

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 34

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: 09.07.2025

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



Tabletop

Was auf den Tisch kommt, muss zurzeit vor allem vielseitig verwendbar sein, sagen die Tabletop-Anbieter über ihre Geschirr-Trends.

Seite 13

Milestone

Für die Vergabe des Tourismuspreises sind junge, innovative und dynamische Köpfe gesucht.

Seite 3

Alpenküche

In Berlin sind Gerichte aus dem Alpenland ganz im Trend. Junge Lokale servieren Weisswurst und Leberkäs.

Seite 17

Peking 2008

«Wir haben im Swisôtel eine Auslastung von über 95 Prozent. Das wird bis zum Schluss der Olympischen Spiele auch so bleiben.»

Seite 5



Eric Piatti, Direktor Swisôtel Peking

avec cahier français hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 318 Stellenangeboten

Schweiz im Vorteil

Der Schweizer Tourismus gewinnt an Wettbewerbskraft. Dank tieferer Teuerung im Vergleich zu den EU-Ländern.

GUDRUN SCHLENCEK

Das Schweizer Gastgewerbe ist zwar immer noch teurer als in der EU. Aber in den letzten Jahren hat sich die Preisdefizienz deutlich verringert. Das zeigt eine Auswertung des Bundesamtes für Statistik auf Basis von «Eurostat». Zwischen 2000 und 2006 verringerte sich der Unterschied bei der Tourismusindustrie

um 5 Prozent, 2007 und 2008 nochmals um 2 bis 3 Prozent. Noch grösser als bei der Restauration fällt der Unterschied bei der Teuerung in der Hotellerie aus. Im vergangenen Monat kostete ein deutsches Hotelbett 16 Prozent mehr als im Jahresdurchschnitt 2005, in der Schweiz betrug der Preisanstieg dagegen nur knapp 5 Prozent. Thomas Schoder von Basel Economics

BAK sieht darin einen «nachhaltig relevanten Wettbewerbsfaktor». Denn im EU-Raum nimmt die Preissensibilität deutlich zu: Gemäss einer kürzlich veröffentlichten Marktforschungsstudie ist die Preis- und Kaufkraftentwicklung inzwischen die grösste Sorge der EU-Länder – grösser als jene um den Arbeitsplatz.

Seite 3

Kommentar

Der Flughafen ist prägender erster Eindruck eines Landes



ELSBETH HOBMEIER

W er viel fliegt und dabei öfter mehrtägige Transferzeiten auf einem Flughafensitz überstehen muss, weiss, was sich ein Gast wünschen würde. Ganz zuoberst auf dieser Wunschliste könnte ein Wellnesscenter stehen, gern mit einem Outdoorpool samt Liegestühlen, um der Flughafenluft entfliehen zu können. Oder eine kostenlose geführte Stadttour, wie sie Singapur für Transfgäste mit längerem Aufenthalt anbietet. Oder ein Casino mit Grand Jeu, wie in Amsterdam, wo die Zeit spielend zerrinnt und

«Die Hotels rund um den Flughafen könnten den Transferpassagier als Gast gewinnen.»

man mit etwas Glück das Taschengeld für die Reise gewinnen (oder auch verlieren!) kann. Zu den Annehmlichkeiten für einen Flugpassagier gehören ein grosses Shopping- und Restaurantangebot, Coiffeur, Kosmetik, Massagen, geschätzt werden zudem kurze Umsteigewege.

Dass der Trend in diese Richtung geht, beweisen die Ausbaupläne der Unique Flughafen Zürich AG. Sie will den Airport so ausbauen, dass er nicht nur für Flugpassagiere, sondern auch für spontane Besucher zum attraktiven Erlebnis wird. Hier könnten die Hotels in unmittelbarer Nähe zum Flughafen andocken und den Transferpassagier als Gast gewinnen. Zum Beispiel mit einem Tageszimmer zum Auschlafen und Duschen. Oder mit einem Shuttle zum Ausruhen und sich Verpflegen in der Hotelloobby. Vergessen wir nicht: Der Flughafen ist oft die Visitenkarte eines Landes, die den Eindruck eines Fluggastes nachhaltig prägt.

Airports

Am Boden ist es himmlisch



Unique, die Flughafen Zürich AG, ist mit ihrer Strategie erfolgreich. Im ersten Halbjahr 2008 generierte sie 73% mehr Umsatz als 2007.

Flughafenbetreiber, Airlines und Handelsgesellschaften erkennen den Zeigst und bieten den Fluggästen am Boden den siebten Himmel. Mit luxuriösen Flughafen-Lounges werden nicht nur First- und Business-Class-Passagiere,

sondern auch Vielflieger verwöhnt. Zeit und Diskretion haben oberste Priorität. Unique, die Flughafen Zürich AG, bietet mit dem VIP-Service Staatsmännern, Wirtschaftskapitänen und Meilenmillionären ein schnelles Handling des

Check-in, der Passkontrolle und des Boardings an. Kurz, Unique ist auf Erfolgskurs: Die Flughafenbetreiberin verzeichnet im ersten Halbjahr 2008 eine Gewinnsteigerung von gut 73%. sls

Seite 7 bis 12

Berner Bergbahnen

Saison früher starten

Die Berner Bergbahnen wollen bei der technischen Beschneigung gleich lange Spiesse erhalten wie ihre Mitbewerber in den Kantonen Graubünden und Wallis. Um bereits im Oktober mit der Beschneigung starten zu können, hat der Verband

Berner Bergbahnen eine Eingabe beim Regierungsrat gemacht. Die Anpassung sollte in die neue Bauverordnung einfließen. Der Verband ist zuversichtlich, dass seinem Anliegen stattgegeben wird. dsf

Seite 4

Westeuropa

Resistente Hotelpreise

Auch in weltwirtschaftlichen Turbulenzen gibt es für Hotels einen Halt, der sich sogar als positive Kraft erweisen kann: das Yield-Management. So lässt sich die 1. Halbjahres-Bilanz 2008 der Welt-Hotellerie interpretieren.

Vor allem die Daten aus Westeuropa, inklusive Schweiz, zeigen zwar einen leichten Rückgang der Auslastung, aber dies bei stark steigenden Durchschnittspreisen und RevPAR. kvj

Seite 4

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



Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

Polster-Möbel-Klinik

Bahnhofstrasse 98, 8001 Zürich
Telefon 079 403 39 93

«Die Stör-Polsterer chomik»

A•C•H•T•U•N•G•I

Sessel • Sofas • Bänke • Stühle

Neu beziehen und aufpolstern

- Gratisberatung, Offerte und Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 93

HOREGO

Wir helfen dir einen Ort - Ihre Gastmahlzeiten zu organisieren und Ihre Gäste zu begeistern

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsinstitutionen

Stämpfengasse 117, CH-5042 Zürich
Tel. 044 366 35 35
eika.htr@horego.ch www.horego.ch

Il caffè!

il caffè AG
3000 Thun 11
www.ilcaffee.ch

HOREGA

www.horega.ch

Wir lancieren Karrieren.

Personalmanagement und -rekrutierung für die Industrie, die Gastronomie, den Tourismus, und das Gesundheitswesen

In eigener Sache

Barbara König wird neue Verlagsleiterin

Die ausgewiesene Verlagsfachfrau **Barbara König** wird am 1. November 2008 die Leitung des Verlags der htr hotel revue übernehmen. Momentan ist die 43-jährige Bernerin noch im Verkauf von PostMail tätig.

Vielseitige Erfahrung im Verlagswesen sammelte Barbara König zuvor als Leiterin Marketing und Vertrieb bei der Stämpfli Verlags AG und als Leiterin Vertriebsmarketing sowie im Marketing- und Medienservice bei der Berner Zeitung BZ. Ihr berufliches Rüst-



npa/zvg

zeug holte sie sich am SZV-Medieninstitut und im zweijährigen Nachdiplomstudium an der Fachhochschule Bern.

Sie tritt die Verlagsleitung der htr hotel revue als Nachfolgerin von Astrid Kägi an, welche es nach einem Jahr beruflich wieder nach Zürich zog. Als eines der wichtigsten Ziele nennt Barbara König: «Ich möchte die redaktionell neu gestaltete htr im Leser- und Anzeigenmarkt als führende Fachzeitung positionieren.» An der Aufgabe reize sie die Gesamtverantwortung für den Anzeigen- und Lesermarkt für einen Titel. «Es zieht mich zurück in die Medienbranche.»

Ein Wechsel ist auch aus dem Redaktionssekretariat zu vermelden: Nach 14 Jahren verabschiedete sich dessen Leiterin Regina Frech, um zu neuen beruflichen Ufern aufzubrechen. Wir wünschen ihr viel Erfolg und danken ihr herzlich für den grossen Einsatz für die hotel revue. eho

Von Wellness und Business

«Wellness – Selfness – Mindness – oder nur Business?» Der Gast erwartet vor allem ein stimmiges Angebot. Der Zürcher Wellness-Kongress soll die Anbieter fit trimmen.

KARL JOSEF VERDING

Das Kompetenzzentrum «Wellswiss» unter Leitung von Caroline Wüest, wird an der Tagung im Zürcher Park Hyatt Hotel mit namhaften Referenten die Trends und Chancen zeigen, mit denen Wellness-Betriebe in der nächsten Zukunft konfrontiert werden. Es wird Einblick in konkrete, betriebswirtschaftliche Ergebnisse und Risikofaktoren gegeben. Maria Luise Hilber von der Zürcher Intosens AG für marktorientierte

Stadt- und Immobilienentwicklung wird ihren Vortrag der neuen Hotelgeneration widmen: «Von den Seelen der Hotels – welches Hotel braucht welche Identität?» Gegenüber der htr hotel revue sagte sie: «Oft sind die Architektur und das Design wichtiger als der Gast. Er sollte sich aber wie ein Bewohner auf Zeit fühlen können. Natürlichkeit, Ehrlichkeit und Ästhetik sind sehr wichtig.»

Kann auch ein Hotel mit guter Infrastruktur-Hardware vom Zimmer bis zur Wellness, «seen-ness» sein? Maria Luise Hilber: «Ja wohl, dafür gibt es sehr viele Beispiele. Die Infrastruktur ist top, aber die Seele fehlt.» Mit viel Geld werde saniert, beste Architekten und Designer werden eingesetzt. «Jeder von ihnen will sich selbst verwirklichen – aber diese Ära ist vorbei. Jetzt geht es um Selfness, Selbstveränderung. Im Hotel muss richtig kommuniziert und kreativ gearbeitet

werden, das Umfeld muss stimmen», sagt Maria Luise Hilber. Management und Kader müssten «Selbstveränderung und Selbstverantwortung wahrnehmen – es ist ein ähnlicher Prozess wie beim Gast. Der ist schon mitten im Prozess, nimmt dann auch anders wahr, und merkt schneller, ob etwas stimmt oder nicht.»

Und Medical Wellness – ist das ein Wundermittel für Schöne und Reiche oder ein Zukunftsmarkt der Gesundheitsvorsorge? Kongress-Referentin Annett Härtel ist ärztliche Leiterin der Somamedica AG in Küsnacht ZH und betreut das Medical Wellness-Angebot im Tschuggen Grand Hotel Arosa. Sie ist Fachärztin, spezialisiert auf Präventivmedizin. Was ist, neben der medizinischen Kompetenz, das wichtigste Element für Medical Wellness? «Nach meiner Meinung ist es die Persönlichkeit», sagt Annett Härtel: «Sie sollte offen und kommunikativ



Accessoires können ein Spa-Becken: «La Réserve» in Genf.

Event Der dritte Wellness-Kongress von Wellswiss

Der dritte «Wellswiss»-Kongress findet am 18. September 2008 im Hotel Park Hyatt, Zürich, statt. Veranstalter ist das Kompetenzzentrum für Gesundheit und Wohlbefinden «Wellswiss». Die Tagungsgebühr von 750 Franken schliesst Pausenerfrischungen, Lunch und Tagungsdokumentation ein. Die htr hotel revue ist Medienpartner des Kongresses.

Für den Download von Programm und Einladung: www.wellswiss.ch

sein. An verschiedenen Arzt-Kollegen, die mich vertreten haben, merkte ich: Der eine ist zu schüchtern, der andere zu universitär korrekt. Man muss offen für die Hotelatmosphäre sein, und sich wirklich mit dem Patienten identifizieren.» Ein grosses Thema des Kongresses wird die Hybridmedizin als Synthese von Schul- und Alterna-

tivmedizin sein. Annett Härtel bemerkt dazu: «Es ist interessant; je weiter die Forschung geht, desto näher kommen die beiden zusammen. Die Zukunft liegt in der Prävention, also der Erhaltung und Harmonisierung der geistigen und körperlichen Fähigkeiten des Menschen. Und die Hybridmedizin gehört zu dieser Zukunft.»

Fusion von Hiestand mit irischer IAWS ist besiegelt

Die Hiestand-Aktionäre haben am Dienstag an einer ausserordentlichen Generalversammlung die Fusion mit dem irischen Backwaren-Konzern IAWS mit 91,34 Prozent Ja-Stimmen abgesegnet. Die beiden Unternehmen werden den Aryzta-Konzern bilden. dst/sda

Euro 2008 beeinflusst den Gewinn von Bell negativ

Die schwachen Resultate des während der Euro 2008 betriebenen Projekts UBS Arena liess den Unternehmensgewinn im ersten Halbjahr 2008

um 2,9 Prozent auf 23,1 Mio. Franken schrumpfen. Der Nettoerlös stieg in der Berichtsperiode um 14 Prozent auf 890,4 Mio. Franken. Rund die Hälfte dieses Zuwachses ist preisbedingt. Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA liegt um rund 4 Prozent über dem Vorjahreswert. dst

Hügli steigert den Umsatz im ersten Halbjahr

202,1 Mio. Franken beträgt der Umsatz des Hügli-Konzerns im 1. Halbjahr 2008. Das sind 24,7 Prozent mehr als in der entsprechenden Vorjahresperiode. EBIT und Gewinn blieben mit einer Erhöhung um 3,2 respektive um 0,3 Prozent im Rahmen des Vorjahres. Mittelfristig seien die Aussichten weiterhin gut. dst

Sieg für kleine Flugplätze

Die Betreiber der Kleinflugplätze atmen auf. Der Bund hat seinen für Oktober 2008 angekündigten Entzug der Bewilligung für Auslandflüge bis auf weiteres sistiert.

GUIDRUN SCHLENCEK/SDA

Die Eidgenössische Zollverwaltung (EZV) hatte im vergangenen Frühling angekündigt, den 16 Schweizer Kleinflugplätzen die Bewilligung für für grenzüberschreitende Auslandflüge

per Ende Oktober 2008 zu entziehen. Damit wären Auslandsflüge von Kleinflugplätzen aus nur noch über einen Zwischenstopp auf grösseren Flugplatz möglich gewesen. Der Bund begründete den angedrohten Entzug der Bewilligung mit dem neuen Zollgesetz und dem Schengen-Abkommen. Die neuen gesetzlichen Vorschriften erfordern mehr Zollpersonal. Das hat die EZV auf die Idee gebracht, die Personalströme auf die grösseren Flughäfen zu kanalisieren.

Vertreter beider Seiten trafen sich nun am vergangenen Freitag zu einem Gespräch. Bis auf

weiteres können nun die Kleinflugplätze Auslandsflüge abwickeln, so Peter Wey, Präsident des Schweizer Motorflug-Verbandes (MFVS). Die Betreiber der Kleinflugplätze sind mit dem Ergebnis zufrieden: «Wir sind erfreut über die Sistierung. Das ist jetzt mal ein erster Schritt», meint Wey. Im Oktober werden laut Wey die Vertreter des Privatluftverkehrs noch einmal mit der Oberzolldirektion zusammentreffen, um über weitere Schritte zu diskutieren. Auslandsflüge sind für die Kleinflugplätze zwar selten, aber wichtig, um für Geschäfte interessant zu bleiben.

Aus der Region

Graubünden

Eidgenössische Gastroprüfung wird möglich

Absolventinnen und Absolventen der Gastgewerblichen Fachschule Graubünden (GFG) erhalten die Möglichkeit, mit dem kantonalen Abschluss auch Prüfungen für ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis abzulegen. Die Bündner Regierung hat die Totalrevision der Verordnung über die berufliche Grundbildung in der Gastronomie genehmigt. Diese Verordnung regelt die Ausbildung und den beruflichen Unterricht, die Praktika und die Lehrabschlussprüfung. dst/sda

Kampagne von Hoteliers und Tourismus

Zusammen mit dem Hotelierverein St. Moritz hat die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz die Herbstkampagne «Bergbahnen inklusive» lanciert. Sie umfasst neben dem Aushang von rund 600 Plakaten in den grössten Deutschschweizer Städten und Agglomerationen einen Wettbewerb sowie Internet-Präsenzen. Die Gäste in der Destination Engadin St. Moritz profitieren noch bis Ende Oktober vom Angebot «Bergbahnen inklusive». dst

Entrée: Hotel Bellerive, Zermatt.



EU wird immer teurer

Höhere Preise und schlechtere Konsumentstimmung bedrohen die Nachfrage. Besonders in der EU. In der Schweiz sieht die Preisentwicklung besser aus.

GUDRUN SCHLENCZK

Alles wird teurer. In Europa ist die Preis- und Kaufkraftentwicklung inzwischen Sorge Nummer eins und hat erstmals die Sorge um den Arbeitsmarkt auf den zweiten Platz verdrängt, so eine Studie der GfK Marktforschung in Nürnberg. Das Bruttoinlandsprodukt des Euro-Raums ist im zweiten Quartal dieses Jahres gegenüber dem Vorquartal um 0,2 Prozent geschrumpft.

Auch in der Schweiz befindet sich die Konsumentstimmung im Abwärtstrend, wie das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco feststellt. Die befragten Haushalte schätzten im Juli ihre finanzielle Lage in den vergangenen 12 Monaten wie auch die Erwartungen für die Zukunft negativer ein als noch im April.

Im Osten steigen Preise stärker

Doch nicht überall wird es gleich teurer. Die Schweiz wurde in den letzten Jahren relativ zu Europa sogar preiswerter. Das zeigen die jüngsten Zahlen des harmonisierten Verbrauchereinflusses von «Euro-



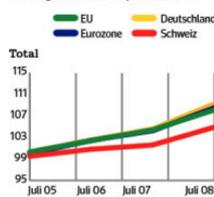
Die Schweizer Gastronomie verteuerte sich deutlich weniger als die Restauration im EU-Durchschnitt.

stat». Im Ferienmonat Juli 2008 betrug die Teuerung in Hotellerie und Restauration im Vergleich zum gleichen Monat des Vorjahres im gesamten EU-Raum 4,1 Prozent, nur in den Euro-Ländern 3,5 Prozent. In der Schweiz verteuerte sich das Gastgewerbe dagegen um lediglich 2,8 Prozent. Im Januar war der Teuerungsunterschied sogar mehr als doppelt so gross: Die EU-Inflation

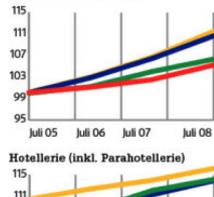
im Gastgewerbe lag bei 3,6 Prozent, in der Schweiz nur bei 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Am grössten ist der Preisanstieg in den Ländern des Ostens: In Estland verteuerte sich das Gastgewerbe im Juli um 13,1 Prozent, in Lettland um 19,5 Prozent, in Slowenien um 9,9 Prozent. Saftig zugelegt beim Preis hat auch die «Billig-Destination» Türkei: 14,8 Prozent im Ferienmonat Juli. In den letzten drei Jahren hat sich auch die Schweizer Hotellerie alleine klar weniger stark verteuert als jene in den EU-Ländern. Beispiel Juli 2008: Die deutschen Ho-

Berg- und Talfahrt der Gastgewerbepreise

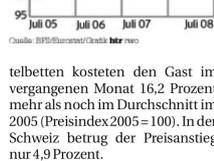
Teuerung in Prozent in Europa im Vergleich zum Vorjahresmonat



Restaurants und Cafés



Hotellerie (inkl. Parahotellerie)



telbeten kosteten den Gast im vergangenen Monat 16,2 Prozent mehr als noch im Durchschnitt im 2005 (Preisindex 2005=100). In der Schweiz betrug der Preisanstieg nur 4,9 Prozent. «Der Schweizer Tourismus hat im internationalen Vergleich in den letzten Jahren beim Preiswettbewerb an Boden gewonnen», bestätigt Thomas Schoder, Tourismusverantwortlicher beim BAK Basel Economics. Das zeigt auch ein von hotelleriesuisse beim BAK in Auftrag gegebene Studie. Von 2000 bis 2006 verringerte sich der Preisunterschied in der Touris-

musindustrie zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien um 6 Prozent. Am stärksten schwand der Unterschied zum französischen Preisniveau (um 8%), das 2006 dann bei 94 Prozent des Schweizer Preislevels lag. Am preiswertesten präsentiert sich die österreichische Tourismuswirtschaft: 2006 verkaufte sich diese noch gut ein Fünftel günstiger.

2007 und 2008 werde die Preisdifferenz nochmals um mindestens 2 bis 3 Prozent abnehmen, schätzt Thomas Schoder. Das sei nicht wenig. Der diplomatierte Volkswirt: «Beieinem ursprünglich bestehenden Preisunterschied von 20 Prozent heisst das, dass der Gast aus dem umliegenden Ausland innert zwei Jahren alles rund 10 Prozent günstiger bekommt.» Gut für die Betriebe: «Die strukturellen Verbesserungen sind ein nachhaltig relevanter Wettbewerbsfaktor», so Schoder. Der günstige Wechselkurs verstärke noch diesen positiven Preiseffekt, sei aber eher ein labiler Faktor.

Im Dezember ist die deutsche Hotellerie am teuersten

Ausserdem ist das Preisniveau im Tourismus starken saisonalen Schwankungen unterlegen, wie ein Blick in die Statistik zeigt. Dabei können die Peaks je nach Land sehr unterschiedlich sein. In Deutschland ist der Dezember in der Hotellerie der Monat mit den höchsten Preisen (siehe Grafik). Rund 20 Prozent betrug Ende 2007 die Preisdifferenz zum Vormonat. In der Schweiz dagegen schlagen die Skimonate Januar bis April zu Buche. Auch im Juli verlangt die deutsche Hotellerie gern deutlich höhere Preise (2008: 10 Prozent mehr als im Juni). Für die Schweiz werden die Daten erst seit diesem Jahr monatlich erhoben (vorher quartalsweise).

Aus der Region

Mittelland

Authentische Schulung in Thai-Massage

Eine Besonderheit im Erlebnisbad «Bernaqua» im Berner Westside wird ein Spa-Bereich im asiatischen Stil sein. Um die Mitarbeiter bestmöglich vorzubereiten, werden sie zurzeit von Experten der «Nuad WatPo» Massage Schule aus Innsbruck/Bangkok unterrichtet. Oliver Heintz, Managing Director von Bernaqua, entschied sich für diese Schule, da sie die einzige staatlich anerkannte Schule Thailands ist. Das sei ein Qualitätsversprechen, so Heintz. Bernaqua eröffnet am 8. Oktober. tl

Berner Oberland

Unglücks-Bahn wird wieder starkklar gemacht

Die Jungfrauabahn haben Lehren aus dem Sesselbahnunglück vom letzten Januar gezogen. Derzeit wird die betroffene Fallboden-Bahn im Skigebiet Kleine Scheidegg für die kommende Skisaison gerüstet. Neu werden die Rollen auch auf der äusseren Seite mit so genannten überstehenden Bordscheiben ausgerüstet. Diese waren bisher vorschriftsgemäss nur an der mastzugbetriebenen Seite montiert. So werde das Risiko einer Seilentgleisung kleiner. Wie die Bahnverantwortlichen betonen, gehe man damit über die Vorschriften der Sesselbahnverordnung hinaus. t/sda

Gstaader Konzept zur Beschneidung kommt voran



Die Bergbahnen der Destination Gstaad haben ein grosses Bau-Projekt gestartet. Vertreter der Gemeinden, Bahnen und Landeigentümer trafen sich letzte Woche zum Spatenstich für die neuen Beschneidungsanlagen im Sektor Ost von Gstaad Mountain Bades. Dank 116 Schneelanzen gibt es künftig 10 Kilometer zusätzlich beschneite Pisten am Rinderberg, Hornberg und Horneggli. Das Projekt, das 7,2 Mio. Franken kostet, stellt eine wichtige Etappe in der Umsetzung eines Gesamtbeschneidungskonzepts dar. tl

Wallis

Plateau von Ossona lebt wieder auf

Für den kleinen Walliser Weiler Ossona, im Herzen des Val d'Hérens gelegen, beginnt ein zweites Leben. Der in den 60er-Jahren aufgegebenen Weiler wird das Pilotprojekt einer agrotouristischen Gegend. Dies dank der Initiative durch die Verantwortlichen der Gemeinde Saint-Martin, zu welcher der Weiler gehört. Finanziell unterstützt wurde das Projekt durch den Bund, den Staat Wallis, die Gemeinde sowie institutionelle oder private Beiträge. Am vergangenen Samstag wurde das neue Ossona nach fünf Jahren Arbeit eingeweiht. Das Plateau verfügt über einen Bauernhof, vier Maisonss-Wohnungen und ein Gasthaus. dst

Milestone sucht Nachwuchstalente

Der Schweizer Tourismus braucht junge kreative Leute. Dem Nachwuchs widmet sich deshalb auch der «Milestone» mit einer eigens dafür geschaffenen Kategorie.

DANIEL STAMPELI

«Ich habe mit verschiedensten Hotel- und Tourismusfachschulen gesprochen und ihnen kommuni-

ziert, dass der Milestone-Nachwuchspreis an den entsprechenden Ausbildungsstätten propagiert werden sollte», umschreibt Alberto Vonaesch, Projektleiter des Tourismuspreises Milestone, sein Vorgehen zur Akquisition neuer Nachwuchs-Kandidaten. An der Internationalen Schule für Touristik (IST) in Zürich etwa habe er vor allen Klassen ein Referat gehalten und für den Milestone geworben. «Ich habe dabei von überall her ein positives Echo erhalten», so Vonaesch. Der Nachwuchs-Preis, des-

sen Kriterien neu definiert wurden, soll eine Plattform für Jugendliche sein, die sich in der Aus- oder Weiterbildung befinden. Er richte sich an junge, innovative und dynamische Leute mit Projekten im Tourismus, sagt Vonaesch. Eingaben seien von Einzelpersonen, Gruppen und ganzen Klassen willkommen.

Der Unterschied zum «Herausragenden Projekt» bestehe beim Nachwuchspreis darin, dass es sich nicht um Projekte handelt, die schon gänzlich umgesetzt sind und

sich in der Praxis erfolgreich bewährt haben. Mit dem Hauptpreis hingegen sollen Projekte ausgezeichnet werden, die sich am Markt nachweisbar erfolgreich behaupten. Denkbar sei auch, dass die Jury eine Nachwuchskraft aufgrund ihrer besonderen Leistung auszeichnet. Der Preis ist für Leute mit einem Höchstalter von 30 Jahren offen. Zwei Projekte wurden bisher für den Nachwuchspreis eingereicht. Weitere sind gemäss dem Milestone-Projektleiter in der Pipeline.

