Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 28-29

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

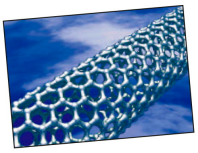
Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans 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: 04.07.2025

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

htr hotel revue
avec cahier français
10. Juli 2008
Nr. 28/29 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern / Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 119 Stellenangeboten



Nanopartikel
Wenn Rotwein keinen Fleck auf dem Tischtuch hinterlässt, steckt Nanotechnologie dahinter.
Seite 17

Butlerkurs
Laien können im Carlton St. Moritz ganz diskret Einblick in den Butler-Alltag gewinnen.
Seite 13

Genusswoche
Adam, Caminada, Jaeger und andere Spitzenköche zeigen ihr Können an der Davidoff-Saveurs-Woche in Gstaad.
Seite 15

Bürgenstock
«Wir wählten Barwa, weil diese Real Estate Company die Hotels über lange Zeit behalten wird.»
Victor Armleder, Präsident von Rosebud
Seite 5

zvg

2,5 Prozent Zulage

fotolia

«Was darf's denn sein?» Mitarbeitende im Gastgewerbe erhalten ab 2009 die Teuerung im Mindestlohn aufgerechnet.

Um 2,5 Prozent Teuerungszulage erhöht das Gastgewerbe 2009 die Mindestlöhne. Claudio Casanova lobt die «fairen Verhandlungen».

ELSBETH HOBMEIER

Wir sind in einer interessanten und positiven Phase», sagt Claudio Casanova als Mitwirkender der Arbeitsgruppe, welcher Gastrosuisse, hotelleriesuisse, Swiss Catering Association, Hotel&Gastro Union, Unia und syna angehören: «Wir haben einen neuen und guten Diskussionsansatz gefunden.» Er spricht damit den Kompromiss an, welchen die Arbeitsgruppe nach hartem Ringen – und ohne Gang vor ein Schiedsgericht wie in früheren Jahren – gefunden hat: Eine Erhöhung der Mindestlöhne ab 2009, um die geschätzte Jahresteuerung von 2,5 Prozent. Dies bedeutet einen Mindestlohn von 3383 Franken für ungelernte und von 3567 bis 4787 Franken für Mitarbeitende mit Berufslehre und höherer Ausbildung.

Kein Thema sei momentan eine Reallohnerhöhung. Dass auch die Gewerkschaften und Arbeitnehmervertreter dieser Formel zugestimmt haben, ist für Claudio Casanova ein gutes Zeichen: «Es bedeutet, dass wir uns alle für die Branche verantwortlich fühlen. Nötig ist jetzt mehr denn je ein marktwirtschaftliches Denken, wir müssen eine bessere Rentabilität erreichen.» Sonst sei der Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) in Gefahr, warnt der Vizepräsident von hotelleriesuisse.

Die Lohnverhandlungen stehen ganz im Zeichen des neuen L-GAV, der zurzeit zwischen den Sozialpartnern ausgehandelt wird und der voraussichtlich per 1. Juli 2009 in Kraft gesetzt werden soll. «Gefragt sind globale Lösungen sowie Flexibilität. Verhandelt werden deshalb auch Themen wie Jahreslohn, Monatsarbeitszeiten und Regelungen für Saisonbetriebe», betont Claudio Casanova.
Seite 2

Bergbahnen

Gratis auf den Berg? Ein Disput der Destinationen

Jetzt offeriert auch Savognin mit dem «Savognin Pass» allen Sommergästen ab einer Übernachtung die Gratisbenützung der Bergbahnen und weitere Vergünstigungen. Laut Bergbahnen-CEO Leo Jeker will man so «die Sommer-Auslastung der Betten und Transportanlagen verbessern und die Wertschöpfung erhöhen». Ganz anders ist der Standpunkt der Weissen Arena AG in Flims/Laax: «Was nichts kostet, ist auch nichts wert.» Christen Baumann, CEO Zermatt Bergbahnen, klassiert die Bezeichnung «Gratis-Bergbahnen» als falsch. row/kjv
Seite 4

Mitarbeiter 50plus

«Die Unternehmer haben ihre Hausaufgaben nicht gemacht»

2050 wird jeder zweite Mann älter als 52 sein, jede zweite Frau älter als 53: auf diesen demografischen Wandel haben sich die meisten Unternehmer nicht vorbereitet. Denn um ältere Arbeitnehmer optimal in das Team einzugliedern, braucht es neue Modelle, sagt der Unternehmensberater Thomas Kieliger. Das Wissen und die Erfahrung älterer Mitarbeitender sollten dem Betrieb unbedingt erhalten bleiben. Über das Ganze gesehen seien solche Mitarbeitende auch nicht teurer. «Menschen, die gerne Gastgeber sind, lassen sich in der Hotellerie und Gastronomie überall gut einsetzen», sagt er.

Alain D. Boillat
Thomas Kieliger

Das zeigen auch zwei Beispiele aus der Praxis. Der Interlakner Hotelier Stephan JJ. Maeder setzt bewusst auf ein altersgemischtes Team und macht damit sehr gute Erfahrungen. «Die Zusammenarbeit über verschiedene Generationen hinweg ist spannend und interessant», sagt auch Zsolt Tscheligi vom Zürcher Restaurant Volkshaus, der älteres Servicepersonal einstellt.
Seiten 7 bis 11

Kommentar

Das neue Luxusgut heisst Rohöl und macht Heizen exklusiv

Dass Hotelbetriebe die massiv höheren Kosten für das Heizöl nicht auf die Zimmerpreise abwälzen können, leuchtet ein. Jetzt kann nur eine weitsichtige Kalkulation die Volatilität der Preise abfedern. Oder vielleicht ein geglücktes Termingeschäft. Aber diese Massnahmen taugen nur kurzfristig oder bestenfalls mittelfristig.

«Die beste Energie ist diejenige, die erst gar nicht gebraucht wird.»

Energiefachleute gehen jedoch davon aus, dass die Ölpreise langfristig weiter steigen werden oder sich auf hohem Niveau einpendeln. Es sind nachhaltige Lösungen gefragt. Massnahmen, die nicht primär den Energieträger in Frage stellen, sondern den Verbrauch reduzieren. Die Berater der Schweizer Erdöl-Vereinigung setzen daher auf Gebäudedämmung. Das Potenzial, mit einer effizienten Isolation Energie zu sparen, ist enorm. Im Klartext: Es ist meist sinnvoller, die alte Energiequelle, wie etwa eine Ölheizung, zu erneuern oder zu optimieren und als sinnvolle Ergänzung moderne und zeitgemässe Technologien wie Solarkraft einzusetzen. Somit dürfte die Kombination von Modernisierung und Innovation eine lohnende Investition in die Zukunft sein. Denn es gilt: Die beste Energie ist jene, die nicht gebraucht wird.
Seite 3

Die nächste htr hotel revue erscheint erst am 24. Juli 2008. Die nächste Ratgeber-Seite «Plattform» finden Sie in der Ausgabe vom 28. August.

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
9 771662 334000 29

htr hotelrevue
Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

Aus der Region

Graubünden

Klares Votum für Alpinsport-WM in St. Moritz

zvg

Urs Lehmann ist der neue Präsident des Schweizer Ski-Verbandes Swiss-Ski. Der Abfahrtsweltmeister von 1993 löste an der DV in Saas Fee den bisherigen Chef Duri Bezzola ab. Weniger Einigkeit gab es bei der Auswahl des eidgenössischen Kandidaten für die alpinen Weltmeisterschaften 2015, 2017, 2019. Hier hatte nach St. Moritz auch Crans Montana kurzfristig seine Kandidatur vorgelegt. Die Delegierten entschieden sich letztlich deutlich zugunsten von St. Moritz, das mit einem Stimmenverhältnis von 1766 zu 908 die Stichwahl gewann. kjv

Wirtschaft und Tourismus für Tourismusabgabe

Nach der Infotour vor über 450 Vertretern aus Gewerbe, Wirtschaft und Politik durch sieben Orte bzw. Regionen ziehen Regierungsrat Hansjörg Trachsel und Eugen Arpagaus, Leiter des Amtes für Wirtschaft und Tourismus, ein positives Fazit: Die Bündner Tourismusreform wird auch vom Gewerbe befürwortet. Die Kantonale Tourismusabgabe (KTA) zur Finanzierung des Tourismusmarketings wird mit wenigen Bedingungen gutgeheissen. Sie soll bisherige kommunale Gesetze ersetzen. Die Infotour zeigte, dass insbesondere die geforderte Wirkungskontrolle der KTA nach zehn Jahren auch in den Regionen unterstützt wird. Für das Controlling müssen die Destinationen die Balanced Scorecard einsetzen. kjv

Sales-Zirkel mit Leistungsträgern im Engadin

Kürzlich trafen sich erstmals Vertreter von Hotels, Schneesportschulen und Event-Agenturen mit der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz zu sogenannten Sales-Zirkeln. Die ersten zwei von insgesamt vier Workshops fanden zu den Themen Mitteleuropa und MICE (Meetings, Incentives, Conventions und Events) statt. Über 40 Vertreter von Hotels, Schneesportschulen und Event-Agenturen trafen sich zu den beiden Zirkeln im Hotel Laudinella St. Moritz. Optimierungspotenzial und Synergien wurden ausgelotet und Kritikpunkte besprochen. kjv

Zentralschweiz

Botta-Projekt auf Rigi sucht weiter nach Investoren

Das Resort-Projekt auf Rigi-Kaltbad nach den Plänen von Mario Botta hat offenbar nur noch geringe Chancen. Die Generalunternehmung Alfred Müller AG ist abgesprungen. Nach wie vor fehlen Investoren für das unterdessen wegen Kostenüberschreitung redimensionierte Projekt. Laut dem Initianten des Botta-Projektes, Peter Wüest von der Hilnag AG in Nebikon LU, sieht es tendenziell im Moment eher danach aus, dass das Botta-Projekt nicht realisiert werden kann. kjv/sda

Neue Lehre hat Erfolg

Soeben hat der erste Jahrgang der dreijährigen Ausbildung Hotelfachfrau/-mann (HOFA) abgeschlossen. Sowohl Lernende als auch Arbeitgeber ziehen eine positive Bilanz.

DANIEL STAMPFLI

Ich bin heute froh, dass ich diese Ausbildung absolviert habe», sagt Damaris Minder rückblickend, die sich im Hotel Kemmeriboden-Bad in Schangnau zur Hotelfachfrau ausbilden liess. Sie verfüge nun über eine gute berufliche Grundlage, «insbesondere da ich in die verschiedensten Bereiche des Lehrbetriebes Einblick hatte». Entsprechend möchte Damaris Minder im Gastgewerbe tätig bleiben, vorzugsweise an einer Réception, und sich dann später weiterbilden. Aber zuerst übernimmt sie einen Job als Schichtleiterin bei Starbucks in Bern.

Einsatz an der Reception als Bereicherung

Dass sie die Ausbildung zur Hotelfachfrau – im Hotel Seeblick in Emmetten – absolviert hat, bereut auch Nicole Aschwanden keineswegs. Das letzte Ausbildungsjahr sei für sie das interessanteste gewesen, «da ich im Betrieb die verschiedensten Tätigkeiten ausführen konnte. Auf das Arbeiten an der Réception hatte ich mich schon lange gefreut.» Entsprechend ihrer Vorliebe hat Nicole Aschwanden eine Stelle als Receptionistin in Engelberg gefunden. Zuvor geht sie aber noch nach England in einen sechswöchigen Englisch-Intensivsprachkurs.

«Ich bin glücklich, dass ich die Ausbildung zur Hotelfachfrau gemacht habe. Ich kann mir nichts Besseres vorstellen», sagt Tamara Kym, die ihre Ausbildung im Swissôtel Le Plaza in Basel absolviert hat. Als nächstes tritt sie im Hotel Baur au Lac in Zürich eine Stelle als Economat Gouvernante an. «Ich hatte dabei das Glück, dass ich meine Ausbildung in einem Fünf-Sterne-Haus machen konnte. Ich kenne nun die Standards dieser Hotelkategorie und weiss, wie man sich auf diesem Niveau verhalten muss», sagt Tamara Kym.

Auch für die Lehrbetriebe bringt der Wechsel Vorteile

Nicht nur die Lernenden, sondern auch die Lehrbetriebe bzw. die Ausbildner haben mit der neuen dreijährigen HOFA-Ausbildung gute Erfahrungen gemacht. «Insgesamt ist die dreijährige Lehre eine positive Angelegenheit», so Heiner Invernizzi, Eigentümer des Hotels Kemmeriboden-Bad. Er achte darauf, dass die Lernenden das geistige Rüstzeug mitbringen, damit sie auch an der Réception eingesetzt werden können. «Je nach Begabung können wir sie auch am Frontoffice arbeiten lassen, was eine echte Bereicherung ist», sagt Invernizzi weiter.

«Für die Lernenden stellt die neue dreijährige Lehre eine klare Verbesserung dar», ist Urs Schaub, Direktor des Hotels Seeblick in Emmetten, überzeugt. Der Einsatz und die Tätigkeiten an der Réception etwa am Ende der Ausbildung habe das gesamte Berufsbild aufgewertet. Dies gebe den Lernenden eine zusätzliche Motivation und dürfte sich mittelfristig auch positiv auf das Image des Berufes auswirken. «Bei den Bewerbungen für neue Lehrstellen stellen wir schon jetzt fest, dass der Beruf Hotelfachfrau/-mann mit der dreijährigen Grundbildung an Attraktivität gewonnen hat», so Schaub. Und davon dürfte die gesamte Branche profitieren.

In die gleiche Richtung geht die Einschätzung von Yvette Thüring, Direktorin des Swissôtel Le Plaza Basel: «Wir sind sehr glücklich, dass die Ausbildung von zwei auf drei Jahre erweitert wurde.» Die Lernenden hätten die Möglichkeit, mehr und länger in die verschiedenen Bereiche des Hotels hineinzuschauen. Es biete damit eine bessere Grundausbildung «und gibt mehr Fundament für eventuelle zukünftige Weiterbildungen», so Yvette Thüring.

Im dritten Jahr der Ausbildung figuriert neu auch das Thema Réception im Lehrplan. Deshalb mussten sich auch die Fachlehrer weiterbilden. Da mit dem Reservationssystem Fidelio gearbeitet wird, wurden die Lehrkräfte der Schulhotels von hotelleriesuisse speziell dafür geschult. Auch wurde dafür ein Lehrmittel geschaffen, mit welchem im vergangenen Schuljahr erste Erfahrungen gesammelt werden konnten.

Damaris Minder

Nicole Aschwanden

zvg

Tamara Kym

Fachhochschule für Hotellerie erhält eidgenössische Genehmigung

Les Roches-Gruyère kann ab 2009 einen Bachelorstudiengang in Hotellerie anbieten.

Die neue Fachhochschule Les Roches-Gruyère erfüllt gemäss Bundesrat die gesetzlichen Anforderungen an eine Fachhochschule. Die zweite private Fachhochschule der Schweiz – neben Kalaidos – hat ihren Hauptcampus in Bulle FR und ist stark international ausgerichtet. Mit der Genehmigung zur Führung einer eigenständigen Fachhochschule wird die wirtschaftliche und bildungspolitische Bedeutung des Privatschulsektors anerkannt. Die Fachhochschule Les Roches-Gruyère, die wie Les Roches-Bluche zur Les Roches International School of Hotel Management gehört, wird vor allem berufsqualifizierende Aus- und Weiterbildungen für Kader in Hotellerie und Tourismus anbieten und lanciert ab 2009 einen Bachelorstudiengang in Hotellerie. Nach der Aufbauphase rechnet die Schule mit rund 530 Studierenden im Bachelor-Studium. dst

Mindestlöhne: + 2,5 Prozent

Die Mindestlöhne im Gastgewerbe werden im Jahr 2009 um 2,5 Prozent erhöht. Damit soll die Jahresteuerung ausgeglichen werden.

DANIEL STAMPFLI

Geeinigt auf die Anpassung der Mindestlöhne im Rahmen der geschätzten Teuerung von 2,5 Prozent haben sich die Sozialpartner des Gastgewerbes nach den Bestimmungen des heute geltenden Landes-Gesamtarbeitsvertrages (L-GAV). Die Monatslöhne der Mitarbeitenden ohne Berufslehre werden um 83 Franken auf 3383 Franken erhöht. Die Gehälter der Angestellten mit Berufslehre oder gleichwertiger Ausbildung steigen um 87 Franken auf 3567 Franken (Attestlehre) bzw. um 93 Franken auf 3823 Franken (Eidg. Fähigkeitszeugnis). Mitarbeiter mit höherer Ausbildung, besonderer Verantwortung oder langjähriger Berufspraxis verdienen monatlich künftig zwischen 4172 und 4787 Franken. Kader mit regelmässiger Führung von Mitarbeitenden oder mit höherer Fachprüfung erhalten zwischen 5740 und 6919 Franken. Praktikanten gemäss Artikel 11 L-GAV verdienen mindestens 2168 Franken.

Zurzeit verhandeln die Sozialpartner im Schweizer Gastgewerbe über eine Gesamterneuerung des heute gültigen und aus den 80er-Jahren stammenden L-GAV. Dieser wird voraussichtlich am 1. Juli 2009 in Kraft gesetzt. Der L-GAV gilt für alle Betriebe und Mitarbeiter des Gastgewerbes.

Entrée: Parkhotel du Sauvage, Meiringen

Alain D. Bollat

Wird Heizen zum Luxus?

Die Heizkosten eines Hotels interessieren den Gast wenig. Auch wenn der Ölpreis steigt, kann nichts weiter verrechnet werden. Jedenfalls nicht kurzfristig.

SIMONE LEITNER

Der Ölpreis hatte letzte Woche ein neues Rekordhoch erreicht. Mit 144 Dollar pro Fass (159 Liter) wird das Heizen zum Luxus. Tiefere US-Lagervorräte, geopolitische Sorgen sowie die Dollarschwäche werden für den Preisanstieg verantwortlich gemacht. Die Folge: Airlines erhöhen ihre Preise. Doch was für die Luftfahrt gilt, ist für die Hotellerie undenkbar. Die Übernachtungspreise sind fix und zum Teil bis zwei Jahre im Voraus mit Tour-Operators vereinbart. Den Zimmerpreis in der laufenden Saison zu erhöhen, ist in der Branche ein No Go. «Das können wir dem Gast nicht zumuten», sagt Vic Jacob, Direktor des Hotels Suvretta House in St. Moritz. Dass die Ölpreise in diesem Mass steigen würden, konnte zwar niemand voraussehen. Bei weitsichtiger Kalkulation sollten aber solche Volatilitäten abgefedert werden, hält Jacob fest. Auch gute Termingeschäfte können interessant sein. «Wir haben auf den richtigen Zeitpunkt gesetzt», sagt Thomas Kleber, Direktor des Park Hotels Vitznau. Ein Energie-Consulting-Unternehmen berät das Oetker-Hotel. Kleber betont, dass das Park Hotel in den heizintensiven Wintermonaten nicht geöffnet ist.

> «Wir können die steigenden Heizölkosten den Gästen nicht verrechnen.»
> **Vic Jacob**
> Direktor Suvretta House St. Moritz

Anders im Lenkerhof Alpine Resort. Der Direktor Daniel Borter hat im Winter mit einem Tagesverbrauch von 1000 Litern Heizöl einige Mehrkosten zu bezahlen. «Dieses Geld fehlt uns natürlich jeden Monat.» Dennoch, die Situation als Drama einzustufen, wäre übertrieben, sind sich alle befragten Hoteliers einig. Die Preisentwicklung werde beobachtet, aber ein überstürztes Handeln vermieden. Der prozentuale Energieaufwand zeigt sich bei den meisten Hotels in einem überschaubaren Rahmen. Im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa machen die Energiekosten aktuell 2,8% (Jahr 2006: 2,8%) vom Erlös aus. Identisch oder ähnlich sieht es in allen anderen Hotels der Victoria-Jungfrau Collection aus.

Punkto Heizsystem ist die Schweizer Hotellerie wachsam und investiert in innovative Energieträger. Da auch Strom und Holz teurer werden, muss gespart werden. «Wir haben unser Heizsystem optimiert und sparen nun erheblich Energie», sagt Vic Jacob stellvertretend für viele Hoteliers.

Keystone

Die Heizölpreise sind massiv gestiegen. Aber auch andere Energieträger werden teurer.

Ölpreisentwicklung nicht nur «Spekulationsblase»

Der Weltbedarf an Primärenergie nimmt kontinuierlich zu. Wachsender Lebensstandard und der Aufbau neuer Infrastrukturen insbesondere in wachsenden Märkten wie China und Indien treiben diese Entwicklung an. Die Konsequenz sind steigende Preise, «die voraussichtlich keine kurzfristige Erscheinung sind, sondern auch mittelfristig steigen werden», sagt Oliver Breig, Managing Director, Pöyry Energy Consulting in Zürich. Das Unternehmen berät weltweit in 45 Ländern Energiekonzerne. Breig vermutet, dass es sich nicht nur um eine «Spekulationsblase» handelt.

Global besteht ein grosser Bedarf an neuen Stromerzeugungskapazitäten. Diese Nachfrage nach Kraftwerken und die steigenden Rohstoffpreise führen zu signifikant höheren Kosten für den Kraftwerksbau – innerhalb eines Jahres sind sie um mehr als 50% gestiegen. «Aufgrund der gestiegenen Ölpreise und in Folge der Gaspreise (Kopplung des Gases ans Öl) verteuern sich nun auch die Strompreise», weiss Oliver Breig. Und warum steigen die Holzpreise? «Die Schweiz fördert und fordert den Ausbau von erneuerbaren Energien», erklärt der Energiefachmann. Energie aus Biomasse, wie Holzkraftwerke, habe eine hohe Bedeutung. Diese Kraftwerke benötigen Brennstoff (Holz). «Doch Holz fehlt, und so stehen diese Anlagen still.» sls

www.poyry.com
www.erdoel-vereinigung.ch

Frankreich plant seinen Relaunch

Frankreichs Tourismus wird auf der Seite des Hotel-Angebots einer ehrgeizigen Genesungskur unterzogen. Sein Anteil am Bruttoinlandprodukt soll von 6,3% auf 7,6% steigen.

KATJA HASSENKAMP

Eine neue Hotelklassifizierung, ein neues Logo für die Tourismuspromotion, neue internationale Flugverbindungen und eine Beschleunigung der Visaerteilung … Frankreich will touristische Marktanteile zurückerobern.

Die Wirtschafts-, Handels- und Arbeitsministerin Christine Lagarde und der Staatssekretär für Tourismus, Hervé Novelli, haben anlässlich der «Assises du Tourisme» dem Frankreichtourismus eine ehrgeizige Genesungskur verschrieben. Gestützt auf eine Studie der Boston Consulting Group (BCB), nach der der Marktanteil Frankreichs am internationalen Tourismusaufkommen seit 1990 von 11,9% auf 9,1% zurückgegangen ist, haben die Minister die Alarmglocke gezogen. Denn inzwischen scheint man auch an oberster Stelle die wirtschaftliche Bedeutung der Branche erkannt zu haben: Der Tourismus steht in Frankreich heute für 6,3% des Bruttoinlandproduktes und 1,8 Millionen Arbeitsplätze. Bis zum Jahr 2020 will man diese Zahlen auf 7,6% und 2,4 Millionen steigern. Neben vier übergeordneten strategischen Orientierungen wurden vor allem drei vordringliche Massnahmen in Aussicht gestellt:

1.) die Renovierung der Hotels aller Kategorien (15 000 von insgesamt 18 000 klassifizierten Häusern), deren Kosten mit insgesamt 10 Milliarden Euro veranschlagt wird, und eine Entstaubung der Hotelklassifizierung (Einführung eines fünften Sterns)

2.) die Verbesserung des Empfangs internationaler Touristen durch eine Beschleunigung der Visaerteilung, zusätzliche Fluglinien vor allem auch von Low cost Carriern, und eine Optimierung der Ausbildung für touristische Berufe

3.) die Stärkung der Frankreichpromotion durch eine neue weltweit greifende Marke – «Rendez-vous France» – für deren Einführung zusätzliche Mittel zur Verfügung gestellt werden sollen (10 bis 20 Millionen Euro).

Ein spezielles Gesetz zur Tourismuspolitik soll noch vor dem Ende des Jahres im Ministerrat präsentiert werden. Bleibt abzuwarten, ob auf die vielversprechenden Ankündigungen endlich Taten folgen und vor allem zusätzliche Mittel bereitgestellt werden.

Maison de la France hat im letzten Jahr über ein Budget von 77 Millionen Euro verfügt, während Spanien 130 Mio. Euro für seine Tourismuspromotion ausgeben konnte. Und für ihren «Tourismusplan 2020» haben die Spanier zusätzliche 322 Millionen Euro locker gemacht. Das sind Summen, von denen französische Touristiker nur träumen können.

Marke und Fakten
Frankreich im Wettbewerb

Spitze der Statistik. Mit 79,1 Mio. Ankünften ist Frankreich laut UNWTO-Statistik Nr. 1 vor Spanien (58,5) und USA (51,1).

