

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 38

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

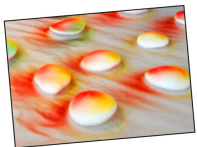
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées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

Terms of use

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

Download PDF: 04.07.2025

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



Confiserie

Die Schweizer Confiseure wollen ihre Arbeit mit internationalem Erfolg versüssen.

Seite 13

Zagg

Höhere Energiekosten fängt man durch mehr Energieeffizienz auf, hiess es am Zagg-Energie-Symposium.

Seite 4

Rosebud

Die einstige Besitzerin mehrerer Schweizer Luxus-hotels ist glücklich von Barwa getrennt.

Seite 4

Events in Zürich

«Wir möchten das Image des reinen Sport- und Rocktempels abstreifen. Corporate Events werden für uns immer wichtiger.»

Felix Frei, AG Hallenstadion Zürich
Seite 5



Alan D. Baker

avec cahier français hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 236 Stellenangeboten

Titel beflügeln



Wissen beflügelt, akademische Titel erst recht. Ob die Branche damit jedoch in neue Höhen aufsteigt, muss sich erst weisen.

Keystone

Immer mehr Fachhochschulen bieten Bachelor- und Master-Studien. Die Forschung freut's, doch die Praxis auch?

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Bachelor of Science, Master of Science oder doch lieber MBA? Die neuen Studiengänge der Fachhochschulen und Universitäten machen den Höheren Fachschulen für Hotellerie und Tourismus Konkurrenz. Die international anerkannten Titel des Bologna-Systems locken Studierende in Scharen. Wie der Markt auf all die akademisch Ausgebildeten reagieren

wird, ist noch offen. «Die ersten Bachelor-Absolventen drängen jetzt erst auf den Markt», konstatiert Andreas Liebrich vom Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern. Peter Grossholz, Weiterbildungsleiter bei hotelier-risuisse, ist sogar überzeugt, dass man mit einem Abschluss einer anerkannten Hotelfachschule für die Praxis besser gerüstet ist als mit Bachelor. Nicht zu verwechseln

sind die Bologna-konformen und vom BBT anerkannten Master mit dem exekutiven Master of Business Administration (EMBA). Letzterer gilt als Weiterbildung. Dass eine solche der Praxis durchaus etwas bringen kann, zeigt eine Studie zur Ausbildung «Führungsfachfrau/-mann». Die Absolventen fühlten sich nachher deutlich kompetenter.

fokus auf Seite 7 bis 11

Bern Westside

Holiday Inn: Kaum offen und schon volle Betten

Aus dem geplanten Soft-Opening wird nichts: Das neue «Holiday Inn» im noch nicht eröffneten Berner Erlebnis- und Einkaufszentrum Westside wird mit Buchungen überhäuft, obwohl es erst am letzten Freitag eröffnet worden ist. Einerseits weil verschiedene Anlässe in der Bundesstadt die Stadthotels füllen. Andererseits weil der Minerie-Bau von Daniel Libeskind Architekturfans anzieht. Geführt wird das 144-Zimmer-Hotel von der Turicum Hotel Management AG. CEO Martin Emch will das 3-Sterne-Haus mit 4-Sterne-Standard im ersten Jahr zu 54 Prozent auslasten. Im zweiten Betriebsjahr sollen es dann 63 Prozent sein. ck

Seite 14

Session

Der Ständerat will keine reinen Raucherlokale zulassen

Der Ständerat hat sich gestern – kurz vor Redaktionsschluss der htr hotel revue – ein weiteres Mal mit dem Schutz der Bevölkerung vor dem Passivrauchen auseinandergesetzt. Eine wichtige Differenz zum Nationalrat wurde dabei aus dem Weg geräumt. So sollen künftig bediente Fumoirs möglich sein. Für einen entsprechenden Arbeitseinsatz müssen die Arbeitnehmenden aber ihre ausdrückliche Zustimmung abgeben. Geregelt werden soll dies über einen Passus im Arbeitsvertrag. Das beschloss der Ständerat mit 25 zu 17 Stimmen.

In einem Punkt blieb der Ständerat aber hart. Er will keine rei-

nen Raucherlokale zulassen. Die vorberatende Kommission hatte vorgeschlagen, kleine Gaststätten und Bars mit einer Fläche unter 100 m² vom Rauchverbot auszunehmen. Diese Betriebe haben von der Grösse her gar keine Möglich-

keiten, Fumoirs einzurichten. Die Kommission berücksichtigte bei ihrem Antrag auch den Entscheid des Gerichts, das festhielt, dass Kleinstbetriebe durch ein Rauchverbot in ihrer Existenz gefährdet seien. Felix Gutzwiller (FDP, ZH)

warnte vor dieser Lösung. «Wenn wir das machen, droht ein Feilschen um Quadratmeter. Das könnte zum bürokratischen Alptraum werden.»

Erika Forster (FDP, SG) gab zu bedenken, dass mit dieser Regel gut 80 Prozent der Restaurants in St. Gallen als Raucherbetriebe geführt werden könnten. Der Ständerat lehnte die Zulassung von Raucherbetrieben mit 25 zu 18 Stimmen ab. Die Vorlage geht nun zurück an den Nationalrat, soll aber noch in dieser Session bereinigt werden. tl

www.htr.ch

Die Entscheide des Parlaments

Kommentar

Das Buhlen um die allerbesten Mitarbeiter



ELSBETH HOBMEIER

Ein Hotel, eine Firma, ein Unternehmen kann immer nur so gut sein wie seine Mitarbeitenden. Das wissen wir. Und wir wissen auch, dass gute Mitarbeitende in den kommenden Jahren noch weit mehr als heute zur eklatanten «Mangelware» werden. Prognosezeit sind grosse Lücken bei hochqualifizierten Fachleuten, aber auch bei fähigen Auszubildenden.

Um im Kampf um den «besten Mitarbeitenden» die Nase möglichst weit vorne zu haben, kann es nur hilfreich sein, sich in dessen Wünsche hineinzuversetzen. Was

«Gstaad hat einen Aufsehen erregenden Coup lanciert: eine Community für die Mitarbeiter»

gibt ihm den entscheidenden Kick, wenn er sich nach einer neuen Stelle umsieht? Neben den Infos und dem Renommee sind dies vor allem ganz persönliche Dinge: Welche Vergünstigungen bekomme ich? Wie weit ist der Weg zum Personalzimmer? Und, sehr wichtig: Kenne ich Kollegen, Kolleginnen, die am selben Ort arbeiten? Könnte es eine lustige Clique geben?

Gstaad hat diese Woche einen Aufsehen erregenden Coup lanciert und genau für solche Wünsche eine eigene Web-Community für seine Mitarbeitenden bereit gestellt. Facebook und ähnliche Netzwerk-Plattformen standen Pate. Köche, Kellner, Rezeptionistinnen, Direktoren... alle können jetzt auf www.yourgstaad.ch/network, sich austauschen, Kontakt zu den Personalstellen aufnehmen. Erst mal der Hotels. Aber bald auch der Bergbahnen und der Gastrobetriebe. Der Spassfaktor ist garantiert. Und der Erfolg wohl auch.

Seite 3

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



«Als junges und stetig wachsendes Restaurant-Unternehmen arbeiten wir mit cleveren Systemen wie Micros und Fidelio. Diese lassen sich in bestehenden, als auch in neuen Betrieben einfach vernetzen.»

Dr. Wolf Wagschal
CEO und Partner
RVE AG Zürich

Hotelkonzepte
Hotelkonzepte
Hotelkonzepte

CHECK IN DATA

Im guten Häusern zu Hause

Mehr Infos:
www.checkindata.com
Tel. 044 701 96 96

Il caffè!

Illycaffè AG
6400 Thalwil
www.illycafe.ch

Zeit haben für das wirklich Wichtige: für Ihre Gäste.

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

Polster-Möbel-Klinik

Schöneggstrasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunt!»

ACHTUNG!
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 unverzüglich an: 079 403 39 93

Aus der Region

Zürich

Schloss Laufen
startet neuen
Auswahlprozess

Die Betriebsleitung der Tourismusdestination Schloss Laufen wird neu ausgeschrieben. In der ersten Auswahlphase wurde nur eine Bewerbung eingereicht. Das neue Auswahlverfahren startet Mitte Oktober. Die touristische Infrastruktur beim Schloss Laufen ist in einem schlechten Zustand. Zudem leidet es, wie die gesamte Tourismusregion Rheinfall, unter starkem Besucherrückgang. Der Regierungsrat hat für die Instandstellung und Attraktivitätssteigerung der Anlage einen Kredit von 12 Mio. Franken bewilligt.

Graubünden

Juli-Sieger der
Schweizer
Ferienregionen

Swiss-Image

Den stärksten Juli seit den Rekord-Jahren 1993 und 1994 erlebte die Bündner Hotellerie diesen Sommer. Die Zahl der Logiernächte wuchs auf knapp 700'000 und stieg somit, gegenüber dem Vorjahr, um sieben Prozent. Wie die Dachorganisation Graubünden Ferien mitteilt, bewirkten die grosse Nachfrage aus der Schweiz und Deutschland sowie das Interesse in die aufbauenden Märkte Niederlande und Grossbritannien die Steigerung.

Bergbahnen
Graubünden
unterstützt KTA

Zur Finanzierung der Bündner Tourismusreform unterstützt der Dachverband Bergbahnen Graubünden die Kantonale Tourismusabgabe KTA. Es sei nun höchste Zeit für eine kantonale Lösung, meint Bergbahnen Graubünden, damit sich alle vom Tourismus profitierenden Unternehmen an der Reform finanziell beteiligen. Die KTA soll für gerechte Finanzierung sorgen: Von den total 58,5 Mio. Franken aus der KTA leisten die Bündner Bergbahnen mehr als ein Viertel, das Gewerbe würde sich mit 9,1 Mio. beteiligen und die restlichen 12'000 Betriebe mit jährlich gut 500 Franken. Ein mittleres Bergbahnunternehmen zahlt hingegen jährlich ca. 50'000 Franken.

Tessin

Innovatives
Bäderzentrum auf
dem Monte Ceneri

Die 1500-Einwohner-Gemeinde Rivera wird den Initianten des «Acquaparc Ticino» voraussichtlich in den kommenden Wochen die Baulizenz erteilen. Der Kanton hat bereits grünes Licht gegeben, das 40-Millionen-Projekt zu realisieren. Allerdings müsste vorerst die Einsprache einer Privatperson behandelt werden, wie ein Sprecher der Gemeinde bekannt gab. Nach Architekt Marco Giussani soll damit auf dem Monte Ceneri, auf einer Fläche von rund 10'000 Quadratmetern, das innovative Bäderzentrum der Schweiz entstehen. Die Eröffnung ist auf Ende 2010 geplant. br

Eine rundum saubere Sache

Letzte Woche hat die Reinigungsmittel-Firma Ecolab ihre Zentrale für den Wirtschaftsraum Europa, Nahost und Afrika eröffnet. In Wallisellen.

RENATE DUBACH

Ecolab trägt dazu bei, dass Hotel- und Restaurantgästen saubere Zimmer und Betten vorfinden und hygienisch zubereitete Speisen auf sauberen Tellern serviert bekommen.

Das Führungsteam für Europa, Middle East und Afrika (Emea) wird künftig im Walliseller Industriegebiet arbeiten, fünf Gehminuten vom Einkaufszentrum Glatt entfernt, im Nachbarhaus der Microsoft-Zentrale. Letzte Woche wurde die neue Zentrale feierlich eröffnet.

«Warum gerade in Zürich?», fragt James White, der für den EMEA-Bereich verantwortlich ist, und die Antwort gleich selber gibt: «Wir haben vor über einem Jahr die Zentralisierung des strategischen

Unternehmensmanagements und die Steuerung aller Funktionen in den



ZVG

Bereichen Marketing, Personal, Versorgungsketten und Finanzen beschlossen und nach einem Standort zu suchen begonnen.»

Die Nähe zu einem guten Flughafen und die Anbindung an den öffentlichen Verkehr, sieben Mal in Folge Nummer 1 bei den Städterankings für Lebensqualität und gute internationale Schulen hätten für Zürich gesprochen. «Wir glauben, dass wir erstklassige Leute hierher bringen und hier behalten können», ergänzt White.

Mitte April 2007 trafen sich Ecolab-Vertreter erstmals mit den Leuten der Standortförderung Zürich.

Später kam die Gemeinde Wallisellen mit Gemeindepräsident Otto Halter dazu.

Der definitive Entscheid für Wallisellen – und gegen zwei andere, nicht genannte Zürcher Orte – fiel Anfang Dezember 2007.

Dann ging es relativ schnell. Bereits im Juli haben Ecolab-Mitarbeiter

James White, Ecolab-Präsident für die EMEA-Region, ist neu in Zürich.

de im brandneuen Gebäude an der Richtstrasse 7 zu arbeiten begonnen, jetzt sind es rund 90. Über die Hälfte von ihnen war vorher in Düsseldorf tätig. Bis Ende Jahr sollen es etwa 110 sein, «aber auch

Fakten Ecolab:
sauber, sicher,
gesund, weltweit

Ecolab reinigt weltweit täglich 3 Millionen Hotelzimmer, wäscht 250 Millionen Teller, 38 Millionen Kilogramm Wäsche, 75 Millionen Hände und behandelt über 10 Millionen Hühner gegen Salmonellen.

In der Schweiz ist die Firma seit 1991 präsent. Die Ecolab Schweiz GmbH in Muttenz beschäftigt 120 Mitarbeiter, die gut 10'000 Kunden betreuen. In der EMEA-Region (Europa, Nahost und Afrika) arbeitet Ecolab seit 60 Jahren und generiert über 30 Prozent des weltweiten Umsatzes. Die 12 Produktionsstätten der Region stellen jährlich 396'000 Tonnen Produkte her. rd

später werden wir noch Kaderleute in Wallisellen einstellen, um unser europaweites Team zu ergänzen», blickt James White in die Zukunft.

In dieser nahen Zukunft ist Wallisellen noch besser an Europa «angebunden»: Wenn in zwei Jahren die Glattalbahn fertiggestellt ist, hat man nur noch 10 Minuten von Wallisellen zum Flughafen Kloten.

Die Firma mit Sitz in St. Paul in Minnesota bietet in 160 Ländern Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Reinigung, Lebensmittelsicherheit und Gesundheitschutz an, hauptsächlich für Branchen wie die Hotellerie, die Gastronomie und das Gesundheitswesen.

Ecolab wurde 1923 in den USA gegründet und beschäftigt heute weltweit 26'000 Mitarbeitende. Die Firma ist mit einem Jahresumsatz von 5,5 Mrd. Dollar Branchenleader auf dem Markt, der auf 50 Mrd. Dollar geschätzt wird. Ecolab erzielt heute über die Hälfte seines Umsatzes ausserhalb der USA. Weltweite Grosskunden sind unter anderem McDonald's, Starbucks, Mövenpick, Nestlé, Coca-Cola und die Compass Group.

Hunkeler Gastro
übernimmt
Buchecker AG

Die Luzerner Hunkeler Gastro AG wird in 2. und 3. Generation von Bruno und Mario Hunkeler geführt. Die Firma übernimmt per 1. Dezember das operative Geschäft der 1901 gegründeten Buchecker AG, zu der auch Grüter-Suter Gastro gehört. Mark Buchecker wird neu Geschäftsleitungsmitglied der Hunkeler Gastro AG. Die Namen Buchecker und Grüter-Suter Gastro werden weiter geführt. Am Firmensitz Grimselweg 5 entsteht ein Gastro-Competenz-Zentrum mit einem Showroom von über 500 Quadratmetern. Der Geschäftssitz

der Buchecker AG und Grüter-Suter Gastro am Alpenquai wird aufgelöst. Die Immobilien der Familie Buchecker in Luzern und Rothenburg bleiben in deren Besitz.

87 % der Schweizer
Hotels sind Klein-
und Mittelbetriebe

4400 Hotels in der Schweiz sind Klein- und Mittelbetriebe, mit fünf und bis maximal 50 Zimmern. Laut ersten Ergebnissen einer Gastro-suisse-Studie soll die Klein- und Mittelhotellerie (KMH) fast 50 Prozent der Hotellgiernächte in der Schweiz generieren und eine Wertschöpfung von knapp 2 Milliarden Franken schaffen. rd

Rüschlikon verkauft «Belvoir»

Der Investor Heinz Meier darf das Hotel Belvoir in Rüschlikon kaufen. Die Gemeindeversammlung stimmte letzte Woche dem Vertrag zu.

RENATE DUBACH

Heinz Meier darf der Gemeinde Rüschlikon ihr veraltetes «Belvoir» für 3,5 Millionen Franken abkaufen. Er wird das Haus bis auf das Erdgeschoss abreißen und für 22 Mio. Franken neu aufbauen.



ZVG

Das neue «Belvoir» im Modell.

Statt bisher etwa 20 soll das neue «Belvoir» 63 Zimmer haben. Mindestens bis Mai 2009 werde das Hotel noch offenbleiben, danach

könne es je nach Verlauf des Bau-bewilligungsverfahrens im Sommer 2010 wiedereröffnet werden, erklärt Martin von Moos, Direktor des Thalwiler Hotels Sedartis, das ebenfalls Heinz Meier gehört. «Die Hotels Sedartis und Belvoir werden danach das grosse Synergiepotenzial nutzen, aber eigenständig geführt werden», sagt von Moos. Die Gemeinde Rüschlikon kaufte das «Belvoir» 1951 Gottlieb Duttweiler ab. Vor zwei Jahren wurde der Verwaltungsrat der AG Belvoir unter Führung von Guglielmo Brentel beauftragt, einen privaten Investor zu finden.

Entrée: Hotel Bristol, Saas-Fee.





Die Hoteliers von Gstaad und Saanen investieren in eine Internetplattform und in die Zukunft ihrer Angestellten.

Klick nach Gstaad

Xing, Facebook und andere Social Networks im Internet sind die täglichen Begleiter von Millionen Arbeitnehmenden. Die Hoteliers von Gstaad Saanenland haben den Zeitgeist erkannt und ein passendes Projekt entwickelt. Ein bahnbrechendes: «Wir haben weltweit als erste Destination den Mitarbeitenden eine eigene Internetplattform gebaut», erklärt Laurenz Schmid, Präsident des Hoteliervereins Gstaad Saanenland und Direktor des Wellness- & Spa-Ho-

Die Gstaader Hoteliers bieten ihren Mitarbeitenden eine eigene Internetplattform an. 120 000 Franken kostet die Innovation.

SIMONE LEITNER

tels Ermitage-Golf in Schönried. Kein Pappenstiel, denn die Investition von 120 000 Franken musste finanziert werden. «Da alle Hoteliers überzeugt waren, mit diesem Projekt einen wichtigen Schritt in die Zukunft zu machen, war der Grundstein bald gelegt.» Laurenz Schmid und Vorstandsmitglied Thomas Frei vom Hotel Bernerhof Gstaad versprechen sich viel von der neuen Plattform. Unter yourgstaad.ch erscheint eine bunte Website, die den Mitarbeitenden die Lebensqualität im

Saanenland mit allen sportlichen und kulturellen Möglichkeiten schmackhaft macht, Ausbildung- und Weiterbildungskonzepte ankündigt, Jobs anbietet und natürlich mittels Community Freunde finden lässt. Die Macher dieses Marketingtools möchten mit dieser Plattform «die besten Angestellten, die es gibt, rekrutieren.» Thomas Frei betont, wie schwierig es sei, gut qualifiziertes Personal mit Fremdsprachen zu finden. «Die Website bietet den Angestellten und Interessenten konz-

trierte Information, die sie bis anhin mühsam zusammentragen mussten.» Nun braucht es wenige Klicks, und der potenzielle Serviceangestellte, der ambitionierte Koch oder die weit gereiste Réceptionistin weiss, was Gstaad bietet und verlangt.

Auch andere Schweizer Destinationen bemühen sich um das wertvolle Gut «Fachleute». Luzern zum Beispiel veranstaltet jährlich

«Wir haben als Erste den Mitarbeitenden eine eigene Internetplattform gebaut.»

Laurenz Schmid
Hotelierverein Gstaad Saanenland

einen Informations-Workshop für Tourismus-Fachleute. Laut Tourismusdirektor Marcel Perren «ein beliebter Treffpunkt». Das Ziel der Aktion ist ebenfalls die Bindung der Mitarbeitenden zur Region. «Wenn unsere Angestellten das touristische Angebot und die Trends in Luzern und der Region Vierwaldstättersee in persönlichen Gesprächen kennenlernen, wird Nähe zum Produkt geschaffen.» Das wiederum wirkt sich positiv auf die Arbeit mit dem Gast aus.

Zermatt setzt auch auf eine gute Betreuung der Mitarbeitenden vor Ort. «Wir organisieren Events, damit die Angestellten leichter ein Netzwerk aufbauen können.» Tourismusdirektor Daniel Luggen beschäftigt aber ein anderes Thema: «Wir haben immer noch viel zu wenige Wohnungen in Zermatt für unsere Mitarbeitenden.»

Das Wohnproblem kann die neue Website der Gstaader Hoteliers auch nicht lösen, doch wenn eine Wohnung frei ist, wird diese dort ausgeschrieben. Und eine entsprechende Meldung an die Web-Community kann auch helfen, ein Zimmer zu finden. Das Potenzial der digitalen Stammische hat Thomas Frei vom Hotelierverein Gstaad Saanenland dazu beflügelt das Projekt zu realisieren.

www.yourgstaad.ch

3,5 Milliarden mehr für die Neat

Die eidgenössischen Räte wollen bei den Eisenbahn-Infrastrukturen auf der Gotthard-Achse keine Verzögerungen in Kauf nehmen: Sie haben den Neat-Gesamtkredit aufgestockt.

THERES LÄGLER/SDA

Der Neat-Gesamtkredit beträgt neu 19,1 Milliarden Franken. Das hat nach dem Ständerat auch der Nationalrat entschieden – mit 172 zu 7 Stimmen. Damit ist der Weg

frei für die Fortsetzung der Bauarbeiten auf der Gotthard-Achse. Die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen hatte beantragt, den zur FinöV-Gesamtschau gehörenden Neat-Kredit vorzuziehen. Werde der Kredit nicht vor Ende Jahr verabschiedet, drohten Verzögerungen bei Planung und Bau, die finanzielle Folgen hätten, etwa bei der Vergabe des Baufolies für den Ceneri-Basistunnel.

Der um 3,5 Milliarden erhöhte Kredit enthält 1,3 Milliarden für Risiken «mit hoher Eintretenswahrscheinlichkeit», wie Kommissionspräsident Urs Hany (CVP/ZH) sagte.

Weitere 400 Millionen sind für weniger wahrscheinliche Risiken reserviert. Der Kredit basiert auf dem Preisstand von 1998 und dem Stand des Projekts von 2007. Die SVP hätte die Vorlage deshalb zurückweisen und vom Bundesrat verlangen wollen, alle Preise auf den Index von 2007 hochzurechnen. Eine weitere Kommissions-Minderheit hätte gerne auch den Zubringer aus Zürich und der Ostschweiz zur Gotthard-Achse verstärkt. Deshalb beantragte sie, den Neat-Gesamtkredit um weitere 1,1 Milliarden auf 20,2 Milliarden Franken aufzustocken und auch



Kämpfe für den Zimmerberg-II-Tunnel: Max Binder (SVP, ZH).

den vom Bundesrat zurückgestellten Zimmerberg-II-Basistunnel darin aufzunehmen. Sprecher Max Binder (SVP/ZH) sagte, dieser Tunnel sei kein lokales oder regionales Projekt, sondern integrierender

Bestandteil des Neat-Konzepts. Er ermögliche es, die Fahrzeit von Zürich nach Mailand auf unter drei Stunden und jene von Zürich nach Zug auf 15 Minuten zu senken. Fahrzeitverkürzungen, die auch touristisch interessant wären.

Die übrigen Fraktionen erteilten dem Begehren aber eine Absage. Es gelte, Prioritäten zu setzen, hiess es unisono. Verkehrsminister Moritz Leuenberger äusserte Verständnis für den Minderheitsantrag und stellte klar, dass der Zimmerberg-II-Tunnel gebaut werden müsse. Der Bundesrat werde dies zu gegebener Zeit beantragen.

Gewerkschaft Unia macht Vorschläge zur Zukunft des Gastgewerbes

Am Montag fand in Bern eine öffentliche Podiumsdiskussion zum Thema «Gastgewerbe unter Druck» statt

An der Diskussion in Bern stellten Andreas Rieger, Unia-Koprsident, und Florian Hew, Gastrosuisse-Direktor, ihre Positionen vor. Die anstehenden Tarifverhandlungen verhinderten allzu kämpferische Aussagen.