«Ich war überrascht, wie bekannt der Milestone in der Branche und in den Ausbildungsstätten ist», konstatiert Vonaesch. Ziel sei auch, dass die Schulen alle bisherigen – im Internet einsehbar – Projekt-Bewerbungen nutzen und in die Ausbildung miteinflüssen lassen. Diese Projekte sollen ihnen aufzeigen, welche Ideen im Schweizer Tourismus vorhanden sind.

Eingabeschluss für die diesjährigen Milestone-Bewerbungen ist der 31. August 2008. www.htr-milestone.ch

Talfahrt: Deutsche Hotelkäufe

Das Transaktionsvolumen im deutschen Hotelinvestmentsmarkt von rund 584 Mio. Euro lag im 1. Halbjahr 2008 um 58 Prozent unter dem Vorjahreswert. Es floss weniger ausländisches Kapital in den Markt.

DANIEL STAMPELI

Gegenüber den beiden Rekordwerten 2006 und 2007 sind vor allem die Aktivitäten der ausländischen Investoren zurückgegangen, die seit 2004 den Hotelinvestmentsmarkt klar dominiert haben,

wie das Beratungsunternehmen für den Hotelimmobilienmarkt Jones Lang La Salle Hotels mitteilt. Im ersten Halbjahr 2007 waren es 24 der insgesamt 28 Transaktionen auf der Käuferseite. In den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres waren es nur 9 von 15 Deals. Seit 2003 (22) war der Anteil ausländischen Investmentkapitals am Hotelinvestmentsvolumen in Deutschland kontinuierlich angestiegen, auf über rund 60 Prozent in 2004, 70 Prozent in 2005 und 93 in 2006. Der Anteil ging von über 90 Prozent in den vergangenen beiden Jahren auf 60 Prozent im ersten Halbjahr 2008 zurück.

«Die deutschen Player im ersten Halbjahr 2008 waren ausnahmslos

institutionelle Investoren, die bei Akquisitionen mit mehr Eigenkapital agieren als beispielsweise Private Equity Investoren», sagt Ursula Kriegl, Leiterin Jones Lang La Salle Hotels Deutschland. Generelle seien momentan – und dies gelte nicht nur für den deutschen Hotelinvestmentsmarkt – primär Investoren aktiv, die nur einen geringen Bedarf an Fremdkapital haben und fast ausschliesslich Objekte auf Basis von langfristigen Pachtverträgen in guten Lagen erwerben, wie die Analyse weiter ergab.

244 Mio. der 584 Mio. Euro gingen im Berichtszeitraum auf das Konto von sieben Einzelkäufen. Fünf Transaktionen kamen auf ein Volumen von 165 Mio. Euro.

Hyatt Regency investiert 830 Millionen Euro

Zahlreiche Hyatt Regency Hotels in den USA werden derzeit für insgesamt 1344 Mio. Franken renoviert beziehungsweise neu gebaut. 17 Häuser der Kernmarke von Hyatt Hotels & Resorts wurden in den vergangenen drei Jahren umgestaltet bzw. neu eröffnet. Bis Ende 2010 sollen weitere 31 folgen. Die Renovierungen betreffen insbesondere die Restaurants und öffentlichen Bereiche der Hotels. Zu den grössten Projekten zählen die Renovierung des Hyatt Regency O'Hare in Chicago für 62 Mio. Franken sowie die Renovation des Hyatt Regency Aruba Resort & Casino für knapp 21 Mio. Franken. dst

The Claridges Hotels & Resorts legen weiter zu

Die indische Luxushotelkette The Claridges Hotels & Resorts konnte von April bis Juni den Umsatz um 20% und das Brutto-Geschäftsergebnis um über 60% gegenüber Vorjahr steigern. dst

Casino Austria eröffnet neues Casino in Chile

Casino Austria International (CAI) erhielt die Konzession zur Eröffnung eines Spielcasinos in der Stadt Ovalle im Zentrum Chiles. CAI's zweites Casino in Chile soll Ende 2009, Anfang 2010 eröffnet werden. dst

Aus der Region

Zentralschweiz

Knasthotel Luzern steckt wieder in Turbulenzen

Das Luzerner Jaihilhotel am Löwengraben hat seit kurzem mit der Jaihil Management AG eine neue Führung. Doch jetzt droht dem Knasthotel bereits neues Ungemach, wie die «Luzerner Zeitung» berichtet. Der Präsident des Verwaltungsrats der Jaihil Management AG ist in Winterthur in ein Gerichtsverfahren verwickelt. Er soll als Finanzchef einer Krankenkasse zusammen mit anderen Beteiligten mehr als 50 Millionen Franken ertragen haben. Verwaltungsratskollegen in Luzern betonen aber, dass die Herkunft der finanziellen Mittel, die ins Hotel geflossen seien, transparent seien.

Wird Dampfschiff doch nicht mit Gas betrieben?

Der Vierwaldstättersee-Dampfer «Unterwalden» soll im Zuge der Sanierung von Öl- auf Gasfeuerung umgestellt werden – vor allem aus Gründen des Umweltschutzes. Das Bundesamt für Verkehr zögert aber wegen Sicherheitsbedenken noch mit einer Bewilligung. Bei der Schiffsahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) bestätigte man einen entsprechenden Bericht der «NZZ». Die SGV muss spätestens Ende Oktober wissen, ob Gas bewilligt wird, denn dann beginnen die allgemeinen Sanierungsarbeiten.

Jura

Zwei Kulturwege durch den Jura eröffnet



Am vergangenen Samstag wurden die Via Jura und die Via Jura Regio offiziell eröffnet. Die Via Jura führt von Basel über Delsberg nach Biel durch die Täler der Birs und der Schüss. Als Alternative zum nationalen Kulturweg Via Jura bietet sich die Via Jura Regio an. Sie durchquert das Gebiet des ehemaligen Fürstbistums Basel. Von Basel ausgehend, führt sie durch den elsässischen Sundgau, die Ajoie bis nach Delsberg.

Aus dem cahier français

Gastronomie als Kulturerbe der Unesco?

Die Schweiz hat die Unesco-Konvention zur kulturellen Vielfalt ratifiziert. Das Bundesamt für Kultur ist nun daran, die Eckpfeiler eines künftigen schweizerischen Inventars des immateriellen Kulturerbes zu definieren. Gehört die Schweizer Gastronomie auch dazu? Die Westschweizer Spitzenköche sind unterschiedlicher Ansicht. Philippe Rochat etwa möchte eher von kulinarischen Schweizer Traditionen sprechen, da diese ihren Ursprung in der französischen Gastronomie hätten. Für Georges Wenger ist die Küche Bestandteil des Kulturerbes, welches wir den kommenden Generationen weitergeben.

Belohnt: clevere Hotels

Die Halbjahresbilanz der internationalen Hotellerie und eine Halbjahresstudie zeigen: Yield Management stärkt Preise auch in turbulenten Zeiten.

KARL JOSEF VERDING

Die globale Hotelindustrie erzielte im ersten Halbjahr 2008 überwiegend ein markantes Wachstum gegenüber dem Vorjahres-Halbjahr. Und zwar sowohl beim Durchschnittspreis (Average Daily Rate ADR) als auch beim Umsatz pro verfügbares Zimmer (Revenue per available room RevPAR). Aber gemäss dem Benchmark von STR Global, der Daten von mehr als 36150 Hotels mit 4.93 Mio. Zimmern auswertet, verzeichneten die meisten Weltregionen in dieser Zeit einen Rückgang der Auslastung. (siehe Tabelle).

«Revenue Management kann Turbulenz-Effekte minimieren»

Was ist die Botschaft dieser Diskrepanz von Auslastung und Preisen? James Chappell ist Managing Director des neuen, aus Smith Travel Research (STR) und Deloitte fusionierten Benchmarkings STR

Global mit Zentrale in London. Er fasst die Halbjahres-Daten zusammen: «Während die globale Hotelindustrie aufgrund von Umständen, die ausserhalb ihrer Kontrolle waren, Schluckauf-Erfahrungen machte, zeigte sie gleichwohl bewundernswerte Preis-Disziplin in den turbulenten Zeiten. Temporäre Abschwünge der Auslastung sind grösstenteils Resultat der zyklischen Natur des Geschäfts. Hoteliers können den Effekt minimieren, wenn sie ihrer Philosophie des Revenue Managements treu sind.»

Starker Euro machte Schweiz zur MICE-Präferenz im 1. Halbjahr 08

Die jüngste Halbjahr-Hotelstudie der Hogg Robinson Group (HRG) zeigt ebenfalls, dass sich der internationale Hotelmarkt auch unter schwierigen Wirtschaftsbedingungen als belastbar erweist, und dass in den meisten Regionen noch Preis-Steigerungen verzeichnet werden. Eine Trendentwicklung im Fokus des internationalen Geschäftsreise-Dienstleisters HRG ist die Nachfrage in den beiden Schweizer Business-Destinationen Zürich und Genf. Sie hat deutlich zugenommen. «Dementsprechend sind auch die Hotelpreise in diesen beiden Städten angestiegen», so Beat Birrer, Managing Director Europe Central von HRG. «Dies kann in erster Linie auf den stärkeren Euro zurückgeführt werden. Die Schweiz als Nicht-Euro-Land wurde im ersten Halbjahr 2008 für Meetings und Konferen-



Klare Aussicht: ein neues Hotel aus Starwoods Luxury Collection, an Sardinien Costa Smeralda. Matthias Hamel

Global Performance (Daten in Euro)

	Auslastung %		ADR		RevPAR		Änd. % / Halbjahr 07/08		
	2008	2007	2008	2007	2008	2007	Ausl.	ADR	RevPAR
Asien & Pazifik	66.7	69.4	91.63	90.53	61.11	62.83	-3.9	1.2	-2.7
Zentral- und Südasien	67.7	69.7	153.44	144.88	103.89	101.05	-2.9	5.9	2.8
Nordostasien	63.2	68.3	83.24	86.45	52.63	59.02	-7.4	-3.7	-10.8
Südostasien	69.5	68.5	81.23	75.67	56.50	51.82	1.5	7.4	9.0
Australien & Ozeanien	72.5	73.6	103.06	99.54	74.70	73.22	-1.5	3.5	2.0
Amerika	61.7	63.1	71.15	78.39	43.89	49.49	-2.3	-9.2	-11.3
Nordamerika	61.5	63.1	70.30	77.66	43.24	48.97	-2.4	-9.5	-11.7
Karibik	71.5	72.0	132.18	160.14	94.46	115.35	-0.8	-17.5	-18.1
Zentralamerika	72.2	70.8	84.09	85.61	60.72	60.61	2.0	-1.8	0.2
Südamerika	64.8	62.1	76.21	73.26	49.42	45.52	4.4	4.0	8.6
Europa	65.1	65.9	109.46	108.44	71.24	71.50	-1.3	0.9	-0.4
Osteuropa	60.2	61.4	120.37	107.88	72.47	66.24	-1.9	11.6	9.4
Nordeuropa	67.8	68.3	105.91	112.09	71.78	76.60	-0.8	-5.5	-6.3
Südeuropa	61.4	63.9	106.65	105.82	65.53	67.57	-3.8	0.8	-3.0
Westeuropa	65.2	65.3	114.06	105.71	74.36	69.04	-0.2	7.9	7.7
Naher Osten/Afrika	71.3	68.6	103.94	99.56	74.15	68.27	4.0	4.4	8.6
Naher Osten	70.8	68.4	140.92	136.55	99.79	93.24	3.6	3.2	6.9
Nordafrika	75.4	68.8	57.73	52.04	43.54	35.79	9.6	10.9	21.6
Südafrika	67.7	68.7	78.56	80.13	53.21	55.07	-1.4	-2.0	-3.4

ADR = Average Daily Rate / Durchschnittspreis. RevPAR = Umsatz pro verfügbares Zimmer. – Quelle: STR Global

zenpräferiert. Ferner gewinnt Genf vor allem im Bankensektor an Bedeutung.

Bei anhaltend grosser Nachfrage in einigen Städten entwickelt sich die Zimmer-Verfügbarkeit zu

einer zunehmenden Herausforderung. Laut HRG-Auswertung erfolgen 36% der abgewiesenen Buchungen, weil entweder keine ausgehandelten Vertragsraten vorhanden sind oder das Hotel diese

zu bestimmten Zeiten zugunsten von lukrativen Alternativen ausschliesst. Dies, so die HRG-Experten, motiviere die Unternehmen, sich über ein globales Hotelraten-Programm abzusichern.

Berner wollen früher beschneien

Der Verband Berner Bergbahnen fordert in Sachen Pistenbeschneie die gleichen Möglichkeiten wie die Bahnen in den Wintersportkantonen Graubünden und Wallis.

DANIEL STAMPFU

«Wir erwarten keinen Freipass, aber gleich lange Spiesse», sagte Christoph Egger, Präsident des Verbandes Berner Bergbahnen (BBB), am Dienstag an einer Medienkon-



Mechanische Beschneie ist heute ein Muss.

ferenz im Vorfeld der Delegiertenversammlung des Verbandes auf dem Berner Hausberg Gurten. Nach geltendem Recht dürfen die Berner Bergbahnen ihre Skipisten

ab 1. November technisch beschneien. Zu diesem Zeitpunkt seien in den Kantonen Graubünden und Wallis sowie im Tirol die Pisten bereits geöffnet. Denn dort könnten kalte Nächte schon im Oktober für die maschinelle Beschneie genutzt werden. Dies führt laut Egger zu einer Wettbewerbsverzerrung. Aus diesem Grund ist der BBB mit seinem Anliegen an den Berner Regierungsrat gelangt, um eine Anpassung an die umliegenden Konkurrenzregionen zu erwirken. Die Anpassung sollte in die neue Bauverordnung einfließen, die per 1. September 2009 in Kraft tritt.

«Wir sind zuversichtlich, dass wir Gehör finden», so Christoph Egger. Die ersten Reaktionen seien auf jeden Fall positiv ausgefallen.

Heute betrage der Anteil der beschneiten Pisten am Total der Pisten im Verbandsgebiet rund 30 Prozent. Optimal wären laut Egger 50 Prozent. Mit diesem Wert könnten die Hauptpisten, Verbindungen und Talabfahrten technisch beschneit werden. Jährlich würden etwa 20 Millionen Franken in den Ausbau der Beschneie investiert. Dies entspricht rund 10 Prozent des Umsatzes sämtlicher Bahnen.

Relativ wenig Anklang findet bei den Wintersportgästen der Saison: Skippass Bern Oberland. Christoph Egger führt dies auf das wenig attraktive Angebot zurück. Die auf tiefem Niveau stagnierenden Verkaufszahlen (knapp 200 Stück) habe den BBB-Vorstand dazu bewegen, nächstes Jahr ein in Österreich erfolgreich eingeführtes Modell vor Ort zu studieren. An der Delegiertenversammlung vom Dienstag wurde mit der Skiflit Grenchenberg AG aus dem Kanton Solothurn erstmals ein Mitglied ausserhalb des Kantons Bern aufgenommen.

Bauzonen-Stopp gefordert

Die Landschaftsinitiative ist zustande gekommen: Der Trägerverein reichte letzte Woche 110 044 beglaubigte Unterschriften ein.

THERES LAGLER/SDA

Die Landschaftsinitiative verlangt, dass die Gesamtfläche der Bauzonen in der Schweiz während 20 Jahren nicht mehr wächst. Bund und Kantone sollen für die haushälterische Nutzung des Bodens gemein-

sam zuständig sein. Nach Ansicht der Initianten hat die Raumplanung versagt. Der «Einzonungsmechanismus» in den Gemeinden führe zu einem unaufhaltsamen Wachstum der Bauzonen statt zu einer Siedlungsentwicklung nach innen, sagte Geschäftsführer Raimund Rodewald von der Stiftung Landschaftsschutz. Mit der frühzeitigen Einreichung ihres Begehrens möchten die Initianten nicht zuletzt Druck machen auf die Revision des Raumplanungsgesetzes, die demnach in die Vernehmlassung geht. Laut

Rodewald können die Mängel in der Raumplanung ohne Stärkung der Kompetenzen von Bund und Kantonen nicht behoben werden.

Getrennt marschiert der Umweltschützer Franz Weber mit den im Dezember 2007 eingereichten beiden Initiativen «zur Rettung des Schweizer Bodens». Angesichts der bevorstehenden Aufhebung der Lex Koller will er zum einen den Anteil der Zweitwohnungen pro Gemeinde auf 20 Prozent beschränken. Zum anderen soll der Bau von Grossanlagen stark erschwert werden.

Unterwalliser stellen Legalität des neuen Tourismusgesetzes in Frage

Fünf Walliser Gemeinden wehren sich gegen den jüngsten Gesetzesvorschlag und drohen mit einem Referendum.

Die Unterwalliser Tourismusorte Aniviers, Bagnes/Verbier, Nendaz, Ovronnaz et Veysonnaz sind mit dem Vorschlag zum neuen Walliser Tourismusgesetz nicht einverstanden. Eine Woche nachdem die zuständige Kommission vom Walliser Grossrat die jüngsten Änderungen zum neuen Gesetz präsentierte, kommunizierten die Gemeinden ihre Position der Öffentlichkeit. Die Unterwalliser kritisieren, dass die Mehreinnahme von Geldern durch das neue Tourismusgesetz «hypothetisch bleiben wird», wenn sich der Grundbetrag der Abga-

be auf die touristische Beherbergung nur zwischen 10 und 30 Franken pro Quadratmeter bewegt.

Als ungerecht empfindet man, dass nur jene Gemeinden, die einer der noch zu gründenden Tourismusregionen angehören, in den Genuss der Tourismusabgabe kommen. «Ob das legal ist, bleibt noch abzuklären», schreiben die fünf Gemeinden in ihrem Positionspapier. Ausserdem sei es unangemessen, solchen Gemeinden zu untersagen, für Zweitwohnungen eine weitere Lenkungsabgabe einzuführen.



«Wir haben eine Auslastung von über 95 Prozent», betont Hoteldirektor Eric Piatti.

Mitten im olympischen Geschehen

Das Swissôtel in Peking hat sich zur Drehscheibe für das Internationale Olympische Komitee gemauert. Hoteldirektor Eric Piatti zieht die Fäden und lobt die Kooperation mit Lausanne Tourismus und der Genferseeregion.

Theres Lagler

Eric Piatti, wie erleben Sie die Olympischen Sommerspiele in Peking?
Es läuft sehr gut. Wir haben im Swissôtel Peking eine Auslastung von über 95 Prozent, und das wird auch bis zum Schluss der Spiele am 25. August so bleiben.

Was war bisher Ihr Highlight?
Die Eröffnungszeremonie. Da haben die Chinesen gezeigt, was sie können. Ich war selber dort. Es gab kaum Wartezeiten, obwohl 90 000 Zuschauer im Stadion waren. Die Feierlichkeiten funktionierten von der Hin- bis zur Rückfahrt reibungslos. Das war hervorragend organisiert.

Lausanne Tourismus und die Genferseeregion haben einen offiziellen Auftritt im Swissôtel Peking. Bringt das viele Leute ins Haus?
Das Projekt «Lausanne, the Olympic Capital, and the Lake Geneva Region greet Beijing 2008» kommt gut an. Die Federführung liegt bei Lausanne Tourismus, da die Stadt den Sitz des Internationalen Olympischen Komitees IOC beherbergt. Wir haben im Rahmen des Projekts eine Ausstellung des Olympischen Museums bei uns. Parallel dazu läuft ein Event-Kalender. In der ersten Woche waren viele Politiker zu Gast. Bundespräsident Pascal Couchepin war da, und IOC-Präsident Jacques Rogge hielt eine Ansprache. In der zweiten Woche rücken nun Tourismus, Wirtschaft und Bildung – in Kooperation mit der EHL – ins Zentrum.

Wie wickeln Sie als Hoteldirektor das Ganze ab? Es ist ja beispielsweise die Küchenbrigade des «Lausanne Palace» am Werk. Haben Sie Ihr eigenes Team in die Ferien geschickt?
Nein, natürlich nicht. Wir haben die Öffnungszeiten unserer Restauration deutlich verlängert. Wir haben die beiden deutschen Fernseh-Stationen ARD und ZDF im Haus. Das ganze Team mit 300 Mitarbeitern ist bei uns untergebracht. Die arbeiten in drei Schichten während 24 Stunden am Tag. Das bedeutet für uns, dass wir von 5 Uhr morgens bis 11 Uhr mittags Frühstück anbieten. Das geht dann flussend über in die Lunchzeit. Abendessen gibt's bis spät nachts. Das Team des «Lausanne Palace» kocht im Prinzip nur am Abend. Es bereitet ein spezielles Menü für die Delegation aus Lausanne zu. Die normalen Gäste können dieses Menü aber auch bestellen.

Was bringt Ihnen diese Kooperation?
Wirtschaftlich sicher sehr viel. Wir haben fünf offizielle IOC-Veranstaltungen in unserem Haus, so viele wie kein anderes Hotel. Dadurch sind wir zu einem wichtigen Standort für die Olympische Familie geworden. Das ist ein Aspekt. Aus Sicht der Mitarbeiterentwicklung ist es aber auch interessant, ein Team wie das «Lausanne Palace» vor Ort zu haben. Ein Team, das 17 Gault-Millau-Punkte und einen Michelin-Stern hat, motiviert unsere Leute und vermittelt ihnen Fachwissen.

Sie haben ein volles Haus, andere Hoteliers in Peking klagen über leere Betten. Wurden im Hinblick auf die Olympischen Spiele zu viele Hotels gebaut?
Ich glaube schon. Alleine im letzten Jahr wurden in Peking 11 000 Zimmer in der 4- und 5-Sterne-Kategorie auf den Markt gebracht. Einen negativen Einfluss auf die Belegung der Hotels hatten aber auch die restriktiven Einreisebestimmungen, die China Ende Mai einführte.

«Seit diesem Jahr gibt es in Peking 11 000 neue Zimmer in der 4- und 5-Sterne-Kategorie.»

Befürchten Sie, dass die Hotelkapazitäten in Peking längerfristig ein Problem sind?

Nein. Peking wird – wie alle anderen Städte nach Olympischen Spielen auch – einen Einbruch haben. Ich bin aber überzeugt, dass er nur kurz dauern wird. Die Wirtschaft in Peking boomt. Das Wachstum geht weiter.

Wie sieht bei Ihnen im Swissôtel in der Regel der Gästemix aus?

70 Prozent stammen aus dem Westen – aus Europa, Amerika und Australien. Etwa 18 Prozent der Gäste kommen aus China, der Rest aus Japan, Singapur und anderen asiatischen Ländern.

Chinesen als Gäste sind auch für die Schweizer Hoteliers interessant. Was schätzen sie bei Ihnen besonders?

Die Chinesen legen viel Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Das ist momentan der wichtigste Aspekt. Dann wollen sie neue Produkte erleben. Das gilt für den ganzen asiatischen Markt. Die Asiaten haben gerne neue, moderne Produkte. Dem entspricht unser Hotel im Moment nicht ganz. Deshalb sind wir auch am Renovieren. Wir werden im nächsten Jahr die Zimmer neu machen.

Swissôtel hat Schweizer Wurzeln, gehört aber zur Kette Fairmont Raffles Hotels International. Trotzdem fällt auf, dass es im Swissôtel Peking ein Swiss Café und Swiss Rooms gibt. Ist der Brand immer noch so wichtig?
Er ist unglaublich wichtig. Die Schweiz steht für Gastfreundschaft und Qualität. Wir leben diese Schweizer Identität, auch wenn wir zu einer internationalen Gruppe gehören. Swissness kommt bei den Gästen – speziell in China – gut an. Der Ruf und das Image der Schweiz im Ausland ist sehr positiv.

Der Westen tut sich ja etwas schwer mit China. Sie leben dort. Halten Sie eine Annäherung, ein gegenseitiges Verständnis für möglich?

Ich glaube, dass wir etwas weniger arrogant sein sollten und uns Zeit nehmen sollten, um die Leute und ihre Kultur näher kennen zu lernen. Wir können von den Chinesen auch nicht erwarten, dass sie beispielsweise bei der Energieversorgung in zehn Jahren technologische Fortschritte erzielen, für die wir 50 Jahre benötigen. Umgekehrt müssen sich die Chinesen auch vermehrt mit uns auseinandersetzen. Es braucht einen Austausch der Kulturen.

Zur Person Eine Karriere bei Swissôtel

Eric Piatti (41) ist seit einem Jahr Direktor des Swissôtel Peking. Der Schweizer blickt bereits auf eine mehrjährige Karriere bei Swissôtel Hotels & Resorts zurück: Von 2005 bis 2007 war er Vizedirektor im Swissôtel Nai Lert Park in Bangkok, in den Jahren davor arbeitete er in verschiedenen Funktionen im Swissôtel Le Plaza in Basel.

Standpunkt

Vorsicht vor einer weiteren Mehrbelastung für die Hotellerie



Peter Bodenmann

Zölle sind Steuern. Zölle auf Lebensmittel sind unsoziale Steuern. Sie treffen die Falschen. In Genf wurde es Anfang Sommer spannend. Fast wäre die Doha-Runde ein Erfolg geworden. Sie hätte eine Senkung der für die Hotellerie wichtigen Zölle um 60 Prozent gebracht: Ein warmer Segen für die ganze Gastro-Branche. Unser Warenaufwand wäre um hunderte von Millionen Franken im Jahr gesunken. Wir wären – und zwar jeder einzelne Betrieb – im internationalen Wettbewerb konkurrenzfähiger geworden.

«Wer Arbeit schafft, soll nicht bestraft, sondern belohnt werden.»

Die Schweizer Bauern trommelten gegen die Doha-Runde. Dies mit Unterstützung der SVP: Wer trommelte für die Hoteliers und für die Doha-Runde? Wer für die Menschen mit kleinen und mittleren Einkommen in der Schweiz? Niemand.

Die Kosten der Hoteliers steigen. Die Öl- und Gaspreise explodieren. Die Lebensmittel werden teurer. Auch die Angestellten leiden – wie Untersuchungen von Professoren belegen – unter der für sie hohen Inflation überproportional. Endlich sinkende Zölle auf Lebensmitteln hätten beide entlastet, die Hoteliers und ihre Angestellten. Offenbar sind die konkreten Interessen der Branche für den Hotelier-Verein genauso wichtig wie für die Gewerkschaften.

Das gleiche Bild in Sachen Mehrwertsteuer. Unter dem Druck der Franzosen will die EU-Kommission mehr Beschäftigung durch tiefere Mehrwertsteuersätze für das Hotel- und Gastgewerbe fördern. Wer Arbeit schafft, soll nicht bestraft, sondern belohnt werden.

In der Schweiz versprechen die Hoteliers dem zuständigen Bundesrat, dass sie ein Projekt des Einheitsatzes für die Mehrwertsteuer unterstützen werden. Wenn alle Leistungen besteuert würden. Also auch jene des Gesundheitswesens. Dies bedeutet ökonomisch nichts anderes als weitere Mehrbelastungen für die Hotellerie und ihre Angestellten. Irgendwie sind wir falsch gewickelt.