Country Brand Index. Frankreich hält Platz 4 – hinter Australien, USA, UK, und vor Italien, Kanada und Spanien. Stärken Frankreichs sind gemäss dem spezifischen Einzel-Index: Geschichte (Platz 5), Kunst und Kultur (2), Fine Dining (1), Shopping (6), Ideal for Business (4) und Conferences (7). kjv

www.countrybrandindex.com

Beschwerde gegen Feriendorf

Das Bundesamt für Justiz hat gegen einen Teil des geplanten Feriendorfs in Champéry eine Beschwerde beim Walliser Kantonsgericht eingereicht.

DANIEL STAMPFLI

Die französische Gesellschaft Les Maisons de Biarritz (MdB) will in Champéry eine 4-Stern-Hotelanlage, bestehend aus drei Hotels, einem Thermalbad und 15 Chalets mit 51 Wohnungen erstellen. Nicht angefochten hat das Bundesamt für Justiz (BJ) die Erstellung von hotelmässig bewirtschafteten Appartements. Es anerkennt die rechtliche Würdigung der kantonalen Bewilligungsbehörde, wonach auch ein einzelnes Hotelappartement für sich allein als sogenannte Betriebsstätte im Sinne der Lex Koller qualifiziert werden und entsprechend ohne Bewilligung und ohne Anrechnung an das kantonale Kontingent für Ferienwohnungen an eine Person im Ausland verkauft werden kann. Mit der Beschwerde angefochten hat das BJ aber den Erwerb der Grundstücke durch die MdB für die Erstellung von 15 Chalets mit 51 Wohnungen, die rund 800 Meter abseits der drei Hotels projektiert sind. Angesichts der Distanz dieser Wohnungen von den drei Hotels, ihrer Ausstattung und der fehlenden Hotelinfrastruktur vor Ort handle es sich bei den 51 Wohnungen nicht mehr um hotelmässig bewirtschaftete Betriebsstätten. Die geplanten Wohnungen würden in Verletzung der Lex Koller unabhängig vom Hotel als Ferienwohnungen genutzt werden können.

Der Vorsteher des Departements für Volkswirtschaft und Raumentwicklung, Jean-Michel Cina, begrüsst den Entscheid des BJ. «Es handelt sich hierbei um ein starkes Signal, welches der ganzen Schweizer Tourismuswirtschaft neue Impulse verleihen wird», schreibt Cina in einer Stellungnahme.

Sehr starker Mai 2008 in Schweizer Hotels

Laut Bundesamt für Statistik verbuchte die Schweizer Hotellerie im Mai 2,7 Mio. Logiernächte, was gegenüber Mai 2007 einer Zunahme von 11% (+ 270 000 Logiernächte) entspricht. Die Zunahme der Binnennachfrage beträgt 106 000 Logiernächte, des Auslands 164 000 Logiernächte. Hier legten die Deutschen mit plus 62 000 Logiernächten (+15%) am stärksten zu. Am besten besucht wurde die Tourismusregion Zürich mit insgesamt 418 000 Logiernächten: +5,5%. Die stärkste absolute Zunahme hatte die Zentralschweiz (plus 43 000 oder +13%) vor der Genferseeregion (Waadt, plus 33 000, +17%), Graubünden (plus 30 000, +23%), Genf (plus 26 000, +11%) und Wallis (plus 24 000, +18%). kjv

Interhome: 50% mehr Ferienwohnungen

Der Ferienwohnungsanbieter Interhome kooperiert ab Ende Juli mit dem US-Anbieter ResortQuest. Dank den zusätzlichen 16 000 angebotenen Ferienhäusern und -wohnungen in den USA steigt das Angebot von Interhome auf 46 000 Objekte in 21 Ländern. kjv/sda

Reka: Umsatz-Plus im Halbjahr fast 11%

Die Schweizer Reisekasse steigerte im ersten Halbjahr den Umsatz mit Reka-Checks und den Bahngutscheinen Reka Rail um 10,8% auf 313,7 Mio. Franken. Die Zahl der Übernachtungen in Reka-Ferienwohnungen erhöhte sich um 1,8%. Für das ganze Jahr rechnet Reka mit 4 bis 6% mehr Umsatz. kjv/sda

Aus der Region

Bern

Kadi: Nachfolge mit Perspektive auf Wachstum

kadi

Die in Langenthal/BE ansässige, im Bereich **Kühl- und Tiefkühlprodukte** tätige Kadi AG will sich mit einer Nachfolgeregelung zusätzliche Marktchancen eröffnen. Vier Mitglieder der Geschäftsleitung übernehmen via Management Buyout vom bisherigen Eigentümer Peter Geiser eine massgebliche Minderheitsbeteiligung. Zusätzlich engagiert sich die in Frankfurt a.M. domizilierte ECM Equity Capital Management GmbH als Partnerin und Mehrheitseigentümerin von Kadi. kjv

Berner Oberland

Thuns «Krone» neu mit 3 Restaurants und Lounge

Die «Krone» in Thun feierte nach viermonatiger Umbauphase die Wiedereröffnung. Neu findet man nebst dem traditionellen Restaurant und dem China Restaurant ein Gourmet-Lokal mit angegliedertem, begehbarem Weinraum. Sowie die neue Koi-Lounge. Initiiert und geplant hat die grosszügigen Veränderungen an der altehrwürdigen «Krone» der Thuner Unternehmer Urs Hauenstein, Besitzer der Krone sowie des Gasthofs Schützen in Steffisburg. kjv

Energiepark für das Tropenhaus Frutigen

Im Tropenhaus Frutigen soll ein Energiepark entstehen. Die BKW FMB Energie AG plant Anlagen mit Erdwärme, Wasserkraft, Sonnenenergie und eventuell Biomasse. Sie sollen den Besuchern anschaulich präsentiert werden. Der Park wäre der erste seiner Art im Land, so die BKW. Das Ziel sei es, Technologien aus dem Bereich der erneuerbaren Energien effizient einzusetzen oder mindestens zu präsentieren. kjv/sda

Berner Oberland mit neuer Plattform

swiss-image

Das **Berner Oberland** hat ein hohes Identifikations- und Vermarktungspotenzial, wie eine Analyse des Instituts für Marketing und Unternehmensführung der Uni Bern gezeigt hat. Die Region will es mit dem Aufbau einer Kommunikationsplattform unter der Marke Berner Oberland stärker nutzen. Im Rahmen des Regio-plus-Projekts «Chance Beo», unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), hat die Volkswirtschaft Berner Oberland im ersten Schritt die Markenpersönlichkeit neu definiert, das Logo modifiziert und die Website www.berneroberland.ch erweitert. kjv

htr hotelrevue
Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

Schweiz

Welterbe: RhB und Tektonikarena um Piz Sardona

RhB

Das Unesco-Komitee hat an seiner Session im kanadischen Québec die schweizerisch-italienische Kandidatur «**Rhätische Bahn** in der Landschaft Albula/Bernina» zum Welterbe erklärt. Auch das 300 km² grosse, nun **Tektonikarena** genannte Gebiet

zvg

um den Piz Sardona im Grenzgebiet von SG, GL und GR ist jetzt Welterbe. 250 bis 300 Mio. Jahre alte Verrucanogesteine liegen hier auf «nur» 35 bis 50 Millionen Jahre alten Flyschgesteinen, getrennt durch die «Magische Linie» der Glarner Hauptüberschiebung. kjv

Aus dem Cahier français

Club Med expandiert in der Schweiz

Ein Feriendorf in Verbier und private Chalets in Villars: das sind die jüngsten Pläne von Club Med. Die Eigentümer der Chalets sollen dereinst von der Infrastruktur des bereits bestehenden Club-Med-Dorfes profitieren können. Gute Erfahrungen wurden mit diesem Konzept bereits auf der Insel Mauritius gemacht. Hinter dieser Expansionsstrategie in der Westschweiz steht Erminio Eschena, Direktor von Club Med in der Schweiz. dst

Seite 19

Für & wider Gratisfahrt

zvg

Inclusive- und Sport-Angebote sollen wie hier in Savognin den Sommer beleben.

Während Savognin als vierte Destination den Sommer mit Gratis-Bergbahnen stimuliert, setzen andere Destinationen eher auf Investitionen am Berg.

ROBERT WILDI

Erfunden hats Arosa – wenigstens in der Schweiz. Seit 2003 wirbt die Bündner Feriengemeinde mit ihrem «All-Inclusive»-Konzept und offeriert allen Sommer-Übernachtungsgästen die kostenlose Benützung der Bergbahnen und weitere Gratis-Leistungen. Die Idee zur Steigerung des Sommergeschäfts hat im Bündnerland inzwischen Freunde und Nachahmer gefunden. 2006 ist Davos mit «Davos Inclusive» aufgesprungen, seit dem letzten Sommer fahren Sommergäste im Engadin kostenlos auf den Berg. Heuer offeriert auch Savognin mit dem «Savognin Pass» allen Sommergästen ab einer Übernachtung die Gratisbenützung der Bergbahnen und weitere Vergünstigungen. Dazu Bergbahnen-CEO Leo Jeker: «Wir wollen mit diesem Projekt die Sommer-Auslastung der Betten und Transportanlagen verbessern und so die Wertschöpfung erhöhen.»

Mehr Besucher und Umsätze dank Gratis-Bergbahnen

Im Engadin wurden die Frequenzen im ersten Sommer gegenüber 2006 um 4 Prozent gesteigert. «In der Gastronomie haben wir zu-

> «Wir wollen die Sommer-Auslastung und die Wertschöpfung erhöhen.»
>
> **Leo Jeker**
> CEO Bergbahnen Savognin

dem Rekordumsätze erzielt», sagt Dieter Bogner, Marketingleiter der Bergbahnen Engadin und St. Moritz AG. Ein stetiges Plus bei Frequenzen und Gastroumsätzen seit 2006 melden auch die Davos Bergbahnen. Im Sommer 2007 haben die Arosa Bergbahnen 354 000 Personen befördert, das sind 240% mehr als 2002, dem letzten Sommer vor der All-Inclusive-Einführung. In der gleichen Periode ist im Aroser Sommer der Verkehrsertrag um 16% auf 757 000 Franken und der Restaurationsumsatz um 18% auf 900 000 Franken gewachsen.

Bahnen mit starkem Sommer halten wenig von «All Inclusive»

Im Engadin schliessen sich dieses Jahr weitere Hotels, neu sind es 86, dem Angebot «Bergbahnen inklusive» an. Arosa inkludiert ab diesem Sommer auch die Benützung der Golfplatz-Driving-Range in das All-Inclusive-Angebot. Trotz der eindrücklichen Zahlen: Die Begeisterung für die Strategie «Gratis-Bergbahnen für mehr Sommergäste» hält sich bei zahlreichen anderen Seilbahngesellschaften in Grenzen. «Wir werden dieses Konzept nicht umsetzen», sagt etwa Albert Wyler, Geschäftsführer von Titlis-Rotair. «Mit Sicherheit kein Thema für uns», doppelt Walter Steuri nach. Für den CEO der Jungfrau Bahnen basieren die Gratis-Konzepte der Bündner Konkurrenten auf Dumping-Angeboten, die für die Bergbahn-Branche sehr gefährlich seien.

> «Wir setzen allein im Sommer 12 Mio. Franken um und können das nicht gefährden.«
>
> **Christen Baumann**
> CEO Zermatt Bergbahnen AG

«Was nichts kostet, ist auch nichts wert», heisst es bei der Weissen Arena AG in Flims/Laax, wo Gratis-Bergbahnen kein Thema sind. Christen Baumann, CEO der Zermatt Bergbahnen AG, geht noch weiter und hält die Bezeichnung «Gratis-Bergbahnen» für falsch. «Weil zur Finanzierung in diesen Destinationen die Kurtaxen erhöht wurden, bezahlen auch die, welche die Bahnen gar nicht benutzen.»

Ausserdem sei das Angebot für Destinationen mit einem traditionell starken Sommergeschäft nicht tauglich, so Baumann. «Wir setzen allein im Sommer 12 Millionen Franken um und können diesen Umsatz nicht mit solchen Angeboten gefährden.» Auch die Jungfraubahnen und Titlis-Rotair haben rund 50% ihres Geschäfts im Sommer. Sie wollen Sommerfrequenzen eher über mehr Attraktivität am Berg steigern – und den entsprechenden Preis verlangen.

1. Nach Arosa, Davos und Engadin bietet auch Savognin im Sommer «Gratis-Bergbahnen» an. Wird sich dies im Schweizer Bergtourismus flächendeckend durchsetzen?
Nein. Es kann für spezielle Fälle sinnvoll sein, zumindest vorübergehend. Bei den erwähnten handelt es sich um winterlastige Bahnen, bei denen sich die Sommerumsätze leicht abschätzen und auf die Logiernächte überwälzen lassen.

2. Wo sind die Voraussetzungen für «Bergbahnen inklusive» weniger günstig?
Überall dort, wo Bergbahnen grössere Sehenswürdigkeiten und Attraktionen erschliessen, wo das Sommergeschäft einen nennenswerten Teil der Jahresumsätze darstellt, und wo auch ein nennenswerter Anteil von Tagesgästen aus der weiteren Region die Bahnen frequentiert.

Nachgefragt

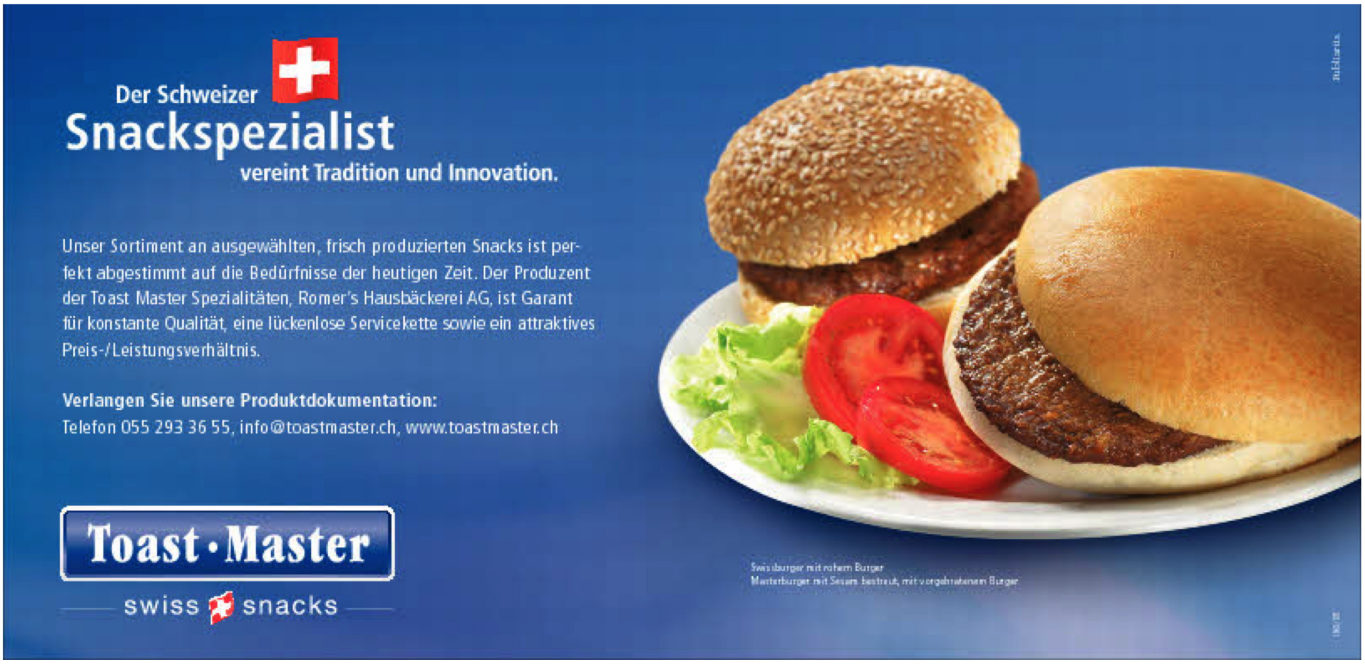
Thomas Bieger

Tätigkeit: Thomas Bieger ist Prorektor der Universität St. Gallen und leitet ihr Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus.

3. Welches sind die konkreten Vor- und Nachteile von «Bergbahnen Inclusive»?
Es ist für den Kunden bequem, und das Risiko in Form der Maximalkosten des Aufenthaltes wird begrenzt. Nachteilig ist: Einige Kunden bezahlen für andere und damit mehr, als sie ohne die Pauschalisierung bezahlen müssten. Wir beobachten teilweise wieder einen Trend zur «Entbündelung» von Pauschalen, und zwar überall dort, wo der Kunde erfahren ist und klare Ansprüche an die Leistung hat.

4. Wie sonst können Bahnen den Sommer fördern?
Indem möglichst viele Besucher dank attraktivem Erlebnisangebot auf den Berg wollen. Es gibt tolle Ansätze im Bereich Gleiten, Lernmöglichkeiten im Bereich Natur oder Aufwertung des Kernangebotes im Bereich Aussicht und Wandern. row

ANZEIGE



Wird Barwa, Investor aus Katar, die Schweizer Hotels bald wieder abstossen? Rosebud-Präsident Victor Armleder beantwortet diese und andere brisante Fragen.

CHRISTINE KÜNZLER

Alain D. Boillat

Rosebud-Präsident Victor Armleder steht im Berner «Schweizerhof» Red und Antwort.

Barwa und Rosebud: Hält Partnerschaft?

Die Barwa Real Estate Company hat für 130 Mio. Franken sieben Schweizer und zwei belgische Hotels gekauft …
Das stimmt nicht.

So stehts auf der Barwa-Homepage.
Das ist falsch. Barwa hat den «Bürgenstock»am 28. September 2007 gekauft, das «Royal Savoy» in Lausanne und den «Schweizerhof» vor drei Wochen. Das «Atlantis» in Zürich und die beiden Hotels in Belgien haben wir behalten.

Weshalb stellt Barwa falsche Aussagen ins Internet?
Weil das Unternehmen schlecht organisiert ist. Dahinter steht keine böse Absicht, sondern einfach eine schlechte interne Kommunikation. Auch der Kaufpreis ist komplett falsch.

Wie viel also hat Barwa bezahlt?
Wir haben etwa dreimal mehr bekommen. Ungefähr. Dieses Missverständnis rührt wohl von unserem Vorvertrag mit Barwa, den wir 2006 abgeschlossen hatten. Unsere geplante Partnerschaft konnte aus Gründen des Islam Banking nicht realisiert werden.

Was ist mit dem «California» in Genf ?
Das haben wir verkauft. Vor einem Monat. Aber nicht an Barwa.

Und was mit dem «kleinen Bürgenstock» in der Romandie, für den Sie einen Vorvertrag unterzeichnet hatten?
Das hat nicht geklappt.

Wann beginnt der Umbau im «Schweizerhof»?
Wenn alles gut läuft, Ende Jahr.

Das Konzept?
Wir realisieren ein Charme-Hotel im obersten Luxusbereich.

Muss das Hotel rentieren?
Ein wenig schon.

Wie ist Ihre Zusammenarbeit mit Barwa geregelt?
Vertraglich geregelt ist sie bis Ende Jahr. Nun sind wir daran, einen neuen Vertrag auszuhandeln, um die drei Projekte weiterzuentwickeln. Barwa hat uns darum gebeten, denn wir haben die Architekten ausgewählt und kennen die schweizerischen Bauvorschriften. Und die Menschen hier. Es ist sehr wichtig, solche Projekte kulturell und sozial in die Region einzubetten. Nun legen wir unsere Bedingungen auf den Tisch. Nicht finanzielle, sondern organisatorische. Bevor wir den Vertrag unterzeichnen, wollen wir wissen, wie Barwa ihrerseits die Organisation und die Finanzierung regelt.Und vor allem, in welchem Zeitrahmen, denn dort liegt das Problem, insbesondere beim Bürgenstock-Resort. Die Überbauung ist komplex. Für den Umbau des «Royal Savoy» und den Neubau müssen die Pläne nochmals angepasst werden. Der «Schweizerhof»-Umbau ist problemlos, hier liegen alle Bewilligungen vor.

Vertragen sich die unterschiedlichen Kulturen von Barwa und Rosebud?
Als Hotelier bin ich gewohnt, mit Menschen unterschiedlicher Kulturen zusammenzuarbeiten. Sich einer Gruppe wie Barwa anzupassen, ist nicht schwierig. Eine Zahl ist eine Zahl, eine Frau ist eine Frau, ein Mann ein Mann. 99 Prozent aller Dinge sind für die Menschen aus Katar gleich wie für die aus Nidwalden. Beide essen täglich etwa gleich viel und zeugen ihre Kinder auf die gleiche Art und Weise. Man muss die Unterschiede nicht hochspielen.

Welche Rolle spielt die Banque Patrimoine de Genève?
Keine.

Auf der Barwa-Homepage ist sie als Partnerin aufgeführt …
Die Bank verwaltete für meine Familie die Rosebud-Holding in Luxembourg. Sie erbrachte Dienstleistungen und hat nichts finanziert.

Sie hat die Schweizer Hotels für Rosebud an Land gezogen …
Nein, das war ich. Die Bank hat nur verwaltet.

Wer ist Rosebud-Mehrheitsaktionär?
Meine Familie. Vor allem mein ältester Sohn Cyrill.

Die französische Industriellen-Familie Descours ist also ausgestiegen?
Ja, im Sommer 2001.

Reichen 300 Mio. Franken für das Bürgenstock -Resort? Das «Dolder» hat mindestens 440 Mio. gekostet …
Auf dem «Bürgenstock» können Sie ein interessantes Resort bauen mit 1, 2, 5 oder 6 Mio. Franken pro Zimmer. Das «Dolder Grand» und Herr Schwarzenbach dienen nicht als Vergleich. Das ist ein Sonderfall, ein faszinierender. Vor 15 Jahren hat die UBS den «Widder» für 5 oder 6 Mio. Franken pro Zimmer gebaut. Die UBS hat also genau das gemacht, wovon sie allen Hoteliers abrät …

> «Wir hätten 20 Gelegenheiten gehabt, die Hotels an Spekulanten zu verkaufen.»
> **Victor Armleder**
> Präsident Rosebud

Wird Barwa ihre Häuser bald weiterverkaufen?
Wir haben Barwa gewählt, weil wir davon ausgehen, dass sie die Hotels über lange Zeit behalten wird. Wir hätten mindestens 20 Gelegenheiten gehabt, unsere Hotels an Spekulanten zu verkaufen. Unser Ziel ist der gute Ruf der Gruppe, auch im Sinne meiner Familie.

Nach den islamischen Gesetzen darf kein Alkohol ausgeschenkt werden …
Das ist keine Frage des Gesetzes. In Katar können die Unternehmer selber entscheiden, ob sie Alkohol ausschenken.

Die Zukunftspläne der Rosebud?
Wir spielen Golf (lacht). Nein, das «Atlantis» reizt mich. Es ist für einmal ein zeitgenössisches Hotel und kein «Palace». Wenn wir interessante Hotels finden, werden wir die mit Barwa weiterentwickeln.

Zur Person Der Hotelier und Geschäftsmann

Victor Armleder (63) hat Wirtschaft und Literatur studiert.Er führte das familieneigene Hotel Richemond in Genf , hat die Genfer Brasserie Lipp mitgegründet und das Rosebud-Portfolio zusammengestellt. Er ist Mitbegründer und Präsident der Rosebud Héritage SA in Vich , die heute drei Hotels besitzt. ck

Standpunkt

Eine Herde schwarzer Schafe?

SARA STALDER

Jeder 10. Beizer ist ein Grüsel», «Basel: Rattenplage in Restaurant» oder «Datenschutz für Schmuddelbetriebe»: Jahr für Jahr tauchen solche Schlagzeilen in den Schweizer Medien auf. In der Stadt Zürich wurden im letzten Jahr 82 Strafanzeigen gegen Restaurants, Metzgereien oder Bäckereien eingereicht. Die Zahlen zeigen, dass die Hygiene immer mehr nachlässt – in Zürich sind es beispielsweise 52 Prozent mehr als im Jahr 2006. Wenig schmeichelhaft für eine ganze Branche!

«Wir staunen, dass wir nicht Unterstützung von den Gastronomiebetrieben erhalten.»

Die Stiftung für Konsumentenschutz verlangt seit Jahr und Tag, dass die fehlbaren Betriebe öffentlich gemacht werden. Und zwar nicht jene, die geringfügige Beanstandungen erhalten, sondern all die, welche dem Gesundheitsschutz und der Hygiene zu wenig Rechnung tragen. Wir hatten gehofft, dass das neue Öffentlichkeitsgesetz hier mehr Transparenz schaffen wird. Leider ist dem nicht so. Noch immer können die fehlbaren Betriebe auf den Datenschutz zählen und die Missstände in ihrem Betrieb unter den Teppich kehren – bis zur nächsten Kontrolle.

