kjy

Genf

Ein problemloser Start für das rauchfreie Genf

Seit letztem Dienstag sind in Genf keine verrauchten Bars und Restaurants mehr anzutreffen. Es gilt seit dem 1. Juli das strikte Rauchverbot in geschlossenen öffentlichen Räumen. Ein Rundgang durch die Innenstadt zeigte am Dienstag keine nennenswerten Schwierigkeiten bei der Einführung des Verbots. Die Genfer Raucher wichen etwa auf die Terrassen der Restaurants aus. Dennoch war das Rauchverbot das Thema Nummer eins, es wurde vor allem die Strenge der neuen Vorschriften kritisiert. Die Mehrheit der Raucher unterstützt die Ansichten der «Dissidents de Genève», einer Mitte Juni gegründeten Interessengruppe von Rauchern, welche das Rauchen in Fumoirs erlauben möchte. kr/sda

Berner Oberland

Der Kanton untersucht rund 500 Dossiers

Die Abklärungen des Kantons Bern bezüglich der Vorwürfe über die unsachgemässe Umsetzung der Erstwohnungsanteil-Vorschriften (EWAP) in Grindelwald, schreiten voran. Von den in den letzten 20 Jahren 3000 eingereichten Baugesuchen, werden nun ungefähr 500 Dossiers von Experten auf die korrekte Anwendung des EWAP überprüft. Konkrete Ergebnisse werden frühestens im Herbst 2008 erwartet. kr

Berner bauen das Thuner Hotel am Lachenkanal

Das 4-Sterne-Hotel mit 120 Zimmern, das am Thuner Lachenkanal entsteht, wird nach Plänen eines Teams unter Führung der Berner Büro B Architekten und Planer AG erstellt. Ende Jahr will die Marazzi-Generalunternehmung das Baugesuch einreichen. Dem Siegerteam sei es gelungen, die Vorgaben eines professionellen Betriebskonzepts in ein wirtschaftlich, städtebaulich und architektonisch überzeugendes Projekt umzusetzen. Das Hotel werde von fließenden Formen, Luft, Licht und Transparenz geprägt sein, schreibt Marazzi. rd/sda

«Cassis» senkt Preise

Die autonome Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips ist ganz im Sinne von hotellerieusuisse. Begrüsst werden insbesondere die daraus resultierenden tieferen Importpreise.

DANIEL STAMPFELI

Jetzt liegt der Ball beim Parlament. Dieses muss über die vom Bundesrat verabschiedete Vorlage zur Teilrevision des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG) befinden. Es ist davon auszugehen, dass die Vorlage nicht einfach durchgewunken wird. «Wir werden uns ganz klar für die Vorla-

ge einsetzen und unsere Meinung kundtun», sagt Thomas Allemann, Leiter Wirtschafts- und Sozialpolitik bei hotellerieusuisse. «Wir werden auch versuchen, die Parlamentarier, die sich auf der Wahlplattform von hotellerieusuisse als tourismusfreundlich geoutet hatten, in die Pflicht zu nehmen. Dieses sollen sich auch für eine liberale Grundhaltung und für eine Marktöffnung und, im Endeffekt, für günstigere Preise in der Schweiz einsetzen.» Der Verband werde auch Kommissionen respektive sämtliche Mitgliedern von National- und Ständerat anschreiben, wenn festgestellt werde, dass es in eine falsche Richtung gehen könnte. «Wir werden auch versuchen, Allianzen zu knüpfen», so Allemann.

«Diese Vorlage hat einen grossen volkswirtschaftlichen Effekt.»

Doris Leuthard
Bundesrätin, Vorsteherin EVD

Der Abbau von Marktschranken intensiviere den Wettbewerb, sen-

ke die Preise auf Konsumprodukten und verbillige die Produktionsmittel, erklärte Bundesrätin Doris Leuthard am vergangenen Freitag bei der Präsentation der bundesrätlichen Botschaft. Mit der autonomen Übernahme des Cassis-de-Dijon-Prinzips wären in der Schweiz nur noch 19 statt 52 Prozent der Importe von Marktzugangsbeschränkungen behindert. Dies ist umso bedeutender, als 82 Prozent der schweizerischen Importe aus dem EU-Raum stammen.

Diese Vorlage habe einen bedeutenden volkswirtschaftlichen Effekt, so die Wirtschaftsministerin. Der Abbau der Handelshemmnisse soll der Schweiz ein Wirtschaftswachstum von jährlich über 0,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts bringen. Nach Schätzun-

gen des Staatssekretariats für Wirtschaft ergeben sich Einsparungen von 2 Mrd. Franken pro Jahr.

«Die Vorlage entspricht unseren Forderungen in Zusammenhang mit dem Kampf gegen die Hochpreis- und Hochkosteninsel Schweiz», sagt Thomas Allemann. «Auch wenn mit der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips die Preise nicht generell um 10 oder 15 Prozent purzeln werden, sind die Auswirkungen für die Hotellerie nicht zu unterschätzen.» Ebenso wichtig sei zudem der Wachstumseffekt, denn über den Anstieg des verfügbaren Einkommens dürfe sich auch die Konsumnachfrage nach gastgewerblichen Dienstleistungen erhöhen. Mit ihrer Dienstleistung sei die Hotellerie nicht direkt betroffen, sondern es gehe rein um die

Vorleistungen, «die wir hoffentlich dank der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips günstiger einkaufen können», so Allemann.

Von den ursprünglich angemeldeten 128 Ausnahmebegehren werden gemäss Bundesratsentscheid nur 19 erfüllt. Die sechs definitiven Ausnahmen betreffen die Angabe des Alkoholgehalts von Süssgetränken, Kontrollzeichen auf Schnäpsen, Warnhinweise auf Tabakprodukten, Verbot von Blei in Farben, sicherheitsrelevante Bahnvorschriften sowie neu auch das Verbot von Wassertöpfen.

Die beschlossenen Ausnahmen vom Cassis-de-Dijon-Prinzip stellen gemäss Thomas Allemann für die Hotelbranche kein grösseres Problem dar, man wolle diese jedoch noch im Detail studieren.

«Die Auswirkungen für die Hotellerie sind nicht zu unterschätzen.»

Thomas Allemann
Leiter Wirtschafts- und Sozialpolitik
hotellerieusuisse

Arbeitslosenversicherung Höhere Lohnabzüge zur Sanierung

Der Bundesrat hat letzte Woche von den Ergebnissen der Vernehmlassung zur Teilrevision der Arbeitslosenversicherung (ALV) Kenntnis genommen. Die Botschaft will er voraussichtlich im Herbst verabschieden. Mit der Teilrevision will der Bundesrat das finanzielle Gleichgewicht der ALV wieder herstellen und die Schulden abbauen. Diese belaufen sich auf knapp fünf Milliarden Franken, wie das eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement mitteilt.

Wolle man die ALV auf eine gesunde Basis stellen, könne man nicht mehr von durchschnittlich 100 000 Arbeitslosen pro Jahr ausgehen, erläuterte Volkswirtschaftsministerin Doris Leuthard vor den Medien. Die Finanzierung der ALV

müsse künftig auf 125 000 Arbeitslose ausgerichtet werden. Leuthard schlägt deshalb vor, den Lohnabzug von 2 Prozent auf 2,2 Prozent anzuheben. Die Erhöhung soll je zur Hälfte von Arbeitgeber und Arbeitnehmer getragen werden und Mehreinnahmen von 486 Millionen generieren. Um die Schulden zu tilgen, soll der Beitragssatz zeitlich befristet um weitere 0,1 Prozent erhöht werden.

In Wirtschaftskreisen stossen diese Vorschläge auf Ablehnung. So schreibt beispielsweise die FDP in einer ersten Stellungnahme, dass es falsch sei, die Wirtschaft und die Arbeitnehmenden angesichts der wirtschaftlichen Abschwächung mit höheren Abgaben zu belasten. Die ALV-Reform müsse zwingend ausgangsbeseitigend erfolgen. ti/sda

Mehrwertsteuer Branche befürwortet Einheitssatz

Die Botschaft des Bundesrats zur Reform der Mehrwertsteuer (MWST) hat zwei Teile: eine Totalrevision des MWST-Gesetzes mit Vereinfachungen in 50 Punkten und die Einführung eines Einheitssatzes von 6,1 Prozent mit gleichzeitiger Abschaffung möglichst vieler Ausnahmen. Sowohl hotellerieusuisse als auch Gastrosuisse sowie Economiesuisse äussern sich positiv zur verabschiedeten Botschaft. Mit dem Einheitssatz würde der heutige Sondersatz für Beherbergungsleistungen von 3,6 Prozent auf 6,1 Prozent steigen, der Satz für Gastronomieleistungen von

7,6 Prozent auf 6,1 Prozent sinken. Für viele Hoteliers dürfte eine Mehrbelastung resultieren. Dass hotellerieusuisse den Einheitssatz trotzdem befürwortet, begründet Thomas Allemann, Leiter Wirtschafts- und Sozialpolitik von hotellerieusuisse, unter anderem mit dem Wachstumsschub, welcher mit dem Einheitssatz verbunden ist und der Hotellerie zugute käme (die htr berichtete in der Ausgabe Nr. 24). Zudem bringe der Einheitssatz eine Vereinfachung und eine grössere Rechtssicherheit. Das System mit drei Sätzen berge das Risiko, Fehler zu machen, die Steueranzahlungen zur Folge hätten.

Auch Gastrosuisse ist der Ansicht, dass die administrative Vereinfachung der MWST zusammen mit der Einführung eines Einheitssatzes der Schweizer Wirtschaft einen deutlichen Schub in Richtung Wachstum verleihen würde. Aus diesem Grund begrüsse Gastrosuisse den bundesrätlichen Vorschlag. Economiesuisse, der Dachverband der Schweizer Unternehmen, spricht von einer «ausgereiften Vorlage». Der Gesetzesvorschlag bringe eine Entlastung der Unternehmen im ersten Teil und eine darüber hinaus gehende Vereinfachung sowie einen zusätzlichen Wachstumsbeitrag im zweiten Teil. dst

Euro 2008: Abschiedsbild vom Finalspiel in Wien.



Euro 2008. Schlussbilanz. Sowohl die vier Schweizer Host Cities als auch die SBB sind mit dem Verlauf des Grossevents im Grossen und Ganzen zufrieden.



Alan D. Bollat

Die Stadt Bern möchte auch in Zukunft vermehrt holländische Gäste willkommen heissen.

Nicht alle sind Sieger

Aus touristischer Sicht ziehen die Schweizer Host Cities eine durchgezogene Euro-Bilanz. Hoteliers und Wirte verzeichnen unterschiedlich gute Umsätze.

DANIEL STAMPFELI

Die Tourismusverantwortlichen der vier Schweizer Host Cities der am Sonntag zu Ende gegangenen Euro 2008 ziehen unterschiedliche erste Schlussbilanzen. «Die Berner Hotellerie wird sehr wahrscheinlich den Monat Juni mit einer satten Null abschliessen», sagt Thomas Lüthi, Vizedirektor Bern Tourismus. Bis zum 18. Juni zeichne sich gegenüber dem bereits sehr guten Juni 2007 bei den Logiernächten eine leichte Zunahme ab. Für die Zeit danach wird mit einem geringen Rückgang gerechnet. «Mit den Holländern hatten wir quasi einen Lotto-Sechser», so Lüthi. Die weltweit verbreiteten positiven Bilder hätten geholfen, die Bekanntheit Berns zu steigern. Nun evaluiere Bern Tourismus, inwiefern der niederländische Markt weiter bearbeitet werden soll. Dazu wurde eine Umfrage bei den Berner Hotels zu ihren Erfahrungen mit den holländischen Gästen gestartet. Auch habe man Kontakt

mit Schweiz Tourismus Holland aufgenommen, um ein gemeinsames Marktbearbeitungskonzept zu evaluieren. Insgesamt besuchten 930 000 Fans die Public Viewings und die Fanzonen in Bern. Rund 200 000 Gäste kamen aus dem Ausland. «Wir rechnen mit weniger Logiernächten als letztes Jahr», stellt Maurus Lauber, Leiter Marketing Zürich Tourismus, fest. Verloren habe man beim Kongress- und Geschäftstourismus sowie dem klassischen Städte-reisentourismus. Lauber erachtet die Euro 2008 als Investition und Chance für die Zukunft. «Wir konnten Zürich einem ganz neuen Zielpublikum zeigen.» Der nachhaltige Effekt der Euro in den Teilnehmerländern könnte sich bereits in diesem Jahr ausahlen, denn die Medienpräsenz sei in Frankreich, Italien und Rumänien sehr gross gewesen. Schlechte Geschäfte habe die gehobene Gastronomie während der Euro 2008 verzeichnet, so Lauber. Denn man gehe abends weniger zum Essen aus und verplege sich allenfalls in Fanzonen.

Raphael Wyniger, Vizedirektor Basel Tourismus, geht «von einem leichten Logiernächteplus gegenüber dem Juni des Vorjahres aus, und dies bei höheren durchschnittlichen Zimmerpreisen». Für die Gastronomie zeichne sich ein durchgezogenes Bild ab.



Mit den sechs Spielen in der RheinStadt habe der Bekanntheitsgrad Basels ganz klar gesteigert werden können. «Mit der zweiten Hälfte der Fussball-Europameisterschaft sind positive Bilder unserer Stadt in dem für uns wichtigsten Markt Deutschland generiert worden», so Wyniger.

Sehr zufrieden gibt sich auch die Genfer Hotellerie. Sie geht gegenüber dem Juni 2007 von 15 000 bis 20 000 zusätzlichen Logiernächten aus. «Und vor allem haben wir unseren Gästen Lust bereitet, wieder zu kommen», zieht François Bryand, Generaldirektor von Genève Tourismus, Bilanz. Das sei der wahre touristische Erfolg der Euro 2008. Während der ganzen Zeit besuchten insgesamt 626 000 Personen die Fanzone im Genfer Plainpalais.

Schweiz dankt per TV-Spot

Mit dem TV-Spot «Danke» verabschiedet die Schweiz die Mannschaften der Euro 2008 und alle Fans, die in der Schweiz mitgefiebert haben. Gleichzeitig werden sie eingeladen, das Alpenland erneut zu besuchen. Der vom Schweizer Standortmarketing Euro 2008 produzierte Spot zeigt die Sehnsucht von Schweizerinnen, die sich als Gastgeberinnen engagiert haben.

Der Verfasser des kreativsten und witzigsten Spruchs zum EM-Gastgeber Schweiz gewinnt zwei Übernachtungen für zwei Personen im Luxushotel Giardino in Ascona und zwei Swiss-Flexi-Pässe für drei Tage freie Fahrt auf dem Streckennetz von Swiss Travel System. **Link zum TV-Spot:** www.switzerland.com/aufwiedersehen

Aus der Region

Graubünden

Silvaplana stimmt einer Ausnahme zu

Vergangene Woche sprach sich die Gemeinde Silvaplana für eine Ausnahmeregelung für zehn Zweitwohnungen aus, wie die «Engadiner Post» berichtete. Damit soll das geplante Vier-Sterne-Hotel mit den 94 Zimmern und 188 Betten in Surlejquer finanziert werden. Auf dem Dach der Tiefgarage des geplanten Hotels, sollen zwei Wohnhäuser mit zehn Zweitwohnungen entstehen. Für die Zweitwohnungen ist eine Fläche von 1322 Quadratmeter vorgesehen. Die Ausnahmeregelung ist an Bedingungen geknüpft, so muss das Hotel etwa vor den Wohnungsbauarbeiten fertiggestellt sein.

10 Prozent mehr Logiernächte in Davoser Hotels

Das Reservationssystem «Deskline» der Davos Destinations-Organisation verzeichnet für 2007/08 ein Rekordjahr. Die Hotelbuchungen erreichten mit



Christof Sonderegger

21 348 Logiernächten ein Plus von 10% gegenüber dem Vorjahr und bei Ferienwohnungen mit 72 344 sogar eine Zunahme von über 12,5%. Mit 6 825 000 Franken Vermittlungsumsatz überschritten die Gesamtbuchungen erstmals deutlich auch die 6 Millionen-grenze. Dies ist eine Zunahme von 14,6 Prozent.

Von der Kunst, den Schnee zu übersommern

Das Eidg. Institut für Schnee- und Lawinenforschung geht mit Fachleuten der Davos Destinations-Organisation der Frage nach, ob und mit welchen Methoden es wirtschaftlich ist, Kunstschnee über den Sommer hinweg zu lagern. Im Projekt «Snow Farming» haben die Forschenden einen Schneehaufen zur Hälfte mit Vlies und zur anderen Hälfte mit Sägespänen abgedeckt. Nächsten Frühling soll die Auswertung der Messungen, sowie ein Simulationsstool zur Planung von Schneedecks zur Verfügung stehen.

Ostschweiz

Der Säntis Schwebebahn geht es gut



zvg

An der Generalversammlung der Säntis-Schwebebahn AG präsentierte Verwaltungsratspräsident Hans Höhener gute Zahlen: Das Betriebsergebnis für das Jahr 2007 beläuft sich auf 2,6 Mio. Franken, 462 297 Passagiere wurden befördert. Die Aktionäre verzichten im Hinblick auf das Schwägalp-Neubauprojekt auf eine Dividende.

«Events ohne SBB – undenkbar»

Alles lief rund: Barbara Häni, Projektleiterin Euro 2008 bei der SBB, zieht eine positive Schlussbilanz.

THERES LAGLER

Barbara Häni, wie viele Personen hat die SBB während der Euro 2008 transportiert? Während der letzten drei Wochen, die ganz im Zeichen des Fussballs standen, beförderte die SBB gegen zwei Millionen zusätzliche Gäste auf ihren Zügen. Wir hatten das Ziel, im Fernverkehr 60 Prozent und im

Regionalverkehr 80 Prozent der Fans mit dem ÖV zu transportieren. Wir können heute schon sagen, dass wir diese Vorgaben übertrafen haben.

Nach dem Spiel Holland-Russland musste der Bahnhof Basel zeitweise gesperrt werden. War das gefährlich? Für die Kunden und Mitarbeiter bestand kein Sicherheitsrisiko, weil wir rechtzeitig reagierten. Wir schlossen den Bahnhof, um die Leute auf die Züge zu bringen und wieder Platz zu schaffen. Nur so war ein Durchkommen möglich.

Während der Euro waren Mitarbeitende der SBB-Administration als Kundenbetreuer im Einsatz. Bewährte sich das? 1400 Kundenbetreuer nahmen unsere Gastgeberrolle an den Bahnhöfen wahr. Das war sicher einer unserer Erfolgsfaktoren. Die SBB-Mitarbeiter in ihren Smiley-Gelb-farbenen Westen waren gut erkennbar und konnten den Fans rasch und unkompliziert weiterhelfen.

Wie steht's mit den Finanzen? Wir gehen davon aus, dass wir sicher eine schwarze Null erreichen. Die Kosten sind gedeckt,



Christine Strub

Barbara Häni, Projektleiterin der Euro 2008 bei der SBB.

eventuell liegt sogar ein kleiner Gewinn drin.

Was kann die SBB mit in die Zukunft nehmen? Zum einen zeigt sich, dass Grossveranstaltungen ohne SBB fast nicht mehr denkbar sind. Der Verkehr konnte so reibungslos bewältigt werden, dass wir uns noch besser positionieren konnten. Zum andern wird das Konzept Kundenbetreuung sicher ausgebaut. Ich denke aber auch, dass die ganze Schweiz etwas mitnehmen kann: Drei Wochen fröhliches und friedliches Miteinander.

Schlusspiff

Abbau in den Host Cities in vollem Gang

Nach dem Finalspiel der Euro 2008 in Wien geht es in den acht Austragungsorten ans Aufräumen. In der Stadt Bern sind die Bühnen, Zäune und Zelte bereits aus dem Stadtbild verschwunden. Die Euro-Fahnen werden für einen guten Zweck versteigert. In Zürich und Basel dauern die Abbrucharbeiten noch an. tl



zvg

Arenen mitverfolgt. Die Veranstalter der Bieler Agentur «Perion 8» zeigten sich zufrieden, obwohl das Ziel von 1,5 Millionen Besuchern verpasst wurde. Der Zuspruch der Fussballfans fiel von Ort zu Ort sehr unterschiedlich aus. Am meisten Zuschauer zählte Lausanne mit 133 230, am wenigsten Buchs mit 34 330. tl/sda

Hohe Einschaltquoten bei den TV-Sendern

1,59 Millionen Fussballfans verfolgten am Sonntagabend das Finalspiel Deutschland-Spanien auf SF 2. Die deutschen TV-Sender ARD und ZDF verzeichneten während der Euro 2008 die besten Quoten aller Zeiten. Den Final schauten sich 28,05 Millionen an. In Spanien verfolgten 14,48 Millionen den Final. Das entspricht Marktanteilen von 82 respektive 89 Prozent. tl/sda

In der Schweiz floss das Bier reichlich

Die Brauerei Feldschlösschen, Tochtergesellschaft von Carls-

berg, ist mit dem Bierkonsum in den Stadien und den offiziellen Fanzonen der Schweiz zufrieden. Der Absatz stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode um



Alan D. Bollat

satte 20 Prozent. Im Partnerland Österreich konnte der Absatz des Sponsoren-Biers nur um 10 Prozent gesteigert werden. Das hängt auch damit zusam-

men, dass die Fanzonen der Schweiz fast ein Drittel mehr Besucher zählten. tl/sda

Bundesbudget kann eingehalten werden

«Wir haben bewiesen, dass wir einen Grossanlass wie die Euro 2008 perfekt durchführen können, und haben gezeigt, wie man ein Fussballfest feiert.» Dieses Fazit zog Bundesrat Samuel Schmid nach dem letzten Spiel in der Schweiz. Er wies darauf hin, dass die Euro 2008 nun evaluiert werde, um Erkenntnisse für künftige Sportanlässe zu gewinnen. Das Bundesbudget von 82,5 Mio. Franken konnte eingehalten werden. tl

Fast eine Million Fans in den UBS-Arenen

951 705 Personen haben die Euro-Spiele in einer der 16 UBS-

Aus der Region

Zentralschweiz

Das Tropenhaus Wohlen wird Ende 2009 eröffnet

Am 26. Juni fand der Spatenstich für das neue Tropenhaus Wohlen statt, ein 16,5 Mio.-Franken-



Projekt. Auf 7500 Quadratmetern entstehen ein Erlebnis-Tropengarten, ein Restaurant, ein Laden sowie eine Produktionsfläche und ein 2500 Quadratmeter grosses Besucherhaus. rd

Das Ende einer 350-jährigen Hoteltradition

Auf Ende 2008 stellt das Hotel Wysses Rössli in Schwyz seinen Betrieb ein. Damit kommt eine über 350-jährige Hoteltradition am Hauptplatz in Schwyz an ihr Ende. Das «Wysses Rössli» konzentriert sich künftig auf die gehobene Gastronomie. Der Hotelbetrieb wird laut Medienmitteilung vom Dienstag aus betriebswirtschaftlichen Gründen eingestellt. Der Besitzer Karl Trütsch hatte das Hotel 2002 gekauft und die Zimmer renoviert. Sie umfassen eine Gesamtfläche von tausend Quadratmetern und werden künftig als Büro-, Praxis- oder Wohnung vermietet. rd/sda

24 neue Zimmer im Hotel Radisson SAS in Luzern



In einer sechsmonatigen Umbauzeit erhielt das Radisson SAS Hotel Luzern 22 neue Zimmer sowie zwei Suiten im bisher nicht genutzten Teil der 2. und 5. Etage des Lakefront Centers. Ernst Maréchaux, Initiator des Centers, das seit Sommer 2006 neben dem Hotel auch Büros und Ladenflächen beherbergt, investierte 2,5 Mio. Franken in diesen Umbau. rd

Aus dem cahier français

Vorbereitete Infos via Handy: Erste Region Grimentz

«Unser System Yellow Sign könnte auch bald Englisch, Italienisch und Deutsch sprechen», sagt Alexandre Cotting, Chef des Projekts der RFID (Radio Frequency Identification) in Siders. Es geht um ein neues System für touristische Auskünfte via Natel, vorerst nur in französischer Sprache, für die Pilotregion Grimentz und Umgebung im Val d'Anniviers. Die erste Bilanz ist positiv. Seit August 2007 testet Grimentz die Technologie. An seinen acht meistfrequentierten Stellen wurden «Yellow-Sign»-Tafeln installiert. Gäste können mit ihrem Handy vorbereitete Auskünfte abrufen. em/kjv

Schulhotels: Zukunft noch gesichert

Obwohl sie nicht müssten, schicken die Kantone die Lernenden weiterhin ins Schulhotel.