Peter Bodenmann, Hotelier in Brig



Franziska Egli
Redaktorin

Zum Thema
Facebook

Also, ich gehe hier und jetzt das Risiko ein, von Cracks als Greenhorn und von Unkundigen definitiv als Lifestyle-Victim abgestempelt zu werden. So sei es. Jedenfalls haben mein Stiefsohn (14 und längst ein Computer-Crack) und ich (38 und virtuell eine Nuss), uns neu auf einem Dienstagabend gemeinsam auf Facebook angemeldet. Für die Unkundigen unter uns: Zurzeit die Plattform, das Netzwerk für soziale Kontakte (www.face-

book.com). Wobei ich noch anfügen muss, dass weder er in seinem zarten Alter, noch ich mit meinen Neue-Medien-uncoolen Fast-Vierzig wirklich der aktuellen Zielgruppe angehören. Und dies, nachdem mir ein Kollege – normalerweise ein wahrer Trendsetter und mit 31 im besten Facebook-Alter – vor kurzem noch erklärt hatte: Facebook?, das fände er totalen Blödsinn. Vielleicht sei er in dieser Hinsicht altmodisch, aber dem verweigere er sich. Diese virtuelle Welt,

Diese virtuelle Welt. Diese soziale Kontrolle. Dieser soziale Pool – nein, jetzt hör aber auf!, rief er.

diese soziale Kontrolle, dieser asoziale Pool, in dem man quasi um die Freundschaft eines Bekannten bittet. Nein, jetzt hör aber auf! Es geht doch nichts über herkömmliche, haptische, fleischliche, ich wisse schon: eben richtige Freundschaften, und über-

haupt: Geit's no? Nun ja, angemeldet habe ich mich trotzdem. Und seither, ich wage es kaum zu sagen, muss ich wie Tausende, was sagich: Millionen andere auch (Facebook soll mittlerweile weltweit über 90 Millionen Mitglieder haben), jeden Abend, wenn ich nach Hause komme, und jeden Morgen nach dem Aufwachen mein Konto checken. Mindestens. Gucken, was sich Neues in meinem «Freundeskreis» getan hat, und wer neu dazu gestossen

ist. Schauen, was für Föteli meine «Freunde» aufgeladen haben. Nachprüfern, welcher abartige Rapper nun auch noch die Seite meines Stiefsohns schmückt und ihn auf irgendwelche Party nach Downtown L.A. einlädt, wie er stolz vermerkt. Und?, fragte mein Kollege kürzlich säuerlich, fägt's? Aber sicher!, und wir gingen auf ein Apéro in die nächste Bar. Denn klar ist auch: Es geht nichts über ein richtiges Tête-à-Tête mit richtigen Drinks in einer richtigen Bar.

Es geht nichts über leibhaftige Freunde. Oder?



«An der Schweiz gefällt mir die Mischung aus Natur und Lifestyle, Eleganz und Modernität.»
Helene Fischer, Schlagersängerin



Das neue Konzept trägt Früchte: Die **Konzerte am Engadin Festival** waren in diesem Sommer bis zu **70 Prozent** besser ausgelastet als in den letzten Jahren.

Bilder Giancarlo Cattaneo/zvg

Die Engadiner Konzertwochen haben unter einem neuen Namen einen erfolgreichen Anlass organisiert: Das Engadin Festival wurde vom 11. Juli bis 17. August 2008 ein beliebter Treffpunkt für Musikfans aus aller Welt. Mit einem neuen Konzept präsentierten die Organisatoren um Intendant Jan Schultz die diesjährigen Sommerkonzerte. Neben den Konzerten in den Kirchen des Oberen-



Walter Anderau, Präsident Engadin Festival-The Club mit Ernst Saratz, Pontresina (Hotel Saratz).

gadins und den Festsälen der Engadiner Hotels wurden neue und aussergewöhnliche Spielorte für Konzerte gefunden. Jazz- und Kinderkonzerte erweiterten die musikalische Ausrichtung mit reinen Klassikprogrammen und Kammermusikabenden. Es gab Einführungen in die Konzerte und Spielorte, Cocktails und Diners vor oder zeitgleich zum musikalischen Genuss. Das neue Konzept hatte Erfolg. Gut 1400 Gäste haben die Konzerte besucht. Die Auslastung war gut und konnte im Vergleich zu den vergangenen Jahren um 60 bis 70 Prozent gesteigert werden.

Neuer Name brachte dem Festival Glück

Die Engadiner Konzertwochen heissen neu **Engadin Festival**. Das neue Konzept zeigte Wirkung. Rund 70 Prozent mehr Gäste kamen in die Berge.

SIMONE LEITNER



Hanspeter Danuser und Peter Keller, Product Manager Engadin Festival.

Aufsteiger Ted Teng



Am 1. September 2008 wird **Ted Teng** neuer Präsident und Chief Executive Officer von The Leading Hotels of the World. Erlöst Paul McManus ab. McManus wird Anfang September die Position des Vice Chairman bei Leading Ventures übernehmen und weiterhin dem Aufsichtsrat von The Leading Hotels of the World angehören. Ted Teng ist seit 30 Jahren in der internationalen Hotellerie tätig und verfügt aus seinen verschiedenen Führungsfunktionen über ein breit angelegtes Branchenwissen und grosses operatives Know-how. Ted Teng führte seit 2006 seine eigene Hotelinvestment- und -betriebsgesellschaft, Prime Opus Partners, LP. Davor war Ted Teng Präsident und Chief Operating Officer bei Wyndham International Inc. Dort steuerte er ein Portfolio von über 200 Hotels mit einem Jahresumsatz von über 200 Milliarden US-Dollar. Branchenkenner ist Ted Teng auch noch aus seiner Zeit als Präsident Asia Pacific bei Starwood Hotels and Resorts Worldwide ein Begriff.

Aussteiger Oskar Marti



Ganze 23 Jahre hat er hier gewirkt, nun wollen er und seine Frau sich zur Ruhe setzen. Die Rede ist von Oskar Marti, genannt Chrüter-Oski, und seinem mit 17 Gault-Millau-Punkten dotierten Restaurant Moospinte in Wigiswil bei Mütchenbuchsee. Seit 1985 besitzen und führen Oskar und Ursula Marti den Betrieb, nun hat der 61-jährige Spitzenkoch und Kochbuchautor eine Immobilienfirma beauftragt, die gut laufende «Berner Zeitung» berichtete. Ein Restaurant auf diesem Niveau sei Hochleistungssport, da müsse man sich irgendwann verabschieden, so Marti. Das 3300 Quadratmeter grosse Grundstück samt 170-jährigem Haus, Restaurant und Inventar kostet gemäss einem Inserat im «Bieler Tagblatt» 2,6 Mio. Franken. Laut Marti haben sich bereits Fachleute gemeldet. Ob das Haus neben dem Golfplatz Moospark aber weiter ein Restaurant bleibt, ist noch nicht klar: Ein Wirt werde zwar bevorzugt, müsse aber nicht sein. fee

Im Sommer bei Schnee baden und die Seele baumeln lassen

Am Body & Mind Weekend auf der Engstligenalp standen Bodyart, Pilates, Wellness und die Natur im Zentrum.



Die Teilnehmerinnen am 1. Body & Mind Weekend liessen sich vom Schnee im Sommer nicht abhalten und relaxten.

Am vergangenen Wochenende fand das 1. hochalpine Body & Mind Weekend auf der Engstligenalp statt. Ob Adelboden konnten die Teilnehmer ihre Seele in der frischen Bergwelt der Engstligenalp baumeln lassen. Mit der Kombination von Bodyart, Pilates, Wellness und der Bergwelt wurde ein besonderes Ambiente geschaffen. Die beiden Organisatorinnen Käthi Willen und Marti-

na Müller waren etwas nervös. Sie haben die gewohnten Räume des Fitnessstudios verlassen und standen einen Tag vor dem Event auf der Engstligenalp und sahen dem Wetter zu: Es schneite. Das Event war mit 16 Teilnehmenden ausgebucht, Absagen waren kein Thema. Doch Wetterkapriolen machten das Event laut Organisatorinnen «noch spezieller und ausdrucksstärker». sls

Sesselrücken

General Manager des «Dorchester» in London eingesetzt



Die Dorchester Collection hat **Roland Fasel** zum neuen General Manager des Dorchester Hotels in London gekrönt. In seiner neuen Rolle wird Roland Fasel für die Führung des 250 Zimmer umfassenden Hotels mit 600 Angestellten verantwortlich sein. Er wird gleichzeitig auch die Funktion des UK Regional Directors der Dorchester Collection übernehmen. Roland Fasel ist 46-jährig und hat während seiner 23-jährigen Karriere in einigen der angesehensten Häuser weltweit gearbeitet, unter anderem im Badrutt's Palace Hotel in St. Moritz.

auf moderne Weise neu interpretiert. Anfang August hat er Küchenchef **Martin Liefeth** abgelöst. Der 30-jährige Tim Adolphs stand schon in einigen renommierten Küchen: Er arbeitete im Arabella-Sheraton in Frankfurt, in den Restaurants «Silk» und «Micro» des Cocoon Club Frankfurt und zuletzt als Souschef im Lindner Hotel & Residence Main Plaza in Frankfurt.

Bei SV wurde die Marketing-Leitung neu besetzt

Isabel Gherbal hat Anfang Juli 2008 die Position als Marketing & Communications Director bei SV Schweiz übernommen. In dieser Funktion nimmt die 38-jährige-Einsitz in die Geschäftsleitung. Die 38-Jährige wechselt von der CityNightLine CNL AG, wo sie den Bereich Marketing und Vertrieb leitete, zu SV Schweiz. sls

«Pure Swissness» heisst die Devisen im «Beau Rivage»

Ganz unter dem Hotel-Motto «Pure Swissness» verspricht sich der neue Küchenchef des Lindner Grand Hotels Beau Rivage in Interlaken **Tim Adolphs** (Bild) noch stärker saisonalen und regionalen Produkten sowie klassischen Schweizer Gerichten, die er



Wäsche Fragen?
Wäsche Lösungen!

www.waeschekrone.ch

Fullservice Hotelwäschelösungen
Avel Baas, Vertriebsleiter Schweiz, Casa Regina Sella
6576 Beromünster, Tel.: 091 - 734 20 22

Spitzer Qualität
Wäschekrone

Airports. Spitzenreiter. München ist weltweit der fünftbeste und in Europa der beste Flughafen. Zürich ist nach Kopenhagen der drittbeste Europas. Das sagt das Skytrax-Airport-Rating.

Der Flughafen München macht seinen Passagieren das Leben angenehm. Andreas von Puttkamer sagt, was alles dazu beiträgt.

CHRISTINE KÜNZLER

Laut dem Skytrax Airport-Rating ist München der beste europäische Flughafen. Was macht ihn besser als den Zürcher Airport? Wohl, dass wir dem Passagier sehr kurze Umsteigezeiten – die Minimum-connecting-time beträgt 30 bis 35 Minuten – ermöglichen. Und unser breites Angebot an Flugverbindungen. München liegt mit knapp 4000 wöchentlichen innereuropäischen Flügen an der Spitze. Unser Flughafen ist klar konzipiert, übersichtlich und sehr hell. Kurz: er ist passagierfreundlich.

Wie unterhalten Sie Passagiere, die einen langen Zwischenstopp einlegen müssen?
Wir haben über 200 Shops und Restaurants und eine eigene Brauerei. Im Wellness-Spa im Hotel Kempinski, im Kosmetikstudio und dem Messageraum im Flughafen, kann sich der Passagier erholen. Er kann sich auch eine kleine Kabine mieten, wo er ein paar Stunden schlafen kann. Kinder fühlen sich in unseren Besucherparks wohl. Von unseren Besucherterrassen und -hügel lässt sich der Flugverkehr beobachten. Wer mehr Zeit hat, kann die nahe liegende Thermo in Erding besuchen. Weihenstephan, die älteste Brauerei der Welt, in Freising ist zehn Minuten entfernt.

Die gastronomischen Highlights?

Zur Person Vom Reiseanbieter zum Flughafen

Andreas von Puttkamer leitet seit 2005 den Geschäftsbereich Aviation der Flughafen München GmbH. Er ist seit 1995 im Unternehmen tätig, die ersten 20 Jahre als Leiter Marketing und Verkehrsentwicklung. Von Puttkamer hatte an der Hochschule München studiert und arbeitete von 1987 bis 1992 bei TUI GmbH & Co KG in Hannover. Dann wechselte er zur Airconti GmbH in München. Dort war er Marketing- und Sales-Direktor.



Der Münchner Flughafen ist im Skytrax-Airport-Rating Europas bester.

Gute Aussichten

Unsere Brauerei mit ihren drei verschiedenen Biersorten. Der Passagier kann bei uns asiatische Küche essen und bekommt gehobene italienische Küche serviert. Im Terminal 2, wo die meisten Flüge von und nach Italien starten, gibt es echt italienisches Essen, Kaffee und italienisches Fernsehen. Wir halten für alle Zielgruppen das massgeschneiderte Angebot bereit.



«Wir halten für alle Zielgruppen das massgeschneiderte Angebot bereit.»

München hat 19 Airport-hotels. Wie kooperieren Sie?

Eines der Hotels gehört der Flughafen München GmbH und wird von Kempinski gemanagt. Neu dazu kommt ein Accor-Notel. Mit den anderen Hotels

arbeiten wir intensiv zusammen. Wir vermitteln ihnen Passagiere und beziehen sie bei Veranstaltungen und Messauftritten im Ausland mit ein.

Nach welchen Kriterien wählen Sie die Geschäfte aus?

Wir gehen sehr individuell vor, denn wir wollen den Branchenmix auf die jeweilige Zielgruppe abstimmen. Wir unterscheiden zwischen Schengen- und Nichtschengen-Bereich, zwischen Umsteigern und Leisure-Gästen. Im Bereich der kaufkräftigen Klientel platzieren wir zum Beispiel Anbieter hochwertiger Uhren, im Leisure-Bereich jene mit Sportuhren. Wir schauen uns den Anbieter-Markt an und

versuchen, mit den Marktführern Verträge abzuschliessen. Die Preise für die Ware entsprechen jenen der Geschäfte in der Innenstadt. Das wird vertraglich vorgeschrieben.

Und die Quadratmeter-Preise, sind die gleich hoch wie jene der Innenstadt-Geschäfte?

Es kommt darauf an, wie man Innenstadt definiert. Nehmen wir die Neuhauserstrasse, liegen wir leicht darunter.

Wie holen Sie die nicht fliegenden Gäste in den Flughafen?

Im Flughafen kann man auch sonntags einkaufen. Im überdachten Münchner Airport Center, das zwischen zwei Terminals liegt, finden Veranstaltungen statt. Jetzt gerade wurden die Beachvolleyball-Turniere durchgeführt. Im Winter kann der Besuchermarkt bummeln und auf einer grossen Eisbahn Schlittschuh laufen.

Fakten Lauter Rekorde im letzten Geschäftsjahr

Bilanz 2007. Mit dem grössten Passagierzuwachs seiner Geschichte – einem Plus von 3,2 Mio. gegenüber dem Vorjahr – erreichte der Münchner Airport letztes Jahr die Rekordmarke von rund 34 Mio. Reisenden. Nach Abschreibungen und Steuern erzielte die Flughafen München GmbH ein Jahresergebnis von knapp 50 Mio. Euro. Ein Rekord auch beim Konzernumsatz: Die Gesamterlöse inklusive der Erträge beliefen sich bei Abschluss des Geschäftsjahres auf über 1 Mrd. Euro. Mit 419 977 Starts und Landungen im gewerblichen Luftverkehr und einem Luftfrachtaufkommen von über 451 000 Tonnen stellte der Flughafen München im 2007 weitere Bestmarken auf.

Wie verändern die hohen Ölpreise das Fluggeschäft?

Wir spüren, dass die Low-Cost-Carrier unter Druck geraten. Das trifft uns jedoch nicht allzu hart, weil dieses Segment bei uns keinen grossen Anteil hat. Wir sehen aber auch, dass insgesamt der dezentrale Langstreckenverkehr abnehmen wird. Das ist für uns insofern positiv, weil die Airlines dadurch ihren Verkehr wieder vermehrt über die Hubs leiten.

Wie wird es in zehn Jahren sein?

Nach wie vor spannend. Die Airlines werden sich noch stärker zusammenschliessen. Wir sehen für München gute Chancen, denn wir sind gerade dabei, mit der Lufthansa einen neuen Satelliten zu planen. Das heisst, die Umsteigequalität wird noch besser. Wir werden weitere Kapazitäten für die Airlines schaffen, sobald die dritte Landebahn in Betrieb ist.

Die 10 Besten: Diese Airports der Welt liegen in der Beurteilung durch die Passagiere ganz vorne

Die 2008 World Awards von Skytrax (www.worldairportawards.com) wurden auf Basis von 8,2 Millionen unabhängigen Passagier-Interviews vergeben, in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsmagazin forbes.com

<p>1 Hong Kong Int. Airport Hongkong</p> <p>Passagiere 47,8 Mio. Flüge 292 000</p> <p>Begründung: In zehn Jahren sieben Mal die Nummer eins. Passagiere finden sich leicht zurecht, geniessen die pay-to-use Lounge und den Expresszug nach downtown Hongkong. Ein Programm für Vielflieger bringt diese schnell durch die Einreisekontrolle.</p>	<p>3 Seoul Incheon Südkorea</p> <p>Passagiere 30,8 Mio. Flüge 204 000</p> <p>Begründung: Bietet Golfplatz mit 72 Löchern, Club-, Massage- und Concierge-Services, Kinder-Spielraum Business-Center, Flughafen-Website mit Aktivistiken für Transit-Auflenthaltsskizzen des Passagiers.</p>	<p>5 München Deutschland</p> <p>Passagiere 34,0 Mio. Flüge 431 915</p> <p>Begründung: Verbunden mit Kosmetik- und Physiotherapie-Services sowie weiteren innovativen Annehmlichkeiten (cutting-edge amenities). Kino mit 60 Sitzen, Kinderterminals mit Touchscreens, die zeigen, wie ein Flughafen funktioniert.</p>	<p>7 Kopenhagen Dänemark</p> <p>Passagiere 21,4 Mio. Flüge 257 591</p> <p>Begründung: Die Passage durch Skandinavien's grössten Flughafen, dessen Neubau 2008 abgeschlossen wurde, ist eine ästhetische Erfahrung. Er ist mit Kunstwerken ausgestattet und legt äusserstlichen Wert auf seine Architektur (Entwurf TNT Architects).</p>	<p>9 Helsinki Finnland</p> <p>Passagiere 13,1 Mio. Flüge 180 000</p> <p>Begründung: Passagiere, die vom Fliegen genervt sind, können sich hier beruhigen. Der Flughafen unterhält einen Meditationsraum, um ein ruhiges Ambiente für alle zu schaffen. Aber man kann auch in diversen Working-Lounges arbeiten.</p>
<p>2 Singapore Changi Singapur</p> <p>Passagiere 36,7 Mio. Flüge 221 000</p> <p>Begründung: Verwöhnt Reisende mit Orchideen-Gärten im Gelände, Swimmingpool auf dem Dach, thematisch sortierten Fernseh-Lounges, Gratis-Sightseeing-Tour für Passagiere ab fünf Stunden Transit-Auflenthalt.</p>	<p>4 Kuala Lumpur Malaysia</p> <p>Passagiere 24,1 Mio. Flüge 183 672</p> <p>Begründung: Im Skytrax-Banking einer der Airports mit dem besten Immigration-Service. Geschmeidige Ankrans- und Abreise-Erklärung ist fast garantiert. Fussreflexzonen-Massage und Körpermassage-Service.</p>	<p>6 Kansai Osaka Japan</p> <p>Passagiere 16,7 Mio. Flüge 128 943</p> <p>Begründung: Beindruckt mit starkem Architektur-Design von schwebender Skulptur (Entwurf Renzo Piano) auf einer künstlichen Insel. Bietet Arzt- und Zahnarzt-Praxen, VIP-Meeting-Rooms und ein Hausier-Hotel.</p>	<p>8 Zürich Schweiz</p> <p>Passagiere 20,7 Mio. Flüge 268 476</p> <p>Begründung: Dient allein Passagieren, macht aber einen Punkt aus seinen VIP-Services wie Rollfeld-Limousine, Event-Planung und Zutritt zur VIP-Lounge. Passagiere können auch Day-Rooms mit Küche und Weckruf mieten.</p>	<p>10 Kapstadt Südafrika</p> <p>Passagiere 8,5 Mio. Flüge 91 300</p> <p>Begründung: Für ein kleines Terminal wird ein Träger das Gepäck von einem Terminal zum nächsten tragen. Eine ganze medizinische Klinik steht für Passagiere zur Verfügung. Es gibt mehrere pay-to-use Lounges.</p>

Quelle: Flughafenawards.com
Quelle: forbes.com/WorldAwards

Airports. Zürich. «Unique» will nicht nur für Passagiere attraktiv sein. Die Flughafen Zürich AG investiert eine Milliarde Franken, um auch Besucher anzulocken, die keinen Flug gebucht haben.



Begleitung für die Tour durch die Shoppingmall oder Limousinenservice gefällig? Kein Problem, der VIP-Service des Flughafens Zürich hilft. Bilder zvg

Doch nicht nur. Für Flugreisende sind die Angebote eines Airports relevant und werden heute im Rahmen von Web 2.0 in Bewertungsplattformen eifrig beschrieben und gelesen. Lounges, VIP-Services oder auch Unterhaltungsmöglichkeiten während den Transferzeiten «sind wichtiger geworden», betont

Passkontrolle und Boarding auch einen Limousinen-Service zum Flugzeug. «Es kommt dabei natürlich auch auf die Position des Flugzeuges an», schränkt die Fachfrau ein.

Nur beschränkte Angebote im Euroairport in Basel

Der Flughafen Zürich bietet auch ganz profane Services für Transfergäste an: von Kinderwagen über Inline-Skates bis hin zu Velos steht alles für Reisende im und um den Flughafen bereit.

Das gilt auch für den Airport in Genf. Nur in Basel wird auf ein grosses Angebot an Lounges und Ähnlichem verzichtet. Schliesslich ist der Euroairport kein Hub, der als Drehscheibe genutzt wird. «Bei uns wird angekommen oder abgereist, Transfergäste kennen wir in Basel nicht», erklärt Vivienne Gaskell, Mediensprecherin des Euroairport.



Der Euroairport in Basel braucht keine Angebote für Transfergäste.

Rauch. Der Flughafen Zürich ist in den verschiedenen Ratings immer top gelistet (siehe Seite 7).

Unique überlässt aber nichts dem Zufall, sei es auf der Luft- oder Landseite. Die Flughafen Zürich AG erzielt 60 Prozent des Umsatzes mit startenden und landenden Flugzeugen. Für den Rest sorgen die 300 Einkaufsläden, Restaurants und Büros auf dem Areal. Sie zahlen Unique Miete und Umsatzabgaben. «Die Miete wird nicht nach der Fläche berechnet, sondern nach dem Umsatz», betont Rauch. Vor allem Handelspartner, die den Zeitgeist und die Bedürfnisse der internationalen Klientel kennen, werden verpflichtet. So gibt es in Zürich und im Flughafen Genf neben den offiziellen Airline-Lounges auch kommerzialisierte Entspannungszonen für Reisende. Diese werden von Swissport, Dnata oder den Flughäfen selber betrieben und können online oder telefonisch gebucht werden. Auch wenn ein Passagier nicht Business- oder First-Class fliegt, hat er die Möglichkeit zu relaxen, zu arbeiten oder sich zu erfrischen.

VIP-Service boomt und bringt Gäste direkt ins Flugzeug

Den VIP-Service, den der Flughafen Zürich anbietet, boomt. Esther Bürge ist stellvertretende Leiterin dieser Dienstleistung und begleitet nicht ausschliesslich Staatsmänner, Operndiven oder Wirtschaftsgrößen zu den Flugzeugen: «Wenn Zeit und Diskretion zählen, dann sind wir gefragt, auch bei Ferienreisenden.» Wer seine Reise also zeitsparend und vor allem unerkannt antreten möchte, bezahlt 260 Franken (jede weitere Person 100 Franken) und geniesst neben einem schnellen Handling von Check-in,



Kinder sind anspruchsvolle Gäste auf den Flughäfen.

Fakten Umsatz im ersten Halbjahr deutlich höher

Unique (Flughafen Zürich AG) vermeldete gestern gute News: Der Halbjahresgewinn von 79,8 Millionen Franken liegt 73,1 Prozent über dem Ergebnis des ersten Halbjahres 2007. Zum guten Ergebnis haben die anhaltend gute Verkehrsentwicklung und die gestiegenen Umsätze im Kommerzbereich beigetragen. Die finanziellen Kennzahlen sind durch den Fluglärm beeinflusst. Ohne die Fluglärmthematik würde der Halbjahresgewinn bei 60,5 Millionen Franken liegen, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 127,8 Prozent bedeutet. Anfang Woche wurde zudem bekannt, dass Jet Aviation, eines der führenden Unternehmen in der Geschäftsflugfahrt, mit Sitz in Zürich, von General Dynamics übernommen wird. Der Vollzug der Transaktion wird bis Ende 2008 erwartet. sls

1 Milliarde für die Flughafen-Gäste

Die Flughafen Zürich AG will eine Milliarde Franken investieren. Und so den Flughafen zum Erlebnis machen.

SIMONE LEITNER

Flughäfen sind längst keine unpersönlichen Transferhallen mehr, die Passagiere von A nach B befördern. Die Annehmlichkeiten, die ein Flughafen heute bieten muss, sind im Business- oder Leisure-Bereich wichtige Entscheidungsfaktoren bei der Reiseplanung. Daher wird viel investiert. Nicht nur in die Infrastruktur für

Fluggäste, sondern auch in Besucher und Angestellte des Flughafens. «Im Flughafen Zürich sind rund 21 000 Personen tätig», sagt Marc Rauch, Mediensprecher der Unique. Mit dieser Zielgruppe kann Geld verdient werden. Grössere Investitionen sind daher denkbar, hält Rauch fest und sieht ein Fitness- und Wellness-Center als Möglichkeit an. Die ganz grossen Investition

tionen von rund einer Milliarde Franken werden aber ausserhalb des Flughafens gemacht. «Der Butzenbühl, ein Hügel und Aussichtspunkt am Flughafen Zürich, wird bis in 10 Jahren zu einem Erlebnis-Treffpunkt ausgebaut.» Mehr kann Marc Rauch nicht sagen, zeigt damit aber, dass Flughäfen den Fokus heute vor allem auch auf Nicht-Passagiere richten.

Shopen im Airport Dubai

Der Dubai International Airport ist ein eigentliches Einkaufsparadies. Auf 5400 m² steht Shop neben Shop.

CHRISTINE KÜNZLER

Verkauft wird an der palmengesäumten Shopping-Mall des Dubaier Flughafens Topware zu einem guten Preis. Bekleidung, Schmuck, Sportartikel, Kosmetik, Elektronik und Spielzeug – die Auswahl ist riesig. Ein grosser Bereich ist dem Duty-free-Business gewidmet. Für diese Area hat Dubai schon mehr als 70 internationale Preise gewonnen. In 25 verschiedenen Restaurants kann sich der Besucher verpflegen. Von Cafés, Bars und Fast-Food-Ständen bis zur internationalen Spezialitätenküche findet sich dort alles.