Wir sind der Ansicht, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ein Recht haben, zu erfahren, in welchen Betrieben sorgfältig und sauber gearbeitet wird. Und wo dies eben nicht der Fall ist. Die Leiterin des Zürcher Lebensmittelinspektorates gab in der NZZ zu Protokoll, dass sie nur noch «sehr selektiv» auswärts essen gehe. Dank solchen Schlagzeilen steht sie mit dieser Haltung gewiss nicht alleine da. Wir sind deshalb erstaunt, dass wir nicht Unterstützung von den Gastronomiebetrieben erhalten. Denn Schlagzeilen wie die oben erwähnten schaden der ganzen Branche. All die Betriebe, welche die Kontrolle nicht scheuen, könnten sich vom Dauerverdacht befreien.

Und nicht zuletzt: Wer wirklich damit rechnen muss, dass sein Name auf der «Grüselliste» steht, wird sich mehr Mühe geben – und damit wieder der ganzen Branche nützen.

Sara Stalder ist Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz SKS.

Der Seiltanz mit untauglicher Hardware

CHRISTINE KÜNZLER
REDAKTORIN

Zum Thema
Gratwandern

Das junge Paar mit seinem Kleinkind freut sich auf ein verlängertes Wochenende im einzigen Hotel des schmucken Weindorfs in der Romandie. Die Reservation hat geklappt, die Gäste werden vom Hotelier aufs Zimmer geführt. Ein Zimmer mit einem Wasserbett. Der erste Liegetest zeigt: Die Matratze ist zu wenig gefüllt und entsprechend unstabil. Der Hotelier erklärt: Leider existiert die Firma nicht mehr, die ihm das Wasserbett verkauft hat. Die Matratze lasse sich also leider nicht auffüllen. Am Frühstückstisch tags darauf dann die zweite Überraschung. Die servierten Butterportionen stammen aus dem Jahr 2006. Wir schreiben jedoch das Jahr 2008. Klar, der Hotelier verfügt über einen Tiefkühler. Und Tiefgekühltes ist ja bekanntlich jahrelang haltbar. Klar.
Jetzt folgt die dritte Überraschung: Das Paar bucht weiterhin in diesem Hotel. Weshalb? Weil der Hotelier nett und sympathisch war, weil das Dorf schön ist und wohl auch, weil die Tage innerfamiliär harmonisch abgelaufen sind.

> «Nicht jeder Gast akzeptiert jahrealte Butter und eine schaukelnde Matratze.»

Die Moral der Geschichte: Die Softfaktoren machen eventuelle infrastrukturelle Mängel in einem doch relativ hohen Mass wett, wie dieses Beispiel anschaulich demonstriert.
Das zeigt sich auch im umgekehrten Fall: Das Hotelzimmer kann aus noch so edlen Materialien eingerichtet und mit noch so luxuriösen Flachbildschirmen ausgestattet sein – wenn die Gastfreundschaft nicht stimmt, sind die guten Gefühle im Eimer.Die Gefahr ist beträchtlich, dass der Gast nicht mehr wiederkommt.
Oder stellen Sie sich vor, Sie sind Gast in einem sehr guten Restaurant. Teuer, aber spitze. Und stellen Sie sich weiter vor, der Kellner ist arrogant und schlecht gelaunt. Das färbt ab. Es braucht schon sehr viel Abgrenzungsvermögen, sich die Stimmung des Kellners vom Leibe und von der Seele zu halten.
Trotzdem: Der Hotelier aus meiner wahren Geschichte wandert auf dem Grat. Denn nicht jeder Gast akzeptiert jahrealte Butter und eine schaukelnde Matratze. Und das mit gutem Recht. Der Hotelier hat Glück, dass das Paar unkompliziert ist und andere Werte setzt.

«Die Bedeutung von Heimat? Heimat ist für mich das, was ich von klein auf kenne.»

Mona Vetsch Radio- und TV-Moderatorin

Bilder Karin Rechsteiner

Der Herr über das Montreux Jazz Festival, **Claude Nobs.**

LIONEL FLUSIN

Die amerikanische Soulsängerin **Erykah Badu** am Eröffnungskonzert in Montreux.

Auch **Thomas Borer** und Gattin **Shawne Fielding** kamen zur Eröffnung.

Der Direktor von Montreux Tourisme, **Harry John,** kam in Begleitung von Partnerin **Renata Volland.**

Und wieder lebt der Jazz

Die 42. Ausgabe des **Montreux Jazz Festivals** wurde mit der «White Night» im Petit Palais mit Champagner, Häppchen und viel Prominenz feierlich eröffnet.

KARIN RECHSTEINER

Es ist wieder so weit: Vom 4. bis zum 19. Juli begeistert das Montreux Jazz Festival Fans aus aller Welt. An der Eröffnung des Festivals vergangenen Freitag zeigte sich schliesslich nicht nur das Wetter von seiner besten Seite: Auf der Terrasse des «Petit Palais» tummelten sich an der von «Le Matin» organisierten «White Night» Stars und Sternchen, ganz nach dem Motto in edlem Weiss. Die kulinarischen Leckereien gaben dem Anlass einen festlichen Rahmen.

Eine Überraschung wartete auf den Direktor des Montreux Jazz Festivals, Claude Nobs: Der Performance-Maler Franck Bouroullec zauberte live vor Ort ein Porträt des Festivalgründers. Unter den anwesenden Gästen befanden sich auch der Direktor von Montreux Tourisme, Harry John, und der General Manager des «Fairmont Le Montreux Palace», Michael Smithuis; er kümmerte sich persönlich um die Gästeschar.

Das anschliessende Eröffnungskonzert wurde von der Soul-Königin Erykah Badu und der amerikanischen Truppe Nerd mit Pharrell Williams, Chad Hugo und Shay Haley bestritten.

Meridiano-Party für liebe Gäste

Oliver Oettli

Sie spendierten diese 6-Liter-Flasche: **Daniel** und **Karin Ingold** vom Wyhus Belp.

Stammgäste wissen es bereits und merken sich jeweils den Termin vor: Bevor das «Meridiano»-Team sich in die Sommerferien verabschiedet, lädt es – sozusagen als Trostpflaster für den verlängerten Wirtesonntag – zur legendären «Private Party». Am letzten Freitag spielte nicht nur das Küchen- und das Serviceteam des Restaurants im Kursaal «mit der schönsten Aussicht auf Bern» in der obersten Liga, sondern auch das Wetter machte ohne ein Wölkchen am Himmel mit, so dass die Gäste die laue Sommernacht auf der Terrasse bis weit in die Nacht hinein geniessen konnten. 17-Punkte-Cuisinier Fredi Boss liess Happen und Häppchen bis genug auffahren, das Serviceteam von Michael Schinharl verwöhnte die Gäste mit Herzlichkeit, das Wyhus Belp und das Weinhaus Caduff hatten einige Grossflaschen bereitgestellt, und die Livemusik sowie der DJ sorgten für die richtige Stimmung. Und nun geniesst das Team drei lange Wochen lang seine wohlverdienten Ferien: Das «Meridiano», Gourmetlokal im Kursaal Bern ist ab Dienstag, 29. Juli, wieder offen. eho

Oliver Oettli

Fredi Boss, Cuisinier im Meridiano, mit seinem Team.

Aufsteiger
Jean-Yves Drevet

Zwischen dem Lido von Venedig und der venezianischen Lagune wurde kürzlich der San Pellegrino Cup ausgetragen. Dort wird sowohl um die Wette gekocht als auch gesegelt. Den dritten Platz des internationalen Wettbewerbs erreichte der Chef des Schweizer Segelbootes Jean-Yves Drevet. Ist Drevet nun nicht gerade am Kochen auf hoher See und beschäftigt im Kampf mit dem unberechenbaren Spiel der Wellen, beglückt er seine Gäste im Hotel und Restaurant «La Maison du Prussien» in Neuchâtel. kr

Umsteiger
Bernhard Schmidt

Von der Schiene auf die Strasse: Der gebürtige Walliser Bernhard Schmidt wird der neue Geschäftsführer der Berner Wanderwege. Schmidt ist eidgenössisch diplomierter Tourismusexperte und leitete etwa als Kurdirektor die Geschicke des regionalen Tourismusverbandes in Goms. Die letzten drei Jahre war er nun bei der Gewerkschaft «transfair» als Geschäftsleitungsmitglied und Bereichsleiter öffentlicher Verkehr tätig. Schmidt wird seinen neuen Posten per 1. Oktober 2008 antreten. kr

Am Bocuse d'Or Europe landete die Schweiz auf Platz zehn

In Norwegen fand der erste Bocuse d'Or Europe statt. Für die Schweiz kochte Stéphane Décotterd.

Am ersten und zweiten Juli ging es im norwegischen Stavanger heiss zu und her: Es kämpften 20 Nationen in der diesjährigen Kulturhauptstadt Europas um einen der sieben Startplätze für den Bocuse d'Or in Lyon. Der Sieger des ersten Bocuse d'Or Europe 2008 heisst Geir Skeie und kommt aus Norwegen. Im Namen der Schweiz kämpfte der Gewinner des Goldenen Kochs von Kadi 2008, Stéphane Décotterd, und erreichte den zehnten Platz. Dank der guten Platzierung im Jahr 2007 von Franck Giovannini war die Schweiz aber bereits vor dem Wettkampf für den Bocuse d'Or 2009 qualifiziert. Im Jahr 2010 wird der Bocuse d'Or Europe in der Schweiz stattfinden. kr

Sesselrücken

Gesucht: Ein neuer Präsident von Zürich Tourismus

Der bisherige Präsident von Zürich Tourismus, **Paul Nussbaumer**, tritt nach drei Jahren auf Ende Jahr zurück. Als Grund für die Niederlegung seines Amtes gibt der Direktor der Belvoirpark Hotelfachschule Zürich mangelnde Zeitressourcen an. Nussbaumer führte seit 2005 die Geschicke von Zürich Tourismus. Der Präsident von hotelleriesuisse, **Guglielmo L. Brentel,** übernimmt nun per sofort die interimistische Führung der strategischen Projekte von Zürich Tourismus. Die Suche nach einem Nachfolger wurde an der Generalversammlung von Anfang Juli lanciert, der Vorstand von Zürich Tourismus amtet als Findungskommission.

Das Grand Resort Bad Ragaz mit neuen Führungskräften

Seit dem 1. Juli amtet der gebürtige Ostschweizer **Björn Roncoroni** (Bild) als neuer Director Sales & Marketing des Grand Resort Bad

zvg

Ragaz. Der studierte Betriebswirt war zuvor als Leiter des Marketings Schweiz der Wander AG tätig. Ebenfalls neu an Bord ist **Peter Droessel**. Der Spa-Visionär zeichnet als Direktor des To B. Spa im Grand Resort Bad Ragaz verantwortlich.

Neue Märkte-Leiter bei Schweiz Tourismus

Jörg Krebs (Bild) wird per 1. September 2008 neuer Direktor der Märkte Russland, Indien, Golfstaaten, Nordische Länder, Tschechi-

zvg

sche Republik und Polen. Er wird vom Stammhaus in Zürich die zentrale Führung dieser Märkte übernehmen und Mitglied des Marketing Management Teams sein. Zudem wurde die neue Funktion des Managers Market Development geschaffen. Diese Stelle wird **Federico Sommaruga,** ebenfalls per 1. September 08, übernehmen. Sommaruga wird verstärkt mit dem Bund zusammenarbeiten, um die Synergien zwischen Schweiz Tourismus, dem EDA und den Botschaften im Ausland auszubauen.

Das «Excelsior» in Arosa unter neuer Leitung

Philomena und **Rolf Bucher** sind das neue Direktionspaar des Vier-Sterne-Hotels Excelsior in Arosa. Sie lösen auf diesem Posten Vorgänger **Réne Leisibach** ab. Das Ehepaar Bucher ist nicht zum ersten Mal in Arosa: Es führte dort einst das Sunstar Hotel. Zuletzt waren die beiden Gastgeber des Hotels «Weisses Rössli» in Brunnen. kr

REKLAME

50plus. Integration. Um das Potenzial älterer Mitarbeitender optimal nutzen zu können, braucht es spezifische Modelle. Die demografische Entwicklung fordert Unternehmer zum Handeln auf.

«Erfahrung kann rentieren»

Unternehmensberater Thomas Kieliger rät, die Erfahrung älterer Mitarbeitender besser zu nutzen. Es gilt, dafür ein paar Regeln zu beachten.

CHRISTINE KÜNZLER

Alain D. Boillat

Thomas Kieliger plädiert dafür, ältere Arbeitnehmer im Betrieb zu behalten oder neu einzustellen.

Mitarbeitende über 55 in der Warteschleife für die Pensionierung – wie sehen Sie das?
Heute haben viele Unternehmer die Tendenz, ihre Mitarbeitenden vor ihrer Pensionierung zu entlassen – das hat für mich mit einem kurzfristigen, börsenkotierten Denken zu tun. Damit verliert der Unternehmer viel Know-how und auch eine gewisse Altersweisheit. Das Potenzial und die Erfahrung älterer Mitarbeitender sollten dem Betrieb erhalten bleiben.

Zwei Vorurteile: ältere Mitarbeitende sind teuer...
Das stimmt nur dann, wenn der Unternehmer ausschliesslich den Lohn betrachtet. Erfahrung kann rentieren, denn diese Leute bringen viel an Leistung und Wissen ein. Heute kann ein Mensch noch bis weit über 65 im Arbeitsleben stehen.

... sind körperlich weniger fit...
(Lacht) Es gibt viele fitte ältere Menschen. Wenn jemand auf der Baustelle tätig und jedem Wetter ausgesetzt ist, sieht es anders aus. Da macht es Sinn, ihn mit 60 zu pensionieren.

Wo sehen Sie in der «sexy» Branche Tourismus und Hotellerie den Einsatz der über 55-jährigen?
Menschen, die gerne Gastgeber sind, lassen sich überall gut einsetzen. Sei es am Empfang, im Service oder auch in der Küche. Sinnvoll wäre ein Teilzeiteinsatz, 50 oder 60 Prozent. Wichtig ist, das ältere Menschen genügend Zeit haben, ihre Hobbys und ihre Freizeit pflegen zu können. Bevor die Integration zustande kommt, gilt es jedoch, diese Menschen gut auf ihre neue Aufgabe vorzubereiten. Wer bisher Chef eines Unternehmens war, muss sich in einem Dienstleistungsbetrieb unterordnen. Und die jungen Mitarbeiter müssen wissen, dass sie ihren älteren Kollegen nicht herumdirigieren können. Die Rollen müssen geklärt und die Mitarbeitenden von einem Coach begleitet sein.

Sie denken da an Pensionierte?
Auch an Frühpensionierte. Es ist meiner Ansicht nach falsch, wenn jemand bis 60 oder 65 arbeitet und dann gar nichts mehr tut. Modelle, die den Ausstieg stufenweise und über Jahre ermöglichen, sind sinnvoller. Leider gibt es noch zu wenig solcher Modelle.

Laut Studien ändert sich im Alter nicht die Lernfähigkeit sondern das Lernmuster. Wie kann der Unternehmer dieser Veränderung Rechnung tragen?
Genau deshalb ist es wichtig, Rollen und Mitarbeiter-Modelle vorher genau zu klären.

Wie lassen sich die Synergien jüngerer und älterer Mitarbeitender effizient nutzen?
Die Unternehmer müssen bereit sein, andere Wege zu gehen, eventuell mit Hilfe externer Unterstützung. Ich bin überzeugt, dass das ganze Team und das Unternehmen von einer solchen Zusammenarbeit in verschiedener Hinsicht profitieren.

Wo sehen Sie die grössten Schwierigkeiten, ältere Mitarbeitende in das Unternehmen zu integrieren?
Ich sehe eigentlich keine Schwierigkeiten. Die grosse Herausforderung ist, die über 50-jährigen Mitarbeitenden zu motivieren, ihre Fähigkeiten für neue Aufgaben zu nutzen.

Bis zu welchem Alter ist ein Mensch fähig, im aktiven Arbeitsleben mitzuhalten?
Je nach Aufgabe können Menschen bis 75 locker mithalten. Ich kenne mehrere solcher Beispiele. Kreative Ideen sind nicht an ein Alter gebunden.

Welche Pensionierungsregelung erachten Sie als sinnvoll?
Unbedingt eine flexible Lösung – gegen unten und gegen oben. Denn es gibt auch Menschen, die froh sind, nicht mehr arbeiten zu müssen.

2050 wird jeder zweite Mann älter als 51 sein, jede zweite Frau älter als 53. Sind die Schweizer Unternehmen auf diesen demografischen Wandel vorbereitet?
Nein, keinesfalls. Noch ist der Standort Schweiz technologisch Spitze. Doch wenn uns die Mitarbeitenden fehlen, wird sich das schlagartig ändern. Es wäre sinnvoll, einen Pool für die Vermittlung älterer Mitarbeitender zu gründen. Die hotelleriesuisse für ihre Branche übernehmen könnte.

> **«Es ist falsch, wenn jemand bis 60 oder 65 arbeitet und dann gar nichts mehr tut.»**
> Thomas Kieliger
> Mitinhaber Kieliger Gregorini AG

Tipps für Unternehmer: So gelingt die Integration

Über 50-jährige Mitarbeitende können wichtige Leistungsträger für die Wertschöpfung eines Unternehmens sein. Um dieses Potenzial optimal zu nutzen, bedarf es neuer Modellansätze, um den Bedürfnissen des Unternehmers und des älteren Arbeitnehmers gerecht zu werden.

Um ältere Arbeitnehmer erfolgreich in ein Team zu integrieren, braucht es einige Vorkehrungen. Thomas Kieliger, Mitinhaber des Beraterunternehmens Kieliger Gregorini AG in Wollerau, das unter anderem Workshops zu dieser Thematik durchführt, rät zu folgendem Vorgehen:

- Klären Sie als Unternehmer Ihre Erwartungen und die Vorstellungen des neuen Mitarbeitenden 50+. Wichtig zu wissen: Der über 50-jährige Mitarbeitende arbeitet oft aus Vergnügen, nicht fürs Geld oder fürs Prestige.
- Ziehen Sie einen Coach oder Moderator als Gesprächsleiter bei, um die versteckten Botschaften auf den Tisch zu bringen.
- Informieren Sie alle Ihre Mitarbeitenden über die getroffene Vereinbarung und die Rolle und Aufgabe des älteren Mitarbeitenden.
- Führen Sie zusammen mit dem Coach ein Feedbackgespräch. In der Probezeit am besten alle drei bis vier Wochen, anschliessend in grösseren Abständen. Beantwortet werden folgende Fragen: Stimmen die gegenseitigen Erwartungen beziehungsweise die Vorstellungen noch? Was muss beidseitig verbessert oder angepasst werden?
- Diskutieren Sie die Erfahrungen mit der ganzen Belegschaft im Rahmen von internen Mitarbeiter-(Info-)Veranstaltungen. ck

www.kieliger-gregorini.ch

htr hotelrevue
Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

50plus. Unternehmer. Der demografische Wandel zwingt Arbeitgeber zum Umdenken. Fit für die Zukunft sind jene, die Modelle erarbeiten, um ältere Mitarbeiter integrieren zu können.

Die Oldies kommen

Der demografische Wandel ist in Europa in vollem Gange, doch viele Unternehmen verschlafen den Trend. Es gewinnt, wer fit für eine ältere Belegschaft ist.

KARIN RECHSTEINER

Die Bevölkerung Europas altert rapide: Bis im Jahre 2025 wird mehr als jeder Fünfte in Deutschland, Grossbritannien, Frankreich, Italien und Spanien älter als 65 Jahre alt sein (vgl. US Census Bureaus' International Database). Das Altern der Bevölkerung, sprich der Belegschaft, hat direkte Auswirkungen auf die Produktivität, Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft eines Unternehmens. Der Druck auf die verbleibende Gruppe der Erwerbstätigen wird steigen. Es gilt, den älteren Teil der arbeitenden Bevölkerung länger im Beruf zu halten.

Eine repräsentative Umfrage des Adecco Instituts in den fünf grössten Volkswirtschaften Europas (Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien, Spanien) befasste sich mit der Fitness europäischer Unternehmen bezüglich der bevorstehenden Herausforderung – denn dass der demografische Wandel eine solche ist, da sind sich alle einig. Er wird von den Befragten in der Bedeutung mit der Globalisierung oder dem technischen Fortschritt nahezu gleichgesetzt. Die Ergebnisse der Umfrage aus dem Jahre 2007 zeigen jedoch deutlich auf, dass europäische Unternehmen noch viele Möglichkeiten, die demografischen Probleme anzupacken, ungenutzt lassen.

Es gilt, altersgerechte Strukturen in den Unternehmen zu schaffen

Gibt es die klassische berufliche Laufbahn längst nicht mehr, müssen die Unternehmen ihrerseits flexiblere und lebenszyklusorientierte Arbeitsmodelle anbieten. Teilzeitarbeit sollte vermehrt ermöglicht werden, und die firmengerechte Karriere- und Nachfolgeplanung gewinnt an Relevanz.

Entscheidend ist auch das firmeneigene Wissensmanagement, etwa die Sicherung des Expertenwissens nach dem Ausscheiden eines älteren Mitarbeitenden oder die Schaffung von Plattformen für den informellen Wissensaustausch. Grosse Relevanz gebührt auch dem Gesundheitsmanagement: Um sein Team fit und leistungsfähig zu halten, gehört eine altersspezifische Arbeitsplatzgestaltung ins Pflichtprogramm. Stichwort der Stunde wäre hier die Einhaltung der Work-Life-Balance.

Lebenslanges Lernen und Weiterbildung für alle

In die Weiterbildung sollen alle Altersgruppen geschickt werden, und das Lernen muss fester Bestandteil des Berufslebens werden. Idealerweise angepasst an Alter, Leistung und Lernfähigkeit der Arbeitnehmer. Doch die Weiterbildung alleine garantiert die fruchtbare Zusammenarbeit noch nicht: Das generationenübergreifende Teamwork muss aktiv gefördert werden. Herrscht eine Kultur der Wertschätzung, steigt die Zufriedenheit, Loyalität und natürlich auch die Leistung der Mitarbeitenden – quer durch die Jahrgänge.

Index Demografische Fitness

Die Umfrage des Adecco Instituts von 2007 basiert auf einer Stichprobe von mindestens 500 Interviews pro Land, gesamt wurden 2506 Interviews in Europas grössten Volkswirtschaften durchgeführt. Der Grad der Vorbereitung europäischer Unternehmen auf das Altern der Erwerbsbevölkerung wurde mit dem Demografischen Fitness-Index (DFX) messbar gemacht. Dieser umfasst eine Skala von 100 bis 400 Punkten. Der Durchschnitt der fünf bewerteten Länder betrug 2007 182 Punkte, 2006 waren es 183 Punkte. Trotz fast identischem Durchschnitt geht es vorwärts: So stieg die Bereitschaft, Mitarbeiter über 50 einzustellen, im 2007 an. Es beabsichtigen 16% der Befragten, 2008 mehr ältere Arbeitnehmer einzustellen. Rund 40% aller europäischen Unternehmen haben die Altersstruktur in ihrem Betrieb analysiert – und so die Basis für die Verbesserung der demografischen Fitness geschaffen. Im Ländervergleich führen Deutschland und Grossbritannien mit 186 Punkten. Italien folgt mit 182, Spanien mit 180 und Frankreich mit 174 Punkten. Im Vorjahresvergleich steigerten sich aber nur Deutschland und Frankreich. kr

Alain D. Boillat

Nicht mehr ganz jung, aber mit viel Freude und Elan bei der Arbeit: Käthi Rüegsegger in der Caféteria von hotelleriesuisse.

ANZEIGE

«Les Roches»: Investitionen und langfristige Modernisierungen

Bereits Ende dieses Sommers wird die Hotelmanagement-Schule «Les Roches» in Crans-Montana im Wallis in neuem Glanz erscheinen. Die international renommierte Institution verfolgt ihr Ziel ein hochqualitatives Studienangebot in einem Umfeld anzubieten, das im absoluten Gleichklang mit den stetig hohen Entwicklungsstandards der Hotelbranche steht. Wir trafen den Generaldirektor Arie A.J. van der Spek.

Seit über 30 Jahren engagiert sich «Les Roches International School of Hotelmanagement» in der Ausbildung ihrer Studenten, die weit über die reine Lehre hinausgeht und in einem Umfeld stattfindet, das ihnen die Entwicklung von Kreativität, Berufsethos, internationaler Kompetenz, Führungsqualitäten sowie weiterer Schlüsselfähigkeiten zur Bewältigung einer erfolgreichen Work-Life Balance ermöglicht.

Hotellerie und Tourismus sind weltweit der grösste Arbeitgeber und bieten interessante Beschäftigungsmöglichkeiten in den Bereichen Hotels, Restaurants, Reisen, Freizeit, Wellness und anderen Sektoren der Dienstsleistungsbranche. Dieser Bereich entwickelt sich stetig weiter und «Les Roches» passt sich diesem Erneuerungsprozess an, um die Standards hoch zu halten und um ihre Spitzenposition in der Hotelmanagementausbildung zu sichern: so wurde «Les Roches» 2007 von Personalmanagern der internationalen Hotellerie unter die drei besten Hotelschulen der Welt für internationale Karrieren gewählt (TNS, UK, Global Research).