GUDRUN SCHLENZKE

Als im 2005 im Zuge des neuen Berufsbildungsgesetzes das BBT-Reglement für die interkantonal geführten Fachkurse für die Grundbildung im Hotelfach aufgehoben wurde, war die Angst um das Fortbestehen der sechs Schulhotels in der Schweiz gross. Bis dahin mussten alle Kantone ihre Lernenden in die von Hotellerieorganisationen organisierten 5-Wochen-Blockkurse schicken. Für eine Übergangsfrist von drei Jahren verpflichteten sich die Kantone weiterhin dazu. Mit Ausnahme des Kantons Zürich, der seit drei Jahren den Lehrbetrieben die Wahl zwischen Schulhotel und kantonalen Berufsfachschulen lässt.

Kantone bleiben dem System Schulhotel treu

Doch das Gros der Kantone hält auch in Zukunft am Schulhotel-System fest. Man sei sehr zufrieden mit der Ausbildung und müsse sonst ein eigenes Programm auf die Beine stellen, was gerade bei der Hotelfachfrau/-mann-Grundbildung vor allem für die über-

betrieblichen Kurse eine gewisse Infrastruktur – Hotelzimmer, Réception, Lingerie – aberlangt. «Die Qualität der Schulhotels stimmt, und wir müssten neue Kurse auf die Beine stellen und neue Räumlichkeiten schaffen», meint Benno Keller, Ausbildungsberater beim Kanton St. Gallen. Im Kanton Graubünden sind die Bedürfnisse der Saisonhotellerie der Hauptgrund. «Wenn die Schulhotels nicht wären, müssten wir selber ein solches Block-Angebot anbieten», ist für Ruedi Schindler, Berufsinspektor beim Kanton, klar. Eine bis 2012 gültige Leistungsvereinbarung zwischen Hotellerie und der Schweizerischen Berufsbildungsämter-Konferenz SBBK untermauert die Zusammenarbeit mit den Kantonen.

Ausbildung am Schulhotel kostet weniger als an der Berufsschule

Eine Wahlfreiheit zwischen Schulhotel und Berufsschule bieten ab kommendem Lehrjahr neben Zürich auch der Kanton Bern. Doch die Betriebe bleiben den Schulhotels mehrheitlich treu: Von insgesamt 50 angehenden Hotelfachfrauen/-männern im Kanton Bern, werden 30 ins Schulhotel geschickt, 20 an die Berufsschule. «Mit der Wahlfreiheit wollen wir den Stadthotels entgegenkommen», erklärt Andreas Zysset, Vorsteher Abteilung Berufsschulen am Kanton Bern. Dafür greift der Kanton sogar tiefer in die Tasche:

Pro Lernendem und Jahr zahlt der Kanton Bern den Schulhotels rund 4500 Franken. An den kantonalen Berufsschulen kostet die gleiche Ausbildung den Kanton 6000 Franken, die Kosten für die schulische Infrastruktur nicht einberechnet.

Demographische Entwicklung bleibt als Herausforderung

Das Demoklesschwert, das über den Schulhotels noch schwebt, ist die demographische Entwicklung. Ab kommendem Jahr ist mit sinkenden Schülerzahlen zu rechnen. Während die Hochschulen bei der Studentenzahl bis 2012 um 19 Prozent zulegen sollen, wird die Sekundarstufe II, zu der auch die beruflichen Grundbildungen ge-

Neue Weiterbildung Persönlich fit für die Réception

Berufsleute in der Réception sind Mangelware. Deshalb bietet Hotellerieausbildung ab Oktober einen Receptionskurs an. Wenig Technik und viel Persönlichkeitstraining ist das Credo. «An der Réception braucht es Personen, die menschlich fit sind für diese Schlüsselrolle», so Peter Grossholz, Leiter Weiterbildung bei Hotellerieausbildung. 12 haben sich bereits angemeldet, davon sieben direkt ab Hotelfach-Grundbildung. Infos: reception@hotellerieausbildung.ch



Reale Hotelpraxis bietet das Schulhotel Regina in Interlaken.

hören, um 7 Prozent verlieren, so die Prognose des statistischen Bundesamtes. Im Kanton Bern rechnet man deshalb bei den Berufsfachschulen durchaus mit einem Konzentrationsprozess. Um dem entgegenzuwirken, freuen sich die Berufsschulen über neue Bildungsangebote. Neben der Berufsschule in Bern möchte auch jene in Interlaken die Ausbildung zur Hotelfachfrau offeneren, im

Internet tut man dies bereits. Diese Woche entscheidet die kantonale Rektorenkonferenz über Ja oder Nein. Hotellerieausbildung derweil das einzige ganzjährige Schulhotel Regina in Interlaken fit für die Zukunft und investiert gut 4 Mio. Franken in die Sanierung. «Wir halten Ausschau nach neuen Märkten», verrät Barbara Holzhaus, Leiterin der beruflichen Grundbildung bei Hotellerieausbildung.

Barwa bringt neues Gästesegment

Das geplante Bürgenstock-Resort bringt, wenn es wirklich gebaut wird, der Zentralschweiz Gäste aus neuen Zielmärkten. Und neue MICE-Möglichkeiten.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Luzerner Touristiker sind zuversichtlich, dass das Hoteldorf auf dem Bürgenstock auch wie angekündigt gebaut wird. Die Rosebud Group und der Investor, die Barwa Real Estate Company aus Katar, versprochen letzte Woche, 300 Mio.



Auf dem Bürgenstock entsteht für 300 Mio. Franken ein Resort.

Franken in das Bürgenstock-Resort zu investieren (siehe htr vom 26.6.). Wenn den vielen Rosebud-Versprechungen jetzt Taten folgen, freut's die Zentralschweizer.

Der Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren rechnet mit neuen Gästesegmenten und überlegt sich, die Marketingmassnahmen im Mittleren Osten auszubauen. Dafür möchte er vom Beziehungsnetz der Katarer Barwa profitieren. Neue Chancen

«Es zeigt sich, dass unsere Region für Investoren attraktiv ist.»

Marcel Perren
Luzerner Tourismusdirektor

ortet er auch im Tagungs- und Incentive-Bereich. «Auf dem Bürgenstock lässt sich abgeschirmt und sicher tagen», sagt Perren. Erste Gespräche bezüglich Marketingmassnahmen haben stattgefunden, denn die Bürgenstock AG ist Aktionärin der Luzerner Tourismus AG. «Im September sind weitere Sitzungen geplant». Perren ist im Hoch, denn nebst dem Bürgenstock bekommt seine Region weitere Gästemagne-

te: Sawiris' Resort in Andermatt und das Weggiser Hotel Hertenstein, das zum Luxushotel umgebaut wird. «Es zeigt sich, dass unsere Region für Investoren attraktiv ist», freut sich Marcel Perren. Auch die Hoteliers haben nichts gegen einen neuen Mitbewerber: «Ich finde es wichtig, dass in der Region in Luxushotels investiert wird», sagt Thomas Kleber, Direktor des 5-Sterne-superior Park Hotel Vitznau. Befürchtungen, Gäste an das neue Resort zu verlieren, hat er keine. «Ich glaube vielmehr, dass diese Hotels neue Gäste generieren. Die Region hat noch Potenzial für 5-Sterne-Häuser.»

Zum Tod von Emil Wartmann

Der Winterthurer Emil Wartmann hat das Gastgewerbe nachhaltig beeinflusst. Er starb am 26. Juni im Alter von 82 Jahren.

HANSPETER GSELL

Emil Wartmann bezeichnete sich immer als «Wirt und Unternehmer». Dies mag zwar formell korrekt sein, verwehrt aber den Blick auf das Wesentliche. Denn wie kaum ein anderer hat er den Wandel im schweizerischen Gast-

gewerbe mit beeinflusst. Der Winterthurer Emil Wartmann war Regionaldirektor der Mövenpick, als er 1965 das Bahnhofbuffet Basel übernahm. Als er es 1986 seinem Nachfolger übergab, war der Betrieb nicht wiederzuerkennen. Aus den alten Ess- und Trinkhallen war ein eigenlicher Multiplex-Betrieb entstanden, der neue Massstäbe setzte.

1968 gründete er die Gastrag. Unter seiner Leitung entstanden moderne Restaurant-Konzepte; schweizweit wurden Dutzende von neuen Betrieben eröffnet. In den 70er-Jahren war er Mitglied im

Zentralvorstand des SHV, als Stiftungsrat stellte er sein Wissen der neuen Hotelfachschule Lausanne zur Verfügung.

Emil Wartmann verstand das Gastgewerbe immer auch als Gesamtkunstwerk: Essen, Trinken und Sein; gestaltet durch Farben, Geräusche, Gerüche und Gesten. «Die wahre Kunst ist es, das Gewöhnliche aussergewöhnlich gut zu machen.» Denn – gute Kunst entlässt den Betrachter und somit den Gast anders, als wie er kam. Auch Emil Wartmann entlässt seine Betrachter anders, als wie sie kamen.

IG bus alpin lanciert Plattform für innovative öV-Angebote

Vertreterinnen und Vertreter der acht IG bus alpin-Mitgliedsregionen haben sich Ende Juni in Binn VS zu einem ersten Erfahrungsaustausch getroffen. Neue Mitglieder sind der Parc régional Chasseral im Berner Jura und das Bleniotal im Tessin. Alle Angebote und Fahrpläne der IG bus alpin-Regionen finden sich auf der neu geschaffenen Internetplattform www.busalpin.ch. Dieses soll laufend ausgebaut und so zu einem Portal für naturnahe Ausflüge in Geheimtipp-Regionen entwickelt werden. rd

Reka steigert Semesterumsatz um 11 Prozent

Die Schweizer Reisekasse (Reka) ist auch 2008 auf Erfolgskurs: Sie steigerte im ersten Halbjahr den Umsatz um knapp 11 Prozent auf 313,7 Mio. Franken. Die Zahl der Übernachtungen in den Reka-Ferienwohnungen erhöhte sich um 1,8 Prozent. Über 4000 Arbeitgeber geben verbilligte Reka-Checks an ihre Mitarbeitenden ab, davon konnten 100 neue Firmen im abgelaufenen Semester gewonnen werden. Für das ganze Jahr rechnet Reka mit einer Umsatzsteigerung von 4 bis 6 Prozent. rd/sda

«Importierte Produkte sind zu teuer»

Simonetta Sommaruga setzt sich für tiefere Preise ein, will aber auch die Chancen für die Schweizer Landwirtschaft verbessern. Sie ist überzeugt, dass Hotellerie und Gastronomie eine wichtige Rolle dabei spielen könnten.

THERES LAGLER

In der Schweizer Hotellerie und Gastronomie sind Standortnachteile ein häufiges Thema. Gibt es aus Ihrer Sicht auch Standortvorteile?

Mit unseren spektakulären Landschaften, die von den Zentren aus gut zu erreichen sind, haben wir eindeutig einen Standortvorteil. Die Schweiz bietet eine grosse Vielfalt und in der Regel einen sehr hohen Qualitätsstandard. Die Hotellerie ist international weitgehend konkurrenzfähig. Und zwar nicht, weil sie auf Massen setzt, sondern weil sie individuelle Wünsche berücksichtigt.

Wo gibt es aus Sicht der Konsumenten Verbesserungspotenzial?

Ein Punkt, der mir besonders am Herzen liegt, ist die Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft. Gerade in den touristischen Gebieten ist die Nähe zur Landwirtschaft ein Pluspunkt. Immer mehr Konsumenten wollen wissen, woher die Lebensmittel stammen. Sie schätzen es, wenn die Produkte aus der Region sind und die Wertschöpfung in der Region bleibt. Das ist ihnen wichtiger als der Preis. Dieses Potenzial wird von der Hotellerie und der Gastronomie noch viel zu wenig ausgeschöpft.

Worauf führen Sie es zurück, dass die Hoteliers und Bauern nicht so recht zueinander finden?

Ich höre zwei Gründe. Beide überzeugen mich nicht. Zum einen heisst es, man müsse bei den Lebensmitteln sparen, um die Kosten zu senken. Als Folge davon steht dann irgendein Allerweltsprodukt auf dem Tisch. Zum andern heisst es, dass es schwierig sei, mit den Landwirten zu kooperieren. Da braucht es sicher auf beiden Seiten noch Anstrengungen.

Themen wie das Agrar-Freihandelsabkommen mit der EU entscheiden die beiden Branchen auf politischer Ebene.

Das zeigte letzte Woche ein Streitgespräch in der htr hotel revue. Liegt nicht darin ein grosses Problem?

Beim Agrar-Freihandelsabkommen mit der EU könnten Hotellerie und Gastronomie eine wichtige Brückenfunktion einnehmen. Kooperieren sie vermehrt mit der Landwirtschaft, entstehen neue Absatzkanäle für die Bauern, die Ausstrahlung ins Ausland haben. Das bedingt natürlich, dass nicht nur im Hintergrund zusammengearbeitet wird,

«Die Konsumenten schätzen es, wenn die Lebensmittel aus der Region stammen.»

sondern bei den Gästen aktives Marketing betrieben wird. Das Freihandelsabkommen mit der EU sollte so verstanden werden, dass Produkte, die an anderen Standorten besser hergestellt werden können, importiert werden, gleichzeitig aber auch die Chancen der Schweizer Landwirtschaft verbessert werden.

Das Freihandelsabkommen ist nebst dem «Cassis-de-Dijon»-Prinzip und den Parallelimporten ein Puzzlestück, um das Kostenniveau in der Schweiz zu senken. Welche Position nehmen Sie dazu ein?

Importierte Produkte sind in der Schweiz 15 bis 20 Prozent teurer als in den umliegenden Ländern. Das stört aus Konsumentensicht extrem. Wenn wir die Preise nach unten bringen wollen, dann braucht es diese drei Massnahmen. Sie gehören zusammen.

Der Bundesrat und der Nationalrat wollen aber nichts von der Zulassung von Parallelimporten wissen. Das Geschäft kommt im Herbst in den Ständerat. Ich werde dafür kämpfen, dass wir eine Lösung finden. Klapp

Zur Person Grosses Engagement für die Konsumenten

Simonetta Sommaruga (48) ist seit dem Jahr 2000 Präsidentin der Stiftung für Konsumentenschutz. Zuvor war sie deren Geschäftsführerin. Sie referierte letzte Woche am Tag der Berner Oberländer Hotellerie. Die SP-Politikerin gehört seit 2003 dem Ständerat an. Von 1999 bis 2003 war sie Nationalrätin. Die ausgebildete Pianistin ist verheiratet und wohnt in Köniz. **tl**



Kerstone

Kämpferisch, aber stets auch lösungsorientiert: Ständerätin Simonetta Sommaruga.

es nicht, rechne ich damit, dass eine Volksinitiative ergriffen wird. Seit Anfang Jahr lassen wir bei landwirtschaftlichen Produktionsmitteln Parallelimporte zu. Seither wurden Pflanzenschutzmittel bis 50 Prozent günstiger. Das könnten wir auch in anderen Bereichen haben.

Kommen wir weg von der Preispolitik: Was halten Sie davon, dass es in der Schweiz zwei Hotelklassifikationen gibt?

Ich weiss, dass in der Branche hart darüber diskutiert wurde. Aus Konsumentensicht ist man sicher froh, wenn es möglichst wenige, dafür zuverlässige Labels gibt. Es ist meines Erachtens aber keine Katastrophe, wenn zwei Klassifikationen bestehen. Das Informationsverhalten der Konsumenten hat sich verändert. Es gibt zahlreiche Austauschformen von Gästen im Inter-

net. Ein Klassifikationssystem ist für viele wichtig, aber es ist längst nicht mehr das einzige Auswahlkriterium.

Was ist Ihnen denn als Gast besonders wichtig?

Ruhe und Stille werden mir immer wichtiger. Mit Musik beim Frühstück kann man mich beispielsweise vertreiben. Vor allem wenn es irgendeine belanglose Musik ist.

Und wo verbringen Sie die so genannten schönsten Tage im Jahr?

Welche Tage meinen Sie? Ich erlebe viele schöne Tage (lacht). Da ich wegen meiner Arbeit relativ viel reise, bleibe ich in den Ferien häufig in der Schweiz. Ich gehe sehr gerne ins Hotel, miete ab und zu aber auch eine Ferienwohnung, weil ich gerne selber koche. Es gibt keinen Ort, an den ich immer wieder zurückkehre. Ich probiere gerne Neues aus. Das wichtigste bei einem Hotelaufenthalt ist für mich nebst einer angenehmen Umgebung ein gutes Betriebsklima mit aufmerksamen und motivierten Mitarbeitenden. Die Stimmung im Hotel hat einen grossen Einfluss auf mein Wohlbefinden.

Standpunkt

Der Weg vom Praktikum zur Employability



CHRISTOPH ROHM

Ich schätze die Praktika während unserer Ausbildung sehr und bin froh, dass wir diese Gelegenheit haben. Durch diesen Bezug zur Praxis habe ich mein Berufsziel immer vor Augen, was für mich sehr wichtig ist.

«Als Quereinsteigerin hatte ich im Küchenpraktikum oft einen schweren Stand. Aber ich bin stolz, durchgehalten zu haben.»

«In meinem Junior-Kader-Praktikum habe ich an einem Tag mehr gelernt als in einem ganzen Semester am Gymnasium.»

«Den Verantwortlichen von Praktikumsbetrieben gebührt für ihr Engagement grosser Dank!»

Diese Aussagen von Studierenden unserer Hotelfachschule verdeutlichen, welch grosse Bedeutung angehende Hoteliers den Praktika beimessen. «Lernerträge» manifestieren sich bekanntlich als Wissen und Können. Für Heinrich Pestalozzi stand das Können klar im Vordergrund. Wissen dürfe nicht Selbstzweck sein, sondern habe das für das Bewältigen des Lebens notwendige Können zu stützen. Erst im Können, in der praktischen Verrichtung von Lebensaufgaben erweise sich wahre Bildung. Vor diesem Hintergrund ist das Bestehen der Praktika auf dem Weg zum Diplom einer Hotelfachschule zentral.

Was Heinrich Pestalozzi vor rund 200 Jahren zum Ausdruck brachte, assoziiert man heute mit dem Trendbegriff «Employability». Man meint damit die Fähigkeit, fachliche, soziale und methodische Kompetenzen unter sich wandelnden Bedingungen zielgerichtet und eigenverantwortlich zu entwickeln und einzusetzen.

Die Hotelfachschulen schaffen Möglichkeiten, ihre Studierenden bezüglich «Employability» zu sensibilisieren. Neben dem Studiumsalltag bieten sich diesen in den Praktika einmalige Chancen, das Bewusstsein für die zunehmende Dynamik und Innovationsabhängigkeit in Hotels und Restaurants zu schärfen. Den Verantwortlichen in hunderten von Praktikumsbetrieben gebührt für ihr zu selten beachtetes Engagement in dieser Aufgabe grosser Dank!

Christoph Rohm ist Direktor der Hotelfachschule Thun

Bergwiesen, Seewasser, Städtebummeln. Sommer.



ELSBEETH HOBMEIER
CHEFREDAKTORIN

Zum Thema Sommer

Summer in Abu Dhabi. Kostenlos ins Museum in Florida. Golf im Terme di Saturnia Spa-Golf Resort in der Toscana. Fünf-Jahres-Feier im Palais Coburg in Wien. Oregon entdecken auf den Spuren der indianischen Ureinwohner. Eröffnung des ersten Mövenpick-Hotels in Ho Chi Minh City in Vietnam. Sandbank Dinner auf den Malediven. Eine Fangokur in Abbano Terme.

Das ist nicht etwa meine geheime Ferien-Wunschliste

mit allen Destinationen, die ich in meinem Leben noch abhaken möchte. Es ist auch nicht eine Auswahl von Destinationen, zwischen denen ich im Blick auf meine nahenden Sommerferien noch schwanke.

Nein, diese Aufzählung ist schlicht ein Blick auf meine E-Mails der letzten drei Tage mit touristischen Angeboten, die clevere PR-Büros uns Journalisten für eine Berichterstattung ab Schreibtisch oder auch vor Ort schmackhaft machen möchten.

«Pech gehabt: Diesen Sommer bin ich resistent gegen alle Verlockungen. Ich bleibe in der Schweiz.»

Pech gehabt: Diesen Sommer bin ich resistent gegen sämtliche Verlockungen. Ich bleibe zuhause, in der Schweiz! Zum ersten Mal seit meiner Kindheit, und das ist eine sehr lange Zeit. Für eine passionierte Globetrotterin wie mich ist das ein verblüffender

Entscheid – verblüffend für mein Umfeld, verblüffend aber auch für mich selber. Schuld daran ist der Bielersee direkt vor meinem Zuhause. «Ach, wieder mal Zeit haben für einen morgendlichen, ausgedehnten Schwumm», geht mir durch den Kopf. Dann schweift der Blick hinauf zu den Jurahöhen. «Ach, endlich die angefangene Wanderung über den Höhenweg von Zürich bis Genf fortsetzen», denke ich. «Wow, dort draussen in die saftigen Wiesen liegen und in den

Himmel schauen», wünsche ich mir, wenn ich mit dem «Golden Pass» von Zweisimmen nach Gstaad durch die herrlichen Bergwiesen fahre. Engadin, Wallis, Lac Léman, Vierwaldstättersee – überall da möchte ich wieder mal so richtig sein können, zeit- und ziellos.

Ich freue mich auf die sommerliche Schweiz. Und habe deshalb für Abu Dhabi, Florida und Oregon nur ein Schulterucken übrig. Sie können warten... der nächste November kommt bestimmt.



«Die Politik kann von den Jodlern lernen. Auch sie muss wieder vermehrt den guten Ton pflegen.»

Bundesrat Hans-Rudolf Merz am eidg. Jodlerfest



Strahlen mit der Sonne um die Wette: die **Diplomierten** des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement mit Kursleiter **Peter B. Grossholz** (r.).
Bilder Gudrun Schleniczek

Zu Managern ausgebildet

Das eidgenössisch anerkannte **Hotelmanagement-Diplom** ist ein begehrter Titel. 20 frisch Diplomierte wurden an der HF Thun gefeiert.

GUDRUN SCHLENICZEK

Das ist Ihre Eintrittskarte in die Führungssetzungen der Hotellerie, leitete hotellerieuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel seine Gratulationsrede letzten Freitag bei der Diplomerfeier an der Hotelfachschule Thun (HF Thun) ein. Gerichtet waren die Worte an die 20 frisch Diplomierten des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement. Seit fast 40 Jahren besteht diese von hotellerieuisse und der HF Thun getragene Weiterbildung. Das frühere «Unternehmerseminar» trägt nun seit zwei Jahre die eidgenössische Anerkennung auf der Stufe Höhere

Fachschule. Die steigende Nachfrage bestätigt das Studienkonzept: Starteten beim frisch abgeschlossenen Zyklus 25 Teilnehmer, so waren es beim 34. Zyklus schon 31 und für jenen, der im Herbst beginnt, sind bereits 30 eingeschrieben. Der Blockunterricht kommt der gastgewerblichen Arbeitszeit entgegen, der anderthalb Jahre dauernde Kurs versteht sich als «General-Management-Ausbildung», begründet Kursleiter Peter B. Grossholz von hotellerieuisse den Erfolg.

Die Diplomanden: Ehrensperger Andreas, Gottlieb Duttweiler Institut; Florian Rudolf aus Silvaplana; Hollenstein Jan, Gastronomie-Chef im

Opernhaus Zürich; Hunziker Raymond, Food & Beverage Manager, Widder Hotel Zürich; Jaggi Anita, Küchenchefin des Dienstleistungszentrums Sumiswald; Josi Thomas, Direktor Hotel Randolins, St. Moritz; Maeder Daniela, Empfangsleiterin im Hotel Schweizerhof Lenzerheide; Meile Barbara, Chef de Réception Ferienart Resort & Spa, Saas-Fee; Rickhoff Carmen, Stv. Geschäftsführerin des Restaurants zum Braunen Nutz in Basel; Roedenbeck Erik W., Front Office & Sales Manager, Romantik Seehotel, Küsnacht; Rüegg Thomas, Inhaber Hotel Weiss Kreuz, Thusis; Scaless-Brunner Séverine, Assistentin der Geschäftsleitung der Avenzia AG, Sarnen; Schaffner Patrick, Bankettleiter, Hotel Seedorf-Plaza, Pfäfers; Schössler Silvana, Direktionsassistentin, Hotel Chesara Rosalich, Celina; Schneider Pascal, Resident Manager, Hotel Allegro, Bern; Schütt Carsten, Sachbearbeiter Finanzbuchhaltung, Victoria-Jungfrau Collection AG, Interlaken; Stalder Dominik, Direktor Hotel Altein, Arosa; Steiner Thomas, Direktor Parkhotel Delta, Ascona; Vetsch Andreas, Projektmanager SV Event der SV (Schweiz) AG; Wirth Thomas, Betriebsleiter Hotel Olympia, Zürich.