Die Unia präsentierte zudem ihre neue, 62 Seiten dicke Broschüre «Die Perspektiven im Gastgewerbe», in der sie ihre Ziele und Vorschläge formuliert. Seit drei Jahren spüre die Gastgewerbebranche die gute wirtschaftliche Konjunktur, Logiemächte und Umsatzzahlen

hätten sich deutlich verbessert. Das Gastgewerbe – mit seinen rund 220 000 Arbeitnehmenden – leide aber nach wie vor unter strukturellen Problemen, schreibt die Unia. Und schlägt neben höheren Löhnen beispielsweise vor, strengere Rahmenbedingungen einzuführen, damit die Flurbereinigung im Gastgewerbe nicht über Konkurrenz erfolge, sondern über die Qualifikation der Wirt.

«Die Perspektiven im Gastgewerbe» auf: www.htr.ch/aktuell

Höchstens 12 Destinationen

Das Walliser Tourismusgesetz hat eine wichtige Hürde genommen: Der Grosse Rat einigte sich auf die Kriterien für die künftigen Tourismusregionen.

THERES LÄGLER

Die Strukturreform im Walliser Tourismus kommt nach langem Hin und Her doch noch in Fahrt. Das Kantonsparlament hat letzte Woche beschlossen, nur noch touristische Regionen zu unterstützen, die jährlich 700 000 Lo-

giernächte generieren, ein Marketingbudget von fünf Millionen Franken aufweisen und über mindestens eine internationale Marke verfügen.

Ursprünglich hätte eine touristische Region – anderswo Destination genannt – 1,5 Millionen Logiernächte aufweisen sollen. Kommissionspräsident Jean-Albert Ferrez (CVP) räumte nach der Debatte ein, dass die Kommission ihre Ambitionen nach unten korrigieren musste. «Viel wichtiger ist aber, dass nun klare und messbare Kriterien vorliegen. Die Walliser Gemeinden, die sich zu einer touristischen Region zu-

sammenschliessen wollen, wissen nun, was es dazu braucht.» Gemäss Ferrez lassen die festgelegten Kriterien und die Topographie des Wallis künftig noch neun bis 12 touristische Regionen zu.

Weiterhin ungeklärt ist die Art und Weise der Tourismusfinanzierung. Die Kommission schlug die Einführung einer touristischen Beherbergungsabgabe vor, der auch Zweitwohnungen unterstellt wären. Da aber 79 Abänderungsvorschläge eingingen, wurde die Detailberatung verschoben. Sie soll in der Oktober- oder Novembersession stattfinden.

Siehe auch **cahier français**, S. 21

Aus der Region

Berner Oberland

Indoor-Seilpark und Boulderhalle in Grindelwald

Am 19. Dezember wird im Sportzentrum von Grindelwald der erste Indoor-Seilpark eröffnet. «Im Dach der Eishalle werden vier Parcours auf einer Höhe von bis zu 20 Metern eingerichtet», erklärt Johann Kaufmann, Leiter Bergsport der Grindelwald Sports AG. 300 000 Franken investiert das Unternehmen in diese Attraktion. Weitere 300 000 Franken kostet die neue Boulderhalle, die die Sportzentrum Grindelwald AG finanziert. Auch diese Anlage wird diesen Winter eröffnet. sls

Bilanzverlust trotz guter Frequenzen

Die Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) weisen für das Geschäftsjahr 2007/08 einen Bilanzverlust von 2,6 Mio. Franken aus. Schuld daran seien trotz guter Frequenzen hohe Abschreibungen von 7,5 Mio. Der Cashflow von 5,2 Mio. reichte nicht aus. Die beteiligten Gemeinden wurden zur Solidarität aufgefordert, damit die vorgesehenen Investitionen realisiert werden können. kjv/sda

St. Gallen

Resort Bad Rans: Medical Wellness in Sevelen



zv8

Gemäss kürzlich unterzeichnetem Vertrag wird die Vienna International Hotelmanagement AG erstmals ein Schweizer Hotel führen. Das 4-Sterne-Plus-Hotel Resort Bad Rans (Opening Ende 2010) mit 145 Zimmern und Suiten wird auf Seminare und Medical Wellness ausgerichtet. kjv

Flumserberg: Grüne kritisieren Ausdehnung

Die Grünen des Kantons St. Gallen sind gegen die geplante Vergrößerung des Skigebiets in Flumserberg. In unberührte Gebiete vorzustossen, sei wegen der Klimaerwärmung problematisch. Die Partei werde die Richtplanänderung, die in der Vernehmlassung ist, kritisch hinterfragen. Mit der Erweiterung der Skipisten auf über 1800 Meter soll der Pistenverlust durch Anstieg der Schneegrenze kompensiert werden. kjv/sda

Zentralschweiz

Hapimag nimmt Sörenberg aus Sommerkatalog

Der Ferienanbieter Hapimag nimmt Sörenberg ab 2009 aus dem Sommerkatalog. Als Winter-Resort sei Sörenberg im Moment aber nicht gefährdet. «Wir werden das Angebot bei uns reduzieren», bestätigte Kurt Scholl, Hapimag-CEO, eine Anfrage des «Entlebucher Anzeigers». Gemäss Scholl soll jedoch das Resort im Sommer offen bleiben und die Ferienwohnungen über andere Vertriebskanäle belegt werden. kjv

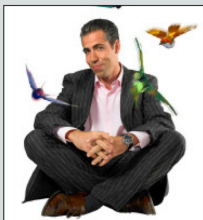
D'une langue à l'autre

Aus dem cahier
françaisWein und Käse –
Hit der «Semaine
du goût vaudoise»

Der Käser Jacques Duttweiler und der Dézaley-Baron Louis-Philippe Bovard präsentieren an der Semaine du Goût ein besonderes Angebot: Drei Weine mit acht Käsen. Zuerst wird der Käse gegessen, dann Wein getrunken. **ck**
Seite 23

Nachruf

Goodbye Daniel



Daniel Zanetti.

Den vergangenen Freitag, 5. September 2008, werden wir im Neumann Zanetti & Partner Team nie mehr vergessen können. Denn in den Morgenstunden ist Daniel Zanetti verstorben. Mit 43 Jahren so viel zu früh. Völlig überraschend. Unfassbar. Nach 13 Jahren gemeinsamer Leidenschaft, Inspiration, Einsatz, Kreativität, Mut und Liebe zu Neumann Zanetti & Partner und zu unseren vielen Kunden. Nach 13 Jahren Freundschaft, Kollegialität und Solidarität. Der Weg, bis es uns leicht fallen wird, für die gemeinsame Zeit dankbar zu sein, scheint so lang. Wir sind erschüttert und tief, tiefertraurig und unsere Gedanken sind bei ihm, bei Bea, Noah und Bianca, seiner Familie.

Wir werden die Neumann Zanetti & Partner Vision, an der Daniel so grossen Anteil hatte, mit aller Kraft weiterleben und umsetzen. Für Sie, für uns, für seine Familie und für ihn.
Goodbye Daniel!
Jörg Neumann

Energisch vorwärts

Nur mit mehr Energieeffizienz kann man die steigenden Energiepreise in den Griff bekommen, so der Tenor am Zagg-Energie-Symposium.

GUIDRIN SCHLENZKE

Marc Ritter, Leiter Verkaufssteuerung und Produkte bei der BKWAG, brachte gleich am Anfang seines Vortrags sein Anliegen auf den Punkt: «Es ist wichtiger, sich auf die Energieeffizienz zu konzentrieren, als auf die Strommarktöffnung.» Letztere beunruhigt seit Wochen nicht nur die Medien, sondern genauso die Branche. Kein Wunder, wenn auch das Symposium vom Dienstag zum Thema «Energieeffizienz in Hotellerie und Gastronomie» an der Gastgewerbe-



«Gestern war die Ökologisierung für die Hotellerie nice to have, heute ein Must.»

Christoph Juen
Direktor hotellerieuisse

messe Zagg in Luzern gut besucht. Die Hiobsbotschaft der Energieunternehmen, dass der Strompreis ab 2009 im Durchschnitt um 20% steigen wird, ruft nach Lösungen. Doch da die Preiserhöhung ausserhalb der Macht des Einzelnen stehe, sollte man sich lieber auf Einsparen konzentrieren, bestärkte Urs Jenny, Präsident der Enak und Organisator der Tagung, die Aussage Ritters. «Das braucht oft keine Investitionen in neue Geräte, sondern nur Investitionen ins Wissen», so der Gastronomie-Planer.

Insgleiche Horn blies Christoph Juen, Direktor von hotellerieuisse, und brachte handfeste Beispiele: Die grösste thermische Solaranlage auf dem Dach des Hotels Europe in St. Moritz kostete zwar 500 000 Franken, kann aber innert neun Jahren amortisiert werden. Die Pay-Back-Zeit der im Hotel Hilton in Basel installierten 170 Energiesparlampen ist kürzer als ein Jahr. Schöner Nebeneffekt: «Dank längerer Nutzungszeit der Energiesparlampen müssen diese weniger häufig



fotolia

Gas auf kleiner Flamme ungenutzt brennen lassen ist wie Stand-by beim elektrischen Gerät.

ausgewechselt werden, das spart Arbeit», so Juen. Auch mit kleinen Schritten lasse sich viel bewegen: Das Hotel Hohe Promenade in Arosa reduziert mit nur 20 Quadratmeter Solarkollektorenfläche den Wärmebedarf um 10 Prozent und den CO₂-Ausstoss um 15 Prozent. Trotz aller Sparübungen: Kleiner wird der Anteil der Energiekosten kaum. Mit den Einsparungen kann man wohl gerade die prognostizierten Preiserhöhungen auffangen. «Hoffentlich steigen die

Strompreise nicht wie die Erdölpreise», meinte Jenny. Denn diese seien seit 2001 um den Faktor 4,5 in die Höhe geschossen, konstatierte Juen. Ausserdem werde man es wohl kaum schaffen, insgesamt den Stromverbrauch zu senken, so Michael Kaufmann, Vizedirektor des Bundesamtes für Energie. Denn mit alternativen Wärmequellen wie Erdsondenheizung steige der Strombedarf wieder an. «Eine Wärmepumpe ersetzt zwar die fossilen Energieträger, ver-

braucht aber massiv mehr Strom.» Das Resultat: Die Energiekosten für Wärme bleiben die gleichen. Die Kosten für Wärme und Strom sollten für eine gastgewerblichen Betrieb mit Küche nicht mehr als 2,5% des Umsatzes ausmachen, so Jenny. Sonst mache der Betrieb etwas falsch.

Den Strommarkt hinterleuchten wird die htr hotel revue im fokus vom 25.9.08

www.hotelpower.ch; www.enak.ch

Scheidung in Freundschaft?

Die Trennung von Barwa bereitet der ehemaligen Projektleiterin Rosebud keine Bauchschmerzen. Ganz im Gegenteil.

CHRISTINE KÜNZLER

«Wir haben viel Geld kassiert, keine Schulden mehr und drei Hotels», zieht der Projektleiter der Rosebud, Pierre Buysens, Bilanz. «Wir werden jetzt unsere drei Hotels weiterentwickeln.» Zu ihnen

gehört das «Atlantis» in Zürich, für dessen Umbau eine neue Bewilligung beantragt werde. Zum Zeitpunkt der Sanierungsarbeiten will sich Buysens nicht äussern. Um die 350 Millionen Franken habe Rosebud mit dem Verkauf der drei Hotels Bürgenstock, Schweizerhof (Bern) und Royal-Savoy (Lausanne) an Barwa kassiert, so Buysens. Der Deal hat also genug gebracht, um weitere Hotels erwerben zu können: «Wir haben zwei bis drei Projekte in der Pipeline.» Barwa hat nun die alleinige Kontrolle über ihre Schweizer

Hotels. Die Projektleitung hat Bruno Schöpfer übernommen. Die Trennung vom Katarer Investor sei in Freundschaft erfolgt, sagt Buysens. Die börsennotierte Barwa habe eben andere unternehmerische Strukturen und deshalb Schwierigkeiten gehabt, mit einer kleinen Schweizer Firma zu kooperieren. Zur Trennung beigetragen habe auch deren Einmischung in die Umsetzung des Bürgenstock-Resorts. Rosebud habe dann vorgezogen, «gar nichts mehr zu machen, wenn wir unser Projekt nicht realisieren können.»

leserbrief

Zur GV des Schweizer Tourismus-Verbandes vom 27. August

Eine von drei St. Galler Professoren vertretene These «Touristische Grossprojekte fördern eine nachhaltige Entwicklung, schaffen Arbeitsplätze und bringen Einkommen in den Regionen» stand im Raum wie in Stein gemeisselt. Seit «New Andermatt» Tourismus-Experten auf Hochschulebene in Aufregung versetzt und sie zu Prognosen über die Entwicklung eines Tourismus mit nachhaltigem Wert

verleitet, weht im Heildland ein neuer Wind. Wer das Bild der Geisterdörfer in den alpinen Regionen ausblendet und nach grossen touristischen Anlagen ruft, die ausser der Reisezeit eine noch grössere Leere provozieren, nimmt die warnenden Stimmen von erfahrenen Touristikern nicht wahr. Die Schweiz muss das Bild der klassischen Familien-Herberge pflegen, wo einheimisches, vielsprachiges Personal den Gast empfängt und bedient. Dubai liegt auf einem anderen Stern.

Erwin A. Sautter-Hewitt, Zumikon

ANZEIGE

Erfa-Gruppe – interessierte
Hoteliers und Restaurateure
aufgepasst!

Möchten Sie sich mit Kollegen austauschen? Fehler vermeiden? Kosten sparen? Erträge steigern? Sich weiterbilden?
Sind Sie jemand, der die Fehler, die der Kollege gemacht hat, nicht wiederholen möchte? In einer Erfa-Gruppe (Erfahrungsaustausch-Gruppe) bietet sich die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten zu treffen und Erfahrungen zu teilen. Es ist uns wichtig, gleichartige Betriebe in einer Gruppe zusammenzufassen. Mögliche Themen: Mehrwertsteuer, LGAV, Versicherung, Website, Energie usw.
Interessiert? Retournieren Sie den Talon oder rufen Sie uns an, um weitere Informationen zu erhalten.

Hôtelier et restaurateurs
intéressés par le groupe Erfa,
attention!

Souhaitez-vous échanger vos expériences avec des collègues? Eviter des erreurs? Economiser des coûts? Améliorer votre chiffre d'affaires? Suivre une formation permanente?
Les groupes Erfa (groupes d'échange d'expériences) vous offrent la possibilité de rencontrer des personnes ayant les mêmes intérêts et de partager avec elles vos expériences. Il est important pour nous de regrouper des établissements du même type dans un seul et même groupe. Thèmes possibles: TVA, CCNT, assurances, site internet, énergie, etc.
Vous êtes intéressés? Contactez-nous pour des renseignements complémentaires.

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION
FIDUCIAIRE POUR L'HOTELLERIE ET LA RESTAURATION

Tel. 0844 88 44 24, Fax 044 377 55 14
direktion@gastroconsult.ch www.gastroconsult.ch

Ich bin an einer Erfa-Gruppe interessiert / Je m'intéresse à un groupe Erfa

Region ☐ Ostschweiz ☐ Zentrum ☐ Romandie ☐ Ticino

Betrieb / Entreprise

Name / Nom

Adresse

Tel.

Mögliche Daten für ein Infotreffen zwischen November und Januar:

Dates possibles pour une réunion d'information entre novembre et janvier:

«Wir wollen Nummer 1 sein»

Felix Frei, ehemaliger Tourismusdirektor von Lenzerheide, ist Chef des Hallenstadions. Er setzt künftig verstärkt auf Seminare und Konferenzen.

THERES LAGLER

Felix Frei, wie wichtig ist das Hallenstadion für Zürich?
Sehr wichtig. Die Ursprünge der Eventstadt Zürich gehen auch auf das Hallenstadion zurück, das seit Vorkriegszeiten existiert. Mit dem Um- und Neubau vor drei Jahren konnte die Aura des Stadions beibehalten und dessen Bedeutung für die Zukunft gesichert werden. Das Hallenstadion bringt eine jährliche direkte und indirekte Wertschöpfung von 150 Millionen Franken und einen Beschäftigungseffekt von 700 bis 800 Vollzeitstellen.

Letzte Woche fand in Zürich der 4. City Tourism Challenge statt. Dort wurde kritisiert, dass in der Stadt Zürich eine Eventstrategie fehlt. Empfinden Sie das auch so?
Ja. Zürich hat das Glück, der wichtigste Wirtschaftsraum der Schweiz zu sein. Die Events kommen von selbst. Das hat aber dazu geführt, dass wir im Moment ein Sammelsurium von zufällig entstandenen Events haben.

Was müsste denn Ihrer Meinung nach geschehen?
Es müsste ein Konzept entwickelt werden, das das Eventstadion Zürich ein Gesicht gibt. Soll Zürich zur Sport- oder Kulturstadt werden? Soll ein Mix verschiedener Bereiche die Stadt attraktiver machen? Diese Fragen müssen geklärt werden. Es gibt bereits Vorschläge von Veranstalterseite. Zur Umsetzung braucht es aber den politischen Willen und die Legitimation der Behörden.

Auch das Hallenstadion steht manchmal in der Kritik: Seit dem Umbau hat die Anzahl der Events zugenommen, so dass es immer wieder zu Terminkollisionen mit dem Eishockeyclub ZSC kommt...
Es bestehen Zielkonflikte bei den Terminen. Das ist unbestritten. Mit etwas gutem Willen auf beiden Seiten lassen sich diese

Probleme aber zu 80 Prozent lösen. Das zeigte sich auch letzte Saison, als ein Finalspiel verschoben wurde, weil in der Halle eine Generalversammlung stattfand. Es ist für uns unabdingbar, dass wir solche Anlässe durchführen können.

Die Stadt plant nun offenbar einen Sportkomplex vis-à-vis des Hallenstadions, um dem ZSC ein Heimstadion zu geben. Ist das für Sie ein Problem?
Wir fördern den Auszug der ZSC Lions aus dem Hallenstadion sicher nicht. Der Club ist ein wichtiger Partner und mit seinen Spielen auch ein wichtiger Bestandteil des Veranstaltungsmix. Die Lions sehen sich aber zugegebenermaßen mit einer besonderen Situation konfrontiert. Sie sind der einzige Club in der Schweiz, der in einer multifunktionalen Eventhalle spielt.

Sie haben den Veranstaltungsmix erwähnt – welches sind die wichtigsten Standbeine des Hallenstadions?
Die Eishockeyspiele machen 30 Prozent aller Events aus. Die Rock- und Popkonzerte ebenfalls. Weitere 30 Prozent entfallen auf Shows, Musicals und Corporate Events wie Generalversammlungen von Grossunternehmen. Dieser Bereich wird für uns immer wichtiger. Wir möchten das Image des reinen Sport- und Rocktempels abstreifen und uns mit dem Veranstaltungsmix breiter abstützen.

«Wir möchten das Image des reinen Sport- und Rocktempels abstreifen.»

Welchen Stellenwert nimmt mittlerweile das Conference Center des Hallenstadions ein?
Es führt immer noch ein Mauerblümchendasein. Die Kundschaft nimmt das Hallenstadion noch zu wenig als Konferenzort wahr, sondern als Gross-eventhalle. Da versuchen wir Gegensteuer zu geben, indem wir vermehrt Corporate Events mit Ausstellungen, Podien und Foren machen.

In Kürze will das Hallenstadion mit neuen Möglichkeiten im Bereich Brand Entertainment auftrumpfen. Was ist geplant?
Es geht um eine schweizweit einmalige Sache. Wir rüsten das Hallenstadion gemeinsam mit unserem Partner Habegger AG technologisch auf. Wir installieren einen LED-Ring, der 360 Grad umfasst. Auf diesem Ring können völlig neue, elektronische Präsentationsformen realisiert werden. Animationen und andere spielerische Elemente können eingebaut oder das CI/CD einer Firma übernommen werden. Es entsteht eine völlig neue Form von Eventregie, die wir etablieren möchten. Zudem

investieren wir in ein Inhouse-TV, so dass wir den Kunden eigene Fernsehproduktionen aus dem Stadion anbieten können.

Haben Sie eigentlich bei all den Anlässen immer einen Logenplatz?
Selten. Meistens arbeite ich während den Anlässen, werfe aber immer wieder einen Blick in die Halle, um die Stimmung aufzunehmen. Natürlich nutze ich die Anlässe aber auch, um die Veranstalter zu begrüßen und den Gedankenaustausch zu pflegen. Mir ist wichtig, an mindestens 80 Prozent aller Events persönlich anwesend zu sein.

Bevor Sie ins Hallenstadion wechselten, waren Sie Tourismusdirektor von Lenzerheide. Vermissten Sie die Tätigkeit in der Ferienregion ab und zu?
Ich wohne ja immer noch dort. Der Tourismus ist ein hochspannendes Gebiet. Dem angebotenen Posten im Hallenstadion konnte ich aber ganz einfach nicht widerstehen. Abgesehen davon haben die beiden Tätigkeiten viele Gemeinsamkeiten. Das Eventmarketing funktioniert gleich. Einzig das Format ist im

Hallenstadion anders, weil es eine Indoor-Arena ist.

Wie stark sind Sie mit dem Tourismus in Zürich verknüpft?
Wir sind Mitglied von Zürich Tourismus, weil wir unsere Seminare und Konferenzen fördern möchten. Es macht Sinn, diesen Bereich auf der Tourismusplattform zu promoten. Direkten Kontakt zu den Hoteliers haben wir bisher weniger. Es sind meist die Veranstalter selber, die Kooperationen mit Hotels eingehen. Eine spannende strategische Option ist für uns aber das «Holiday Inn», das auf der gegenüberliegenden Strassenseite entsteht. Die Eröffnung des Messehotels ist für den Frühling 2009 geplant. Wir pflegen schon jetzt einen regen Gedankenaustausch und eruieren, wo gemeinsame Vermarktungsplattformen geschaffen werden könnten.

Sie haben in Lenzerheide die Handy-Safari eingeführt und damit den Tourismuspreis Milestone gewonnen. Wollen Sie auch mit dem Hallenstadion einen Milestone holen?
(lacht) Das ist nicht ausgeschlossen. Das Hallenstadion könnte unter Berücksichtigung touristischer Inszenierungskriterien sicher voran gebracht werden. Es ist ein Anspruch von uns, das Stadion so weiter zu entwickeln, dass die Gäste nicht nur wegen des Events sondern auch wegen des Stadions kommen. Da liegt Potenzial brach. Generell ist unser Ziel, im Live Indoor Entertainment in der Schweiz die Nummer 1 zu sein und zu bleiben.

Felix Frei hat mit der Handy-Safari in der Lenzerheide den Tourismuspreis Milestone gewonnen. Er schliesst nicht aus, dass sich dereinst auch das Hallenstadion mit einem touristischen Projekt für den Preis bewirbt.

Standpunkt

Diese Rechnung kann nicht aufgehen



IWAN RICKENBACHER

Vor Jahren war es in der politischen Auseinandersetzung klar. Linke und grüne Kräfte setzten sich für Werbeverbote für Alkohol oder Tabak ein, bürgerliche Kräfte betonten die Gewerbefreiheit. Die politische Landschaft, damals in wichtigen Fragen klar gezeichnet, ist indes unübersichtlicher geworden.

Wo früher grundsätzliche Auseinandersetzungen geführt wurden, bestimmen pragmatische, im schlechtesten Fall opportunistische Motive das politische Handeln, und dies quiblet. Hier bür-

«Linke setzten sich für Werbeverbote ein, Bürgerliche betonten die Gewerbefreiheit.»

gerlich dominierte Kantonsregierungen, die – unterstützt von ihren Parlamenten – Rauchverbote erlassen, da links-grüne Exekutiven, die wenig bis nichts unternehmen. Und so ist es in der Steuerpolitik, in der Regulierung des Gewerbes, in der Sozialpolitik.

Dies geschieht nicht nur bei uns. In der Bundesrepublik Deutschland versucht die Linke jene Sparpolitik zurückzunehmen, die von ihren eigenen Genossen unter Kanzler Schröder eingeleitet worden ist, und die bayrischen Konservativen setzen sich für Subventionen im Giesskannensystem ein, für die früher Sozialdemokraten am 1. Mai auf die Strasse gingen. Mehr als ein halbes Jahrhundert wachsender Wohlstand hat möglicherweise dazu beigetragen, dass politische Auseinandersetzungen oft beliebig geworden sind. Es geht kurzfristig kaum mehr um Grundsätzliches, und im Belieben kann man ja getrost taktieren.