Ein Fitness-Club und ein medizinisches Zentrum sorgen für das Wohl der Gäste. Zudem gibt es einen Werraum für unbegleitete Minderjährige. Behinderten Fluggästen stehen Elektrowagen und spezielle Informationsschalter zur Verfügung. In der neuen Flughalle steht das Dubai International Hotel mit einem Reservations-Schalter, der rund um die Uhr besetzt ist. Im Hotel lässt sich auch tagen: fünf Konferenzräume stehen zur Verfügung. Auch auf der Abflugebene steht den Flugpassagieren ein Business-Center mit 24-Stunden-Sekretariat offen. Nun plant Dubai einen neuen Flughafen, den Dubai World Central Al Maktoum International Airport. Es soll der grösste der Welt werden – wie es sich für Dubai gehört – und ein ganz besonderes Shopping-Erlebnis bieten. Der erste Abschnitt des Airports eröffnet im nächsten Jahr, der



Ein Eldorado: die Einkaufsstrasse im Flughafen Dubai.

letzte 2050. Die Anlage weist eine Fläche von über 140 Quadratkilometern auf. Geplant sind auf dem Flughafenareal auch Wohnheiten für bis zu 25 000 Bewohner. Parallel zum neuen

Flughafen baut Dubai seinen bestehenden International Airport aus. Vor wenigen Monaten ist der zweite Terminal eröffnet worden, bis 2010 soll der dritte realisiert sein.

Im Logan International Airport in Boston haben die kleinen Gäste einen Kidport

Im Bostoner Flughafen können sich die Kinder die Wartezeiten zwischen den Flügen im Kinderbereich verkürzen.

Junge Fluggäste haben im Bostoner Flughafen einen Bereich, wo sie nach Herzenslust spielen können. Playtime hat dort unter anderem den Bostoner Control Tower nachgebildet mit Rutschbahn – zur Freude der Kinder. Die erwachsenen Passagiere können sich derweil in einem der zahlreichen Restaurants verpflegen. Essen können sie dort vom Burger über Pizza bis zum asiatischen Gericht. Sind Hunger und Durst gestillt, geht's auf Shopping-Tour – auch dort ist die Auswahl gross. Die grossen Labels allerdings sind nicht vertreten. Dafür betreibt das Metropolitan Museum of Art im Flughafen ein Geschäft «mit einem inspirierenden Warenmix».

Wer zwischen An- und Abflug surfen will, besucht einen Internet-Kiosk oder profitiert vom Wireless-Internetzugang. Mit genügend Zeit kann man sich im Mini-Spa verwöhnen oder im Coiffeursalon eine neue Frisur verpassen lassen. ck



Auch Kinder können sich im Bostoner Flughafen vergnügen.

Airports. Lounges. Sie sind unentbehrlich und werden vielseitig genutzt. Und sie werden zunehmend luxuriöser: Die Swiss investiert weltweit in ihre Lounges.

Ausruhen bis zum Take-off

Flughafen-Lounges boomen, sind multi-medial und designorientiert. Die Airlines überbieten sich gegenseitig mit Luxusangeboten am Boden. Nicht nur der First-Class-Passagier wird umworben.

SIMONE LEITNER



Computerplätze in den Flughafen-Lounges sind immens wichtig.

Am produktivsten lässt sich die Zeit bis zum Take-off wohl in einer Flughafen-Lounge nutzen. Für Business- und Firstclass-Reisende aber auch für Meilenmillionäre, eine Selbstverständlichkeit. Doch – gewusst wie – kommen auch Eco- und Low-Cost-Passagiere rein. Nur bei den exklusiven Airline-Lounges sind Fremde unerwünscht. «Unsere Lounges sind ausschliesslich Swiss-Passagieren vorbehalten», sagt Jean-Claude Donzel, Mediensprecher der Swiss International Air Lines.

Der Klassenunterschied am Boden macht sich bemerkbar. Keine Berechtigung zu haben, in einer Lounge zu warten, bedeutet für Geschäftsreisende oft Zeitverlust. Ein ruhiger Arbeitsplatz oder ein Ort zum Entspannen steigert die Produktivität auf Reisen. In Internet-Foren diskutieren Vielflieger daher leidenschaftlich über die

verschiedenen Angebote. Und im Video-Portal Youtube.com sind minutenlange Aufzeichnungen von Lounge-Besuchen zu finden. Bei Umfragen wird schnell klar: Für die meisten der Vielflieger sind Priority Check-in und Lounge-Besuch die beiden wichtigsten Privilegien in einem Frequent-Flyer-Programm. Erst im vergangenen Juni hat die Swiss für Passagiere, die mehr als 100.000 Kilometer pro Jahr fliegen, egal in welcher Klasse, eine spezielle Location eröffnet: Die Business und Senator Lounge auf zwei Ebenen mit Business-Center und Zugang zur Smoker's Bar. «Die Swiss fokussiert auf den Vielflieger und honoriert die Treue», so Donzel.

Swiss investiert für Tageszimmer mit Duschen

Heute gehören in Flughafen-Lounges neben kostenlosen Snacks und Getränken, TV, Zeitungen vor allem multimediale Arbeitsplätze. Doch nicht genug. Der Trend geht weiter in Richtung Luxus: Die Swiss investiert erhebliche Mittel in die Modernisierung und Erweiterung ihrer Lounges weltweit. Nach Genf und New York JFK zog im Dezember 2007 Zürich nach. Grössten Wert wurde bei der Planung auf Privatsphäre für die Kunden gelegt: Abtrennbare VIP-Bereiche, Business-Büros mit modernen Laptops (inklusive gratis Internetverbindung) sowie Tageszimmer mit Duschen laden zum ungestörten Arbeiten oder Entspannen ein. Mit einer umfangreichen Bibliothek, einem TV-

«Die Swiss fokussiert auf den Vielflieger und honoriert die Treue.»

Jean-Claude Donzel
Mediensprecher Swiss

Bereich und einer grossen Auswahl an internationalen Zeitungen ist auch für Unterhaltung gesorgt. Zudem erwartet die Gäste in den grossflächigen Räumlichkeiten (650 m²) ein deutlich erhöhter Komfort – die Möbel stammen aus dem Hause Vitra.

Pre-Flight-Dining verwöhnt Gäste vor dem Abflug

Neu steht den First-Class-Passagieren unter anderem die Möglichkeit des Pre-Flight-Dinings offen, falls sie eine Mahlzeit vor dem Abflug bevorzugen. Auf der Menükarte können die Gäste zwischen ein-



Die First-Class-Lounge der Swiss bietet auch Schlafzimmer.

heimischen sowie internationalen Köstlichkeiten wählen. Und Air France bietet am Pariser Flughafen Charles de Gaulle Geschäftsreisenden sogar an, den Anzug aufbügeln

zu lassen, schreibt das Online-Portal Business-Travel.de. Entspanntes Reisen mit vielen Extras lautet weltweit die Devise der Airlines. In einige Lounges können sich die



Die Business-Lounge der Swiss lädt zum Ausruhen ein.

Passagiere auch einkaufen. Welche Locations für Interessierte offen stehen, ist auf den jeweiligen Flughafen-Websites ersichtlich. Billigflieger haben zwar keine eigenen Lounges. Dennoch macht auch hier der Trend zu Exklusivität nicht halt: Easyjet kooperiert mit dem Lounge-Dienstleister Servisair. Der Eintritt ist online buchbar und kostet je nach Destination zwischen 40 und 50 Franken.

Zutritt zu 500 Lounges in 90 Ländern für Members

Es gibt auch Unternehmen, die mit dem Trend rund um die Flug-

hafen-Lounges ein gutes Geschäft machen. Priority Pass bietet ihren Members Zugang zu 500 Lounges in 90 Ländern. Das Unternehmen betreibt keine eigenen Lounges, sondern kooperiert mit bestehenden. Gemäss Priority Pass nutzen weltweit 1,5 Mio. Kunden die Karte. Den Boomerkenen auch Kreditkartenanbieter: Wer beispielsweise einen Antrag bei American Express ausfüllt, kann für 249 Euro auch gleich die Jahresgebühr für Priority Pass buchen. Und Inhaber der American Express Platinum Card bekommen die Prestige-Mitgliedschaft von Priority Pass kostenlos obendrauf.



Die Lounges der Swiss International Air Lines sind weltweit sehr beliebt und werden in den Internetforen hoch gepriesen.

Bilder: zvg

In 5 Flugstunden die Hälfte der Weltbevölkerung erreicht

Seit Jahren die Nr. 1 auf der Liste der World Airport Awards, wird der Hong Kong International Airport, nun noch ausgebaut.

KARL JOSEF VERDING

Innerhalb von fünf Flugstunden kann von hier aus ungefähr die Hälfte der Weltbevölkerung erreicht werden. Hongkongs International Airport wurde 1998 nach siebenjähriger Bauzeit eröffnet. Die Baukosten für den Flughafen alleine betragen 11 Mrd. US-Dollar. Architekt ist Lord Norman Foster, die Ingenieurplanung übernahmen Ove Arup & Partner.

Das Flug-Unternehmen Cathay Pacific Group, dessen Heimatflughafen der Hong Kong International Airport ist, engagiert sich weiterhin für seinen Ausbau zu einem



Hongkong International: Verblüffend in Grösse und Ausstattung.

Cathay Pacific Group plant zudem den Bau und Betrieb eines neuen Cargo-Terminals an dem Drehkreuz für ganz Asien. Die Arbeiten an dem Projekt haben bereits be-

gonnen – der neue Terminal soll 2011 eröffnet werden. Pro Jahr sollen in ihm etwa 2,6 Mio. Tonnen Luftfracht umgeschlagen werden. Das heutige Passagier-Terminal des Hong Kong International Airports hat 75 Fluggaststeige. Der Masterplan für 2020 sieht vor, dass das Terminal in einer Ausbaustufe auf eine Kapazität von 61 Mio. Passagieren erweitert wird. Weiterhin sollen X-förmige Satelliten entstehen, die 59 Positionen erhalten. Diese werden im Norden und Süden des heutigen Terminals platziert. Daneben soll in der Endstufe des Ausbaus ein weiteres Terminal entstehen, das die Kapazität von 45 Mio. heute auf 87 Mio. steigert.

Der Flughafen ist über eine Schnellstrasse und Zugverbindung erreichbar. Der Hochgeschwindigkeits-Airport-Express bringt die Fahrgäste in 23 Minuten via Tsing Yi und Kowloon nach Central auf Hong Kong Island.

«Nur Fliegen ist noch schöner»



Attraktiv und kurzweilig: Changi.

Der Titelgewinner von 2006, Singapore Changi Airport, liegt knapp hinter Hongkong auf Platz zwei der Awards 2008. Gerühmt werden seine ständig aufdatierten Services.

KARL JOSEF VERDING

Wenn es in Singapur regnet, kommen immer mehr Hochzeitspaare mit der schnellen MRT-Bahn nach Changi, um hier ihre Hochzeits-

fotos zu machen. «Nur Fliegen ist noch schöner», schrieb die «Süddeutsche Zeitung» über den Singapore Changi Airport. «Dakönetesich (London-)Heathrow eine Scheibe von abschneiden: Der Flughafen in Singapur ist ein vorbildliches Beispiel für freundliches Service, angenehme Ambiente und geräuschlose Effizienz.» Der Abflug von diesem Flughafen sei «fast schade, denn der Airport bietet so viel Abwechslung und Zerstreuung, dass man hier gut einen entspannten Tag verbringen kann, ohne sich zu langweilen», schreibt die «Süddeutsche».

Das neue Terminal 3 des Singapore-Airports befindet sich frontal zur Nordwest-Bahn. Das Gebäude wurde für Flugzeuge der Grösse eines Airbus A380 geschaffen. Von den 28 Flugsteigen sind acht für den A380 ausgelegt. Im Januar 2008 wurde das Terminal in Betrieb genommen. Mit ihm will sich der Flughafen auf dem rasant wachsenden Flugverkehr im Asien-Pazifik-

Raum als internationale Drehscheibe etablieren und sich genügend Spielraum für zukünftige Passagierzunächse offen halten. Terminal 3 alleine hat eine Passagierkapazität von 20 Mio. pro Jahr. Das Bauwerk besitzt eine Nutzfläche von 380.000 Quadratmetern auf sieben Ebenen. Es kostete 1,25 Mrd. USD-Dollar. Die selber bereits oft mit Awards bedachten Singapore Airlines, deren Heimatflughafen der Singapore Changi Airport ist, werden vom Terminal 3 aus nach Europa, Australien und in die USA fliegen. Ansonsten nutzen sie mit ihren Allianz-Partnern den Terminal 2. Singapore Airlines hat zahlreiche Grossraumjets vom Typ Airbus A380 geordert.

ANZEIGE

Valentine's®
Fritusen Teilerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.berthsch-valentine.ch

Airports. Gastronomie. Günstig, schnell und gesund, heisst die Devise. Genf setzt dazu einen zweiten Pol: die Spitzenküche. Mittelmass wird es dort nicht mehr geben.



Kulinarischer Abstecker nach Asien am Take-away von Autogrill.

Eine kulinarische Reise durch die Schweizer Flughäfen zeigt: Die Vielfalt ist gross, von schnell und gesund bis schweizerisch.

CLAUDIA WEISS

Wersich auf Schweizer Flughäfen verpflegt, tut das am liebsten «schnell und günstig» oder «mit Schweizer Ambiente». Entsprechend sehen die Trends in der Flughafen-Gastronomie aus. Ab Herbst werden zwei gastronomische Extreme den Genfer Flughäfen prägen: «Schnelles, preiswer-

tes und gesundes Essen auf der einen Seite und Spitzenküche auf der anderen Seite werden vorherrschend. Mittelmass wird es kaum mehr geben.» So schildert Pierre Germain, Direktor Kommerz und Finanzen des Internationalen Flughafens Genf, das neue Konzept des Anbieters Select Service Partner (SSP) The Food Travel Experts. Im neu konzipierten Food-Court sorgen frische, günstige Snacks von Crêpe über Wokgericht bis Sandwich und Salat für die Bedürfnisse der Eiligen, während sich Geniesser ab Oktober im Restaurant «Altitude» von Gilles Duponts «Haute Cuisine» verwöhnen lassen können.

Der zweite grosse Trend läuft in Richtung «Esprit local», Ortsgeist, der den Leuten bei aller Internationalität zeigen soll, dass sie sich in der Schweiz befinden. Ganz klassisch im «Swiss Chalet» bei Fondue,

Kulinarischer Zwischenstopp

Rösti und Käseplatte, oder stimmungsvoll im «Montreux Jazz Café», dem ersten seiner Art, das die Atmosphäre des legendären Jazz-Festivals ausstrahlen soll – die lokale Prägung soll den Gästen vermitteln, dass hier die Westschweiz ist.

Ganz ähnlich sieht das Konzept im Zürcher Flughafen Unique aus, landseitig geprägt von Autogrill und



Damit es schnell geht: Selbstbedienung im Food-Court.

luftseitig von SSP. «Die zwei übergeordneten Trends heissen think global, act local sowie schnell und gesund», fasst Sonja Zöchling, Head Corporate Communication, zusammen. Auch hier also der Trend zum schnellen, frischen Snack, der ohne grossen Zeitaufwand mitge-

nommen werden kann und trotzdem einen hohen Nährwert hat, beispielsweise frisch zubereitete Sandwiches, Salatteller oder Wurstplättli nach dem Motto «Qualität und Frische».

Aber eben, nicht irgendeine Qualität, sondern Schweizer Qualität, und das sollen die Gäste auch merken: «Aussagen und Design in Restaurants und Cafés sollen einen positiv empfundenen Bezug zur Schweiz herstellen», so Sonja Zöchling. Von Helvetia Bar mit Most, Fleischkäse und Rösti über Swiss-Wurst mit knackigen Schweizer Würsten bis Asia Corner: Auch internationale Gerichte sollen einen Schweizer Touch erhalten, und daraus ergibt sich durchaus auch mal panasiatische Küche «made in Switzerland», das heisst, asiatische Gerichte mit marktfrischen Waren aus der Schweiz zubereitet und in Schweizer Ambiente serviert. Oder noch lieber gar nicht serviert, sondern – auch das ist ein wichtiger Trend – im Food-Corner selbst zusammengestellt.

Praktische Verpflegung im Vorbeigehen ist auch im Flughafen Ba-

sel angesagt: «Die Restauration zum Mitnehmen» mit Snacks und Sandwiches entwickelt sich stark», sagt Vivienne Gaskell, Leiterin Medien- & Öffentlichkeitsarbeit Euroairport Basel-Mulhouse-Freiburg.

Fakten Essen am Flughafen spiegelt Kultur des Landes

Farbenfroh wie auf einem Rummelplatz wirkt das Angebot am **Amsterdamer Flughafen Schiphol**: Juggle Juice und Juggle Sandwich bieten Säfte und Snacks, während Touch Down Family Restaurant und Vlaamse Frites Kinderaugen leuchten lassen. Im **New Yorker JFK Airport** dagegen brodeln dieselbe kulturelle Vielfalt wie in der Stadt selber: Von Italian Cafés über Asian Bistros, Wok & Roll, Deep Blue Sushi. **London Heathrow** setzt auf gediegene Abwechslung, vom New York Brunch und Afternoon Tea über leckere Patisserie und frisch gestrichene Sandwiches. cw

Frische Sandwiches werden mehrmals am Tag nachgeliefert und das Angebot an abwechslungsreichen Snacks laufend erweitert. Daneben sind vor allem zeitsparende Einteller-Gerichte wie Spaghetti Bolognese oder Carbonara oder frische Salat- und Gemüseteller immer gefragt, da sie auch für Eilige eine ausreichende Mahlzeit bieten: Im Flughafen Basel halten sich die Fluggäste nicht lange auf, entweder sie fliegen ab oder sie kommen an.

Nicht nur an der Eile soll man aber merken, dass man in Basel ist: Vor allem bei Deutschen sehr beliebt sind leichte und bekömmliche Spezialitäten aus dem Dreiländereck, wie Zürcher Geschnetzeltes mit Rösti oder «Bouchée de la Reine», Kalbfleischpastetchen mit Reis. Saisonbedingte Teller von Sommersalat bis Wintergemüse sowie Dreiangemus für Geschäftsleute im gediegenen Teil des Flughafenrestaurants runden das Angebot ab. Fazit der kulinarischen Flughafen-Recherche: Die Schweizer Flughäfen kommen so verschiedenartig daher wie ihre Standortregionen.

ANZEIGE

Einladung zur Fachtagung

EINKAUF ALS ERFOLGSFAKTOR

Mittwoch, 10. September 2008, 14.00 bis ca. 18.00 Uhr, Grandhotel Les Trois Rois, Basel

Der Einkauf ist ein Bereich mit viel Sparpotenzial. Er steht im Mittelpunkt der fideHotel-Fachtagung.

Urs Schaffer, versierter Berater und Buchautor, zeigt, wie ein optimal gestalteter Einkauf zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen kann. Praktiker berichten, wie sie dank dem Einsatz einer leistungsfähigen F&B-Software erhebliche Verbesserungen erzielt haben und heute den Unternehmenserfolg wesentlich beeinflussen.

Das erwartet Sie

- "Daily Business mit fideHotel" Expertengespräch mit Stefan Dürst, Leiter Einkauf Grand Hotels Bad Ragaz AG
- "Gut eingekauft ist halb gewonnen" Urs Schaffer, Berater und Buchautor
- "Grosses Hotel – grosse Geschichte" Führung durch das Grandhotel Les Trois Rois
- Apéro und ERFA-Austausch



Jürg Semadeni
fidevision ag, Leiter Marketing und Verkauf,
stellvertretender Geschäftsführer



Urs Schaffer
Coach, Trainer und Berater für Hotellerie,
Gastronomie und soziale Institutionen im
In- und Ausland

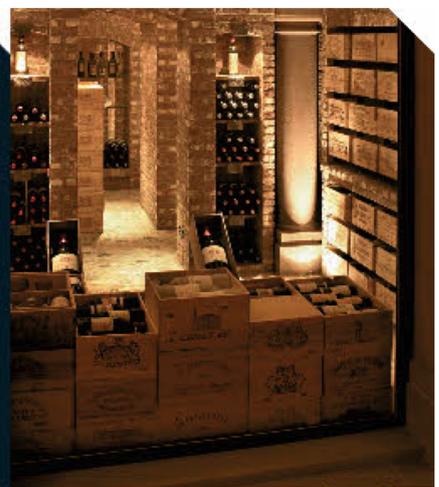


Stefan Dürst
Leiter Einkauf, Grand Hotels Bad Ragaz AG

Anmeldung:
www.fidehotel.ch

Teilnahmegebühr: Fr. 110.- / Person
inkl. ausführliche Dokumentationen

Für weitere Auskünfte stehen wir gerne zur
Verfügung: Telefon 044 738 50 70.



fideHotel

ABACUS
BUSINESS SOFTWARE

fidevision
AG

Eichwatt 5,
8105 Watt-Regensdorf
www.fidevision.ch

Airports. Hotels. Zürich hat sein erstes Hotel direkt auf dem Flughafenareal: das neue eröffnete Radisson SAS Zürich Airport Hotel. Der Passagier erreicht die Réception auch bei strömendem Regen trockenen Fusses.

Vom Terminal ins Hotelbett

Wir haben das erste Business- und Lifestyle-Hotel der Schweiz mit einem eigenen Flughafen, sagt Werner Knechtli, Direktor des neuen Radisson SAS Hotel Zürich Airport, augenzwinkernd. Der Check-in-Schalter ist lediglich 150 Meter von der Hotelréception entfernt. 154 Mio. Franken hat die Besitzerin, die Acron L&R Immobilien AG aus Düsseldorf, investiert. Entstanden ist ein Designhotel der Spitzenklasse, das von der Reizidor-Gruppe im Management geführt wird.

Das am 1. August eröffnete Hotel lädt zu mehr ein als nur zu einer «Zwischenlandung». Der Gast findet dort alles – Wellness- und Fitnessabteilung inklusive – um sich's wohlsein zu lassen oder in einer angenehmen Atmosphäre zu tagen. Dafür sorgen 180 Mitarbeitende – 80 Prozent davon Deutsche. «Weil sich fast keine Schweizer um die Stellen – jeglicher Kategorie – beworben haben», so Knechtli. Dieses Desinteresse der Schweizer Fachleute habe ihn verwundert und enttäuscht, sagt der Direktor.

Das Hotel, gestaltet und eingereicht vom prominenten Architekten Matteo Thun, umfasst 323 Design-Zimmer inklusive sechs One-Bedroom-Suiten und eine Presidential Suite. Der Gast kann zwischen drei Zimmer-Typen wählen: «At Home», sachlich-modern, in Braun- und Grautönen, «Chic»,

Zürich hat das erste Airporthotel auf seinem Flughafenareal. Eine Rolltreppe führt vom Flughafengebäude direkt ins neue «Radisson SAS».

CHRISTINE KÜNZLER

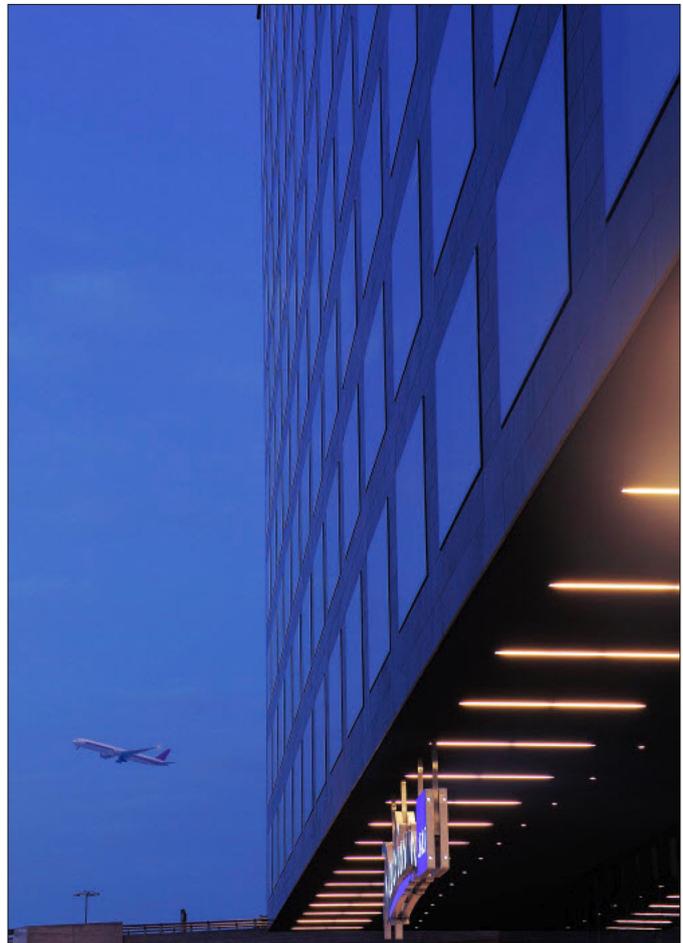


Für Fans von italienischen Spezialitäten: das «Filini».

zeitlos und komfortabel mit bordeauxfarbenen Möbeln, «Fresh», mit geblumten Teppichen und goldenen Nachttischen. Alle Zim-

mer sind selbstverständlich auf dem neusten technischen Stand. Die Zimmerpreise bewegen sich zwischen 175 und 2500 Franken. Knechtli rechnet mit je 50 Prozent Business- und Leisure-Gästen.

Der Airport «Unique» hat sein Conference-Center im Fingerdock geschlossen. Der Business-Gast findet nun im neuen «Radisson» rund 20 Meeting-Rooms verschiedener Grösse sowie 12 «Conference Suiten», in der acht Personen komfortabel kurze Konferenzen abhalten können. Diese hat Knechtli erst gerade vor kurzem geschaffen, weil die Nachfrage nach Konferenzräumen so gross ist. Für grosse Events steht der 800 m² grosse Ballsaal mit Foyer zur Verfügung. Ab 135 Franken pro Person und Tag, inklusive Pausen und Businesslunch, lässt es sich im Zürcher Airporthotel tagen. Gastronomisch kann der Hotelgast zwischen zwei Angeboten wählen: Im Restaurant Filini bekommt er modern interpretierte italienische Gerichte serviert. Ein Reizidor-Restaurantkonzept, das schon mehrmals international ausgezeichnet worden ist. Auf der Karte des «Angel's Wine Tower Grill» stehen delikate Fleischgerichte. Das Highlight ist die Weinkarte mit 200 Positionen: Serviert wird der edle Tropfen von akrobatisch gebagten «Engeln», die die Flaschen vom 15 Meter hohe Winetower im Atrium des Hotels holen. Allerdings wird der Weinturm erst Ende Jahr realisiert.



Schalldichte Fenster mit Sicht auf an- und abfliegende «Vögel».

Bilder zvg



Nachgefragt

Werner Knechtli (58)

Karriere: seit 1984 bei Reizidor – unter anderem als General Manager in Kuwait, Kopenhagen, Brüssel, London, Wien, Berlin und zuletzt in Bordeaux.

1. Wie unterscheidet sich ein Airporthotel von einem Stadthotel?

Ich sehe keinen Unterschied zwischen einem Stadt- und einem Flughafenhotel. Die Gäste wollen in jedem Hotel einen Super-service. Im Flughafenhotel muss einfach alles sehr schnell gehen. Das Ein- und Auschecken... Das erfordert ein Umdenken. Auch werden hier oft nur Stehlunchs serviert. Zeit ist im Airporthotel eben ein wichtiger Faktor. Deshalb schulen wir unser Personal entsprechend.