Der frisch diplomierte **Rudolf Florian** und hotellerieuisse-Präsident **Guglielmo L. Brentel** (r.).
Andreas Messeri



René Grüter, Romantik Seehotel Sonne Küsnacht, VDH-Präsident **Johann Rudolf Meier**, **Regula** und **Urs Bachmann**, Lehrer an der HF Thun (v.l.n.r.).
Andreas Messeri



Max Züst, Direktor Hotel&Gastro Formation (L) beim Fachsimpeln mit **Mario Lütolf**, Direktor des Schweizer Tourismusverbandes STV.
Andreas Messeri



Jan Hollenstein, Gastro-Chef Zürcher Opernhaus, mit **Tatjana Jaggy**, F&B-Verantwortliche HF Thun.
Andreas Messeri



Andy R. Gilgen, Leiter Nachwuchsmarketing hotellerieuisse, speist mit Consulterin **Liliane Rentsch**.
Andreas Messeri

Preis für Heim-Fingerfood

Für Ihre Diplomarbeit «Fingerfood für Demente» für das Nachdiplomstudium Hotelmanagement erhielten Sie den Preis der Stiftung Schellenberg. Warum wählten Sie gerade dieses Thema?

Von unseren 130 Bewohnern im Seniorenzentrum sind 45 an Demenz erkrankt. Diese Menschen haben Schwierigkeiten, mit Besteck zu hantieren. Fingerfood ist eine gute Alternative, um sie noch selbstständig essen lassen zu können. Mit meiner Diplomarbeit habe ich eine Dokumentation, um das jetzt professionell umzusetzen.



Anita Jaggi-Bühlmann kocht seit acht Jahren im Dienstleistungszentrum Sumiswald.
Gudrun Schleniczek

Wie muss man sich denn Fingerfood für an Demenz Erkrankte vorstellen?

Ich habe die Fingerfood-Rezete vom bestehenden Menü abgeleitet. Damit die Dementen das Gleiche bekommen und man nicht von Grund auf zweimal kochen muss. Das spart Kosten. Ein Beispiel: Fleischkäse in Stäbli geschnitten. Erbsen als Fian mit Bratkartoffeln.

Was haben Sie mit dem Nachdiplom in der Tasche nun vor? Ich will mal eine Tätigkeit ausserhalb der Küche haben. Nun freue ich mich erst mal, dass ich seit 1. Juli Gastronomie-Leiterin im Dienstleistungszentrum Sumiswald bin. gsg

Marco Wyss verlässt Heidi



Marco Wyss geht Ende Jahr.
zvg

«Mit einem lachenden und einem weinenden Auge» beendet Marco Wyss nach acht Jahren seine Tätigkeit im Heidiland. «Die Region und ihre Menschen sind mir stark ans Herz gewachsen», sagt er. Er will nun seine berufliche Vision realisieren: «Ich träume schon seit Jahren von beruflicher Selbstständigkeit.» In welche Richtung er gehen will, ist noch offen. «Sicher ist, dass ich nicht als Tourismus-Berater tätig sein werde. Ich bin

ein Macher und kein Berater», sagt er lachend. Das hat Wyss im Heidiland bewiesen, denn er hat einige wegweisende Projekte lanciert und erfolgreich umgesetzt. Sein grösster Wurf ist «Heidi – Das Musical». Das war im Jahr 2005 – bald wird dort der 200'000ste Besucher erwartet. Auf seine Initiative zurück gehen auch die Regio-Plus-Projekte «Heidiland Turbo» und «Alpine Wellness».

«Als ich mich entscheiden musste, ob ich die angebotene Stelle als Direktor der Heidiland AG annehmen wolle, zog ich Bilanz», erklärt Wyss. «Für mich war klar: Entweder ich mache das weitere fünf Jahre oder ich steige jetzt aus.» Ausgeschlagen habe er – zugunsten seiner beruflichen Selbstständigkeit – auch Angebote von anderen Destinationen. «Ich bin guter Dinge, dass ich eine befriedigende Aufgabe finden werde», sagt Wyss. ck

Fredy Miller beginnt neu



Fredy Miller verlässt Engelberg.
zvg

Nach 11 Jahren geht auch der Engelberger Tourismusdirektor Fredy Miller. Doch er bleibt im Tourismus: Ab 2009 ist er Direktor des Oberaar-gauer ÖV-Unternehmens Aare Seeland Mobil und löst damit Ulrich Sinzig ab, der pensioniert wird.

Miller hat die Engelberg-Titlis Tourismus AG als erste kommerziell tätige Tourismusorganisation der Schweiz etabliert und äusserst erfolgreich geführt, schreibt sein Ver-

waltungsrat. «Der Unternehmensumsatz stieg in dieser Zeit auf rund 10 Millionen Franken an», heisst es weiter. Miller habe Engelberg in den vordersten Plätzen der Schweizer Tourismusorte positioniert und die Logiernächtezahlen auf Rekordhöhen gepusht.

Fredy Miller hat seinen Vorgesetzten seine Kündigung an seinem 41. Geburtstag überreicht. Nicht, weil ihm seine Aufgabe nicht befriedigt hätte, sondern, weil er sich selber «treu bleiben will. Ich habe meinen Zeithorizont von Beginn an auf 10 Jahre festgelegt», sagt er. Auf seine neue Herausforderung freue er sich sehr. «Aare Seeland Mobil ist ein spannendes, gut funktionierendes und gesundes Unternehmen mit guten Mitarbeitern. Und der Bereich ÖV interessiert mich stark.» Dass er dort – mit der Schifffahrt – auch noch den touristischen Aspekt pflegen könne, komme ihm besonders entgegen. ck

Sesselrücken

Zürich: Neuer Marketing-Direktor im Swissôtel

Emiel van Dijk hat seine neue Aufgabe als Director Revenue & Marketing des Swissôtel Zürich im



Juni angetreten. Nun leitet Emiel van Dijk das 17-köpfige Sales-, Convention-Sales- und Reservierungsteam im Swissôtel. Mit van Dijk hat das Zürcher Hotel einen langjährigen Mitarbeiter mit internationaler Verkaufserfahrung gewonnen. Seine Karriere begann er 2002 im Swissôtel Berlin, wo er innerhalb von fünf Jahren verschiedene Verkaufspositionen durchlief. sls

Wien: ST und Handelskammer suchen Synergien

Urs Weber (Bild), seit 2002 Market Manager Österreich/Ungarn von Schweiz Tourismus in Wien, hat Anfang Juli die Nachfolge von **Jürg Schwerf** als Generalsekretär der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL) übernommen. Gleichzeitig leitet Weber weiterhin ST in Österreich, erhält aber Entlass-



tung, Durch das Angliedern der Organisationen, ergeben sich zahlreiche Synergien. «Ich erwarte einige Kooperationsvorteile im Cross Marketing», so Weber. hp

Es muss doch **nicht** alles so kompliziert sein.

rebagdata
hotel management solutions

0813 Horgen • Phone +41 84 711 76 10 • www.rebag.ch

protel

Unesco Welterbe. Vermarktung. Die Schweiz hat Nachholbedarf, andere Länder vermarkten ihr Welterbe besser. Das soll sich nun ändern, unser Land will seine touristischen Chancen besser nutzen.



Ein Dach für das Welterbe

Das Unesco-Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn soll zusammen mit den anderen Schweizer Welterbestätten touristisch besser verkauft werden.

Die Vermarktung der Unesco-Welterbestätten der Schweiz wird neu aufgeleitet. Wenn alles klappt, finden sie sich alle unter einem Marketingdach.

CHRISTINE KÜNZLER

Sieben Welterbestätten stehen auf der Schweizer Unesco-Liste und zwei Biosphärenreservate. Über die Welterbe-Kandidaturen Rhätische Bahn und Glarner Hauptüberschiebung wird nächste Woche entschieden (siehe Seite 8). Ende Juli nun setzen sich Touristiker und Schweiz Tourismus (ST) an einen Tisch und suchen nach Möglichkeiten, die neun Welterbestätten wirksam zu vermarkten. Geladen sind Vertreter des Schweizer Welterbes und die entsprechenden Tourismusdirektoren.

Unterstützung bekommt das Welterbe auch von den Bundesämtern für Kultur – für das Kulturerbe – und vom Bundesamt für Umwelt – für das Naturerbe: Sie realisieren einen Flyer mit allen Welterbestätten der Schweiz, der an Messen und in

Tourismusorganisationen verteilt werden soll. Zudem sind ein Buch und verschiedene Anlässe im Herbst geplant, denn es ist 25 Jahre her, seit die ersten schweizerischen Welterbestätten, Berner Altstadt, Stiftsbezirk St. Gallen und das Benediktinerinnenkloster St. Johann in Müstair aufgenommen wurden.

«Bis jetzt werden die schweizerischen Welterbestätten noch zu wenig vermarktet, obwohl sie ein USP sind und eine Leuchtturmfunktion haben», bestätigt Beat Ruppen, Leiter des Managementzentrums Unesco-Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn in Naters und Mitglied der Schweizerischen Unesco-Kommission. «Andere Länder machen es besser. Wir sind hier erst im Aufbau: Bis anhin arbeiten die Tourismusdirektoren der Welterbestätten locker zusammen. Nun aber wollen wir den Stellenwert und die Positionierung des Welterbes stärken», hält Ruppen fest. «Deshalb müssen wir mit dem Tourismus gut verzahnt sein.»

Der erste Schritt für ein gemeinsames Marketingdach soll im Workshop mit ST gemacht werden. Dort werden Fragen zu Profilierungschancen, Positionierung und buchbaren Angeboten diskutiert. Abgeklärt werden soll auch, inwiefern sich ST für eine bessere Vermarktung engagiert. «Es kann nicht davon gesprochen werden, dass ST beim Vermarkten des Schweizer



Monte San Giorgio: Viele gut konservierte Fossilien.

Unesco-Welterbes federführend ist. Der Entscheid, ob ein Welterbe in den Kampagnen von ST vermarktet wird, liegt immer bei den einzelnen touristischen Partnern», hält ST-Pressesprecherin Edith Zweifel fest. ST habe in der Marketingkam-

pagne «Zeitreisen» die Welterbestätten bereits integriert. Allerdings kämen diese dort zu kurz, findet Ruppen. «Die Kampagne stellt die historischen Hotels in den Vordergrund.» Er hofft, dass die Unesco-Gebiete und -Bauten in der für 2009 geplanten ST-Kampagne «Naturreisen» besser positioniert werden. Edith Zweifel: «Wir werden die Welterbestätten nach Möglichkeit integrieren.» Im Zentrum der Kampagne stehen vor allem die elf Naturpärke, die voraussichtlich dieses Jahr vom Bund zertifiziert werden.

Wie die künftige Vermarktungsstelle aussehen wird und wer die Koordination übernehmen soll, ist offen. «Wir wollen mit dem Workshop erst einmal die Temperatur

fühlen», sagt Ruppen. «Wir wollen auch auf internationaler Ebene zusammenarbeiten.»

Dass ein Unesco-Label Gäste bringt, zeigt sich am Beispiel der Biosphäre Entlebuch. Maurus Stöckli, Projektmanager, erzählt be-



Die Weinberg-Terrassen des Lavaux, seit 2007 auf der Liste.

geistert, dass sich seine Region seit der Aufnahme in die Unesco-Liste im Sommer besser verkauft. «Wir haben heute 45 Prozent Sommer- und 55 Prozent Wintertourismus. Vorher kamen 75 Prozent der Gäste im Winter und 25 Prozent im Sommer.» Die Auslastung vorab der Hotelbetten aber auch der Parahotellerie sei deutlich gestiegen. Die zehn Hotels sind in einer Marketing-Kooperation vereint. «Zum Teil machen auch Gastropartner mit», so Stöckli. Das Angebot an Exkursionen sei ausgebaut worden: «Im letzten Jahr beherbergten wir 180 Gruppen. Das Label Biosphärenreservat hat sich für alle Beteiligten bisher mehr als bewährt.»

Mitarbeit: Agnes Märki

Jungfrau-Aletsch «Schwierige Lage»

Die Website www.ferien-im-welterbe.ch ist alles andere als so alt wie die Geologie ihres Themas Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (JAB). Aber den Eindruck, von heute zu sein, vermittelt sie auch nicht. Ihre Angebote und Packages im Welterbe JAB sind mit Kennziffern und Verweisen auf die zuständigen Einzel-Destinationen am JAB versehen. Die Website gibt ein Bild vom Stand der Vermarktung dieses Welterbes.

Es gibt keine zentrale Buchungsstelle. Deshalb weiss auch niemand, wie viele «Ferien im Welterbe» verkauft werden. Die Website zählt monatlich zwischen 20 000 und 30 000 Zugriffe.

«Die Ausgangslage ist ganz schwierig», räumt Marcel Furer ein. Er ist Geschäftsführer von «Ferien im Welterbe» mit Büro in Interlaken: «Einerseits macht die Geschäftsstelle «Ferien im Welterbe» Marketing für JAB, andererseits

die einzelnen Tourismusorganisationen, und ausserdem gibt es das Management-Center in Naters für die JAB-Organisation», beschreibt Furer die Situation. Und: «Momentan ist alles wegen der Namensgebung blockiert.» Der Entwurf für die neue Marke nennt nur «Jungfrau-Aletsch», die Lötschentaler vermissen ihr Bietschhorn. Der Streit behindert auch die Nutzung kantonaler Finanzmittel, die bereitstehen würden.

Wie verläuft dann die Koordination von «Ferien im Welterbe» mit dem Berner Oberländer Tourismus und dem Walliser Tourismus? «Ich kommuniziere direkt mit den Tourismus-Organisationen der Einzel-Destinationen oder mit den grossen Bergbahnen», sagt Furer. Jede Partner-Destination versendet mit ihrem eigenen Print-Material die Broschüre «Ferien im Welterbe». Furer: «Die Zahlen aus dem Mailing-Haus sind sehr gut.» kjv

pistor

Gastronomie für zu Hause

über d'gass

www.pistor.ch/ueber-dgass

Gemeinsam ÜBER FÜHRUNG diskutieren

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

Hoteliersuisse
hotelleriesuisse

Pest Control

Kompetente Schädlingsbekämpfung - gezielt und wirksam für Ihre Sicherheit!

Honegger Reinigungen AG - Pest Control

Gratisnummer: 0800 911 119
info@swisspestcontrol.ch
www.swisspestcontrol.ch

Neue Gäste? Finden Sie bei uns!

CHF 99.00 für 4 Wochen Onlinepräsenz

Ihre shotel special auf www.swiss-hotels.com

hotelleriesuisse
Telefon: 031 370 43 26
hotelleriesuisse@hotelleriesuisse.ch

SMART CUBE™

www.miaibar.ch

Unesco Welterbe. Projekte. Nächste Woche entscheiden die Unesco-Verantwortlichen, ob die Rhätische Bahn und die Glarner Hauptüberschiebung in die Liste der Welterbestätten aufgenommen werden.



Die Rhätische Bahn kandidiert für einen Eintrag in die Welterbe-Liste der Unesco.

SWISS-IMAGE

Der Weg ist lang, das Ziel in Sicht

Die vorbereitenden Kommissionen beider Projekte empfehlen der Unesco, die Rhätische Bahn (RhB) und die Glarner Hauptüberschiebung, die Swiss Tectonic Arena Sardona, auf die Welterbe-Listen zu setzen. Die Voraussetzungen, dass sie aufgenommen werden, sind also intakt.

Beide Projekte überzeugen mit ihrer Einzigartigkeit. Die Glarner Hauptüberschiebung im Kerngebiet des Geoparks Sarganserland-Walensee-Glarnerland ist eine geologische Besonderheit: eine messerscharfe gelbliche Kerbe in den Felswänden – aus grosser Entfernung erkennbar. Über 250 Mio. Jahre alte Gesteine schoben sich auf rund 200 Mio. Jahre jüngere. Die Gründe dafür beschäftigten die Erdwissenschaftler jahrzehntelang. Sie kamen auf folgende These: Ein 10 bis 15 Kilometer dickes Gesteinspaket wurde im Vorderthail ausgesetzt und entlang der Glarner Hauptüberschiebung mindestens 35 Kilometer nordwärts geschoben.

Die RhB und die Kulturlandschaft Albula/Bernina steht als technisch innovatives Beispiel für die Erschliessung der hochalpinen Landschaft und gehört zu den spektakulärsten Schmalspurbahnen der Welt. Die Albulabahn, die 1903 vollendet war, galt schon damals als Meisterwerk. Die Berninabahn war 1910 im Alpenraum Vorbild für viele Überlandbahnen.

Bis ein Projekt bei der Unesco eingereicht werden kann, legt es einen langen Weg zurück. Die RhB hat ihr Dossier Ende 2006 der Unesco in Paris übergeben. Im Jahr danach gründete der Bündner Regierungsrat Hans-Jörg Trachsel den Trägerverein Unesco Welterbe RhB. Mitglieder sind neben der RhB, Bund und Kanton Graubünden die Gemein-

Die Zeichen stehen gut, dass die Projekte Rhätische Bahn und Glarner Hauptüberschiebung in die Unesco-Listen aufgenommen werden. Die ersten Hürden sind geschafft.

CHRISTINE KÜNZLER

den der Region. Fachausschüsse beraten und helfen, sachgerechte Lösungen zu entwickeln. «Das Erstellen des Dossiers war arbeitsintensiv», sagt Erwin Rutishauser, Vorsitzender der Geschäftsleitung RhB. «Wir haben 37 Autoren beigezogen und einen internationalen Vergleich machen lassen.»



Hans C. Escher von der Lünth
Die Glarner Hauptüberschiebung in einem Stich aus dem Jahre 1812.

Geklappt habe es letztlich wegen der hervorragenden Zusammenarbeit zwischen Bund, Kanton und den 19 Gemeinden. «So haben wir es geschafft, das Dossier zeitgerecht zu erarbeiten.» Ob das grosse Engagement auch zum Ziel führt, ist heute noch offen. «Ich bin kein Hellseher», sagt Rutishauser auf die Frage,

ob die RhB den Sprung in die Liste schaffe. «Wir sind optimistisch. Auf jeden Fall überlegen wir uns schon, wie wir das feiern werden.»

David Imper, Präsident des Vereins Geopark Sarganserland-Walensee-Glarnerland, gibt sich selbstsicherer: «Klar werden wir in die Welterben-Liste aufgenommen.» Die grösste Herausforderung war für ihn, «die Interessen der 19 Gemeinden, der Kantone und jene des Tourismus auf einen Nenner und zu bringen». Die drei Kantone zum Beispiel haben unterschiedliche gesetzliche Grundlagen bezüglich Naturschutz. Dass sich Tourismus und Naturschutz sinnvoll ergänzen, zeige dieses Projekt deutlich. Der Geopark hat 1999 mit dem Erstellen des Dossiers begonnen. Eine Studie, die die universelle Einzigartigkeit der Glarner Hauptüberschiebung aufzeigte, wurde in Auftrag gegeben. Auch dieses Dossier wurde 2006 der Unesco in Paris eingereicht.

Traditionen Hier stehen Menschen im Mittelpunkt

Immaterielles Kulturerbe. Das Programm zur Pflege des immateriellen Kulturerbes stellt weltweit über Jahrhunderte überlieferte Traditionen, die von Generation zu Generation weitergegeben werden, in den Blickpunkt. Die Unesco-Generalkonferenz hat die «Konvention zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes» 2003 verabschiedet. Nachdem die Konvention von 30 Staaten ratifiziert worden ist, trat sie im April 2006 in Kraft. Der Ständerat hat im März 2008 der Schweizer Ratifizierung zugestimmt. ck

Welterbe in der Schweiz: die Listen und ihre Bedingungen

In ihrer Liste des Weltkulturerbes hat die Unesco Stätten von aussergewöhnlichem universellen Wert aufgeführt. Weltweit umfasst sie 848 Denkmäler in 183 Ländern. In der Schweiz gibt es drei Weltkulturerbe- und vier Welterbestätten, es sind dies das Jungfrau-Aletsch-Bietschhorngebiet (seit 2001), der Monte San Giorgio (2007) und die Weinbergterrassen Lavaux (2008). Zum Weltkulturerbe gehören die Altstadt von Bern, das Benediktinerinnenkloster in Münstair, der Stiftsbezirk St. Gallen (alle seit 1983) und die Burgen und Stadtbefestigung von Bellinzona (2000). Ziel der Unesco ist hier die Förderung und Bekanntmachung, damit sich die Öffentlichkeit und insbesondere die Jugend des Wertes und der Notwendigkeit des Schutzes dieser Stätten bewusst wird und Letztere so für zukünftige Generationen erhalten bleiben.

Um Aufnahme in die Unesco-Welterbe-Listen bewerben sich schweizweit neben der «Glarner

Hauptüberschiebung», beziehungsweise der Swiss Tectonic Arena Sardona (tektonische Besonderheit) und der Rhätischen Bahn mit den Gebieten Albula und Bernina auch La Chaux-de-Fonds/Le Locle als Stadtlandschaften der Uhrenindustrie. Während für erstere beide der Entscheid noch diese Woche fällt, wird über La Chaux-de-Fonds erst nächstes Jahr entschieden.

Unter den Gesichtspunkten Forschung, Schutz, Entwicklung besteht bei Unesco auch ein weltweites Netzwerk der Biosphärenreservate. Es gibt weltweit deren 531 in 105 Ländern. Biosphärenreservate sind Modellstandorte für eine nachhaltige Entwicklung zugunsten von Mensch und Natur in ausgewählten Regionen der Welt. Schwerpunkte sind hier die Erforschung von Ökosystemen, Landschaft, Arten- und genetischer Vielfalt sowie der Schutz durch Förderung menschlicher und wirtschaftlich nachhaltiger Entwicklung.

Mit einer Kernzone, einer Pflegezone und einer Entwicklungszone entspricht das Entlebuch der Definition eines Biosphärenreservates und wurde 2001 aufgenommen. Der Schweizerische Nationalpark, der 1976 zu den ersten Biosphärenreservaten gehörte, verfügt noch nicht über diese Gliederung in drei Zonen und entspricht der Definition nicht. Die Vorbereitungen dafür laufen, der Nationalpark wird voraussichtlich 2009, unter anderem zusammen mit dem Müntertal, ebenfalls wieder in die Liste der Biosphärenreservate aufgenommen.

Die Schweizerische Unesco-Kommission setzt sich für Frieden und internationale Verständigung ein. Diese Aufgabe konkretisiert sie auf zwei Ebenen, sie berät die Bundesbehörden für alle Beziehungen der Schweiz zur Unesco und mobilisiert die Zivilgesellschaft für die Förderung der Werte und die Verwirklichung der Unesco-Ziele auf politischer und gesetzgebender Ebene. am

1. Weshalb soll die Rhätische Bahn in die Unesco-Liste aufgenommen werden?

Eine Fahrt mit der RhB – sei es mit dem Glacier- oder Bernina-Express – ist per se ein grossartiges Erlebnis. Dass nun die RhB-Strecke Albula/Bernina das Unesco-Welterbe-Label erhält, ist eine einmalige Chance für die weltweite Vermarktung. Zunehmend suchen die Schweiz-Reisenden authentische Erlebnisse. Und das bietet die Rhätische Bahn: Erlebnisse erfahren, das perfekte Zusammenspiel von komfortablen Bahnreisen mit spektakulären, sich stetig verändernden Landschaften.

2. Welche Marketingmassnahmen sind geplant?

Unmittelbar nach dem positiven Entscheid sind attraktive Angebote buchbar. Der RhB Unesco Pass garantiert innerhalb von vier Tagen zwei Tage freie Fahrt auf der Welterbe-Strecke Albula/Bernina und beinhaltet einen Reiseleiter mit Informationen. Der Verkauf des Passes läuft auch über RailAway. In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und weiteren Partnern wird im September ein grosses Berg



Nachgefragt
Eva Brechtbühl

Funktion: Seit 2004 Mitglied des Verwaltungsrats der Rhätischen Bahn. Bis Ende Mai 2008 war sie bei Schweiz Tourismus als Bereichsleiterin Partnerschaften & Content Management und Executive President tätig.

sommer-Event entlang der Strecke organisiert, zu dem über 150 Medienvertreter eingeladen werden. Die Festivitäten gipfeln in einem Festakt mit Label-Übergabe. Die internationale Medienarbeit läuft ab der offiziellen Ankündigung an.