Auf Dauer geht diese Rechnung nicht auf. Das wissen jene, die in der harten Konkurrenz stehen, Hoteliers und das Gastgewerbe zum Beispiel. Auf frühere Kräfteverhältnisse in den Parlamenten, in den Regierungen zu zählen, wäre vermessend. Auf eine geeinte und kraftvolle Verbandspolitik und eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit schon eher.

Besonders dann, wenn auch die Wählerinnen und Wähler in ihren Bedürfnissen als Gäste betroffen sein könnten.

Iwan Rickenbacher ist Kommunikations- und Mediator in Schwyz.

Semaine du goût: la «plus belle semaine de l'année»



LAURENT MISSBAUER
RÉDACTEUR

**Zum Thema
Genusswoche**

La Semaine du goût, qui a lieu du 18 au 28 septembre dans toute la Suisse, est considérée par de nombreux épicuriens comme étant la «plus belle semaine de l'année». Elle permet en effet de mieux faire connaître les richesses et «les merveilleux produits» de notre terroir, pour paraphraser André Jaeger, le parrain de la Semaine du goût de cette année. Et le président des «Grandes tables de Suisse» a mille fois raison de qualifier

de «merveilleux» nos produits. Selon lui, «un peu de fierté nationale – en s'inspirant de nos voisins français et italiens qui savent très bien défendre ce qui leur est cher – nous ferait le plus grand bien». André Jaeger estime qu'une telle fierté «mettrait mieux en valeur le travail de tous ceux qui œuvrent quotidiennement avec abnégation et passion afin de nous offrir le luxe d'avoir un tel choix de produits exceptionnels». Et parmi ces produits, on ne

«Une semaine pour mieux mettre en valeur tous ceux qui nous offrent des produits exceptionnels.»

manquera pas de citer nos vins. Nombreux sont en effet les vins suisses qui n'ont pas grand chose à envier aux meilleurs vins étrangers. Encore faut-il le faire savoir et c'est justement là que réside un des principaux rôles de la Semaine du goût. Ce n'est

ainsi pas par hasard si celle-ci débute traditionnellement à Berne par une soirée gastronomique parrainée par l'Office des vins vaudois, un office dont le slogan – «Vin vaudois, l'excellence des terroirs» – s'inscrit directement dans la fierté évoquée par André Jaeger. C'est en effet en faisant découvrir nos meilleurs crus en Suisse alémanique, une région où le réflexe de consommer du vin suisse est nettement moins ancré qu'en Valais ou dans le Pays de Vaud,

que l'on convaincra une partie de nos compatriotes de «l'excellence» de notre terroir. Et ce qui vaut pour les vins vaudois lors de la soirée inaugurale à Berne, vaut aussi pour «les merveilleux produits» précédemment évoqués que les hôteliers et les restaurateurs de toute la Suisse proposeront à l'occasion de la Semaine du goût. Une semaine dont tous les événements sont répertoriés sur le site www.gout.ch.



«Die Schweiz ist ein Land mit viel guter und historischer Architektur.»

Daniel Libeskind, Architekt

Matchball für «Jura»

Roger Federer und «Jura» bleiben ein Paar. Die **Partnerschaft wurde bis 2016 verlängert**. Zur Feier des Tages besuchte Federer das Unternehmen.

SILVIA PFENNIGER

Der letzte Montag war für die «Jura» in Niederbuchsiten speziell. Die 300 Mitarbeiter und deren Familien durften Tennisstar Roger Federer fotografieren, ihm die Hand schütteln, mit ihm posieren und um Autogramme bitten. Wünsche, die er lebenswichtig gewährte, obwohl er vom freudigen Ansturm fast erdrückt wurde. Roger Federers Freundin, Mirka Vavrinec, blieb im Hintergrund. Läuten wohl bald die Hochzeitsglocken? «Wir reden mehr darüber, als auch schon», sagte Federer dazu.



Ein Fan: **Corinne Hörnlimann**, Junior Productmanager bei «Jura».

Grund für Roger Federers Besuch war die Verlängerung seines Vertrags mit «Jura» bis ins Jahr 2016. «Bis ich grau und alt sein werde», kommentierte Federer schmunzelnd die Partnerschaft. «Jura»-CEO Emanuel Probst bekräftigte den Vertrag mit einem goldenen Schlüssel für seinen Botschafter. Dieser war trotz seines vollen Terminkalenders bestens gelaunt und offensichtlich gerührt über die Herzlichkeit, mit der er begrüßt wurde.

Und was denkt Federer als Hotelgast? Welches sind seine Lieblingshotels? Er lebe fast elf Monate im Jahr in Hotels, «viel länger als daheim», sagte der internationale Tennisstar und verriet: «In der Schweiz habe ich mich im Victoria-Jungfrau ausgezeichnet erholt.» Auch das Les Trois Rois in Basel sei ein Favorit, ergänzte er. Keinen Zweifel liess er über seine Vorliebe für Kaffee und die Maschinen: «Ich bin ein begeisterter Kaffeetrinker und hatte mir die erste Jura-Maschine gekauft, bevor ich mit dem Unternehmen persönlich in Kontakt kam.»



Roger Federer gab am Montag bei «Jura» Autogramme, schüttelte die Hände und beantwortete Fragen.

Bilder Silvia Pfenniger

Sesselrücken

Hadorn betritt neue Pfade der Schweizer Wanderwege

Christian Hadorn wird ab Januar 2009 neuer Geschäftsführer der Schweizer Wanderwege. Er wird als Nachfolger in die Fussstapfen von **Fredi von Gunten** treten. Seit 2005 ist Hadorn Bereichsleiter Infrastruktur in der Geschäftsstelle der Schweizer Wanderwege. Er schloss die ETH in Zürich als Forstingenieur ab und absolvierte ein Nachdiplomstudium in Betriebswirtschaft.

Pächterin Reinhardt setzt im Hotel Kreuz auf leichte Küche

Beatrice Reinhardt ist seit September neue Pächterin des 4-Sterne-Hotels Kreuz in Sachseln. Die Betriebsgesellschaft Hotel Kreuz Sachseln AG übergab das Steuer der Firma Keyconsult aus Luzern, für die Beatrice und **Olaf Reinhardt** verantwortlich sind. Während 17 Jahren führten Reinhardts das Seehotel Kastanienbaum bei Luzern. Im «Kreuz» legen sie Wert auf eine neuzeitliche, leichte Küche.

Direktorin Büeler: vom Montana ins Splügenschlöss

Per Oktober löst **Maria Büeler Zischler** als neue Direktorin des Alden Hotel Splügenschlöss in Zürich **Reto Monticelli** ab. Die di-

Profis und Amateure werden zu Gourmets geschlagen

In Zürich trafen sich Feinschmecker aus aller Welt zum internationalen Herbstkapitel der Chaîne des Rôtisseurs. Dabei wurden Neumitglieder feierlich aufgenommen.

BARBARA ROELLI

Am vergangenen Wochenende zog es über 400 Mitglieder und Gäste zum internationalen Herbstkapitel der Chaîne des Rôtisseurs nach Zürich. Zu den Feinschmeckern zählten professionelle Gastronomen genauso wie Amateure aus der Schweiz, Europa, den USA, Asien und Australien.

Im geselligen Kreis genoss man Köstlichkeiten aus Zürichs Restaurantlandschaft, pflegte dabei die Freundschaft und tauschte Gedanken aus. Höhepunkte des Schlemmer-Weekends waren die feierliche



Peter Musa schlägt Jacky Donatz zum Officier Maître Rôtisseur.

Aufnahme neuer Mitglieder im Bernhard Theater und das grosse Galadiner im «The Dolder Grand».

Zahlreiche Spitzenköche wurden am Event inthronisiert: Jacky Donatz vom Sonnenberg Restaurant Club Garten in Zürich, Peter Schnabel von der Wirtschaft zum Taggenberg in Winterthur, Hans-

Peter Hussong von der Wirtschaft zum Wiesengrund in Uetikon am See, Jürg Eder vom Restaurant Eichmühle in Wädenswil und Domenico Miggiano vom Gasthof Löwen aus Bubikon.

Die «Chaîne des Rôtisseurs» ist heute die weltweit grösste Vereinigung von Feinschmeckern. br

Zwei Schweizer Meister shaken an der WM in Berlin um die Wette

Thomas Huhn und Marcel Widmer überzeugten an der Schweizer Cocktail-Meisterschaft in Luzern.

Die Schweizer Cocktail-Meisterschaft an der Zagg war ein Publikumsmagnet. 50 Barprofis aus der ganzen Schweiz trafen sich zum grossen Meistershaken in Luzern. Thomas Huhn von der Bar des Hotels Les Trois Rois in Basel wird Schweizer Meister in der Kategorie «Classic Fancy Drinks». Er vertritt die Schweiz an den Weltmeisterschaften 2009 in Berlin. In der Kategorie Flairtending (Showmixing) holte sich Marcel Widmer von der Ponte Lumi Cocktail Lounge Rapperwil den Meistertitel. sls



Die neuen Schweizer Meister im Shaken sind **Thomas Huhn** (l) und **Marcel Widmer**. Sie vertreten die Schweiz an der WM in Berlin.



ZVG

plomierte Hotelmanagerin war die letzten zwölf Jahre für das Art Deco Hotel Montana in Luzern tätig. In der letzten Funktion war sie Leiterin Marketing, PR & Events und seit 2002 Mitglied der Geschäftsleitung. Seit August verstärkt **Kerstin Züst** als Leiterin Marketing & Events das «Montana»-Team.

Betriebsökonom Böhny steigt in den Transgourmet-Zug

Daniel Böhny leitet seit September die Hoveweg in Winterthur, die als Geschäftsbereich der Transgourmet Schweiz AG Gastronomie, Hotellerie, Schweiz, Spitäler, Kantinen sowie Schulen mit rund 9000 Artikeln beliefert. Böhny bringt für sein neues Amt langjährige Erfahrung in den Bereichen Gastro, Fleisch und General Management mit. br

ANZEIGE

Guter Stil
schöne Augenblicke

berndorf
LUZERN

Libbey

Hoveweg

Wäsche Fragen? Wäsche Lösungen!

Fullservice Hotelwäschelösungen
Avel Basso, Vertriebsleiter Schweiz, Casa Raginella
6576 Beromünster, Tel. 091 - 794 20 22

Besuchen Sie uns auf der ZAGG Luzern vom 14. - 18.09. Halle 2, Stand 266

Wäschekrone

Bildung. Fachhochschulen. Bachelor of Science in Tourism, Bachelor of Science in Hospitality Management: Mit diesen Titeln lässt sich durchstarten. Vielleicht. Peter Grossholz sieht das etwas anders.

Mit dem Bachelor und Master der Fachhochschulen haben nun auch Hotellerie und Tourismus ihre Akademiker. Studieren ist beliebt und nicht gerade teuer.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Aussichten sind verlockend. Die Titel blenden: Bachelor of Science in Tourism, Bachelor of Science in Hospitality Management. Heute bieten verschiedene Schweizer Fachhochschulen diese akademischen Ausbildungen an: Und wer noch eins obendrauf setzen will, schreibt sich für den Master ein. Ganz neu ab Herbst angeboten von der Westschweizer Fachhochschule HES-SO mit Unterricht an der EHL in Lausanne (siehe Seite 9).

Den rein touristischen Master gibt's bereits an der HTW Chur und der Hochschule Luzern. Allerdings wie auch jener an der HES-SO nur als Vertiefungsrichtung eines eigentlich wirtschaftlichen Hauptstudiums – abgeschlossen wird mit dem «Master in Business Administration with Major in Tourism». Diese «konsekutiven» Master sind nicht mit dem Executive Master (siehe Seite 8) zu verwechseln: Während Erstere vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT anerkannt sind und dem Bologna-System entsprechen, ist das der «EMBA» nicht.

Der Bachelor für die Praxis, der Master für die Forschung

Der Bachelor entspricht dem ehemaligen Diplomstudium an der Fachhochschule: Ganz neu ist das in der gesamten Bildungslandschaft also nicht, nur sind die Titel jetzt international anerkannt. Noch jung ist allerdings in der Hotellerie die Akademisierung. Bis die EHL als Fachhochschule deklariert wurde, endete die Ausbildung mit dem Abschluss der Höheren Fachschule (Hotelfachschule).

Das Hotelfach-Studium ist begehrt: Im letzten Ausbildungsjahr waren gemäss Bundesamt für Statistik an der HES-SO 1127 Bachelor-Studierenden



KeyStone

Je höher der Titel, desto lieber wird die «Schulbank» gedrückt. Ob's der Praxis so viel mehr bringt, ist fraglich. Sicher erhält die branchenspezifische Forschung so einen Schub.

Akademische Sphären



«Es ist an der Zeit, dass die Branche eigene Leute hat, die für sie forschen.»

Ulrike Kuhnhehn
Studienleiterin Tourismus, HTW Chur

Studium auch berufsbegleitend in acht Semestern absolvieren. Dabei kommt der akademische Titel nicht teuer: Kostet an der Höheren Fachschule für Tourismus HFT in Luzern das Studienjahr zwischen 5600 und 7000 Franken, sind es für den Bachelor-Studiengang an der HTW Chur nur rund 3000 Franken. Grund ist die

erhalten. Braucht der Markt all die Akademiker? «Wir bilden für den internationalen Markt aus», verdeutlicht Ulrike Kuhnhehn, Studienleiterin Vertiefung Tourismus an der HTW Chur. Bereits ab dem zweiten Jahr wird im Bachelor-Studium in Englisch unterrichtet. «Der Schweizer Markt kann all die touristisch Ausgebildeten gar nicht schlucken.» Rund ein Drittel der Studenten käme selbst aus dem Ausland.

Und wie sieht's mit dem Master aus? «Da gibt es heute noch Diskussionen an der HTW, ob es den braucht», so Kuhnhehn. Der Master ist weniger für die Praxis gedacht, sondern vielmehr für eine wissenschaftliche Karriere. Kuhnhehn relativiert deshalb: «Es ist an der Zeit, dass die Branche eigene Leute hat,

die für sie forschen.» Nur mit einem Master kann man an einer Universität promovieren und den Dokortitel erlangen. Wenn man einen Doktorvater findet, der mitmacht, auch direkt an Fachhochschule. «Wer den Fokus nicht auf Forschung legen will, kann einen Weiterbildungs-Masterstudiengang (EMBA) absolvieren», ergänzt Carmen Steimann vom BBT.

Wer genug von der Branche weiss, wählt ein Wirtschaftsstudium

Berufsbegleitend in zwei Jahren kann man sich den Master in Tourismus- und Hotelmanagement auf Uni-Niveau an der privaten Akademie Angell in Freiburg holen. Mangels Nachfrage aus dem Angebot gestrichen hat die Fernfachhoch-

schule Schweiz ihren Bachelor-Studiengang in Betriebsökonomie mit Vertiefungsrichtung Tourismus.

Für Abgänger einer Höheren Fachschule bietet man eine Passerelle an. Damit können diese in ein höheres Semester des Bachelor-Studienganges Betriebsökonomie FH einsteigen. Eine solche Generalisierung scheint im Trend: Als am Montag 33 Studierende an der HTW Chur mit dem Master in Business Administration starteten, belegten neun den Major Tourism und 24 den Major Entrepreneurial Management, darunter viele Touristiker.

www.hes-so.ch; www.hslu.ch; www.fh-htwchur.ch; www.lesroches.edu

Peter Grossholz ist Leiter Weiterbildung bei hotellerieuisse.

Alain D. Bollat



«Praxis wichtiger als Theorie»

Peter Grossholz von hotellerieuisse bezweifelt, ob die neuen Bachelor- und Master-Studiengänge der Branche tatsächlich etwas bringen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Master, Bachelor, MBA ... Droht der Hospitality-Branche eine Akademisierung?

In gewisser Weise kann man schon von einer Bedrohung sprechen, nämlich von dem, was bis jetzt die Stärke der Branche war: Die beruflich orientierte, duale Aus- und Weiterbildung. Im Moment herrscht ein riesiger Run auf die neuen Titel: Alle wollen einen Master oder Bachelor ... Aber niemand weiss so recht, was die Branche damit anfangen kann.

Will die Branche die Akademiker gar nicht?

Ich setze da eher noch ein ganz grosses Fragezeichen. Vielleicht sagen die Arbeitgeber, wir brauchen niemanden, der einen Master oder Bachelor hat.

Kann die Akademisierung aber nicht auch eine Chance sein?

Generell können gut Ausgebildete immer einen Beitrag leisten. Nun ist die Frage, was die gehobenen Ausbildungen ganz konkret unseren kleinen und mittleren Betrieben bringen. Ist ein Akademiker jemand, der irgendein 4-Sterne-Hotel auf Vordermann bringt? Ich behaupte, dass einer, der einen Abschluss einer anerkannten Hotelfachschule mitbringt, für die Praxis besser gerüstet ist als jemand mit Bachelor. Es ist in unserer Branche tief verankert, dass Praxis mehr adelt als Theorie.

Ist das nicht vielleicht ein alter Zopf?

Nein, wir brauchen Leute, die wissen, wie die Arbeit auf allen Stufen funktioniert. Gerade, weil das mittlere Kader aus Kostengründen zunehmend wegfällt, sind Chefs viel stärker wieder mit der Basis konfrontiert.

Was gibt es dann für eine Alternative, wenn man weiterkommen will?

Nach der eigenössisch anerkannten Hotelfachschule kann man etwa das Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, das frühere Unternehmerseminar, absolvieren. Das ist eine Generalmanagement-Ausbildung auf Stufe Höhere Fach-

schule, also nicht akademisch, sondern praxisbasiert.

Ist das alles?

Nein, man kann zum Beispiel den Executive Master of Business Administration in Hospitality an der EHL in Lausanne absolvieren. Das ist auch keine akademische, sondern eine praxisbezogene Weiterbildung.

«Ein Hotelfachschulabsolvent ist für die Praxis besser gerüstet als einer mit Bachelor.»

Peter Grossholz
Leiter Weiterbildung hotellerieuisse

Was bringt Weiterbildung wirklich? Bekommt man dann tatsächlich die besseren Jobs? Wenn jemand sich weiterbildet, zeigt er Interesse. Weiterbildung steigert das Selbstbewusstsein, erweitert das Netzwerk – all das spielt in unserer Branche eine wichtige Rolle.

Bildung. Weiterbildung. Master of Business Administration MBA: Eine Sprosse mehr auf der Karriereleiter. Gedacht für Akademiker oder Menschen mit herausragenden beruflichen Erfahrungen.

MBA öffnet die Tür zur Welt



Theorie lernt man am besten an einem ruhigen Ort, beispielsweise in einer Bibliothek.

Der neue Luzerner Tourismus-MBA ist international ein Hit. Der MBA der Uni St. Gallen führt sogar zum Double Degree mit ausländischen Top-Universitäten.

KARL JOSEF VERDING

Die Abkürzung MBA steht für «Master of Business Administration». Vor der Bologna-Reform war der MBA gleichbedeutend mit einem Nachdiplomstudium. Heute kann ein MBA sowohl einen «normalen», auf den Bachelor in Business Administration folgenden Master als auch einen Weiterbildungs-Master (Master of Advanced Studies) bezeichnen. Mit dem klassischen MBA ist immer ein Weiterbildungs-Master gemeint. Zu den Anbietern zählen nicht nur die öffentlichen Universitäten, sondern auch Fachhochschulen und private Institute.

Das MBA-Studium richtet sich vorrangig an Akademiker, die bereits einige Jahre Berufserfahrung mitbringen. In seltenen Fällen werden auch Bewerber ohne Hochschulabschluss, aber mit herausragenden beruflichen Erfahrungen akzeptiert. Die meisten MBA-Teilnehmer weisen zwischen zwei und fünf Jahren Berufspraxis auf.

Der MBA-Abschlusstitel der Absolventen ist in der Schweiz nicht geschützt. Ein MBA-Abschluss gilt deshalb bei den Unternehmen nur etwas, wenn er von einer anerkannten Hochschule verliehen wurde. Entsprechend wichtig ist es, den

Anbieter sorgfältig auszuwählen. Eine wichtige Grundvoraussetzung dafür ist es, dass ein MBA-Studium international akkreditiert wurde. Akkreditierungsinstitut für die Schweiz ist das Organ für Akkreditierung und Qualitätssicherung der schweizerischen Hochschulen (OAQ), Falkenplatz 9, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 380 11 50 (www.oaq.ch); für Europa ist es die Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) in Bonn (www.fibaa.de); und für die USA die Association of Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) in St. Louis (www.aacsb.edu).

Am Montag begann mit 28 internationalen Studenten aus Ländern von Argentinien bis China, das erste Semester des neuen Masters in Business Administration mit einem Major in Service Management and Tourism an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Am 14. September 2009 startet der nächste Master-Studiengang. Er dauert jeweils vier Semester. Bis zu 50% studienbegleitende Praxistätigkeit in einem touristischen oder tourismusnahen Unternehmen ist möglich. Für den Master-Lehrgang wird das internationale Partnernetzwerk der Hochschule erweitert. Zum Beispiel werden Professoren der Universität Brighton unterrichten. Die Semestergebühr beträgt 800 Franken; mit allen Prüfungsgebühren wird das Studium etwa 4400 Franken kosten. Leiter Major Tourism der Hochschule Luzern – Wirtschaft ist Andreas Liebrich. Er sagt: «Der mit der Branche abgestimmte Studiengang offeriert den Studierenden im ersten Studienjahr eine gezielte Kompetenzerweiterung im Bereich Service-Management. Im zweiten Studienjahr wird in den Tourismus-Fächern das Absolventenprofil geschärft. So werden gezielt die Kompetenzen in den folgenden Themenfeldern des Tourismus hinein erweitert: Strategisches Management, Marketing, Kommunikation und Geschäftsmodelle.»



«Das erste Studienjahr bringt gezielt mehr Kompetenz im Service-Management.»

Andreas Liebrich
Leiter Major Tourism, HS Luzern

men mit der Steigenberger-Akademie Bad Reichenhall und dem Europäischen Institut für Hotelmanagement Heilbronn wird hier ein Executive-MBA-Programm geboten. Die 60 Unterrichtstage in 18 Monaten finden als Blockunterricht donnerstags, freitags und samstags statt. Studiengebühr: 28'600 Franken, Anmeldegebühr: 2'380 Franken.

«Die Universität St. Gallen hatte in den letzten Jahren wesentliche Erfolge in der Internationalisierung», so Thomas Bieger, ihr Prorektor und Leiter des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus. «Sie ist Mitglied der wichtigsten europäischen Rahmenvereinbarung für Double Degrees.» Das heisst: Die Universität St. Gallen kann ihr 14 Monate dauerndes Vollzeit-MBA-Programm mit seinen branchenspezifischen Schwerpunkten gemeinsam mit der Partneruniversität Nanyang Technology in Singapur durchführen. Diese liegt beim «Financial-Times»-Ranking auf Platz zwei, für den «Economist» ist sie die Nummer drei.

Uni St. Gallen: MBA als Double Degree mit Singapur und bald China

Die Studenten des St. Galler MBA-Programms kommen derzeit aus 16 Ländern. Laut Thomas Bieger wird der Aufbau «eines weiteren Hubs mit einer Art HSG-Niederlassung ähnlich wie in Singapur in China geprüft, um die Schulungs- und Forschungsaktivitäten in diesem wichtigen Wirtschaftsraum sinnvoll zu koordinieren und zu stärken sowie eine Service-Plattform für Institute und Dozierende zu schaffen».

Zum Angebot der Ecole hôtelière de Lausanne – dem Master in Hospitality Administration MHA – siehe den Artikel über die EHL (Seite 9).

Chur: MBA in Zusammenarbeit mit der Steigenberger-Akademie

Die HTW Chur bietet einen MBA mit einem Major in Tourism als Abschluss. Dafür braucht es andert- halb Jahre oder drei Semester, die Ausbildung findet in der Regel an drei zusammenhängenden Werktagen statt. Sie kostet für schweiz- stämmige Studierende 960 Franken pro Semester, Einschreibgebühr 300 Franken. Ausserdem: Zusam-

Vereint gegen unseriöse Schulen

Die im «Privatschulregister Schweiz» aufgelisteten Schulen bieten nicht nur den Absolventen die Gewähr einer qualitativ guten Ausbildung.