2. Ihre grösste Herausforderung?

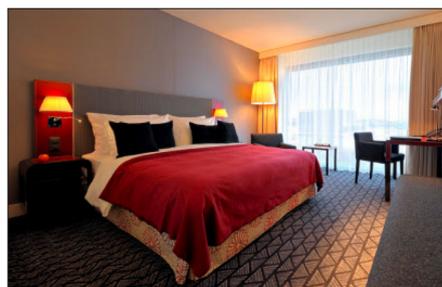
Das Hotel so schnell wie möglich profitabel zu führen, damit wir die Miete bezahlen können. Die ist happig – aber das ist ja normal bei einem so schönen

Hotel. Ich hoffe, dass wir schon im nächsten Jahr profitabel arbeiten. Das Budget ist fast erstellt – wenn es wirtschaftlich so weiterläuft, schaffen wir das auch.

3. Bringen Sie das Zürcher Airporthotel zum Laufen und setzen sich dann wieder in einen anderen Teil der Welt ab? Ich hoffe doch sehr, dass ich hier bleiben kann.

4. Wie hebt sich das «Radisson» von andern Zürcher Airporthotels ab?

Unser Hotel ist ganz neu. Der Gast schläft gern in neuen Betten. Möglicherweise sind wir ein wenig teurer. Dafür bieten wir, so hoffe ich, bessere Qualität. Und unsere Lage ist optimal. ck



Bordeauxrot dominiert die «Chic»-Zimmer.



Design in der Suite.

«Das freundlichste Airport-Hotel der Welt»

Das 3-Sterne-Hotel Airport Basel ist seit gut einem Jahr offen. Seine Auslastung ist vom ersten Tag an überdurchschnittlich: sie liegt bei 77 Prozent.

CHRISTINE KÜNZLER

Direktor Beat Fleischmann positioniert sein Hotel als das «freundlichste Airport-Hotel der Welt». Seine Bettenauslastung von 77 Prozent – der Basler Durchschnitt liegt unter 70 Prozent – und die Einträge in den Internet-Hotelbewertungsportalen zeigen, dass er und sein

Team auf dem besten Weg sind, dieses Ziel zu erreichen.

In seinem Hotel, das im Juni 2007 eröffnet worden ist, logieren nicht nur Gäste vor dem Abflug oder nach der Landung. Während der Euro 2008 beispielsweise war sein Hotel zu 100 Prozent ausgebucht. Von den 47 200 jährlichen Logiernächte stammen rund 4500 von seinem familienfreundlichen Angebot «Park, Sleep and Fly», 80 Logiernächte bringt das Golf-Package, 2000 das Angebot, das den Besuch im mit dem Hotel verbundenen Casino beinhaltet. Etwa 400 Logiernächte generiert der Hoteldirektor mit Gästen, deren Flugzeug nicht termingerecht starten konnte. Von den



Beat Fleischmann sorgt dafür, dass die Betten gefüllt werden.

total 168 bunten Designzimmern sind 35 für Airline-Crews reserviert, die Mehrheit von der «Swiss».

«Wir haben viele Stammgäste», sagt Fleischmann. «Gäste, die in Basel arbeiten und Firmen, die wiederkehren.» Es seien nicht nur die

geräumigen Zimmer, die Gäste zu Repeatern machten. Auch nicht der grosszügige Sauna-, Fitness- und Massagebereich. «Die Gäste schätzen auch, dass unsere Bar und Réception rund um die Uhr geöffnet sind. Und bei uns wird dem Gast die Türe geöffnet und das Gepäck getragen.» Und: sie werden fast rund um die Uhr mit dem Shuttle zum Flughafen gefahren. «Geschätzt wird auch unser Room-service: wir servieren Gerichte aus sechs verschiedenen Ländern.»

Will der Gast im Restaurant speisen, kann er das sowohl im Hotel als auch im Casino tun. Besonders verwöhnt werden die Business-Frauen: mit Kosmetikprodukten, Früh-

ten und Hausschuhen. Ein «guter Geist» parkiere derweil ihr Auto. «Wir bieten unseren Gästen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis», fasst Fleischmann zusammen.

«Wir arbeiten viel, aber wir haben es lustig», bringt der Hoteldirektor seine Mitarbeiterpolitik auf den Punkt. 20 Mitarbeitende verwöhnen die Gäste. Dazu kommen Mitarbeitende eines externen Reinigungsinstutits, die die Zimmer auf Hochglanz bringen und «im Team voll integriert sind». 10 Mio. Franken Umsatz erzielte Fleischmann und sein Team jährlich.

«Wir haben die Nase immer etwas vorn», sagt der Hoteller. So hat er im Hinblick auf die grosse Basler

Kunsausstellung bereits Van-Gogh-Packages kreiert. sie sollen helfen, die Wochenenden auszulasten. Bereits verhandelt er für die Eishockey-WM vom nächsten Jahr. «Ein Team ist interessiert, bei uns zu wohnen.»

Der Erfolg will erarbeitet sein: «Wir sind immer dran», sagt Fleischmann. An den Märkten, meint er, China, Russland und Arabien stehen gerade im Mittelpunkt. «Ende letzter Woche hatten wir die erste chinesische Gruppe.» Und um das wirklich freundlichste Airport-Hotel der Welt zu sein, lernen die Mitarbeitenden an der Front Sprachen, um die Gäste in ihrer Landessprache begrüßen zu können.

Airports. Fliegen. Astrid Mauerhofer umsorgt seit vielen Jahren die Fluggäste. Als Flight Attendant kennt sie fast alle Flughäfen der Welt. Eine Vielreisende wie sie stellt besondere Ansprüche an ein Hotelzimmer.

Wichtig: kein Lärm

Flight Attendants jeten um die Welt und kennen die Flughäfen und ihre Hotels so gut wie kaum ein anderer: Astrid Mauerhofer von der Swiss erzählt.

ELSBETH HOBMEIER

Das Wichtigste für mich ist ein sauberes Bett und eine Dusche. Ich brauche keinen Luxus. Aber man muss den Koffer irgendwo ablegen können. Und das Zimmer sollte neben TV und Minibar auch ein Telefon haben – für den Crewcall», sagt Astrid Mauerhofer. Als langjährige Flight Attendant kennt sie die meisten Flughäfen dieser Welt und die Hotels, wo die Crews logieren. Diese werden, so Mauerhofer, «von

Astrid Mauerhofer ist seit 1978 First Class Galley Flight Attendant.



der Swiss mit Bedacht ausgesucht». Bei kurzen Nightstops, den Split Duty, wird ein Hotel direkt im oder beim Flughafen gewählt, falls der Stopp länger als einen halben Tag dauert, wohnen die Crews meist im Stadtzentrum. Besonders praktisch findet die Flight Attendant Amsterdam mit dem im Flughafen integrierten Hotel. «da kann man mit dem Gepäck gleich von der Lande-

bahn rübergehen». Wie steht es mit dem Essensangebot auch zu Unzeiten, wenn die Crew spätnachts ankommt oder sehr früh am morgen wieder los muss? «In vielen Hotels gibt es einen Coffee-Shop mit Snacks, der rund um die Uhr offen ist. Beliebt ist auch ein durchgehender Roomservice.» Vor allem nach Kurzstrecken, wo die Zeit zum Verpflegen fehle. Und bei sehr frühen Abflügen schätze man es, wenn das Frühstücksbuffet bereits um 4 Uhr morgens zur Verfügung steht.

Entscheidend für Flughafenhotels findet Astrid Mauerhofer die Qualität der Isolation: «Sonst hat man das Gefühl, die Flugzeuge starten direkt über das Bett hinweg.» Als vorbildlich lobt sie das Hotel am Narita Airport in Tokio, «das ist super schalldicht». Das Angebot an Toilettenartikeln im Badezimmer sei dagegen kein Thema, «ich nehme meine eigenen Produkte ohnehin immer mit».

Bei Astrid Mauerhofer steht jener von Hongkong ganz zuoberst auf der Liste der Lieblingsflughäfen. «Eine vielfältige und faszinierende Stadt mit guten Hotels und unendlich vielen Restaurants, zudem ein Shoppingparadies erster Güte mit einer Seiden-, einer Eier-, einer Fleischstrasse... und einer Unmenge von Duty-Free-Markenläden», schwärmt sie.



Beliebt bei Flight Attendants: Ein durchgehender Roomservice.

Apropos Shopping: Die von Berufes wegen Fliegenden wissen genau, was man wo in bester Qualität und zu besten Preisen findet. Astrid Mauerhofers Tipps: In Indien lässt man sich direkt im Hotel Kleider oder Ledersachen schneidern. Oder man kauft Stoffe, Gewürze, Saucen. São Paulo vibriert vom Samba und offeriert die grösste Auswahl an Schuhen. Bangkok dagegen ist ein Paradies für Feinschmecker und bietet viele Möglichkeiten für Ausflüge. Es ist auch bekannt für Kopien renommierter



Bevorzugt: Das Hotel – wie in Amsterdam – direkt im Flughafen.

Labels – wobei deren Kauf seit dem 1. Juli nicht mehr ratsam ist, da das Mitbringen gefälschter Marken in die Schweiz verboten ist und mit Bussen geahndet wird.

In einigen armen Ländern läuft der Warenverkehr umgekehrt: Statt zu shoppen, bringen die Crews Kleider, Medikamente und andere wichtige Waren mit und haben Donations gegründet, um den Ärmsten der Armen zu helfen.

Unternimmt die Crew auch gemeinsam etwas, wenn sie in einem Flughafen zwischenlandet? «Dies ist individuell, je nach Lust und Laune der einzelnen Leute. Oft geht die ganze Crew zusammen essen», sagt Astrid Mauerhofer. Der Teamgeist sei ausgesprochen gut, «wir sind eine Familie, mit allen Hochs und Tiefs».



Wichtig sind ein gutes Bett, TV, Minibar, schallisolierte Fenster.

Bilder zvg

ANZEIGE



Eigene Briefmarke gestalten und jetzt profitieren.

Für mehr Aufmerksamkeit und mehr Erfolg: Mit WebStamp gestalten und drucken Sie Ihre eigenen Briefmarken direkt am PC mit individuellem Bild oder Ihrem Logo. Und mit dem PP Generator sind auch eigene PP-Frankierungen für Massensendungen möglich. Werten Sie jetzt Ihre Geschäftskorrespondenz auf: www.post.ch/webstamp

Für grössere Wirkung bei Ihren Kunden.

**Bis CHF 100.- Rabatt
beim A-Post-Versand
www.post.ch/webstamp**

DIE POST



Trendige Alpenküche
Berlin entdeckt die einheimische Kost und macht Appetit auf Hirsebrei und Leberkäs'.
Seite 17

Die Teller neigen sich dem Gast zu: «Silhouette» ist die neue Serie aus dem Hause Berndorf Luzern.



Eigenwillige Formen, vielseitig verwendbar

eine dekorative Spielerei präsentieren. Das, erklärt Buchecker, sei die Figgio-Philosophie: Der Hersteller überlässt es dem Kunden, was er damit macht.

In wenigen Wochen öffnet die «Zagg» ihre Tore. Auch Tabletop-Anbieter präsentieren ihre Trends: zurzeit vor allem Geschirr, das sich spielend allem anpasst.

sich ziemlich antipatisch: Das Geschirrelement nicht nur die herkömmliche Rundform auf und auch den von italienischen Guide-Michelin-Koch Gualtiero Marchesi entwickelten, bei allen Tellergrössen gleichbleibenden Aussendurchmesser. Auch ist die Serie alles andere als uni-weiss: «Zingara» kommt mit einer Holzoptik daher.

Was im ersten Moment gar gewagt und speziell klingt, ist in der Tat eigenwillig, aber – je nach Umgebung – verblüffend stimmig. Sie hätten das Geschirr extra in einem mit Holztafel ausgestatteten Raum getestet, erzählt Grieder. «Je nach

Interieur passt es überall hin, egal ob Berghütte oder 5-Sterne-Luxusrestaurant», so sein Fazit.

Eigens für den Bocuse d'Or kreiertes Porzellan aus Norwegen

Die Firma Buchecker aus Luzern hebt zurzeit vor allem den Edel-Porzellan-Anbieter Figgio hervor. Der Hersteller aus Norwegen hat eigens für den Bocuse d'Or 2008 eine Serie kreiert, welche nun im September auf den Markt kommt und aus grosszügigen, quadratischen Platten besteht, wie Mark Buchecker erzählt – und er schwärmt von der grossen Anrichtfläche, die der Spei-

sepräsentation viele Möglichkeiten bietet.

Überhaupt ist er sehr angetan von der Firma Figgio, die in Sachen Hotel-Porzellan führend ist und auch schon so manchen Design-Preis abgeräumt hat. «Sie denken einfach anders», findet er, «sie sind nicht voreingenommen». Und fügt

an, dass ja ein Teller nicht a priori nur als Teller genützt werden müsse. Konkretes Beispiel? Die Serie «Hval», der Wal-Fisch. Die Porzellan-Fische gibt es in vier verschiedene Grössen. Die kleinsten von zehneinhalb Zentimeter eignen sich ebenso für ein Amuse-Bouche als auch als Salz- und Pfeffer-Spender oder – wie simpel – einfach als Löffel. Mit dem 58 Zentimeter grossen «Hval» hingegen könnte man am Frühstücksbuffet Lachs servieren oder an der Réception

Es bleibt bei weiss – damit die Kochkunst voll zur Geltung kommt

Auf Vielseitigkeit setzt ebenfalls die Luzerner Firma Berndorf, beispielsweise mit der Serie «Silhouette». In diesem Geschirr mit dem hoch aufschwingenden Rand, der sich dem Gast fast entgegenneigt, «werden die Speisen präsentiert wie auf einer Bühne», findet Sandra Roth von der Berndorf AG. Das Spiel es keine Rolle mehr, ob die Speise gross oder klein, flüssig oder fest sei. Attraktiv sei es so oder so, vertritt ebenso, und um das gehe es.

Auch bei der Porzellanfabrik Langenthal wünscht man sich Tabletop, das vor allem viele Möglichkeiten zulässt, erzählt Doris Lindt. Beispiel ist die Serie «Maxim». Sie besteht aus einem vielseitig verwendbaren Set, das sich für Buffets aller Art eignet, weil sich damit Bahnen, Ornamente, über-

FRANZISKA EGLI

Der Trend geht hin zu eckig, Rechteckig und dreieckig. Oder aber zu asymmetrisch. Gerne auch geschwungen. Oder zumindest oval. Vor allem aber eigenwillig und vielseitig. So lautet der Tenor bei vielen Tabletop-Firmen. Bei Villeroy & Boch zwar macht man auch eine «Renaissance zu altbewährten, barocken Formen» aus, «weil das Geschirr beispielsweise in 5-Sterne-Häusern doch auch im traditionellen Sinne passen muss, und dies trotz modernem Einschlag», wie Felix Grieder von Villeroy & Boch erklärt. Aber auch sie spüren, dass – sie nennen es «emotionale» – Serien mit verschiedenen Geometrien sehr gefragt sind.



Klassische Form, eigenwillige Holzoptik; Serie «Zingana» von Villeroy & Boch.

Villeroy & Boch 260 Jahre im Dienste der Tischkultur

Was 1748 mit einer Töpferei begann, die der Kanonengießer François Boch gründete, und 1836 mit der Fusionierung mit Keramikhersteller Nicolas Villeroy seine Erweiterung fand, ist heute zu einer der führenden europäischen Lifestyle-Marken geworden. Gerade in der Tischkultur hat sich Villeroy & Boch einen Namen gemacht. Aber auch im Bereich Bad und Wellness kann die Firma in der achten Generation Erfolge verbuchen.

www.villeroy-boch.com



Langenthal Porzellan setzt mit «Maxim» auf kantiges Design.



Schwingende Form des «New Wave»-Designs von Villeroy & Boch.



Rund trifft eckig; asiatisch inspirierte Serie «Bonsai» von Figgio.



Vielseitig verwendbare «Wal-Fischli»; Linie «Hval» von Figgio.

haupt Muster und Formen individuell zusammenstellen lassen. Und wie bei fast allen Anbietern präsentiert sich auch dieses Set in der bevorzugten Farbe des Gastronomien: Weiss. Weil da die Speise am besten zur Geltung kommt. Elvind Hellström, Präsident vom Bocuse d'Or Europe, meinte kürzlich: «Das Design des Tellers muss dem Koch bei der Arbeit Anregung geben und die Eigenart der Kreation hervorheben». Die Entwicklung von Essgeschirr lasse sich in vielerlei Hinsicht mit der Arbeit eines Kochs vergleichen, der stets neue Ideen entwickeln und gleichzeitig an Klassikern festhalten müsse.

www.berndorf.ch
www.buecker.ch
www.suisse-langenthal.ch

Zagg 2008 Hier treffen sich Tischdecker und Kochkünstler

Vom Sonntag, 14. bis Donnerstag, 18. September findet in Luzern zum 15. Mal die «Zagg», Ausstellung für Gastgewerbe, Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie, statt. Sie ist das Deutschschweizer Pendant zu der ebenfalls alle zwei Jahre – und alternierend zur Zagg stattfindenden – internationalen Gastgewerbemesse «Igeho» in Basel.

An der Luzerner Zagg stellen nicht nur Geschirr-Lieferanten ihre neuesten Tabletop-Linien (siehe Hauptartikel) aus. Anzutreffen ist an der Zentralschweizer Gastgewerbemesse die gesamte Zulieferbranche: Vom Combisteamer über Bekleidung bis hin zu Convenience-Food oder Patisserie-Spezialitäten findet der Fachbesucher alles,

was er für Restaurant oder Logement benötigt. Besonderen Wert legen die Zagg-Organisatoren auf ein gehaltvolles Rahmenprogramm: Allem voran auf die Koch- und Service-Kunst. Besonders stolz ist man, erstmals den «European Culinary Challenge» durchführen zu können. Der europäische Wettbewerb regionaler Kochmannschaften hatte an der Igeho 2005 seine Feuertaufe. Die sonst «kalten» Kochkunst-Austragungen für Regional-Equipes sollten um die «warme» Show bereichert werden. Doch der neue Kochwettbewerb kam der internationalen Messe zu teuer, so dass sich die Wettbewerbstäger nach einem neuen Veranstaltungsort umschauen mussten und bei der Zagg fündig wurden.

Der nächste Bericht in der hotel revue zur Zagg erscheint in 2 Wochen am 4. September.

das ding

Quellen lassen und Aufkochen werden hinfällig

Bis herkömmliche Gelatine verwendet werden kann, dauert es bekanntlich: Nicht nur muss man die Blätter in warmer Flüssigkeit auflösen, man muss auch aufpassen, dass sich keine Klümpchen bilden. Nun aber geht's anders: Die **Gelatine express** von Dr. Oetker kommt direkt aus dem Beutel in die kalte Masse. Quellen lassen und Aufkochen werden so hinfällig. Ein Beutel Gelatine express entspricht zirka zwei bis drei Blatt Gelatine und ist erhältlich bei Migros, Denner, Manor, Spar und Carrefour. fee



www.oetker.ch

Der Prosciutto di Parma wird gefeiert

Vom 30. August bis 21. September dreht sich in Parma alles um den berühmten Schinken. Zwölf Städtchen der italienischen Provinz Parma nehmen am «Festival del Prosciutto» teil und laden Interessierte zu den Toren der offenen Tür der Schinkenproduzenten ein. Liebhaber der würzigen Delikatessen können nicht nur die verschiedenen Schinken probieren, sondern sich auch im Museum des Parmaschinkens über Herstellung und Besonderheiten informieren. fee

festivaldelprosciuttodiparma.com

Faltenreiche Tischkunst

Serviettenfalten kann hohe Kunst sein. Im Barock zierten ganze Schlösser aus Stoff den Tisch.

NATHALIE KOPSA

Es gibt Männer, die lieben Falten. Joan Sallas ist so einer. Seit seiner Kindheit ist er von Knicken, Falten, Furchen besessen. Der gebürtige Katalane leitet in Freiburg im Breisgau eine Origamischule und hat sich als «Vielfaltkünstler» einen Namen gemacht. Beispiele aus fünf Jahrhunderten

Faltkunst präsentiert er nun auf der Ausstellung «Tischlein deck dich» im Salzburger Barockmuseum. Joan Sallas hat Gemälde studiert und in Handbüchern des 17. Jahrhunderts nach Beschreibungen und Falthanleitungen geforscht, so dass er sogar die kompliziertesten Falterwerke, wie die so genannten Schaugerichte, nachbilden kann. Den Stoff für die Schaugerichte lässt sich Sallas nach alten Vorgaben extra von einer Lausitzer Weberei anfertigen, weil herkömmliches Leinen nicht über die notwendige Stabilität verfügt.

Ob mit Papier oder Stoff – die Techniken beim Falten seien oft identisch, so der Origamiforscher: «Die eine Technik hat die andere

bedingt.» In der italienischen Renaissance waren kunstvoll gefaltete Gewänder für die Mode unerlässlich war. Joan Sallas führt seinen Besuchern zu einer Puppe, deren Arme mit gefalteten Papierärmeln bedeckt sind: «Sehen Sie? Die Mona Lisa Leonardo Da Vincis trug keinen Schmuck. Ihre Ärmel waren Schmuck genug.» Später wurden die Faltechniken von der Kleidung auf die Servietten übertragen.

Das Porzellan verdrängte die Serviettenkunst vom Tisch

Die Medici am Florentiner Hof liess sich im Barock die Insignien ihrer Macht in Form von Schauge-

Wohl etwas leichter zu falten: Kreation «Schuh».



richten nachbilden, um ihre Gäste zu beeindrucken.

Berge, welche den Besitz an Ländereien symbolisierten, wurden aus Servietten und Tischdecken ebenso nachempfunden wie opulente Tischbrunnens, aus denen parfümierter Wein sprudelte. Wie aufwendig die Herstellung eines solchen Schaugerichts sein kann, weiss Joan Sallas aus eigener Erfahrung: Er und drei Helfer waren mit der Nachbildung eines Tischbrunnens aus dem 16. Jahrhundert einen Monat lang beschäftigt. Mit dem Aufkommen des Porzellans haben die Schaugerichte ihre Bedeutung als Tafeldekoration endgültig verloren.

Vorhundert Jahren noch setzten sich Kellner öfters selbst ein Denkmal, wenn ihre neue Servietten-technik in Fachbüchern verewigt wurde. Ende des 19. Jahrhunderts liess sich der Thüringer Heinrich Louis Fritzsche, Verfasser mehrerer Serviettenfaltungsbücher, sogar durch den Bau des Eiffelturms inspirieren, den er mit einem Mundtuch «nachbaute». Diese und andere kuriose Serviettenformen, wie Zigarrentaschen, Füllhörner, Würstchen, Pavillons oder Kohlköpfe,



Für so viel Falten-Kunst fehlt heute im Service schlicht die Zeit...

sind heute so gut wie unbekannt. Spätestens seit den Dreissiger-Jahren gab man vor allem aus hygienischen Gründen in der Gastronomie nur noch den einfachsten Serviettenformen eine Überle-



Kunstvoll aber höchst aufwendig: Gefalteter «Tischbrunnen». Bilder: zvg

benschanze: Schnell und mit möglichst wenig Hautkontakt sollten die Stoffservietten zu brechen sein.

Warum nicht die Serviettenformal als Markenzeichen nutzen?

Schrumpfende Formate und der Siegeszug der Papierserviette läuteten den Anfang vom Ende der alten Faltradition ein. «Fortan galt die festliche Tafel mit aufwendig gebrochenen Servietten als modernisch und rückständig, der moderne gedeckte Tisch hatte übersicht-

lich und schlicht zu sein», erläutert Joan Sallas. Gerne würde er etwas von dem alten Wissen in den Köpfen des gastronomischen Nachwuchses wiederaufleben lassen, um vielleicht bei manchem verborgenes kreatives Potenzial ans Licht zu fördern: «Man gibt heute viel Geld für ein eigenes Branding aus. Aber warum lässt sich ein Restaurant nicht mal seine eigene Serviettenform kreieren?»

www.serviettenbrechen.de

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Hübner/ehh.

Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.

Redaktion: Theres Lagerberger/ll (Resortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus), Renate Dubachy/d (Resortleitung dolce vita), Miroslaw Halaba/mh (Resortleitung cahier

französisch), Franziska Egli/fee, Héléne Koch/hk; Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/llm; Daniel Stampfli/dst; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef Verdling/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Praktikant: Barbara Roelli/br
Online-Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: vakant;
Assistentin: Priska Holzgang.

Stellensuche: Angela Di Renzo.

Geschäftsleiter: Michael Müller, Beda Urs Schönenberger, Karin Schwarz.
Druck: Buchler 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

Kontaktadresse: 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.

MILESTONE 2008: BEWERBEN SIE SICH JETZT!

Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» würdigt herausragende Leistungen und innovative Projekte im Schweizer Tourismus und ist mit insgesamt 33 000 Franken dotiert. Er wird in vier Preiskategorien verliehen: Herausragendes Projekt, Nachwachskraft, Nachhaltigkeit (Umwelt) und Lebenswerk einer Persönlichkeit.

Online-Anmeldung: www.htr-milestone.ch

Eingabeschluss für den MILESTONE 2008 ist der 31. August 2008.
Die Preisverleihung findet am 10. November 2008 im Kultur-Casino Bern statt.

Eventpartner: HOTELA

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun Svizra

Schweizerischer Verband
Federazione Svizzera Svizzera
Federaziun Svizra Svizzera

Der MILESTONE wird von der htr hotelrevue, der Schweizer Fachzeitung für Tourismus, mit dem Einverständnis der Trägerin vertrieben. Er wird im Rahmen des Preisverleihungsprojekts von 5000 Mitgliedern, unter Beteiligung des Schweizer Tourismusverbands und der HOTELA, finanziert.

Ein Hotel für sinnliche Nächte

Im Pariser Boutique-hotel «The Five» ist jedes Zimmer ein Unikat. Höhepunkt ist die Luxussuite «One by the Five», die zu einer romantischen Reise verführt.

KATJA HASENKAMP



Das Tanzboudoir der Luxussuite in geheimnisvollem Rot.

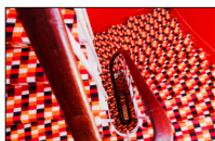
Von aussen unterscheidet sich die goldgelbe Steinfassade des «Five» nicht von gängigen Pariser Bürgerhäusern. Umso verblüffender ist die Lobby mit silbernen Empfangsstisch, schwarz-weißen gemusterten Sesseln in Leopardendesign und geometrischen Mustern, einem monumentalen Kamin in Knallrot und hängenden Lackskulpturen. Das «Five» will die fünf Sinne ansprechen: Riechen – jedes Zimmer kann anders beduftet werden. Sehen – ausgefallene Leuchtbahnen betonen die Einrichtung. Fühlen – dicke Stoffe, weiche Ledertapete. Hören – absolute Stille in der pulsierenden Metropole. Schmecken – ein tippiges Frühstück wird in peppigem Ambiente serviert.