«Der Weg zum Erfolg ist eine ewige Baustelle.»
Arie A. J. van der Spek
CEO Les Roches

Was sind Ihre Projekte für «Les Roches» mit Sitz in Bluche im Wallis?
Die Hotellerie hat sich in der Tat spektakulär gewandelt, mit neuen Dimensionen bei Design, Technologie, e-commerce sowie bei internationalen Strategien und langfristigen Entwicklungsszenarien. Traditionelle Konzepte haben sich gewandelt und neue sind hinzugekommen. Deshalb haben auch wir beschlossen in unseren Campus zu investieren. Die konkreten Massnahmen in diesem Jahr sind:
- Die Fertigstellung des neuen Hauptgebäudeflügels mit 6 neuen, technologisch bestens ausgerüsteten Konferenzräumen für insgesamt 240 Studenten sowie neue Arbeitszimmer für die Fakultät.
- Sämtliche Sport-Infrastrukturen werden neu gestaltet. Das beinhaltet ein neues Fussballfeld, ein Basketballfeld sowie zwei Courts für Volleyball und Badminton.
- Der Neubau von zwei grossen Studenten-Residenzen mit einer Kapazität von 248 Betten.

Durch Investitionen von 100 Millionen will «Les Roches» eine der weltbesten Hotelfachschulen bleiben.

- Die Erweiterung unserer Haupt-Lobby mit neuen gastronomischen Angeboten und einer zusätzlichen Terrasse. Auf unserem 3-Jahresplan steht ein weiteres Schulgebäude, eine weitere Studenten-Residenz und ein neues «A la carte» Restaurant.

Welche sind die Gesamtkosten für diese Massnahmen?
Wir werden über einen Zeitraum von 3 Jahren rund 100 Millionen Franken in diese Projekte investieren. Diese Mittel entstammen ausschliesslich einem privaten Fond, der von der Inhabergesellschaft «Laureate Education Inc.», dem grössten Betreiber von privaten Hochschulen weltweit, garantiert wird. Wir erhalten keinerlei öffentliche Mittel dafür.

Sind diese Expansionspläne für Sie zwingend notwendig ?
Diese Expansion ist Bestandteil der Wachstumsstrategie unserer Hochschule und sichert die Qualität und unseren Ruf, eine der besten Schulen der Welt zu sein, um effizient Hotelmanagement zu studieren. Im Übrigen findet die Renovierung bestehender Gebäude auch im Rahmen unserer jährlichen Standardprozeduren statt, wie z.B. im letzen Jahr, als wir eine neue Bibliothek mit einer Kapazität von 11'000 Büchern und 2'000 CDs eröffnet haben.

Weht nun in diesem neuen «Les Roches» auch ein neuer Geist?
Wir wollen ein Arbeits-umfeld schaffen, das geprägt ist von jugendlichem Elan, von Internationalität, Modernität und Zeitgeist. Der Weg zum Erfolg ist eine ewige Baustelle!

Wie sehen Sie «Les Roches» in 5 Jahren ?
Immer und fortwährend innovativ und orientiert an der echten Welt der Hotellerie. Wir werden weiter zu den Besten gehören, mit unserem starken und einmaligen internationalen Schulnetzwerk, wie wir es bereits begonnen haben zu entwickeln, in Marbella (Spanien), Shanghai, Chicago, Manila (Filipinen) und Amman (Jordanien).

50plus. Langjährige. Viele Hoteliers haben Mitarbeitende, die ihnen über viele Jahre treu bleiben. Guido Schmidt und Francis Colomb zum Beispiel. Beide haben keine Ambitionen, ihre Stelle aufzugeben.

30 Jahre treu und motiviert

Guido Schmidt kümmert sich seit 30 Jahren um die Haustechnik im «Waldhotel» in Sils Maria. An einen Stellenwechsel hat er noch nie ernsthaft gedacht.

CHRISTINE KÜNZLER

Giancarlo Cattaneo

Guido Schmidt in seinem Reich der komplizierten Haustechnik. «Hier habe ich freie Hand.»

Sein Hotel kennt Guido Schmidt mittlerweile in- und auswendig. An das Vorstellungsgespräch vor 30 Jahren erinnert er sich noch gut. Damals sprach er mit Rolf Kienberger, dem Vater des heutigen Mit-Direktors Urs Kienberger, bei Kaffee und Kuchen über seine Anstellung. «Er zeigte mir alles, und wir waren uns schnell einig», erzählt Schmidt. Seitdem sorgt der gebürtige St. Moritzer als Haustechniker dafür, dass der Betrieb im «Waldhotel» haustechnisch pannenfrei läuft.

Es war, blickt er zurück, eine schöne Zeit, jene seiner ersten Arbeitsjahre. «Die Ausrüstung war noch nicht so perfekt wie heute.» Noch kein Computer stand im Hotel. «Früher gab es hier drei TV-Geräte. Wenn der Gast fernsehen wollte, stellte ich ihm ein Gerät in das Zimmer. Doch nicht alle Zimmer hatten Empfang.» Heute ist das Hotel vernetzt und verfügt seit etwa drei Jahren auch über ADSL. Und auch die Heizungssteuerung sei aufwändiger geworden und biete mehr Möglichkeiten, sagt der gelernte Maschinenmechaniker.

Auch nach 30 Jahren immer noch spannende Arbeit

«Früher», zieht er Bilanz, «war es weniger hektisch im Hotel. Da blieb mehr Zeit für gemeinsame Gespräche.» Oder für Dinge, die er heute nicht mehr machen könnte. Zum Beispiel für das Instandstellen des Welte Mignon, eines elektropneumatischen Klaviers aus dem Jahr 1908, das mittels gelochten Papierrollen Pianomusik erklingen lässt – sehr zur Freude der «Waldhaus»-Gäste. Alle zwei bis drei Wochen wird auf dem Welte Mignon gespielt. «Aber nur im Sommer, wegen der Feuchtigkeit. Denn die ist entscheidend, dass die Papierrollen abgespielt werden können», erklärt Schmidt. Vor 28 Jahren hatte er das Instrument in einem Stühle-Magazin des Hotels entdeckt, dann während rund vier Jahren repariert und es so wieder zum Laufen gebracht. «Zum Unterhalt sind jedoch immer wieder Reparaturen nötig», hält Schmidt fest. Die Arbeit dürfte ihm also vorerst nicht ausgehen.

Die Herausforderung im Berufsalltag ist auch nach 30 Jahren da, sagt Schmidt. «Mit all dem technischen Fortschritt gibt es immer wieder Veränderungen. Und wenn der Hotelier in Erneuerungen investiert, wie hier im ‹Waldhaus›, wird es nie langweilig.» Was er hier im «Waldhaus» ganz besonders schätze, sei der Mix von Altem und Neuem.

Die künftigen Vorgesetzten kannte er schon, als sie Babys waren

Der Mix von Alt und Jung erlebt er auch auf der Führungsebene. Da war erst mal der Wechsel von Rolf zu Urs Kienberger. Der zweite Direktor – das Haus wird von zwei Direktoren geführt –, Felix Dietrich, ist ihm als Ansprechperson jedoch geblieben, denn er war schon unter Rolf Kienberger im Hotel tätig. Jetzt ist wieder eine Änderung angesagt: «Die Kinder von Felix Dietrich kommen ins ‹Waldhaus› zurück.» Schmidt kennt sie, seit sie Babys waren. «Das ist für mich natürlich eine ganz andere Voraussetzung, als wenn da jemand käme, der mir völlig fremd wäre.» In dieser, aber auch in anderer Hinsicht, biete eben ein Familienbetrieb grosse Vorteile. «Die Strukturen hier unterscheiden sich von einem Hotel mit einem knallharten Management doch sehr», sagt Schmidt. Allerdings wisse er nicht, wie sich die Zusammenarbeit unter der neuen Leitung entwickeln werde. «Mit ihr kommen neue Ideen und auch Veränderungen. Es gilt also, Dinge anders zu machen.» Doch Schmidt hat keine Bedenken: «Der Hoteldirektor versteht meist wenig von der Haustechnik. Er ist in erster Linie froh, dass alle Anlagen reibungslos funktionieren. So habe ich freie Hand.»

Ernsthaft hat der heute 54-jährige Schmidt in den letzten Jahren nie über einen Stellenwechsel nachgedacht. «Mir ist auch die Umgebung sehr wichtig, ich wandere gerne und laufe gerne Ski.» Klar denke er ab und zu an Bereiche, in denen er auch gerne tätig sein würde. Zum Beispiel ans Fografieren. «Heute ist es wichtig, flexibel zu sein. So dass man die nötigen Schritte machen könnte, wenn es sein müsste.»

Dominik Pluess

Sous Chef Francis Colomb vom Hotel Les Trois Rois in «seinem» Ballsaal.

Nach 21 Jahren brennt das Feuer noch immer

Seit 21 Jahren ist er im traditionsreichen 5-Sterne-Hotel Les Trois Rois in Basel, und es macht nicht den Anschein, als wolle er da jemals weg: Francis Colomb, Sous Chef de Cuisine, zuständig für die Bankett. Warum sollte er auch?

FRANZISKA EGLI

Da, wo einst der Bankettraum war, ist nun die Bar. Und da, wo jetzt die Küchen der zwei Restaurants Cheval Blanc und Brasserie sind, war einst das Restaurant, erzählt er, den Toque keck auf dem Kopf, und hier, wo bis vor wenigen Jahren das Office du Tourisme war, sind heute die Banketträumlichkeiten und – als Bouquet und ganzer Stolz des Hotels – ein Ballsaal. Ein wahrlich prächtiger, historischer Saal mit ebenso prächtigem Namen Salle Belle Epoque. Das ist mitunter Colombs Revier, finden doch hier vor allem Bankette aller Art statt – von der Hochzeit bis zur Jahresversammlung, über deren Kulinarik er schaltet und waltet.

Alles dies präsentiert Francis Colomb mit einer Selbstverständlichkeit. Und mit einem Hauch Stolz verweist er noch hier auf die neue Terrassenführung, da auf nigelnagelneue Frigos, während er einen einmal durch den über- und unterirdischen Dschungel und zurück führt. Nun, dieser ausführliche Rundgang durch das vor wenigen Jahren komplett umgebaute 5-Sterne-Hotel Les Trois Rois in Basel zeigt: Colomb kennt sich bestens aus.

Seit dem Umbau hat der Bankett-Bereich eine eigene Küche

Das ist auch kein Wunder, denn seit 21 Jahren schon ist der erst 43-jährige Elsässer mit von der Partie. 1987 hat er nach der Koch-Ausbildung und einem dreijährigen Abstecher in ein französisches Restaurant hier im Grandhotel Les Trois Rois, das damals noch Hotel Drei Könige am Rhein hiess, begonnen und über die Jahre langsam, aber stetig die Küchenleiter erklommen: Startete er damals noch als Demi Chef de Partie, ist er heute Sous Chef de Cuisine und zuständig für die Bankette. Seit dem Umbau verfügt der Bankettkoch gar über eine eigene Küche, dank der er und seine drei Mitarbeitenden eine höhere Qualität gewährleisten können für all die Gruppenanlässe, die eine Messestadt wie Basel bereithält.

> «Wenn er mit 65 immer noch da ist, taufen wir das Hotel in ‹Les Quatre Rois› um.»
>
> **Asseghid Dinberu**
> Marketingchef

Dabei hätte er damals, vor vier Jahren, als das geschichtsträchtige Haus wegen des Umbaus über Monate geschlossen war und viele Mitarbeiter dies als Anlass nahmen weiterzugehen, locker abspringen können. Wollte er aber nicht, zumal der heutige Besitzer Thomas Straumann gegenüber dem Hotel «Die Börse» ein provisorisches Restaurant einrichten liess, um Mitarbeiter und Klientel nicht zu verlieren. So überbrückte Francis Colomb die Zeit in der «Börse» und hatte nach der Wiedereröffnung des Grandhotel Les Trois Rois eh das Gefühl, einen ganz neuen Job anzutreten, so anders kam alles daher. Zumal es diesmal, betont er, kein gemachtes Nest, sondern für alle alles ganz neu war.

Nicht nur blieb baulich kein Stein mehr auf dem anderen, wurde von Gas auf Induktion umgestellt und überhaupt alles topmodern. Und nicht nur verfügen sie neu über drei Küchen für jedes Verköstigungsgebiet statt über eine einzige für alles. Auch strukturell hat sich viel getan: «Das ‹Les Trois Rois› ist heute nochmals auf einem anderen Niveau und ein richtiges Unternehmen mit einer weniger flachen Hierarchie geworden», meint der zweifache Vater, der jeden Tag über die Grenze ins Elsass fährt, wo er mit seiner Familie wohnt. Auch seine Arbeit ist mit mehr Administration und Flexibilität verbunden, was ihm aber nichts ausmacht. Ganz zu schweigen von den Banketten, die – dem Ballsaal sei Dank – noch mehr geworden sind. Das alles gefällt ihm und fordert ihn prima heraus.

Einzig seinen Tagesablauf kann er heute weniger gut einschätzen

So wandelt sich Colombs Job stetig, auch wenn er seit Jahren, nein, seit Jahrzehnten, einem Arbeitgeber treu ist. «Wenn Francis Colomb mit 65 immer noch bei uns ist», scherzt Marketingchef Asseghid Dinberu, «lassen wir das Hotel in ‹Les Quatre Rois› umtaufen.»

So weit könnte es durchaus kommen, denn in der Tat legt Francis Colomb kein Bedürfnis an den Tag, wechseln zu wollen. Zwar kann er im Vergleich zu früher seinen Tagesablauf nur noch schlecht einschätzen. Und meist muss er passen, wenn ihn seine Tochter auf dem Schulweg jeweils fragt, wann er denn des Abends nach Hause komme. Oft, zu oft kommt noch dieses dazwischen und jenes, und schon wird es wieder zehn Uhr abends, bedauert er. Trotzdem, Colomb ist gerne hier. Er mag die Abwechslung, die Verantwortung. Und so lange «la flamme reste allumée», sagt er, so lange werde er auch hier bleiben.

htr hotelrevue
Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

50plus. Arbeitslos. Werden über 50-Jährige entlassen, bedeutet das oft einen tiefen Einschnitt in ihrer Lebensgeschichte. Sie haben nicht nur grosse Mühe, eine Stelle zu finden, sie verlieren auch soziale Kontakte.

Über sechzig und arbeitslos

Ältere Mitarbeitende, die aus irgendeinem Grund auf die Strasse gestellt werden, haben es schwer. Nicht nur aus finanziellen Gründen.

AGNES MÄRKI

Mitarbeitende, die lange Jahre im gleichen Hotel- oder Gastrobetrieb tätig sind, findet man vor allem in Familienunternehmen oder solchen, die noch von einem ‹Patron› geführt werden», sagt Stefan Unternährer, Jurist bei der Hotel&Gastro Union. «Wenn langjährigen Mitarbeitenden gekündigt wird, ist dies meist tragisch, und sie haben es schwer, sehr schwer», so Unternährer. Häufig stehe das monetäre Problem nicht einmal im Vordergrund. «Für diese Menschen bricht eine Welt zusammen. Sie sind gesellschaftlich und auf soziokultureller Ebene im Laufe der Jahre Teil der Familie oder des Betriebes geworden.»

In ihrer neuen Situation heisst es nicht nur Abschied nehmen von vertrauten Menschen, sondern auch von gemeinsamen Unternehmungen und der einen oder anderen Form von Belohnung in Form von Naturalien. «Sie verlieren also nicht nur ihre Arbeitsstelle, sondern gleichzeitig auch sozial und gesellschaftlich den Boden unter den Füssen und stehen buchstäblich ‹auf der Strasse›.»

«Für die meisten Betroffenen ist es schwierig, an einem neuen Ort wieder Fuss zu fassen», sagt Unternährer. Vielfach fehle es Menschen in dieser Situation an Vertrauen und Kraft, um an einem neuen Ort wieder voll einsteigen zu können. Zudem sei es aufgrund der Altersstrukturen sehr schwierig bis unmöglich, eine neue Stelle im erlernten Beruf zu finden. Was aber durchaus auch zu einem Happy End führen könne: er weiss von einem ehemaligen Koch, der als Lagerist wieder glücklich geworden ist.

In Hotel- oder Gastroketten und in Konzept-Betrieben haben entlassene langjährige Mitarbeitende zudem wenig Chancen, angestellt zu werden. Junge Geschäftsführer, die oft unter einem enormen Umsatzdruck stünden, würden meist jüngere Kräfte vorziehen. «Das Gastro- und Hotelgewerbe ist von einer grossen Fluktuationsrate geprägt. Die durchschnittliche Zeit einer Anstellung beträgt nur gerade sieben Monate», so Unternährer.

Sind Betriebsaufgaben oder Todesfälle als vom Schicksal gegeben zu sehen, so erstaunt im Falle einer Übernahme durch junge Geschäftsführende, dass diese oft weder Kundenbindungen noch den Wert langjähriger Erfahrung zu schätzen wissen, findet Unternährer. «So wird ein grosses Potenzial an Wissen und Kennen verspielt.»

ANZEIGE

Im «Volkshaus» werden die Gäste erfahren bedient

Alain D. Boillat

Die Gäste schätzen geübte Hände im Service.

Im kürzlich wiedereröffneten Zürcher Restaurant Volkshaus lockt nicht nur die französische Ambiance, sondern auch die charmante Bedienung Gäste an. Wer es sich im Volkshaus gemütlich macht, wird von Servicemitarbeitenden über 50 bedient. Die Idee entstand aus dem Wunsch, ein generationenübergreifendes Team zu engagieren. Denn: «Die Zusammenarbeit über die verschiedenen Generationen hinweg ist spannend und interessant», erklärt Mitinhaber Zsolt Tscheligi. Zudem wollte man verhindern, dass eine bestimmte Altersgruppe das Lokal dominiert. «Wie der Name schon sagt, soll das Volkshaus für alle da sein», so Tscheligi. Indem nun ganz bewusst älteres Servicepersonal eingestellt wurde, differenziere man sich auch von anderen Betrieben.

Und die Erfahrungen sind gemäss Tscheligi durchwegs positiv: «Die Rückmeldungen von unseren Gästen sind fantastisch», sagt er. «Die Berufserfahrung ist wertvoll. Und es ist schön zu sehen, mit welcher Anmut und Eleganz unser Personal arbeitet», führt Tscheligi weiter aus.

Viele der Kellner und Kellnerinnen seien froh, wieder einen Job gefunden zu haben. «Unser Servicepersonal arbeitet mit grosser Begeisterung, und das spürt der Gast», so Tscheligi. Für viele sei es nicht selbstverständlich gewesen, in diesem Alter nochmals eine Stelle zu finden. «Umso schöner, dass wir ihnen diese Chance geben konnten», meint dazu der Mitinhaber.

Doch wieso ist älteres Personal nicht öfters im Service anzutreffen? Gemäss Tscheligi ist es vor allem in der gehobenen Gastronomie durchaus üblich, älteres Personal einzustellen. Doch für alle käme dies nicht in Frage: «Das Alter des Personals muss an das jeweilige Konzept angepasst sein. Wodka Shots, von einem 60-jährigen Kellner serviert, muten wohl eher unpassend an», so Tscheligi. kr

50plus. Die Praxis. Der Interlakner Hotelier Stephan JJ. Maeder stellt bewusst ältere Mitarbeitende ein. Zur Freude aller: Hotelier, junge und ältere Mitarbeitende profitieren gleichermassen.

Vereinte Generationen

Wenn Jung und Alt zusammen arbeiten, wird es richtig spannend, dynamisch und kreativ. Hotelier Stephan JJ. Maeder legt grossen Wert auf ein altersgemischtes Team.

KARIN RECHSTEINER

Das Kommando über die Küche des Carlton-Europe Hotel in Interlaken hat die 61-jährige Vreni Thomann, an der Réception empfängt die 17-jährige Anna Herrmann die Gäste. Hotelier Stephan JJ. Maeder zu seiner generationenübergreifenden Mannschaft: «Ich lege grossen Wert auf ein altersgemischtes Team.» So zögert Maeder nicht, auch älteres Personal neu einzustellen. Besetzt er eine Stelle neu, zählt die Fachkompetenz oder die Begeisterung im Umgang mit dem Gast, das Alter hingegen spielt für Maeder eine absolut zweitrangige Rolle.

«Ich kann viel von älteren Teammitgliedern lernen, sie sind ein spannender Input.»

Anna Herrmann
Praktikantin, Carlton-Europe Interlaken

Die 66-jährige Ursula Frei stellte Stephan Maeder erst vor fünf Jahren ein. Kommt ihn das nicht teuer zu stehen? «Klar sind die Sozialabgaben und Zahlungen an die Pensionskasse höher. Doch ist im Gastgewerbe ein 60-jähriger Mitarbeiter im Vergleich zu einem 40-jährigen punkto Lohnkosten nicht extrem viel teurer – seine Erfahrung, die er mitbringt, aber unbezahlbar», erklärt Hotelier Maeder seine Sicht der Dinge.

Die verschiedenen Generationen profitieren voneinander

Die Stimmung im Team gibt dem Interlakner Hotelier recht. Alt hilft Jung und umgekehrt, das ist kein Klischee, sondern gelebter Alltag. «Unsere älteren Mitarbeitenden werden für die Jüngeren im Team oftmals zu wichtigen Bezugspersonen», so Stephan JJ. Maeder. Die 17-jährige Anna Herrmann bestätigt dies. Sie schätze die Anwesenheit der älteren Teammitglieder sehr, sie würden ihr die Alte Schule vorleben. «Ich kann so viel von ihnen lernen, sie sind ein echt spannender Input für mich», sagt die Tourismusfachschülerin. Sie betont, dass der Austausch nicht nur im beruflichen Alltag, sondern auch auf zwischenmenschlicher Ebene gut funktioniere. Machmal brauche es allerdings schon etwas Überzeugungskraft, um neue Ideen durchzubringen, so Herrmann.

Alain D. Boillat

Der Hotelier Stephan J J. Maeder mit seinen ältesten Mitarbeiterinnen, Ursula Frei, Ruth Josi und Vreni Thomann.

Die 66-jährige Ursula Frei am anderen Ende der Altersskala findet aber eigentlich die meisten Ideen der Jungen gut. «Vor allem schätze ich die erfrischende Lockerheit unserer jüngeren Teammitglieder», so Frei. Die 61-jährige Vreni Thomann ist gerne von der Jungmannschaft umgeben, denn: «Sie sind meist aufgestellt und fröhlich in ihrer Art.»

Neue Sichtweisen als Bereicherung und Stein des Anstosses

Sind nun langjährige Berufs- und Lebenserfahrung sowie jugendlicher Enthusiasmus gleichermassen wichtig und wohltuend für ein Team, gibt es doch auch Punkte, in denen die Meinungen der verschiedenen Generationen auseinandergehen. Stichworte sind hier etwa die Arbeitsmoral, die Identifikation mit dem Beruf oder der Zugang zum Gast. «Jede Generation vertritt andere Werte und hat schlicht andere Prioritäten», so Hotelier Stephan Maeder. Und genau dieser Umstand sei einerseits eine grosse Bereicherung für alle Beteiligten und kann aber auch einmal Stoff für Differenzen und Diskussionen liefern.

Rentenalter nach Lust und Laune

Die Forderung aus der Wirtschaft, wertvolle Arbeitskräfte über das gesetzliche Rentenalter hinaus beschäftigen zu können, wird lauter. Hinter einer Flexibilisierung stehen auch Vertreter aus dem Tourismus.

ROBERT WILDI

Wer über 65 ist, muss im Arbeitsmarkt nicht zwingend zum alten Eisen gehören. Diese Meinung vertritt dezidiert der Arbeitskreis Kapital und Wirtschaft (AKW), eine der Finanzbranche nahe stehende Organisation, die sich vehement für eine weitere Flexibilisierung des Rentenalters stark macht. Die Idee: Die Pensionierung soll, je nach Gesundheitszustand und Leistungsfähigkeit, flexibel zwischen 55 und 75 erfolgen. Eine Idee, die beim Schweizerischen Arbeitgeberverband durchaus Unterstützung findet. «Wir treten seit längerer Zeit für eine Flexibilisierung des Rentenalters ein», sagt Präsident Rudolf Stämpfli. Weil die Möglichkeiten und Bedürfnisse der Arbeitnehmenden bezüglich des Altersrücktritts unterschiedlich seien, müsse die Bedeutung des gesetzlichen Rentenalters relativiert werden. «Dieses sollte nur als versicherungstechnisches ‹Normrentenalter› zur Berechnung der ‹normalen› Altersrenten verstanden werden.» Der effektive Altersrücktritt könne dann früher – mit entsprechender Kürzung der Leistung – oder später – mit entsprechender Erhöhung der Leistung – erfolgen, wobei auch Teillösungen möglich sein müssten. Dem Vorschlag des AKW gewinnt der Arbeitgeber-Präsident viel Gutes ab, würde persönlich allerdings leicht nachbessern. «Wo die Bandbreite und das ‹Normrentenalter› angesetzt werden sollen, muss noch im politischen Prozess ausdiskutiert werden, wobei ich die obere Grenze eher bei 70 als bei 75 Jahren sehe.»

«Wo Bandbreite und ‹Normrentenalter› angesetzt werden, muss diskutiert werden.»