DANIEL STAMFELI

Unter den in der Schweiz tätigen Privatschulen gibt es immer wieder schwarze Schafe, unseriöse Schulen, die dem Ruf der Schweiz schaden. Um das hohe Ansehen des Bildungsstandortes Schweiz mit deren privaten «seriösen» Bildungsinstitutionen zu schützen, gründeten der Verband Schweizerischer Privatschulen VSP, hotelleriesuisse und die Stiftung zur Förderung der Rudolf Steiner Pädagogik in der Schweiz zusammen mit den Spitzenverbänden der Schweizer

Wirtschaft vor zwei Jahren die Stiftung «Privatschulregister Schweiz». Mit diesem Register soll den eingetragenen Privatschulen eine gute Bildungsleistung und gegenüber der Öffentlichkeit, den Behörden und der Kundschaft ihre Seriosität und Vertrauenswürdigkeit bescheinigt werden. Weiter sollen auch die Bildungsvielfalt und die Tourismusdestination Schweiz gefördert werden.

Das Privatschulregister soll belegen, dass die eingetragenen Privatschulen bereit und fähig sind, ihre Ausbildungsverpflichtungen auf qualitativ gutem Niveau und vertragsgemäss zu erfüllen. Eingetragene Schulen können sich klar gegenüber unseriösen oder in Verfall geratene Schulen abgrenzen. Insbesondere für Schülerinnen und Schüler aus dem Ausland ist eine solche vertrauensbildende Massnahme wichtig. Der Eintrag ins Re-

gister soll den Schulen auch bei der Beschaffung von Visa für ihre Studenten aus dem Ausland dienen. Mit zunehmender Bekanntheit soll das Privatschulregister dem Bundesamt für Migration und den schweizerischen diplomatischen Vertretungen im Ausland als Referenz dienen.

Beim Eintrag einer Schule ins Register stützt sich die Stiftung Privatschulregister Schweiz auf verschiedene Kriterien ab. Die Privatschulen

müssen unter anderem überein anerkanntes Qualitätssicherungssystem verfügen, klar

formulierte Vertragsbedingungen vorlegen, die Lauterkeit in der Werbung beachten und die notwendigen Versicherungen abgeschlossen haben. Die Eintragungsvorausset-

zungen werden von der Geschäftsstelle der Stiftung alle vier Jahre neu geprüft. Die Stiftung Privatschulregister Schweiz untersteht der Aufsicht des Eidg. Departements des Innern (EDI).

Die im Privatschulregister eingetragenen Schulen müssen

Gebühren entrichten, die sich aus einer Administrationsgebühr, einer Eintragungsgebühr und einer alle vier Jahre fälligen Erneuerungsgebühr zusammensetzen.

Bisher wurden bereits 27 Privatschulen ins Privatschulregister eingetragen. Sechs Schulen durchlaufen zurzeit das Prüfungsverfahren, und sechs Institute wurden insgesamt abge- wiesen.

Wer sich Titel oder Diplom erarbeitet hat, will auch, dass diese überall anerkannt werden.

WELLNESS PARTNER
10 JAHRE

Ihre Spezialisten für moderne Wellness-Erlebnisanlagen

Neue 600m² grosse Ausstellung in Kriens/LU

T 041 790 72 70
F 041 790 72 76
info@wellnesspartner.ch
www.wellnesspartner.ch

Bildung. Hotellerie. Die Hotelfachschule Lausanne EHL bietet künftigen Hotelmanagern einen auf sie zugeschnittenen, neu strukturierten Bachelor-Lehrgang. Mit diesem Rucksack sind sie fit für den Markt.

Die EHL spürt Trends auf

**General Director
Ruud J. Reuland führt
die Ecole hôtelière de
Lausanne in ein Jahr
grosser Innovation.**

KARL JOSEF VERDING

Welche sind die wichtigsten Neuerungen für das kommende Studienjahr der EHL? Es wird von der Umsetzung des neu strukturierten Bachelor-Studiengangs geprägt sein. Dieser steht ab sofort vollumfänglich im Einklang mit den Bologna-Bestimmungen. Das Diplomstudium erfährt eine komplette Umstrukturierung: Der Schwerpunkt liegt neu im Managementbereich, wodurch vermehrt auf die Marktrealitäten eingegangen werden kann. Die EHL passt den Inhalt ihrer Ausbildungen regelmässig den neusten Technologien und Markttendenzen an. Dies geschieht in engem Zusammenhang mit unserem International Advisory Board aus 19 Top-Managern des Hospitality-Sektors.

Was zeichnet die neue Version des Bachelor-Programms aus?

Die Aufteilung des dreijährigen Studiengangs – nach abgeschlossenem Praktikumsjahr – in Module erleichtert die Mobilität der Studierenden und garantiert ihnen die Anerkennung ihres Diploms für einen allfälligen weiterführenden Masterstudiengang auf internationaler Ebene. Der heutige Markt fordert den Manager neue Instrumente und Kompetenzen ab, mit denen sie rasche Entscheidungen fällen können. Der neue Studiengang verbindet alle Fächer des Hospitality-Bereichs miteinander, die neu in Form von Modulen und Projekten angeboten werden. Das zeigt den Studierenden, wie eng alle Bereiche eines Betriebes verbunden sind. Auch Leadership-Potenzial wird gefördert. Die Studenten werden in konkreten Situationen versetzt, in denen sie lernen, mit den anderen im Rahmen von Gruppen-

projekten, Beratungsmandaten und der Organisation von Events zusammenzuarbeiten.

Wie soll das Diplom-Studium nochmals näher an die Realität des Hospitality-Marktes geführt werden? Das neue Diplom-Studienprogramm enthält abwechslungsreiche zwei Unterrichts- und zwei Praktikumssemester. Es ist noch stärker auf betriebliche Aspekte ausgerichtet als der Bachelor-Studiengang und zielt darauf ab, die unternehmerischen



«Der heutige Markt fordert den Manager neue Instrumente und Kompetenzen ab.»

Ruud J. Reuland
General Director EHL

Kompetenzen der Studierenden zu entwickeln. Sie werden in den direkten Kontakt mit den Marktrealitäten gebracht, indem sie auf die Gründung eines KMU – Hotel oder Restaurant – vorbereitet werden. Dieses KMU-Projekt ist eine Art roter Faden. Alle Kurse werden es möglich machen dieses Projekt auszuführen. Der Studiengang



Alan D. Bollat

Der Eintritt in die EHL ist begehrt, hier studieren junge Leute aus über 60 Ländern.

richtet sich an alle, die nach abgeschlossener Lehre oder Matura bzw. Abitur bereits über ein weiteres Diplom verfügen und auf der Suche nach einem kompakten akademischen Studiengang sind, der sie in ihrer beruflichen Laufbahn rasch weiterbringen und ihnen den Status eines Supervisors oder jungen Kaders einbringen kann.

Was bedeutet der «Professional Development Stream» für die in den Master of Hospitality Administration MHA integrierte Karriereplanung? Der «Professional Development Stream» ist eine Priorität für unsere Master-Studierenden. Dieses Projekt wird aber für alle EHL-Studierenden aufgebaut. Ziel ist nicht nur, den Studenten «hard skills» – fachliche Kompe-

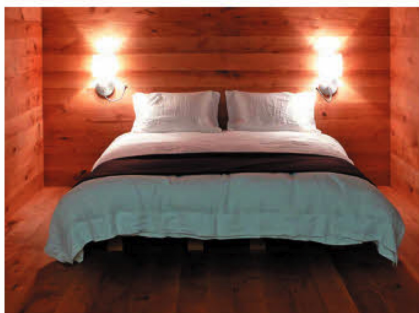
tenzen beizubringen, sondern auch die sehr wichtigen «soft skills» – «weiche Fähigkeiten». Wir haben ein Karrierezentrum mit unserem Alumni-Service entwickelt, das den Studenten während ihres Kurses folgt und Karriere-Hinweise gibt. «Personal Coaching» wird angeboten, Aktivitäten wie Workshops und Networking-Möglichkeiten werden organisiert.

ANZEIGE

...und gut schlafen sollte man auch!



Das Nonplusultra für Ihre Gäste



Besuchen Sie uns an der SIA Guest Rimini Fiera
22. - 25. November 2008

Halle A5, Stand O93
Öffnungszeiten: 09.30 - 18.30 Uhr



anders schlafen

Hüsler Nest AG, Mummeliweg 6, CH-4538 Oberbipp
Tel. 032 636 53 60, www.huesler-nest.ch

In Lausanne studiert die Welt

448 neue Studentinnen und Studenten wurden an der EHL zugelassen.
1250 bewarben sich.
Markant bleibt der Nationen-Mix.

KARL JOSEF VERDING

Die neuen Studentinnen und Studenten in den Master- und Bachelor-Studiengängen sowie im Diplomstudium begannen am Montag ihre akademische Ausbildung. Für den Studienbeginn 2008 gingen über 1250 Bewerbungen ein. Nur 448 Studentinnen und Studenten werden jedoch tatsächlich die Hörsäle und Klassenzimmer füllen. Wie an der EHL üblich, gibt es unter diesen Studierenden mit über 60 Nationalitäten eine reiche kulturelle Vielfalt. Die Schweiz ist dabei mit 48% der Studierenden am meisten vertreten.

52% haben sich in der englischen und 48% in der französischen Abteilung eingeschrieben. Mit 391 neuen Studierenden bleibt die Ausbildung, die zu einem Bachelor of Science in International

Hospitality Management» und zu einem Diplom als «Betriebsökonom/Betriebsökonomin FH mit Fachrichtung Hotellerie und Hospitality» der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) führt, der Leitstudiengang der EHL.

35 Studierende aus 19 Nationen haben sich für das Diplom-Studium eingeschrieben. Sie nehmen ein ganz neues Zwei-Jahres-Studium auf, das abwechslungsweise auf zwei Unterrichts- und zwei Praktikums-Semestern beruht. Es ist noch stärker auf betriebliche Aspekte ausgerichtet als der Bachelor-Studiengang. Gedacht ist es für alle, die nach abgeschlossener Lehre oder Matura bzw. Abitur bereits über ein weiteres Diplom verfügen und auf der Suche nach einem kompakten akademischen Studiengang sind, der sie in ihrer beruflichen Laufbahn rasch weiterbringt.

22 Studierende aus 16 Ländern schrieben sich für den Master-Studiengang ein. Dieses Nachdiplomstudium, der Master in Hospitality Administration, wurde bereits 2005 umstrukturiert. Es startet jährlich im Juli, dauert 13 Monate und hat zwei Semester mit je

zwei Modulen. Sie heissen: «The art of hospitality», «The science of management», «Strategy and corporate vision», und «Innovation and leadership» – Letzteres gekrönt von einem Master Business Project draussen in der Praxis.

Fakten Schuleigner und -Partner: hotellerieuisse

Eigene Schulen von hotellerieuisse sind die EHL und die Hotelfachschule Thun HFT. Partnerschulen haben Lizenzverträge und dürfen hotellerieuisse-Diplome abgeben: International College of Hotel Management, Adelaide; Les Roches International School of Hotel Management, Bluche, Schweiz; Les Roches International School of Hotel Management, Marbella, Spanien; Les Roches Jin Jiang International Hotel Management College, Shanghai; Les Roches School of Hospitality Management, Kendall College, Chicago; Royal Academy of Culinary Arts, Les Roches, Amman/Jordanien. kjv

ANZEIGE



Ihr Tor zu spannenden Karrieren
in einer internationalen Welt

Dipl. Hôtelière-Restauratrice HF
Dipl. Hôtelier-Restaurateur HF

Besuchen Sie unseren Informationsapéro in:
Bern • Zürich • St. Gallen • Basel • Winterthur
Zug • Aarau • Buchs • Schaffhausen

Weitere Infos unter www.ssth.ch



SSTH Schweiz. Schule für Touristik und Hotellerie AG

Commercialstrasse 19 • Postfach • CH-7007 Chur • Tel. +41 (0)81 255 11 11 • info@ssth.ch • www.ssth.ch

Bildung. Sommeliers. Alles wissen über das beste Getränk der Welt? Den Gast beraten, welcher Wein zu welchem Gericht passt? Die Sommelier-Ausbildung macht's möglich.

Die Weinbotschafter

Sommeliers und Sommelieres kennen alle Rebsorten und wissen, welcher Wein wozu passt. Der Diplomelehrgang ist für viele nützlich.

RENATE DUBACH

Man muss nicht unbedingt Sommeliers zu deutsch Weinkellnerin – in einem

Restaurant werden wollen. Man kann diese Ausbildung auch absolvieren, wenn man in einer Weinhandlung oder Vintothek arbeiten möchte, Koch oder Gastronom ist, oder sich sonst professionell mit Essen und Trinken beschäftigt.

Die Sommelier-Fachschule in Zürich bietet zwei Diplomelehrgänge an: Der eine schliesst mit dem Berufs-Sommelierdiplom ab, der andere, für Leute, die keine praktischen Servicekenntnisse haben, mit einem Consultant-Sommelierdiplom. Beide Lehrgänge sind berufsbegleitend angelegt und dauern vier Semester. Der Unterricht findet einmal pro Monat, jeweils



Alain D. Boillat
Sommeliers können Wein kompetent empfehlen.

montags statt. Das Schulgeld beträgt 850 Franken pro Semester. Der nächste Lehrgang startet im Oktober, der übernächste erst 2010.

Wer die Ausbildung in einem Jahr schaffen will und jeden Montag Zeit für den Unterricht hat, kann sich von der Weinausbildung GmbH in Nulden zum Sommelier ausbilden lassen – der Unterricht findet in der Kaufmännischen Berufsschule in Lachen statt. Die Sommelier-Diplome beider Kursanbieter werden vom internationalen Sommelier-Verband ASI anerkannt.

www.sommelier-fachschule.ch
www.weinausbildung.ch

Blick nach Deutschland: Eine Lehre in der Systemgastronomie

Die Grundbildung zum Fachmann/-frau für Systemgastronomie gibt's in Deutschland nun seit 10 Jahren.

Was in der Schweiz der Lernende (früher Lehrling) ist, ist in Deutschland der Auszubildende (Azubi). Eine vergleichsweise junge «Lehre» in Deutschland ist der Ausbildungsberuf zum Fachmann/-frau für Systemgastronomie. Mit viel Erfolg: «Mit jährlich zweistelligen Steigerungsraten sind wir heute bei fast 3000 neuen Azubis jährlich angelangt. Über 6000 junge Menschen befinden sich aktuell in der Ausbildung», berichtet Dierk Kraushaar, Stockholm-Geschäftsführer und Jury-Vorsitzender beim Nationalen «Azubi-Award Systemgastronomie», der Meisterschaft der Branche. Im allerersten Ausbildungsjahr gingen 395 Azubis an den Start, ein Jahr später waren es bereits 641. An der Spitze der Ausbildungsunternehmen steht McDonald's mit über 2000 Azubis, es folgen Burger King, Café Extrablatt, Marché und Nordsee. «Unsere Azubis sind die Managementkräfte von morgen», so Kraushaar. Während ihrer Ausbildung erwerben die jungen Menschen Schlüsselqualifikationen wie Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit, aber vor allem viel kaufmännisches Know-how. gsg

Hier trimmen sich Touristiker fit für die Medien

Ganz neu ist der berufsbegleitende Kurs «Kommunikation in Tourismus + Mobilität». Anbieter ist das Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern. Der Kurs dauert 24 Tage und wird mit dem «Certificate of Advanced Studies CAS Kommunikation in Tourismus und Mobilität» abgeschlossen. Der Kurs vermittelt den Teilnehmenden die nötigen Fähigkeiten, Konzepte

und Werkzeuge für die erfolgreiche Kommunikation gegenüber Mitarbeitenden, Kunden und Medien. Die 200 Lektionen umfassende Ausbildung startet am 10.03.2009. Bereits am 23.10.2008 beginnt die sechsmonatige Ausbildung Tourismus für Quereinsteiger/-in. Diese vermittelt nicht nur Fachwissen in kompakter Form, sondern hilft aktiv beim Aufbau des touristischen Netzwerkes. Absolventen erhalten ebenfalls ein «Certificate of Advanced Studies».

www.weiterbildung.hslu.ch

Tourismusfachfrau: IST mit erster Klasse in der Westschweiz

Am Montag startete die IST Internationale Schule für Touristik in Lausanne den ersten Ausbildungsgang in der Westschweiz zur/-m Tourismusfachfrau/-mann auf Stufe Höhere Fachschule – im Gegensatz dazu ist der Tourismusexperte eine Weiterbildung mit Berufsprüfung (siehe Seite 11). Mit 23 Teilnehmenden startete der Kurs gut besetzt. Seit 15 Jahren bietet die IST die Aus-

bildung in Zürich an. Neu ist auch der Basiskurs «Business Travel Consultant», der mit alten Vorurteilen gegenüber dem Geschäftsmarkt aufräumen will und Mitarbeitende aus dem Leisure-Segment motivieren soll auf das Commercial-Segment umzusteigen.

www.ist-zurich.ch

Wellness-Wissen für das Hotel-Spa gibt's auch bei der Migros

Sowohl die Klubschule der Migros als die Swiss Prävensana Akademie SPA, Rapperswil, bieten den zweijährigen Diplomelehrgang zum Wellnesstrainer an. Wellness verbindet Bewegung, Entspannung und Ernährung. Die Ausbildung dauert zwei Jahre und schliesst mit der Verleihung des Titels «dipl. Wellnesstrainer/-in SPA». Einsatzorte sind – wie auch vom dipl. Wellnessmanager (Ausbildung ebenfalls bei Migros und SPA) – Wellnessbereiche von Hotels und Resorts.

www.swisspraevensana.ch

Nützliche Infos für jene, die es ins Ausland zieht

Die Yourcareergroup AG aus Düsseldorf bietet neu eine Fort- und Weiterbildungsdatenbank für Hotellerie, Tourismus und Gastronomie an. Allerdings beschränkt sich diese zurzeit auf den deutschen Markt. Erste nützliche Infos auf der Website erfahren jene, die eine Stelle im Ausland anstreben. gsg

www.hotel-career.ch

ANZEIGE

Would Einstein get in? *maybe.*

He definitely would have met our rigorous **academic** standards! But at the **Ecole hôtelière de Lausanne**, the world's leading business school for the hospitality industry, we demand not just excellent academic performance, but **more...**

Our students also need to have the *talent* that drives this business. Have you got a creative streak? Are you quick on your feet? Flexible, open, a good team player, an excellent communicator? Are you a "people person"? If so – and you have the brains to succeed in an academically demanding environment – contact us.

We may have a place for you in one of our International Hospitality Management Programmes:

- Diploma in Hotel and Restaurant Management
- Bachelor of Science Degree
- Master in Hospitality Administration

Start thinking about it at **www.ehl.ch**
CH-1000 Lausanne 25, Switzerland
Tel: +41 21 785 11 11, Fax: +41 21 785 11 21
E-mail: admission@ehl.ch



**ECOLE HOTELIERE
LAUSANNE**
— Since 1893 —

Bildung. Tourismus. Der höchsten ausseruniversitären Bildung im Tourismus droht das Aus. Dann jedoch würden dem Tourismus die Expertinnen und Experten fehlen.



Innovative Stadtrundgänge – auch ein Beschäftigungsfeld für Touristikexperten.

Schwerer Stand für den Experten

Die höhere Fachausbildung für praxiserprobte Touristiker ist nicht im Bologna-System integriert. Im Zeitalter von Bachelor und Master verliert sie deshalb laufend an Bedeutung.

ROBERT WILDI

Sogering war die Nachfrage schon lange nicht mehr. Nur 12 Personen absolvierten zurzeit den Vorbereitungskurs für den Abschluss als Eidgenössisch diplomierten Touris-
musexperten/-expertinnen (Tourex). Die höhere Fachprüfung, die sich an Touristiker mit Praxis- und Führungserfahrung richtet, steckt in der Krise.

Das mangelnde Interesse hat bereits zu Konsequenzen geführt. So ist nämlich die Internationale Schule für Touristik (IST) als Ko-Organisatorin des Tourex-Vorbereitungskurses abgesprungen. «Da die Anmeldezahlen so stark rückläufig sind, haben wir uns zurückgezogen», begründet IST-Direktorin Hanna Rychener. Der Tourex wird heute deshalb nur noch vom Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule Luzern durchgeführt, nachdem vor über zehn Jahren auch ein Versuch, den Kurs in der Romandie zu etablieren, mangels Nachfrage gescheitert war.

Um den Lehrgang kostendeckend durchzuführen, bräuchte es 20 bis 24 Teilnehmende. Die ITW-Sekretariatsleiterin Florence Parmiggiani räumt ein, dass der zurzeit laufende Vorbereitungskurs nur

dank einer Quersubventionierung stattfinden könne. «Diese Investition tätigen wir, weil wir an die Zukunft des Tourex glauben und für die nächste Austragung wieder mit mehr Interessenten rechnen», sagt sie. Die Anmeldefrist für den im Februar 2010 beginnenden Kurs läuft erst im November 2009 ab. «Wir können noch nicht abschätzen, wie viele Teilnehmer sich anmelden», sagt Parmiggiani.

Über die Gründe für den Teilnehmermangel ist man sich im Tourex-Umfeld einig. Weil in der Bildungslandschaft zahlreiche neue und alternative Angebote entstanden seien, gerate der Tourex zunehmend unter Druck, glaubt Hanna Rychener von der IST. Im Speziellen nennt sie die starke Entwicklung und Förderung der Fachhochschulen mit ihren Bachelor- und Master-Abschlüssen. «Diese Entwicklung hat den Höheren Fachprüfungen und generell den Höheren Fachschulen stark zugesetzt», so Rychener. Der Tourex-Abschluss sei im neuen und internationalen Bologna-System nicht verankert, so dass es im Markt leider immer schwieriger werde, die Bedeutung und den Stellenwert eines Tourex-Titels zu erklären.

Auch für Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), stellt die Bologna-Reform für den Tourex die grösste Herausforderung dar. «Im Gegensatz zu den zahlreichen neu eingeführten Fachhochschulen sowie den Hochschulen mit ihren Bachelor- und Master-Abschlüssen bietet der Tourex keinen international anerkannten Titel», so der ehemalige Direktor von Luzern Tourismus. Gleichwohl steht für Lütolf ausser

Diskussion, dass der STV zusammen mit der Trägerschaft weiterhin voll hinter dem Tourex steht. Ein richtiger Schritt in eine bessere Zukunft war für ihn der im Jahr 2005 vollzogene Relaunch der Ausbildung. Neben Fachwissen steht seit der auch die Förderung von Sozial- und Methodenkompetenzen im Vordergrund. Lütolf ist überzeugt, dass der Tourex als höhere Fachprüfung nach wie vor seine Berechtigung im Bildungsmarkt hat. «Die Teilnahme-Voraussetzung von fünf Jahren praktischer Erfahrung im

Tourismus, davon zwei Jahre Führungserfahrung, garantiert einen spannenden Austausch von markterprobten Praktikerinnen und Praktikern.» Aufgrund der Schwierigkeiten

den Kopf in den Sand stecken ist auch beider Vereinigung Tourex, die sich aus Absolventen des Lehrgangs zusammensetzt, kein Thema. Für

Tourex-Präsident Martin Göppert, der in Gstaad ein Beratungsunternehmen im Immobilienbereich führt, ist der aktuelle Rückgang der Anmeldungen auf ein immer grösseres Angebot an spezifischen Tourismuslehrgängen zurückzuführen. «Andere Branchen kämpfen mit den gleichen Problemen.»

Das Beste Gegenargument für Krisenstimmung sind gemäss Göppert die in der Branche nach wie vor gesuchten und sehr erfolgreichen Tourex-Absolventen. Gestandene und erfolgreiche Touristiker wie André Lüthi (CEO Globetrotter), Vendelin Coray (designierter CEO Savognin Bergbahnen) oder Urs Wohler (Direktor Engadin/Scuol Tourismus) sind ideale Werbeträger für den Tourex-Abschluss. «Allenfalls könnte man solche Erfolgsgeschichten künftig noch besser in die Vermarktung der Weiterbildung mit einbeziehen», so Göppert.

Ideen für eine Wiederbelebung des Tourex sind vorhanden. Es bleibt noch über ein Jahr Zeit, um mindestens 20 Touristiker für eine Kursanmeldung zu gewinnen.

«Das Angebot an spezifischen Tourismuslehrgängen wird immer grösser.»