Beim Einchecken wählt der Gast eine Geruchsvariante für sein Zimmer – Relax, Stimulans, Natur, Sensuell... – und dann geht es über eine

enge Wendeltreppe mit poppigem Teppichboden und orangen Wänden oder mit dem rot wattierten Aufzug in eine der sechs Etagen. Jedes Stockwerk hat vier Zimmer, die in unterschiedlichen Farbönen ausgestattet sind – Weiss, Schwarz, Türkis, Anis, Lila, Rot, Gold, Orange, Braun.

Philippe Vaurs, einer der beiden Besitzer, wollte «ein urbanes Designhotel zu zivilen Preisen» schaffen. Sein erklärter Wunsch ist, «den Luxus und das Design erschwinglich zu machen». Zugleich betonter, nicht über die Mittel zu verfügen, mit Star-Designern zusammenzuarbeiten. Aber immerhin ist es ihm gelungen, den Innenarchitekten Vincent Bastie zu verpflichten, der schon das Pariser Designhotel Murano und das «Petit Moulin» zusammen mit Christian Lacroix renovierte. Vaurs hat auch Isabelle Emmerique für sein Projekt gewinnen können, die der traditionellen Lackmalerei moderne Impulse einhaucht und als einzige westliche Künstlerin Preisträgerin der Triennale von Kanazawa in Japan ist. Im «Five» hat sie jeden Raum mit einem Unikat ausgestattet.

Poppige Farben und das subtile Spiel mit dem Licht geben den Zimmern einen psychedelischen Touch, während klitzekleine Spots nächtlichen Sternenhimmel suggerieren. Die gläsernen Schreibplatten werden von schmalen Lichtbahnen eingerahmt, und in den Badezimmern sind die Kachelungen ebenfalls mit Lichtfasern



Poppig: Das Treppenhaus des Boutiquehotels «The Five».



Ausgeklügelte Lichteffekte und Sternenhimmel machen den Aufenthalt zum speziellen Erlebnis.

Bilder: zvg

durchzogen. Das «Baldachzimmer» ist in Nachtblau und Weiss gehalten und kombiniert gestreifte Stoffbahnen mit einer indirekt beleuchteten Wand aus plastisch wirkendem Glas. Das «glitzernde Zimmer» in Rosa hat eine lilafarbene Tagesdecke und funkelnde Sternchen sind in ein seitliches Panel eingelassen. Das «schwarze Glitzerzimmer» wurde mit blau-weißen

Lichtstrahlen und rot lackiertem Kopfende aufgemotzt. Im Luxuszimmer schwebt ein blau abgedecktes Bett an zwei Seilen vor einer Wand aus gewirktem Samtdamast, und eine nachtblaue Lackskulptur setzt Akzente.

Hinter unscheinbaren dicken Vorhängen versteckt liegt das «One by the Five», eine 45m² grosse Luxussuite. Die französisch-libanesi-

sche Künstlerin Sandrine Aouf – sie hat bereits die Pariser U-Bahn-Station «Luxembourg» mit einem Sternenhimmel überzogen – lädt hier zu einem sinnlich-subtilen Parcours von den Präliminarien bis zur Apotheose, durch sechs Miniräume die zugleich festliche Etappen sind. Auftakt ist ein kleiner Salon mit Skulpturenfotos aus dem Louvre: verschlungene Hände, tastende

Beine und versteckte Gesichter – scheue Zärtlichkeiten als Vorspiel. Im Bad leuchten metallfarbene Kacheln matt, ein Spiegel entpuppt sich als TV-Bildschirm, und über der Wanne funkeln kleine Sterne. Spezielle Lichteffekte tauchen das gleissende Becken in Nachtblau und Eisgrün. In der schwarzlackierten Küchenecke mit Kühlschrank stehen die Zutaten für ein «Liebeselixier» bereit. Dann ein kreisrundes Tanzboudoir in geheimnisvollem Rot. Der dicke Teppichboden ist mit einer blutroten Rose ausgestattet und neben der Spiegelwand tut sich, als optische Täuschung, ein Blick über Paris auf: die Seine beim Pont des Arts. Auf der anderen Seite eine Miniterasse mit Whirlpool. Verlockender Höhepunkt der Suite ist jedoch das Schlafzimmer, das sich hinter einem schwarzen Tür Rahmen versteckt: Ein luftiges Gebilde aus Hellblau und Weiss mit Sternenhimmel, Milchstrasse und schwebendem Bett; mit wolkigem Duschvorhang, schwebendem Hocker und raffiniert eingebauter Webcam.



Das Badezimmer als Auftakt für sinnliche Momente.

Fakten Luxussuite steht Pate fürs nächste Hotel

«The Five» liegt im V. Pariser Arrondissement, hat 24 Zimmer und wurde Ende 2006 eröffnet. Die Luxussuite «One by the Five» ist 45m² gross und in einem Nachbarhaus angesiedelt. Zimmerpreis für 2 Personen: 190 bis 330 Euro pro Nacht. «One by the Five» ist ein Prototyp für das nächste Hotel der beiden Besitzer Philippe Vaurs und Pascal Laffont in der benachbarten Rue Berthollet. Geplant sind 36 Zimmer und 6 Suiten mit 4-Sterne-Service und neuen Licht- und Toneffekten. Geplante Eröffnung: Ende 2009. has

www.thefivehotel.com

«Kochen ist ein Handwerk das Zeit braucht»

Zum 3. Mal wurde der ICD-Award in Davos vergeben. Fabian Interbitzin gehörte zu den Nominierten.

BARBARA ROELLI

Sie sind als New Talent für den International Chef-Days-Award nominiert worden und erreichten als Küchenchef im Hotel Kastanienbaum bei Luzern 15 Gault-Millau-Punkte. Was bedeutet das für Sie? Speziell die Auszeichnung des Gault Millau in meinem Alter, die ich für harte Arbeit und mit etwas Glück erhalten habe, war für mich sehr erfreulich. Durch den Presserummel konnte ich persönlich viele Erfahrungen



Fabian Interbitzin, 27, ist Küchenchef im «Gütsch».

Sie kochen gerne variantenreich und mixen mediterrane und asiatische Küche. Wo sind die Grenzen beim Mixen? Die Fusionsküche, in der europäische und asiatische Küche in

einem Gericht vermischt werden, ist nicht so mein Ding. Ich koche lieber authentisch französische, mediterrane und asiatische Gerichte und kombiniere diese einzeln zu einem Menü.

Das Hauptthema des ICD-Awards im Bereich Weiterbildung heisst Ökologie. Ist dies für Sie ein Thema?

Ja, das ist ein wichtiges Thema. Wir kochen in unseren Küchen mit modernen, rationellen Garmethoden wie Niedergar oder Sous-Vide, mit denen Strom gespart werden kann. Zudem versuche ich, regionale Produzenten zu berücksichtigen.

Was sind Ihrer Meinung nach sonst noch die Trends in der Gourmetküche? Ich denke, die Molekularküche, die immer mehr aufkommt. Ge-

fragt sind wieder biologisch hergestellte und einheimische Luxus-Produkte. Im Restaurant verarbeiten wir Rindfleisch aus Nidwalden, welches fast doppelt so teuer ist wie das Her-

ICD-Award Nominierungen in fünf Kategorien

Neben Fabian Interbitzin wurden zwei weitere junge Talente nominiert. Daniela Manser gewann bereits den Lehrlingskochwettbewerb «gusto 07» sowie den «European Cooking Cup». Simon Adam brillierte am Wettbewerb «La Cuisine des Jeunes 2007» mit seinen bodenständigen Fleischkreationen. Vergeben werden ICD-Awards in fünf Kategorien an Persönlichkeiten und Institutionen. br

kömmliche, aber die Leute zahlen das gern.

Alles wird teurer im Einkauf, die Margen in der Gourmetküche sind heute schon klein. Wird's noch schwieriger für Gourmetköche?

In den nächsten zehn Jahren wird es vermutlich schwieriger werden, genügend qualifizierte Köche zu finden, die auch bezahlt werden können. Ich kann mir vorstellen, dass vermehrt Hilfskräfte eingesetzt werden müssen, weil sonst der ganze Betrieb einfach zu teuer wird. Vielleicht wird es in Zukunft neben den durchschnittlichen nur noch wenige gehobene Restaurants geben. Kochen ist ein Handwerk, das Zeit braucht – und diese kostet. Die Restaurantpreise zu erhöhen, ist wiederum schwierig, weil der

Preisdruck durch die Konkurrenz enorm hoch ist. Will unsere Branche im Vergleich zu anderen marktfähig bleiben, sollte der Beruf des Kochs in Zukunft attraktiver werden. Für junge Berufsleute gibt es bessere Möglichkeiten, mit weniger Aufwand Geld zu verdienen.

Seit dem 11. August sind Sie Küchenchef des Luzerner Schloss-Restaurants «Gütsch». Ein neuer Challenge für Sie? Neben dem Gourmestaurant «Petit Palais» auch drei Bankett-Säle zu bewirtschaften, ist für mich ein rechter Aufstieg. Zudem ist es für mich eine Ehre, in diesem Betrieb mit gutem Namen etwas zu bewirken und den Neubeginn kulinarisch zu prägen.

Alle ICD-Sieger: www.htr.ch

Berlin, die ländliche Hauptstadt



Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin.

Wenn meine Freunde Ferien auf dem Land verbringen wollen, schlage ich ihnen immer Berlin vor. «Nein, auf dem Land», sagen sie, «nicht in einer Hauptstadt!» Die Worte «Haupt» und «Stadt» passen eigentlich nicht zu Berlin. Die Stadt übernimmt keine Hauptrolle, sie ist das langsame Kind, das sich zur Schule schleppt, die Nase am Armel abwischt und Pausen macht, um an Blumen zu riechen.

Als besonderen Beweis für die ländliche Natur der Stadt ziehe ich ein Bild hervor, das ich kürzlich gemacht habe. Zu sehen ist ein Lastwagen, der die Strasse hinauf fährt und aus dem schlapp rosa Ohren und Schnauzen hervorschauen. Das fotografische Beweismittel eines Schweinetransports im hippen Innenstadtquartier Mitte überzeugt auch die letzten Zweifler. Man fährt nach Berlin, wenn man aufs Land fahren will.

In diesem 4-Millionen-Dorf bewegt sich das Leben mit einer exquisiten Langsamkeit.

Bei meinem ersten Besuch kam ich im Wohnzimmer-grossen Flughafen Tegel an, in dem das Gepäckkarussell gerade ausgestiegen war. Ein kleiner Mann in Lederhosen erschien durch die Gepäckklappe, in jeder Hand hatte er einen Koffer. Das Gepäck des ganzen Flugzeugs wurde so gebracht: ein kleiner Mann, zwei Gepäckstücke aufs Mal. Niemand schritt unruhig auf und ab, keiner griff zum Telefon, schaute auf die Uhr oder schrie herum. Die Leute standen geduldig da und kauten Kaugummi.

Letzte Woche sah ich einen Jogger, der beide Hände in den Hosentaschen vergraben hatte. Ich überholte ihn gehend. Rennen passt nicht zu den Berlinern. Sie würden zu früh ankommen. Auf einen abfahrenden Zug zu rennen, wird als unnötig betrachtet; fährt der Zug ohne dich ab, kommt in ein, zwei Stunden ja ein anderer.

Die einzige Gefahr, die das Leben an einem so friedlich-ländlichen Ort mit sich bringt, ist das Verlassen dieses Ortes. Zu Fuss schleppt

man sich durch die Stadt, bei einer Fahrt auf der Autobahn sträuben sich einem die Haare auf dem Kopf. Fährt der Rest der Welt wirklich auch so schnell Auto? Ja, wirklich, stellte ich kürzlich auf der Fahrt nach Hamburg fest.

An einem Tag in Hamburg sah ich mehr Geschwindigkeit als in einem Jahr in Berlin. Das Check-in im Hotel erinnerte mich an ein Förderband einer Kaviarfabrik im Schnelldurchlauf. Die Taschen waren vor uns im Zimmer. Gerade als wir dachten, wir könnten vielleicht mal etwas trinken, wurde eiligst eine Flasche Champagner gebracht. Die Lichter flackerten, die Vorhänge raschelten, Hotelpagen glühten wie Eisschnellläufer an uns vorbei.

Draussen flirrten Paparazzi umher wie die Fliegen. Sie trugen Nike-Turnschuhe, damit sie wie Olympia-Athleten einer berühmten Beute hinterher sprinten konnten. Wir schauten dem Gewirr zu und verspürten Hunger; nachdem wir Berlin hinter uns gelassen hatten, arbeitete sogar unser Meta-



bolismus schneller.

Wir waren von der Geschwindigkeit infiziert, fühlten uns wie auf Speed und rasten zum Lift, der angekommen war, bevor wir auf den Knopf gedrückt hatten. Wir rannten hinein und tauschten schnelle Hallo aus mit einem kleinen, etwas verlebten Mann, der sich als Lou Reed entpuppte.

Wenn wir bloss diesen Augenblick hätten einfrieren können! In Berlin wäre der Lift stecken geblieben, wir hätten stundenlang auf Hilfe gewartet und die Zeit für eine längere Jamsession genutzt. Dann hätten wir mehrere Biere zusammen getrunken und gemächlich Gesichtern über die wilden alten Zeiten ausgetauscht.

Aber dies war ja die wirkliche und nicht die zeitverzögerte Welt. Der Lift sauste nach unten, wir machten blitzschnell ein paar Witze, die Türe flog auf, und wir purzelten alle hinaus. Lourante los, die Paparazzi hart auf den Fersen. So kurz waren wir bisher noch nie mit Ruhm in Kontakt gekommen. Aber wir werden das Ereignis genüsslich verarbeiten, an langen Abenden im grossen Dorf.

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

ANZEIGE

KRISTA
top seafood
by
Dyhrberg
Erste Lachsräucherei in der Schweiz

Ihre Vertrauensmarke im Tiefkühlbereich

Dyhrberg AG, 4710 Küssnacht
Tel 062 385 80 00 Fax 062 385 80 10
www.dyhrberg.ch Admin@dyhrberg.ch

Neue Bücher

Von den Regeln der Kunst, Schokolade zu geniessen

Anlässlich des 100-jährigen Jubiläums der Max Felchlin AG widmet sich Gastronomierkenner Paul Imhof der Kakaobohne, die in der Geschichte der Firma Felchlin die Hauptrolle spielt: ihr Weg vom Anbau des Kakaobaums über die Ernte durch die Kakaobauern und die Verschiffung der Bohnen, bis sie schliesslich in der Manufaktur in Schwyz zum sinnlichen Stück Ge-

Grotti und Hotels zwischen Lago Maggiore und Lago di Lugano und porträtiert diese in Texten, auf deutsch und italienisch, und leuchtenden Foodfotos. Dazu gibt's die passenden Rezepte. br



Marion Michels, «Ticino con Amore», la tavola, Fr. 98.–

Kreative Küche für blutige Anfänger und Designfreaks

Martina Franks «Kochbuch für Beginner» ist auch ihre Diplomarbeit in Grafik-Design und kommt so erfrischend nonchalant daher, dass jegliche Anfängerangst wie wegge-



blasen wird. Auch etwas kompliziertere Kniffe wie Fisch filetieren bringt sie dem Laien mit ihren witzigen Illustrationen bei. Über 100 unkomplizierte Rezepte hat sie selber geschrieben, ausprobiert und fotografiert: Pastaklassiker, Gemüseeintöpfe, Fleisch-, und Fischgerichte und Desserts. Zudem informiert sie über Warenkunde, Garmethoden und Serviettenfalttechnik. br

Martina Frank, «Cook mal», Gräfe und Unzer, Fr. 2750



nuss verarbeitet werden. Das rezeptlose, stilvoll bebilderte Büchlein wirkt selber wie eine edle Tafel Grand-Cru-Schokolade und wirbt für selektives, bewusstes Geniessen. br

Paul Imhof, «Nach allen Regeln der Kunst», Werd Verlag, Fr. 29.–

Eine weitere Reise in das geliebte Tessin

Nach Band eins «Ticino con Passione», hat sich Marion Michels erneut ihrem geliebten Fleckchen Erde gewidmet. Das mediterrane Flair des Tessins ist im prächtigen Bildband eingefangen. Die Stimmung vom Sonnenuntergang am Lago Maggiore, die Fassaden herrschaftlicher Hotels, die zufriedenen Gesichter der Gastgeber oder Einblicke in die verträumten Gärten wecken die Sehnsucht nach Ferien. Das Buch versammelt Adressen von Osterreich,



Das «Alpenstück» in Berlins Mitte präsentiert sich schlicht blassgrau – mit Geweih an der Wand. Bilder: zvg

Küche aus dem Alpenland ist angesagt in Berlin. Aber karierte Tischdecken findet man in den neuen In-Restaurants nicht. Hier ist die Einrichtung durchgestylt wie in modernen Sushibars.

ULRIKE SCHATTENMANN

Hier kann man verweilen, windgeschützt auf einer Holzbank in einem Hinterhof, im Mund ein Stück Apfelstrudel. Der knusprige Teig mit Puderzucker

legt. Reiner Zufall – vor 60 Jahren befand sich hier ein Milchladen. Abgesehen davon ist das Ladencafé schlicht. Die Wände sind weiss, alte Stühle und Tische wurden mit verlängerten Holzbeinen auf Barhöhe gebracht. Draussen auf der Terrasse sonnen sich Mittdreissiger mit überdimensionalen Sonnenbrillen und trinken einen grossen Braunen.

Das Geschäft mit der Alpenküche läuft wie geschmiert

Der Vorreiter des Alpenland-Lifestyles ist ein im Jahr 2005 eröffnetes Restaurant im jungen Bezirk Friedrichshain, das «Schneeweiss». Der Name ist Programm: Gekostet wird an weissen Tischen, die Bar ist mit weissem Leder gepolstert, Wand und Decke mit weisser, eiskristallartiger Tapete bezogen. Das Highlight ist ein riesiger Kronleuchter aus 400 einzeln gehängten Glasplatten. «Wir wollten traditionelle Küche neu und modern interpretieren», sagt Mitinhaber Denis Ranogajec.

Sein Kompagnon Ralf Kern ist Küchenchef. Er kombiniert hausgemachte Gorgonzola-Ravioli mit Kirschtomaten und Walnussbutter, schmelzt Lebkuchen zu einer kräftig dunklen Sauce ein, die eine kross gebackene Ente begleitet, füllt kleine Törtchen mit Sellerie, Birnen und Nüssen. Diese leichte, kreative Küche hat sich bis nach USA herumgesprochen: «Forged Bratwurst. For lighter versions of Teutonic cuisine, try Schneeweiss...», schrieb die «New York Times». Das Lokal ist auch unter der Woche proppenvoll, ohne Reservierung bekommt man abends keinen Platz.



Ein bisschen Alpenkitsch im Restaurant Alpenstück. Bilder: zvg



Das Wienerschnitzel mit Kartoffelsalat darf nicht fehlen... Bilder: zvg

Nach Weinen aus Übersee hat noch kein Gast gefragt...

So sieht die neue deutsche Gemütlichkeit aus: Blassgraue Wände, schlichter Zementfussboden, auch Holzstühle, Stühle und Polster sind in dem hellen Grau. Das «Alpenstück» in Berlins Mitte zielt die herkömmliche Gaststube allenfalls in Form von einem einzelnen Geweih an der Wand oder einer Porzellangruppe Rehe. Gekocht wird an einer offenen Theke. Die Klassiker Wiener Schnitzel, Maultaschen und Apfelstrudel gibt es immer, ergänzt um Schmankerl wie gebratene Wachtelbrüste oder Wildschweinrücken. Iris Schmied, die Betreiberin, staunt auch ein gu-

bestäubt und kaum dicker als ein Blatt Papier. Drinnen, im Kühlregal, steht Almdudler neben Unertl Weizen und an der Frischetheke Bündnerfleisch und Appenzeller Käse. Nach diesem Mix alpenländischer Spezialitäten muss man in Berchtesgaden lange suchen. In Berlin findet man ihn in Prenzlauer Berg, in der «Meierei».

Zum Frühstück gibt es warmen Hirsebrei mit Himbeerfruchtsahne

«Wir hatten Sehnsucht nach bestimmten Produkten, das war wie Heimweh», sagt Florian Niedermeier aus Augsburg, der die «Meierei» als berlintypische Melange aus Laden, Café und Imbiss mit seinem Kompagnon Bernd Meier betreibt. Die meisten ihrer Lieferanten kennen die beiden persönlich: Es sind kleine Anbieter, die ihre Produkte teils in Handarbeit herstellen, oft in so kleinen Mengen, dass sie grosse Läden oder Ketten gar nicht bedienen können. Deswegen ist man auch nicht dogmatisch, was die Bio-Zertifizierung angeht. «Schmecken muss es, ob da ein Bio-Siegel auf den Lebensmitteln klebt, ist zweitrangig», das ist die Devise von Niedermeier, der auch für die Küche verantwortlich ist.

Zum Frühstück gibt es warmen Hirsebrei mit Himbeerfruchtsahne und getrocknetem Obst, eine Erfindung von Niedermeier selbst, mittags bereitet er die traditionelle süddeutsche Imbissküche zu: Weisswürste, Rindersuppe, Leberkäs-Semmel. Ein Fries mit Bergwiesen und Alpenhütten ziert die hohen Wände. Die beiden Inhaber haben es beim Renovieren freige-



Hüttenzauber – urban interpretiert im «Schneeweiss». Bilder: zvg

tes Jahr nach Eröffnung, wie gut ihr Konzept aufgeht. «Ich wollte meine Heimatküche aus Süddeutschland qualitativ hochwertig, aber zu bezahlbaren Preisen anbieten», sagt sie. Ihre Gäste schätzen es sehr, sagt sie, dass Apfel, Tomaten und Pilze aus dem Umland kommen und nicht aus Chile, Holland oder Polen. Auch die Weinkarte findet Anklang. Über 60 erstklassige Weine, ausschliesslich aus Deutschland und Österreich, davon über ein Drittel offen serviert. Hier trinkt man Grünen Veltliner aus der Steiermark oder einen Riesling aus der Mosel zum Kalbschnitzel – nach Weinen aus Frankreich, Italien oder Übersee hat noch keiner gefragt.

www.meierei.net
www.schneeweiss-berlin.de
www.alpenstueck.com

Kulinarische Kreuzfahrt auf dem Lac Léman

Noch bis zum 7. September lädt das 5-Sterne-Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne auf die edle DS Montreux: An Bord des 100-jährigen Dampfschiffs können die Passagiere



Bilder: zvg

reden Ufern des Lac Léman entlang fahren und bei exquisitem Speis und Trank die Sicht auf die berühmten Rebberge von Lavaux geniessen. Zweimal täglich lädt die DS Montreux zur kulinarischen Kreuzfahrt: Der «Lunch Cruise» legt um 12.30 Uhr in Lausanne ab, für den «Sunset Cruise» steigen die Gäste um 18.30 Uhr an Bord. fee
Reservationen: Tel. 021 613 33 06
www.brp.ch

Auszeichnung für luxuriöses Spa in St. Moritz



Nur gerade 105 Spas weltweit tragen das begehrte Gütesiegel «Leading Spa» der internationalen Vereinigung Leading Hotels of the World. Jetzt zählt auch der Carlton Spa im gleichnamigen Fünf-Sterne-Hotel als erstes Spa in St. Moritz zu diesem erlesenen Kreis. Diese von Carlo Rampazzigestaltete, 1200 Quadratmeter grosse, edle Wellness-Well erstreckt sich auf drei Etagen. fee

www.tschuggenhotelgroup.ch

Afrikanische Ferien mitten in Deutschland

Im deutschen Brühl, mitten im Rheinland, eröffnet am 23. August das afrikanische Erlebnishotel Matamba seine Tore: «Matamba» ist ein einzigartiges 3-Sterne-Hotel mit 117 individuell geschmittenen Zimmern für bis zu sechs Personen, welches den Gästen authentisches afrikanisches Flair, Küche und Weine, aber auch eine exotische, farbenfrohe Gartenlandschaft für die kleinen Gäste bietet. fee

www.matamba.de

Auszeichnungen für das Weinangebot



Die renommierte US-Weinfachzeitschrift «Wine Spectator» hat 28 Schweizer Betriebe für ihr Weinangebot ausgezeichnet. Darunter sind das Restaurant Pur im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon, das Restaurant Seerose am Hallwilersee sowie das Restaurant Bad Bubendorf (BL). Das Magazin hat an sie alle die Auszeichnung «Award of Excellence» vergeben. fee

www.seedamm-plaza.ch
www.seerose.ch
www.badbubendorf.ch

Appetit auf Weisswurst und Leberkäs'



Im «Schneeweiss» wird traditionelle Küche neu interpretiert und in hippem Ambiente serviert. Bilder: zvg

liegenschaften

HESSER
Umgehensberatung
für Immobilien & Gewerbe

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

Wir sind die Drehscheibe für Interessierte Invest. und Gewerbetreib.

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analysen und Bewertungen
- Maklerprovisionen
- Kaufvertrag / Verkaufsfindung
- Regulatorik
- Miet- und Umwandlungsverträge
- Diversifizierte Abrechnungen

Poststr. 2, P.F. 413, 8205 Pfäfers, SZ
051/410 11 517 - 026/429 17 224
Fax: 051/410 11 115

Ausflugsrestaurant zu verkaufen

Das Restaurant Egglegaben und die dazugehörigen Pflanzanlagen liegen mitten in einem attraktiven Naherholungsgebiet der Region Basel, auf einer malerischen Anhöhe mit schönem Ausblick über Murtens in den Schwabwald und die Vogesen.

Das Grundstück beinhaltet 11'132 m² in der Spezialzone "Egglegaben" und liegt in der Gemeinde Pratteln. Das Restaurant verfügt im Erdgeschoss über ca. 80 Innen- und ca. 100 Aussenplätze. Im Obergeschoss befindet sich eine Wohnung mit 9 Zimmern. In den Stallungen können 8 Pferde untergebracht werden. Das Anwesen eignet sich bestens für Reissportaktivitäten.

Kaufinteressenten melden sich schriftlich bis 12. September 2008 unter Schlüsselwort „Egglegaben“ an die Gemeinde Murtens, Bauverwaltung, Kirchplatz 3, 4132 Murtens. Näheres siehe unter www.murtens.ch unter Rubrik „Aktuelle“/Nähegelegenheiten.

Zu verkaufen gut eingeführtes und weit über die Landesgrenzen hinaus bekanntes

Berggasthaus

In einem der letzten, naturbelassenen Tälern der Schweiz, an der Via Alpina, zwischen Naturschutzgebiet und UNESCO-Welterbe. Verschiedene Nutzungsmöglichkeiten.

Weitere Infos auf www.galderli.ch

Luganer See TI

Gut frequentiertes Restaurant (70 Pl.) mit grosser Terrasse (110 Pl.) direkt am See mit eigenen Bootplätzen zu verkaufen!

Inkl. Inventar CHF 1,65 Mio.