Rudolf Stämpfli
Schweizerischer Arbeitgeberverband

Für den Arbeitgeber-Präsidenten ist eine Flexibilisierung des Rentenalters in allen Branchen sinnvoll. Bei der AHV müsse eine allgemeine Lösung getroffen werden, während es bei der beruflichen Vorsorge um die Bereitstellung von Optionen gehe. «Die Differenzen werden sich dann bei der Wahl der Arbeitnehmenden zeigen, die auch von den Arbeitsbedingungen in den verschiedenen Branchen beeinflusst werden.» Hier könnten gemäss Stämpfli auch branchenspezifische Vereinbarungen der Sozialpartner die gesetzlichen Regelungen ergänzen, «wobei diese nicht einfach in Mehrbelastungen der Arbeitgeber oder grossen Umverteilungen unter den Arbeitnehmenden gesehen werden dürfen».

hotelleriesuisse-Präsident unterstützt Flexibilisierung

Zu den klaren Befürwortern einer solchen Flexibilisierung gehört auch der Präsident von hotelleriesuisse, Guglielmo L. Brentel. Er ist überzeugt, dass so langjähriges Know-how für die Unternehmen erhalten werden könne. Brentel sieht auch aus Sicht des Hotelgastes nur Vorteile einer flexibleren Regelung. «Viele Stammkunden von Ferienhotels schätzen das persönliche und familiäre Umfeld, welches durch langjährige Mitarbeitende geschaffen wird.» Deshalb mache es gerade dort, wo ein persönlicher Gästekontakt stattfindet, durchaus Sinn, bewährte Mitarbeitende auch mal länger als bis 65 zu halten. Grundsätzlich bleibe die Flexibilisierung des Rentenalters eine individuelle Entscheidung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber, so Brentel. STV-Direktor Mario Lütolf steht dem Anliegen aber sehr offen und interessiert gegenüber: «Erfahrene, motivierte und aufgeschlossene Arbeitskräfte sind in der Tourismusbranche immer willkommen, das ist keine Frage des Alters.»

fotolia

Ab 65 sitzen die meisten auf der Ruhebank. Das müsste nicht sein.

Tourismus baut auf «Human Capital»

Der Tourismus und die Hotellerie sind künftig vermehrt auf ältere Arbeitskräfte angewiesen. «Einerseits werden die Menschen immer älter und bleiben dabei sehr fit, anderseits bahnt sich ein Lehrlingsmangel an», erläutert Guglielmo Brentel. Und Mario Lütolf sagt: «Gerade der Tourismus ist sehr stark geprägt von seinem ‹Human Capital›.»

impressum

htr hotel revue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé 1892

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion Publikationsleitung und Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Theres Lagler Berger/tl (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français). Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk; Simone Leitner Fischer/ sls, Laurent Missbauer/lm; Daniel Stampfli/dst; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontärin: Karin Rechsteiner/kr
Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Astrid Kägi; Assistentin: Priska Holzgang.
Stelleninserate: Angela Di Renzo.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Beda-Urs Schönenberger.
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-beglaubigt 2006/07, verkaufte Auflage: 10 925; Gratisauflage: 1312; (Druckauflage: 18 000).

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–.
ISSN: 1424-0440

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

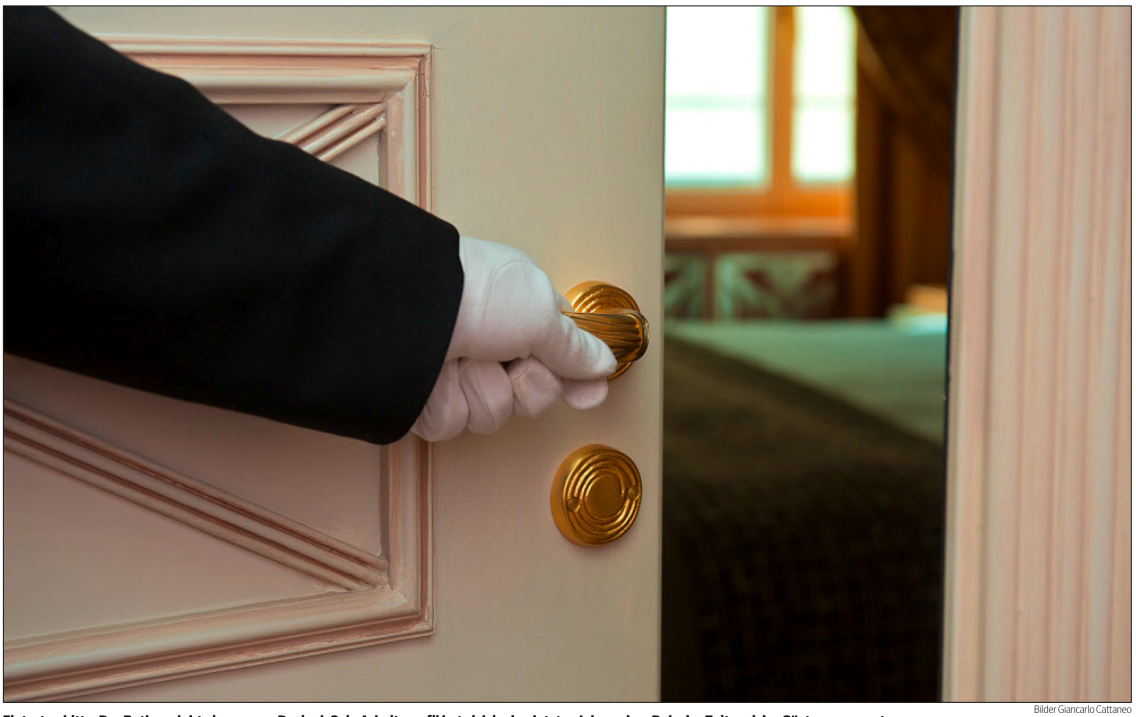
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

© 2017 The Coca-Cola Company. «Coca-Cola», «Coke», «Coca-Cola light», «Coke light», «Coca-Cola zero», «Coke zero»
the Dynamic Ribbon and the Contour Bottle are registered trademarks of The Coca-Cola Company.

dolce vita

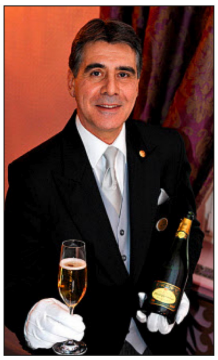
htr hotelrevue Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

Davidoff-Saveurs
Spitzenköche wie Ivo Adam brillieren ab morgen an der Gstaader Genusswoche.
Seite 15



Bilder Giancarlo Cattaneo

Eintreten bitte: Der Butler erlebt ein grosses Revival. Sein Arbeitsprofil hat sich in den letzten Jahren dem Puls der Zeit und der Gäste angepasst.



Head Butler Gilles Ungricht kennt das höfische Protokoll.

Stets zu Diensten: Experten für die Etikette

Der besondere Service Ein Butler ist Experte für Stil und Etikette. Im Hotel Carlton in St. Moritz können Laien einen Einblick gewinnen. Natürlich diskret und akkurat.

SIMONE LEITNER

Vor dem ersten Job im arabischen Königshaus oder beim russischen Oligarchen ist viel Erfahrung und vor allem eine adäquate Ausbildung Voraussetzung. Bis der Butler ein Experte in jeder noch so delikaten Lebenslage ist, muss er seinen Job mit viel Engagement und Ausdauer erlernen. Doch nicht alles ist lernbar, die Voraussetzungen müssen stimmen: «70 Prozent ist Einstellung und nur 30 Prozent kann ausgebildet werden», betont Gilles Ungricht, Head Butler im Hotel Carlton in St. Moritz. Äusserst aufmerksam hängt eine Gruppe von acht Personen an seinen Lippen und ist mucksmäuschenstill. Geschäftsleute jeder Couleur haben den eintägigen Butlerkurs im Hotel Carlton gebucht. Just for fun? Nicht nur. Neben den spannenden Geschichten des Butler-Alltags wurden die Finessen des Tischdeckens, die Tricks beim Kofferpacken und natürlich die Perfektion des Schuhputzens demonstriert. Kurz, die Arbeiten eines klassischen Butlers. Die vollendeten Diener haben Hochkonjunktur. Nicht nur in luxuriösen Hotels sind Butler en vogue. So hat sich das Berufsbild in den letzten Jahren verändert und dem modernen Zeitgeist angepasst. Ein Butler ist heute Haushaltsmanager und Berater. Er hat Erfahrung im Umgang mit Gästen, kann kochen, Schuhe putzen, ist technisch begabt und spricht mehrere Sprachen. Englisch ist Grundvoraussetzung, weitere Sprachen wie Französisch, Spanisch und Italienisch sind wünschenswert.

Nicht zu vergessen: Ein absolut gepflegtes Äusseres.

Heute ist es üblich, dass Grossbanken oder Versicherungen Corporate Butler einstellen, die weit mehr tun als Kunden passend begrüssen. «Dies sind Stellen mit anspruchsvollem Profil», weiss Gilles Ungricht. Das Salär ist mit einem Managerlohn vergleichbar.

Die Laien im Kurs lauschten gebannt den Erzählungen, um dann zu zeigen, dass sie bereits Etikette und Stil haben. Das erste Modul «Gäste Willkommen heissen» wird von Butler Stefan Kleinat geführt und vollendet vermittelt. Bei den Interaktionen sind die Kursteilnehmer gefragt. Das Kavierarbesteck und die Hummerzange wurden erkannt, über das Spargelzängelchen und die Serviettenpositionen wurde philosophiert und der Unterschied zwischen Suppe und Bouillon wurde erläu-

Butler Matheus Alcover liest den Gästen im Hotel Carlton St. Moritz die Wünsche von den Augen.

Auch beim Kofferpacken zeigt Butler Gilles Ungricht wichtige Tricks und echte Klasse.

Der Trendsetter: Krawattenknopf «Matrix» kleidet gut.

Die hohe Kunst des Schuheputzens ist für Butler Matheus Alcover Routine. Für die Kursteilnehmer liess er sich über die Schulter gucken.

1. Wie sieht in den Augen eines Butlers der perfekte Gast aus?
Den gibt es per Definition natürlich nicht. Generell hat sich der Gast in den letzten Jahren verändert. Er ist moderner geworden, ohne aber alte Traditionen zu vernachlässigen. Das macht unseren Job so interessant. Wir sind so flexibel wie der Gast.

2. Wie stimmen Sie sich auf einen Hotelgast ein?
Im Hotel Carlton informieren wir uns in einem persönlichen Telefongespräch zwei Wochen vor Ankunft, was für Vorlieben, Erwartungen und Bedürfnisse der Gast hat. Meistens sind die Personen, welche die Reservierung vornehmen, auch unsere Ansprechpartner. Und dann achten wir darauf, während des Aufenthalts die Wünsche der Gäste zu registrieren und festzuhalten. Nur so ist es möglich, ein Gäste-Profil zu erstellen.

Nachgefragt
Gilles Ungricht

Ausbildung: Butler
Tätigkeit: Head Butler im Hotel Carlton St. Moritz
Schulung: Am 18. Oktober 2008 findet der dritte Butlerkurs im «Carlton» statt. Er richtet sich an Laien.

www.carlton-stmoritz.ch

3. Können die Hotelgäste im «Carlton» alle mit einem Butler umgehen?
Viele unserer Gäste sind sich Angestellte gewohnt. Das erkennen wir natürlich sofort. Es ist beispielsweise selbstverständlich, dass die Dame am Morgen ungeschminkt mit dem Butler spricht. In solchen Situationen wird das Vertrauensverhältnis ganz klar sichtbar.

4. Wird die Dienstleistung Koffer ein- und auspacken in Anspruch genommen?
Selbstverständlich, dieser Service ist sehr gefragt. Wir sehen auch anhand des Gepäcks sofort, ob es zu Hause auch vom Butler gepackt wurde. Das Aus- und Einpacken ist eine Kunst für sich. Wir haben für eine Familie, die bei uns Winterferien verbringt, schon mal vier Stunden, bis das ganze Gepäck ausgepackt und systematisch eingeräumt ist. sls

htr hotelrevue
Nr. 28/29 / 10. Juli 2008

Gastherzlichkeit ist das Motto

Die Geschäftsführer und -führerinnen aller 30 Bindella-Betriebe bildeten sich zwei Tage lang weiter.

Mit dem geschützten Begriff «Gastherzlichkeit» wollen sich die 30 Bindella-Betriebe der Schweiz künftig profilieren. Ein Blick in eine «Schulstunde» für die Geschäftsführer.

ELSBETH HOBMEIER

Bilder eho

Chef Rudi Bindella erklärt, Christa Bindella hört auch zu.

Im Jahr 1992 trat Zijadin Dzemailji als Tellerwäscher und Küchenhilfe im Restaurant Santa Lucia in Winterthur seine Stelle an. Heute ist er Geschäftsführer desselben Lokals. Der Mann mit dieser sprichwörtlichen «Tellerwäscherkarriere» sass diese Woche mit 29 weiteren Geschäftsführer-Kollegen und -Kolleginnen zwei Tage lang auf der «Schulbank» im Hotel Seepark in Thun. Die Bindella-Betriebe legen Wert auf die Schulung ihrer Kaderleute und laden alle Leiter ihrer insgesamt 30 Restaurants regelmässig zu Weiterbildungsseminaren ein.

> **«Bei uns können Sie lernen, wie man einen Betrieb führt. Lernen ist nie verboten.»**
> **Rudi Bindella**
> Chef der Bindella-Unternehmungen

Das diesjährige Thema lautete «Unsere MitarbeiterInnen und wir». Auf farbigen Zetteln, die wie eine «Wöschhänki» über den Köpfen im Schulungssaal leuchteten, standen Begriffe wie «Ehrlichkeit», «Vertrauen», «Respekt», als Schlüsselwörter zum Umgang mit dem Team, aber auch zum Umgang miteinander als Geschäftsführer.

Eine starke Betonung auf Menschlichkeit im Berufsalltag legte auch Rudi Bindella, der es sich als Chef der Bindella-Unternehmungen mit Sitz in Zürich nicht nehmen liess, selber am Seminar teilzunehmen und jedem Anwesenden ein persönlich gewidmetes Büchlein mit dem Titel «Unser Weg» zu überreichen. «Ich lade Sie ein, gemeinsam unseren Weg zu begehen und unsere Vision zu teilen», steht da.

Rudi Bindella gilt als ein unkonventioneller Arbeitgeber, der gerne eigene Wege beschreitet. So waren auch seine Worte an seine Kaderleute eher unkonventioneller Natur. «Bei uns können Sie lernen, wie man einen Betrieb führt. Lernen ist nicht verboten, und es ist auch nicht verboten, später einmal mit den bei uns gemachten Erfahrungen ein eigenes Unternehmen zu gründen», sagte er. Und: «Wir sind nie traurig oder böse, wenn jemand geht. Wir freuen uns über die gemeinsame gute Zeit.» Es könne nur gut sein für die Branche, wenn gute Leute sich selbständig machten, betonte er. Sein Leitspruch sei: «Jeder sollte gerne bei uns arbeiten und stolz darauf sein», denn diesen Stolz spüre auch der Gast. Daniel Müller als Geschäftsleiter des gesamten Gastronomiebereichs der Bindella-Unternehmung rief denn auch seinen Geschäftsführern zu: «Seid weniger bescheiden, redet über diesen Stolz, im schönsten Beruf der Welt tätig zu sein, auch mit euren Mitarbeitenden.»

> **«Seid weniger bescheiden, redet über den Stolz, im schönsten Beruf tätig zu sein.»**
> **Daniel Müller**
> Geschäftsleiter Gastronomie

Vorgestellt und diskutiert wurden am Leiterseminar «Die 10 goldenen Regeln der MitarbeiterInnenführung». Sie umfassen folgende Begriffe: anerkennen, begeistern, delegieren, Freiraum geben, glaubwürdig sein, sich verständigen, konfrontieren, verlässlich sein, lernen und respektieren. «Wie begeistern Sie Ihre Leute, wie begegnen Sie ihnen am Morgen eines Arbeitstags?», fragte Daniel Müller einen Geschäftsführer. «Ich gehe zuerst in die Küche und sage auf tamilisch Guten Tag», lachte dieser.

«Wir stehen gut da und haben gut gearbeitet», erklärte Rudi Bindella seinen Kaderleuten, «aber der Wind könnte demnächst drehen und uns wieder mehr ins Gesicht blasen.» Mit 38,5 Prozent Personalkosten sei man sehr zufrieden – ihr Ziel sei jetzt, so Christa Bindella, welche den Bereich Weiterbildung leitet, aufzupassen, dass sich Einzelne im Betrieb nicht überfordern, sondern rechtzeitig delegieren und einen guten Stellvertreter aufbauen würden. «Schau mehr zu Dir», sei eine ihrer Botschaften.

Eine Botschaft liess Rudi Bindella übrigens letzte Woche beim Amt für Geistiges Eigentum schützen: Das Wort Gastherzlichkeit. «Eine eigene Erfindung», schmunzelte er, «es trifft den Kern unserer Bestrebungen weit besser als der übliche Begriff Gastfreundschaft.»

ANZEIGE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Wir gratulieren unseren Lernenden zur bestandenen Lehrabschlussprüfung.

Samantha Obrist erwarb das Fähigkeitszeugnis zur «Kauffrau mit erweiterter Grundausbildung». Ebenso erfolgreich schloss **Alain Rickenbacher** seine Ausbildung zum «Kaufmann mit Berufsmaturität» ab.

Wir danken den beiden für ihr Engagement bei uns und wünschen ihnen für die berufliche wie private Zukunft das Allerbeste.

Mitarbeiter-Schulung Jeder hat sein eigenes Modell

Ob unsere Mitarbeiter-Schulung erfolgreich war, stellen wir selber fest, wenn wir in unseren Restaurants essen gehen», sagt Petra Schürmann, die bei der Valentino Gastronomie AG für das Personal verantwortlich ist. Zum Unternehmen mit Sitz in Cham gehören 15 Restaurants mit Standorten in der ganzen Schweiz.

Die Ausbildung der Mitarbeitenden erfolgt durch die jeweiligen Geschäftsführer, die Bereichsleiter stellen ihnen einen Leitfaden mit einer Liste zur Verfügung, die alle Themen enthält, die für eine Schulung in Frage kommen. Es handle sich vor allem um praxisbezogene Themen, erklärt Petra Schürmann, und die Mitarbeiter seien verpflichtet, daran teilzunehmen.

Alain D. Boillat

Der korrekte Service ist ein Standardthema in der Ausbildung von Restaurant-Mitarbeitenden.

Auch individuelle Fachkenntnisse werden unterstützt

Auch bei den fünf Restaurants unter dem Dach vom Zürcher Freddy Burger Management (FBM) werden Mitarbeiter-Schulungen intern vorgenommen. «Aber dazu führen wir zwei- bis dreimal jährlich eine zentrale Weiterbildung durch, mit einem externen Ausbildner. Manchmal geht bei der internen Schulung vielleicht etwas unter, deshalb haben wir diesen zusätzlichen Ausbildungstag für Festangestellte eingeführt», sagt Wolfgang Gehrig, der für das Gastro- und Hotelmanagement bei FBM verantwortlich ist.

Der externe Ausbildner gestaltet sein Schulungsprogramm entsprechend den Wünschen von FBM. Aber auch hier stammen die Themen mehrheitlich aus dem Bereich Praxis – beispielsweise Service, Verkaufsförderung, Verhalten bei Reklamationen.

> **«Schulungen sind nicht einfach zu organisieren. Der Betrieb muss ja weiterlaufen.»**
> **Burkhard Zerlauth**
> COO der Five AG, Zürich

Kaderleute mit dem Wunsch nach individueller Weiterbildung werden unterstützt: «Wenn jemand eine Ausbildung im Weinbereich machen möchte, kann er sich extern einen Kurs suchen, wir beteiligen uns an den Kosten», führt Gehrig aus.

Die Verantwortlichen der Kramer Gastronomie, die unter anderem zehn Restaurants und zwei Hotels in Zürich führt, sind an der Planung eines neuen Ausbildungskonzeptes. Bisher organisierten die Geschäftsführer der einzelnen Betriebe ihre Schulungen selber. «Wir erarbeiten gerade den Plan für das ganze Jahr, wir möchten im 2009 mit zentral durchgeführten Schulungen beginnen», erklärt Simone Strässle, Leiterin Human Resources bei Kramer.

Bisher waren die Geschäftsführer der Restaurants für die Weiterbildung ihrer Angestellten selber verantwortlich – da konnte es vorkommen, dass hie und da ein Thema «etwas zu kurz kam», formuliert es Simone Strässle. Ab nächstem Jahr sollen alle Mitarbeitenden in den Genuss des gleichen Weiterbildungs-Angebotes kommen, allerdings bestimmen die Geschäftsführer, wer für welche Schulung geeignet ist. Mitarbeiter mit Perspektiven in der Kramer Gastronomie werden bevorzugt: «Im Gastgewerbe gibt es eine hohe Mitarbeiterfluktuation, bei einem Austritt aus der Firma geht Wissen verloren. Unsere Mitarbeitenden profitieren von der Weiterbildung, deshalb möchten wir besonders jene fördern, die eine Zukunft in der Firma haben», sagt Simone Strässle.

Fachspezifische und psychologische Weiterbildung

Auch die Zürcher Five AG organisiert ihre Mitarbeiter-Schulung neu. Dazu arbeitet sie mit Gastrosuisse zusammen und lässt in einem ersten Schritt zwölf Kaderleute aus allen Betrieben extern zu Trainern ausbilden. Diese führen dann die Mitarbeiter-Ausbildungen in den Restaurants durch. Burkhard Zerlauth, der operative Leiter der Firma, die in ihren sechs Restaurants rund hundert Mitarbeiter beschäftigt, ist überzeugt von diesem Modell: «Wir möchten unsere Angestellten nicht nur fachlich, sondern auch psychologisch weiterbilden, beispielsweise im Bereich Sozialkompetenz.» rd

Die Stars des Davidoff Saveurs Gstaad 2008: Andreas Caminada, Antonio Colaianni, Geny Hess, Franz Wiget, Ivan Letzter und André Jaeger.

Eine Genusswoche zum Abheben

«Saveurs», die Davidoff-Genusswoche in Gstaad, hebt dieses Jahr ab. Im wahrsten Sinn des Wortes: Mit André Jaeger auf den Gletscher. Und mit Andreas Caminada ins Bündnerland.

ELSBETH HOBMEIER

Wenn ein Spitzenkoch wie Caminada in die Küche kommt und ihm die Gstaader Küchenchefs über die Schulter schauen können, ist dies für alle enorm motivierend», erklärt Thomas Frei. Diese Motivation übertrage sich auch auf das Servicepersonal: «Das Hotel vibriert jeweils förmlich.»

Seit über einem Jahrzehnt eine Erfolgsstory

Ab diesem Freitag wird das Berner Oberland wieder vom grossen Vibrieren erfasst. Vom 11. bis zum 20 Juli ist die Davidoff-Genusswoche zu Gast in Gstaad, dies bereits zum zwölften Mal. Es ist unbestritten eine Erfolgsstory, welche die «Väter der Idee», nämlich Hotelier Thomas Frei, Käser Hanspeter Reust und Spitzenkoch Robert Speth da vor über einem Jahrzehnt losgetreten haben. Jedes Jahr treffen sich berühmte Köche und Köchinnen im prominenten Bergdorf, Berühmtheiten wie Johanna Maier aus Österreich und Heinz Winkler aus Deutschland kochten in Gstaad und schwärmten danach von den grünen Matten und hohen Bergen, den hübschen Chalets und und den begeisterungsfähigen Gästen.

Der rote Teppich gehört den jungen Köchen

Dieses Jahr setzt sich das Gstaader Genussfestival eindeutig verjüngt in Szene: Vier der insgesamt elf Events werden von Andreas Caminada bestritten, dem erst 31-jährigen «jüngsten Gault-Millau-Koch des Jahres aller Zeiten», welcher seit seinem im letzten Herbst verliehenen Titel einen Medienrummel ohnegleichen ausgelöst hat. Der Bündner verlässt für einmal sein Schloss Schauenstein in Fürstenau und gibt am «Davidoff Dîner» im Grand Hotel Bellevue ein Gastspiel. Allerdings nur für wenige Geniesser – und weil der Abend sofort ausverkauft war, hängt er auch gleich noch eine After Dinner Party an. Hier wird man eine neue Seite des jungen Chefs kennenlernen. Er bringt seinen Lieblings-DJ mit und lädt im «Bellevue»-Clubhouse zu Häppchen, Champagner, Cigarren und guter Musik. Vielleicht geht der smarte Koch und passionierte Golfer (Handicap 9,7) dann gleich von der Party zum Frühstück? Für Frühaufsteher offeriert er nämlich am nächsten Morgen ein «Älplerzmorge» auf dem Vorder Eggli mit Panoramablick auf Gstaad und inmitten von taufrischen Alpwiesen und weidenden Kühen. Ab dann steht Caminada wieder am eigenen Herd in Fürstenau – allerdings mit «Shuttleflug» ab Saanen. In die Luft geht übrigens auch der 19-Punkte-Koch André Jaeger von der «Fischerzunft» Schaffhausen: Er kocht für einmal auf dem Glacier de Tsanfleuron auf 3000 Metern Höhe und verspricht «einen Sechsgänger in einer einfachen Hütte ohne Strom und Wasser». Der Weg auf die Diablerets lässt sich übrigens im Flug nehmen.