3. Haben die Unesco-Labels Potenzial, die der Tourismus noch zu wenig nutzt?

Ja. Studien belegen, dass eine grosse Zahl der Gäste, die unser Land bereisen, sich für solche Top-Sehenswürdigkeiten begeistern.

4. Welche Marketingmöglichkeiten sehen Sie?

Die neun Schweizer Welterben sind hochattraktive Medienthemen für Reportagen und Fernsehberichte. Über Newsletters und durch gezielte Medien-einladungen werden zahlreiche Berichterstattungen ausgelöst. Ausgewählte Key Accounts können für diese Unesco-Attraktionen gewonnen werden. Hier gibt es gute Möglichkeiten, Reisen anzubieten, die zum Beispiel das Aletsch-Jungfrau-Bietschhorn-Welterbe mit dem Welterbe Rhätische Bahn in der Landschaft Albula/Bernina kombinieren. Auf MySwitzerland.com könnte sich mir auch eine virtuelle Unesco-Welterbe-Reise vorstellen, auf welcher der Besucher die verschiedenen Welterbe-Attraktionen bereist, Hintergrundinformationen erhält und sich für die Reise 1:1 inspirieren lässt. ck

Unesco Welterbe. Schützen. Madeleine Viviani von der Unesco-Kommission befürwortet die touristische Vermarktung des Welterbes. Aber nur, wenn ein Teil der Wertschöpfung in den Schutz dieses Guts fließt.



Die drei Burgen von Bellinzona wurden in Millenniums-Jahr 2000 von der Unesco als Kulturdenkmal in das Welterbe aufgenommen.

wird bald zusammen mit den beteiligten Bundesämtern einen Flyer herausgeben, der alle Welterbestätten in der Schweiz präsentiert. Die Schweiz hat ja den riesigen Vorteil, dass sie auf sehr kleinem Raum ganz verschiedene Stätten hat, vom karolingischen Kloster Müstair bis zum Aletsch-Gletscher und den Weinberg-Terrassen des Lavaux. Ein Höhepunkt im 2008 wird das Jubiläum von Müstair, St. Gallen und Bern sein. Sie sind seit 25 Jahren auf der Welterbeliste, wie der Machu Picchu und der Taj Mahal. Jede Stätte organisiert ein besonderes Programm, um die Einmaligkeit dieser Orte zu würdigen.

Ist jemals eine Schweizer Welterbe-Stätte in die Nähe der Gefahr gekommen, auf die «Rote Liste» der gefährdeten Stätten gesetzt zu werden? In direkte Nähe nicht. Aber Projekte wie der Bau einer Tiefgarage im Unesco-Perimeter der Altstadt von Bern und Eingriffe an den Festungsmauern von Bellinzona für Elektrizitätsarbeiten sind nicht unbeachtet geblieben.

Was müsste geschehen, damit ein Welterbe auf die «Rote Liste» gesetzt wird? Eingriffe, welche die Begründungen des Eintrages hinfällig machen. Zum Beispiel wenn man im Lavaux keinen Wein mehr anbauen würde.

Würde zu viel Heli-Skiing die «rote» Gefahr auslösen? Zu viel von allem kann Auslöser sein.

Können Sie Beispiele für eine Platzierung auf der «Roten Liste» nennen? Die Galapagos wurden auf die Rote Liste gesetzt, weil die Inseln zunehmend überbevölkert sind. Dies und die Überfischung üben zu hohen Druck auf das Ökosystem aus. Die zwei Kulturstätten im Irak kamen auf die Liste, weil sie infolge des Krieges nicht mehr geschützt und von Zerstörung bedroht sind.

Welche Rolle spielt die Schweizerische Unesco-Kommission bei der Nominierung der Rhätischen Bahn und der Glarner Hauptüberschiebung? Die Bundes-

ämter für Kultur (BAK) und Umwelt (BAFU) sind für die Kandidaturen zuständig. Die Schweizerische Unesco-Kommission hat im Welterbebereich die Rolle des Facilitators, der die Partner zusammenbringt und versucht, das schweizerische Welterbe als Ganzes zu vermitteln.

«Mit diesem Rennpferd kann man gewinnen»

Madeleine Viviani, Generalsekretärin der Unesco-Kommission der Schweiz, findet: Man hat zu wenig aus dem Welterbe des Landes gemacht.

KARL JOSEF VERDING

Hat die Unesco ein Interesse an der touristischen Vermarktung der Welterbe-Stätten, weil es die Refinanzierung von Schutz und Erhalt erleichtert?

Die Vermarktung der Welterbestätten kann positive Signale aussenden. Die von der Unesco verlangten Managementpläne sind ein gutes Instrument, damit Tourismuskonzepte erarbeitet werden, welche mehr als nackte Finanzzahlen und die Touristenströme in den Mittelpunkt stellen. Die Unesco hat also dann ein Interesse an der Vermarktung, wenn die Stätten

ihre Hausaufgaben gemacht haben und durch den Tourismus nicht geschädigt werden. Die Grundidee des Welterbes – das muss man immer wieder betonen – ist die Erhaltung der Kultur- und Naturgüter durch eine nachhaltige Bewirtschaftung, nicht ein Marketing-Argument.

Ein zumindest teilweiser Rückfluss der Wertschöpfung aus der Vermarktung vom Welterbe ist wünschenswert. Jüngstes Negativbeispiel: Die UEFA «benutzt» herrliche Kulissen des Welterbes für die Gestaltung der Fan-Meilen. Sie erwähnt jedoch kaum, dass Bern einen universell anerkannten Wert hat, und kein Franken



«Ein teilweiser Rückfluss der Wertschöpfung in die Erhaltung ist wünschenswert.»

Madeleine Viviani
Schweizerische Unesco-Kommission

fließt in die Kulturgütererhaltung.

Sind Sie zufrieden mit der Balance von Schützen und Nützen der Welterbe-Stätten in der Schweiz? Grundsätzlich ja. Man hat gegenseitig voneinander Kenntnis genommen. Und nein: man hat

daraus noch zu wenig gemacht. Vjelerorts herrscht noch der Gedanke vor: Man hat ein Rennpferd geschenkt bekommen und festgestellt, dass es viel frisst. Dass man mit dem Rennpferd auch Rennen gewinnen kann, das wurde noch nicht überall erkannt. Ich bin der Meinung, dass noch Potenzial zur Verbesserung besteht. Die Welterbestätten könnten sich durch

eine bessere Zusammenarbeit eine stärkere Stimme schaffen.

Sind in Bezug auf das Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn bei Ihnen noch Wünsche offen? Ich halte dies für unser Musterbeispiel, weil hier ein professionelles Management für das Welterbe arbeitet, welches die «alten Feindbilder» zwischen schützen und nutzen abgelegt hat. So wird unerhört viel Potenzial für Innovatives freigesetzt. Es zeigt, was möglich ist, wenn die Partner einer Region am gleichen Strick ziehen. Was sicher beachtet werden muss, ist die Zahl der Touristenströme. Eine Übernutzung würde niemandem helfen. Aber die Verbindung von Forschung und Wissenschaft, Tourismus und Erhaltung ist lobenswert.

Hat der Monte San Giorgio als grenzüberschreitendes Welterbe besondere Bedeutung? Jede grenzübergreifende Welterbestätte eröffnet neue Möglichkeiten des «aufeinander

Zugehens», im Sinne der ursprünglichen Idee der Welterbestätten: unser gemeinsames Gut.

Ist die Unesco an touristischen Aktivitäten beteiligt? Die Unesco, genauer gesagt das

Welterbezentrum in Paris, ist daran, ein Handbuch über Welterbe und nachhaltigen Tourismus vorzubereiten. Eine Gruppe von etwa 10 Experten aus der ganzen Welt erarbeitet den Inhalt in drei Workshops. Das zweite wird diesen Herbst, von uns organisiert, in der Schweiz stattfinden. Das «Endprodukt» soll 2009 anlässlich einer grossen Konferenz in den Vereinigten Staaten veröffentlicht werden. Die Schweizerische Unesco-Kommission, ihrerseits,



Schweizer Kulturerbe: das Benediktinerkloster St. Gallen.

Kandidaten und «Rote Liste»

Neben der Schweiz präsentieren 40 weitere Staaten an der gestern begonnenen Session des Welterbe-Komitees ihre Kandidaturen. Das Komitee widmet sich auch der «Roten Liste» gefährdeter Welterbe-Stätten.

KARL JOSEF VERDING

Welche Kandidaten in das Weltkulturerbe oder das Weltnaturerbe aufgenommen werden, entscheidet das World Heritage Committee der Unesco (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). Seine Session findet vom 2. bis zum 10. Juli in Québec, Kanada statt. 41 Staaten werden neue Kandidaturen für eine Einschreibung auf der Welterbe-Liste präsentieren, Darunter sind fünf Länder, die bisher noch keine Welterbe-Stätten



Welt-Natur- und Kulturerbe: Inka-Bergfestung Machu Picchu.

auf der Liste hatten: Kirgisistan, Papua Neu-Guinea, San Marino, Saudi-Arabien und der südpazifische Inselstaat Vanuatu.

Die Unesco kann aber auch ein Welterbe auf die «Rote Liste» setzen oder ganz streichen. Das Zwischenstaatliche Komitee der Unesco für den Schutz des Natur- und Kulturerbes führt derzeit 30 Stätten als «besonders gefährdet». Diese Welterbestätten sind durch Verfall, die Einwirkung von Krieg oder Natur-

katastrophen oder durch Bauprojekte bedroht. An der Session in Québec steht ein brisanter Fall zur Entscheidung: Im Juli 2006 war die Kulturlandschaft Dresdner Elbtal wegen eines Strassenbrücken-Projekts auf die «Rote Liste» gesetzt worden. Im November 2007 begann der Brückenbau. Jetzt wird über die definitive Streichung entschieden.

Eine Ermahnung an unsere Zeit ist die bedrohte archaische Stadt Samarra im Irak: Die Unesco hat sie 2007 zum Weltkulturerbe erklärt und zugleich auf die Liste des gefährdeten Erbes gesetzt. Die Reste der Stadt aus dem 9. Jahrhundert zeugen von nachwirkungsvollen

architektonischen und künstlerischen Innovationen. – Beratende Organisation der Unesco für alle Kulturstätten ist das International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). Seine Schweizer Landesgruppe stellt auch den Jurypräsidenten für das «Historische Hotel/ Restaurant des Jahres».

REKLAMER
Valentine's®
Fritusen Tellerwämer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

Unesco Welterbe. Deutschland und Italien. Italien hat mit mit 41 Welterbestätten die Nase ganz vorn. Deutschland ist ein Vorbild, wenn es um die Vermarktung geht.



Mit dem Dresdner Elbtal wurde ein Ensemble aus kunstvoller Stadtarchitektur, reicher Kultur und einer weitgehend natürlichen Elbe-Flusslandschaft auf die Unesco-Liste gesetzt.

Deutsche werben wirksam

In Deutschland gibt es vieles und sehr unterschiedliches Welterbegut. Das Marketing dafür ist äusserst effektiv und kostengünstig.

DIETER SCHÜTZE

Kultur ist in Dieter Offenhäuser, Pressesprecher von Unesco Deutschland: «Schauen Sie sich doch nur die Reiseführer Südostasiens an, das sind Reiseführer durch die Welterbestätten.» Da mögen die deutschen Tourismuswerber nicht zurückstehen und verweisen darauf, dass es «in kaum einem anderen Land so viele einzigartige Natur- und Kulturstätten in solcher Dichte gibt», 32 davon sind mit dem Gütezeichen «Welterbe» ausgestattet. Unterschiedlich ist, was von der Unesco ausgezeichnet wurde: Do-

me wie die in Köln, Trier, Speyer, Aachen und Hildesheim, ein Kloster (Maulbronn), eine Fossilienlagerstätte (Grube Messel) oder aber stillgelegte industrielle Objekte wie ein Bergwerk in Goslar, eine Zeche in Essen oder die Eisenhütte Völklingen, und natürlich Schlösser.

Die Stätten arbeiten in einer Werbegemeinschaft zusammen

So unterschiedlich diese Stätten sind, eines haben sie gemeinsam: Ein Marketing, effektiver und kostengünstiger kaum vorstellbar. Es begann 1988. Der rührige Wirtschaftsförderer der Stadt Brühl, Horst Wadehn, versuchte, die einzelnen Welterbe-Stätten zum gemeinsamen Handeln zu bewegen, nach dem Motto «Gemeinsam sind wir stärker». Es entstand eine Werbegemeinschaft, die ein Marketinggutachten in Auftrag gab, das den offiziellen Zusammenschluss der damals 19 Welterbestätten in Deutschland als positiv beurteilte.

So wurde am 27. September 2001 die «Welterbestätten Deutschland e.V.» gegründet mit Sitz und Büro

in Quedlinburg, Sachsen-Anhalt. Quedlinburg deshalb, weil das Land die Ansiedlung mit 26 000 Euro jährlich förderte und die Deutsche Stiftung Denkmalschutz kostengünstige Büroräume zur Verfügung stellte.

Wadehn, inzwischen höchst agiler Rentner und ehrenamtlicher Vorsitzender des Vereins Welterbe Deutschland bedauert: «Leider wird die Förderung durch das Land eingestellt.» Und das sind immerhin 20 Prozent des Jahresetats des

Geschichten Die schlitzohrigen Mönche

Die Mönche des Klosters Maulbronn gelten als Erfinder der «Schwäbischen Maultaschen». Sie mochten nämlich auch an Fastentagen nicht auf Fleisch verzichten. Also hackten sie es klein und bedeckten es mit Teig, damit der liebe Gott es von oben nicht sieht. Im Schwäbischen heissen Maultaschen auch «Herrgottsbscheisserle». ds

Vereins, der mit 130 000 Euro auskommen muss.

US-Touristen kommen wegen der Geschichte und der Kultur

Wie schafft man das? Horst Wadehn: «Ideen, Improvisation, Idealismus und – die deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), die uns sehr unterstützt.» Und so kommt es zum anderen: In «Strategische Handlungsfelder für den Incoming-Tourismus Deutschland» der DZT sind zehn Punkte aufgeführt, Punkt 6: «Kulturstandort Deutschland touristisch nutzen». Die Marktforschung der DZT nach den Gründen, warum Europäer nach Deutschland reisen, ergab Folgendes: 62 Prozent nannten Sightseeing und Sehenswürdigkeiten, 43 Prozent den Besuch von Museen (Platz 5) und 28 Prozent Parks und Grünanlagen (Platz 7).

Noch deutlicher fiel das Votum der Amerikaner aus: 90 Prozent kommen der historischen Sehenswürdigkeiten wegen nach Deutschland und zwei Drittel der Kulturstätten wegen.

Drei unterschiedliche Institutionen arbeiten – was selten genug geschieht – erfolgreich zusammen. Die einzelnen Welterbestätten mit ihren ortsspezifischen Marketingaktivitäten, der Verein Welterbestätten Deutschland, der sich gemäss Horst Wadehn als «klassische Marketing-Organisation für einzelne Welterbestätten» sieht und über einen vorbildlichen Internet-Auftritt verfügt, und schliesslich die DZT, die im Ausland für die Welterbestätten die Werbetrömmel rührt. Sicher hat auch das «Kulturland Deutschland» dazu beigetragen, dass die Zahl der Übernachtungen im ersten Quartal 2008 ein Plus von 5,1 Prozent vermelden konnte.

Horst Wadehn träumt inzwischen von einer europäischen Zusammenarbeit der Welterbestätten: «Die hat schon mal zwischen der Schweiz, Österreich und Deutschland in der Bodensee-Region gegeben, aber das hat leider nicht funktioniert.»

Warum, das verschweigt er, zu unterschiedlich waren wohl die Einzel-Interessen. Aber: Es gibt –

Fakten Das Welterbe und die Moderne

Nur einen Antrag auf Anerkennung als Welterbe darf Deutschland dieses Jahr stellen. Die Wahl fiel auf die **sechs Siedlungen der Berliner Moderne**. Der im Januar eingereichte Antrag berücksichtigt, dass die Unesco zukünftig verstärkt Stätten der Moderne als Welterbe schützen will. Die Siedlungen entstanden zwischen 1913 und 1934, eine Antwort auf die Wohnungsnot nach dem Ersten Weltkrieg. Es waren moderne, bezahlbare Wohnungen mit Küche, Bad und Balkon, die sich von den damaligen «Mietskasernen» der Grossstädte erheblich unterschieden und zum Vorbild für das 20. Jahrhundert wurden. ds

TODESANZEIGE

...wir dachten, wir hätten noch etwas Zeit...

Traulrig nehmen wir Abschied von einem wunderbaren Menschen

Emil (Mike) Wartmann-Lötscher
19. August 1926 – 26. Juni 2008

Sein Herz hat aufgehört zu schlagen nach einem reich erfüllten Leben. Er wird mit vielen schönen Erinnerungen in uns weiterleben.

Hanny Wartmann-Lötscher
Markus und Natalie Wartmann-Corman
mit Lukas und Sean
Jürg Wartmann und Aleksandra Ivanovic
Ruth Bosshard-Wartmann
Weiner und Madeleine Wartmann-Lieb
und Anverwandte

4125 Riehen, den 26. Juni 2008
Mühlestegstrasse 7

Die Abdankefeier findet am Donnerstag, den 3. Juli 2008, um 15:00 Uhr in der Leonhardskirche, Leonhardskirchplatz, 4051 Basel, statt.

Umenbelsetzung im engsten Familienkreis.

Anstelle von Blumen gedenke man des Fördervereins
FIDES Assistenzhunde, 4056 Basel
Migros Bank PC 40-898-3, Konto 16 193.014./1/06 8431

Respektvoll und betroffen nehmen wir Abschied von

Emil Wartmann

Als herausragender Gastro-Pionier und Gründer unserer GASTRAG hat Emil Wartmann bleibende Akzente gesetzt, die uns heute noch Leitbild sind. Wir werden ihn als vorbildlichen „Patron“ in dankbarer Erinnerung behalten.

Unsere Gedanken sind bei den Angehörigen, welchen wir unser herzliches Beileid aussprechen.

GASTRAG Basel
Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und das ganze Team

Spitzenreiter

Mit 41 Unesco-Stätten nimmt Italien den Spitzenplatz ein. Tourismus-Klassiker sind seine Kulturlandschaften sowie seine 12 Welterbe-Städte.

KARL JOSEF VERDING

40 italienische Kulturerbe-Stätten und ein Naturerbe sind in der Liste der Unesco aufgeführt. Die zur sizilianischen Provinz Messina gehörenden Äolischen Inseln, das einzige Weltnaturerbe Italiens, wurden im Millenniumsjahr 2000 in die Liste der Unesco aufgenommen. Zugleich mit der Altstadt von Verona sowie der Basilika und den Gedenkstätten des Hl. Franziskus in Assisi. Allerdings gehören ganze Landschaften mit ihrer Kultur plus Natur zu Italiens Weltkulturerbe. Darunter das toskanische Val d'Orcia als ein in der Renaissance bewusster geformter Teil des landwirtschaftlichen Hinterlands von Siena. Oder die Amalfiküste und der Nationalpark Cilento und Val di Diano mit den antiken Monumenten von Paestum, Velia und der Kartause von Padula. Die Kulturlandschaften spielen «die wichtigste Rolle» in der touristischen Vermarktung des italienischen Welterbes, bestätigt Vito D'Elia, der in der Zürcher Niederlassung der italienischen Zentrale für Tourismus ENIT für Marketing und M.I.C.E. zuständig ist. Äusserst beliebt ist die Kulturlandschaft Cinque Terre in Ligurien. Sie ist ein etwa 12 Kilometer langer Küstenstreifen der Riviera nordwestlich von La Spezia, mit fünf Dörfern und deren Angebot an Beherbergung und Gastronomie. Die Region ist als Nationalpark geschützt, in dem nichts gebaut und verändert werden darf.

Den anderen Spitzenrang des italienischen Erbe-Tourismus belegen Städtereisen, welche den Veranaltern – wie Kuoni, Railtour und Frantour in der Schweiz – den Claim «Weltkulturerbe» ermöglichen: Das gilt, neben den historischen Zentren von Rom, Florenz, San Gimignano, Siena, Neapel, Pienza, Urbino und Verona, für die Städte Venedig, Vicenza, Ferrara und Syrakus.

«Es gibt noch kein spezielles, gemeinsames Marketing-Konzept des italienischen Welterbes», räumt Vito D'Elia ein, «aber zum Beispiel einen deutschen Tour Operator, der Reisen zu allen 41 Stätten anbietet.»

Unesco Welterbe. Österreich und Frankreich. Die Österreicher haben über 100 Unesco-Angebote im Internet stehen. Frankreich gibt ebenfalls Gas und will mit dem Welterbe seine Gästezahl um 20 Prozent erhöhen.

Welterbe ohne Grenzen

Österreich ist stolz auf sein Weltkulturerbe. Die Unesco-Auszeichnungen als zusätzliche Werbeträger sind sehr begehrt.

HERIBERT PURTSCHER

Österreich, von Anfang an Partner des Unesco-Welterbes, hat stets versucht, die erhaltenen Auszeichnungen auch touristisch zu nutzen. In den letzten zwölf Jahren entstanden zahlreiche Angebote rund um das Kultur- und Naturerbe, das ja identisch ist mit einigen der bedeutendsten Kulturdenkmäler und Sehenswürdigkeiten des Landes.

Die ÖW-Website www.austria.info listet unter dem Stichwort «Welterbe» weit mehr als einhundert aktuelle Arrangements auf. Die Palette reicht von «Imperial-Austria»-Kulturreisen («die faszinierende Welt der Habsburger erleben») über «Weltkultur-Wandertage» bis zu einem weltkulturell angehauchten Kulinarium in der Steiermark. Der jüngste Trend sind länderübergreifende Kooperationen, die sich den Werbewert des Weltkultur- und Naturerbes zunutze machen.

Vorbildliche Zusammenarbeit wird bei der Kooperation Österreichs mit anderen Weinregionen, die zum Unesco-Kulturerbe gehören, unter Beweis gestellt. Gemeinsam wurde das Netzwerk «Vitur» gegründet. Die acht Teilnehmer sind das Loire-Tal und St-Emilion (F), das Douro-Tal (P), das obere Mittelrheintal (D), Cinque Terre (I), das historische Tokaj-Gebiet (Ungarn) und die Region Neusiedlersee-Fertőd (Österreich/Ungarn).

Durch verstärktes Networking wollen die genannten Weinregionen ihre Erbeaufwerten und letztlich von der Verbindung von Weinwirtschaft und Tourismus profitieren. Das Projekt der «European World Heritage Vineyards» wird von der



Die Wachau, ein romantisches Flusstal der Donau oberhalb von Wien, steht auf der Unesco-Liste.

EU im Rahmen ihres Interreg-Programms Vitour («Wein und Tourismus») mit 630.000 Euro unterstützt. In Österreich steht bereits die ebenfalls für Weinbau weltbekannte Wachau, ein 36 Kilometer langes romantisches Flusstal der Donau oberhalb Wiens, auf der Unesco-Liste.

Österreich spannt mit Deutschland und Tschechien zusammen

Eine weitere Gelegenheit zur Zusammenarbeit gibt der bayrisch-österreichische Donaualmes. Diese einstige Aussengrenze des Römischen Reiches soll nach dem Willen beider Länder ebenfalls die werbewirksame Auszeichnung der Unesco erhalten. 2009 ist Linz europäische Kulturhauptstadt. Bis da-

hin wollen Österreich und Bayern den Titel haben und internationale Interesse für die bisher kaum beworbene Sehenswürdigkeit wecken.

Wenn Niederösterreich und Tschechien zum 20. Jahrestag des Falls des Eisernen Vorhangs 2009 erstmals eine grenzüberschreitende Landesausstellung aufziehen, dann ist der Partner auf böhmischer Seite die Stadt Teltsch (Telc), die zum Unesco-Weltkulturerbe zählt.

Die Idee des Kulturerbes wird von der Österreich Werbung nach Kräften unterstützt. «Was wäre unser Land ohne die kulturellen Leistungen seiner Bewohner? Wir wollen Werte vermitteln, nicht bloße Aussenansichten», bringt es ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba auf

den Punkt. Eine aktuelle Broschüre der ÖW stellt die österreichischen Welterbestätten vor.