Tel. 091 963 11 94
www.lesstn-immo.ch

Zu vermieten an zentraler Lage in Fims-Dorf

***Grill-Restaurant mit Bar**

70 bzw. 100 Innen- und 50 Terrassenplätze, Offenes Feuer, rustikal und romantisch, gute Infrastruktur. Ausk. 044 946 0836

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

Stadt-Ferien oder Garni Hotel gesucht

Wir, ein CH-Ehepaar mit viel Freude und Erfahrung in der Hotellerie, suchen ein Stadt-Ferien oder Garni-Hotel ab 55 Betten zum Kauf. Bevorzugte Regionen: Nordostschweiz, Bodensee, Graubünden oder Tessin.

Eigenkapital ist vorhanden, Vertraulichkeit und Diskretion garantieren wir.

Über Ihr Angebot an htr hotel revue, Chiffre Nr. 183 650, Postfach, 3001 Bern, freuen wir uns.

Restaurant - Bar
in Sissach BL
per September zu verpachten.
Geme. erteilen wir nähere Auskunft.
Tel. 079 713 55 79

Südpiemont

kleine Ferienanlage mit Pool (2 Wohnungen + 5 Zimmer) in bester Lage in den Weinbergen. Für aktives Paar gute, stressfreie Existenz.

Info unter:
www.casinogabriels.com

SIGMA SOLUTION
Immobilien - Verkauf - Consulting

Zu verkaufen in 3543 Emmenmatt
Moosegg

Pub/Dancing/ Night-Club

Verkaufspreis Fr.-425.000.-

Vertreten Sie unsere Dokumentation oder eine unverbindliche Besichtigung!

SIGMA SOLUTION AG
Tigergrabenstr. 14 • 3400 Burgdorf
Tel. 034 423 90 45 • Fax 034 423 90 46
info@sigma-solution.ch

aus- und weiterbildung

Sprachaufenthalte
Top Angebote von Annemarie + Rolf Frischmeyer
Tel. 044 505 39 58
www.sprachausbildung.ch

DER PIZZAIOLO KURS

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROKÜCHE

PIZZAIOLO KURS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROKÜCHE
PIZZAIOLO KURS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROKÜCHE

Italienisch in Florenz

Spezialkurse ab 0:

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

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

Scuola Toscana
Via dei Biondi, 23
50123 Firenze/Italien
Tel. und Fax 0 55 9135 344583
www.scuola-toscana.com

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

htr hotel revue
Die Schweizer Fachzeitschrift für Hotels, Restaurants & Gastronomie

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

htr hotel revue
Die Schweizer Fachzeitschrift für Hotels, Restaurants & Gastronomie

cahier français

htr hotelrevue No 34 / 21 août 2008



Genève

Le nouveau directeur général du Richemond évoque le futur de ce 5-étoiles emblématique.

Page 21



Femme et vigneronne

Coraline de Wurstenberger évoque les dix ans des «Artisans de la vigne et du vin».

Page 23



La Suisse vient de ratifier la Convention de l'Unesco sur la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Elle doit désormais établir un inventaire national des éléments de ce patrimoine, dont la gastronomie.

La cuisine suisse inscrite à l'Unesco?

La Suisse a entrepris de faire reconnaître sa gastronomie dans le Patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. Qu'en pensent les restaurateurs de notre pays?

EMMANUEL MANZI

La Suisse emboîte le pas à la France qui, selon le souhait de son président Nicolas Sarkozy, a entrepris les démarches pour faire reconnaître sa gastronomie au sein du Patrimoine culturel immatériel de l'Unesco, l'organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (voir encadré).

«Il serait plus judicieux de parler de traditions culinaires helvétiques»
Le célèbre grand chef de Crissier, Philippe Rochat, crédité de 19

points sur 20 au guide Gault-Millau et de 3 étoiles au Guide Michelin, nous gratifie de son avis malgré le fait d'être en vacances (c'est aussi cela la classe...): «Il serait plus judicieux de parler de traditions culinaires helvétiques plutôt que de gastronomie suisse car celle-ci découle de la gastronomie française qui contient toutes les bases de la cuisine.»

A vrai dire, Philippe Rochat estime que l'on ne peut parler de gastronomie suisse qu'à partir de l'avènement de Frédéric Girardet, son

prédécesseur auprès duquel il s'est aguerri durant dix-sept ans. Dans ce sens-là, «la Suisse romande est privilégiée car elle est, des quatre régions helvétiques, la plus influencée par la cuisine de l'Hexagone. Elle aura, de ce fait, toujours un temps d'avance du point de vue gastronomique.» Mais, en corollaire, Philippe Rochat entrevoit un risque de faire reconnaître la cuisine de chaque pays dans le patrimoine culturel immatériel de l'Unesco: celui de «galvauder l'art de la gastronomie.»

«En Suisse», poursuit Philippe Rochat, «nous avons surtout besoin de revaloriser tous les métiers de bouche. La gastronomie englobe en effet également le service à la

séduire par le marketing et les publicités des produits étrangers».

Au Creux-du-Van, dans le canton de Neuchâtel, la restauratrice Ineta Sandoz estime que la démarche de la Suisse auprès de l'Unesco renforcera en visibilité et en prestige une réalité déjà existante, celle qui voit sa clientèle, provenant souvent de très loin, se déplacer expressément chez elle pour déguster «une fondue à la ferme!»

Un Canadien impressionné par le savoir-faire helvétique

Restaurateurs et agriculteurs de «La Ferme du Soliat» au Creux-du-Van, Ineta Sandoz et son mari Maximilien font pâitre, chaque été, deux alpages de vaches allaitantes (viande de veau). Ils ont par ailleurs adhéré aux labels contrôlés «Natura-Beef» et «Swiss Prim Beef». Une manière très helvétique de maîtriser toute la chaîne alimentaire jusqu'à la phase ultime du mets servi à table, à base de produits du terroir.



«Il faut faire attention à ne pas galvauder l'art de la gastronomie.»

Philippe Rochat
Cuisinier étoilé à Crissier (VD)



«La cuisine fait partie de l'héritage culturel que nous léguons à nos enfants.»

Georges Wenger
Cuisinier étoilé au Noirmont (JU)

En revanche, le grand chef de Vuillens-le-Château, non loin de Morges (VD), n'attribue pas particulièrement d'importance aux distinctions. Il en va de même pour son confrère canadien Stephen McDonald, chef de cuisine du restaurant «Le Barocco», sur la terrasse du Musée d'art et d'histoire de Genève, même s'il voit d'un bon œil la démarche de faire reconnaître la cuisine helvétique dans le patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. Lui qui a été formé dans une école hôtelière canadienne où plusieurs enseignants suisses lui donneront l'envie de venir s'installer en Suisse, relève par ailleurs qu'il est «le seul restaurateur qui fait son propre pain à Genève».

Se mobiliser pour la sauvegarde d'un patrimoine culturel immatériel

La Suisse vient de ratifier, au mois de juillet dernier, la Convention de l'Unesco sur la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Comme tous les Etats qui ont ratifié cette convention, notre pays doit maintenant établir un inventaire national des éléments de ce patrimoine. Il s'agit là d'une tâche à laquelle l'Office fédéral de la culture, chargé de la mise en œuvre de la Convention, s'est attelé avec le soutien de la Commission suisse pour l'Unesco.

Les critères d'inscription dans cet inventaire national sont actuellement en train d'être définis.

Ils répondront à ceux définis par la Convention internationale, dont les principaux sont le fait d'être transmis de génération en génération, d'être recréés en permanence par les communautés et de procurer à ces mêmes communautés un sentiment d'identité et de continuité.

Au-delà des inventaires nationaux, la Convention de l'Unesco prévoit l'établissement d'une liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Les différents critères et les modalités d'inscription sont, là aussi, en train d'être définis par les instances intergouvernementales compétentes.

Pour certains, la gastronomie est un concept trop abstrait et trop général

Madeleine Viviani, la Secrétaire générale de la Commission suisse pour l'Unesco, estime que la gastronomie, d'où qu'elle soit, lui semble être un concept trop abstrait et trop général pour être transmis de génération en génération, ainsi que pour procurer un sentiment d'identité et de continuité.

«En revanche, certains plats traditionnels peuvent procurer ce sentiment d'appartenance. Mais c'est alors davantage la manière de les préparer, avec des ingrédients spécifiques liés à un terroir et des aspects rituels, qui serait considérée comme un élément du patrimoine immatériel, en tant que savoir-faire traditionnel», remarque Madeleine Viviani.

«Un partenariat irréprochable, à l'écoute de nos désirs... y compris le vendredi soir, veille de week-end!»

Paul Gibson
Front-Office Manager
Hôtel Palétole, Neuchâtel

Antoine Chaumeron
Directeur Général

hotelleriesuisse
SWISS HOTEL ASSOCIATION
International Partner

Plus d'informations:
www.dcheckindata.com
TEL 021 632 91 00

CHECK IN DATA

Chez eux chez les meilleurs

LINGE ÉPONGE

Pour le bien-être de vos invités dans la salle de bain et au lit.

standard textile
International Partner
www.dcheckindata.com
TEL 021 632 91 00

Des nouveaux hôtes? Vous les trouverez chez nous!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre hôtel specialise sur www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecialists@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
SWISS HOTEL ASSOCIATION

BRITA Professional

OFFENSIVE PROPRETE 2008

www.brita.ch

PURITY 1200 CLEAN & CLEAN EXTRA

La nouvelle carte des frères Pourcell à l'Hôtel Tiffany

Après s'être vu confier la carte du restaurant de l'Hôtel EastWest de Genève (htr du 10 juillet), les frères jumeaux Jacques et Laurent Pourcell collaborent aussi avec Alban Mestre, chef du restaurant de l'Hôtel Tiffany depuis 2002. Ce dernier fait partie du groupe AD-Hotels, qui comporte deux établissements situés au bout du Léman et deux autres à Paris. Les trois chefs dévoileront leur nouvelle carte en septembre et celle-ci proposera une cuisine de type «brasserie chic». Le cadre Art nouveau du restaurant a également connu des modifications par la même occasion, en étant revisité par les décorateurs Marc Hertrich et Nicolas Adnet. hk

Une psychologue à la tête de l'Hôtel de Mauvoisin

L'Hôtel de Mauvoisin, un établissement historique construit en 1863 et situé dans le Haut-Val de Bagnes (VS), a été racheté par la commune de Bagnes qui en a désormais confié la gestion à Aude Simon (27 ans), diplômée en psychologie du travail de l'Université de Neuchâtel. Aude Simon n'est pas une inconnue dans le tourisme. Sa famille en a tenu un hôtel de montagne à Champex et elle a travaillé elle-même plusieurs années pour le compte de la société Verber Sports qui propose en été des randonnées accompagnées. Plusieurs de ces randonnées passent par le Mauvoisin, un hôtel de charme où la nouvelle tenancière propose une cuisine soignée élaborée notamment avec des produits du terroir tel que le sérac. lm

L'EIT prend la relève

A mi-septembre, l'Ecole internationale de tourisme (EIT) ouvrira une filiale à Lausanne pour la formation de gestionnaires en tourisme.

MIROSLAW HALABA

C'est probablement avec une vingtaine d'étudiants – le délai d'inscription n'étant pas encore clos – que s'ouvrira le 15 septembre à Lausanne une filiale de l'Ecole internationale de tourisme (EIT), de Zurich. Cette école dispensera une formation de gestionnaires en tourisme ES. Elle prendra ainsi le relais de l'Ecole suisse de tourisme (EST) à Sierre qui abandonnera cette formation pour se concentrer, en sa qualité de haute école supérieure, au «Bachelor of Science HES-SO en tourisme».

L'initiative de l'EIT répond à un réel besoin car, comme le souligne Véronique Hermanjat, coordinatrice de l'école pour la Suisse romande et ancienne directrice de Nyon Région Tourisme, la demande pour cette formation a été

toujours «très grande» à Sierre. La mise en place de cette nouvelle offre a été rapide, ce qui a fait que le délai de communication s'est révélé «un peu juste». Véronique Hermanjat se dit cependant «très confiante» pour son avenir: «Nous avons d'ailleurs déjà cinq inscriptions pour la rentrée 2009.»

Les études de gestionnaire en tourisme ES comprennent deux semestres de formation en classe pour l'acquisition des notions de base, deux semestres de stage en entreprise, payés entre 2000 et 2500 francs par mois et, enfin, à nouveau deux semestres de formation en classe pour la mise en relation des acquis théoriques et pratiques avec le contexte professionnel. Le coût de la formation est de 8400 francs par semestre. Une trentaine de matières seront enseignées durant cette formation, ce qui nécessitera un nombre de professeurs quasiment équivalent.

Véronique Hermanjat, qui vient d'enseigner durant un an et demi

«le management du tourisme international» à l'EHL, figurera parmi les enseignants. Pour le reste, elle se chargera des relations avec la maison mère à Zurich qui conservera les tâches administratives. Elle assurera les contacts avec les chargés de cours et les étudiants, ainsi que le recrutement de ces derniers.

«Le plus important sera toutefois de nouer des relations avec les entreprises de la branche, notamment en vue de l'organisation des stages», indique-t-elle. Elle ne manquera pas aussi de chercher des éventuelles synergies avec les écoles de tourisme.

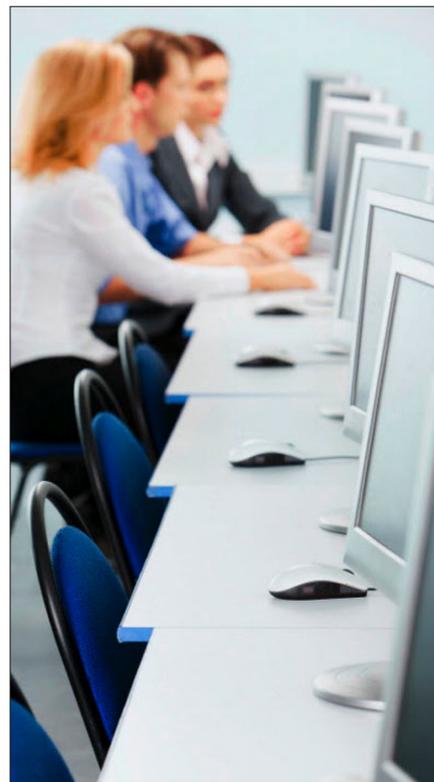
On notera encore que les gestionnaires en tourisme ES sont actifs aussi bien dans le secteur du réception que dans celui de l'outgoing. Quant à l'EIT (IST, en allemand), elle a été créée il y a quinze ans. Quelque 350 étudiants fréquentent cette école dirigée par Hanna Rychner.



«La demande pour une telle formation a toujours été très grande.»

Véronique Hermanjat
Coordinatrice de l'EIT

www.ist-zurich.ch



Une formation de gestionnaire en tourisme sera désormais également possible à Lausanne.



Personnaliser ses timbres-poste et en tirer profit.

Pour davantage de visibilité et de succès: grâce à WebStamp, vous concevez et imprimez vos timbres-poste directement sur votre PC et y insérez vos propres images ou votre logo. L'application PP Generator permet aussi de personnaliser les affranchissements pour les envois en nombre. Mettez vite en valeur votre correspondance commerciale sur: www.poste.ch/webstamp

Pour plus d'efficacité auprès de vos clients.

Jusqu'à CHF 100.- de rabais pour l'envoi en courrier A
www.poste.ch/webstamp

LA POSTE

«C'est un nouveau défi»

Appelé afin de dynamiser l'Hôtel Richemond de Genève, le nouveau directeur Patrick Mossu évoque le futur du prestigieux palace. «C'est un nouveau défi», précise-t-il.

ALEXANDRE NICOLINI

«Nous allons nous recentrer, nous ressourcer et nous relancer», déclare Patrick Mossu, le nouveau directeur général, précédemment directeur du Grand Hôtel Kempinski de Genève. Au sujet de son prédécesseur, Davide Bertilaccio, le microcosme hôtelier genevois murmure que sa méconnaissance



«Je pense que le fait d'être Genevois ait joué un rôle dans ma nomination.»

Patrick Mossu
Directeur de l'Hôtel Richemond

de la ville de Genève serait à l'origine de son départ. Par conséquent, il n'est pas étonnant que Rocco Forte, le propriétaire du Richemond ait débouché un Genevois pur souche pour reprendre les rênes. «Je pense effectivement que le fait d'être Genevois ait joué un rôle dans ma nomination», explique Patrick Mossu.

Le restaurant italien de l'hôtel va complètement remodeler sa carte

«Le contenu des assiettes n'est pas digne d'un palace...», c'est en ces termes peu élogieux qu'un article de la Tribune de Genève du mois dernier a décrit le Sapori, le restaurant italien du Richemond. D'autres qualificatifs sont réguli-



Patrick Mossu estime que, «en tant que Genevois», le Richemond a toujours revêtu une signification «particulière» à ses yeux.

Photos: Hôtel Richemond

ement entendus sur les quais de la cité du bout du lac, parmi lesquels «trop cher» ou «trop peu copieux». Le nouveau directeur affirme avoir pris conscience du problème. Le Sapori va ainsi complètement remodeler sa carte et proposer une

cuisine beaucoup plus simple. «Nous laissons à d'autres, qui le font d'ailleurs très bien, le créneau de la cuisine italienne gastronomique», relève Patrick Mossu. Afin de chapeauter cette transition, le Richemond s'est assuré la colla-

boration, comme consultant culinaire, de Fulvio Pierangelini, un chef italien très réputé.

Outre la réorientation de son restaurant, Patrick Mossu va concentrer son effort sur deux axes. «D'une part, nous devons impéra-

tivement nous repositionner sur la ville de Genève. Cela passe par un énorme travail au niveau du bar, du restaurant et du service banquet.» Quant à la clientèle étrangère, il a entamé ce qui dans le jargon s'apparente à une vaste campagne de rappel. «Au début, la réouverture a suscité un important élan de curiosité, puis l'intérêt s'est un peu effrité», note-t-il. Mais le lien noué avec la population locale reste l'atout primordial. «C'est en



Patrick Mossu conçoit que le changement du Richemond ait pu brusquer la clientèle habituelle.

parlant aux Genevois que l'on va toucher la clientèle étrangère», ajoute-t-il. C'est également dans cette perspective que doit être comprise la future ouverture du spa au public avec une carte de membre annuelle.

Patrick Mossu conçoit que le «changement radical» du Richemond ait pu quelque peu brusquer la clientèle traditionnelle. Néanmoins, il ne se départit pas de son optimisme et souligne la qualité de la mise en place effectuée par son prédécesseur. «Cela tant au niveau de la sélection de l'équipe et de la formation, que du choix du mobilier. Tout est magnifique. Cet hôtel est un outil de travail fantastique.»

«Le Richemond est très lié à mon histoire personnelle»

L'ancien directeur du Grand Hôtel Kempinski semble ainsi très heureux d'avoir été du pour relever le challenge. «C'est un nouveau défi et cela m'a vraiment fait tilt», s'enthousiasme-t-il. «En tant que Genevois, cet hôtel a toujours revêtu une signification particulière à mes yeux. Mais le Richemond est également très lié à mon histoire personnelle. Ce bar est l'endroit où mes parents venaient boire un verre après le travail. C'est également sur la terrasse de l'Hôtel Richemond qu'ils m'ont offert ma première montre.» Assurément, une bonne base pour une belle histoire...

En bref

Suisse

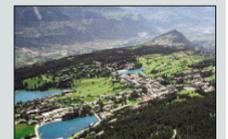
Valais: nouvelle loi sur le tourisme, le débat continue

L'élaboration de la nouvelle loi valaisanne sur le tourisme n'a pas fini de faire couler de l'encre. Lundi, une semaine exactement après la présentation par le canton d'un nouveau modèle de financement et de nouveaux critères de formation des régions (htr du 14 août), des représentants touristiques d'Anniviers, de Nendaz, d'Ovronnaz, de Verbier et de Vevy ont convoqué une conférence de presse au cours de laquelle ils ont présenté plusieurs requêtes. Parmi elles, «l'obtention de garanties que les moyens à disposition pour le tourisme et particulièrement pour les régions seront, dans tous les cas, supérieurs à ceux d'aujourd'hui» et «la suppression des critères de formation des régions et l'incitation de la création de celles-ci par des aides financières». Le recours à un référendum, «si les contraintes ne sont pas remplacées par des incitations», n'est pas écarté. Im

Riviera vaudoise: un hôtel double sa capacité à Vevey

L'Hostellerie de Genève, un hôtel deux étoiles situé sur la Place du Marché à Vevey, s'appête à doubler sa capacité. Sa propriétaire, Anne-Catherine Meylan-Caioni a fait procéder à la mise à l'enquête publique du changement d'affectation des logements situés au-dessus de la partie nord du restaurant en zone hôtelière. De douze chambres, dont deux suites, l'établissement passera ainsi à vingt-quatre. Cela se fera au détriment du premier étage du restaurant actuel, une salle habituellement dévolue aux mets au fromage et aux sociétés locales. «Ce développement de la partie hôtelière répond à une demande croissante de notre clientèle», précise la propriétaire. Une fois la mise à l'enquête agréée, les travaux pourraient être menés à terme très rapidement. Aucun budget n'est pour le moment avancé, mais l'Hostellerie de Genève devrait garder son statut et ses prix actuels. jje

Inauguration d'un «Sentier de l'air» à Crans-Montana



Valais Tourisme

Le Service cantonal de la protection de l'environnement, en collaboration notamment avec Crans-Montana Tourisme, inaugurerait vendredi un itinéraire pédestre sur le thème de l'air et de la pollution atmosphérique en présence de Jean-Jacques Rey-Bellet, le chef du Département des transports, de l'équipement et de l'environnement du canton du Valais. Cet itinéraire, intitulé «Le sentier de l'air», se trouve sur les hauteurs de Crans-Montana. Il longe le bisse de Tsittoret entre Montana-Vermaila, à 1660 m d'altitude, et la Cave du Scex, à 1880 m d'altitude. Il comporte huit panneaux didactiques, répartis sur six kilomètres, qui traitent de l'atmosphère, de l'air en mouvement, de l'effet de serre, des changements climatiques, de l'ozone et des particules fines, ainsi que de l'air et de la santé. Im

Jouer la carte des produits hors-sol

L'Hôtel Cuisinart, à Anguilla, dans les Caraïbes, utilise sa production de légumes hors-sol comme argument de marketing.

VÉRONIQUE TANERG

En Suisse, la plupart des restaurants misent les produits du terroir et le bio pour séduire leur clientèle. Mais aucun d'entre eux n'aurait l'idée de produire lui-même ses légumes et ses fruits hors-sol et de transformer sa production en une vitrine pour ses clients. Un hôtel a osé faire la différence: il s'agit du Cuisinart à Anguilla, une île des Caraïbes, située à une heure de bateau de St-Martin.

Des cours de cuisine à l'hôtel avec des légumes cueillis par les clients

Au départ, l'Hôtel Cuisinart voulait résoudre un problème pratique: trouver des produits frais. En effet, les denrées alimentaires, sont importées des Etats-Unis et d'Eu-



Véronique Tanerg

Howard Resh, le responsable de la ferme organique de l'Hôtel Cuisinart, montre la spécificité du système de production.

rope. «Ce n'est pas un problème pour les produits cuisinés, mais avec un tel trajet, c'est impossible d'avoir de la salade et des légumes frais», explique Stéphane Zaharia, le directeur général du Cuisinart.

C'est pourquoi cet établissement haut de gamme a décidé de lancer sa propre production. Le Cuisinart a créé sa ferme hydroponique, qui produit hors sol des tomates, de la

salade, des courcambres, des courgettes, des poivrons et des herbes aromatiques.

Ce système, peu connu en Suisse, repose sur une forte humidification. C'est par l'eau que sont apportés les engrais. Le Canadien Howard Resh supervise la production et choisit les dosages d'engrais. «Nous avons raccourci la durée de la production», explique-t-il. «Ici,

les laitues poussent en 40 à 42 jours tandis qu'en culture organique, elles ont besoin de 45 à 60 jours.» Une hérésie aux yeux de certains professionnels suisses qui estiment que ce mode de production va à l'encontre de la tendance bio demandée actuellement par les consommateurs. «Les légumes hors sol n'ont aucun goût. Et si ces légumes poussent aussi vite, c'est parce qu'ils sont dopés», plaisante un hôtelier genevois. «Jamais je ne servirai ça à mes clients.»

Et pourtant, ça marche. Le Cuisinart organise des visites guidées deux fois par semaine. De nombreux clients viennent découvrir ce qu'ils auront dans leur assiette pendant le séjour. La proximité fait recette: les clients sont enthousiasmés d'avoir des produits aussi frais. Le Cuisinart produit en serre 50 000 à 60 000 laitues et 8 à 10 tonnes de tomates par an, dans un très petit espace. «Cela nous coûte 20% plus cher que si nous importions ces produits», note Stéphane Zaharia. Alors pourquoi se donner tant de mal? «Parce que c'est un excellent

outil marketing», affirme-t-il avec conviction. Car cet hôtel a décliné un produit dérivé lucratif: des cours de cuisine. Les clients cueillent eux-mêmes les légumes qu'ils cuisinent encadrés par la cheffe, Denise Carr. Ils préparent quatre plats qu'ils mangeront à la table d'hôte. Les cours, qui ont lieu trois fois par semaine, coûtent 65 dollars par personne.

Un concept qui permet de se démarquer de la concurrence

Et puis, ceux qui ont apprécié la formule «table d'hôte» reviennent ensuite pour un menu de dégustation en soirée. Un dîner de sept plats accompagnés de vins différents à chaque mets à la table d'hôte, c'est à dire à proximité de la cheffe. Le dîner coûte 145 dollars par personne. Et les spécialités sont parfois exotiques pour le palais des Européens. Exemple: le homard à la vanille accompagné d'un coulis aux fruits de la passion. Mais le Cuisinart a su développer un concept qui le démarque clairement de ses concurrents.



Les problèmes des petits restaurants proviennent parfois du fait que leur offre ne correspond pas suffisamment à la demande.

problème de formation, on pourrait, en revanche, lier l'autorisation d'exploiter à un niveau de compétences de l'entrepreneur. Les cantons pourraient organiser une évaluation des compétences managériales et non pas seulement des examens destinés à vérifier les compétences techniques, comme cela se fait pour l'octroi de la patente.

Votre travail vous a permis d'identifier trois stratégies pouvant amener le restaurateur au succès. Quelles sont-elles?
Il y a, tout d'abord, le partenariat afin, non pas de réduire uniquement les coûts, mais d'augmenter l'activité et, partant, de générer du chiffre d'affaires. Ainsi, à titre d'exemple, deux ou trois restaurateurs exploitant un même type d'établissement pourraient s'associer pour créer un service traiteur.

Et la deuxième stratégie?
C'est celle de la singularité ou des «océans bleus», selon les termes de Kim et Mauborgne, deux chercheurs américains reconnus. Il s'agit ici d'imaginer un nouveau concept ou une nouvelle manière de délivrer la prestation. Cela permet au restaurateur de prendre une longueur d'avance sur ses concurrents, car il est, dans ce cas-là, le seul à offrir ce type de prestations. Comme il n'y a pas de référence, il a une grande liberté sur le plan des prix. Ferran Adria, du restaurant El Bulli, ou la famille Hiltl, des restaurants Tibits, ont créé des «océans bleus». Cette stratégie ne peut toutefois avoir du succès que si elle est appliquée dans une région bénéficiant d'un grand bassin de population.