Martin Göppert
Tourex-Präsident

Tourismusfachassistentin Mehr Chancen im Markt

Im Gegensatz zum Eidgenössisch diplomierten Tourismusexperten ist die Tourismusassistent/-in (Toursa) meist auf der Ebene unteres bis mittleres Kader tätig. Die Weiterbildung dauert zwei Semester und wird von der Berner Privatschule Feusi in Deutsch und der Tourismusfachschule in Sierre in Französisch angeboten. Schwerpunkt der Ausbildung ist die Eventorganisation. «So finden mehrere Abgänger und Abgängerinnen Stellen in Eventorganisationen oder grossen Hotels», sagt Marc Hub-

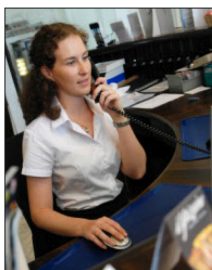
acher, Leiter des Kurses an der Feusi. Im Dezember werden 12 Toursas in Bern und 14 in Sierre diplomiert, vorausgesetzt sie haben alle Module mit der Mindestnote 4 abgeschlossen und bestehen die eidgenössische Prüfung. Für den Lehrgang 08/09 haben sich an jeder Schule je 14 Studentinnen und Studenten angemeldet. «Wir können noch ein paar wenige aufnehmen», so Hubacher.

Der Lehrgang besteht aus fünf Modulen. Die Kurskosten belaufen sich auf 7900, die Berufsprüfungskosten auf 800 Franken. ck

Gute Noten für Weiterbildung

Die Ausbildung zur eidg. dipl. Führungsfachfrau bekommt gute Noten von den Teilnehmenden. Sie bringe in der Praxis viel, resultiert aus einer Studie der Universität Siegen.

GUUDRIN SCHLENCZEK



Alain D. Bollat

Führen will gelernt sein.

Rund 600 000 Arbeitnehmende haben gemäss Bundesamt für Statistik eine Vorgesetztenfunktion, sind aber nicht unbedingt dafür ausgebildet. Dem soll die relativ junge Ausbildung zur/-m «eidg. dipl. Führungsfachfrau/-mann», die auch von hotellerieuisse zusammen mit Bildungsanbieter AKAD Business angeboten wird, entgegenwirken. Was bringt diese Weiterbildung nun der Praxis? Die Schweizerische Vereinigung für Führungsausbildung liess das an der Universität Siegen in Deutschland prüfen.

Das Resultat der Evaluation: 81,5 Prozent der Absolventen sind mit der Ausbildung zufrieden und würden sie auch weiterempfehlen. Vor allem sich selber hat man besser kennen gelernt: Vor der Ausbildung gaben 8 Prozent an, über eine hohe Kompetenz in Sachen Selbstkenntnis zu verfügen. Nach der Ausbildung waren es 96 Prozent, die das von sich behaupteten. Beim Selbstmanagement verdoppelte sich die Anzahl der sich kompetent Fühlenden auf 87 Prozent. Und in Bezug auf die Kernkompetenz Führen stieg der Anteil der «Hochkompetenten» nach deren eigenen Einschätzung von 17,6 Prozent auf 91,2 Prozent.

Bei so viel Erfolg müssten die Firmen eigentlich darauf brennen, ihre Kaderleiter entsprechend weiterzubilden. Aber dem ist nicht so. Die Hälfte der Teilnehmer (52,5%) gibt an, dass sie von ihrem Unternehmen bei dieser Weiterbildung nicht unterstützt wurden und lediglich rund einem Drittel (31,4%) wurde ein Teil der Ausbildung als Arbeitszeit angerechnet. Nur 32,8 Prozent können das Gelernte effektiv am Arbeitsplatz umsetzen.

www.hotellerieuisse.ch



HOTEL-HANDELSCHULE HOTELLERIEUSISSE

Kaufmännische Erst- oder Zweitausbildung für Jugendliche und Erwachsene, die sich speziell für die Branche Hotel-Gastro-Tourismus (HGT) interessieren. Von hotellerieuisse anerkannte, praxisorientierte Ausbildung, die bis zum eidg. Fähigkeitszeugnis Kauffrau/Kaufmann B-/E-Profil führt. Mit international anerkannten Sprach- und Informatikdiplomen. **Nächster Studienbeginn: 9. Februar 2009.** Institut Minerva, Scheuchzerstrasse 2, 8006 Zürich
Telefon 044 368 40 20, zuerich@institutminerva.ch

Vorteil
MINERVA®
Ein Institut der Kalsidos Bildungsgruppe Schweiz

Aarau Bern Luzern Zürich
www.institutminerva.ch

Der richtige Schritt zu Ihrer Karriere im Tourismus.

IST – die richtige Adresse für die grosse weite Welt des Tourismus.

- Grundkurs Reisebranche
- Lehrgang zum dipl. Tourismusfachmann/-fachfrau HF (D & F) (beide Vollzeit oder berufsbegleitend)

Internationaler Schule für Touristik
International School of Tourism Management
Ecole Internationale de Tourisme

Josefstrasse 59, 8005 Zürich,
Tel. 044 440 30 90, www.ist-zurich.ch



Super-Suppen

Gemma Michalski bietet in Berlin gekühlte Bio-Suppen an. Für den Becher hat sie einen Designpreis bekommen.

Seite 15



Fabian Rimann, Pastry-Chef im Zürcher «Baur au Lac», giesst Schokoladekugeln.

Bilder zvg

Die Confisereure sahen international ab

Luxemburgerli, Basler Läckerli, Badener Steine heissen die süsssten Aushängeschilder der exquisiten Schweizer Feinbäckereien, die auch ausländischen Touristen bekannt sind. Rund 300 handwerklich arbeitende Betriebe führen Jugendliche in einem dreijährigen Lehrgang in die Geheimnisse des Confitierhandwerks ein.

Der Strukturwandel in der Branche hat sich etwas beruhigt und die Nachfrage nach Ausbildungsplätzen ist lebhaft. «Pro Lehrstelle erhalte ich 20 bis 30 Anrufe», sagt Ludwig Caderas, Inhaber der Confiserie zur Blume in Glarus. «Ich kann auswählen», bestätigt Manfred Suter, Hauptinhaber der Confiserie Suteria in Solothurn.

Riesige Schaustücke, Pralinen und Dessertteller

Für Gold hat's zwar den Schweizern noch nicht gereicht, aber immerhin für Bronze: Das Dreierteam

Unsere Confisereure werden sehr gut ausgebildet. Trotzdem waren sie an internationalen Wettbewerben nicht sehr erfolgreich. Bis kürzlich das Schweizer Team WM-Bronze holte.

MANUEL FISCHER

ausgewiesener Confisereur, bestehend aus Teamchef Giuliano Sargenti, Entwicklungschef der Confiserie Läderach AG, Fabian Rimann, Pastry-Chef im Hotel Baur au Lac in Zürich, und Elias Läderach, Show-Confisereur bei Läderach, platzierte sich an den World Pastry Team Championships Anfang September in Nashville (USA) auf dem hervorragenden dritten Rang (die htr berichtet).

Die Schweizer landeten hinter den USA und Japan, aber zielgemäss noch vor Italien und Belgien. Unter Fachleuten gilt dieser Berufswettkampf als einer der härtesten der Branche.

In Nashville traten dieses Jahr neun Profiteams gegeneinander an. Besonders bewertet wurde die Kunstfertigkeit der extravaganten Schaustücke, aber auch das professionelle Niveau der Teamarbeit. Die Anforderungen waren hoch: In nur 13 Stunden mussten zwei mindestens 107 cm hohe Schaustücke aus

Zucker und aus Schokolade gefertigt werden. Dazu drei verschiedene Pralinen sorten, drei identische Entremets, drei verschiedene Törtchen und vierzehn identische Dessertteller. Im Unterschied zu anderen Wettkämpfen dieser Art erlaubt die amerikanische Event-Organisation nicht, dass mit Halbfabrikaten gearbeitet wird.

Ohne professionelles Sponsoring geht es nicht

Alterslimiten gibt es bei diesem Wettbewerb keine, so dass auch erfahrene ältere Berufsleute teilnehmen konnten. Die Confiserie Läderach AG als Trainingsponsor bezahlte die Materialkosten und stellte eine perfekt eingerichtete Küche zu Trainingszwecken zur Verfügung. Das Schokoladenunternehmen Max Felchlin AG leistete weitere logistische Unterstützung vor Ort.

«Es hat sich gelohnt, dass wir für das Team eine semi-professionelle Ausgangslage schaffen konnten», sagt Läderach-Geschäftsführer Ralph Siegl. Es zeigte sich, dass bei der Vorbereitung auf Wettbewerbe dieser Art der «individualistisch-gewerbliche Ansatz» nicht mehr genügt. Es brauche dazu methodische Begleitung, eine gewisse Infrastruktur und finanzielle wie organisatorische Hilfe in der Vorbereitungsphase und auch am Ort des Wettkampfs.

Die bisher mittelmässigen Resultate an internationalen Wettbewerben der Branche standen in eklatantem Widerspruch zum Selbstbild, das der Berufsstand der Schweizer Confisereure von sich pflegt. «Ich behaupte mal, wir haben die beste Grundausbildung der Welt», so Ludwig Caderas, der auch Ausbildungschef des schweizerischen Konditor-Confisereurmeisterverbandes (SKCV) ist. Nur fehlte bislang die internationale Ausstrahlung, obwohl die Branche bei allen renommierten Wettbewerben fleissig mitmacht.

Die Berufswettkämpfe entwickeln sich zum Spitzensport

Sorerreichten beispielsweise junge Schweizer Kochtalente an den von der Organisation «World Skills» betreuten Berufsweltmeisterschaften in Helsinki 2005 und in Japan 2007 den zweiten Platz. Die jungen Confisereure und Bäcker kamen bis-



Giuliano Sargenti mit einem Trainings-Schaustück.



Elias Läderach klebt ein Schaustück zusammen.

lang nur ins bessere Mittelfeld. Berufswettkämpfe werden zunehmend zum Spitzensport, wo Japaner, Deutsche oder Franzosen bei der Präsentation süsser Schaustücke immer häufiger Spitzenplätze belegen. Diese Kandidaten üben in fast monchischer Abgeschlossenheit monatelang an jedem Handgriff – freigestellt von allen anderen Verpflichtungen.

Die Vorbereitung auf den Wettkampf braucht viel Zeit

Auch der Zeitmangel in der Vorbereitung wird für die Schweizer Teilnehmer zunehmend zum Problem. Die Confisereure scheinen erkannt zu haben, dass sie den Nachwuchs mehr unterstützen müssen, wollen sie internationale Wettbewerbe als Schaufenster ihres beruf-



Confiserie heute: Viel Handarbeit und beste Zutaten.



Die Airbrush-Technik bringt Farbe in die süsseren Kreationen.

lichen Könnens nutzen. «Es besteht heute ein Konsens in unserem Vorstand, dass die Zeitspanne für die Vorbereitung auf internationale Wettbewerbe bisher zu klein war», sagt SKCV-Ausbildungschef Ludwig Caderas.

Die logistisch-organisatorische Hilfe der Schokoladeindustrie kommt der handwerklich strukturierten Confitierbranche nicht ungelegen. Denn die Industrie kann Kursleiter, Geräte, ja ganze Versuchskonditoreien zur Verfügung stellen. Auch die Firma Barry Callebaut in Zürich leitet seit neuem junge Talente an, wie sie an Wettbewerben besser bestehen können.

Im Gegensatz zu Belgien habe es die Schweiz noch nicht geschafft, ein nationales, generisches Image für handwerklich gefertigte Schokolade und Confiterie zu schaffen, meint Läderach-CEO Ralph Siegl: «Ein hervorragendes Ergebnis im internationalen Metier nützt der ganzen Schweiz als Ausweis von bester Schokolade und edlem Konfekt.»

Schaustücke, die bei den Juroren besonders gut ankamen.

3. War es eine besondere Gelegenheit, die bedeutenden Confiterie-Nationen Italien und Belgien zu überflügeln?

Schon mehrmals besetzten die USA und Japan die vordersten Plätze, gefolgt von Belgien, Italien und der Schweiz. Auch Südkorea und China verbesserten sich von Jahr zu Jahr. Aber es stimmt, unser Ziel war, unsere europäischen Kollegen zu überholen.

4. Wie könnten Sie die Amerikaner und Japaner schlagen?

Schwierig! Wahrscheinlich müssten wir mehr Zeit investieren. Um die letzten Feinheiten und Handgriffe perfekt auszuarbeiten, wäre es unerlässlich, sich in den zwei Monaten vor dem Wettkampf nur noch auf die Vorbereitungen zu konzentrieren.



Nachgefragt

Giuliano Sargenti (46)

Funktion: Bereichsleiter Produktionsentwicklung bei der Confiserie Läderach AG in Ennenda. Teamleader der Schweizer an den World Pastry Team Championships in Nashville.

1. Was bedeutet Ihnen der dritte Platz in Nashville?

Der dritte Platz ist die Erfüllung unserer Anstrengungen. Unser Team hat sich exakt vorbereitet, um den realen Bedingungen des Wettbewerbs möglichst nahe zu kommen. Bei jedem Wettbewerb treten unbekannte Situationen auf, die Stress auslösen können. So verhielten sich die Zutaten anders als gewünscht. Mit der Gelatine hatten wir anfangs Probleme. Da muss man den Mut haben, zu improvisieren.

2. Sie haben schon mehrmals an internationalen Wettbewerben teilgenommen. Was haben Sie dieses Mal besser gemacht?

Wir hatten sicher ein besseres Team aufgestellt. Damit meine ich die Supporter vor Ort. Dann entwarf Ewald Notter, ein ausgewandeter Schweizer und Meister seines Fachs, die kreativen

STEIERMARK

... Traumhafte Landschaften, frische und duftige Weine



Die Steiermark ist Österreichs Weintourismusbereich Nummer eins. Und das mit Recht. Romantische Landschaften, gemütliche Buschenschänken und höchste Weinqualität machen die Region zu einem Paradies für Geniesser. Die steirischen Weine zeichnen sich aufgrund des einzigartigen Terroirs besonders durch ihre Aromatik, Duftigkeit und Frische aus. Besonders stolz sind die Winzer auf ihren Sauvignon Blanc, aber auch Welschriesling, Muskateller und der aromatische Traminer aus der Südoststeiermark spiegeln die Vielfalt des Gebiets wider. Eine Spezialität aus der Weststeiermark ist der Schikher, ein rassischer Roséwein der perfekt zur lokalen Küche harmonisiert.

Der Kaiser Franz und die Steiermark



Besonders gerne empfehlen wir einen frischen, knackigen Sauvignon Blanc Klassik aus der Südsteiermark zu einem steirischen Würzfleisch von der Kalbschulter, serviert mit frischem Kren, goldbraun gebratenen Röstkartoffeln und Rahmspinat. Für jeden ein Stück österreichischer Urlaub in der Schweiz.

Felix Franz führt seit April 2000 das Restaurant zum Kaiser Franz im Rösl in Zug. www.kaiser-franz.ch

Mehr Infos zum Österreichischen Wein finden Sie unter www.weinausoesterreich.at

Wein aus Österreich, Kostbare Kultur
Guter Essen braucht gute Weine.

14 dolce vita htr hotelrevue Nr. 38 / 18. September 2008

Ein hartes Soft-Opening

Offiziell wird das «Holiday Inn Bern Westside» am 8. Oktober eröffnet. Doch das von Daniel Libeskind gestaltete Hotel ist bereits seit Tagen gut ausgelastet.

CHRISTINE KÜNZLER

Wir planen ein Soft-Opening. Doch jetzt werden wir von Buchungen überrollt», sagt die Réceptionistin. Glück für das neue «Holiday Inn» im Berner Westside-Quartier: Die Stadt-Hotels sind zurzeit ausgebucht. Grund für die vollen Betten sind die Session, zwei Kongresse und der UEFA-Cup YB gegen Brügge.

Auch die Internetplattformen, auf denen das Hotel seit letzten Freitag präsent ist, bringen Gäste.



Im «Bits & Bites» gibt's vor allem lokale Spezialitäten.

An diesem Tag begutachteten die Verantwortlichen der Hotelkette ihr Berner Haus und waren begeistert. «Normalerweise geht das nicht so schnell», sagt Martin Emch, CEO der Zürcher Turicum Hotel Management AG und Manager des «Holiday Inn Bern Westside». Ein paar Details müssten noch angepasst werden.

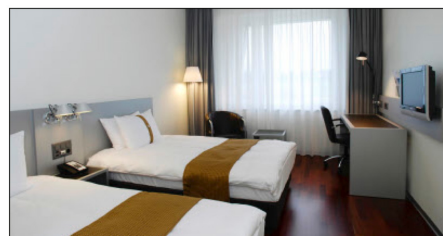
Emch ist mit den Buchungen mehr als zufrieden. «Das Interesse am Freizeit- und Einkaufszentrum und an der Architektur ist gross. Bereits bevor das Hotel auf das Internet aufgeschaltet war, war es zu gut 40 Prozent ausgelastet.» Auch für die nächsten Monate zeichne sich eine gute Buchungslage ab. Emch wird sein Auslastungsziel für das erste Betriebsjahr, die 54 Prozent, wohl erreichen können.

Die guten Geister im «Holiday Inn» sind weitgehend bereit. Noch klappt der Service nicht überall und immer. Noch ist die Zimmertemperatur nicht optimal. Und die meisten Gerichte auf der Speisekarte des Hotelrestaurants Bits & Bites fehlen, was die zahlreichen Gäste nicht zu stören scheint. Die üblichen Anfangsschwierigkeiten eben.

Damit am 8. Oktober, am offiziellen Eröffnungstag des Westside Ein-



Das «Holiday Inn» – ein Werk von Stararchitekt Daniel Libeskind.



Schlichte, moderne Zimmer mit allem, was der Gast braucht.

kaufs- und Freizeitentrums, alles reibungslos funktioniert, arbeitet Martin Emch an der Basis mit und serviert den Gästen ihr Nachessen: «So sehe ich am besten, was noch nicht klappt.» Sein Personal musste er nicht lange suchen. «Auf unser Inserat in der htr hotel revue meldeten sich sehr viele. Die meisten Kaderstellen besetzten wir mit Bernern und Heimwehbernern.» Rund 10 Prozent der Mitarbeitenden stammen aus Deutschland.

Das Hotel im 4-Sterne-Standard wird zum 3-Sterne-Preis verkauft. So kostet zum Beispiel die Übernachtung vom 5. auf den 6. Oktober für eine Person je nach Zimmer 159 oder 189 Franken – ohne Frühstück.

Der Preise versteht sich pro Zimmer und gilt für eine oder zwei Personen, da jedes Zimmer über zwei Betten oder ein Grandlit verfügt. Holiday Inn setzt auf Yield-Management und hält die Zimmerpreise flexibel. Die Buchungsplattform der Hotelkette verspricht den günstigsten Internet-Preis. Mit den 144 Zimmern und 11 Tagungsräumen will Emch an den Wochentagen vor allem Businessgäste holen. «An den Wochenenden sprechen wir Familien an, denn jeder Gast bekommt pro Tag einen Gratisetrtritt für das Erlebnissbad.»

Weitere Bilder auf: www.htr.ch/dolce-vita

Starck dekoriert Hotel

172 Zimmer, sieben Etagen und fünf Zimmerkategorien, die preislich zwischen 79 und 299 Euro angesiedelt sind – das neue Urban Resort «Mama Shelter» der Familie Trigano verblüfft. Hat Vater Gilbert den Club-Urlaub erfunden, so will Sohn Serge mit den Enkeln Benjamin und Jérémy für den Citytraveler neue Zeichen setzen.

Im Nordosten von Paris gegenüber der In-Discothek «Flèche d'Or» angesiedelt, wurde das Haus

von Philippe Starck dekoriert, und der Philosoph Cyril Aouizérate gab nicht nur theoretische Schützenhilfe. Er hat direkte Verbindungen zum Pariser Bürgermeister Bertrand Delanoë, der in unmittelbarer Nähe ein anspruchsvolles Kultur- und Medienzentrums plant.

Jedes der 17 bis 35 Quadratmeter grossen Zimmer hat eine Küchenecke mit Kaffeemaschine und Mikrowelle, sowie einen iMac mit Radio, TV, DVD und Skype. Die Suite

in der obersten Etage hat eine eigene Terrasse mit Blick über den Pariser Osten. Zur Residenz gehört auch eine Brasserie mit überdimensionaler Table d'hôte, an der die Gäste ihre selbst gewählten Convenience-Gerichte mit Blick auf grosse Videobildschirme verzehren können, falls sie nicht am 4 Meter langen Tischfußball einen Match austragen wollen.

has

www.mamashelter.com

Bunte Suppen aus Berlin

Gemma Michalski hat eine Marktlücke entdeckt und bietet in Berlin fixfertige gekühlte Suppen an. Die Engländerin will bald mehr «Chilled Food» in Bioqualität vertreiben.

PAOLA CAREGA

Fünf Jahre ist es her, da zog Gemma Michalski von London nach Berlin. Die Stadt an der Spree mit ihrem vielen Grün gefiel ihr, nur etwas vermisse die Engländerin schon in den ersten Tagen. In den Supermärkten, stellte Michalski mit Schrecken fest, gab es kein Chilled Food: Fixfertig zubereitete und auf 4 Grad Celsius gekühlte Speisen, die rund 20 Tage haltbar sind.

In England besetzen Fertiggerichte im Kühlregal einen prominenten Platz, das Angebot reicht von Suppen, Salaten und Eintopfergerichten bis zu kompletten Menüs in Bioqualität.

Früher war die Suppenküchen Drehbuchautorin

Das Sortiment in Deutschland dagegen ist weder besonders originell noch gesund und beschränkt sich auf die üblichen Tiefkühlprodukte wie Fertigpizzen. «Eine Zustimmung für anspruchsvolle Kunden

den, die sich auch gesund ernähren möchten, wenn sie keine Zeit zum Kochen haben», sagt Michalski.

Was also tun? Die Mutter von drei Kindern, die ohnehin den Wiedereinstieg ins Berufsleben plante, zögerte nicht lange. Gemma Michalski entwickelte einen Businessplan für ihr eigenes Chilled-Food-Unternehmen. Mit Lebensmitteln hatte sie beruflich bisher nichts zu tun gehabt. Michalski hatte in England unter anderem als Cutterin und Drehbuchautorin gearbeitet und eine Internet-Firma geführt. Um kein allzu grosses Risiko einzugehen, beschloss die Start-up-Unternehmerin, sich zu Beginn auf wenige Suppenvariationen zu beschränken.



«Die Foodbranche Stück für Stück zu erobern, macht mir einfach Spass.»

Gemma Michalski
Suppenherstellerin

«Homemade», also wie selbstgemacht, sollten die Suppen schmecken, das war Michalski wichtig. Weiter sollten sie gehaltvoll sein und trotzdem raffiniert – mit dem gewissen Erwas eben: «Classics with a twist», wie die Engländer dazu sagen. Dass schliesslich sämtliche Zutaten aus Bioanbau stammen sollten, war für die 43-Jährige selbstverständlich.

Zusammenarbeit mit einer Köchin und dem Vater

Mit der befreundeten Köchin und Food-Autorin Ursula Heinzl-



mann stand Michalski eine Expertin zur Seite, die auch die passenden Rezepte entwickelte; als Co-Geschäftsführer stieg ihr Vater ein. Er war es auch, der dem Unternehmen seinen Namen gab – wenn auch unfreiwillig: Eigentlich hatten sich Vater und Tochter für ihr Label auf die englische Höflichkeitsfloskel «Say Please» geeinigt.

Linsen mit Chili und Aprikosen

Das Angebot von «Yes Please» umfasst derzeit sechs Suppen – alle tragen sie das EU-Biosiegel. Unter anderem gibt es eine gelbe Linsensuppe mit Chili und getrockneten Aprikosen, eine Rote-Bete-Suppe mit dem passenden Namen «I love Pink» und eine Tomatensuppe mit Honig. Zu den saisonalen Kreationen gehören etwa «Mais mit Kokosmilch und Zitronengras» und eine Variation mit Sommergemüse», erläutert die Chef.

Alle Suppen würden auf der Basis von Gemüse und Wasser hergestellt, auf Fonds oder Brühe werde bewusst verzichtet, erzählt sie weiter. «Yes Please» hat in Berlin in nur knapp einem Jahr eine Marktlücke erobert. «Es funktioniert wunder-

bar», sagt Michalski und scheint darüber fast selber ein wenig erstaunt zu sein.