Der österreichische Charme wird vielleicht nie zum Weltkulturerbe

Und was ist eigentlich aus der Idee geworden, den «österreichischen Charme» zum Weltkulturerbe zu erklären (die htr berichtete)? Es wurde, wie die ÖW auf Anfrage mitteilt, tatsächlich ein Antrag dazu in aller Form gestellt. Die Unesco hat aber noch keine Prüfung des Antrags eingeleitet. Vielleicht auch deshalb, weil die Sache von österreichischer Seite nicht mit Nachdruck betrieben wird.

Möglicherweise gibt es eine gewisse Parallele zur Initiative von Präsident Nicolas Sarkozy, der sich

dafür ausgesprochen hat, die französische Küche zum Weltkulturerbe zu erklären. Eine Initiative, die auf die Idee französischer Sternköche, darunter Paul Bocuse und Alain Ducasse, zurückgeht. Trotz diverser Versuche ist allerdings bisher keine nationale Küche von der Unesco als Weltkulturerbe eingestuft worden.

Das mag daran liegen, dass die «Konvention zum Schutz des immateriellen Kulturerbes» noch nicht von den dafür nötigen 30 Staaten unterzeichnet ist. Auch Österreich hat noch nicht ratifiziert. Ein weiterer Grund also, weshalb der Vorstoss, den Charme der Österreicher zum Weltkulturerbe zu machen, vorerst nur eine Idee geblieben ist.

Fakten Acht Welterbestätten in Österreich

Salzburg, das Schloss und Garten Schönbrunn, Hallstatt-Dachstein-Salzammergut, die Semmeringbahn, die Altstadt von Graz, die Wachau, die Innenstadt von Wien und die österreichisch-ungarische Kulturlandschaft Neusiedlersee-Fertőd stehen auf den Unesco-Listen. Weitere Kandidaten wie der Bregenzerwald, der Nationalpark Hohe Tauern, die Mariazeller Bahn oder die steirische Riesenburg, bewerben sich oder stehen auf der Warteliste. hp

Frankreich setzt auf emotionale Events

Frankreich will mit gezieltem Event-Management und einer ehrgeizigen Kommunikation für die Welterbestätten 20 Prozent mehr Touristen anlocken.

KATJA HASENCKAMP

Französische Touristiker gehen davon aus, dass die Aufnahme in die Liste der Unesco-Welterbestätten die Gästezahl um rund 20 Prozent steigert. Zumindest erhofft sich die Stadt Bordeaux, ein solches Besucherplus, während man in Le Havre vor allem auf eine Imageverbesserung setzt, die zusätzliche Anfragen von Reiseveranstaltern mit sich bringen soll. Beide Städte wurden 2007 aufgenommen.

Das mittelalterliche Provins registrierte seit dem Klassifizierungsjahr 2002 tatsächlich die erträumte 20-prozentige Zuwachsrate, was den Hoteliers ein kräftiges Übernachtungsplus zwischen 13 und 20

Prozent bescherte. Doch steigende Gästezahlen stellen sich nicht immer automatisch ein, und vor allem nicht auf Dauer.

Als Lehrstück zählt Reims, wo man die Anfragen ausländischer Veranstalter nicht honorieren konnte und der Werbeeffekt der Klassifizierung verpuffte, ehe er für die Tourismuswirtschaft zum Tragen kommen konnte.

Aber auch die Rhönemetropole Lyon hatte rund 15 Mio. Euro investiert, um das begehrte Label zu erlangen und konnte in den ersten drei Jahren tatsächlich ein Übernachtungsplus von 26 Prozent erzielen. Wie man im Verkehrsamt unterstreicht, haben die Touristen die Stadt nach der Unesco-Klassifizierung im Jahr 1998 bewussten als Etappenziel gewählt, während sie davor nur durchfuhren. Seither ist das Interesse jedoch verebbt und die Gästezahlen sind alarmierend zurückgegangen. Deshalb versucht man heute mühsam die Attraktivität der Stadt durch kulturelle Events

zu erhöhen, um wieder an ehemalige Traumzahlen der Übernachtungsstatistik heranzukommen.

Wie wichtig das Event-Management in Unesco-Welterbestätten

Fakten Eine Festung und eine Lagune sind Kandidaten

Für die nächste Unesco-Welterbe-Tagung hat Frankreich zwei Vorschläge eingereicht. Als Kulturstätte das architektonische Werk des Festungsbaumeisters von Ludwig XIV., Sébastien le Prestre de Vauban, mit insgesamt 14 Stätten, darunter: die Zitadelle von Besançon und die maritimen Befestigungsanlagen im Atlantik. Als Naturgut kandidiert eine Lagune Neukaledoniens der zu Frankreich gehörenden Inselgruppe im Pazifik, die für ihre vielfältige Fauna und Flora bemerkenswert ist, mit einem 1600 Kilometer langen Korallenriff. has

ist, haben vor allem die verantwortlichen Touristiker von Provins verstanden. Sie bieten nicht nur die obligatorischen Führungen durch die mittelalterliche Stadt an, sondern veranstalten von Mai bis Ende Oktober täglich Ritterspiele. Zudem setzen sie ihre Stadt zweimal im Jahr mit Tausenden von Kerzen in Szene und ziehen, allein damit, 5000 zusätzliche Besucher an. Übers Jahr registriert die Kleinstadt im Osten von Paris jährlich insgesamt 700.000 Gäste. Wie Tourismusdirektor Jean-François Robin betont, «muss das Kulturgut Emotionen hervorrufen und sein Wert sollte auf spielerische Art und Weise unterstrichen werden».

Der Meinung ist auch der Direktor der offiziellen französischen Consulting-Instanz ODT (Observation, Développement et Ingénierie touristiques), Christian Mantel, denn er unterstreicht, dass «heute die Kinder für die Zielgebietsplanung der Familie verantwortlich sind». Dadurch hat sich die Erwartungshaltung der Besucher verän-



Das mittelalterliche Provins lockt auch mit Ritterspielen und Falknerei.

dert. «Heute wird Kultur gleichgesetzt mit Spiel» und die Freizeitparks müssen inzwischen als direkte Konkurrenten der Welterbestätten verstanden werden.

Die «Mission Val de Loire» hat sich ihrerseits die qualitative Verbesserung des touristischen Angebotes zum Ziel gesetzt und eine breite Informationskampagne der lokalen Bevölkerung lanciert, um die Bedeutung des Kulturgutes in den Mittelpunkt des Bewusstseins zu rücken. Das seit dem Jahr 2000 klassifizierte Loire-Gebiet umfasst zwei Regionen, vier Départements, 160 Kommunen, 800 Quadratkilometer und war bereits vorher weltweit berühmt. Ziel ist es, durch ein Label «Val de Loire/ Unesco-Welt-

erbestätte» die Anbieter anzustacheln, ihre Offerten qualitativ aufzuwerten, gleichzeitig will man aber auch sanfter Tourismusformen entwickeln (Loire-Schiffahrt, Loire à vélo), die im Einklang mit der Kulturlandschaft stehen und neuen Serviceanbietern ein Auskommen garantieren können.

Die Mission ist auch Initiator regelmäßiger Treffen der Manager französischer Welterbestätten, die im vergangenen Jahr die «Association des biens français du patrimoine mondial» gegründet haben, um nach deutschem Vorbild ihre Erfahrungen auszutauschen und gemeinsame Promotionsaktionen der bisher 30 französischen Stätten aufzulegen.

liegenschaften

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotels & Restaurants

Sie haben einen Betrieb zu verkaufen – zu vermieten oder suchen Sie einen Betrieb?

Wir sind die beste Adresse für interessante Hotels und Restaurants.

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analyse und Cashflow
- Managementberatung
- Marketing / Verkaufsförderung
- Reorganisation
- How und Why-Projekt
- Konzept-Entwicklung

Postfach 4, CH-4133-8802 Thalheim 34
052 412 15 57 079 423 97 24
Fax 052 41 04 15 6

zu verkaufen

**interessanter
Restaurantsbetrieb
mit Baulandreserven**

Region Zentralschweiz / Dorfzentrum
Fläche: 1'727 m²

Restaurant 110 Plätze
Gartenwirtschaft 70 Plätze
Umnutzung oder zusätzliche
Überbauung möglich

Kontakt:
Peter Baumgartner, BDO Visum
Tel. 041 368 12 50
peter.baumgartner@bdo.ch

BDO
BDO Visum

Gastroconsult
PENSIONNARIAT HÔTELLIERE ET LA RESTAURATION

Cadre et cachet exceptionnels

**Restaurant du Hameau
Verbier**

- locaux de plain-pied entièrement rénovés
- magnifique outil de travail meublé et agencé
- bar, caveau, salle à manger, 140 places
- grande terrasse, espace barbecue professionnel
- bail commercial 5 ou 10 ans
- reprise du matériel d'exploitation
- logements de service disponibles
- synergies avec les activités organisées sur le site du Hameau:
 - Musée «Espace Alpin»
 - Centre de conférences
 - chapelle acoustique (mariages, baptêmes)
 - Concerts

Renseignements et descriptif sur demande:
R. Susset ou J.-C. Antile ☎ 021 721 08 08

GASTROCONSULT SA
Général-Gassan 42, 1009 Fully
remisusset@gastroconsult.ch

anzeigen

Kondomautomat
www.kondomautomat.ch
079 529 29 10 / 079 670 80 05

Himmelbett
(Giegarhölz)
Catschwil, 2. Hälfte 18. Jh.,
200 x 140 x 176 cm, Lindenholz
geschichtet mit Einlegearmen EMERU,
4-stöckig, Standort Zürich
Preis auf Anfrage. Tel. 079 425 72 75

Hotel Albana in Davos
an Top-Lage, umfänglich bergnähe
zu verkaufen:
052 232 10 00 oder 079 858 74 02

iz

**Berner Oberland – Thunersee
mit einmaligem Alpenpanorama**

Im Auftrag zu verkaufen nach Vereinbarung ein an erhöhter Lage 1976/1986 im Chaletstil erstelltes, bestens eingeführtes

*****-Hotel-Restaurant
mit sep. Wohnchalet**

Der Betrieb mit Baujahr 1976/88 umfasst:

- 26 schöne Hotelzimmer mit DU/Bad und WC, Balkon oder Terrasse
- Restauration unterteilt mit ca. 140 Sitzplätzen
- Terrasse mit ca. 80 Sitzplätzen
- 4-Zimmer-Direktionswohnung
- mit allen notwendigen Nebenräumen

Nähe Busstation, grosser Auto- und Carparkplatz.
Ertrag aus Restauration ca. 1,25 Mio. Franken,
Ertrag aus Hotel ca. 0,35 Mio. Franken.

**Verkaufsrichtpreis CHF 1,85 Mio.
Gebäudeversicherungswert CHF 5,68 Mio.**

Weitere Informationen erhalten Sie bei
Jürg Zumkehr, Unternehmensberatung,
3900 Interlaken, Mobil 079 658 58 88,
jurg.zumkehr@quicknet.ch, www.zumkehr.ch

Nach Oberinkunft zu verkaufen

stilvolles **Hotel**

mit bester Bausubstanz, Ambiente-Restaurant, Terrasse und Dependence im Zentrum einer verkehrsgünstig gelegenen Innerschweizer Seegemeinde.

Das Haus ist gut besetzt und verfügt über beste Infrastruktur als Seminarhotel und Tagungsort. Beliebte ist es auch bei Ferien- wie auch Businessgästen.

Es handelt sich hier um eine gute Existenz für angelegte Hotelfachleute.

Anfragen und Unterlagen an: htr hotel revue, Chiffre 183080, Morbionstrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Verwirklichen Sie Ihren Traum!

Nachfolgeregelung/altershalber zu verkaufen
Wir verkaufen altershalber unser rentables, renommiertes und bestens eingeführtes

Delikatessengeschäft – Aktiengesellschaft
mit internationalen Spitzenprodukten an Toplage im Herzen von Aarau.

Hervorragende, neue Stammkundschaft, ausbaufähiger Party-Service.

Ein qualifiziertes, gut eingepflegtes Mitarbeiterkenn kann übernommen werden.

Ideal geeignet für ein Ehepaar oder ein Zweierleim aus der Lebensmittellandschaft oder dem Gastgewerbe, welches mit Freude die Gastgeberrolle ausüben möchte.

Wir bieten langjährigen Mietvertrag mit hellem Mietzins. Moderne Infrastruktur mit angenehmem Ambiente. Keine Investitionen in den nächsten Jahren erforderlich.

Verkehrsgünstige Lage. Parkplätze vorhanden.

Kontaktnahme unter Chiffre D 001-233540, an Publicitas AG, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Ollone 1.

DER BAR KURS

DAS INTERNET-SEMINAR VOM GASTROKURS

WERTER
DANACH ERHÖHEN
Erfahrungsgelagert
079 423 97 24
www.kurs.ch

WERTER
DANACH ERHÖHEN
Dank
079 423 97 24
www.kurs.ch

Hotel & Gastro formation

BREVET FEDERAL

- Cuisinier/ère en hôtellerie et restauration
- Chef/ffe en restauration
- Intendant/te en hôtellerie et restauration
- Chef/ffe d'accueil et d'administration hôtelière

COURS LE MARDI DU 02.09.08 AU 05.09.08
(SAUF VACANCES SCOLAIRES)

**JOURNEES D'INFORMATIONS
7 ET 8 JUILLET 2008**

BIENVENUE AU BUREAU A LONAY
09.00-11.30 et 13.30-16.30
à votre convenance !

Hotel & Gastro formation, siège romand
Route des Pressoins 8, 1027 Lonay
Tél. 021/804 85 30 fax: 021/804 85 38
www.hotelgastro.ch c.kilner@hotelgastro.ch

**5-Sterne-Journalismus
für bloss Fr. 4.30?**
Das sind ja ganz neue Seiten!

htr hotel revue
das schweizer magazin für hotellerie, restaurations- und tourismusbetriebe

**Du journalisme 5 étoiles
pour seulement 4.30 fr.?**
Voilà quelque chose d'inédit!

htr hotel revue
le magazine suisse de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme



Weinconcours

40 Winzer präsentierten die besten Weine des Deutschschweizer Weinconcours '08.
Seite 17



Ein anderes Venedig in der Wüste von Nevada: «The Venetian», das etwas ältere Schwesterhotel des «Palazzo», verfügt über 4000 Zimmer.

Bilder Reto Wild

Vom Wüstenzelt zum Weltrekord

Vor 50 Jahren gab es in Las Vegas 7000 Hotelzimmer. Ende dieses Jahres werden es 137 000 sein. Der Expansionsdrang hat seine besonderen Gefahren.

RETO E. WILD

Zurzeit wird in Las Vegas die unglaubliche Summe von 33 Mrd. Franken in die Renovation und den Neubau von Hotels investiert. Entlang des sieben Kilometer langen Las Vegas Boulevard, besser bekannt als «Strip», fallen nicht nur gewagte Hotelbauten auf wie das Venetian Resort mit 7128 Zimmern (Weltrekord) oder der Koloss MGM Grand mit 5000 Zimmern, sondern auch die vielen Baukrane.

Las Vegas mit seinen inzwischen gegen zwei Millionen Einwohnern mitten in der Wüste Nevadas hat schon heute mit über 130 000 Hotelzimmern mehr Zimmer als jede Stadt in dieser Welt, wobei die durchschnittliche Auslastung von 94 Prozent in den USA Landesrekord bedeutet. Neun der zwölf grössten Hotels dieser Welt stehen in der erst gut 100 Jahre alten Stadt.

Aus dem Ausland sollen mehr Gäste kommen

Nur geben sich die Verantwortlichen von «Las Vegas Convention and Visitors Authority» damit noch nicht zufrieden. In den nächsten drei Jahren werden weitere 35 000 Hotelzimmer entstehen. Rossi Ra-



Im Suitenhotel Encore kann man ab Dezember übernachten.



«The Palazzo» das – für kurze Zeit – neueste Hotel in Las Vegas.



Die grell beleuchtete Fremont Street ist günstiger als der «Strip».

markt ist also selbst in der Prognose noch immer signifikant. Und genau darin bestehen die Gefahren der ambitionösen Bauvorhaben. Der rekordreure Ölpreis und die Wirt-

schafftskrise in den USA schlagen sich nämlich auf die Reise- und Ausgabefreudigkeit der Amerikaner selbst in eigenen Land nieder. Ende Mai dieses Jahres, über das durch den «Memorial Days» verlängerte Wochenende, mussten die Ho-

teliers in Las Vegas erstmalshinnehmen, dass einige Zimmer über dieses Hochsaisondatum leer blieben. Entsprechend sind auch die Einkünfte aus dem Spielbetrieb seit diesem Jahr rückläufig. Weil die Gäste aus dem Ausland durch-

Die Stadt der Entertainer und der LED-Lämpchen

Ganz nach dem Geschmack der Auslandsmärkte versuchen Ralenkotter und sein Team, ein neues Image von Las Vegas zu kreieren. Das Spielerparadies soll nicht mehr nur für Casinos stehen. Seit dem 6. Mai tritt beispielsweise Cher im «Colosseum» des «Caesars Palace» auf der Bühne auf und wird in den nächsten drei Jahren 200 Mal singen.

Bette Midler tut es ihr gleich, und zahlreiche Musicals, Shows und Produktionen wie vom Cirque du Soleil sorgen dafür, dass die Wüstenmetropole eben auch ein Ort der Unterhaltung ist, wie das schon

Frank Sinatra, Elvis oder Liberace in der Vergangenheit bewiesen haben.

Dazu passt, dass die Fremont Street revitalisiert wird. Rund zehn Fahrminuten vom unteren Teil des «Strips» entfernt, wurde hier Las Vegas 1905 an der Bahnlinie auf dem Weg nach Kalifornien gegründet. Die ersten Gäste stiegen in der damaligen Oase in Zelten ab.

Heute versucht sich die Fremont Street mit der weltweit längsten Licht- und Videoinstallation (12,5 Millionen LED-Lämpchen und 442 Meter lang) sowie im Durchschnitt nur halb so teuren Restaurant-, Casino- und Hotelpreisen gegen die Konkurrenz vom «Strip» durchzusetzen. Obwohl beispielsweise das frisch renovierte und über 60-jährige «Golden Nugget» mit Zimmerpreisen ab 59 Dollar lockt, ist es schwierig, die Besucherströme zum Gründungsort von Las Vegas zu locken. Zu schrill und futuristisch glänzen die Prestigebauten am «Strip». Wie lange noch?



Elvis lebt. Natürlich als Entertainer in Las Vegas.

Las Vegas wird zur Stadt mit den meisten Hotelzimmern

Bis zum Jahr 2011 soll Las Vegas 35 000 zusätzliche Hotelzimmer erhalten; den Touristen stehen dann 165 000 Zimmer zur Auswahl. Zu den wichtigsten Expansionen in jüngster und nächster Zeit zählen: **Palazzo.** Das Hotel eröffnete Mitte Januar 2008 mit 3000 Zimmern, mit Boutiquen und Restaurants am «Strip» und gehört wie das Schwesterhotel Venetian zum Unternehmen Sands. **Encore Suites at Wynn.** Milliar-

där und Casinooperator Steve Wynn wird im Dezember 2008 eines der luxuriösesten Häuser von Las Vegas eröffnen, das zusammen mit dem bereits existierenden Wynn Hotel 4700 Zimmer anbietet und 2,2 Mrd. Dollar verschlingen wird.

City Center. Das Joint Venture von MGM Mirage und Dubai gilt mit Kosten von 9,2 Mrd. Dollar und einer Fläche von 30 Hektar als grösstes Projekt der Wüstenmetropole. Ende 2009 sollen direkt am

«Strip» vier Hotels (u. a. Mandarin Oriental) mit insgesamt 6300 Zimmern entstehen sowie Läden, Restaurants, 1500 Wohnungen und Unterhaltungsstätten.

Echelon. Ebenfalls am «Strip» gelegen, will das Unternehmen Boyd Gaming 5000 Zimmer in 5 verschiedenen Hotels (u. a. Shangri-La, Mondrian und Delano) ohne Spiel-, aber mit Spa und Konferenzräumen auf dem Gelände des legendären Stardust Hotels eröffnen. Kosten: 4,8 Mrd. Dollar. rw

Wenn der Schrott mit der Kunst

Was für die einen eine Umweltsünde, ist für die anderen eine Idylle: der historische Autofriedhof im Gürbetal. Dank Heinrich Gartentor ist er nun kurz für die Öffentlichkeit zugänglich.



«The chase» vom Genfer Kollektiv Collectif Fact.



«Restless legs» von Haus am Gern (Rudolf Steiner und Barbara Meyer Cesta) aus Evilard.

FRANZISKA EGLI

Heinrich Gartentor, was für ein Auto fahren Sie?
Einen EW4. Das ist der Einheitswagen 4 der SBB. Will heissen: Ich habe gar kein Auto.

Und hegen, obwohl Sie die Ausstellung auf dem historischen Autofriedhof Gürbetal organisiert haben, auch keinen Bubenraum in Form eines Pontiacs oder Cadillacs?
Irgendwo liegt ein Buick von 1950, für den würde sogar ich noch Autofahren lernen. Aber mich fasziniert vor allem, dass dies noch Zeiten waren, als man richtige Autos baute und nicht Fortbewegungsmittel.

Mitten in einem Waldteil neben Kaufdorf liegen Hunderte von Autos edler Marken vorab aus den Vierziger- bis Sechziger-Jahren verwahrlost, abgewrackt, von der Natur zerfressen und überwachsen. Wie kam es zu diesem Friedhof?

Zu einem Friedhof wurde es erst, als die Natur kam. Vorher war da auch kein Wald und das Gebiet ein klassischer Schrottplatz: Der Autopark gehörte Walter Messerli, der mit Autoersatzteilen handelte. Die ausgehöhlten Wracks liess er einfach liegen, was vor Jahren ja noch keine Umweltsünde, sondern durchaus legal war. Franz Messerli, Sohn und Erbe, schwebt schon lange ein Freilichtmuseum vor, denn mit den Jahren hat die Natur sich ihren Platz zurückerobert und daraus erst einen einmaligen Ort geschaffen.

Und wann kamen Sie ins Spiel?
Mit 6 Jahren. Da war ich mal mit einem Onkel da, der einen Kipp-schalter brauchte. Als ich dann vor Jahren am Tag der offenen Tür war, wusste ich sofort: Hier möchte ich eine Ausstellung durchführen. Zur selben Zeit wurde das Komitee Historischer Autofriedhof Gürbetal gegrün-

det, das den Friedhof erhalten will, und auch Franz Messerli war sofort für eine Ausstellung zu haben.

Wie geht man vor, wenn man eine Ausstellung an einem so aussergewöhnlichen Ort machen will?
Klar war, dass über den Friedhof ein Steg führen musste, damit man das Ganze auch wirklich überblicken kann. Dann habe ich Künstler angefragt, von denen ich weiss, dass sie anpacken können.

Und die liessen sich alle begeistern?

Aber sicher. Sie alle hatten einzig ziemlich Respekt vor der geballten Ladung Auto und Natur. Das ist so gewaltig, da kann man als Künstler nur Zweiter machen.



Die Künstler hatten alle grossen Respekt vor der geballten Ladung Auto und Natur.

Heinrich Gartentor
Künstler und Organisator

Ursprünglich ging ich davon aus, dass 95 Prozent allein wegen der Autos kommen. Und nun bin ich überrascht, dass bestimmt ein Viertel wegen dem Gesamtkunst-

werk erscheint. Der Punkt ist, dass das, was der Ort wirklich ist, erst durch die Kunst diskutierbar geworden ist. Erst seither kann man auch undogmatisch über den Autofriedhof reden. Bis anhin war er a priori schlecht, galt als Schandfleck und ökologische Katastrophe. Dass sich da aber nebst historischen Schätzen auch ein Paradies an Fauna und Flora gebildet hat, wurde nie erwähnt. Es wird aufgezeigt, was durch die Autos kaputt gemacht, aber nicht, was durch sie auch gewonnen wurde. Dabei ist dies hier kein Event, sondern etwas, das über Jahrzehnte gewachsen ist.

Und was passiert nach der Ausstellung damit?

Bis Ende März 2009 muss das Gebiet per Gerichtsbeschluss geräumt sein. Wir hoffen natürlich, das irgendwie verhindern zu können.