Et la troisième stratégie?
Je la désigne sous le nom de «différenciation différée». Elle a pour objectif principal d'améliorer la productivité et donc de maximiser le chiffre d'affaires dans les périodes de forte demande. Il s'agit pour le restaurateur d'appréhender différemment des produits semi-finis ou de donner au client la possibilité de terminer son plat à sa convenance. Si l'on regarde dans le passé, le succès de la fondue bourguignonne est double, puisque une partie des coûts est reporté sur le consommateur tout en augmentant la productivité

Christine Demen Meier: une thèse sur les restaurants

Christine Demen Meier (55 ans) est, depuis 1998, professeur de stratégie et de gestion des PME à l'École hôtelière de Lausanne (EHL) dont elle est diplômée. Auparavant, elle avait exercé le métier de restauratrice. Elle a été durant dix ans propriétaire et gérante de l'Auberge de Chermex, au-dessus de Montreux. En 2007, elle a obtenu un doctorat à l'Université de Caen pour sa thèse consacrée aux petites entreprises de restauration de l'Arc lémanique. Elle a été membre du comité cantonal de GastroVaud et présidente de la section de Montreux.

et que le consommateur peut choisir exactement ce qu'il veut.

Quel est le profil type du restaurant dont les chances de succès sont les plus grandes?

Il doit, tout d'abord, dégager un bénéfice net de 5%, ce qui permet d'investir dans la société, tout en assurant un revenu. Le restaurateur doit, par ailleurs, avoir une vision précise du marché qu'il veut toucher et ce marché doit être suffisamment important. Si je devais ouvrir une entreprise en Suisse, je ne le ferais qu'à Zurich ou à Bâle ou à Lucerne, en raison du dynamisme de ces villes.

Et quelles seraient encore les caractéristiques de ce restaurant type?

Je ferais un investissement minimum dans l'aménagement, mais bien plus conséquent, en revanche, dans les éléments liés à la livraison de la prestation, ceci afin d'optimiser la productivité pour générer le maximum de chiffre d'affaires. Une attention particulière serait consacrée à la standardisation de la production et de sa livraison. Cette entité type devrait générer au minimum deux millions de francs de chiffre d'affaires.

Que devraient faire les milieux politiques pour améliorer la situation de ces entreprises?

Il serait judicieux qu'ils évaluent les conséquences de leurs décisions sur les coûts de l'entreprise. Ils n'en sont pas conscients, ceci d'autant plus qu'ils perçoivent le restaurateur comme quelqu'un qui gagne beaucoup d'argent.

Les associations faitières apportent-elles, selon vous, le soutien dont les petites entreprises ont besoin?

Pas totalement, mais leur tâche est difficile, notamment en raison de la diversité de leurs membres et de la vision du métier, une vision un peu traditionnelle, qu'elle véhicule. On constate aussi que les entrepreneurs novateurs ne s'engagent guère dans les associations.

Que peuvent faire les institutions de formation pour contribuer à résoudre les problèmes des petites entreprises?

Il faudrait qu'elles accentuent l'acquisition des compétences managériales. Les résultats de l'étude ont montré qu'une personne qui possède ces compétences, qui a une vision stratégique, mais qui n'a pas de connaissances en matière de cuisine et de service, peut réussir dans la restauration, car elle saura s'entourer de personnes qui complètent son savoir-faire. L'inverse est plus difficile.

Qu'avez-vous fait ou qu'envisagez-vous d'entreprendre pour que les résultats de votre travail servent à la branche?

J'ai envoyé ma thèse aux deux associations faitières cantonales et un résumé à ceux qui avaient participé au sondage et qui m'avaient donné l'adresse e-mail. J'envisage aussi d'en faire un livre. Enfin, je donne volontiers des conseils à ceux qui m'en font la demande.

Info: christine.demen-meier@ehl.ch Thèse: www.ecofine.com/knowledge.htm

Au chevet des petits «restos»

La vie est difficile pour les petits restaurants. Professeur à l'EHL, Christine Demen Meier évoque des pistes pour leur faciliter la tâche.

MIROSLAW HALABA

Vous avez consacré votre thèse aux difficultés des petits restaurants de l'Arc lémanique. De quoi souffrent-ils?

Lorsqu'une entreprise n'est pas performante, elle a soit une structure des coûts qui n'est pas optimale, soit un chiffre d'affaires insuffisant. Pour la majorité des établissements romands, c'est le faible volume des ventes qui pose problème. D'une part,

il y a trop d'établissements et, d'autre part, une offre qui ne correspond pas suffisamment à la demande.

Ces petites entreprises sont-elles nombreuses?

Oui, la proportion est énorme. D'après les résultats de mon étude, 85% des restaurants de la région étudiée ont moins de dix collaborateurs.

Votre analyse porte sur les restaurants vaudois et genevois. Les problèmes sont-ils les mêmes dans les autres cantons?

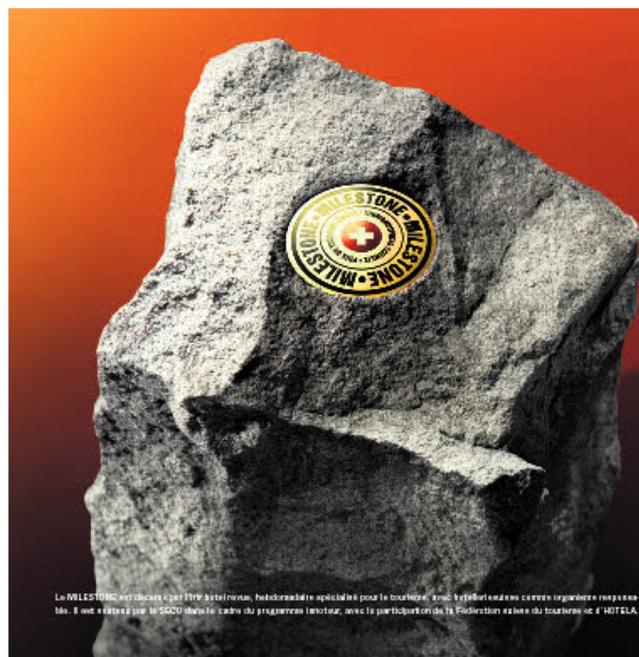
Je pense que tous les cantons, romands sont placés à la même enseigne. Je n'ai pas étudié le marché alémanique, mais je suppose que les problèmes sont identiques, bien qu'il doive avoir une grande différence entre les villes et la campagne.

Selon vous, les instances politiques et économiques ne reconnaissent pas assez l'importance du tourisme. Quelles en sont les conséquences pour les entreprises analysées?

Cette situation se traduit par des conditions-cadre qui ne sont pas particulièrement favorables. Elles imposent à l'entrepreneur des coûts importants générés par de nombreuses contraintes législatives et freinent la créativité. Normal, dès lors, que les entrepreneurs italiens, espagnols ou français, qui ont plus de liberté, soient plus créatifs que les Suisses.

Que préconisez-vous pour résoudre leurs problèmes?

On pourrait réduire le nombre d'établissements. Cela reviendrait à retourner à la clause du besoin, ce qui n'est pas dans l'air du temps. Comme il y a un



MILESTONE 2008: INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT!

Le «MILESTONE. Prix du tourisme suisse» honore des prestations remarquables et des projets innovateurs dans le tourisme suisse. Il est doté d'un montant global de 33 000 francs et sera décerné dans quatre catégories: Projet remarquable, Prix de la relève, Prix du développement durable (environnement) et Prix pour l'œuvre d'une vie.

Inscription en ligne: www.htr-milestone.ch

Le délai de dépôt des candidatures est fixé au 31 août 2008. La remise des prix aura lieu à l'occasion d'une soirée de gala le 10 novembre 2008 au Kultur-Casino à Berne.

Partenaire de l'événement: HOTELA

htr hotelrevue Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra **STV FST** Schweizer Tourismusverband Federazione svizzera del turismo Federazione italiana del turismo Federazione svizzera del turismo **Kooperationspartner für Wirtschaft SICO**

Le MILESTONE est organisé par l'htr hotelrevue, hebdomadaire spécialisé pour le tourisme. Avec l'appui financier des comités organisateurs régionaux, il est organisé par le SICO dans le cadre du programme national, avec la participation de la Fédération suisse du tourisme et d'HOTELA.



Le communiqué de presse annonçant les résultats du Grand Prix du vin suisse 2008 a été envoyé en début de semaine. Le palmarès ne sera cependant dévoilé que le 7 novembre.

GPVS, les cinq finalistes vaudois s'étaient fait coiffer au poteau par un fendant de Vétroz de Jean-René Germanier et Gilles Besse! On ne peut exclure que l'Histoire repasse le calice jusqu'à la lie...

En gamay, deux producteurs vaudois, le Satyre (Noé et Noémie Graff, à Begnins) et l'Association vinicole d'Aigle, sont face à quatre valaisans. Dans les pinots noirs, aucun vaudois, ni aucun neuchâtois (qui sauvent l'honneur avec un ceill-de-perdrix de la Cave des Coteaux à Boudry-Cortailod, en rosé), mais trois vins grisons, dont deux de Hansruedi Adank, de

La cave ayant placé le plus grand nombre de vins nommés recevra le titre de «Vigneron de l'année».

Fläsch, et le «réserve» de Peter Wegelin, de Malans, face à deux schaffhousiens, dont le célèbre ZWAA du duo Baumann-Meyer, et un seul romand, de la Cave Saint-Georges, qui est à Sierre et qui fait partie du groupe Schenk.

Quant aux merlots, il sont l'apanage des Tessinois, avec le duo Sassi Grossi de Galdi et Platinum de Guido Brivio, vinifiés par le même enologue, Fred de Martin, formé à Changins. Un Valaisan, Jürg Biber, de Salgesch, et un Vaudois, Pascal Fonjallaz, avec des raisins valaisans élevés en barriques à Epesses, complètent le sextour final. Ces deux producteurs sont parmi la dizaine, seulement, qui réussissent à placer deux vins au moins parmi les 66 finalistes (le Vaudois est aussi sélectionné pour son dézaley L'Ermitte et le Valaisan pour un assemblage, Cuvée rouge No 4). Seules deux grandes caves valaisannes ont réussi à faire encore mieux: il s'agit de Provens-Valais, qui a placé quatre vins, et de la cave du Nouveau Salquenen, qui en a placé trois.

Madeleine Gay succèdera-t-elle à Diego Mathier, lauréat en 2007?

Comme le précise le communiqué de presse officiel, «la cave ayant placé le plus grand nombre de vins dans les vins nommés» décrochera le titre de «Vigneron de l'année». Le quatuor de Provens (Défi blanc Les Titans 2006, assemblage blanc, Clos Corbassières 2004, assemblage rouge, et les deux liqueurs, Domaine Tourbillon 2004 et Grains de Malice 2006) prend des tonalités symphoniques.

Et l'énologue Madeleine Gay, qui signe trois de ces quatre vins, pourrait bien devenir la première vigneronne suisse de l'année, succédant, précisément, à Diego Mathier, du Nouveau Salquenen. Mais chut, cela ne devrait être dit que le 7 novembre!

Les champions suisses sont désormais connus

Ils ne seront primés que le 7 novembre, mais les champions 2008 des vins suisses sont connus. Analyse d'un palmarès qui met en exergue 66 vins parmi les 1860 dégustés en juin.

PIERRE THOMAS

Les concours de vins, c'est, comme les Jeux olympiques, d'abord une question d'arithmétique. Ainsi, 460 encaveurs ont envoyé des flacons à Sierre, où l'Association Vinea avait organisé les dégustations (120 jurés). Les vins rouges présentés (970) étaient un peu plus

nombreux que les vins blancs (890) et les crus valaisans (824) presque deux fois plus abondants que les vaudois (430). Grosso modo, le palmarès du 3e Grand Prix du vin suisse (GPVS) reflète les forces en présence, avec, sur les 66 nommés des 11 catégories, 30 vins valaisans, 10 vaudois et 6 schaffhousiens, 4 grisons, genevois et tessinois, etc.

La dégustation était à deux vitesses: d'abord, le concours national qui a attribué quelque 260 médailles d'or (soit à 14% des vins dégustés), et qui seront dévoilées dans le «Guide des vins suisses», édité par Ringier. Parmi cette «crème», le magazine «Vinum», coorganisateur de ce concours, en a sorti six par catégories. Ce sont les vins au pointage le plus haut. Trois d'entre eux seront

sur le podium. Mais il faudra attendre le 7 novembre pour que le palmarès soit révélé à Zurich. Les producteurs n'ont, pour l'heure, reçu que l'avis de leur médaille et, pour les meilleurs, une invitation à se déplacer à Zurich-Sihlcity.

Des catégories où les Valaisans font office de poids lourds

Toutes les catégories, et donc les 66 nommés, n'ont pas le même poids. S'il y avait 302 chasselas au départ, il n'y avait que 42 Müller-Thurgau, une concession faite à la Suisse alémanique; pourtant, ces deux catégories ont droit toutes deux à six nommés, comme les discrets assemblages blancs (47), les gamays (46), concession aux Romands, les merlots (71), concession aux Tessinois, ou les



L'énologue Madeleine Gay a signé trois vins nommés.

rosés (76). Restent cinq catégories au poids plus conséquent: les autres vins blancs (356), les assemblages rouges (238), les autres rouges monocépages (223) et les vins doux (145). Le Valais affiche sa domination dans tous ces secteurs.

Ainsi, dans les autres vins blancs, trois petites arvinnes (Denis Mercier, Sierre, Domaine du Mont d'Or, Caves Orsat) n'ont pour rivales qu'un païen (La Leyraz, de Rouvinez), un gewurztraminer genevois (Cave des Oulaines à Bernex) et un chardonnay vaudois (Clos de la George à Yvorne, de Hammel). Le

Madeleine Gay pourrait bien être la première «Vigneronne suisse de l'année».

Les vigneronnes ont enfin été reconnues

Quasi inconnues en 1998, stars aujourd'hui. Les Artisanas suisses de la vigne et du vin soufflent les dix bougies de leur association.

GENEVIÈVE ZUBER

Elles sont célébrées dans les médias et réputées pour l'excellence de leur vin. Les femmes vigneronnes: un véritable phénomène aujourd'hui! Mais cela n'a pas toujours été le cas. Coraline de Wurtemberg, présidente des Artisanas de la vigne et du vin et responsable du Domaine «Les Dames de Hautecour» à Mont-sur-Rolle, raconte: «Il y a dix ans, lorsque nous avons fondé notre association, seule Marie-Thérèse Chappaz était célèbre. Quant aux autres,

nous étions à peu près toutes inconnues. Les vigneronnes étaient rarissimes en Suisse et les collègues masculins souvent méfiants.» Mais pendant cette dernière décennie, les choses ont bien changé. Un indice: «Pour un vigneron, ce n'est plus une tare aujourd'hui d'avoir des filles. Dans les domaines, la relève est de plus en plus souvent assurée par des femmes.»

Les femmes sont des actrices à part entière dans le domaine du vin

Il y a dix ans, l'Association suisse des Artisanas de la vigne et du vin a été fondée dans le but de promouvoir l'image de la femme dans le monde viticole suisse par la présentation de produits de qualité. Mais étant donné l'évolution positive enregistrée au cours de ces dernières années, cette association a-t-elle

encore sa raison d'être aujourd'hui? Coraline de Wurtemberg en est persuadée. D'abord parce qu'il n'est pas question de laisser tomber «ce magnifique réseau d'amitiés» qui lie les sept artisanes membres: la dame de Hautecour donc, deux autres Vaudoises, Christine Delarze et sa fille Stéphanie, la Genevoise Françoise Berger, les deux Valaisannes Marie-Thérèse Chappaz et Marie-Bernard Gillioz et la Grisonne Annatina Pelizzatti. Ensuite, parce que si les vigneronnes sont désormais reconnues en Suisse, il reste encore du chemin à parcourir; l'assise des femmes dans le monde du vin suisse, est loin d'égaliser celles des Italiennes, des Françaises ou des Grecques.

Toutefois, l'avenir de l'Association n'est pas assuré pour autant. Individualisme, manque de temps?



Coraline de Wurtemberg, femme et vigneronne.

Les Artisanas peinent à attirer dans leurs rangs des vigneronnes des nouvelles générations. L'association projette ainsi de prendre son bâton de pèlerin pour convaincre

les plus jeunes. «Nous sommes à un tournant», ajoute Coraline de Wurtemberg. «Nous allons réunir une table ronde avec toutes les professionnelles de la vigne et du vin: les sommelières, les journalistes spécialisés, les enologues dans l'idée de fonder un mouvement nous réunissant toutes, car c'est à tous les niveaux, et pas seulement à la cave, que les femmes sont des actrices à part entière dans ce domaine.»

Les femmes élaborent des produits à contre-courant de la mode

Les femmes, aujourd'hui, sont également des consommatrices averties, exigeantes, avec lesquelles il faut compter. C'est ce qu'a récemment révélé une enquête menée en Suisse, en Grèce, en Italie, en Hongrie et en Espagne par l'Internatio-

nal Associated Women in Wine, fédération internationale également présidée par Coraline de Wurtemberg. Entre les consommatrices et les productrices, il y a des points communs: «Les consommateurs hommes sont davantage attirés par les produits à succès, les grands noms, alors que les femmes fonctionnent plus au coup de cœur. Or, élaborer des produits à contre-courant de la mode, c'est un peu ce qui nous caractérise, nous les productrices!»

Les Artisanas suisses de la vigne et du vin en sont convaincues: il s'agit désormais de tenir compte des femmes à tous les niveaux. Notamment dans les établissements publics où, trop souvent encore, les sommeliers ne présentent la carte des vins qu'aux convives masculins...



«Notre collaboration avec Lausanne a permis au Swissôtel que je dirige à Pékin d'accueillir cinq manifestations du CIO.»

Eric Piatti (lire en page 5 et ci-dessous)

«Un petit coin de paradis»

La réhabilitation du site d'Ossona est un très bon exemple de développement durable mêlant exploitation agricole et hébergement touristique.

EMMANUEL MANZI

Le hameau d'Ossona, à 1000 m d'altitude au cœur du Val d'Hérens, avait été abandonné dans les années soixante. Aujourd'hui, il est devenu le projet-pilote d'un site agritouristique unique en Suisse. Grâce à l'initiative et au soutien financier de la commune de St-Martin, de l'Etat du Valais, de la Confédération, ainsi que de fonds institutionnels et privés. Sa restauration, sur cinq ans, a coûté 8,5 millions de francs. Depuis le village de Suen, on rejoint le site d'Ossona par une route agricole de 5 km. L'ancien bisse a été remis en eau et réaménagé. Il garantit l'irrigation du site par un arrosage par aspersion ou par ruissellement.

La rénovation de bâtisses qui datent des 18e et 19e siècles
Au centre du hameau s'érige l'auberge, la principale nouvelle construction, avec une salle à manger et, à l'étage, une salle de banquet. Autour de l'auberge, deux bâtisses des 18e et 19e siècles ont été entièrement restaurées. Chacune d'elles abrite un gîte au rez-de-chaussée et un autre à l'étage. Ces gîtes pour quatre personnes ont gardé l'aspect d'autrefois, avec de vieilles poutres apparentes, tout en étant dotés des commodités usuelles. Ce site agricole de montagne est exploité sur 35 hectares



L'Auberge proposera notamment des produits du terroir. Photos Emmanuel Manzi



Daniel Beuret, à la fois aubergiste, fromager et agriculteur.

loués à la commune et sur 15 hectares de parcs privés. Des bâtiments ruraux ont été construits comme l'étable pour 25 bovins, une autre pour une quinzaine de chèvres, ainsi qu'une cave à fromage et un raccard rénové.

A la fois agriculteur, fromager et aubergiste, Daniel Beuret, secondé par son épouse ainsi que par deux



La salle à manger de l'Auberge d'Ossona.

employés, mise sur la convivialité et apprête une cuisine familiale avec ses propres produits. «Nous proposons notamment une raclette avec trois-quarts de lait de vache et un quart de lait de chèvre, ainsi qu'une gamme de fromages et plusieurs viandes séchées valaisannes», précise Daniel Beuret.

Un moyen de lutter contre l'exode rural
Une autre spécialité est le cabri rôti au four accompagné des légumes de son potager. «Et quand un produit nous fait défaut», ajoute l'exploitant, «nous faisons appel aux collègues des environs avec lesquels nous avons instauré un réseau de synergie-Ferme et Terroir



Un des deux gîtes ruraux qui ont été restaurés à Ossona et qui ont inspiré la réalisatrice Jacqueline Veuve pour son film intitulé «Un petit coin de paradis».

du Val d'Hérens». Cette réhabilitation du site d'Ossona a fait l'objet d'un film de Jacqueline Veuve. Intitulé «Un petit coin de paradis», il a récemment été présenté au Festival international du film de Locarno. Avec la rénovation d'autres gîtes d'ici 2009, la partie hôtelière du site d'Ossona pourra héberger jusqu'à 28 personnes. Elle permettra ainsi d'engager davantage de personnel car ce projet-pilote a notamment pour but de freiner l'exode rural en augmentant les postes de travail

par la mise en valeur d'une agriculture de montagne et d'un tourisme doux. L'avenir semble d'autant mieux assuré qu'une mini-centrale de turbinage fournit 900 000 kWh par an. Raccordée au réseau électrique public, cette installation générera, avec la revente de l'électricité produite, des recettes financières qui permettront à la commune de St-Martin d'auto-financer sur dix ans le projet de développement durable d'Ossona.

www.ossona.ch

D'une langue à l'autre

Prix du Milestone: à la recherche de jeunes talents

Parmi les distinctions décernées par le Milestone, le Prix du tourisme suisse organisé par notre hebdomadaire (www.htr-milestone.ch), figure aussi le prix de la relève. Celui-ci récompense des jeunes particulièrement talentueux qui travaillent dans le tourisme. Afin de promouvoir ce prix (dernier délai d'inscription: le 31 août), Alberto Vonasch, le chef de projet du Milestone, s'est rendu à l'Ecole internationale de tourisme de Zurich.

Im Page 3

«Lausanne, the Olympic Capital», bien en vue à Pékin

L'action de promotion «Lausanne, the Olympic Capital, and the Lake Geneva Region greet Beijing 2008» a du succès. C'est ce que relève Eric Piatti, le directeur du Swissôtel de Pékin qui accueille en sa demeure cette opération promotionnelle menée par Lausanne Tourisme, le Musée olympique de Lausanne, ainsi que l'Office du tourisme du canton de Vaud et Genève Tourisme. Cinq manifestations officielles du CIO ont eu lieu au Swissôtel de Pékin.

Im Page 5

Les gens

Géraldine Zuber Luder, de la FST au Kursaal de Berne



Miroslaw Halaba

Responsable du Label de qualité du tourisme suisse depuis 1998 et membre de la direction de la Fédération suisse du tourisme (FST), Géraldine Zuber Luder avait quitté ses fonctions à la FST à fin juin sans préciser la suite qu'elle donnerait à sa carrière. Celle-ci poursuivra dans le tourisme. Géraldine Zuber Luder travaille en effet désormais en tant que directrice des ventes et du marketing du Kursaal de Berne, une entité qui chapeaute, entre autres, l'Hôtel Allegro.

Erminio Eschena quitte la direction du Club Med Suisse



Club Med Suisse

«J'ai pris la décision de quitter dès le 22 août mes fonctions actuelles à la tête du Club Med Suisse.» Tel est le communiqué qu'Erminio Eschena, le directeur de la filiale helvétique du Club Med depuis 2006, a transmis lundi. Erminio Eschena, qui nous avait dévoilé que le Club Med construirait prochainement des chalets privatifs à proximité de son complexe hôtelier de Villars (htr du 10 juillet), n'a pas précisé la suite qu'il entendait donner à sa carrière professionnelle.

Les musiques du monde ont investi les rues de Neuchâtel



L'Opéra mobile a été l'un des nombreux spectacles qui ont été présentés la semaine passée au Buskers Festival de Neuchâtel.

Le Buskers Festival a proposé la semaine passée de la musique, mais aussi des contes et des danses.

HÉLÈNE KOCH

Des musiques du monde, mais aussi du classique et de l'opéra de rue. Pour sa 19e édition, le Buskers Festival a une nouvelle fois animé la zone piétonne de Neuchâtel. La formule a d'ailleurs suscité des vocations dans d'autres villes,

comme Berne, qui a également son Buskers Festival depuis cinq ans, ainsi que Lucerne, où il existe depuis trois ans. Georges Grillon, organisateur du festival de Neuchâtel, participe d'ailleurs à la programmation de ce dernier.

Concernant Neuchâtel, la programmation se fait sur trois axes. Les musiques du monde tout d'abord, soit traditionnelles soit «révisitées de façon moderne ou humoristique», explique Georges Grillon. A cela s'est rajouté un deuxième axe il y a quelques

années, à savoir les conteurs. Enfin, le festival comprend un volet musique et danse. «Nous avons même eu des gens de Thoune qui sont venus danser», note Georges Grillon.

Les groupes qui se produisent dans les rues de Neuchâtel proviennent de tous les continents, avec entre autres le quatuor des Makkaronis, qui mélangent différents styles de musique à la trompette, clarinette, basson et percussions diverses, l'Opéra mobile, qui fait sortir l'opéra dans la rue, ou encore les pakistanais du groupe Qawal Najmuddin Saifuddin & Brothers. L'humour est également bien présent. A lui seul, le nom de certaines formations est tout un programme, comme «Les petits chanteurs à la guelele de bois».

Sauf exception, les artistes se produisent sans sono, ce qui permet aussi d'avoir plusieurs groupes en même temps sans que la prestation des uns n'empêche sur celle des autres. Seul point noir à signaler, la météo parfois changeante de cette année. La pluie de mardi en particulier, a provoqué un retard d'un jour dans l'ouverture du festival.

Morges: le Festival des dahlias est une véritable symphonie de couleurs

Chaque année, d'avril à octobre, la ville de Morges (VD) justifie pleinement son nom de «Fleur du Léman».



Avec ses dahlias, Jean-Jacques Ethenz la ville de Morges justifie pleinement son nom de «Fleur du Léman».

Après la Fête de la tulipe, c'est le Festival des dahlias qui, dès le début du mois de juillet, illumine les quais de la ville de Morges et enchante les visiteurs, le long du lac Léman, entre la place du Temple et le Parc de Vertou, à la hauteur de l'Hôtel La-Fleur-du-

Lac. Il s'agit là d'un cadre enchanteur de plus d'un kilomètre de long où les employés du Service des espaces verts de la commune de Morges ont planté plus de 1500 dahlias qui rivalisent de beauté de juillet à octobre.

Le Festival des dahlias, ou plus précisément les «Quais du dahlia» selon son appellation exacte, constitue une manifestation unique en Suisse romande. Il s'agit, en fait, d'une exposition-vente qui a pour objectif de mettre en évidence les facettes variées de cette fleur estivale. Pour la 13e édition de cet événement haut en couleurs, le public peut découvrir 62 variétés, dont 30 nouvelles, réparties le long d'une idyllique promenade. La liste des variétés correspondant aux numéros des massifs de dahlias, il est possible de les commander ou, encore d'assister à une grande vente de tubercules début novembre.

Notons également que, à quelques kilomètres des quais, sur les hauteurs, ce sont les jardins du Château de Vuillereins qui séduisent également les visiteurs en saisons, avec les Florales de lys et d'hémérocailles.

je