> «Das Hotel vibriert jeweils förmlich, wenn ein Spitzen-Gastkoch in unseren Küchen wirkt»
>
> **Thomas Frei**
> Hoteldirektor und Initiant

Weitere Höhenflüge versprechen die Events mit dem bodenständigen Franz Wiget, dem «Aufsteiger des Jahres», mit Ivo Adam aus Ascona, mit den Weinkünstlern rund um Geny Hess, mit Antonio Colaianni und mit dem Gstaader Sommelier-Ass Ivan Letzter.

zvg

Der Motivationsschub für die einheimischen Köche.

1. Welche Ziele verfolgen Sie mit dem Saveurs-Programm 2008?
Dieses Jahr setzen wir neue Akzente. So lassen wir Köche an unüblichen Orten kochen. André Jaeger auf dem Gletscher zum Beispiel. In seinem Restaurant speisen kann man immer, auf dem Gletscher jedoch nicht.

2. Es fällt auf, dass Andreas Caminada an der diesjährigen Genusswoche sehr präsent ist. Kocht er besser als die anderen?
(lacht) Die Schweiz ist eben in einem Caminada-Hype. Er kocht sehr gut und sieht gut aus. Den Abend mit ihm hätten wir drei-, viermal verkaufen können. Seine Vorgabe war jedoch, für 45 Gäste zu kochen und für keinen Gast mehr. Unsere Sponsoren und ihre Kunden haben den Abend sofort voll gebucht, so blieb kein Platz mehr für andere Saveurs-Besucher. Also organisierten wir zusätzlich die After Dinner Party und das Frühstück mit Caminada. Und wer bei ihm im Schlosss Schauenstein speisen will, wird am Mittwoch mit dem Flugzeug hingeflogen.

Zur Person

Thomas Frei

Tätigkeit: Thomas Frei ist Direktor des Hotels Bernerhof in Gstaad sowie Initiant und Organisator der Gstaader Davidoff Genusswoche Saveurs.

3. Mitorganisator Hanspeter Reust weilt zurzeit in China. Kommt er rechtzeitig nach Gstaad zurück?
Ja, am Donnerstag ist er da.

4. Was bringt der Event Gstaad wirtschaftlich?
Wir führen Saveurs nicht aus wirtschaftlichen Überlegungen durch, sondern um den Genuss zu zelebrieren. Für die beteiligten Hotels und Restaurants ist der Anlass nicht lukrativ. Es ist kein Event zum Geldverdienen, sondern um sich auf einer sehr hohen Stufe zu präsentieren und die Mitarbeitenden zu motivieren. ck

Fakten Das Programm für Geniesser

Freitag, 11. Juli: Feu sacré au Champagne im «Lenkerhof» an der Lenk mit Antonio Colaianni und Laurent-Perrier.
Sonntag, 13. Juli: Franz Wiget vom Restaurant Adelboden in Steinen SZ gibt sein Gastspiel im Hotel Bernerhof.
Montag, 14. Juli: Andreas Caminada zum Ersten: Davidoff Dîner im Grand Hotel Bellevue. Und spätabends zum Zweiten: After Dinner Party im Bellevue-Clubhouse.
Dienstag, 15. Juli: Frühstück mit Andreas Caminada auf der Alp Vorder Eggli. Mittags Flug auf den Gletscher und Sechsgänger mit André Jaeger (bei schlechtem Wetter im Clubhouse des Bellevue).
Mittwoch, 16. Juli: Mittagessen im Schloss Schauenstein, samt Flug. Im Hotel Le Grand Chalet kocht derweil Ivo Adam vom «Seven» Ascona.
Donnerstag, 17 Juli: Sinnesfreuden rund um den Wein mit Star-Sommelier Ivan Letzter im Restaurant Chesery.
Freitag, 18. Juli: Genuss-Turnier im Golfclub Gstaad mit Gastkoch Stefan Schüller vom «Oscar» in Zürich.
Samstag, 19. Juli: Mittag: Wein und Kunst auf dem Wasserngrat, mit Geny Hess, den Gantenbeins und Gerhard Kracher. Abend: Dîner mit Peter Wyss und dem Swiss Culinary Team im Hotel Gstaad Palace.
Sonntag, 20. Juli: Rauchiger Brunch am Hornberg.
Infos und Anmeldung auf www.davidoffsaveurs.ch eho

Meister-Tilsiter: fünf Käsereien in der Endrunde

Nachdem 30 Tilsiter-Käsereien während eines Jahres nach einheitlichen Qualitätskriterien getestet wurden, stehen jetzt die fünf Finalisten fest: Sie werden sich am 1. August einer Fach- und Publikumsjury stellen. Am 2. Juli hat die Tilsiter-Kommission fünf Finalisten ermittelt: Stephan Bühler, Käserei Eggsteig, Gähwil; Albert Thoma, Käserei Zwieseln, Libingen; Reto Maag, Käserei Rüttiberg, Rufi; Roland Rüegg, Käserei Ringwil, Hinwil und Alois Kappeler, Käserei Seelmatten, Turbenthal. Diese fünf Kandidaten nehmen am 1. August an der Endrunde teil, wo die drei besten Meister-Tilsiter-Produzenten prämiert werden. rd

Grosser 7. Salone del Gusto in Turin

Vom 23. bis am 27. Oktober findet in Turin der 7. Salone del Gusto statt. Der Salone ist dieses Jahr mit einer Ausstellungsfläche von über 60 000 Quadratmetern um 15 Prozent grösser als 2006. Der siebte Salone del Gusto, der von der Region Piemont, der Stadt Turin und Slow Food organisiert wird, ist ein Lebensmittelmarkt und eine Begegnungsstätte, in der die gastronomische Kultur das soziale und ethische Bewusstsein trifft. Dieses Jahr nehmen der Salone del Gusto und Terra Madre die Besucher auf eine Reise zu den Wurzeln der Lebensmittel mit. Ab sofort ist das komplette Programm auch in deutscher Sprache online. rd

www.salonedelgusto.com

ANZEIGE

Nachrufe

Bündner Spitzenkoch Beat Bolliger

Der von Gault Millau 2003 als «Koch des Jahres» geehrte und frühere Besitzer des Hotels Walserhof in Klosters, Beat Bolliger starb 66-jährig. Bolliger war 2007 nach 25 Jahren erfolgreicher Tätigkeit in den Ruhestand getreten. Zu seinen regelmässigen Gästen im «Walserhof» zählte auch Prinz Charles. dst/sda

Peter Balz vom Berner Hotel Adler

Der «Adler»-Wirt und -Hotelier Peter Balz ist im Alter von 66 Jahren gestorben. Peter Balz engagierte sich während vieler Jahre für den Wirteverband des Kantons Bern, einige Jahre auch als Präsident. Balz sass auch während je sieben Jahren für die FDP im Berner Stadtrat und im Berner Grossen Rat. dst

Designer Hannes Wettstein

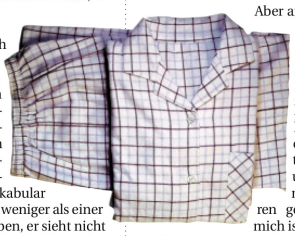
Der Zürcher Designer Hannes Wettstein starb im Alter von 50 Jahren. Wettstein hat unter anderem das «Grand Hyatt» in Berlin und die Schweizer Botschaft in Washington D.C. eingerichtet. Er entwarf Möbel, Tische, Lampen und Alltagsgegenstände viele. Hannes Wettstein erhielt für seine Arbeiten zahlreiche Design-Preise. dst/sda

Pyjamas im Scheinwerferlicht

Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie einmal pro Monat über die schönen Seiten des Lebens.

Ein Freund von mir verwirklicht seinen Traum. Er hat zehn Jahre in der Londoner Kunstwelt verbracht und kann inzwischen einen Gormley von einem Gillick unterscheiden. Was er aber viel lieber täte, ist mit Fleisch herumwursteln, mit Gemüse hantieren und sich an Früchten versuchen. Kurz, er will Koch werden.



Er hat Ernst gemacht und sich für eine Kochausbildung angemeldet. «Du Glückspilz», sagte ich zu ihm, als wir uns auf einen Drink trafen. «Wie toll Dein neues Leben sein wird!» «Toll?», wiederholt er und sticht mit einem zittrigen Finger auf die Cocktail-Karte ein. Er hat seinen Gin-Tonic, der im Fastfood-Vokabular «Super-Size» heissen würde, in weniger als einer Minute runtergekippt. Zugegeben, er sieht nicht gerade toll aus. Ich habe ihn erst einmal mit solch tiefen Augenringen und ähnlich grossen Flecken auf dem Hemd gesehen, und das war unmittelbar nach der Geburt seines ersten Sohnes – eine Epoche, an die er sich nur ungern erinnert.

Meine Vorstellung vom Leben eines Kochs basiert hauptsächlich auf Spielfilmen. Speziell jener Art, in welcher liebenswürdige italienische Ristorante-Besitzer und Unmengen von Pasta und Wein vorkommen, und die immer ein Happy End haben. Ich persönlich habe mich schon immer nach einem Job gesehnt, in welchem Schreien akzeptiert wird. Denn das Leben einer Schriftstellerin ist langweilig ruhig, die Flüche gehören in die Kategorie geräuschlos. Und manchmal träume ich davon, ganz zufällig Anthony Bourdain anzutreffen, den Bestseller-Autor, Küchenchef und König des kulinarischen Glanzes.

Aber am meisten liebe ich die Uniform. Die sexy kleinkarierten Hosen, die lässig zerzauste Kochjacke, die wie ein Jackson-Pollock-Bild komplett verspritzt ist. Der Anblick von Köchen, die in einem Hinterhof herumhängen und fröhlich rauchen, mit den Hauben auf ihren gestylten Köpfen – für mich ist das der Inbegriff von Chic.

Das ist Uniformen-Neid, ein Komplex, den nur diejenigen haben, die keine Uniform tragen müssen. Uniformen verleihen Autorität, Sicherheit und das Auftreten von jemandem, der zu einem Club gehört. Als freie Autorin spielt es keine Rolle, was man bei der Arbeit trägt, weil einen nie jemand sieht. Alle paar Jahre nur, auf Lesereise, kommt man dazu, Kleider anzuziehen. Den Rest der Zeit kann man geradeso gut im Pyjama verbringen.

Ich spreche nicht von Coco-Chanel-Hausanzügen. Ich rede von der Art Pyjama, in der man nicht gesehen werden will, ausser vielleicht von der eigenen Mutter. Die Schäbigkeit eines Schriftstellerlebens kann ganz schön entmutigend sein. Man weiss, dass man an einem düsteren Punkt angekommen ist, wenn man dem Briefträger die Türe nicht öffnen kann, weil man gestreiftes Flanell und eine mit Porridge-Flecken übersäte Strickjacke trägt, und weil man schon seit drei Tagen in diesem Outfit steckt.

Angesichts dieser Tatsachen tönten die neuesten Nachrichten aus Paris aufregend: Pyjamas sind neuerdings cool! Calvin Klein, Diane von Furstenberg, Lanvin, Max Mara, Prada – sie alle haben Pyjamas zurück auf den Laufsteg und ins Scheinwerferlicht gebracht.

Ich erzählte es meinem erschöpften Ex-Kurator-Koch-Freund. «Das stimmt», seufzte er, als er seinen zweiten Monster-Gin schon zur Hälfte geleert hatte. «Die Ehefrau des Künstlers Julian Schnabel hat Seidenpyjamas kreiert. Die ganze Kunst-Gemeinde trägt sie jetzt.» – «Wirklich?», schnaufe ich. Ein Hoffnungsstrahl durchdringt meine dumpfe Schriftstellerexistenz. Ich starre meinen müden, befleckten Freund an, der offensichtlich die eine oder andere Béchamelsauce zu viel machen musste. Vielleicht wird die neue Schriftsteller-Uniform alle anderen übertreffen?

Ab jetzt ist es gut möglich, dass man mich nicht mehr in diesen Alte-Männer-Streifen über meinen Computer gebeugt vorfinden wird. Sondern in glänzenden, weiten Satinhosen und passendem Top. Wenn ich dem Briefträger die Türe öffne, füge ich etwas Schmuck hinzu, und einen Blackberry.

Deutsch von Renate Dubach
Englische Originalfassung:
www.htr.ch/dolce-vita

ANZEIGE

Dometic Hotel-Systeme: Jetzt in der Schweiz direkt für Sie da!

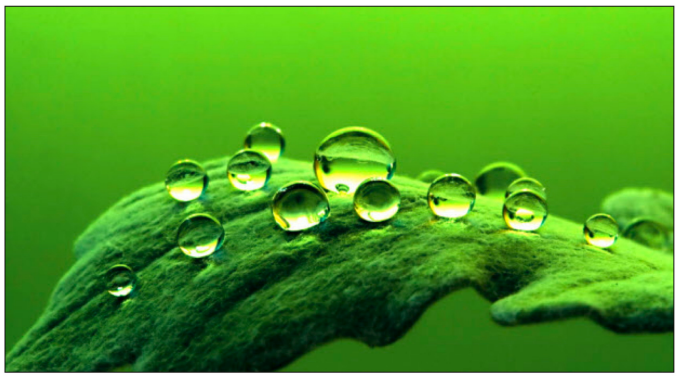
- Über 40 Jahre Erfahrung als Zulieferer der Hotel-Branche
- Garantie vom Hersteller: Produktqualität „Made in Europe"
- Beratung, Verkauf, Finanzierung schnell und direkt durch unsere Vertretung vor Ort

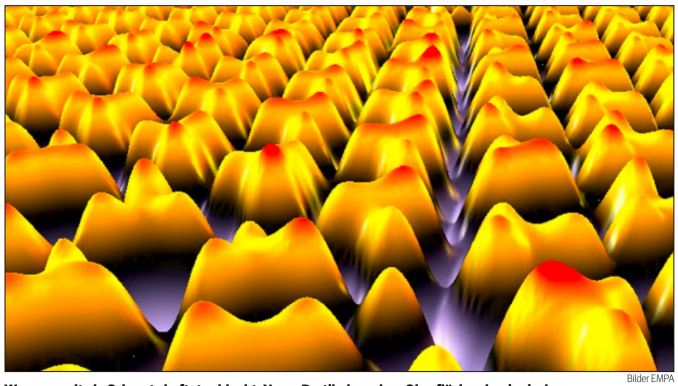
Gern senden wir Ihnen unseren Gesamtkatalog zu!
Dometic Switzerland AG Riedackerstr. 7a CH-8153-Rümlang Tel. +41 (0) 44 8 18 71 71 info@waeco.ch

www.dometic.ch

Dometic
THE SIGN OF COMFORT

Grosser Auftritt für die kleinsten unter den Partikeln





Bilder EMPA

Wasser perlt ab, Schmutz haftet schlecht: Nano-Partikel machen Oberflächen hygienischer.

Zwergenhaft ist nur ihre Grösse, aber nicht ihre Wirkung: Nanopartikel schützen Flächen effektiv vor Verschmutzung. Ein gesundheitliches Restrisiko bleibt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Der Nanotechnologie ergeht es wie der Gentechnologie. Der ökonomische Nutzen wäre gegeben, doch das verbleibende gesundheitliche Restrisiko vereitelt einen grenzenlosen Einsatz. Eine diffuse Unsicherheit beim potenziellen Anwender macht den Kleinstartikeln – ein Nanometer ist ein Milliardstel Meter – das Leben schwer. «Niemand legt für seine Nano-Produkte die Hand ins Feuer», weiss Heinz Brassel, Küchenchef im Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ.

Selbst die Hersteller halten sich bedeckt, wenn es um die Risikofrage geht. «Ich kann nicht sagen, dass die Produkte unbedenklich sind», gibt Günter Glöckner, Geschäftsführer der Solution Glöckner Vertriebs GmbH in Ludwigshafen, zu. Seine Firma war eine der ersten in Deutschland, die Imprägnierstoffe auf Nano-Basis anbot, und wurde 2003 dafür an der Pariser Reinigungsmesse «Europropre» mit dem Innovationspreis gekürt. Trotz dem Erfolg gibt sich Glöckner nicht zu euphorisch. «Im Moment bestehen punkto gesundheitlichen Risikos keine Bedenken. Doch man will die Fehler, die man beim Asbest machte, nicht wiederholen.» Der weltweit tätige Hersteller von Reinigungsprodukten, JohnsonDiversey, verzichtet gänzlich auf Nanotechnologie. «Die gesundheitlichen Risiken sind noch nicht geklärt», begründet dies Marketing Director Patrick Hanhart.

Die Schmutzhaftung wird um 80 Prozent reduziert

Nano kommt aus dem Griechischen und bedeutet Zwerg, doch die Wirkung, aber auch die Gefahr für den Menschen, kann riesig sein. Vor allem das Einatmen muss vermieden werden. Deshalb sollte ein Nano-Spray auf Wasser und nicht auf Alkohol basieren, so Glöckner, da Letzterer schnell verdunstet und durch enstehende Aerosole die Kleinstpartikel in die menschliche Lunge gelangen können. Solution aus Ludwigshafen empfiehlt Spray für offenporige Flächen wie Stein und Textilien. Alkoholbasierte Imprägnierstoffe sind geeignet für Glas, wo sie keine sichtbaren Spuren hinterlassen, und sollten per Hand appliziert werden.

«Niemand legt für seine Nano-Produkte die Hand ins Feuer.»

Heinz Brassel
Hotel Seedamm Plaza Pfäffikon

Was macht nun die Zwergenpartikel für die Hygiene so wertvoll? Sie sind unsichtbar und atmungsaktiv. Aber vor allem erzeugen Nano-Sprays eine Oberflächenspannung, die die Flächen schmutzabweisend machen. Wasser perlt nur so ab, Schmutzpartikel können sich nicht festsetzen. «Die Schmutzhaftung wird um 80 Prozent reduziert», weiss Glöckner. «Die Oberfläche fühlt sich viel glatter an», stellt Nadine Ritter, Leiterin Innere Dienste im «Seedamm Plaza», fest. Sie setzt das Spray «Res-bona» der gleichnamigen Gruppe aus Lahr im Schwarzwald bei den Mitarbeitertoiletten ein. Besprüht werden Lichtschalter, Türgriff, WC-Spülknopf, Toilettendeckel und Toilettenpapierdeckel – Stellen, die besonders schnell bakteriell kontaminiert sind.

Das Nano-Spray senkt die Personalkosten in der Reinigung

Mit erstaunlichem Ergebnis: Der Abklatschtest nach sieben Tagen ergab eine Belastung von lediglich 200 Bakterienkolonien, ohne Nano-Behandlung waren es bis zu 2000, im Durchschnitt 500, ab 3000 ist die Hygienesituation bedenklich. Und ab 200 wird überhaupt von einer Verschmutzung geredet. «Wir können uns so das tägliche Desinfizieren sparen», freut sich Küchenchef Heinz Brassel, der den Nano-Versuch in dem 4-Sterne-Superior-Hotel in die Wege leitete.

Jetzt wird nur noch täglich gereinigt und lediglich einmal die Woche desinfiziert. Danach wird wieder das Nano-Spray aufgetragen, damit die Wirkung erhalten bleibt. «Das halbiert den Arbeitsaufwand und wirkt sich positiv auf die Mitarbeiterkosten aus», ist Brassel überzeugt. Das muss auch sein, denn das Spray schlägt dafür bei den Warenkosten zu Buche: 5 Liter kosten bis zu 400 Franken.

Beim Putzen muss man dann aufs Mikrofasertuch verzichten

Noch teurer sind die Produkte von Solution Glöckner: Ein Liter kostet in Deutschland 120 Euro, die Menge reicht für 300 m^2. In der Schweiz vertreibt die Produkte die Firma Gertsch in Rümlang. Damit die Wirkung der Kleinstpartikel möglichst lange hält, ist die richtige Reinigung das A und O. Weder scharfe alkalische Reinigungsmittel noch der Einsatz von Mikrofasertüchern ist erlaubt. Der Aufwand bei der Mitarbeiterschulung sei nicht zu unterschätzen, meint Brassel. Alte Gewohnheiten müssten über den Haufen geschmissen werden. «Der Reinigungsmitarbeiter hat im Kopf, dass er mit einem Mittel reinigen muss.» Dabei reichen nach der Nano-Behandlung oft einfach ein feuchter Lappen und Wasser. Gemäss Glöckner schaden allgemein Tenside dem Nano-Belag: «Sie machen die gewünschte hohe Oberflächenspannung wieder zunichte.» Textilien müssten mit tensidfreien, zum Beispiel mit phosphathaltigen, Waschmitteln gewaschen werden.

Nachgefragt

Steffen Wengert (43)

Position: Stellvertretender Leiter Abteilung Chemikalien am Bundesamt für Gesundheit

1. Wann ist die Nanotechnologie ein Risiko für die Gesundheit?
Die Gesundheitsrisiken beziehen sich vornehmlich auf Anwendungen und Produkte mit synthetischen Nanopartikeln. «Nanospezifische» Gesundheitsrisiken könnten auftreten, wenn die Nanopartikel aus den Produkten freigesetzt und vom Organismus via Lunge oder über den Verdauungstrakt aufgenommen werden. Wie gefährlich diese Aufnahme ist, hängt von der chemischen Zusammensetzung, Grösse und Oberflächenbeschaffenheit der Partikel ab.

2. Es gibt sogenannte Nano-Sprays, um Oberflächen glatter, weniger schmutzempfindlich und hygienischer zu machen. Ist das bedenklich?
Nano-Produkte für die Oberflächenversiegelung basieren in der Regel auf instabilen Silica-Nanopartikeln (Kolloiden), die auf der Oberfläche einen gleichmässigen Film bilden. Dieser Film kann als unbedenklich betrachtet werden. Mögliche Risiken bestehen allenfalls beim Sprühen mit Treibgassprays. Unabhängig davon, ob eine Nanokomponente enthalten ist, erzeugt jeder Treibgasspray Aerosole, die leicht eingeatmet werden und tief in die Lunge gelangen können. Durch Ausweichen auf Pump-Sprays oder Flüssigprodukte kann das Risiko minimiert werden.

3. Wäre so ein Spray auch im Lebensmittelbereich zugelassen?
Für die Behandlung von Oberflächen, die in Kontakt mit Lebensmitteln stehen, gibt es kein spezifisches Zulassungsverfahren. Die Oberflächen müssen weiterhin den Anforderungen des Lebensmittelrechts genügen.

4. Wird der Nano- den Mikrobereich mal ersetzen?
Ich gehe davon aus, dass es in Zukunft weiterhin Produkte aus beiden Bereichen geben wird. Die Entwicklung weiterer Nanoprodukte wird von der Nachfrage und der Akzeptanz der Konsumenten bestimmt. gsg

Tischwäsche Der Rotwein perlt einfach ab. Ohne Fleck.

Unkonfektionierte Textilien am Laufmeter können auch direkt ab Fabrik mit Nanotechnologie ausgerüstet werden. Das bietet zum Beispiel der Schweizer Hersteller von Hotel- und Gastronomietextilien Schwob an. Nach dem Weben, Bleichen, Färben und Mercerisieren kann das Tischtuch noch ein Nano-Finishing mit speziellen Polymeren erhalten. Dabei wird jede einzelne Faser von den Nanopartikeln umschlossen, erklärt Peter Hilpert, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schwob AG in Burgdorf. Der Effekt ist eine hohe Schmutz- und Wasserresistenz: Wasser perlt ab, Flecken können einfach abgewischt werden. Sämtliche Tischwäsche aus Eigenproduktion bietet Schwob seit 2005 mit diesem Zusatz an. Der Preis liegt 5 Prozent über dem Normalpreis. Allerdings ist die Nachfrage noch eher schwach. Tischwäsche mit Nanotechnologie machte 2007 gerade mal 0,7 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Wer solche einsetzt, will sie aber nicht mehr missen. «Die mit Nanotechnologie ausgestattete Tischwäsche ist genial punkto Schmutzunempfindlichkeit», gibt sich Désirée Bleiker, Direktorin des Jugendstil-Hotels Paxmontana in Flüeli Ranft, begeistert. Vor vier Monaten hat das Hotel auf Nano-Tischwäsche umgestellt. «Rotwein auf dem Tischtuch hinterlässt keinen Fleck mehr.»

«Diese Tischwäsche ist genial punkto Schmutzunempfindlichkeit.»

Désirée Bleiker
Jugendstil-Hotel Paxmontana

Nicht eignen würde sich die Nanobehandlung bei Bettwäsche, so Hilpert. Denn eine so ausgerüstete würde die Feuchtigkeit, die beim Schwitzen während des Schlafens entsteht, nicht aufnehmen. Das Gleiche gilt für Servietten: Wären diese mit einem Nano-Film versehen, könnte man sich nicht mehr den Mund abwischen. Trotzdem gibt es Reinigungstücher auf Nano-Basis. Zum Beispiel von der Firma Aventec in Basel. Ihr «Microfilament» enthält rund 25 Prozent Fasern im Nanobereich. Die Firma führt auch ultraleichte Kimonos (130 g/m^2) für den Wellness-Sektor. Anita Roellinger, Leiterin Hauswirtschaft bei der Adullam Stiftung Basel, ist jedoch von Nano- Putztüchern wenig begeistert: «Das ist zu wenig effizient und hinterlässt Striemen.» gsg

liegenschaften

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

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

Wir sind die Ansprechpartner für
interessante Hotels und Restaurants.