Ausstellung Der Autofriedhof als Kunstgalerie

Chantal Michel ist ebenso mit von der Partie wie Dominik Stauch, Lang/Baumann, Reto Leibundgut oder Simone Zaugg. 22 Kunstschaaffende konnte der Thuner Künstler und erste «Kulturminister der Schweiz», Heinrich Gartentor, für die nationale Kunstausstellung zur Erhaltung des historischen Autofriedhofs Gürbetal gewinnen. Nebst mehreren Hundert historischen Autos sind Installationen wie aufeinander getürmte Polizeiwagen, oder eingemauerte Autos zu sehen.

Historischer Autofriedhof Gürbetal, Kaufdorf: jeweils Mi bis So, 11 bis 19 Uhr. Die Ausstellung dauert bis 12. Oktober.

www.autofriedhof.ch

Der Quereinsteiger vom Buobental



Geny's

Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, befasst sich hauptsächlich mit Schweizer Weinen. Er pflegt im Auftrag auch Weinkarten und -keller. Geny's Weinkolumne erscheint 14-tägig in der htr hotel revue.

Ein guter Wein beflügelt den Geist, regt zum Nachdenken an, löst Reaktionen aus. Er weckt die Neugier bei dem, der ihn verkostet, und animiert ihn dazu, die Botschaften der Böden, des Klimas und des Winzers zu entschlüsseln. Vom Bestreben, diese Botschaft wahrheitsgetreu zu vermitteln, lassen sich Brigitte Barnert und Fredi Clerc bei der Bereitung ihrer Weine leiten, so dass diese zu den authentischsten und beglückendsten Tropfen der Region gehören. Quereinsteiger zeichnen sich oft durch einen grösseren Ideenreichtum und ein überdurchschnittliches Engagement aus und bringen mehr mit als manch traditioneller Winzer.

Als diplomierter Bauingenieur und Architekt hat Fredi Clerc bis Anfang der Neunziger-Jahre Häuser geplant und gebaut. Als Ende der Achtziger-Jahre das Weidland für ihre geliebten Pferde knapp wurde, spielte das Paar mit dem Gedanken, die Hallinger zu verkaufen und auszuwandern. Doch auf der Suche nach einem geeigneten Anwesen wurden sie im Buobental fündig. Das «Rüteli» wurde 1986 ihr neues Zuhause. Von Pferdefutter bis zu Ketchup wurde damals auf dem Hof alles produziert. Sechs Jahre später stand das Heimwesen zum Verkauf, und die beiden



Der ehemalige Bauingenieur Fredi Clerc bei seiner Arbeit im Weinberg.

griffen zu. Nun war die Zeit reif, den lang ersehnten Traum zu verwirklichen, Reben zu pflanzen und Wein unter dem eigenen Namen in Flaschen zu füllen. «Als Betonmensch hatte ich damals keine Ahnung, was Biologie ist», sagt Clerc.

Das Rüteli im Buobental liegt am oberen Zürichsee am südwestlichen Ende des Buchberges mit Lagen am Sonnenrain. Die nördlich und östlich angrenzenden Wälder schützen den Weinberg vor der kalten Bise und speichern die Tageswärme bis tief in die Nacht. Die Böden auf dem Moränenhügel des Linthgletschers sind lehmig und sand-

kieshaltig, mit einem gesunden Humusanteil. Weitere Lagen der Domäne befinden sich in den Klostergärten von Uznach und im Schönbiühl bei Wangen. Ein geradezu ideales Mikroklima herrscht in dieser Gegend. Der nahe gelegene Etzel hält Gewitter und Hagel fern. Frost kennt man nicht, und von der der Nordseite der Alpen herab wehende Föhn verweht die Reben mit Wärme und Trockenheit. Auf der Domäne wird jede Lage für sich bewirtschaftet. Der späberufene diplomierte Önologe Fredi Clerc meint: «Qualität bedeutet für uns die Erhaltung der Ausgewogenheit aller Inhaltsstoffe in den Traubenbeeren. Dies mit dem Ziel eines aromaorientierten Weinbaus.»

Die Rebflächen werden nach den Regeln der integrierten Produktion bewirtschaftet. Zwischen den Rebzeilen wächst Gras, damit die Reben tiefer wurzeln. Geerntet wird in kleine Kisten von Hand, so dass man die Traubensortieren kann. Gärungs- und Stoffwandelungsprozess werden mittels Temperaturregelung und Belüftung gefördert. Besondere Merkmale der Produkte sind sortentypische, saubere Weine, von hoher Bekömmlichkeit und Harmonie.

«Alles was mit der Weinbereitung zu tun hat, interessiert mich», erklärt Clerc. Demzu-

folge überrascht das Angebot des 61-jährigen nicht: Vier Rotweine, drei Rotweincuvées, vier Weissweine, zwei Schaumweine, ein Port und ein Süsswein werden in Flaschen gefüllt. Bei der Auswahl der gepflanzten Rebsorten hat man sich bewusst auf Nischenprodukte konzentriert. Vorbilder sind der deutsche und der österreichische Weinbau.

Auf der 4,2 Hektaren grossen Domäne gedeihen nebst Blauburgunder, Garanoir, Cabernet Dorsa auch Scheurebe, Blaufränkisch, Blauer Zweigelt und Dornfelder. Der Sauvignon blanc war, da ihm das hiesige Klima hervorragend passt, von Anfang an gesetzt. Ein Wagnis war auf diesen Lehm Böden die Anpflanzung von Merlot. Vom Resultat ist der Winzer überrascht und zufrieden.

Wir verkosteten bei unserem Besuch den Toro, eine Rotweincuvée, die nach der Amarone-Methode ausgebaut wird. Dornfelder zeichnet verantwortlich für die Farbe, Blaufränkisch für die Säure und Zweigelt für die Frucht. Im Glas offenbart der Toro Komplexität und saftigen Gaumenfluss und verbindet reife Frucht mit Schmelz und dezenter süsser Note. Ob man diesen Wein in der Frische seiner Jugendgeniess, in der Reifeseiner besten Jahre oder erst, wenn er von der Weisheit seines Alters gezeichnet ist?

Holz ohne Alpenkitsch

Das besondere Hotel Urbanes Setting inmitten von Viertausendern: Der Zermatter Künstler Heinz Julen definiert mit einem Hotel das Bergambiente neu.

SIMONE LEITNER

Alpenkitsch und rustikales Bergambiente waren gestern. Heute finden Gäste im Zermatter Hotel Matterhorn Focus Betonwände, Glas-Cheminées und kubische Kuhlensessel vor. Am Wochenende eröffnete das neue Hotel Garni und zeigte rund 300 Gästen Urbanes am Fusse des Matterhorns.

Für das Design und Konzept des 4-Sterne-Hotels zeichnet der Künstler Heinz Julen mit seinem Team. Der Eröffnungsanlass am Freitagabend war für die Besitzer des Hotels, Sonja und Christian Noti ein grosser Erfolg. «Wir wussten nicht, wie das Publikum auf unserer Hotel reagieren würde», erzählt Christian Noti. Um so grösser nun die Freude.

Im Vorfeld wurde der Bau des neuen Hotels unmittelbar bei der Matterhornbahn immer wieder diskutiert. Heinz Julen polarisiert und wirft Fragen auf. Für die Bauherrschaft war die Zusammenarbeit «sehr inspirierend». «Wir haben in zwei Jahren das Hotel gemeinsam realisiert und fanden immer Lösungen, die für alle Beteiligten stimmten.» Christian Noti hat das Land gerbt und «dank dem Plan von Heinz Julen nicht nur den Mut, sondern auch die Lust bekommen, ein Hotel zu bauen und zu betreiben.» Das heisst, Gastgeberin ist Sonja Noti. Christian Noti



Bilder Heinz Julen

Gewollt: Heinz Julen hat die Suiten und Zimmer so konzipiert, dass der Gast die Seilbahn nicht nur sieht sondern regelrecht fühlt.

wird nach wie vor als Banker in Zermatt arbeiten.

Und Heinz Julen hat sich als Architekt bewiesen und durchgesetzt. Mit dem Bau des «Into the Hotel» im Jahre 2000 war der Zermatter Künstler in die Schlagzeilen geraten. Damals wurde ihm mangelndes Fachwissen vorgeworfen. «Um so



«Das Planen und Bauen mit Heinz Julen ist professionell.»

Sonja Noti
Gastgeberin und Besitzerin
Hotel Matterhorn Focus

mehr freuen wir uns, dass die Zusammenarbeit so professionell war und wir Zweiflern bewiesen haben, dass Heinz Julens Ideen nicht nur genial, sondern auch realisierbar sind», betont Sonja Noti. Das Hotel Matterhorn Focus ist eher ein Gesamtkunstwerk als ein Hotelbau. Details zeigen, wie schön-

kellos Heinz Julen sein Werk und seine Heimat sieht. Die Lage des Hotels neben der Matterhornbahn birgt Tücken. Das Ziel war, die Zimmer so zu konzipieren und auszurichten, dass der Gast die Bahn nicht als störend sondern als inspirierend empfindet, erklärt der Künstler auf einem Rundgang



«Die Gäste sind mit unserem Lift innert Minuten direkt an der Matterhornbahn.»

Christian Noti
Besitzer Hotel Matterhorn Focus

durch das Hotel. Der unterirdische Stollen, der den Gast von der Matterhornbahn in die Lobby des Hotel bringt, hat über eine Million Franken gekostet, ist aber für die Notis «Gold wert». Das Hotel gefällt: Schon bevor seine Türen öffnete, sei die Buchungslage für den Sommer wirklich gut.



Der Kronleuchter: unverkennbares Julen-Design.

Fakten Kunstvolle Räume und ein Aussenpool

Das Hotel Garni Matterhorn Focus in Zermatt, die «Divas» wie der Künstler Heinz Julen sein neuestes Werk nennt, ist extravagant und detailverliebt. Über 15 Mio. Franken haben die Eigentümer und Hotelbetreiber Sonja und Christian Noti investiert. Der Hotelkomplex besteht aus drei Gebäuden (30 Zimmer und Suiten) – zwei neuem und einem bestehenden. Die Möbel stammen aus dem Atelier von Heinz Julen und geben der Trilogie die unverkennbare Note des Designers. sls Die Bilder zu diesem Text hat Heinz Julen selber gemacht. So sieht er seine «Divas».

www.focus-zermatt.ch

1. Sie bauen Ihre Projekte mit einer ETH-Architektin. Schränkt Sie das nicht ein? Nein, das hatte ich bereits beim INTO, nur ist die Architektin Sandra Meissner jetzt direkt vor mir angestellt. Es ist für mich eine Erleichterung, professionelles Feedback zu bekommen. Und der Erfolg zeigt mir, dass es so funktioniert. Ich habe die Ideen und Sandra prüft die Machbarkeit und zeichnet alle Pläne auf CAD.

2. Nun haben Sie bereits den zweiten Architekten ins Boot geholt. Fliegen Ihnen so viele Projekte zu? Es läuft sehr gut. Wie gesagt, diese Kombination wird auch von aussen als professionell wahrgenommen und geschätzt. Zurzeit erweitern wir das Hotel Cœur des Alpes. Es entstehen



Nachgefragt

Heinz Julen

Tätigkeit: Künstler, Designer, Architekt
Seine Objekte: Vernissage, Viewhouse, Leni's Chalet, Chez Vrony, The Cœur des Alpes, The Loft, Into the Hotel, The Heimberg, Biennen Haus, Rüsterei, Snowboat.

sechs exklusive Lofts, ein luxuriöses Penthouse und ein vergrösserter Wellnessbereich.

3. Und Ihre Möbel produzieren Sie auch noch?

Ja, ich habe ein Atelier und produziere die Möbel selber. Ausserdem fertigen wir dort auch die Objekte für den im letzten Jahr gegründeten Heinz-Julen-Shop in Zermatt. Übrigens, wir bauen in Moskau einen zweiten Heinz-Julen-Laden.

4. Wie sieht Ihre Vision aus?

In Kanada arbeiten wir an einem ganz spannenden Hotelprojekt. Hier in Zermatt bleibt die Vision auf dem Klein Matterhorn nach wie vor die Nr. 1. Bald werden wir mit den Bergbahnen die definitive Vision vorstellen.

www.heinzjulen.com

Auf den Spuren der Simmentaler Bauern

Über 600 Bauernbetriebe bewirtschaften das Simmental. Wer einmal einen Einblick in den Arbeitsalltag der Bauern erhalten möchte, kann dies nun tun: 35 Landwirte haben sich bereit erklärt, interessierten Besucherinnen und Besuchern die Alpkultur und Landwirtschaft näher zu bringen. Ob Führungen durch die Milch AG, Ferien auf dem Bauernhof, Stallvisite, Kutschenfahrten, Mithilfe beim Bergheut, Streichelzoo oder Alpkäsebesichtigung: Jeder Montag im Juli sowie die ersten zwei Montage im August stehen ganz im Zeichen von «Erlebnis Alpkultur», dann findet jeweils ein Informationsapéro mit volkstümlicher Musik statt.

www.lenk-simmental.ch

Köstlichkeiten mit frischen Himbeeren



Himbeeren à gogo gibt's vom 6. bis 13. Juli im Sorell Hotel Zürichberg. Unter dem Motto «Couleur Framboise» bietet das Restaurant R21 Leckeres aus frischen Himbeeren der Domaine Greysin, Himbeerfarm in Molondin (VD), zum Beispiel Siedfleischsalat an Himbeervinaigrette, Kopfsalatherz mit Crevetten an Himbeersauce, Gebrautes Seeeteufelfilet mit Himbeer-Chutney und, und, und. Daneben sind auch Marmelade, Essig, Schaumwein, Likör und natürlich frische Himbeeren selber erhältlich.

Sorell Hotel Zurichberg, Tel. 044 268 35 65

www.zuerichberg.ch

Ernährung spielerisch entdecken

Auf einer Wanderung rund um den Trübsee in Engelberg-Titlis kann ab Mitte Juli die ganze Familie auf spielerische Art und Weise alles erfahren und entdecken, was man über gesunde Ernährung und Bewegung wissen sollte: dank dem neuen Knorrli-Erlebnisweg. Dieser entstand in Zusammenarbeit mit der Schweizer Gesellschaft für Ernährung und er führt Eltern wie Kinder mit spielerischen Aktionen wie Wasserspiel oder Gemüsearten, in die wichtigsten Ernährungsempfehlungen ein.

www.knorr.ch
www.titlis.ch

Seehotel Sonne in Küsnacht mit Erneuerungen

Das Romantik Seehotel Sonne in Küsnacht wartet diesen Sommer mit diversen Erneuerungen auf: Nicht nur wurde es mit einem kleinen, feinen Wellness- und Fitnessbereich auf 120 Quadratmetern – und mit direktem Blick auf den Zürichsee vom Whirlpool aus – erweitert. Zudem wurde passend zur warmen Jahreszeit auch das Gartenrestaurant Sonnengarten umfassend renoviert: Das Ausflugsziel mit direktem Seeanstrich hat neu einen modernen Selbstbedienungsbereich und wartet mit einer gemütlichen Lounge für relaxtes Beisammensein auf. fe

www.sonne.ch

7 mal 7 Rezepte aus dem «Seven»

Ivo Adam liebt die Zahl Sieben: Sein Restaurant in Ascona heisst Seven. Und das neue Kochbuch hat sieben Kapitel mit je sieben Gerichten.

ELSBETH HOBMIEIER

Ivo Adams Buch ist gross, dick, schwarz, sophisticated, teuer und multikulti. Es nennt sich «Seven Ways to Eat Different», zwischen den Buchdeckeln geht's mit Benvenuto/Willkommen in Italienisch und Deutsch weiter. Deutsch als Muttersprache des Seeländers Ivo Adam, Italienisch als Reverenz an seine neue Heimat Ascona. Leicht erhöht über der Piazza wirkt Adam seit 2007 – schon wieder eine Sieben – im Lokal, das der siebenköpfigen Familie Breuer gehört, die den Eingang zum Restaurant mit ihren Handabdrücken signiert hat.

Dass das neueste Ivo-Adam-Buch, es ist sein drittes, in sieben Kapitel gegliedert ist, versteht sich schon



fast von selbst. Die Philosophie hinter den Rezepten ist klar: Es sind kleine, aber raffinierte Häppchen,

die als eine Vorspeise oder kunstvoll gruppiert als Hauptgang auftreten können. Zu jedem Gericht wird eine Beilage, Sauce, Zutat beschrieben – es kann also frei und lustvoll kombiniert werden.

Im «Seven» geht das so: Im hohen Glas schäumt eine Gelberbsensuppe mit Vodka, darin liegen hauchdünne Scheiben Schweinefleisch, daneben eine Crème brûlée aus Blutwurst. Oder: Gestreifte Stilton-Agnolotti an einer Moscato-d'Asti-Nage und Birnenkompott mit Baumüssen. Und: ein gebrautes Seeeteufel-Medaillon liegt auf

Ingwer-Gurken-Streifen und einem roten Absinth-Gelée. Dies sind jedesmal drei Rezepte, die zusammen ein Ganzes ergeben – ein Ganzes, das auf schwarzen Tischen höchst appetitlich fotografiert ist.

Etwas muss noch gesagt sein: Das Buch richtet sich vor allem an Leute, die vom Kochen schon sehr viel verstehen: Die Anleitungen sind äusserst knapp gehalten und beschränken sich praktisch auf die Auflistung der Zutaten.

Ivo Adam: Seven ways to eat different, Italienisch/Deutsch, 129 Franken, Werd-Verlag.

Ein ganzer Bund nur dolce vita? Das sind ja ganz neue Seiten!

publinter

Mit der neuen htr hotel revue sind Sie jetzt noch aktueller im Bild.

Mit neuem Namen, neuem Layout, neuer Schrift und dem neuen Bund «dolce vita».

Mehr Farbe, mehr News, mehr Extras. Bestellen Sie am besten noch heute

Ihr Abonnement: Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch.

www.htr.ch

htr **hotel revue**
Die Schweizer Fachzeitung für Touristen **Wöchentlich mit Stellenangeboten**



Im Garten des Restaurants «Kunsthalle» trifft sich ganz Basel, die «Campari Bar» lockt mit speziellen Drinks.

Bilder zvg

Fakten Die Geschichte der Kunsthalle Basel

Im Jahr 1869 erfolgte die Grundsteinlegung der Kunsthalle nach den Plänen des Architekten Johann Jakob Stehlin, 1872 wurde sie eröffnet. Mehrere Anbauten ergänzen seitdem den ursprünglichen Bau, 1927 fand die Anlage äusserlich ihren Abschluss. Wegen anhaltender kritischer Finanzlage, bedingt durch den teuren Unterhalt, wurde das Gebäude 1950 beinahe an eine Grossbank verkauft. Zwischen 1969 und 1973 wurde gründlich renoviert. 2004 wurde die Kunsthalle den Bedürfnissen des aktuellen Kunstbetriebes angepasst, etwa durch eine neue und flexiblere Aufteilung der Räume. hr

www.kunsthallebasel.ch
www.restaurant-kunsthalle.ch

det gemeinsam mit Patrick Candrian und Thomas Keller den Verwaltungsrat der neu gegründeten Kunsthalle Basel AG.

Der neue Gastgeber und Geschäftsführer Daniel Staffiere, freut sich jetzt vor allem auf Eines: «Viele neugierige Gäste verschiedenster Couleure». Diese sollen nicht mit einem neuartigen Konzept, sondern mit Altbewährtem begeistert werden. «Wir legen Wert auf die Tradition und Kontinuität des Hauses», bekräftigt Martin Candrian, Verwaltungsratspräsident der Candrian Catering AG. In diesem Sinne werden sämtliche Mitarbeitenden übernommen. Sohn Martin Candrian, auch Mitglied des Verwaltungsrates, führt aus: «Jetzt beginnt die Zeit des Kennenlernens. Wir werden vorerst vor allem zuhören, zusehen, mitmachen und lernen. Denn der Erfolg der Kunsthalle spricht für sich.»

17 Tage lang Genuss, Wein, Natur und Kunst

Vor drei Jahren initiierten die Rubin-Carnuntum-Winzer in Österreich die «Carnuntum Experience», an der sie jährlich ihre Weine präsentieren. Heuer sind es bereits 70 Anlässe, die an 17 Tagen (15. bis 31. August) für ein tolles Programm sorgen – von Schlauchbootfahrten in den Donauauen über eine rauschende Ballnacht bis zu hochwertigen Weingestaltungsmöglichkeiten.

www.carnuntum-experience.com

Vielseitig: Der Sommer im Toggenburg

Das Toggenburg? Hat mehr zu bieten als idyllische Landschaften, gemütliche Bergbeizen, den Klangweg und die Thurwasserfälle. Diesen Sommer wartet das Toggenburg mit einer traditionellen Älplerchilbi (27. Juli) auf der Alp Sellamatt in Alt St. Johann, einem «Ohrenschmaus»-Konzert (8. August) auf dem Chäserrugg auf 2262 m ü. M. oder den 20. Jazztagen Lichtensteig (8. bis 10. August) auf.

www.toggenburg.ch

Dantes «Inferno» in der Rhätischen Bahn



Zvg

Die Rhätische Bahn fährt zur Hölle: Das Kulturfestival Origin unter der Leitung von Giovanni Netzer bringt Dantes «Inferno» auf die Schiene. Die literarische Klanginstallation von Lorenz Dangel spielt auf der weltberühmten Albulastrecke der Unesco-Kandidatin und entführt den Zuschauer in skurrile Jenseitsvorstellungen. Die «Höllenfahrt» im legendären «Krokodil» der RhB startet jeweils mittwochs um 21 Uhr in Tiefencastel, und zwar am 9., 16., 23., 30.7. sowie 6. und 13.8. fee

www.churtourismus.ch

leserbrief

Das Suchvolumen kann man einfach feststellen

htr hotelrevue vom 19. Juni:
Fokus zum Thema Internet

Ich bin absolut auch der Meinung, dass die Schweiz endlich aus ihrem Dornröschenschlaf aufwachen sollte, denn unsere europäischen Nachbarn laufen uns schon längst davon. Ihr Artikel über das Keyword «Typically Swiss» entspricht jedoch nicht ganz der Wahrheit, denn es fehlt an entscheidenden Informationen: Die «Swiss» erscheint mit ihrer Anzeige ganz einfach, weil sie höchstwahrscheinlich das Suchwort «swiss» einzeln gebucht hat und dieses deshalb jedes Mal erscheint, wenn jemand dieses Wort in irgendeiner Kombination eingibt. Der entscheidende Punkt jedoch ist das Suchvolumen. Sie können einfach testen, ob ein Suchwort gesucht wird, www.google.ch/trends gibt die Antwort. Im Fall von «typically swiss» ist sie ermutigend: «Your terms – typically swiss – do not have enough search volume.» Wir müssen davon wegkommen, dass wir wüssten, wie die Kunden auf unser Angebot gelangen.

Patrick Reichenbach
The Luxury Trains
Product Manager Marketing, Zürich

Neuer Herr im Haus

Nun ist es so weit: Die Basler Kunsthalle gehört seit dem 1. Juli offiziell zur Candrian-Gruppe und wird neu von Daniel Staffiere geführt.

KARIN RECHSTEINER

Ein neuer Wind weht durchs Management und durch die alten Kastanien im Garten des Basler Restaurants Kunsthalle. Der neue Herr über die «Campari Bar», das Restaurant Kunsthalle, die Kunsthalle-Bar und die rund 50 Mitarbeitenden, ist der 45-jährige Daniele Staffiere. Er hat hat letzten Dienstag das Zepter von Peter Wyss übernommen, der sich während 24 Jahren um die Geschicke des beliebten Basler Treffpunkts kümmerte.

Heute gehört das Haus zur Candrian-Gruppe. Peter Wyss bil-



Martin Candrian, Peter Wyss, Daniel Staffiere und Patrick Candrian (v. l. n. r.).



Bilder Alain D. Bollat

Visperterminen wartet auf mehr Touristen.

Das Dorf heisst jetzt Heida

Visperterminen wird zum «Heidadorf»: Der Name des Walliser Gemeinde zu neuer Identität und mehr Touristen verhelfen.

SIMONE LEITNER

Um die Walliser Gemeinde Visperterminen touristisch neu zu positionieren, soll der höchstgelegene Wein Europas, der Heida, Pate stehen. Die Gemeinde, die Raiffeisenbank, Visperterminen Tourismus, die Giw AG (Sesselbahn und Skilifte) und die St. Jodernkellerei bilden

die Trägerschaft für die neue Promotion «Heidadorf». Diese Organisation soll von einem Steuerungsausschuss geleitet werden.