Die Quereinsteigerin beliefert inzwischen nicht nur zahlreiche Bio-Supermärkte in Berlin, sondern hat es auch in die Gourmetabteilungen nobler Kaufhäuser geschafft. So gibt es die 550-Milliliter-Becher in den Galeries Lafayette und im KaDeWe. Und im Februar gehörten die bunten Suppen zum Catering-Angebot des Internationalen Film-

festivals «Berlinale».

Nachkochen ist erwünscht

Für die Verpackung, die von der Londoner Agentur Williams Murray Hamm kreiert wurde, hat das Unternehmen kürzlich den Designpreis des Internationalen Forums Hannover gewonnen. Der Erfolg indes ist Michalski, deren Büro in einem char-



Manchmal rührt sie selber in der Pfanne: Gemma Michalski beim Hersteller ihrer Suppen in West Sussex.

Fakten Die Berliner Suppenfirma in Zahlen

Unternehmung: Die Yes Please Foods GmbH hat ihren Sitz an der Fasanenstrasse 72 in Berlin. Sie beschäftigt fünf Festangestellte und drei Teilzeitarbeiter auf Minijobbasis.

Angebot: Sechs Suppen sind im Basissortiment, hinzu kommen jeweils mehrere saisonale Kreationen. Preis pro Becher: ab 4,95 Euro. Die Firma gibt ihren Umsatz nicht bekannt.

Tage per Lastwagen nach Deutschland. «Ökologisch natürlich ein Unsinn», räumt die Unternehmerin ein, die Mitglied bei der weltweiten Vereinigung «Slow Food» ist.

Doch die Grossproduktion von Chilled Food stecke in Deutschland noch in den Kinderschuhen, entsprechend seien Industrieküchen nicht darauf eingestellt. «Ohne die Zugabe von Haltbarkeitsstoffen oder Geschmacksverstärker wollte niemand produzieren», sagt Michalski. Mit ihrer eigenen Manufaktur, freut sie sich schon jetzt, sei es dann nur ein kleiner Schritt, das Angebot über Suppen hinaus auszuweiten.

www.yesplease.de

Das Mysterium der Clubs



Sarah's

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

Man weiss es, mit 99-prozentiger Sicherheit trifft man verspätet ein, wenn man die Londoner Untergrundbahn benutzt. Darauf kann man sich verlassen. Der Satz: «Wie müssen Sie leider darüber informieren, dass es auf allen Linien in jeweilige Richtungen Verspätungen gibt» tönt täglich durch die windgepeitschten Tunneln. Wenn man aber einmal in hundert Fällen lieber nicht pünktlich eintreffen möchte, beginnt alles wie am Schnürchen zu laufen.

Warum haben die nicht bis Olympia 2012 gewartet mit ihrer Effizienz? Ich schleppte mich die Shaftesbury Avenue hinunter, steige ein paar Treppenstufen empor, so langsam wie es geht, aber trotzdem bin ich zu früh. Jetzt bleibt mir viel zu viel Zeit um wartend auf einem Blümchenkissen zu sitzen, das seine besten Tage zur Zeit von Königin Elisabeths Krönungsfeier hatte, und

zu überlegen, warum in aller Welt man in England seine privaten Clubs so schätzt.

Ich bin in einer Familie aufgewachsen, wo der Ausdruck «soziale Gleichheit» oft zitiert wurde. Deshalb halte ich mich von Einrichtungen fern, die das Wort «Club» im Namen tragen. Aber mein Freund, das Club-Mitglied, lehnte alle anderen Treffpunkte ab. Die British Library war ihm zu stickig, das British Museum zu betriebsam, die Parks zu zugig und die Pubs zu lärmig. So sitze ich jetzt in diesem pseudo-viktorianischen Salon, der stickig, betriebsam, zugig und lärmig zugleich ist.

Es ist mir unerklärlich, warum in diesen schwierigen Zeiten so viele Leute fröhlich

grosse Summen dafür ausgeben, auf pumpeigenen Chintz-Sofas in ungeheizten Räumen zu sitzen, wenn sie dasselbe fast überall in England kostenlos tun könnten. Draussen prasselt Septemberregen, drinnen rasseln Dutzende von Frauen namens Daisy oder Poppy bewundernswert rücksichtslos mit ihren Blackberrys und den Designer-Handtaschen herum.

Ich bin dabei eine Theorie darüber zu formulieren, warum Männer, die sich in Künstlerkreisen bewegen, Glatzen rasieren, als mein Freund – schwitzend und sich entschuldigend eintrifft. Er ist der einzige Mann im Raum mit Haaren auf dem Kopf und sieht so gekräuselt aus wie eine Bluse der ganz jungen Prinzessin Diana. Er wollte durch die Bibliothek eintreten, sagt er, aber sein Code wurde abgelehnt. Der kahlgeschorene Werbefritze, der uns schamlos belauscht und gleichzeitig die ganze Welt auf sein iPhone runtergeladen hat, erzählt uns, dass auch ihm der Zugang zu den Archiven zweier Herrenmagazine verweigert worden war.

«Vielleicht ist es, weil die Untergrundbahn heute ohne Verspätung fährt», schlage ich vor. Es leuchtet mir ein, dass nicht alles in London gleichentags reibungslos funktionieren kann. Mein Freund murmelt, es sei wahrscheinlicher, dass der Club Angehörige des gemeinen Volkes hereingelassen habe und deshalb die Codes ändern musste. «Wie wäre

es mit einem besänftigenden Mix aus Ingwer, Karottensaft und kaltem Tee», frage ich, obwohl ich eigentlich finde, dass dieser Mix grauslich tönt. Mein Freund ruft eine der unzähligen Kellnerinnen herbei – alle haben rotes Haar, milchweisse Haut, schlanke, fohlenhafte Knie und ein Model-Portfolio – «das Übliche» bestellt er.

Zurück von der nach L'Occitane riechenden Toilette fühle ich sofort, dass etwas nicht stimmt. Mein Freund macht sich zum Aufbruch bereit. «Sie erinnern sich nicht einmal daran, was ich üblicherweise trinke, was soll denn das?», schreibt er. Ich erzähle ihm, dass ich einen viel besseren Club kenne: meine Stammbarr in Berlin. Die Barmänner dort erinnern sich immer daran, was die Stammgäste trinken, man braucht keinen Code, um Zugang zum Zeitschriftenstand zu bekommen, und es wird auch keine Anstrengung unternommen, um das gemeine Volk draussen zu behalten – es ist schon drinnen.

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



Fotola

REKLAME

Valentine's
Fritosen Teilermärkte Teilermärkte
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

St. Gallen verfällt den lukullischen Genüssen

Nicht genug, dass die Stadt am 20. September ihren St. Galler Genusstag zelebriert - sie wird auch zur «Stadt der Genüsse 2008» erkoren. Und dies im Beisein illustrierter Gäste wie Bundesrat Hans-Rudolf Merz. Genussinseln, Marktstände, eine Genussarena mit bekannten Köchen oder das Genussmobil sensibilisieren die Besucher für den Reichtum regionaler Produkte. br

www.stgaller-genusstag.ch

100 Jahre George Nelson: Design in Weil am Rhein



ZVG

Das Vitra Design Museum zeigt bis März 2009 erstmals umfassend George Nelsons Werk. Möbel stehen im Mittelpunkt der Retrospektive. Nelson prägte als Architekt, Autor, Designer und Lehrer das Design des 20. Jahrhunderts und leistete für Möbelhersteller Herman Miller Pionierarbeit im Corporate Design. br

www.design-museum.de

Der 26. September ist der Tag des Apfels

Der Apfel ist die am meisten gegessene Frucht in der Schweiz. Zu seinen Ehren verteilen die Obstproduzenten am Freitag, dem 26. September, an 30 Bahnhöfen und öffentlichen Plätzen Gratisäpfel und heben die gesundheitlichen Vorteile dieses natürlichen Powersnacks hervor. An einem Wettbewerb gibt es als Hauptpreis Schweizer Obst im Wert von 500 Franken zu gewinnen. Der Tag des Apfels findet bereits zum 16. Mal statt. rd

www.swissfruit.ch

Butter frisst Löcher in Plakatwände



ZVG

In Zusammenarbeit mit APG und Clear Channel Plakanda GmbH startete Floralp ihre neue Kampagne mit 800 Plakatstellen schweizweit. Sechzig davon wirken dreidimensional in sieben grossen Städten: Sie zeigen die zurückgebliebene Rinde einer Brotscheibe, die einst mit Butter bestrichen war. Ein effektives Loch in der Plakatwand macht die Kampagne zum visuellen Erlebnis und die fehlende Butter begehrenswert. br

ANZEIGE



Joachim Barmwoldt

Baustelle «Moscow-City»: Das Büroviertel entsteht vier Kilometer vom Kreml entfernt, am Ufer des Moskwa-Flusses.



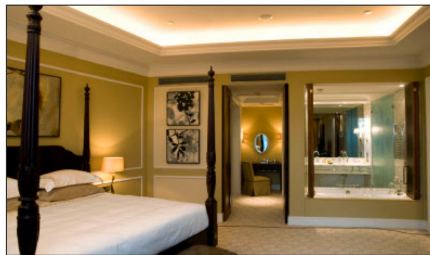
ZVG

Der Federation Complex im Modell.

Moskau überflügelt andere Metropolen

Suiten-Träume im höchsten Wolkenkratzer Europas in Moskau: Das neue Hotel Hyatt Residences & Spa beflügelt den Luxuswettbewerb in der russischen Metropole.

JOACHIM BARMWOLDT



ZVG

Eine der mindestens 92 Quadratmeter grossen Suiten im Moskauer «Grand Hyatt».

T eure Maybach-Limousinen, 250 Quadratmeter grosse Suiten und ein spektakuläres Ambiente in Europas grösstem Wolkenkratzer, dem 506 Meter hohen Federation Complex in Moskau: Mit solchen Bonbons beflügelt das neue Grand Hyatt Residences & Spa den Wettbewerb zwischen den Top-hotels der russischen Metropole. Die 18 Suiten des Boutique-Hotels befinden sich auf der 49. und 50. Etage. Eine Übernachtung wird zwischen 2000 und 10 000 US-Dollar kosten. Ende Dezember wird das Soft-Opening beginnen.

Luxus und Prestige sind im wirtschaftlich prosperierenden Moskau sehr angesagt. Deshalb sollen die Gäste des Grand Hyatt Residences & Spa im Maybach chauffiert werden – zum Beispiel gratis vom Flughafen zum Hotel oder vom Hotel zum legendären Kaufhaus GUM am Roten Platz. «Unsere zwei Maybach-Limousinen werden Ende September ausgeliefert», sagt Peter Roth, der aus Berlin stammende General Manager des Boutique-Hotels. So ein Maybach kos-

tet laut Roth etwa 680 000 Euro, aber Hyatt habe einen Spezialpreis ausgehandelt.

Während General Manager Roth für die beiden Wagen jetzt sieben Fahrer mit guten Manieren und Fremdsprachenkenntnissen sucht, will er von Oktober an die übrige Hotelmannschaft einstellen. Insgesamt benötigt er rund 250 Angestellte, um eine perfekte Betreuung in den 92 bis 250 Quadratmeter grossen Suiten zu gewährleisten.

Suiten-Deko nach Wunsch

Welche Blumen und Pflanzen bevorzugt der Suitengast? Welche Lagen und Jahrgänge möchte er im Weinkühlschrank seiner Suite vorfinden? Welches Spielzeug wünscht seine Kinder? Und welche Leckerli bekommt sein Hund? Solche Präferenzen ermitteln Roths Mitarbeiterinnen, bevor der Gast überhaupt angereist ist.

Ebenso legen sie die Lieblingszigarren des Gastes in den Humidor, und sie besorgen genau die Musik und jene DVDs, die sie oder er mag. Dank E-Mail können Gäste auch vorab Fotos von ihrer Partnerin oder dem Partner, ihren Kindern und weiteren Familienangehörigen schicken: Roths Mitarbeiterinnen stecken sie in Bilderrahmen, die in der bestellten Suite auf Ti-

schen stehen und die Wände schmücken.

Privatkoch richtet das Abendessen an

«Abendessen im hoteleigenen Restaurant auf der 62. Etage mit Aussicht auf Moskau? Oder doch lieber ein komplettes Geschäfts-



«Ein komplettes Geschäftsessen in der eigenen Suite? Das ist bei uns kein Problem.»

Peter Roth
Generaldirektor «Hyatt» Moskau

bei dem es zum Beispiel Filetsteak für 50 Euro gibt, macht das insgesamt 500 Euro für das Abendessen in der Suite», rechnet Roth vor.

Genauso in die Suiten kommen laut Roth auch Dienstleistungen des hoteleigenen Spas, das sich mit seinen Behandlungsräumen, Dampfbädern, Saunen, Pools und Fitnessräumen über die 60. und 61. Etage erstreckt. Ausserdem schliesst das Grand Hyatt Residences & Spa Partnerschaften mit externen Dienstleistern – so mit den besten Hundecoiffeuren und den besten Floristen von Moskau. «Dann können die Gäste ihre vierbeinigen Lieblinge entweder in der



ZVG

Auch vom Badezimmer aus hat man beste Aussicht.

Der Ansporn für die Mitbewerber ist riesig

Roths angekündigtes Service-Feuerwerk beschäftigt auch die benachbarten Luxus-hotels: Wie wollen Swissôtel Krasnye Holmy, Ritz-Carlton Moscow und das Hotel Baltichug Kempinski da mithalten?

Oliver Eller, General Manager des Moskauer Ritz-Carlton, nimmt die Herausforderung sportlich an: Er lässt gleich mehrere neue Extradienstleistungen für seine Suitengäste vorbereiten. So soll ein Sommelier verschiedene Weine nach Vorlieben des Gastes aussuchen und in der Suite bereitstellen.

«Ausserdem bekommt der Suitengast in Zukunft einen Bademantel mit seinen Initialen; im hauseigenen Spa darf er die VIP-Umkleidekabine nutzen, und im Restaurant ist für ihn ein VIP-Tisch reserviert», zählt die Marketing-Expertin Irina Danilowa vom Moskauer Ritz-Carlton auf. Darüber hinaus sollen Suitengäste einen Laptop und einen iPod für die Dauer ihres Aufenthalts im Ritz-Carlton erhalten.

Neue Wein-Vitrinen und gratis Humidore

Auch das Moskauer Swissôtel Krasnye Holmy hat seinen Service für Suitengäste jetzt noch einmal

verbessert. «Wir haben in der Präsidenten-Suite eine Wein-Vitrine einbauen lassen, in der mehr als 40 exklusive Weine gekühlt lagern», sagt Hotelprecherin Beatrice Davis. Darüber hinaus finden laut Davis alle Suitengäste schon bei der Ankunft Kaviar und Champagner in ihren Räumlichkeiten vor.

Der Limousinen-Service mit einem BMW 740i sei kostenlos; das Hotel führe auch ein Verzeichnis mit den Lieblingsblumen der Suiten-Stammgäste. Und sie können in einen bereitliegenden Bademantel schlüpfen, der mit ihrem Namen bestickt ist. «Als Geschenk», ergänzt Davis, «erhalten Suitengäste einen Zigarren-Humidor.»

BMW statt Maybach und Köche auf Abruf

«Das Hotel Baltichug Kempinski kann bei den Serviceleistungen durchaus mithalten, auch wenn es keinen Maybach, sondern einen 7er BMW hat», meint Gianni van Daalen, General Manager des Hotels Baltichug Kempinski. Sein Haus sei allerdings ein Luxushotel und kein Residence House wie das Grand Hyatt Residences & Spa, präzisiert van Daalen.

«Aber auch bei uns stehen Köche zur Verfügung, die Gerichte speziell nach den Anforderungen der Gäste kochen. Diese werden dann nicht in der Residenz, sondern in ihrer Suite oder ihrem privaten Salon serviert», sagt van Daalen. Wegen des neuen Mitbewerbers Grand Hyatt Residences plant er jedoch keine zusätzlichen Dienstleistungen für Suitengäste.

Fakten Das neue Büroviertel in Moskau

Das Hotel Grand Hyatt Residences & Spa gehört der Mirax-Gruppe. Das Hotel ist Teil der neuen «Moscow-City», des Büroviertels, dessen Bau zwölf Milliarden Dollar kostet und vier Kilometer nordwestlich des Kremls am Ufer des Moskwa-Flusses liegt. Die Moskauer Stadtverwaltung und internationale Unternehmen ziehen dort ein. Das Grand Hyatt befindet sich im bereits fertig gestellten, 243 Meter hohen Tower West des Federation Complexes. Nebenan wachsen der 506 Meter hohe Lift-Turm und der 360 Meter hohe Tower East. Gläserne Röhrenbrücken verbinden die drei Türme. Im Tower East, der im Jahre 2010 vollendet sein soll, richtet das Grand Hyatt Moscow weitere 39 Suiten sowie 368 Hotelzimmer ein – für Geschäfts- und Vergnügungsreisende. jb

DIE REINSTE ENTDECKUNG.



Heidiland 
MINERALWASSER

Sanfter Umbau im St. Gotthard

Seit 73 Jahren gibt es sie, die Hummer- und Austernbar in Zürich. Nun wurde sie renoviert. Aber nur gerade so wenig, dass man sich immer noch fühlt wie Gott in Frankreich.

FRANZISKA EGLI

Während andernorts fleissig molekular gekocht oder das Interieur dem Wohnzimmer der Grosseltern nachempfunden wird, bleibt hier alles beim Alten: In der Zürcher Hummer- und

Austernbar, da, wo schon Aga Khan und Cindy Crawford ein- und ausgingen, fand zwar eine sanfte Renovation statt, aber nur eine sanfte. So sanft, dass es sich trotz neuer Bar, neuer Tapete, neuen Stühlen immer noch anfühlt wie gestern und vorgestern, nämlich stilvoll, edel und prächtig.

Sie seien sich bewusst, dass manche Hemmungen hätten, den Ort zu betreten, erklärt Martin Santschi, Manager des Hotels St. Gotthard, wo die legendäre Bar untergebracht ist. Gerade bei den Jungen sei die Hemmschwelle manchmal hoch, beobachtet auch Alexander Manz von der Gruppe Manz Privacy Hotels, zu der das «St. Gotthard» gehört.

Die Kochequipe wird regelmässig von Starkoch Nomicos geachtet

Dieser Schwelle versuchen sie nun entgegenzuwirken, ohne dass

die Bar ihren altertümlichen Touch einbüßen muss: Mit der Entfernung der Balustrade wurde der Raum aufgelockert. Die Bar erstrahlt in rotem Glanz und verfügt neu über einen abgestuften Tresen, so dass nun auch bei ihnen schnell, ungezwungen und zu zweit oder allein an der Bar geluncht werden kann. Geblieben ist das dunkle Täfer, das in der Tat etwas Ehrfurcht einflössen kann, aber nur im ersten



Austern sind in diversen Qualitäten und Grössen erhältlich.



Die Hummerbar-Crew mit Chef de cuisine Filipe Allain (ganz links) und Executive Chef de cuisine Gilbert Schmidt (ganz rechts).



Der Name ist Programm: Nebst Austern gibt's auch Hummer.

Augenblick, danach fühlt man sich nur noch wohl.

Ebenfalls neu ist, dass die Hummerbar-Crew regelmässig vom Franzosen Jean-Louis Nomicos ge-

schult wird, dem Starkoch im 2-Sterne-Restaurant Lasserre in Paris und langjährigen Weggefährten von Alain Ducasse. Seither schwört man an der Bahnhofstrasse 87 beispielsweise auf in asiatischen Bambuskörbchen sanft gegart, statt im Wasserbad zubereiteten Hummer. Zudem leistet sich das Restaurant neu eine eigene Pâtisserie, Emanuele Ronan, die übrigens wie auch der Chef de cuisine Filipe Allain Schüler von Nomicos ist.

Und doch bleibt das traditionelle, französische Restaurant vor allem dem treu, was die Hummer- und Austernbar seit 73 Jahren ausmacht, schliesslich ist der Name

Programm: Nebst Hummer und Austern (in fünf bis sechs Qualitäten und in diversen Grössen) gibt es Fisch und Meeresfrüchte, je nach Saison Kaviar und Trüffel und nur das Beste vom Fleisch.

Austern essen will gelernt sein, mussten auch Manager erfahren

Das klingt nicht nur edel, das ist es, ist sich auch das Team bewusst, und hofft, dass sie mit ihrer professionellen, aber ungezwungenen Art und dem neuen Kleid auch eine jüngere Klientel ansprechen kann. Kommt dazu, dass vieles – und speziell Austern essen – gelernt sein will, findet Santschi, und er erinnert sich bestens, wie er einst in der Bretagne vor der edlen Muschel sass und damals noch sehr froh war, «dass viel Brot und Weisswein auf dem Tisch standen».



Die Balustrade ist weg, und an der Bar kann man neu auch lunchen.

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur: hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Holmeier/eho.

Stellvertreter: Miroslav Halabala/mh.

Redaktion: Theres Lagerberger/rl (Resortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus), Renate Dubachy/d (Resortleitung dolce vita), Miroslav Halabala/mh (Resortleitung carier

français), Franziska Egli/fee, Héliane Koch/hk, Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/lm, Daniel Stampfli/dst, Gudrun Schlenkerz/gsg, Karl Josef Verdinger/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boilat/adb.

Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wollf/rw.

Korrektorat: Paul Le Grand.

Praktikantin: Barbara Roelli/br.

Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: vakant.

Assistentin: Delia Piscopo.

Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobis Wyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,

Beda-Urs Schönenberger, Karin Schwarz.

Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2006/07,

verkaufte Auflage: 10 925; Gratisauflage: 1312;

(Druckauflage: 18 000).

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–,

ISSN: 1424-0440

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.

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN



Unverändert schön: Waschtischunterbau des Programms Central Line.

Jetzt kommt noch mehr trendiger Glanz ins Bad

Umfangreiche Modellauswahl, konsequent geradliniges Design, hohe Funktionalität mit räumlichen Ablageflächen und viel Stauraum: Central Line, eines der erfolgreichsten Badmöbelkonzepte von Villeroy & Boch. Das Unternehmen baut das Bestseller-Programm kontinuierlich um aktuelle Modelle, Farben und Oberflächen aus. Die sehr umfangreiche Modellpalette machte jetzt eine Neustrukturierung möglich. So präsentiert Villeroy & Boch für das Programm Central Line nun zwei Linien: Standard mit den bekannten Oberflächen Weiss, Macassar, Nussbaum und Kirsche und die neue, trandige Linie Fashion mit neuen Farben und Oberflächen.

Central Line Fashion bringt modischen Glanz ins Bad. Durch die beiden hochglänzenden Oberflächen Glossy White und Glossy Black setzen neue markante Akzente bei der Badgestaltung. Trendbewusst und zugleich zeitlos betonen die spiegelblanken Oberflächen das moderne, klare Design von Central Line. Das neue Programm ist wie gemacht für Menschen, die ihr Badezimmer souverän und stilischer gestalten, dabei jedoch nicht auf individuelle Extravaganzen verzichten möchten.

Auch in Sachen Vielfalt wurde das Möbelprogramm Central Line erweitert. Harmonisierten die Möbel bislang perfekt mit den keramischen Waschtischen der Serien Subway, Velvet, Variable und zu den Aufsatzwaschtischen von Loop & Friends, so wurden nun zusätzlich Waschtischunterschänke für die Designmodelle Memento, Metric Art und den neuen Schrankwaschtisch von Loop & Friends entwickelt.

Mit inzwischen insgesamt über 1700 verschiedenen Artikeln ist Central Line ein enorm vielseitiges Möbelprogramm.

www.villeroy-boch.com
info.baederschweiz@villeroy-boch.com
Telefon +41 (0)62 886 38 38

Niemand hat mehr zertifizierte Baristi unter Vertrag

Die Kunden des Kaffeemaschinenherstellers Schaefer werden künftig ausschliesslich von ausgezeichneten Kaffeespezialisten betreut und beraten: Alle Servicetechniker und Vertriebsmitarbeitenden absolvieren bis Ende 2009 die Barista-Zertifizierung der Specialty Coffee Association of Europe (SCAE). Schaefer vermittelt seinen Mitarbeitenden im haus-eigenen Coffee Competence Centre (CCC) sei je fundiertes Kaffeewissen. Jetzt soll diese Kaffeekompetenz mit dem international anerkannten Zertifikat «Basic Barista» von der Specialty Coffee Association of Europe (SCAE) offiziell bescheinigt werden.