Wir sind auch die Spezialisten für:
- Analysen und Gutachten
- Managementberatung
- Marketing / Verkaufsförderung
- Reorganisationen
- Neu- und Umbauprojekte
- Diskrete Abklärungen

Fax 055/410 41 06

Nous vendons à Sainte-Croix
Hôtel de France
prix de négociation CHF 1.1 Mio.
(mobilier inclus)
- 28 chambres, 3 salles de séminaires
- Café, restaurant, bar, terrasse
- Entièrement rénové et remis à neuf en 1993 (CHF 3 Mio.)
- Location préalable possible avec obligation d'achat

Renseignements et ventes:
Tél. 031 380 23 24

zivag
Zivag Verwaltungen AG
Wattpostrasse 20
3000 Bern 15
zivag@unis.ch

hegglinpartners

Im Auftrag meines Mandaten verkaufe ich in Gossau ZH den prächtigen

Gasthof Löwen

Der weit über die Region hinaus bekannte Gasthof umfasst:
- Restaurant mit zwei Stuben und ca. 74 Plätzen
- Romantischer Garten mit ca. 60 Plätzen
- Lunu-Bar mit ca. 24 Plätzen
- Stübli im OG mit ca. 40 Plätzen
- Löwen-Saal im OG mit Bühne und Office (ca. 95 Plätze bei Bankett- und ca. 150 Plätze bei Theaterbestuhlung)
- Ausbaubarer Dachstock
- Separates Nebengebäude mit klimatisiertem Weinkeller, Economat und ausbaubarem Dachstock
- Rund 350 m² Bauland-Reserve
- Rund 20 Parkplätze direkt vor dem Gasthof

Der bisherige Eigentümer hat den Gasthof laufend und intensiv unterhalten. Die Region Wetzikon / Gossau boomt dank der optimalen Verkehrsanbindung an Zürich. Die Zukunftsaussichten stimmen.

Fragen? Urs Hegglin (044 932 12 12) kennt die (meisten) Antworten.

hegglin partners gmbh • 8620 wetzikon
044 932 12 12 • uh@hegglinpartners.ch

Im Schwarzwald zwischen Titisee und Freiburg
Gasthaus-Pension aus Altersgründen **zu verkaufen.**
Gastraum 70 Pl., NZ. 45 Pl., Terrasse 60 Pl., Kellerbar 70 Pl., 32 Betten, Sauna, Solarium, Wirtswhg., Billard und Dartraum. 2 Bundeskegelbahnen. Inkl. Mobiliar, Parkplätze und Grundstück. Kaufpreis VB nach Besichtigung.
www.gasthaus-pension-hirschen.de
E-Mail: info@wangler.de
T. 0049/7661 - 93020, Fam. Wangler

CEDESI
Ristorante sul lago Lugano con terrazza aperta/chiusa
posti: 30 interni e 45 esterni
Prezzo interessante

Seri interessati scrivere a:
Casella postale 6108
6901 Lugano

G&P Immobilien GmbH
Ein Unternehmen von Gast & Partner

Lokal verankert, europaweit vermarkt –
Ihre diskreten, professionellen Hotel-Immobilienpartner für:
- HOTELVERMITTLUNG für Kaufinteressierte
- INVESTORENVERMITTLUNG für Verkaufsinteressierte
- NACHFOLGEPLANUNGEN ohne Verkauf des Hotels
- NACHFOLGEPLANUNGEN mit Verkauf des Hotels
- UNTERNEHMENSBEWERTUNGEN

Bruchstrasse 20 · CH-6005 Luzern
Tel. +41 (0)41 220 3000 · Fax +41 (0)41 220 3001
www.gastundpartner.ch · immobilien@gastundpartner.ch

So eine Gelegenheit kommt nicht alle Tage

Zu verpachten an Gastgeberpaar auf der Suche nach dem Speziellen

Café/Restaurant und Hotel «zur Dorfbrücke»

– Café/Restaurant	30 Plätze
– Gourmetstübli	16 Plätze
– Schöner alter Saal	80 Plätze
– Gartenterrasse mit Cheminée	55 Plätze

Sechs moderne Hotelzimmer (**) mit 11 Betten, hervorragend eingerichtete Gastronomieküche, Wirtewohnung vorhanden, faire Mietkonditionen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen oder Ihren Anruf unter

Jörg Zahner, Gasterstrasse 1,
8722 Kaltbrunn (SG)
Tel. 055 2935566 / Natel 079 621 2379

IN DER DEUTSCH SCHWEIZ
HOTEL ZU KAUFEN GESUCHT
CD INTERINVEST AG, 4800 Zofingen
Tel. 062/752 17 17 / Fax 062/752 17 20

Im Rahmen einer Nachfolgeregelung bieten wir Ihnen im Auftrag eines Mandanten ein

Hotel / Restaurant

im Simplongebiet
zum Kauf oder zur Miete an.

Der gut geführte Familienbetrieb bietet Ihnen:
- eine solide Erwerbsgrundlage
- eine vielschichtige Gästestruktur
- interessante Ausbaumöglichkeiten

Weitere Informationen erhalten Sie bei uns.

treuhand
marugg+imsand

Gliserallee 1, 3902 Brig-Glis
Telefon 027 922 29 49

www.tmi.ch / info@tmi.ch

anzeigen

Kondomautomat
www.kondomautomat.ch
079 629 29 10 / 079 670 80 05

GASTROTEXT
Ich übersetze Ihre Speisekarte.
www.gastrotext.ch
079 555 05 56

aus- und weiterbildung

Italienisch in Florenz
Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern
Total SFR 790.–

Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.com

Eine 115-Jährige im Look von heute?
Das sind ja ganz neue Seiten!

htr hotelrevue

Une centenaire au look actuel?
Voilà quelque chose d'inédit!

htr hotelrevue

cahier français

htr hotelrevue No 28/29 / 10 juillet 2008

Restaurants d'hôtels
A l'image de Bocuse, des stars de la cuisine prêtent leur nom à des restaurants d'hôtels.
Page 21

Hôtel du Golf à Villars
Le quatre-étoiles a investi plus de 200 000 francs dans des projets environnementaux.
Page 22

Club Med

«Il est prématuré d'envisager le premier coup de pioche d'un Club Med à Verbier en 2009», estime Erminio Eschena, le directeur du Club Med en Suisse.

Bientôt des chalets Club Med à Villars?

Le Club Med projette deux nouvelles implantations en Suisse: un village à Verbier et des chalets privatifs à Villars. Interview d'Erminio Eschena, directeur du Club Med en Suisse.

EMMANUEL MANZI

Le Club Med caresse un important projet dans la station de Verbier (VS). Mais celui-ci est encore loin de voir le jour, même s'il avait été prématurément annoncé pour 2009 de manière erronée. Cela n'empêche cependant pas Erminio Eschena, le directeur du Club Med en Suisse, de mener une nouvelle politique de développement dans les Alpes de Suisse romande, puisqu'il compte également doter la station vaudoise de Villars-sur-Ollon de chalets privatifs.

Est-ce sensé d'affirmer que le Club Med ouvrira un village à Verbier en 2009?
Non, il est prématuré d'envisager le premier coup de pioche d'un Club Med à Verbier en 2009. Nous n'en sommes en effet qu'à la phase de négociations avec les autorités locales. Pour l'instant, nous en sommes encore à l'étude des droits de construction et à la prospection des parcelles de terrains disponibles. Ce que l'on peut déjà dire, c'est que ce centre pourrait ressembler à celui de Villars-sur-Ollon, avec une capacité d'accueil d'environ 500 lits.

Pourquoi avoir choisi Verbier?
Depuis 2002-03, le Club Med souhaite créer de nouvelles structures hôtelières dans les Alpes suisses car la clientèle touristique qui y séjourne correspond bien à nos services. Cela d'autant plus que notre nouvelle stratégie de développement se concentre sur le haut de gamme. Dans ce sens-là, Verbier correspond parfaitement à notre élan novateur. Nous avons fermé plusieurs centres, nous en avons rénové d'autres et nous projetons d'en ouvrir de nouveaux…

On n'est donc plus du tout à l'époque «des Bronzés font du ski»…
Depuis sa création dans les années cinquante, le Club Med a toujours été le miroir de la société occidentale. Les soixante-huitards se sont mués en cadres et la clientèle du Club Med est devenue beaucoup plus exigeante.

> «Verbier correspond parfaitement à notre élan novateur.»
> **Erminio Eschena**
> Directeur du Club Med en Suisse

Quelles sont justement les nouvelles attentes des clients?
L'altitude est un facteur important pour un enneigement assuré à l'heure du réchauffement de la planète. La facilité d'accès aux domaines skiables en est un autre. Nos clients veulent pouvoir sortir de leur hôtel, skis aux pieds, pour prendre les remontées mécaniques. Ils désirent pouvoir bénéficier de toute une gamme de soins de remise en forme et de relaxation. Avec des chambres d'hôtel et des espaces communs spacieux. En Suisse, la clientèle touristique tolère difficilement que le budget qu'on leur propose au départ soit dépassé.

D'où proviennent vos touristes en Suisse romande?
Notre clientèle provient aussi bien de Suisse romande que de Suisse alémanique. En outre, nous accueillons en majorité des touristes français, belges, italiens, anglais et russes. Ce sont pour la plupart des cadres qui débarquent avec leur famille. Le mélange des nationalités est l'un des attraits de nos villages Club Med car il permet l'échange entre nos hôtes.

Vous caressez aussi le projet de construire des demeures privatives…
Nous voulons construire à Villars-sur-Ollon des chalets privatifs dont les propriétaires pourront bénéficier de l'encadrement et des infrastructures de notre village Club Med déjà implanté dans la station. Nous sommes d'autant plus désireux de concrétiser ce projet que ce nouveau concept a déjà recueilli un franc succès auprès de notre clientèle avec des villas privatives associées à un second village récemment ouvert sur l'Ile Maurice.

Pourquoi avez-vous déplacé votre centre stratégique de Zurich à Genève?
J'ai été nommé directeur général du Club Med pour la Suisse en 2006. A ce titre, j'ai voulu rassembler en un même lieu toutes nos forces de travail pour une meilleure synergie.

Un restaurant nocturne unique en Valais

Pas banal en Valais: un restaurant de Sierre sert à manger tout au long de la nuit, jusqu'à 7 h. du matin. Le patron de «Chez Toto» raconte son expérience.

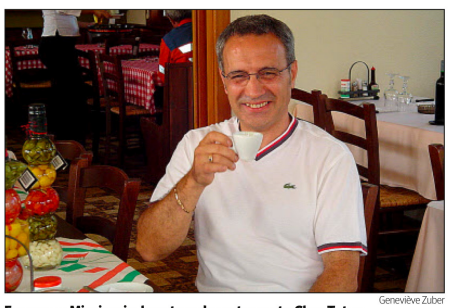
GENEVIÈVE ZUBER

Un établissement affichant une carte nocturne avec une kyrielle de plats chauds (spaghettis, pizzas, poissons, fruits de mer, viandes…) dans une petite ville comme Sierre, est-ce bien raisonnable? Lorsque la pizzeria «Chez Toto» s'est lancée en 2005 dans la restauration de nuit, les commentaires étaient dubitatifs. Puis sans bruit ni publicité, cette première valaisanne s'est transformée en expérience durable. Francesco Miscioscia, le patron, a donc réussi son pari: «Sierre n'est pas une ville morte la nuit! A partir de 22 h., voire plus tôt parfois, les restaurants ne servent plus à manger. Or, il y a une demande!» Jusque vers 1h. du matin, son restaurant accueille des gens de tous âges, sans profil particulier. Leur succèdent les fêtards venus manger un morceau à la sortie des boîtes de Sierre, mais aussi de Sion et du Haut-Plateau.

En fait, «Chez Toto» réalise davantage d'affaires la nuit que le jour. Pour compenser les salaires de nuit, plus élevés, les prix des boissons sont majorés de 1,50 franc et ceux des plats de 3 francs par rapport aux prix pratiqués la journée.

Selon le règlement de police sierrois, les établissements doivent être fermés de 1 h. à 5 h. du matin. «Chez Toto» a obtenu une dérogation lui permettant d'ouvrir jusqu'à 7 h. du matin, l'établissement se situant à l'écart des habitations et disposant de places de parcs en suffisance. La réputation de Francesco Miscioscia, un professionnel sachant faire régner l'ordre, a aussi joué en sa faveur pour obtenir cette autorisation. Et la police municipale confirme que, effectivement, pendant ces trois ans, «Chez Toto» n'a pas posé de problème particulier. Pour parvenir à ce résultat, Francesco Miscioscia s'est fixé une ligne à laquelle il tient: «Les clients viennent chez nous pour manger et non pas pour boire! Nous refusons de servir les personnes avinées ou qui se tiendraient mal. D'autre part, nous ne servons pas d'alcool aux jeunes qui ne sont pas en âge d'en consommer. Nous demandons les cartes d'identité. Nous sommes très stricts et ce n'est pas toujours facile avec le monde de la nuit. Il arrive que nous nous fassions insulter…»

Et s'il a réussi, il estime que cela tient aussi à une raison plus gastronomique: «Il ne faut pas se ficher des clients! Si l'on prétend servir de la restauration chaude la nuit, il ne pas faut se contenter de deux pizzas et de trois plats de pâtes. La carte des menus doit être à la hauteur!»



Geneviève Zuber

Francesco Miscioscia, le patron du restaurant «Chez Toto» à Sierre, propose une restauration chaude jusqu'à 7 heures du matin.

© 2017 The Coca-Cola Company. «Coca-Cola», «Coke», «Coca-Cola light», «Coke light», «Coca-Cola zero», «Coke zero», the Dynamic Ribbon and the Contour Bottle are registered trademarks of The Coca-Cola Company.

Hôtel EastWest

Les frères Pourcel, enfants terribles de la gastronomie française, ont notamment décliné leur concept à Londres, à Shanghaï et à l'Hôtel EastWest de Genève.

Des stars aux fourneaux

Les collaborations entre chefs prestigieux et hôtels étoilés se multiplient. La Suisse romande n'échappe pas à cette tendance

ALEXANDRE NICOULIN

Le Four Season's de New York qui installe Joël Robuchon dans ses cuisines. L'Hôtel Lancaster de Paris et Michel Troisgros, les exemples sont désormais nombreux. A Genève, l'Hôtel EastWest ainsi que le Mandarin Oriental Hôtel du Rhône tentent tous deux l'expérience.

«Au départ, nous n'avions pas nécessairement opté pour un nom célèbre. Nous étions en effet ouverts à tout», déclare Marc-Antoine Nissille, le directeur général d'EastWest. En quête d'inspiration au moment de lancer son restaurant, il avait entamé un périple européen «afin de voir ce que faisaient les autres». A Londres, il visite un des restaurants des frères Pourcel. Cela a été le coup de foudre immédiat. Germe alors l'idée d'une collaboration, la démarche culinaire des deux frères jumeaux épousant le concept d'EastWest qui se veut la rencontre entre l'Orient et l'Occident.

«Ce genre de collaboration comporte quelques risques», sourit le directeur d'EastWest. «D'une part, les clients comparent avec d'autres restaurants des Pourcel et l'on s'expose à des commentaires du genre «ce n'est pas la même chose que le Pourcel de Shanghaï». D'autre part, étant donné qu'il s'agit d'un nom connu, les gens en attendent parfois beaucoup… voire même à ce qu'on leur serve des légumes qui n'existent pas.»

Les montants de telles collaborations restent secrets

«Les frères Pourcel sont très arrangeants et nous le sommes également», affirme Marc-Antoine Nissille. Ainsi, la carte est élaborée sur la base d'un dialogue. Rien n'est imposé, ni d'un côté, ni de l'autre. Et combien faut-il débourser pour s'offrir les deux enfants terribles de la gastronomie française? «Je ne veux pas articuler de chiffres, disons simplement qu'une partie est fixe et que l'autre est variable», relève Marc-Antoine Nissille.

> «Le concept du Sud de Paul Bocuse nous a vraiment séduit.»
>
> **François Mathieu**
> Directeur-adjoint de l'Hôtel du Rhône

Au Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, ce sont deux collaborations qui verront le jour ces prochaines semaines. Tout d'abord avec Vineet Bhatia, fameux pour avoir été le premier chef indien à récolter une toque au Guide du Michelin, puis avec Paul Bocuse, qui ouvrira le Sud, dont la carte sera la réplique quasi-parfaite de sa célèbre brasserie lyonnaise.

«Les hôteliers doivent rester humbles», déclare François Mathieu, le directeur-adjoint du Mandarin Oriental Hôtel du Rhône. Après qu'une étude de marché convainque le prestigieux établissement du quai Turrettini d'ouvrir un restaurant indien, «force était d'admettre qu'il nous manquait les compétences nécessaires», poursuit-il.

«Notre contrat avec Vineet Bhatia porte sur la carte mais également sur un apport know-how, sur la formation d'un chef, la sélection du matériel et du personnel. De même, il a dessiné les cuisines, a choisi la vaisselle, les fours, le grill etc…», précise encore François Mathieu.

La force de séduction du concept de Paul Bocuse

En Franck Ferigutti, déjà à la tête des deux précédents restaurants, le Mandarin Oriental Hôtel du Rhône possède la personne indiquée pour diriger une brasserie méditerranéenne. Alors pourquoi se tourner vers Paul Bocuse? «Il ne s'agit pas d'une opération de marketing. Le concept du Sud nous a vraiment séduit», répond François Mathieu.

Marc-Antoine Nissille et François Mathieu s'accordent sur un point: l'hôtellerie a évolué. «Il y a tant de métiers dans la branche, tant de corporations. La sous-traitance s'impose de plus en plus. Cela a commencé avec le linge», déclare Marc-Antoine Nissille. «Les frères Pourcel me rassurent et m'apportent un savoir-faire qui est reconnu. D'une certaine manière, je me débarrasse d'un problème», conclut-il.

Kadi

En Suisse, Paul Bocuse travaille notamment avec Kadi et l'Hôtel du Rhône de Genève.

Genève: premiers jours sans fumée

Entrée en vigueur le 1er juillet, l'interdiction de fumer dans les établissements publics de Genève a été, dans l'ensemble, bien acceptée par les clients.

HÉLÈNE KOCH

Avec le beau temps et l'alternative des terrasses, les clients, dans l'ensemble, se plient facilement à la nouvelle interdiction de fumer qui est entrée en vigueur le 1er juillet à Genève. Et cela aussi bien au centre-ville que dans les quartiers plus populaires. Certains établissements ont toutefois perdu des clients. «Pour le moment cela se passe bien mais il faudra voir cet hiver», estime Sophie Marielle, employée au restaurant La Broche. Même son de cloche à L'Ô à la Bouche, situé dans le quartier de la Servette. Avec la même raison invoquée: c'est l'été et il fait beau. L'établissement peut en outre compter sur une terrasse qui a l'avantage de ne pas comporter d'appartements situés immédiatement au-dessus, ce qui élimine le problème d'éventuelles protestations des voisins.

Alain D. Boillat

La cigarette s'est éteinte en douceur à Genève.

«D'ici l'hiver, les clients se seront habitués»

La clientèle de la brasserie Lipp, au centre-ville, a également bien réagi, même si de nombreux habitués fumaient volontiers un cigare après leur repas ou avec leur café. «Nous avons une terrasse et, d'ici l'hiver, les clients se seront habitués», estime Pascal Bortoli, directeur de la restauration chez Lipp. A L'Intermezzo du Mandarin Oriental, restaurant provisoire ouvert depuis octobre 2007, il a toujours été interdit de fumer. Il y a eu des discussions au sein de l'hôtel concernant les terrasses parisiennes mais, renseignements pris, elles sont considérées comme des espaces fermés par la police du commerce. «Tout l'établissement est devenu non fumeur. Même le local fumeur qui était destiné au staff a été supprimé», indique Pauline Sizorn, du service marketing de l'hôtel.

«Boire une bière sans fumer, ce n'est pas la même chose»

D'autres établissements avaient également anticipé l'interdiction de la fumée, parfois avant même le résultat de la votation du 24 février. A l'Ô à la Bouche, la salle du restaurant est ainsi devenue non fumeur depuis le 1er janvier tandis que seule la salle du bistrot permettait encore d'en griller une. Et cela malgré une clientèle où les fumeurs étaient majoritaires, «à 60%» estime le gérant-propriétaire, Yves Delfosse. L'Auberge du Creux de Genthod avait également anticipé l'entrée en vigueur de la loi de plusieurs mois, en bannissant entièrement la fumée en mars.

A La Potinière, située à deux pas de l'horloge fleurie, l'information semble avoir bien passé, même auprès des touristes. Et la mesure est bien accueillie, même lors d'une journée comme dimanche passé où des pluies diluviennes rendaient la terrasse inutilisable. «Beaucoup de gens qui viennent pour boire un verre souhaitent un endroit sans fumée», constate Dirham Vickollari, un des employés. En revanche, d'autres établissements connaissent une baisse de fréquentation, dont certains bistrots où il a ses habitudes en tant que client: «Boire une bière sans fumer, ce n'est pas même chose», estime-t-il.

Matteo Apicella, le gérant du Radar de Poche, fait partie de ceux qui jugent cette nouvelle loi «négative». Son établissement est dépourvu de terrasse et il a déjà perdu des habitués: «J'avais entre 10 et 15 personnes qui venaient prendre le café chaque matin et qui ne viennent plus maintenant». Au Grand Quai, le restaurant de l'Hôtel Métropole, certains clients manifestent au contraire leur satisfaction de pouvoir savourer leur repas dans une atmosphère sans fumée.

En bref

Suisse

«Bed & Breakfast Switzerland»: premiers résultats

Ce ne sont pas moins de 263 566 nuitées qui ont été enregistrées en 2007 par les membres de l'organisation «Bed and Breakfast Switzerland», a annoncé cette dernière. C'est la première fois que l'organisation Bed and Breakfast Switzerland, «chargée de regrouper, soutenir et promouvoir les hébergements chez l'habitant avec petit-déjeuner en Suisse (B&B)», a présenté ses résultats annuels. «Ceux-ci corroborent les chiffres exceptionnels de l'hôtellerie suisse dans son ensemble pour 2007: l'Office fédéral de la statistique a en effet dénombré l'année dernière 36,364 millions de nuitées, soit une croissance de 4,4% par rapport à 2006», a précisé l'organisation. Celle-ci regroupe 712 établissements, représentant 2135 chambres et 4482 lits. Les cantons du Valais et de Vaud arrivent en tête avec respectivement 834 et 688 lits. lm

Vaud

Alpes vaudoises: la gratuité jusqu'à 9 ans s'étend

Swiss-Image

L'opération «C'est 0 franc, jusqu'à 9 ans» dans les **Alpes vaudoises** inclut désormais l'hébergement également en été, ainsi que les remontées mécaniques. Suite au succès de cette offre lancée en hiver 2005, les partenaires touristiques élargissent leur prestation à la saison d'été. Les enfants peuvent emprunter les remontées mécaniques et séjourner gratuitement dans l'un des établissements participant à l'opération. Du cinq-étoiles au camping, près de quarante prestataires ont joué le jeu. Ces offres sont valables à Villars-sur-Ollon, Gryon, Château-d'Œx, Rougemont, Leysin, Les Mosses et Les Diablerets. hk

Genève

«Host City Cup»: Genève remporte la 3e édition

Genève Tourisme

L'**équipe de Genève** a remporté la 3e édition de la «Host City Cup» qui s'est déroulée samedi sur les terrains de la FIFA à Zurich. On rappellera que cette compétition réunit les sites d'accueil suisses de l'Euro 2008, à savoir Bâle, Berne, Zurich et Genève, pour un tournoi de football. Après avoir terminé sur la troisième marche du podium lors des deux précédentes éditions, Genève a cette fois-ci remporté la finale contre Bâle, à la toute dernière minute, sur le score final de 3 à 2. François Bryand, le directeur de Genève Tourisme, a annoncé la remise en jeu du trophée, l'année prochaine, à l'occasion de la 4e édition de la «Host City Cup» qui se tiendra à Genève. lm

htr hotelrevue
No 28/29 / 10 juillet 2008

Une histoire d'eau «écolo»

L'Hôtel du Golf, à Villars, a investi plus de 220 000 francs pour gérer l'eau autrement. Une révolution verte avec, à la clé, de substantielles économies.

GENEVIÈVE ZUBER

Hôtel du Golf

Une nouvelle gestion de l'eau a permis à l'Hôtel du Golf, à Villars-sur-Ollon (VD), de diminuer d'un tiers sa consommation en eau courante.