«Wir wollen den sehr bekannten Brand «Heida» im Sommer wie im Winter nutzen», erklärt Berno Stoffel, Mitglied der Arbeitsgruppe, die Strategie des Bergdorfes. Seit 2006 würden die Beteiligten an dieser Positionierung arbeiten. Ziel sei es, sämtlichen touristischen Aktivitäten eine strategische Richtung zu geben, die Prozesse zu optimieren und vor allem die Ressourcen möglichst optimal zu nutzen, erklärt Stoffel und ergänzt, dass «die unternehmerische Eigenständigkeit der Organisationen beibehalten wird». Vor allem sollen im Bereich Schnee-Wandern-Kultur qualitativ hochstehende Produkte entwi-

ckelt, vermarktet und so mehr Gäste nach Visperterminen gebracht werden. Das Ziel von Visperterminen ist, die Anzahl der warmen Betten massiv zu steigern.

Fakten Der Milestone 2007 ging an Visperterminen

Das «Heidadorf» wurde 2007 mit dem Milestone ausgezeichnet. Kreative aus Visperterminen inszenierten eine spektakuläre Freiluftaufführung. Für den «Milestone 2008 Tourismuspreis Schweiz» können bis zum 31. August 2008 Projekte eingereicht werden. sis

www.htr-milestone.ch



Das Walliser Dorf inszeniert sich erfolgreich.

Beste Schweizer Weine

Winzerinnen und Winzer aus 40 Betrieben stellten die Weine vor, die beim Weinconcours Deutschschweiz 2008 am besten abgeschnitten hatten.

RENATE DUBACH

Beim zweiten Kollektivauftritt der drittgrössten Weinbauregion der Schweiz letzte Woche in der Wirtschaft Neumarkt in Zürich durfte die 40 besten Weine des Weinconcours Deutschschweiz 2008 degustieren. 92 Produzenten von Chur bis Basel und von Luzern bis Schaffhausen hatten beim zweiten Weinconcours Deutschschweiz ihre Flaschen eingereicht. Insgesamt 332 Weine wurden Anfang Juni im Strickhof Wülflingen in Winterthur nach den international gültigen Normen der Organisation internationale de la Vigne et du Vin OIV und der Union Internationale des

Enologues UIOe degustiert. 40 davon erhielten 89 bis 93,8 Punkte – sie dürfen sich zu den besten Weinen der Deutschschweiz zählen. Die höchste Punktzahl von 93,8 erhielt die Spätlese Pinot Noir 2006 von Tomas und Mariann Stamm in Thayngen. Auf Platz 2 kommt der Jeninser Pinot noir Barrique 2006 von Annatina Pelizzatti mit 93,6 Punkten und Platz 3 geht an Hanspeter Lampert aus Maienfeld für seinen Strohwein 2003, der 93,4 Punkte bekam.

Die vollständige Liste steht auf: www.htr/dolce-vita



Die Deutschschweizer Winzer präsentieren ihre Weine in Zürich. zvg



Food

Non-Food

Kaffeemaschine

caFina
Kaffeemaschinen für
Kaufhäuser und Betriebsverpflegung

caFina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Tel: 062 889 42 42
Fax: 062 889 42 89
info@cafina.ch, www.cafina.ch

Gastro-Großhandel

Prodega

Prodega CC	Tel./Tel.
2504 Biel/Blenio	032 344 68 68
7000 Chun/Coln	031 286 14 14
1964 Conthey	027 345 33 33
1023 Crisler	021 633 13 13
8953 Dietikon	044 744 75 75
9600 Dübendorf	01 824 81 81
1762 Ghislanz	026 460 83 33
3627 Halmberg	033 430 56 56
6010 Kriens	041 340 69 69
3302 Moosseedorf	031 858 48 88
4623 Neuenhof	062 387 97 97
4133 Pratiels	061 826 29 29
4153 Reinach	061 717 72 72
6343 Rotkreuz	041 790 85 85
5102 Rapperswil	062 889 30 30
8803 Rüschlikon	01 704 65 65
2072 St-Blaise	032 756 22 22

www.prodega.ch

Gastro-Großhandel

Frische für Profis.

Cash-Carry
CC A Angehrn
Trade für Trade

CCA-erfrischungs-
CCA-Lebensmittelmarkt
CCA-sonstigeMarkt

CCA-Groß-30 CCA-Bere
CCA-Pro-erfrisch CCA-Luxern
CCA-Surgern CCA-Spezialmarkt
CCA-Kappelen CCA-Produkt
CCA-Brühlwiler **aktuell 2008**

Info: 044 723 10 20
Grafik-Konzepte im Schweizer CCA
0800-ANGEHRN

Berufsbildung

FRIGO VOR AG, BRUNNEN 7, 8046 ZÜRICH
Tel: 043 268 83 83, Fax: 043 268 83 83
www.frigo.ch, info@frigo.ch

Compteur Fixation und Transferdruck
(Design- und Fotodruckhersteller)

Erasmus Seminar für **gestaltungs-
No. 1 Unternehmensleitung und der Welt!**

FRIGO VOR
www.frigo.ch

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

Kassensysteme

STOR

STOR SA, Boudrystrasse 1, Postfach 5, CH-3172 Grenchen
Tel: 031 404 03 32
www.stor.ch info@stor.ch

ADDFPOS **IDEALPAY**

KASSENSYSTEME & KREDITKARTENGERÄTE

Gastro-Großhandel

GROWA

Growa CC	Tel./Tel.
4512 Bellach	032 644 21 44
3007 Bern-Bühlwiler	031 986 80 40
3543 Emmenmatt	034 402 30 13
4600 Langenthal	062 919 03 93
3612 Mülerswil	033 829 18 18

Internet: www.growa.ch

Kaffeebrot

Jilly
SAFÉ

ILLYCAFE AG, 8800 Thalwil
Tel: 044 723 10 20, Fax: 044 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

Gastro-Einrichtungen

INDUSTRIELLES SELF-SERVICE-ANLAGEN
schmecker

Die Spezialität für die Fabrikation
und Einrichtung von
**GROSSKÜCHEN UND
SELF-SERVICE-ANLAGEN**

Österreich 23 - 3820 Kirchdorf
Telefon: 033 228 28 45 - Fax: 033 228 28 22
www.schmecker.at - info@schmecker.at

Grosküchenmaschinen

ROTOR Lips

Glückbachstrasse 91
CH - 3661 Uebendorf
Tel: +41 (0)83 346 70 30
Fax: +41 (0)83 346 70 37
www.RotorLips.ch

**DIE PROFIS FÜR
GROSSKÜCHEN - UND
BACKREIMASCHINEN**

Namenschilder/Werkeartikel

HAENNI
PROMOTION

Werbe- und Geschenkartikel
Namensschilder mit Stil und Qualität,
wiederfliegende Visitenkarten, mehr als 1000 verschiedene Produkte!

Gesamterstellung Schweiz:
Bossero Pflüger AG
Chlorbüchelstr. 48, CH-8187 Bülte
Tel: 044 820 9103, E-Mail: info@bossero-pflueger.ch
www.haenni-promotion.ch

Gastro-Großhandel

Da oltre 40 anni,
la differenza c'è
e si vede!

winehouse
more choice

Das Weinhaus Konzept für
Restaurants und Hotels/Betriebe

www.winehouse.ch

Weinhandel

winehouse
more choice

Das Weinhaus Konzept für
Restaurants und Hotels/Betriebe

www.winehouse.ch

Sicherheit

SIZU AG Sicherheit ist Zukunft

Night-Manager ♦ Night-Audit ♦ Night-Portier

Ob Militär, Krankheit, Ferien oder Notfälle die SIZU AG steht Ihnen rund um die Uhr, 24/7 Tage im Jahr, zur Verfügung

Übertragen Sie sich doch selbst von unseren Dienstleistungen und lassen Sie sich direkt 48 Stunden eine unverbindliche Offerte ausarbeiten

9270 St. Gallen Tel: 026 42 62 00
Postfach, 3707 Weinfen a.G. Telefon: 042 541 15 07
www.sizu-ag.ch

Hoteldesign

beck design

Technisches, künstlerisches, funktionelles
Beck Design AG
8018 Birmühle
Tel: 041 929 60 20
Fax: 041 929 60 21
www.beck-design.ch

Textilien

standardtextile
textiles, textiles, textile

Weil der erste und der
letzte Eindruck des Tages
die besten sein sollten.

CH-8100 LITTEL, CH-3172 GRENCHEN
Telefon: 031 410 41 11, info@standardtextile.ch
Telefon: 031 410 41 22, www.standardtextile.com, www.stor.ch

Primo
Primo.com.ch
Primo.com.ch

ippergros
www.ippergros.ch

Ippergros Novara
091 986 49 60

Ippergros Losera
091 791 56 61

Innenbau

Strasser

Gastro-Innenbau
Bau-Ruffenlagen
Hotel-Innenbau
Hotel-Eingangsloggien

3658 Thun
Telefon: 031 234 24 24
info@strasser.ch
www.strasser.ch

Übersetzungsdienst

GASTROTEXT

Ich übersetze
Ihre Speisekarte.

www.gastrotext.ch
079 555 05 56

**Toute une année
de dolce vita
pour 145 francs
seulement?
Voilà quelque
chose d'inédit!**

Abonnez-vous maintenant à la nouvelle htr hotel revue. Présentation remaniée
et nouveau cahier «dolce vita». Chaque jeudi dans votre boîte aux lettres.

Téléphone 031 740 97 93, abo@htr.ch.

www.htr.ch

htr **hotel revue**
L'hebdomadaire suisse de tourisme Avec marché de l'emploi

En bref

Suisse

Les «excellents» résultats du tourisme vaudois

Le tourisme vaudois a réalisé d'«excellents» résultats, s'est plu à relever le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Charles-André Ramseier, lors de l'assemblée générale, qui a eu lieu la semaine dernière à Ley-sin. Ainsi, en 2007, ce sont 2,5 millions de nuitées qui ont été enregistrées, soit une hausse de 3,3% par rapport à 2006. Entre 2005 et 2007, la progression a même été de 8,3%. Pour le directeur de l'OTV, ces performances ne sont pas à mettre sur le seul compte des taux de change et de la météo. Ceux-ci, a-t-il dit, résultent également des efforts de promotion, de communication et de fidélisation des hôtes par tous les partenaires de la chaîne touristique. mh

Nouveau portail de voyage pour le marché anglais

Switzerland Travel Centre SA (STC), filiale des CFF et de Suisse Tourisme, a mis en service, pour son marché britannique, un nouveau portail de voyage. Disponible à l'adresse www.stc.co.uk, ce portail permet aux internautes de réserver leurs voyages en Suisse. La Grande-Bretagne est le pays européen dont le nombre de réservations de voyages en ligne est le plus élevé. En termes de nuitées, il est aussi le deuxième marché émetteur pour la Suisse, après l'Allemagne. Il connaît un taux de croissance depuis 2005 de 10%. D'ici quelques mois, ce nouveau portail de réservation sera également accessible, pour le Royaume-Uni, à partir des pages MySwitzerland.com. mh

Les femmes préfèrent les vins rouges corsés



Les femmes aiment principalement les vins rouges corsés et tanniques, suivent alors les vins blancs secs. C'est ce qui ressort d'une enquête réalisée par l'International Associated Women in Wine dans six pays européens dont la Suisse. Cette enquête montre aussi, en ce qui concerne notre pays, que les Suissesses dépensent en moyenne 16 francs 90 par bouteille et qu'elles achètent, en majorité, leurs vins auprès des producteurs. mh

Aminona (VS): le groupe Mirax tient à son projet

Le groupe russe Mirax «ne lâchera pas» son projet immobilier prévu à Aminona, sur le territoire de la commune valaisanne de Mollens. Il a fait savoir dans un communiqué publié la semaine dernière. Le groupe note que le projet «respecte à la lettre» la législation communale sur l'aménagement du territoire et, plus particulièrement, le plan de zones. Le groupe a annoncé mardi qu'il avait rencontré les opposants au projet pour «une première réunion de conciliation». Ce projet prévoit notamment la construction de 160 appartements de luxe. mh



Le démantèlement de l'OVV pourrait être définitif si un «office de propagande du vin suisse» renaissait de la faille de Swiss Wine Communication.

Swiss-Image

L'OVV privé de directeur

Robert Crüll n'est plus directeur de l'Office des vins vaudois qui se redimensionne. Son poste ne sera pas repourvu.

PIERRE THOMAS

Celui qui disait volontiers être le plus ancien chef d'un office de promotion des vins encore en fonction (depuis 1999), n'est pas venu confirmer, mardi matin devant la presse, ce qui se savait déjà. Il en a laissé le soin au président de l'Office des vins vaudois (OVV), Kurt Egli. «Robert Crüll m'a dit le 27 mai qu'il jetait l'éponge». Kurt Egli, passé de directeur commercial à directeur opérationnel de Henri Badoux, à Aigle, depuis le rachat de la majorité par Obrist, une

société du groupe Schenk, conduira la promotion des vins vaudois. Et, pour l'instant, le poste de directeur ne sera pas repourvu.

Le fonctionnement de l'OVV était trop lourd

Le comité, de cinq membres, a décidé de se répartir les tâches par affinités régionales. Il a décidé une restructuration drastique, que notre journal avait annoncée le 17 avril, en supprimant le concours Jean-Louis du Comptoir suisse, la manifestation «millésime» en ville de Lausanne, le «baptême de la récolte», la «journée des négoce» et l'«apéritif du vigneron» à Grindelwald (BE). L'OVV s'interroge sur la «spite vaudoise» du musée en plein air de Ballenberg (BE), de la revue «Le Guillon» et même de l'occupation de son siège à la Vuachère... Sur un budget annuel de 2,5 millions de francs, moins de 500 000 francs devraient ainsi être réservés au fonctionnement, pour laisser davantage de moyens à des

opérations de promotion. En première ligne, la Suisse alémanique, par la publicité et l'affichage, et la participation confirmée aux campagnes de Swiss Wine Promotion (que présidait Robert Crüll), où les Vaudois investissent 50 francs par hectare.

Sur le budget de l'OVV, les seules recettes proviennent d'une taxe à laquelle ni les producteurs (3,5 centimes au m²) et ni les encaveurs (2 centimes au litre) ne peuvent échapper. Selon Gilles Cornut, président de la Commission interprofessionnelle du vin vaudois (CIVV), qui chapeaute l'OVV, l'idée est de faire passer cette taxe à 8 ou 10 centimes et d'en redistribuer une partie aux régions viticoles. Celles-ci doivent mener à bien l'exercice délicat de la reposition des appellations d'origine

contrôlée (AOC). De vingt-huit aujourd'hui, elles devraient passer à quatorze, mais avec la possibilité d'obtenir une désignation de grand cru, et même de premier grand cru, pour les vins issus d'un terroir précis et correspondant à des critères plus sévères que l'AOC de base.

«Robert Crüll, le directeur de l'OVV, m'a dit le 27 mai qu'il jetait l'éponge.»

Kurt Egli
Président de l'OVV

Exemple: dans le Chablais, l'AOC Aigle couvrirait toute la région, avec une possibilité d'Aigle, d'Yvoire, d'Ollon, de Villeneuve ou de Bex grands crus. Pour l'augmentation de la taxe comme pour le redécoupage des AOC, l'Etat doit encore donner son aval.

Vers un démantèlement définitif de l'OVV?

Le démantèlement de l'OVV pourrait être définitif à deux conditions, explique Kurt Egli. D'une

part si un «office de propagande du vin suisse» renaissait de la faille de Swiss Wine Communication (une solution efficace pratiquée par l'Autriche), d'autre part si une seule structure de promotion vaudoise assurait la publicité du tourisme et des produits du terroir. Précisément, le canton de Vaud étudie une «maison des terroirs», à laquelle les vigneronniers pourraient adhérer. Et, constate le président de l'OVV, à Genève et à Neuchâtel les vins sont davantage liés aux produits du terroir et à l'Etat.

Reste que dans le deuxième canton viticole suisse, le plus «dangereux» concurrent demeure le Valais. Le Vieux Pays a décidé de «mettre le paquet» dans sa promotion sur l'arc lémanique: «Nous devons aussi nous battre à Lausanne», constate donc Kurt Egli. Qui déplore que de nombreux restaurateurs renoncent à mettre des vins vaudois à leur carte, alors que 80% de la consommation se fait désormais à domicile.

«Yellow Sign» bientôt polyglotte?

Le nouveau système de renseignements touristiques par natel, le «Yellow Sign», a donné satisfaction aux promeneurs de la région pilote de Grimentz.

EMMANUEL MANZI

Composer sur votre téléphone portable le numéro (027) 510 55 65 et vous saurez tout sur Grimentz, dans le Val d'Anniviers, et ses environs, en ajoutant le numéro 1, par exemple, pour le barrage de Moiry, le n°2 pour le village de Grimentz, le n°5 si vous vous retrouvez à Orzival, à l'arrivée d'un télésiège, ou le n°6 si vous parvenez jusqu'à Bendolla, à l'arrivée de la télécabine.

Un maximum d'informations touristiques par le biais du natel

Depuis la fin août 2007, la station de Grimentz teste un produit technologique inédit et novateur pour le tourisme, le «Yellow Sign». Cette région du Val d'Anniviers s'est en effet dotée de huit panneaux «Yellow Sign». Sur les lieux les plus fréquentés, les promeneurs et les

randonneurs peuvent obtenir un maximum de renseignements sur l'endroit précis qu'ils visitent en écoutant sur leur natel un message descriptif et pré-enregistré.

L'Office du tourisme de Grimentz-St-Jean a remis un questionnaire à ses hôtes. «Même si peu d'entre eux y ont finalement répondu», relève Simon Wiget, le responsable de l'Office du tourisme de Grimentz-St-Jean, «ils ont été satisfaits de Yellow Sign» qui leur a permis d'avoir accès à des informations ciblées sur les lieux visités, d'obtenir rapidement les horaires du prochain bus ou de la prochaine télécabine, suivant l'heure et l'endroit où ils se sont aventurés. Cela leur a également permis de connaître la météo du jour.»

Ce dernier point est très important lorsqu'on se balade en montagne où le temps change très vite! «En revanche», poursuit Simon Wiget, «notre clientèle touristique

de Grimentz-St-Jean souhaiterait que davantage de zones de notre région valaisanne soient couvertes par le service «Yellow Sign». Simon Wiget a aussi constaté que le tarif local produisant les renseignements pouvait s'avérer prohibitif pour certains touristes étrangers. Sans parler des endroits reculés où il est problématique de capter une communication.

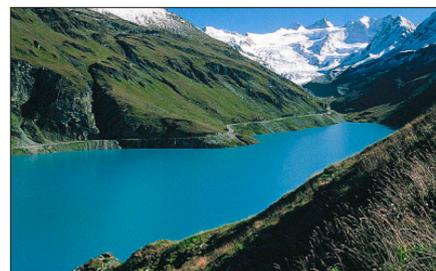
«Notre système Yellow Sign pourrait bientôt parler l'anglais, l'italien et l'allemand.»

Alexandre Cotting
Chef de projet du RFID

Le responsable de l'Office du tourisme de Grimentz-St-Jean et Alexandre Cotting, le chef de projet du RFID (Radio Frequency Identification) à Sierre, convergent dans leur auto-critique du «Yellow Sign» sur le fait que ce service d'informations touristiques ne soit proposé pour l'instant qu'en français.

Le «Yellow Sign» pourrait être doté de nouveaux services

«Nous projetons de faire en sorte que le système puisse délivrer également les renseignements en anglais, en allemand et en italien»,



OF de Grimentz

«Pour tout savoir sur le barrage de Moiry, veuillez s.v.p. composer le numéro 1 sur votre téléphone portable.»

affirme Alexandre Cotting. Ce dernier ajoute que l'interface du système doit encore être améliorée pour introduire plus facilement les nouvelles données. Le concepteur songe également à doter le «Yellow Sign» de nouveaux services, selon la demande de la clientèle.

«Yellow Sign» a été conçu en six mois par le RFID Center qui est situé dans le Technopark de Sierre. Il a été proposé à la Société de développement de Grimentz et a été mis en service durant quatre mois en tant que projet pilote. Si la phase de test est désormais terminée, il n'en demeure pas moins qu'un jeu de piste sera organisé à Noël, dans la station de Grimentz, avec le «Yellow Sign» qui, selon Alexandre Cotting, est aussi bien un outil ludique qu'un outil d'information.

De la même couleur que les panneaux de chemins pédestres

«Nous avons proposé (Yellow Sign) à d'autres offices de tourisme et auprès des grandes villes de Suisse romande», relève Alexandre Cotting, chef de projet du Radio Frequency Identification. «Notre système technologique rencontre un vif intérêt mais nous ne l'avons pas encore vendu. Sans doute parce qu'il ne représente pas un besoin vital. Il se profile plutôt comme un outil supplémentaire.» L'avenir dira si Grimentz a eu raison de se doter du «Yellow Sign» qui doit son appellation aux panneaux jaunes, des chemins pédestres. em

Médor est toujours plus choyé

Les animaux de compagnie se font petit à petit leur place dans les hôtels. La méfiance a parfois aussi cédé sa place à l'humour.

VALÉRIE MARCHAND

Plus jamais ça! Tous les propriétaires d'animaux se sont vu un jour ou l'autre refuser l'accès d'un hôtel ou ont été regardés de travers par les clients d'un établissement en raison de leur compagnon envahissant. Et que dire des chiens qui se disputent à la terrasse d'un restaurant, alors qu'elle est censée être un lieu de détente... Vu le nombre croissant de propriétaires d'animaux, les hôtels les accueillent pourtant de plus en plus avec le sourire. «La majorité des membres de notre association les accepte, y compris dans les quatre- et cinq-étoiles», souligne Lizbeth Rondon, la secrétaire d'Hôtellerie lausannoise.

Les exigences des clients ne sont pas très élevées

A Genève, la demande n'est pas très importante. Notamment en raison de la clientèle de passage qui se déplace le plus souvent seule. A Bâle, par contre, où le tourisme d'affaires est important et où les séjours sont de plus longue durée, les demandes sont plus fréquentes. «Nous acceptons les animaux et nous pouvons également nous occuper de faire promener le chien mais nous n'avons pas de collaborateur spécialement prévu dans ce but car de telles exigences sont encore assez rares», déclare avec humour Esther Minschler, la responsable de la communication du Grand Hôtel des Trois-Rois, établissement cinq étoiles emblématique de la ville de Bâle. Le client prend donc souvent la responsabilité de s'occuper lui-

même de son compagnon à quatre pattes. Il est également très reconnaissant que l'établissement accepte déjà le fait qu'il puisse y passer quelques jours.

Dormir en compagnie du hamster de l'hôtel

A Olten, le Congress Swiss Q Hotel (3 étoiles), reçoit des hommes ou des femmes d'affaires qui, parfois, viennent avec leur chat ou leur chien, moyennant un supplément de 10 francs par nuit. Et dans la plupart des cas, le séjour se déroule bien, c'est-à-dire sans dérangements, ni pour les autres clients, ni pour les responsables de l'hôtel.

Plus étonnante, l'idée de l'Hôtel Misani (3 étoiles) à St-Moritz-Celerina (GR) qui propose à ses clients, notamment aux enfants désireux d'avoir la compagnie d'un animal dans leur chambre, de s'occuper de «Flurina». Il s'agit d'un hamster placé dans une petite cage et mis à disposition contre bons soins...

Très en vogue aussi, la possibilité de séjourner avec un animal tout en pratiquant du sport avec lui sous l'œil bienveillant d'un moniteur. Cela est notamment le cas à l'Hôtel Gravas à Vella (GR). Ce trois-étoiles propose non seulement toute une palette de forfaits, comme de suivre un cours de cuisine thaïlandaise ou de profiter de massages, mais aussi la pratique du «nordic walking» en compagnie de son chien et d'un instructeur qualifié SNO (Swiss Nordic Fitness Association). La durée de ces cours est de deux à quatre jours. Ces cours s'adressent aussi bien aux débutants qu'aux avancés et le nombre de participants est limité afin que le programme puisse se dérouler dans des conditions optimales. L'animal doit se familiariser avec cette nouvelle technique et plus particulièrement s'habituer au mouvement des bâtons. A la fin d'une promenade, il a dépensé autant d'énergie que son maître tout en suivant un cours de dressage. Ainsi, le propriétaire de l'animal a pu joindre l'utilité à l'agrément!

A l'Hôtel Pizol, les chiens reçoivent un set spécial avec linges de toilette, shampoing et nourriture.