Verantwortlich für die Schulung und die Zertifikatsprüfung bei Schaefer ist Barbara Held. Sie ist eine von acht autorisierten SCAE-Trainern in der Schweiz, Vize-Lattart-Schweizermeisterin und seit 2006 Mitarbeiterin von Schaefer. Für die grosse Mehrheit der Zertifikatsabsolventen ist der Prüfungstoff nicht neu, die meisten haben schon Kaf-

feeseminare besucht. Die SCAE-Zertifizierung ist aber weder Alibi-Übung noch Massenabfertigung. Barbara Held leitet bei Schaefer das Coffee Competence Centre (CCC). Dort gibt die Kaffeespezialistin und Betriebsökonomin ihr Wissen nicht nur Mitarbeitenden, sondern auch Kunden, Röstern und anderen Interessierten aus der Gastronomie und der Lebensmittelbranche weiter.

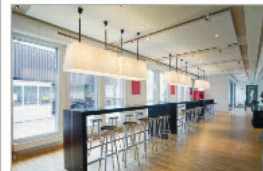
Mit dieser Investition in die Mitarbeiterschulung stützt Schaefer die Kaffeekompetenz noch breiter ab. Der Nutzen für die Kunden: Sie werden ausnahmslos bei jedem Kontakt von einem kompetenten Gesprächspartner beraten, der in allen Fragen rund um die Kaffequalität Auskunft geben kann. Bis Juli 2008 wurden 12 Mitarbeitende zertifiziert, bis Ende 2009 sollen sämtliche der rund 70 Servicetechniker sowie etwa 25 Mitarbeitende aus Marketing, Verkauf, Technischem Support und der Geschäftsleitung das SCAE-Zertifikat erlangen.

www.schaefer.com
peter.althaus@schaefer.com

Nicht nur schnell, auch kostengünstig und individuell

Sie bestellen à la carte? In der Gastronomie ist Individualität gefragt. So entscheiden nicht zuletzt die Räumlichkeiten darüber, ob sich die Gäste wohl fühlen. Das Gleiche gilt für die Kunden der Kifa AG: A la carte statt Einheitsmüll. Gebaut wird nach den

Bedürfnissen und dem individuellen Geschmack der Bauherren – Estrawünsche inklusive. Bauen à la carte muss nicht teuer sein. Im Holzsystembau erstellte Räume bieten ungeahnte gestal-



Konzepte für Kantinen, Kundenbistros Aufenthalts- und Mannschaftsräume, Hotelzimmer: Innenausbau aus einer Hand.



Konzepte für Kantinen, Kundenbistros Aufenthalts- und Mannschaftsräume, Hotelzimmer: Innenausbau aus einer Hand.

terische Möglichkeiten – und das zu einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis.

Es kommen mehr Gäste als geplant? Die Umsetzungsmöglichkeiten sind so vielfältig wie die Kundenwünsche: Ein Restaurant soll erweitert und mit flexibel abtrennbaren Konferenzräumen ausgestattet werden, die Bettenkapazität durch einen Anbau gesteigert werden, die Mitarbeiter brauchen eine Kantine und einen Aufenthaltsraum, ein Kundenbistro muss her. Der Spezialist aus dem Thugau realisiert die unterschiedlichsten Gastro-Projekte.

Sie haben es sich anders überlegt? Der Kifa-Holzsystembau ist äusserst flexibel. Es bleibt genug Spielraum für Veränderungen. Selbst ein Standortwechsel ist kein Problem. Einer der massgeblichen Vorteile des Systembaus liegt darin, dass komplette Bauten nachträglich umplatziert werden können. War alles zu Ihrer Zufriedenheit? Das beste Menü ist nur halb so gut, wenn der Service nicht stimmt. Bei Kifa wird jedes Gastro-Projekt von der Planung bis zur Schlüsselübergabe individuell und fachkundig betreut. Es entstehen Gesamtlösungen, die dem Kunden den höchstmöglichen Nutzen bringen.

Sie haben es eilig? Wartet ein Gast zu lange auf ein Essen, kommt er vielleicht nie wieder. Mit Kifa-Holzsystembauten kann in Rekordzeit auf Engpässe reagiert werden. In der grossen, modernen Montagehalle werden die Bauteile vorgefertigt und grösstenteils bereits montiert. Die fertigen Module kommen auf den Bauplatz und werden fachmännisch zusammengesetzt. Ein Tag – ein Gebäude. Investitionen können schnell genutzt werden. Der Systembau ist leistungsfähig – in puncto Individualität, Terminierung und Einsatzmöglichkeiten.

Kifa AG
Châtelstrasse 5, 8355 Aadorf
Tel. +41 (0)52 368 41 21
www.kifa.ch

Sie ist klein, leicht und flink und macht gründlich sauber

Wischmopp und Eimer für die Unterhaltsreinigung von Sanitär-, Verkaufs- und Gasträumen haben Konkurrenz bekommen. Schneller, gründlicher und hygienischer wird mit der neuen Scheuersaugmaschine BR 30/4 C von Kärcher geputzt. Das Gerät arbeitet mit Walzenbürste und rechnet sich schon für Hartflächen ab rund 20 m². Der Anpressdruck der Walzenbürste ist zehnmal grösser als bei der manuellen Arbeit. Damit werden selbst Fugen und Feinsteinzeug mühelos sauber. Die Maschine erledigt in nur einem Arbeitsgang Wasser ausbringen, scheuern und die Wischflotte wieder aufsaugen. Die BR 30/4 C gleicht einem Bünsänger. Sie ist entsprechend wenig und

Sie hilft beim schnellen und gründlichen Reinigen gerne aus: Die BR30/4C von Kärcher.

genauso einfach zu bedienen. Der flachen Bürstkopf hat eine Unterfahöhe von nur 7 cm und reinigt auch unter Möbeln.

Kärcher AG
Industriestrasse 16, 8108 Dällikon
Infoline: 0844 850 883
www.kaecher.ch

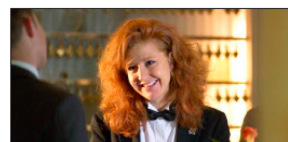


Degustieren bis das Zertifikat erreicht ist: Mitarbeitende der Firma Schaefer in der Ausbildung.



Valais

Le projet de loi sur le tourisme comporte désormais des critères plus rigoureux.
Page 21



Swiss Deluxe Hotels

L'hôtellerie de luxe rencontre elle aussi des difficultés à trouver du personnel qualifié.
Page 22

Energie: quelles priorités?

Oratrice à l'assemblée des hôteliers valaisans, réunis ce jour à Martigny, Sahar Pasche examine les défis qui attendent la branche dans le domaine de l'énergie.

MIROSLAW HALABA

En 2009, le marché de l'électricité sera libéralisé. Que peut faire un hôtelier pour tirer le meilleur profit de cette nouvelle situation?

Il doit analyser en profondeur sa consommation et définir la manière dont il peut l'optimiser, car les distributeurs avec lesquels il devra négocier ses tarifs sont sensibles à ce type d'initiatives. Ce qu'il ne doit, en revanche, pas faire, c'est d'annoncer son intention de quitter son distributeur avant de s'être renseigné sur les tarifs existants ailleurs. Une fois informé de ces intentions, ce dernier ne sera plus tenu à garder les tarifs pratiqués jusque-là.

Comment se porte le «benchmarking» économies d'énergie initié par l'hôtellerie vaudoise et dont vous accompagnez les travaux?

Sahar Pasche Une spécialiste des questions d'énergie

Sahar Pasche est docteur en sciences physique de l'EPFL et directrice de la société de consulting en énergie ECOST à Epalinges (VD). Elle accompagne, depuis sa création en 2004, le «benchmarking» d'Hôtellerie vaudoise lié à l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC). Elle a été invitée par l'Association hôtelière du Valais, qui se réunit ce jeudi en assemblée générale à Martigny, pour présenter l'activité du groupe d'hôtels vaudois et dont l'exemple pourrait être repris dans le canton du Valais. mh

Très bien. Nous aurons, cet automne, une des deux réunions annuelles permettant aux participants d'échanger des informations. Depuis ce printemps, qui avait été marqué par la distribution des labels «énergie» de l'AEnEC, quatre hôtels ont rejoint le groupe, portant le nombre de membres à trente-trois. Les Vaudois ont, par ailleurs, fait des émules, puisque l'Association hôtelière du Valais a manifesté son intention de mettre sur pied un groupement analogue dans son canton.

Comment pourraient évoluer les prix de l'énergie au cours des trois prochaines années? Il faut savoir que le prix du pétrole dépend énormément, aujourd'hui, de la situation géopolitique internationale. Ce prix est aussi influencé par l'aug-

«Une réduction du coût global de l'énergie peut être obtenue presque sans effort par une bonne gestion.»

mentation de la population mondiale, ce qui a pour effet d'accroître les besoins. Une hausse des coûts de l'énergie est donc plausible. La Suisse n'est pas directement dépendante du pétrole pour son électricité, mais sa consommation électrique ne fait qu'augmenter entre 1,7% et 2% par année. Ce phénomène pousse la production interne à ses limites, obligeant notre pays à acheter de l'électricité sur le marché européen qui est de provenance pétrolière.

Si un hôtelier veut maîtriser ses coûts de l'énergie, que doit-il faire en priorité? Il doit mettre en place une comptabilité énergétique afin de déterminer comment se répartissent les coûts. Il doit ensuite se demander si ces coûts sont en adéquation avec l'occupation de l'hôtel. Et, finalement, il doit examiner les moyens de réduire sa consommation, en prenant, toutefois, garde de ne pas toucher à la prestation.

Avez-vous un exemple d'économies possibles?

Oui, combien de fois ai-je vu des salons allumés, mais vides, où la climatisation et le chauffage fonctionnaient en parallèle. C'est du gaspillage pur et simple qui peut contribuer à l'inconfort du client. On peut aussi parler des couloirs qui sont éclairés



Alain D. Bollat

Une manière d'économiser l'électricité dans un hôtel est d'éteindre la lumière dans les salons non occupés, suggère Sahar Pasche.

en permanence, alors qu'il est possible de les équiper de détecteurs de mouvements. Il en va de même avec les ascenseurs. Je citerais encore l'exemple classique de la cuisine, à l'origine d'environ 30% de l'énergie globale de l'hôtel et dont les plaques électriques brûlent du matin au soir. Ceci accroît la température de la cuisine qui a, alors, besoin d'être ventilée. On constate toutefois que l'emploi de plaques à induction tend à devenir plus fréquent. Une autre source d'économie est la récupération de chaleur.

Au vu des développements technologiques, quel est le type de chauffage qui s'avère le mieux adapté à l'exploitation d'un hôtel?

Je crois qu'avant de réfléchir sur le type de chauffage, il faut, une fois de plus, se demander comment réduire la consommation

d'énergie. Ces questions amènent alors l'hôtelier à penser à l'isolation du bâtiment. Pour le reste, je dirais que toutes les énergies se valent, mis à part l'électricité qui est interdite pour le chauffage dans la plupart des cantons. Il faut, en fait, voir de cas en cas. Ce qui est certain, c'est que le coût de l'énergie solaire ne risque pas d'augmenter. Il convient, ici aussi, de tenir compte de la situation de l'hôtel, de son orientation, de ses besoins.



«L'hôtelier doit, avant toute chose, analyser en profondeur sa consommation d'énergie.»

Sahar Pasche
Directrice de la société ECOST

Il n'y a donc pas de chauffage type?

Non, il faut principalement songer à diminuer sa consommation d'énergie. Une réduction du coût global de l'énergie de 10 à 15% peut être obtenue quasiment sans effort par une bonne gestion. Un réglage adéquat de la climatisation ou du chauffage, par exemple. On notera encore que l'amélioration de l'enve-

loppe thermique d'un bâtiment permet de réduire entre 30 et 70% sa facture de chauffage.

Les hôteliers ont-ils une conscience élevée de la nécessité d'économiser l'énergie? Cela dépend des hôtels. Dans les établissements membres du «benchmarking» vaudois, ce niveau de conscience est relativement élevé. Pour les autres hôtels, on constate qu'il est plus

grand dans les petits que les grands. Il est cependant globalement inférieur à celui des entreprises industrielles où la consommation d'énergie est plus élevée. En fait, tout dépend de la direction. Si elle est sensibilisée aux questions énergétiques, tout suit, quelle que soit la taille de l'entreprise.

Pour s'informer: www.hotelpower.ch; www.crde.ch; www.topten.ch

Quelques fausses bonnes idées

Pour Sahar Pasche, il y a, dans le domaine des économies d'énergie plusieurs fausses bonnes idées qu'il conviendrait d'abandonner.

«Les hôteliers qui souhaitent modifier l'enveloppe du bâtiment pensent souvent, en premier lieu, à changer les fenêtres. Or, procéder ainsi sans avoir une ventilation adéquate peut provoquer des moisissures et de la condensation à l'intérieur du bâtiment», dit-elle, par exemple. Une autre fausse idée est, lors de la rénovation des

chambres, de procéder à l'isolation intérieure avant l'isolation extérieure. Cette opération réduit la surface interne de la chambre et crée des ponts froids, notamment entre les étages.

«De nombreux hôtels utilisent aussi de petites ampoules halogènes en croyant faire des économies d'électricité. Or, ces ampoules consomment beaucoup et génèrent passablement de chaleur, ce qui sollicitera alors la ventilation», explique encore Sahar Pasche. mh

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

**Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement**

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

Hoteliersuisse
Suisse Hotel Association

LINGE ÉPONGE

Pour le bien-être de vos invités dans la salle de bain et au Wellness:

standard textile
Suisse Hotel Association

Des lits vides? Faites-le nous savoir!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre «hotel specials» sur www.swiss-hotels.com

hotelieresuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hotelieresuisse.ch

BRITA Professional

OFFENSIVE PROPRETE 2008
www.brita.ch

PURITY 1200 CLEAN & CLEAN EXTRA

Tout un cahier consacré à la dolce vita? Voilà quelque chose d'inédit!

La nouvelle htr hotel revue vous tient encore mieux informé de l'actualité. Présentation remaniée, modification des caractères et nouveau cahier «dolce vita». Plus de couleur, plus d'infos, plus d'extras. Nous vous conseillons de commander votre abonnement dès aujourd'hui: par téléphone au **031 740 97 93** ou par écrit à **abo@htr.ch**.

www.htr.ch

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



Jean-Albert Ferrez: «Dans son élaboration de la nouvelle loi valaisanne sur le tourisme, le législatif a opté pour des critères sans dérogations possibles.»

Swiss-Image

Une loi revue et adaptée

Le législatif valaisan a mis sous toit les structures de sa nouvelle loi sur le tourisme. Le point avec Jean-Albert Ferrez, le président de la commission parlementaire du projet.

EMMANUEL MANZI

La nouvelle loi valaisanne sur le tourisme revêt une telle importance et concerne un si grand nombre de personnes que, lorsqu'elle a été présentée la semaine dernière devant le Grand Conseil, elle a donné lieu à 143 amendements dont 79 concernent l'aspect financier.

Malgré cela, le législatif valaisan est parvenu à mettre sous toit, à une large majorité, les aspects structurels de sa nouvelle loi, renvoyant à une prochaine session son financement. Ainsi, la promotion de l'image du canton dans son en-

semble sera assurée par l'intermédiaire de la nouvelle société Promo Valais avec une enveloppe annuelle de 10 millions de francs. Alors que jusque-là, le canton déboursait deux millions pour la promotion touristique.

Une région devra totaliser au moins 700 000 nuitées par année

On relèvera encore qu'une région touristique sera reconnue devant la loi pour autant qu'elle réalise au moins 700 000 nuitées commerciales par année, qu'elle parvienne à disposer d'un budget marketing de 5 millions de francs et qu'elle puisse se prévaloir d'une marque internationale lui permettant d'attirer les touristes étrangers (40% de l'affluence).

À l'intérieur d'une région, le montant de la nouvelle taxe de base d'hébergement touristique sera perçue auprès de tous les propriétaires de logements à des fins touristiques. Elle sera identique pour toutes les communes d'une région et sera fixée par le conseil municipal. Celui-ci déterminera le facteur de localisation pour chaque lieu géographique. Avec des coefficients de correction liés au type d'hébergement. Et selon la définition de l'ordonnance sur les

constructions qui définit précisément les surfaces touristiques soumises à la taxation.

«Un premier constat», relève Jean-Albert Ferrez, président de la commission du projet, «est que le législatif valaisan a balayé notre

système initial qui laissait aux futures régions une souplesse dans l'appréciation, une marge d'interprétation et des dérogations possibles et a opté pour des critères plus rigoureux, clairs, mesurables et sans dérogations possibles». Un exemple d'application de la nouvelle loi: un regroupement de communes qui réaliserait 680 000 nuitées commerciales et qui demanderait à se constituer en une région touristique verrait sa requête refusée par le Conseil d'Etat, en vertu des 700 000 nuitées préconisées. Alors que, dans la version initiale de la commission, un ensemble de com-

munes qui aurait estimé sa capacité d'accueil à 1,4 million de nuitées aurait pu recevoir l'aval de l'exécutif pour se constituer en une région touristique, puisque n'étant pas loin du potentiel de 1,5 million de nuitées, un nombre jugé par ail-

leurs trop illusoire par plusieurs professionnels.

Est-ce à dire que la commission Ferrez a dû s'astreindre à un important compromis? «Il est vrai qu'en passant de 1,5 million de nuitées potentielles à 700 000 nuitées comptabilisées, nous avons dû revoir nos ambitions à la baisse. Ce qui est impor-

tant», relève Jean-Albert Ferrez, «ce n'est pas tant le nombre de nuitées mais les régions touristiques qui vont effectivement pouvoir se constituer. Or, les regroupements de communes qui semblent s'amorcer en régions touristiques s'avèrent exactement les mêmes,

quelques soient les critères. Car c'est la logique de la topographie qui prévaut et qui devrait engendrer entre neuf et douze régions.»

D'ici à novembre, la commission va étudier le bien-fondé de tous les amendements déposés. «Dans ces propositions de modifications», précise Jean-Albert Ferrez, «nous allons trier celles qui proviennent de personnes qui font une opposition de principe et celles qui émanent de gens qui obtiendraient à condition de tel ou tel changement dans le mode de financement.»

Résidences secondaires plus lourdement taxées

Selon Jean-Albert Ferrez, le système est calibré de manière à maintenir le plus juste équilibre entre les deux principaux pôles de l'hôtellerie et des résidences secondaires. Reste que, globalement, reconnaît-il, les propriétaires de résidences secondaires seront appelés à payer davantage dans le futur. Et le président de la commission de conclure: «Il faut bien trouver quelque part l'argent qui servira l'ensemble de la branche touristique valaisanne à promouvoir ses produits pour être plus attractif sur les marchés internationaux.»



«Le législatif a opté pour des critères clairs, mesurables et plus rigoureux.»

Jean-Albert Ferrez
Président du nouveau projet de loi

Un concours qui a pris de l'ampleur

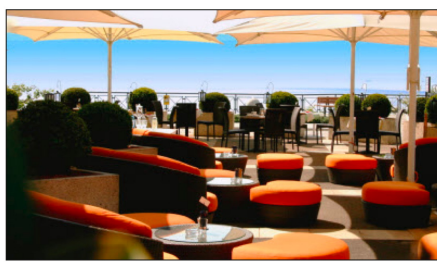
Plus de 4000 personnes ont participé au concours de l'élection de la plus belle terrasse de l'été à Neuchâtel. Ce concours devrait sans doute s'étendre à d'autres cantons.

HÉLÈNE KOCH

C'est la terrasse de l'Hôtel Beau-Rivage, à Neuchâtel, qui a remporté la 3e édition du concours de «la plus belle terrasse de l'été» du canton de Neuchâtel. Le concours a pris une ampleur inédite puisque 4357 personnes ont voté, contre moins de 800 personnes l'an passé. Le Beau-Rivage a ainsi reçu un chèque de 3000 francs à faire valoir sur l'achat de mobilier de terrasse.

Les exigences ont été plus élevées cette année

On relèvera que les exigences du concours se sont encore élevées d'un cran. Lors de la précédente



La terrasse de l'Hôtel Beau-Rivage, à Neuchâtel, a remporté la 3e édition du concours de «la plus belle terrasse de l'été».

édition, les parasols publicitaires étaient encore tolérés pour concourir, pour autant qu'ils arborent un logo discret et n'aient pas de couleurs criardes. Cette année, ce n'était plus le cas. «Chaque année, nous rehaussons un peu le niveau», relève Michel Vuillemin, le président de GastroNeuchâtel. Terminé par exemple, les chaises et tables en

plastiques, encore acceptées lors de la première édition. «Nous avons sortis du concours certains restaurants qui ne répondaient pas au concept», indique Yann Engel, directeur de Tourisme neuchâtelois. Malgré les indications figurant sur le bulletin de vote, certains ont voté pour des terrasses n'ayant pas de qualités particulières au niveau

esthétique, simplement parce que le tenancier est sympa. «Pour cela, il y a le prix de l'accueil qui a été remis ce printemps», glisse Yann Engel. Le prix du jury, un chèque de 1000 francs, est allé à la Ferme des Brandt, à la Chaux-de-Fonds, dont la terrasse est aménagée avec du mobilier en fer forgé. Ce prix est destiné à la fois à récompenser les efforts déjà réalisés et à encourager le tenancier à apporter encore d'autres améliorations. De fait, le restaurant des Plânes, à Couvet, qui avait reçu le prix du jury l'an passé, a connu une augmentation de sa fréquentation.

De plus en plus d'endroits font des efforts

Le concours a aussi un effet d'entraînement: «De plus en plus d'endroits font des efforts, c'est devenu un phénomène de société», relève Claude Borel, président de la commission tourisme et relations de GastroNeuchâtel. Reste un bémol, relèvent les organisateurs du concours, à savoir que le concours

reste pour l'instant avant tout un phénomène centré sur le bas du canton. Les 220 terrasses ayant reçu des suffrages sont en effet situées à 73% sur le littoral neuchâtelois et les votants proviennent aussi pour 56% de cette même région. Aussi, l'an prochain, un effort particulier sera fait dans le haut du canton. Les étudiants qui sont allées sur les terrasses pour distribuer les flyers de vote, par exemple, sillonneront davantage les Montagnes ainsi que le Val-de-Ruz et le Val-de-Travers.

Le concours s'étendra aussi sans doute à d'autres cantons. Un office du tourisme de l'Arc lémanique nous a demandé si nous étions disposés à partager ce concept. Ce qui est le cas bien sûr, indique Yann Engel. Les organisateurs du concours envisagent aussi de donner plus d'importance à la remise du prix l'année prochaine, cela en invitant par exemple de nombreuses personnes à assister à la remise, et pas uniquement la presse.

En bref

Monde

Forte demande pour les hôtels de haut de gamme

La demande internationale pour l'hôtellerie de haut de gamme est forte. Selon un relevé du consultant allemand CHD Expert Group, il y a actuellement, dans le monde, 2570 projets d'hôtels de quatre et de cinq étoiles, ce qui représente une progression par rapport au parc hôtelier existant de 7,1%. Les projets sont particulièrement nombreux en Europe. Huit cent soixante-deux sont annoncés dont 400 en Allemagne, en Autriche et en Suisse. La densité hôtelière étant élevée sur le Vieux Continent, la progression n'atteint que 4%. La plus forte hausse en valeur absolue est constatée au Proche-Orient: 309 projets, soit +21%. mh

Paris: un hôtel économique griffé Starck

Mama Shelter est le nom d'un hôtel économique qui vient de s'ouvrir à Paris. Etablissement trois étoiles de 172 chambres, cet hôtel a été dessiné par le célèbre designer Philippe Starck. Sa décoration est «résolument urbaine», lit-on sur son site. Les tarifs s'échelonnent de 79 euros pour la chambre à 18 m² à 299 euros pour la suite de 38 m². «Le résultat est sophistiqué à souhait, mais pas si économique qu'il y paraît», note une journaliste de Match Voyage, faisant remarquer que le prix d'appel n'est appliqué qu'à la plus petite catégorie de chambres et à certaines dates seulement. mh

Mövenpick: hôtels sous le signe du «swissness»

Les établissements hôteliers gérés par Mövenpick Hotels & Resorts font l'objet d'une nouvelle campagne d'image de marque placée sous le signe du «swissness». Cette campagne, réalisée par l'agence de communication zurichoise Jung von Matt/Limmat, s'articule autour de valeurs «typiquement suisses», telles que la qualité supérieure, l'hospitalité, la fiabilité, la précision et la neutralité. Elle s'adresse aux voyageurs d'affaires et de loisirs. Elle évoque de «façon ciblée» les domaines du service, de la restauration, des conférences, des voyages incentive et des vacances. Le «swissness» est «soutenu» par le drapeau suisse qui relie les messages clés et qui remplace le signe plus. mh

Auberges de jeunesse: labels écologiques



Les Auberges de jeunesse suisses s'approchent de leur objectif qui est de doter, d'ici 2011, toutes les auberges du label écologique de l'Union européenne et du label «Steinbock». Cette année, ce sont onze auberges qui ont ainsi été distinguées jusqu'ici, ce qui porte le nombre à douze sur un total de cinquante-neuf (auberges sous contrat de franchise comprises). Parmi les établissements labellisés, on trouve les auberges romandes du Bémont (JU), de Lausanne et de Montreux. mh

Un marché de l'emploi à sec

La rencontre annuelle des directeurs des ressources humaines (RH) des Swiss Deluxe Hotels a évoqué différents problèmes. Parmi eux, un marché de l'emploi qualifié d'«asséché».