En tant que gros consommateurs d'énergie, les hôtels se doivent de donner l'exemple en ayant une politique environnementale et en gérant l'énergie le plus rationnellement possible.» Tel est le credo de Sébastien Angelini, de la direction de l'Hôtel du Golf à Villars-sur-Ollon. Cet établissement quatre étoiles a misé, lui, sur une nouvelle politique de l'eau, réalisant par étape et sur trois ans, trois projets de valorisation de l'or bleu pour un investissement total de plus de 220 000 francs. Résultat: la consommation d'eau courante a diminué d'un tiers, sa dureté calcaire a chuté de 80 à 90% et enfin, depuis quelques semaines, l'eau chaude coûte deux fois moins cher grâce au préchauffage par énergie solaire.

Pour réaliser des économies d'énergie, c'est connu: il faut d'abord améliorer l'isolation et les performances de l'enveloppe du bâtiment, des travaux que l'Hôtel du Golf avait déjà effectués précédemment. Une fois ces travaux amortis, c'est la question de l'eau qui s'est imposée comme prioritaire, les hôtels étant particulièrement gourmands, en eau chaude ou froide. La famille Angelini a commencé par équiper d'économiseurs d'eau tous les lavabos, douches et autres bidets des 70 chambres ainsi que des locaux publics et de service.

G. Zuber

Sébastien Angelini goûtant le sel naturel de Bex servant à purifier l'eau de l'Hôtel du Golf.

Ensuite, ils ont décidé de purifier l'eau en utilisant un agent anticalcaire 100% naturel: le sel alpin extrait à Bex, tout près de Villars-sur-Ollon. Sébastien Angelini: «Nos besoins en sel se montent à trois tonnes par an, ce qui n'est pas rien. En nous approvisionnant sur le marché local, nous réduisons les coûts du transport et l'impact environnemental liés à ce poste.» Depuis, la consommation de produits chimiques et d'entretien a notablement diminué. Les produits anticalcaires et les agents corrosifs ne sont pratiquement plus nécessaires. Le rendement énergétique des corps de chauffe des huit machines à laver de l'hôtel est meilleur. L'eau, moins dure, rend les linges plus moelleux et ménage également tout le matériel d'usage courant qui a ainsi une durée de vie plus longue. Enfin, cette eau ainsi filtrée est plus agréable à boire et dessèche moins la peau lors de douches ou de bains.

> «Au niveau de l'environnement, les hôtels se doivent de donner l'exemple.»
>
> **Sébastien Angelini**
> Membre de la direction de l'Hôtel du Golf

La dernière innovation en matière d'eau, et la plus conséquente, a été l'installation d'un système de préchauffage solaire de l'eau. Douze panneaux solaires ont été posés sur le toit. Un circuit interne avec échangeur thermique permet de préchauffer entre 60 et 65 degrés l'eau de la montagne qui arrive à 6 degrés par les conduites. Quelque 4500 litres d'eau préchauffés peuvent être stockés dans de grandes cuves dans les sous-sols. Près de la moitié des besoins en eau chaude sont ainsi couverts.

Avec la flambée des prix de l'énergie, la famille Angelini estime avoir fait des choix judicieux sur le plan des charges (lire encadré). «Etant donné l'évolution de la sensibilité des clients», ajoute Sébastien Angelini, nous allons utiliser notre politique énergétique et environnementale comme argument marketing.»

L'Hôtel du Golf ne compte d'ailleurs pas s'arrêter en si bon chemin: l'espace wellness qui sera construit en 2009 sera chauffé au solaire. Suivra l'aménagement d'une piscine biologique en plein air où l'eau sera filtrée naturellement, sans apport de produit chimique. Un toit de verre amovible permettra de l'utiliser en dehors de l'été; l'air et l'eau y seront chauffés grâce au solaire thermique et photovoltaïque. Et Sébastien Angelini de conclure: «Si nous pouvons développer une telle politique environnementale, c'est parce nous sommes un hôtel indépendant. Nous pouvons décider de nos choix. Nous sommes en effet libres d'affecter une partie de notre marge au financement d'innovations de ce type, ce qui n'est guère possible si vous appartenez à une chaîne.»

Hôtel du Golf

Les 80 m² de panneaux solaires, posés sur les pans intérieurs des toits de l'Hôtel du Golf, sont invisibles de l'extérieur.

Les chiffres clés de l'«opération eau» à l'Hôtel du Golf

Les régulateurs de pression aux sorties d'eau: 220 pièces installées pour un coût de 3000 francs. Economie de 30% du volume d'eau débité par minute.
La purification de l'eau avec du sel de Bex 100% naturel: coût de l'installation du système, 60 000 francs pour des bénéfices au niveau des finances, de l'environnement et du bien-être.
Le système de préchauffage de l'eau solaire: 160 000 francs d'investissement dont 19 000 francs de subside cantonal. L'amortissement, prévu en 7 ans et demi, s'est déjà réduit à 4 ans avec la hausse des prix du mazout. Economies prévues: près de 50% du coût du chauffage de l'eau. gz

Couvet: un rénovation aux normes Minergie

Grâce a des travaux de rénovation adaptés aux normes Minergie l'Hôtel de l'Aigle, à Couvet (NE), économise désormais 40% de sa consommation d'énergie.

VALÉRIE MARCHAND

Le patron Matthias von Wyss n'est jamais à court d'idées originales.

Photos Valérie Marchand

Les derniers travaux de rénovation ont permis à l'Hôtel de l'Aigle, à Couvet, de réduire de 40% sa consommation d'énergie.

Jamais à cours d'idées originales, Matthias von Wyss, le directeur de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet, dans le Val-de-Travers, a transformé son établissement aux normes Minergie. Grâce aux travaux de rénovation, cette hostellerie du 18e siècle réalise désormais des économies d'énergie de l'ordre de 40%! Le chantier a débuté au début du mois d'avril de cette année et a été achevé à la fin du mois de juin. Le coût total de ces travaux de rénovation s'est élevé à environ 400 000 francs. Avec la pose de 18 m² de panneaux solaires, l'isolation complète du toit, la rénovation de la charpente, le remplacement d'anciennes lucarnes construites au début du 20e siècle par des velux, l'Hôtel de l'Aigle a retrouvé un regain de dynamisme. Sans oublier l'installation d'une chaudière à pellets.

Cette rénovation s'intègre dans la politique de l'entreprise qui se veut non seulement innovatrice, mais également proche de l'environnement. Les pellets de la chaudière proviennent de Saint-Sulpice, un village situé non loin de l'hôtel évitant ainsi le transport par camions sur de nombreux kilomètres. Dans le même soucis d'éviter le déplacement de véhicules polluants, les mets sont préparés essentiellement avec des ingérdients de la région. De même, les produits de nettoyage utilisés quotidiennement sont également respectueux de l'environnement.

Le bâtiment, qui date de 1778, a été transformé en hôtel en 1899

Ancien restaurant reconstruit en 1778 à la suite d'un incendie, le bâtiment de l'Hôtel de l'Aigle a été transformé en hôtel en 1899. Rendez-vous incontournable des voyageurs, il était également le lieu où se consommait l'absinthe. Une distillerie artisanale se trouvait jadis non loin de là. La «fée verte» devait cependant été légalement interdite en 1910. Cette boisson avait en effet été considérée comme trop dangereuse pour la santé. Ce n'est qu'en 2001, que le patron de la distillerie Blackmint de Môtiers (NE), déjà producteur depuis 1990 d'un succédané de la fée verte, La Rincette, a reçu les autorisations fédérale et cantonale d'élaborer à nouveau un véritable extrait d'absinthe.

L'Hôtel de l'Aigle favorise l'esprit d'initiative des apprentis

C'est également à l'Hôtel de l'Aigle que les apprentis peuvent chaque année avoir la responsabilité de s'occuper, seuls, de la bonne gestion de l'hôtel pendant cinq jours. Ces journées ont pour but d'élargir les compétences des apprentis. Ces derniers ont ainsi l'opportunité de se mettre dans la peau d'employés chevronnés, vivre d'heure en heure les mêmes expériences tout en laissant aussi libre cours à leur imagination et à leur fantaisie. Le but de cette démarche est de faire progresser chaque jeune dans l'évolution de son apprentissage et de favoriser son indépendance et son esprit d'initiative.

Cépages: le Valais devrait être débouté

Que l'on écrive «Petite Arvine» et que le consommateur comprenne «vin valaisan AOC» paraît un combat perdu d'avance à Berne.

PIERRE THOMAS

C'est un peu la même dispute que pour la raclette. Au plus haut niveau, les Valaisans se sont faits débouter dans leur volonté d'imposer au reste du monde leur manière de concevoir ce plat du seul fait de l'utilisation d'un fromage authentique, tandis qu'ils pourront continuer à défendre le «fromage à raclette AOC du Valais».

Pour les vins, même réflexion. La procédure de consultation vient de se terminer et les Valaisans ne devraient pas obtenir raison. L'affaire est pour le moins complexe. Elle joue en effet, au travers d'ordonnances de PA 2011 (la politique agricole à venir), les prolongations de la législation sur le vin, qui est déjà entrée en vigueur le 1er janvier, et relève de deux départements de la Confédération, celui de l'Economie et celui l'Intérieur.

Origine ou cépage, deux mots à ne pas confondre

Le canton du Valais aurait voulu que la Petite Arvine, le Cornalin, l'Humagne, la Rèze, le Johannisberg, la Malvoisie, le Païen/Heida, l'Amigne et l'Ermitage, que l'on écrit avec ou sans h majuscule, fassent partie des «dénominations traditionnelles» et soient limités au seul Vieux-Pays. De plus, ces noms auraient dû être réservés aux seuls vins du haut du panier, c'est-à-dire les appellations d'origine contrôlées (AOC), pour éviter que le produit de ces cépages soit dévalorisé par les «vins de pays» (VdeP).

> Le Valais aurait voulu que la Petite Arvine, l'Amigne, la Malvoisie, etc… soient limitées au seul Vieux-Pays.

Le nom du cépage peut être accolé à un identifiant géographique

La nouvelle législation sur les vins a remis un peu d'ordre dans la hiérarchie des vins suisses: les appellations d'origine contrôlées sont de compétence cantonale, alors que les «vins de pays» sont tantôt de compétence cantonale, tantôt de compétence fédérale avec un régime permettant désormais de produire davantage. Quant aux «vins de table», ils ne sont soumis à aucune limitation. Les deux premières catégories peuvent indiquer le cépage et le millésime des vins, tandis que les vins de table n'y ont pas droit.

Sur le fond, on relèvera que la législation fait la distinction entre les cépages, dont les noms ne sont pas protégeables, et la provenance des vins. Mais pas question, estime Berne, de lier les premiers à la seconde. En revanche, rien n'empêche, aujourd'hui déjà, de véhiculer le nom d'un cépage accolé à un identifiant géographique, comme «Petite Arvine du Valais», forcément AOC, puisque la mention du canton n'est permise qu'à ce niveau.

> C'est un cas similaire à celui de la raclette que le canton du Valais voulait également protéger.

La Suisse a un train de retard par rapport à l'Union européenne

Certaines «dénominations traditionnelles» sont aussi protégées (Dôle, Fendant, Goron, réservés au Valais, Dorin et Salvagnin vaudois, Nostrano tessinois). On pourrait y adjoindre des synonymes locaux de cépages, comme, pour le Valais, le Païen/Heida (savagnin blanc), l'(H)ermitage (marsanne), le Johannisberg (sylvaner), la Malvoisie (pinot gris), le Klevner (pinot noir) alémanique, et, demandent les Vaudois, le Plant-Robert (gamay de Lavaux).

Pour corser l'histoire, la Suisse a un train de retard. Dès le 1er août prochain, l'Union européenne se dote d'une nouvelle «organisation commune du marché». Pas moins de 88 (!) préceptes économico-techniques introduisent le détail d'application de la nouvelle législation.

L'Europe est prête à reconnaître des «mentions traditionnelles»

L'Europe distinguera désormais des «appellations d'origine protégée» (AOP, ex-AOC), des «indications géographiques de provenance» (IGP, ex-VdeP) et des vins sans indication (ex-vins de table) avec, dans tous les cas de figure, le millésime et le cépage. La Commission européenne exige des pays membres qu'ils fournissent tous les documents pour établir les appellations d'origine protégée et les indications géographiques de provenance, «faute de quoi il est approprié de leur retirer la protection dont elles peuvent bénéficier.»

L'Europe est également prête à reconnaître des «mentions traditionnelles» à protéger. Mais, pour les «vins de table», la Suisse, qui permettait naguère la mention du cépage et du millésime, a banni ces deux éléments que l'Union européenne introduit pour lutter contre la concurrence du Nouveau Monde. La Suisse a un coup de retard: la mise à jour, ce sera pour une prochaine fois…

La législation fait la distinction entre les cépages et la provenance des vins. Mais pas question, estime Berne, de lier les premiers à la seconde. (dr)

PUBLIREPORTAGE

Investissements et modernisation aux «Roches»

Dès cet automne, l'école hôtelière «Les Roches» dévoilera ses nouveaux bâtiments sur les hauteurs de Crans-Montana en Valais. L'établissement confirme sa volonté de garantir un enseignement de qualité dans un environnement en adéquation avec le monde hôtellier. Rencontre avec son Directeur Général M. Arie A. J. van der Spek.

Depuis plus de 30 ans, «Les Roches International School of Hotel Management» s'est engagée à former les étudiants au-delà des cours en leur offrant un cadre éducatif leur permettant de développer leur créativité, leur éthique professionnelle, leur culture internationale, leur leadership ainsi que toutes autres compétences clés essentielles pour réussir une vie professionnelle et privée.

L'hôtellerie et le tourisme représentent le plus grand employeur au monde offrant de nombreuses opportunités d'emplois dans les domaines des hôtels, des restaurants, des voyages, des loisirs, du bien-être et dans beaucoup d'autres secteurs de l'industrie tertiaire.

Ce secteur est amené à se développer et à évoluer sans cesse. Face à ce renouvellement constant, «Les Roches» s'adapte et se transforme afin de garantir ses standards et de maintenir sa position parmi les leaders de la formation hôtelière. En 2007, elle a été classée par les recruteurs des chaînes hôtelières internationales parmi les trois meilleures école hôtelières au monde pour une carrière internationale (TNS, UK, Enquête globale).

«La route vers le succès évolue constamment»
Arie A. J. van der Spek
CEO / Directeur Général Les Roches

Quels sont vos projets pour l'école hôtellière «Les Roches» basée en Valais ?
L'hôtellerie a changé de façon spectaculaire avec une toute nouvelle dimension donnée au design, à la technologie, à l'e-commerce, aux stratégies internationales et aux investissements à long terme. Les rôles traditionnels ont changé et de nouveaux rôles ont été créés. C'est pourquoi nous avons décidé d'investir. Les étapes les plus importantes pour cette année sont :
- la construction d'une nouvelle aile au bâtiment principal abritant des salles de classe à la pointe de la technologie pouvant accueillir jusqu'à 240 étudiants ainsi que de nouveaux bureaux pour le corps enseignant.
- la mise à jour de l'ensemble des infrastructures sportives. Cela comprend la création d'un nouveau terrain de football, d'un terrain de basketball ainsi que deux courts dédiés à la pratique du volleyball et du badminton.
- la construction de deux grandes résidences d'une capacité de 248 lits.

En investissant 100 millions, l'école hôtelière compte rester une des meilleures écoles au monde.

- l'agrandissement du lobby principal et la création de nouveaux espaces de restauration ainsi qu'une terrasse supplémentaire. Notre plan d'investissements comprend également la création d'autres bâtiments pour des salles de classe, des logements pour étudiants et un dernier pour notre restaurant « A la carte ».

Quel est le coût global estimé de ces projets ?
Nous allons investir environ 100 millions de francs suisse dans ce projet, le tout réparti sur une période de trois ans. Ce capital provient uniquement de fonds privés garantis par la société propriétaire «Laureate Education Inc.», le plus grand groupe d'universités privées au monde.

Ce projet d'expansion est-il obligatoire pour vous ?
Ce projet d'expansion fait partie de notre stratégie pour soutenir la croissance de notre université, pour maintenir notre qualité, pour garantir notre réputation comme l'une des meilleures écoles au monde et pour offrir une formation hôtelière efficiente.
L'année dernière, nous avons ouvert une nouvelle bibliothèque d'une capacité de 11'000 livres et de 2'000 CDs. La rénovation de certains de nos bâtiments fait également partie d'un processus standard de rotation annuelle.

Quel sera l'esprit de cette «nouvelle» université ?
Un environnement de vie et de travail jeune, international et moderne, le tout dans le décor idyllique des montagnes. La route vers le succès évolue constamment.

Comment voyez-vous l'école «Les Roches» dans 5 ans ?
Toujours innovatrice et en parfaite corrélation avec le monde hôtelier. Nous allons aussi poursuivre notre développement au sein de notre vaste réseau international comme nous l'avons déjà commencé avec Marbella (Espagne), Shanghai (Chine), Chicago (USA), Manille (Philippines) et Amman (Jordanie).

la «der»

htr hotel revue No 28/29 / 10 juillet 2008

«Nos besoins en sel pour purifier l'eau en utilisant un agent anticalcaire se montent à trois tonnes par an.»
Sébastien Angelini (page 22)

24

Jusqu'au 31 août, **Vevey** a aussi sa plage de sable au bas de la place du Marché.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Photos Jean-Jacques Ethenoz

A l'image de «Paris plage» dans la capitale française, Vevey possède désormais elle aussi une **plage de sable** artificielle.

Vevey a aussi sa plage artificielle

La plage estivale de Vevey, avec bar-lounge couvert, chaises longues, palmiers, pistes de pétanque et terrain de beach volley, fait la joie des habitants de la Riviera à l'heure de l'apéro et enchante les touristes. Une initiative privée dans laquelle une société a investi 150 000 francs et où la commune y participe à raison de 50 000 francs.

Sur les rochers le long des quais, Vevey a aussi ses chaises. Plantées à même les rochers, elles réjouissent elles aussi leurs utilisateurs quasiment les pieds dans l'eau. Là aussi, la commune a soutenu une initiative privée en commandant à «l'inventeur» du système une dizaine de modules. Vevey sait ainsi se montrer originale et attractive, en complément des activités de la Société de développement créée pour mener les animations, notamment les Marchés folkloriques qui débutent ce prochain samedi.

La plage de sable qui enchante la population et les touristes est due à une initiative privée.

Mais cela n'empêche pas la grogne. Dans les travées du Conseil communal notamment. On s'y offusque que la Municipalité n'ait pas consulté les membres pour soutenir «la plage» à hauteur de 50 000 francs alors même qu'elle n'avait pas à le faire puisque cette somme est de compétence municipale. Mais il y a plus grave: l'abandon de la mention Vevey au profit de Riviera au fronton de l'office du tourisme de la région fait aussi problème. Des conseillers ont ainsi demandé qu'une enquête de satisfaction soit menée auprès des partenaires à ce propos.

Plusieurs chaises ont été «plantées» à même les rochers.

Des grincheux? Pas seulement: «Il faut bien admettre que, déjà lors du désengagement de Montreux-Vevey Tourisme de la vie et des animations locales, la communication n'a pas très bien fonctionné», constate Pierre Smets, Monsieur Communication de Vevey, qui n'était pas en poste lors de ce désengagement.

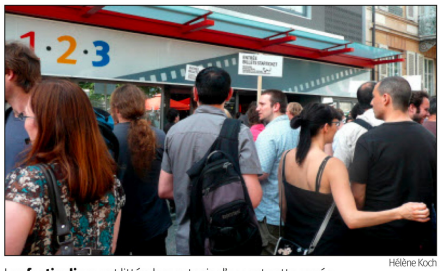
Christophe Ming, de la direction de l'Hôtel Astra, est pour sa part moins nuancé. Il connaît les mentalités des politiciens locaux pour en avoir fait partie et, pour lui, «oui, ce sont des grincheux qui n'ont pas admis de ne pas être consultés à ce propos, ce qui aurait pris… quelques années d'explications».

Directeur de Montreux-Vevey Tourisme, Harry John ne comprend pas cette grogne. «J'ai expliqué la raison de ce changement à ceux qui me l'ont demandée», dit-il. «Je leur ai dit que c'était une question de visibilité sur les marchés internationaux et que cela ne préjugeait en rien l'image de leur ville.» Sans convaincre manifestement. Mais avec l'espoir que cela ne se transformera pas en rancœur.

Le Nifff s'est étoffé

Le festival du film fantastique de Neuchâtel a battu un nouveau record d'affluence. Qu'il pleuve à verse comme dimanche ou qu'il fasse grand beau comme samedi, les amateurs de cinéma sont plus nombreux que jamais à venir à Neuchâtel pour le Nifff (Neuchâtel international fantastic film festival). Soit plus de 20 000 spectateurs pour cette 8e édition qui s'est tenue jusqu'à ce week-end. Le cinéma Open air installé l'année dernière pour la première fois est ainsi passé de 500 à 600 places. C'est notamment là que le public a pu découvrir le «final cut» de Blade Runner, à savoir le film tel que souhaitait le réalisateur et non la fin imposée à l'époque par les studios hollywoodiens.

Le Nifff, c'est surtout la programmation de plus de 90 films, la plupart inédits. Le tout dans des genres très variés. Le fantastique ne se limite en effet de loin pas à des films d'horreur pour adolescents en mal de sensations fortes. Il se conjugue aussi très bien avec l'humour, le romantisme ou, pourquoi pas, la poésie absurde. Preuve en est la diversité d'un public venu de toute la Suisse et même de l'étranger. Les festivaliers qui passent une ou deux nuits dans les hôtels neuchâtelois sont aussi toujours plus nombreux à prendre d'assaut les trois salles du cinéma Apollo. hk



Hélène Koch

Les **festivaliers** ont littéralement pris d'assaut cette année les trois salles du cinéma Apollo à Neuchâtel.

Swissôtel

De gauche à droite, autour de Miss World et du président de Swissôtel, **Meinhard Huck** (3e en commençant par la droite), les différents directeurs primés: **Christian Schaufelbühl**, **John Pelling**, **Ian Jones** et **Aiden McAuley**.

Swissôtel plusieurs fois distingué en Asie

Cinq établissements de la chaîne Swissôtel ont été distingués cette année par les World Travel Awards en Asie, décrits comme les «Oscars de l'industrie des voyages» par le Wall Street Journal.

Ce prix a couronné les hôtels suivants: «The Stamford» à Singapour comme hôtel de conférence leader en Asie, le «Merchant Court» comme leader singapourien dans la même catégorie, le «Singapur» comme leader singapourien du business hotel, le «Nai Lert Park» à Bangkok comme hotel business leader de Thaïlande et le «Grand» à Shanghaï comme leader asiatique des hotels urbains et comme leader des nouveaux hôtels en Chine.

Les distinctions des World Travel Awards couvrent tous les domaines du voyage et les résultats sont basées sur le vote indépendant de 167 000 agences de voyages et spécialistes du tourisme de plus de 200 pays. «La distinction reçue par le nouveau Swissôtel Grand à Shanghaï nous réjouit particulièrement. Il a atteint une bonne réputation en très peu de temps. Il n'est en effet ouvert que depuis quelques mois», a relevé Meinhard Huck, le président de Swissôtel. hk

D'une langue à l'autre

L'OFJ recourt contre les Maisons de Biarritz

L'Office fédéral de la justice (OFJ) a formé un recours devant le Tribunal cantonal du Valais contre une partie du projet d'implantation du village de vacances des Maisons de Biarritz à Champéry. En sa qualité d'autorité de surveillance, l'OFJ a estimé que la construction de 51 logements et leur vente à des personnes à l'étranger étaient prohibées par la Lex Koller. L'OFJ n'a en revanche pas recouru contre les appartements destinés à être exploités sous une forme hôtelière. lm

Page 3

Interview de Victor Armleder, de la société Rosebud

Alain D. Boillat

La société Rosebud a fait à nouveau parler d'elle au début de l'été. Elle a en effet vendu trois de ses hôtels, dont le Royal Savoy à Lausanne, à Barwa, un groupe d'investisseurs du Qatar (htr du 26 juin). **Victor Armleder**, à la tête de Rosebud, a accordé à la partie alémanique de notre journal une interview dans laquelle il relève notamment que les plans pour transformer le Royal Savoy devaient être encore une fois adaptés. lm

Page 5

Les gens

Genève Tourisme: Andréas Frizzoni succède à B. Dreier

ldd

Un nouveau directeur «promotion & ventes loisirs» a été nommé à Genève Tourisme. Il s'agit d'**Andréas Frizzoni**, responsable depuis sept ans du département Information & Accueil de Genève Tourisme. «Diplômé de l'EHL, Andréas Frizzoni est au bénéfice d'une formation en

ldd

e-business et e-communication», a annoncé lundi Genève Tourisme. Andréas Frizzoni prendra ses nouvelles fonctions le 1er août et succèdera ainsi à **Beat Dreier**, sous-directeur de Genève Tourisme et responsable marketing & ventes loisirs au cours de ces quatorze dernières années. Beat Dreier a rejoint le 1er juin la société d'horlogerie et de joaillerie Gübelin SA en tant que directeur de la filiale genevoise. Il y sera également en charge de la promotion en Russie et au Moyen-Orient. lm