Si peu d'hôtels proposent actuellement une prise en charge totale d'un animal domestique, il existe néanmoins l'Hôtel Pizol, un établissement trois étoiles à Bad Ragaz dans le canton des Grisons, qui a mis en place un service de «dog-sitting» qui comprend également des soins wellness. Accueilli comme un roi, le chien qui accompagne son maître se verra même proposer un set spécial avec niche, linges de toilette, shampoing et nourriture.



Les chiens font l'objet de toujours plus d'attentions dans les hôtels.

Alan D. Bollat

Un hôtel aux Grisons offre un service de «dog-sitting» avec des soins wellness

Si peu d'hôtels proposent actuellement une prise en charge totale d'un animal domestique, il existe néanmoins l'Hôtel Pizol, un établissement trois étoiles à Bad Ragaz dans le canton des Grisons, qui a mis en place un service de «dog-sitting» qui comprend également des soins wellness. Accueilli comme un roi, le chien qui accompagne son maître se verra même proposer un set spécial avec niche, linges de toilette, shampoing et nourriture.

Suzanne Seifert, la directrice de cet hôtel, a elle-même deux chiens et a dû souvent faire face à certaines difficultés lorsqu'elle se déplaçait en

leur compagnie. «Actuellement, il est encore difficile de trouver des lieux d'hébergement conviviaux pour les animaux», explique-t-elle. Elle a donc décidé de créer un endroit spécialement prévu pour eux.

Si le client veut s'absenter une journée, il n'y a pas de problème dans son établissement. Le chien est en effet promené par un collaborateur de l'hôtel. Pour se divertir, il pourra aussi participer à des cours de «dogdance», à des parcours «agility» en salle ou plus simplement courir dans le jardin avec d'autres chiens. Durant son séjour, l'animal peut profiter d'un programme

de soins avec massage, kinésiothérapie, bains à base de sels minéraux, tout cela sous les yeux de Monika Zai, spécialisée dans les thérapies énergétiques aussi bien pour les personnes que pour les animaux.

Mais ce n'est pas tout, l'hôte qui viendra accompagné de son cheval, par exemple, pourra l'héberger à proximité dans une ferme et pourra le laisser galoper dans la prairie de l'Hôtel Pizol. Il se verra aussi offrir une palette de soins pour qu'il puisse se «ressourcer». Un bon moyen pour permettre à son propriétaire de se prélasser lui aussi. **vm**



Les parcours «aventure», ici celui de Saas-Fee, ont trouvé un terrain particulièrement favorable dans la région du Chablais.

L'«aventure dans les arbres» a la cote

Les Chablais français, valaisan et vaudois jouent à fond la carte des parcours «aventure» en forêt. Ces parcours renforcent l'attrait de la saison estivale en montagne.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Entre Vaud, Valais et Haute-Savoie voisine, les différentes régions du Chablais sont en passe de devenir le paradis des parcs «aventure», entendez ces parcours, à la fois acrobatiques et très aériens, où les utilisateurs, parfaitement sécurisés, passent d'un arbre à un autre. En effet, après Parc Aventures, un premier parcours construit à Aigle il y a bientôt dix ans, Point Sud, en altitude, à Champoussin, et Cimes Story, repris par les spécialistes français d'Indian Aventures à St-Gingolph (France) après avoir dû

fermer l'an dernier, c'est à Champéry que des guides ont créé l'Accrobranche du Dahau.

Ouvert depuis le 15 juin, c'est à proximité de la via ferrata et des «Galeries Défago», en face de la station, que ce nouveau site a été aménagé. Il propose cinq parcours pour cinq niveaux de difficultés. Ses créateurs y ont investi environ 150 000 francs et comptent, pour cette première saison, sur un total de 4000 visiteurs qui débourseront entre 15 et 32 francs selon le parcours choisi.

«Il y a une clientèle pour ce genre d'activités», estime Fernand Rey-Bellet, l'un des créateurs de ce nouveau parc d'aventures de branche en branches. Et d'ajouter qu'il voit «complémentarité plutôt que concurrence» avec les autres parcs du genre. Il en existe en effet également trois autres, dans la partie française du domaine des Parcs-du-Soleil, sans compter des parcs similaires du côté de Char-

me, de Saas-Fee, de Verbier et de Vercoir.

L'avis de Fernand Rey-Bellet est partagé bien volontiers par Raphaël Granger, le directeur de Chablais Tourisme: «C'est une valeur ajoutée incontestable pour notre destination», poursuit-il en précisant que, pour moitié, ce sont des hôtes des stations qui s'essient, une fois au moins, à ce genre de parcours mais que leur attrait s'exerce également auprès des excursionnistes, dans une région facilement accessible depuis tous les centres urbains de Suisse romande.

Autre intérêt, le groupe de guides à l'origine de ce nouvel «accrobranche» prévoit d'ennamener l'accès sous forme de sentier didactique et culturel. De quoi peut-être intéresser les écoles, mais aussi les groupes de séminaires amenés par le futur complexe résidentiel et hôtelier des Maisons de Biarritz en gestion dans la station.

Euro: un spot TV pour prendre congé des hôtes

Sur l'initiative de Suisse Tourisme, un spot télévisé a été créé «pour prendre congé» des équipes et des supporters qui sont venus en Suisse durant l'Euro 2008. Ce spot est diffusé ces jours dans plusieurs pays européens. Il montre de manière symbolique «la tristesse» des Suissesses d'avoir vu partir les «héros» de l'Euro, comme Michael Ballack, Ruid van Nistelrooy ou encore Gigi Buffon. **mh**

Comptoir suisse: deux jours d'entrée libre

Le Comptoir suisse, qui se déroulera du 14 au 23 septembre au Palais de Beaulieu à Lausanne, proposera à ses visiteurs deux jours d'entrée libre. Cette faveur leur sera accordée le samedi 20 et le dimanche 21 septembre à l'occasion de l'inauguration du nouveau métro lausannois M2. A noter aussi que l'axe reliant le métro (place de la Riponne) au Comptoir suisse sera réservé durant ce week-end aux transports publics et à la mobilité douce. **mh**



Anne-Françoise et Claude Buchs devant «Le Mayen», une de leurs dernières infrastructures hôtelières.

Christian Rochat/htr

Les patrons de l'Hôtel Bella-Tola font partie des cent personnalités qui font la Suisse romande, selon L'Hebdo. C'est une belle reconnaissance de leur diversité et de leur créativité.

GENEVIÈVE ZUBER

Anne-Françoise et Claude Buchs, les propriétaires de l'Hôtel Bella-Tola à St-Luc, accèdent au cercle des personnalités les plus dynamiques de Suisse romande. Il s'agit là d'un événement car c'est la première fois en quatre ans que le magazine L'Hebdo inclut des hôteliers dans son classement annuel des cent personnalités qui font la Suisse romande. Il y avait bien eu auparavant le Sierros Didier de Courten

Le couple Buchs ne vend pas seulement un hôtel, il promet aussi des émotions et une expérience.

tuent également des axes importants. Anne-Françoise Buchs met beaucoup d'énergie dans ces deux tâches. Au lieu de faire de la publi-

La diversité du Bella-Tola à nouveau distinguée

mais ce dernier avait été avant tout élu pour son parcours de maître queux.

«Depuis la publication de ce top cent, les échos sont énormes», reconnaît Anne-Françoise Buchs. «C'est une belle reconnaissance pour notre hôtel historique et pour toute notre équipe, forte d'une trentaine de collaborateurs.»

Anne-Françoise et son mari Claude Buchs ont fait de cet établissement annivard de la fin du 19^e siècle un fleuron de l'hôtellerie alpine, régulièrement cité en exemple. En 2004, l'ouverture du spa alpin, joliment appelé «L'eau des cimes», a constitué l'un des moments forts de cette véritable «success story». Les Buchs, tous deux diplômés de l'École hôtelière de Lausanne, ont ensuite inauguré une résidence parahôtelière à proximité immédiate de leur hôtel et transformé en chambre d'hôtes «Le Mayen», un charmant petit chalet d'alpage.

La grande créativité d'Anne-Françoise et de Claude Buchs ne se mesure cependant pas seulement à des infrastructures innovantes. Leur stratégie publicitaire originale et leur programme d'animations, qui évoque presque celui d'un office du tourisme tant il est étoffé, consti-



L'Hôtel Bella-Tola, à St-Luc, dans le Val d'Anniviers, fait partie des membres fondateurs des Swiss Historic Hotels.

Hôtel Bella-Tola

tué également des axes importants. Anne-Françoise Buchs met beaucoup d'énergie dans ces deux tâches. Au lieu de faire de la publi-

l'été 2008, il paraît évident qu'Anne-Françoise et Claude Buchs sont des hôteliers dotés de têtes chercheuses

de tendances qu'ils savent marier à l'esprit alpestre d'antan. Tous les trends du moment y sont. Ainsi, ils ne vendent pas seulement un hôtel, mais promettent également une expérience, des émotions et, plus concrètement, un passeport vers le monde alpin de Heidi et de Peter, une valeur marketing qui cartonne aujourd'hui au niveau touristique, lorsque la nostalgie se conjugue avec les tendances mondialisées. On en veut pour preuve le spa «L'eau des Cimes» qui propose un programme de soins intitulé «Le mâle aimé». Cette offre a été lancée

Le Bella-Tola, un des fleurons des Swiss Historic Hotels

L'Hôtel Bella-Tola, à St-Luc, dans le Val d'Anniviers, est l'un des fleurons de l'hôtellerie valaisanne. Il est également l'un des fleurons des Swiss Historic Hotels, groupement d'hôtels historiques de Suisse, dont le Bella-Tola a été l'un des membres fondateurs. On relèvera en outre que l'Hôtel Bella-Tola, construit en 1883 et sacré «Hôtel historique de l'année 2001», a servi de cadre, il y a une dizaine d'années, au tournage du film «Le pic-nic de Lulu Kreutz» interprété par deux monstres sacrés du cinéma français: Philippe Noiret et Carole Bouquet. Pendant le tournage, Carole Bouquet avait été rejointe à St-Luc par Gérard Depardieu, son compagnon de l'époque, le livre d'or du Bella-Tola est là pour en attester. Im

htr-online
www.htr.ch/cahier-francais

l'été dernier; elle ne représente pour l'instant que 7% de la demande au spa, mais Anne-Françoise Buchs en est certaine: les hommes, à l'avenir, seront de plus en plus demandeurs de ce type de prestations. Quant au programme d'animations, il prévoit, à côté du massage assis thaï, des balades botaniques accompagnées avec cueillette de plantes d'altitude qui seront dégustées dans le cadre d'une «raclette aux fleurs».

Anne-Françoise Buchs dit qu'elle a de la chance: son directeur de mari prévoit un budget «newsletter» et animations lui permettant de laisser libre cours à sa créativité. La gestion des finances constitue d'ailleurs un autre pôle essentiel du succès du Swiss Historic Hotel Bella-Tola. «Nous n'avons pas le salaire d'un directeur de banque, mais nous vivons bien, nous partons en vacances tout en poursuivant notre politique d'investissements. Il s'agit de définir une marge et d'adapter le prix du produit en fonction. Demander ce que nous appelons un prix juste, est un principe essentiel.»

Le programme de cet été prévoit des balades botaniques et des dégustations de «raclette aux fleurs».

Le site des Rochers-de-Naye joue la carte de la séduction

Yourtes, marmottes, via ferrata et activités sportives, en dix ans, le Golden Pass Services a totalement revitalisé le site des Rochers-de-Naye.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Il y a cinquante ans, le site des Rochers-de-Naye était un «must» du tourisme sur la Riviera vaudoise:

Les sept yourtes des Rochers-de-Naye affichent complet tous les weekends jusqu'à la fin de l'été.

de-Naye était également le domaine skiable des écoliers de Montreux, de Vevey et de toute la Riviera

vaudoise. Il y a dix ans, enfin, c'était également l'une de ces stations de moyenne montagne irrémédiablement condamnées à disparaître. Aujourd'hui, les Rochers-de-Naye sont devenus une destination touristique très attractive.

Séduire la clientèle avec le parc aux marmottes et les yourtes

Au vieil hôtel réaménagé, au restaurant Plein-Roc surplombant le Haut-Lac, se sont en effet ajoutés le parc aux marmottes (Marmottes Paradis) et la possibilité de louer des yourtes. Et cette expérience séduit.

Pêchées au-dessus de la falaise, les sept yourtes des Rochers-de-Naye affichent complet tous les weekends jusqu'à la fin de l'été. Mais qui sont ces hôtes attirés par le fait de passer une nuit dans



La mise en place de yourtes n'a pas été étrangère à la forte augmentation du nombre de visiteurs aux Rochers-de-Naye.

Photos Jean-Jacques Ethenoz

une yourte à près de 2000 m d'altitude? Ce sont avant tout des familles, bien sûr, mais également des personnes participant à des sorties d'entreprise. Que l'on soit deux ou (jusqu'à) huit, il en coûte 240 francs la nuit, plus 65 francs pour le voyage aller-retour en train, le repas du soir et le petit-déjeuner. «Nous avons privilégié cette formule car nous voulions abso-

lument éviter l'effet «dortoir», précise Jean-François Morerod, en charge des concepts au service du marketing du Golden Pass Services (l'ancien MOB). Aucun risque donc de se retrouver en amoureux ou en famille à partager les ronflements d'un club de contemporains. A ce séjour en altitude s'ajoutent de nombreuses possibilités d'activités sur le site. Là, les frissons sont au



Les yourtes peuvent accueillir jusqu'à huit personnes.

programme: descente en rappel depuis le sommet jusque sur les terrasses du restaurant Plein-Roc et, depuis quelques semaines une «via ferrata» classée TD* (très difficile supérieure) dans la falaise sud-ouest dominant le Léman.

Mais le succès des Rochers-de-Naye, ce sont aussi les marmottes. Sept parcs abritent depuis quelques années sept espèces de marmottes

d'Europe, d'Asie et d'Amérique du Nord. Avec un phénomène assez marquant: se sachant en parfaite sécurité, les petites bestioles ne se cachent pas, même devant une classe piailant de bonheur derrière les clôtures. La visite se complète d'un centre didactique. Tout cela a cependant un prix.

Près de cinq millions de francs ont été investis en dix ans

«En dix ans, nous avons investi environ 5 millions de francs pour revitaliser le site des Rochers-de-Naye. Il s'agit là d'une somme globale qui comprend notamment la construction des parcs, du centre didactique et du restaurant-shop self service, alors que les chambres de l'hôtel sont actuellement en rénovation», note Hans-Jörg Spiggi, le responsable du marketing de Golden Pass Services.

Et il réfute l'argument de la cherté du transport (72 francs pour l'aller-retour): «A comparer avec d'autres chemins de fer de montagne en Suisse, nous ne sommes pas chers, à comparer avec des sites étrangers non plus. Et nous offrons un vrai site touristique, pas uniquement un moyen de transport.» Avec succès! Alors qu'il y a dix ans, les Rochers-de-Naye accueillait à peine 50 000 personnes, en 2007, le train à crémaillère a enregistré 100 000 passagers.



«Après l'Euro 2008, c'est surtout le marché turc qui nous intéresse. Cela en raison de son potentiel de développement.»

François Bryand (cf. page 19)

Fin d'études à l'EHL

Deux cérémonies de promotion ont marqué la fin du mois de juin à l'Ecole hôtelière de Lausanne.

MIROSLAW HALABA

Cent septante-deux étudiants ont reçu leur diplôme de fin d'études lors de deux cérémonies de promotion qui se sont déroulées les 26 et 27 juin à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL).

La première cérémonie concernait trente-deux étudiants qui avaient suivi avec succès le programme de «gestion d'exploitation hôtelière». Ce programme comprenait deux semestres sur le cam-

pus et un stage de six mois. Ces étudiants ont, en fait, reçu un certificat, le diplômé leur sera remis après le stage en entreprise.

La seconde cérémonie a honoré cent quarante étudiants du programme de «haute études en hôtellerie et professions de l'accueil». Ce programme bénéficie, rappelons-le, de l'accréditation de la Confédération et celle de la New England Association of Schools and Colleges.

S'adressant aux diplômés, le directeur général de l'EHL, Ruud Reuland, a souligné que la fin des études ne signifiait pas la fin de l'apprentissage. Pour lui, il est important que les diplômés apprennent désormais de leurs supérieurs, des personnes avec lesquelles ils doivent collaborer, de leurs clients, de leurs proches ou, encore, de leurs partenaires.



La satisfaction se lit sur les visages des nouveaux diplômés de l'EHL.

Photos JP Ruetli/EHL



Markus Marty (SUI), lauréat Prix Esprit EHL, avec Catia Hofmann (Parigian) et Bertrand Willi (Alumna).



«Hautes études»: Adrian Flueck (SUI), major de promotion, avec Fabienne Doerig (SUI), 3e meilleure étudiante (à g.) et Névine Camel-Toueg (F.), 2e.

Le début d'une grande aventure?

Le premier Montreux Jazz Café permanent a été inauguré jeudi dernier dans le hall d'arrivée de l'aéroport international de Genève. Il pourrait être le premier d'une longue série.

ALEXANDRE NICOLIN

Il y a quinze ans que le projet d'un Montreux Jazz Café hors festival a germé dans la tête de Claude Nobs», déclare Mathieu Jatou, secrétaire général du Montreux Jazz Festival (MJF). «Nous avions déjà tenté l'expérience, de façon ponctuelle, à Dubaï, au Central Park de New York ou encore à Davos, lors du

World Economic Forum, mais il s'agit de notre premier établissement permanent», poursuit-il.

Parmi la foule bigarrée et très anglophone présente à l'inauguration, les avis divergent. Si la majorité s'accorde à trouver l'endroit «very beautiful», l'emplacement, situé dans le hall des arrivées, coïncide entre une agence de voyages et les toilettes publiques, laisse songeurs quelques-uns.

Cette ouverture entérine le début de la collaboration entre le MJF et Select Service Partner (SSP), leader en concessions de boissons et d'aliments dans les gares et les aéroports. SSP a investi 1,3 million de francs, montant qui n'inclut pas le prix de la franchise, resté secret. «La franchise protège l'ensemble

du contenu et de l'image alors que la licence accorde l'utilisation d'une marque seulement. Comme nous désirions que notre café véhicule l'image et les valeurs du festival, il était primordial pour nous d'opter pour la première», précise Mathieu Jatou.

L'espace de 150m², doté d'une centaine de places assises, sera aussi une vitrine pour les archives du MJF. En effet, les films de concerts de légende y seront projetés en permanence. Quant à la carte, elle se veut «simple, proposant des mets des quatre continents, à des prix surprenants», selon Claude Nobs. Elle a été développée par Gilles Dupont du Lion d'Or à Cologne. Le plat du jour coûte 21 francs.



Le premier Montreux Jazz Café permanent a été inauguré la semaine passée à l'aéroport de Genève.

Alexandre Nicolin

On relèvera enfin que le Montreux Jazz Café de l'aéroport de Genève pourrait être le premier d'une

longue série, «mais nous devons d'abord faire nos preuves», conclut Mathieu Jatou.

Etudier en marchant

Une Biennoise a mis sur pied un forfait original pour l'apprentissage de la langue française. L'offre invite les participants à découvrir le Pays-d'Enhaut.

MIROSLAW HALABA

«C'est à la base d'une expérience personnelle faite en Irlande que j'ai mis en place ce forfait intitulé le Français en marchant», indique Doris Hirschi. A la fois formatrice d'adultes, enseignante de français et d'allemand, cette Biennoise propose cet été, et pour la première fois, un cours de français dans le Pays-d'Enhaut, à Château-d'Éx pour être précis.

Ce cours comprend deux volets. Ainsi, le matin, les participants peuvent suivre six cours de français de trois heures. L'après-midi



Le programme linguistique se déroule dans le Pays-d'Enhaut.

Swiss-Image

est consacré à la randonnée pédestre au cours duquel ils peuvent mettre leurs connaissances linguistiques en pratique au fil des rencontres avec des indigènes.

L'hébergement se fait de préférence dans des chambres d'hôtes afin, qu'ici aussi, de l'apprentissage en immersion» avec la famille d'accueil puisse avoir lieu. Doris

Hirschi pense que cette offre est actuellement unique en Suisse. Trois cours figurent au programme de cette année. Faut-il de participants, le premier n'a pas eu lieu, mais le deuxième, prévu du 14 au 19 juillet, se déroulera avec quatre personnes au moins. Le troisième cours est agendé pour le mois de septembre.

La chaîne Mövenpick continue à renforcer sa présence

La chaîne Mövenpick Hotels & Resorts poursuit son expansion dans le monde. Elle a, en effet, signé un contrat de gestion avec la société Taninvest Group of Companies pour un nouveau centre de villégiature en Tanzanie. Ce centre, qui s'implantera dans la région d'Arusha, au pied du Mont Meru, devrait ouvrir ses portes à l'horizon 2011. La chaîne Mövenpick a par ailleurs indiqué qu'elle dirigeait depuis mardi le premier des deux hôtels qu'elle entend gérer au Vietnam.

AIG: record de passagers au premier semestre

L'aéroport international de Genève (AIG) a enregistré un nombre record de passagers au premier semestre. Celui-ci s'est élevé à 6,1

millions, ce qui représente une hausse de 9,6% par rapport à la même période de 2007, a indiqué mardi l'AIG. A noter aussi que cet aéroport a pris la 24e place sur 27 dans la statistique des retards des vols élaborée par l'Association des compagnies d'aviation européennes. L'aéroport de Zurich figure à la 11e place de cette statistique trimestrielle diffusée mardi également.

L'Association touristique de la Broye a été dissoute

Fondée en 1980, l'Association touristique de la Broye (ATB), qui groupait sept offices du tourisme broyards, a été dissoute la semaine dernière «une nette majorité», a révélé le quotidien «La Liberté». Ce dernier écrit que l'actif de 58 000 francs sera versé dans un fonds de marketing régional qui continuera de financer des projets communs. Ce fonds sera hébergé à l'Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac/Payerne.

D'une langue à l'autre

L'introduction du «Cassis de Dijon» fera baisser les prix

La balle est dans le camp du Parlement. Celui-ci décidera en effet d'ancrer ou non dans le droit fédéral le principe du «Cassis de Dijon» relatif aux entraves techniques au commerce (OTC). Ce principe doit permettre aux produits qui circulent dans l'UE d'être admis en Suisse sans contrôle supplémentaire. Hôtellerie suisse est favorable à cet ancrage qui fera baisser les prix et essaiera de convaincre les parlementaires qui s'étaient déclarés favorables au tourisme, l'automne dernier, à voter dans ce sens. Im

Page 2

Un site de l'Unesco est «un cheval de course gagnant»

Madeline Viviani, secrétaire générale de la commission suisse de l'Unesco, estime que certains sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco pourraient mieux mettre en valeur la distinction qui leur a été



Jungfraubahn

décernée. «Certains ont reçu en cadeau un cheval de course et ils n'ont pas réalisé que celui-ci était un cheval gagnant», relève-t-elle en utilisant une métaphore. Plusieurs sites suisses sont inscrits à l'Unesco. Parmi eux, celui d'Aletsch-Jungfrau-Bietschhorn. Im

Page 9

La France entend elle aussi profiter de l'«effet Unesco»

Dans son cahier «Fokus» consacré aux sites touristiques distingués par l'Unesco, notre journal évoque les cas de Bordeaux et du Havre qui ont été éliminés du patrimoine mondial en 2007. Ces deux villes espèrent que l'«effet Unesco» se traduira par une augmentation du nombre de visiteurs de l'ordre de 20%. Une telle augmentation en tout cas est enregistrée par la cité médiévale de Provins, distinguée par l'Unesco en 2002. Pour profiter pleinement de cette distinction, il faut cependant organiser des événements en relation avec le patrimoine. Im

Page 11

Matterhorn Focus, le nouvel hôtel de Heinz Julen

L'Hôtel Matterhorn Focus a été inauguré vendredi à Zermatt en présence de 300 invités. Cet hôtel garmi, propriété de Christian Noti, a été créé par l'artiste zermattois Heinz Julen qui avait fait beaucoup parler de lui il y a huit ans avec son projet «Into the hotel». Au Matterhorn Focus, il a à nouveau marié audace et tradition. Des sièges carrés recouverts de peaux de vaches vont ainsi de pair avec des parois en béton et des cheminées en verre. Heinz Julen agrandit actuellement l'Hôtel Cœur des Alpes, toujours à Zermatt, et travaille sur deux autres projets d'hôtels: au Canada et au sommet du Petit-Cervin. Im

Page 15