ALEXANDRE NICOLIN

Victor da Cunha, directeur des ressources humaines de l'Hôtel Beau-Rivage de Genève, ne cachait pas sa satisfaction au terme de la réunion annuelle des directeurs de ressources humaines des Swiss Deluxe Hotels qu'il a organisée la semaine dernière à Genève: «Vint-cinq de 37 établissements que comptent les Swiss Deluxe Hotels ont répondu favorablement à notre invitation. C'est un succès». La bonne ambiance qui a régné durant toute la durée de la réunion est allée de pair avec des séances de travail soutenues. En effet, tous ces responsables des ressources humaines ont les mêmes inquiétudes.

Les exigences du personnel sont de plus en plus élevées

L'absence de main-d'œuvre disponible est au cœur de toutes les préoccupations. «Le marché du travail

est asséché», déclare Victor da Cunha. «Afin de pallier à cette situation, nous pensons participer prochainement en Allemagne à des comitès de l'emploi, spécialisés dans la branche».

Beaucoup de gens qualifiés sortent certes des écoles hôtelières mais, désormais, ils dirigent de plus en plus souvent leur carrière vers d'autres voies que celle de l'hôtellerie. «De nombreuses écoles hôtelières deviennent des écoles de management; ce sont désormais des business schools», déplore une participante.

D'autres phénomènes liés à cette pénurie accentuent le problème. Sandrine Couturier, de l'Hôtel Richemont, fait ainsi remarquer que «les postulants aspirent à des salaires élevés, à la possibilité de voyager et veulent des horaires continus, même lorsqu'ils travaillent en cuisine! Par ailleurs, ils désirent désormais pas seulement un poste, mais également de véritables plans de carrières. Or, Swiss Deluxe Hotels est une association et non une chaîne. Il nous est parfois difficile de leur proposer quelque chose qui aille dans ce sens.»

Et la rencontre de se transformer en bourse d'échange à l'emploi improvisée. Certains participants proposent à leurs confrères du personnel. D'autres sont en demande.

Mettre davantage de moyens dans la formation des apprentis

Dans cette période de disette, beaucoup d'espoirs sont placés sur la relève. Nicolas Dévaud, responsable de la formation des apprentis auprès d'hôtels suisses, a rappelé lors de sa présentation que les entreprises doivent mettre davantage de moyens et de volonté dans la formation des apprentis. Mais, la clef d'une formation réussie, c'est que «les apprentis doivent être avant tout considérés comme des personnes à former et non pas comme de la main-d'œuvre standard», précise Victor da Cunha.

On relèvera enfin pour conclure que cette rencontre a été la première de ce genre organisée en Suisse romande. Devant le succès enregistré, elle sera reconduite l'année prochaine, à nouveau en Suisse romande (lire l'encadré ci-contre).



«Le marché du travail est asséché et c'est là l'une de nos principales préoccupations.»

Victor da Cunha
Dir. des RH du Beau-Rivage de Genève



L'hôtellerie de luxe rencontre elle aussi des difficultés à trouver du personnel qualifié.

Beau-Rivage-Palace/Idi

Des rencontres afin de dynamiser les synergies entre les différents membres des Swiss Deluxe Hotels

A l'origine, la mise sur pied de ces rencontres avait été suggérée par les Swiss Deluxe Hotels afin de dynamiser les synergies entre les différents membres de l'association. Mais, jusqu'à cette première rencontre exceptionnelle, l'objectif n'avait été que partiellement atteint. Ex-

ceptionnelle? Oui, pour la première fois, les Romands étaient présents en masse car cette septième rencontre était la première à se tenir en Suisse romande. «Jusqu'à présent, ces rencontres avaient lieu en Suisse alémanique et les Romands n'y venaient tout simplement pas car ils sont un peu

frileux avec l'allemand», déclare Yves Dreyfus, directeur des ressources humaines de l'Hôtel Baur au Lac à Zurich. Mais cette année, les Romands sont venus et y ont même pris goût. Pour preuve, ils ont promis de participer à la prochaine édition qui se tiendra à nouveau en Suisse romande. an

ANNONCE

Einstein serait-il admis? Peut-être...

Il répondrait certainement à nos critères **académiques** rigoureux! Mais à l'**Ecole hôtelière de Lausanne**, la plus prestigieuse école d'affaires au monde pour l'industrie de l'accueil, nous exigeons plus encore que d'excellents résultats: nos étudiants doivent également avoir le talent qui constitue le moteur de cette industrie.

Vous avez l'esprit créatif? Vous êtes rapide, flexible et ouvert d'esprit? Vous savez travailler en équipe? Vous avez le sens de la communication et aimez le contact avec les autres?

Si tel est le cas et que vous avez les aptitudes pour réussir dans un environnement académique exigeant, contactez-nous.

Nous serions ravis de pouvoir vous admettre.



Faites mûrir votre réflexion sur **www.ehl.ch**
CH-1000 Lausanne 25, Suisse
Tél: +41 21 785 11 11, Fax: +41 21 785 11 21
E-mail: admission@ehl.ch

Vins et fromages: du pain béni

Vous voulez être «in» cet automne: proposez une dégustation «vins et fromages». C'est le «hit» vaudois de la Semaine du goût, du 18 au 28 septembre.

PIERRE THOMAS

Même si les occasions abondent (lire l'encadré), rien ne vaut la parole d'un expert. A 58 ans, Jacques Duttweiler a suivi son parcours, d'un alpage du Pays-d'Enhaut jusqu'aux marchés de Vevey et de Lausanne où il tient un banc depuis un peu plus de trente ans, en passant par un élevage de moutons. Son rêve? «J'aimerais ouvrir un bar à fromages et à vins qui conjuguerait les produits de mes amis des deux filières. J'aime savoir qui est derrière chaque meule de fromage, comme derrière chaque bouteille. Aujourd'hui, la moyenne restauration a abandonné le fromage. Seuls de petits restaurateurs passionnés en servent encore du bon. Et les meilleurs sont chez les grands chefs! Paradoxe: à la fin d'un repas gastronomique, c'est, souvent, fromage ou dessert. Toutefois, les grandes tables ont un avantage: elles offrent une vaste carte des vins. Voilà pourquoi, durant la Semaine du goût, Jacques Duttweiler et Louis-Philippe Bovard, «baron» du Dézaley, se retrouvent à la cave, restaurée en pierres sèches, de l'Auberge du Raisin, à Cully, reprise par Peter Hasler, après le décès d'Adolfo Blockbergen.

Jacques Duttweiler et Louis-Philippe Bovard ont expérimenté leur formule de trois vins et de huit

fromages. Ils ne prétendent pas imposer leur solution, mais ouvrir le jeu. Mais, à moins de partir dans toutes les directions, il faut bien donner quelques pistes. Ainsi, un superbe Dézaley Médinette 2000 a vu sa puissance exaltée par le chèvre «Le Sauvage» à pâte dure, plutôt que par un brebis corse qui l'adoucit ou ce puissant raclette de l'alpage de Jorloz, qui le neutralise. Un vin rouge, Cuvée Louis 2005, un rien végétal, fait jeu égal avec un Brillat-Savarin d'anthologie: l'amertume des deux s'annule, exaltant le fruité du vin et même du fromage... A l'inverse, un reblochon met en exergue la verdeur du vin et un Rublot de Rougemont, trop expressif, rend l'accord confus. Un Sauvignon blanc de Villette Buxus 2007, joliment aromatique, dialogue avec un bleu de brebis basque, moelleux et «fort en gueule». D'autres ont préféré ce blanc primesautier sur un somptueux gruyère de deux ans, qui faisait davantage la paire avec le chasselas.

«J'aimerais ouvrir un bar à fromages et à vins qui conjuguerait ces deux produits.»

Jacques Duttweiler
Maître fromager-affineur

Du blanc plutôt que du rouge

Les avis divergents font le charme de l'exercice: on prend un peu de fromage et on goûte tel vin, puis tel autre. Fromage d'abord, vin ensuite, voilà la première règle. Autre axiome, attribué à Frédéric Girardet: plus le gruyère est vieux, plus le chasselas doit être jeune, qui débouche sur une règle que le fromager estime vraie: «80%»: «Quand on veut marier fromages et vins, on tombe presque toujours sur des vins blancs.»

Pourtant, des rouges frais, peu tanniques, comme les pinots noirs suisses, s'accrochent avec des chèvres frais, au grand dam de l'accord régional entre le Sancerre et le crottin de Chavignol! Autres vérités à vérifier: un fromage corsé nécessite un vin corsé; une pâte dure exige un vin blanc qui a fait sa fermentation malolactique et plutôt qu'un vin doux aromatique avec les bleus, préférer

un vin muté, comme dans l'accord classique des Anglais, Stilton avec Porto.

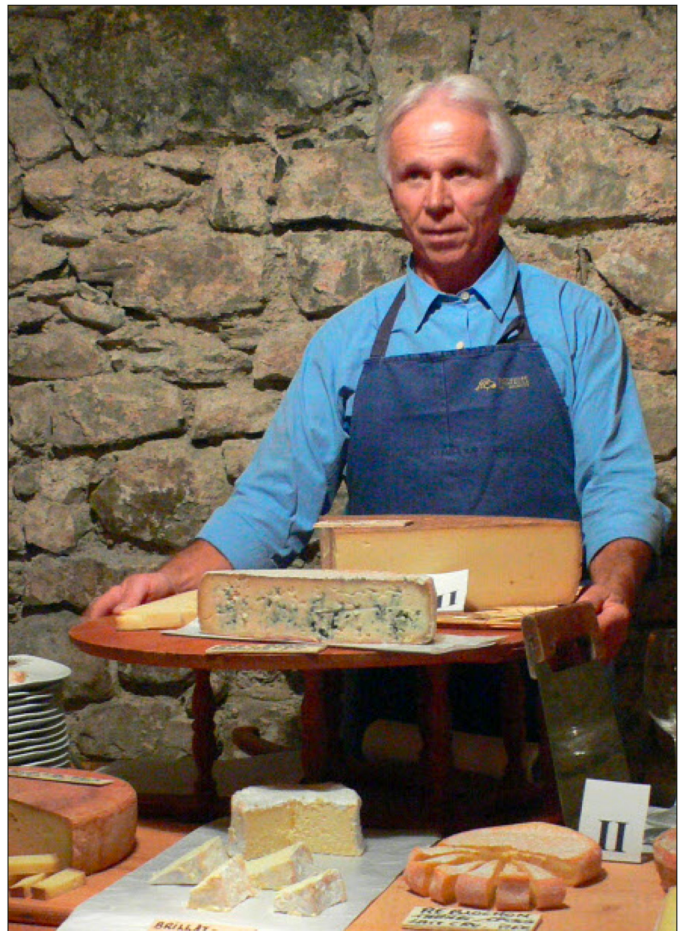
Affineur de fromages, un métier qui se perd

Cebbleu, chez Jacques Duttweiler, vient d'une des fermes du Prince Charles himself... Car le Lausannoise revendique le don de dénicher les meilleurs fromages et de les élever patiemment: «Il reste quelques artisans, producteurs de fromages, mais pratiquement plus d'affineurs. Mon grand-père ne manquait d'ailleurs pas de dire que c'est le fromager qui fait le goût.»

Fidèle au produit, Jacques Duttweiler prescrit des accords fromages et vins seulement «entre grands crus et fromages fermiers». Le concubinage roturier est plus aléatoire, pour ne pas dire contre-nature, entre vins et pâtes de supermarché. Et le combat est le même contre la présure industrielle chez les fromagers et les levures exogènes chez les vignerons, ou le rejet de l'inox, pour fabriquer une meule, comme pour vinifier, au profit du cuivre, en laiterie, et du bois, en œnologie. Tout un programme, une croisade!

Une Neuchâteloise chez Swiss Cheese Marketing

Depuis deux ans, après la faillite de Swiss Wine Communication, Swiss Cheese Marketing est le répondant administratif des vins suisses à l'Office fédéral de l'agriculture. La Neuchâteloise Monique Perrotet vient de rejoindre cette structure afin de préparer les dossiers soumis à Berne. Elle a donc quitté son poste de directrice de la Fédération suisse des vignerons. Elle aura notamment à s'entendre avec Swiss Wine Promotion, qui chapeaute les offices régionaux de promotion, où Jacques-Alphonse Orsat, président de l'Interprofession de la vigne et du vin du Valais, vient de succéder à l'ex-directeur de l'Office des vins vaudois, Robert Crüll. pt



Pierre Thomas

Jacques Duttweiler, un maître fromager-affineur sensible à la combinaison vins et fromages.

En train pour déguster des vins et des fromages

I l y en a qui n'ont pas raté le train. Ainsi, le chemin de fer Lausanne-Echallens-Bercher proposait dimanche passé, le 14 septembre, un voyage à toute vapeur avec dégustation de six vins et de six fromages. Une première!

Durant la huitième Semaine du goût qui démarre jeudi, Jacques Duttweiler et Louis-Philippe Bovard proposent vins et fromages (au prix de 50 francs), du 18 au 26 septembre, tous les soirs, sauf

dimanche et lundi, dans le caveau de l'Auberge du Raisin, à Cully.

Au Château de Lutry, vins vaudois et fromages, le vendredi 19 à 18 h 30 (39 francs) et vins valaisans, le samedi 20. Mardi 23, à 19 h 30, au Lausanne-Moudon, à Lausanne, Chantal Jaquemot, gérante du Verre à Pied local, fera goûter, sous l'égide de l'association AOC-IGP, huit vins et seize fromages suisses (50 francs). Le même soir, à Echichens, le vigneron Raoul Cruchon

mariera ses vins et les fromages de Jacques Duttweiler.

Et toujours durant la Semaine du goût, vendredi 26 septembre, à 19 h 30, fondue, fromages et vins du Vully à la ferme d'Eliane Schnyder, à Granges-Marnand.

L'Ecole-Club Migros Vaud, de son côté, propose trois cours de rattrapage autour de vins et fromages, à Lausanne, Vevey et Yverdon-Bains. Ces cours seront dispensés à partir de cet automne. pt

Gastronomes, vous prendrez bien une bière?

L'image de la bière ne s'accorde guère à la gastronomie. Et pourtant, la bière peut aussi mériter des grandes tables. Rencontre et suggestions avec un spécialiste.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

«Il faudra qu'on parvienne à en finir avec cette image de bibine glacée trop vite bue au coin d'un zinc douteux. Il faut casser l'idée de la bière solitaire. Elle vit. Elle se vit.» A 33 ans, Yan Amstein a le visage mobile de l'enthousiaste et la volubilité du

passionné. Il est directeur de la maison Amstein, le plus grand importateur de bière fondé sur les hauteurs de Vevey, par son père Jacques, il y a 35 ans. C'est dire que la bière, il est tombé dedans quand il était petit. A 12 ans, il brassait sa première cuvée dans la cuisine de ses parents.

«Brevuage du Nord, la bière a un immense effet apéritif. Elle ouvre l'appétit de gens du Nord, plus enclins à la coconaille qu'aux poissons et légumes juste parfumés d'huile d'olive», dit-il, faisant alors le lien avec la gastronomie. Curieuses, ce sont les «Gourmets de Montreux» (une confrérie) qui ont demandé à son père de les initier à l'art de la bière à table. C'est lui qui

s'en est chargé, il y a une dizaine d'années. Et depuis, il est devenu un spécialiste reconnu des accords mets et bière(s).

Yan Amstein propose quelques règles. La première: tout va à la bière et la bière sied à tout. Seule exception pour le spécialiste: le chocolat, encore que, une kriek peut faire l'affaire. Ou encore une bonne bière d'abbaye pour d'autres spécialistes. Car toutes les associations sont permises, «pour autant que la bière serve à soutenir les saveurs d'un plat sans les dominer, qu'elle agisse en complémentarité.»

Deuxième règle: pour réussir un accord met-bière, il faut avoir des notions culinaires et gustatives qui

permettent d'évaluer la bière. Comme le vin, elle se juge à l'œil, au nez et aux saveurs en bouche. L'équilibre doit être recherché entre acidité, amertume (qui ne peut se juger qu'en avalant, raison pour laquelle on ne recraché pas lors d'une dégustation), douceur, persistance en bouche, sans oublier d'établir



«Brevuage du Nord, la bière a un immense effet apéritif.»

Yan Amstein
Importateur de bière veveysan

une gradation des saveurs dans le service: les bières légères avant les plus puissantes. Autre élément important pour Yan Amstein: «Chaque bière mérite son verre. Ce n'est pas uniquement du marketing si les brasseurs en proposent. La forme de leur verre est étudiée pour mettre en valeur leur produit.»

A défaut, complète-t-il, «choisir un verre à cognac ou à bourgogne, ce sont ceux qui mettront le mieux en valeur le nez». Et c'est au restaurateur, au maître d'hôtel, de le faire comprendre à ses hôtes.

De même devrait-il suggérer à ceux que le volume d'une bouteille de bière rebute, de la partager en toute convivialité comme un verre de vin.

Yan Amstein propose quelques associations

Yan Amstein suggère les quelques associations mets-bières suivantes:

- **entrées**: une lager (même pression) à la légère amertume;
- **crustacés et poissons**: «weissbier», bière de froment;
- **les légumes** sont les plus difficiles à associer à la bière, mais une lager légère peut convenir;
- **pour les viandes blanches**: choisir une blonde forte, une bière d'abbaye, par exemple;
- **les viandes rouges** méritent un plus d'audace, avec une brune un peu amère;
- **le gibier et les viandes** en sauce devraient se servir avec une brune très maltée;
- **quant aux fromages**, ils s'accrochent à toutes les bières. Les moines trappistes ne confectionnent-ils pas aussi des fromages!

jje



«Les apprentis ne doivent pas être considérés comme de la main-d'œuvre standard.»

Victor da Cunha (page 22)



La «Route gourmande» a une nouvelle fois attiré beaucoup de monde, dimanche passé, au-dessus de Montreux.

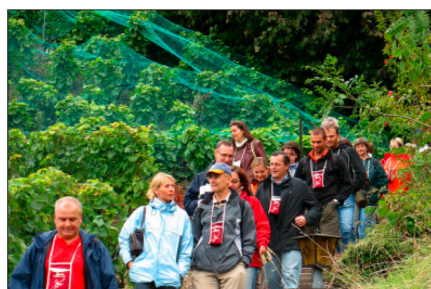
La route des «gourmands»

La 14^e édition de la «Route gourmande» a eu lieu, le week-end dernier, au-dessus de Montreux. Son traditionnel succès n'a une nouvelle fois pas été démenti.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

D e toute évidence, le temps frais n'avait guère découragé les amateurs de balades gastronomiques, dimanche, sur les hauteurs de Montreux. Aucune défection n'a par ailleurs été enregistrée étant donné qu'ils étaient plus de 2400 personnes – soit autant que de personnes inscrites – à participer au plus ancien des parcours gourmands de Suisse romande: la «Route gourmande», organisée par les vignerons de l'appellation Vevey-Montreux, dont c'était la quatrième édition, devenue un des éléments phares d'un genre de plus

en plus prisé. En cinq étapes, tous les participants ont pu y déguster des spécialités vaudoises proposées par des artisans et par des cuisiniers de la région dont, pour la troisième fois, une brigade du Fairmont Montreux-Palace. Au menu de cette édition: le passage obligé du taillé aux greubons, proposé par l'Association des paysannes vaudoises, l'assiette vigneronne d'un grand boucher, les délices de la Confrérie des Potes-au-feu, le feuilleté à la crème de Lavaux, les fromages ainsi que la tarte tatin aux pommes et poivrons rouges d'un confiseur de la Riviera. Chaque étape étant



Plus de 2400 personnes étaient de la partie cette année.

Photos Jean-Jacques Ethenoz



Une fois de plus, fromagers et...



...vignerons ont fait bon ménage.

bien entendu également l'occasion de déguster quelques crus du millésime 2007, une trentaine de spécialités d'une gamme toujours plus étendue dont chacun a pu apprécier la qualité. Sans compter la présence des vénérables confrères des Charrois Gourmands, venus du Beaujolais, à mi-parcours des cinq kilomètres proposés. Le succès de la «Route gourmande» ne se dément donc pas, ce qui ne va cependant pas sans susciter quelques regrets depuis quelques années. En effet, pour des raisons pratiques, il reste malheureusement impossible aux organisateurs de doubler la manifesta-

tion et d'envisager ainsi un tel parcours le samedi. Cela quand bien même que, dès qu'une édition est terminée, les inscriptions pour l'édition suivante sont quasiment complètes.

Chaque année – ce fut encore le cas dimanche –, des hôtes venus en nombre de Suisse alémanique, mais aussi de France, d'Allemagne et d'Italie participent à cet incontournable rendez-vous gourmand de la Riviera vaudoise, souvent imité, jamais égalé assurent ses organisateurs. En proposant des forfaits hébergement, la plupart des hôtels de la région y participent depuis plusieurs années.

D'une langue à l'autre

La formation Tourex a perdu de son importance

À l'ère des études qui donnent lieu à des bachelors et à des masters, la formation Tourex, à savoir la plus haute formation de la branche qui débouche sur le titre d'expert diplômé en tourisme, a perdu de son importance. Le fait que cette formation ne puisse pas être intégrée au système d'enseignement de Bologne ne parle pas en sa faveur. Du coup, ce ne sont que douze étudiants qui suivent actuellement cette formation. Ils n'avaient jamais été aussi peu nombreux. Pour que cet enseignement soit rentable, il faudrait entre 20 et 24 étudiants. La tentative de produire une telle formation également en Suisse romande avait échoué il y a plus de dix ans. Im

Page 11

La formation de confiseur a le vent en poupe

En Suisse, les confiseurs ont toujours bénéficié d'une bonne formation de base. Ils n'avaient cependant jamais eu autant de succès qu'à présent puisque l'équipe nationale vient de remporter la médaille de bronze aux championnats du monde de la spécialité. Avec les luxembourgeois, les ländleris de Bâle et les pierres de Baden, la confiserie suisse dispose de plusieurs produits dont la réputation dépasse les frontières. Aujourd'hui, ce sont environ 300 entreprises artisanales qui engagent des apprentis. La formation, de trois ans, fait à nouveau l'objet d'un «regain d'intérêt», estiment plusieurs confiseurs. Im

Page 13

Berne-Westside: le nouvel Holiday Inn a déjà du succès



Alan D. Bollat

Le nouvel Hôtel Holiday Inn du complexe commercial Berne-Westside qui a vu le jour, comme son nom l'indique, à l'ouest de la ville de Berne, sur un terrain qui enjambe l'autoroute A1 en direction de Morat, connaît déjà du succès. Bien que l'inauguration officielle du complexe n'aura lieu que le 8 octobre, l'Holiday Inn bénéficie déjà d'un taux d'occupation de 40%. Cela s'explique en partie par la session parlementaire et par la rencontre de Coupe d'Europe de football entre Young Boys et Bruges. Im

Page 13

Et encore...

...un article en français dans la partie allemande

La rubrique «Zum Thema», qui permet aux rédacteurs de notre journal de s'exprimer sur un thème librement choisi, accueille dans la partie allemande une contribution de la rédaction francophone. Elle traite cette semaine de la Semaine du goût qui aura lieu dans toute la Suisse du 18 au 28 septembre. Im

Page 5

L'EIT a fait le plein d'élèves

L'Ecole internationale de tourisme (EIT) a ouvert ses portes lundi à Lausanne. Vingt-trois étudiants – une satisfaction – ont débuté leur formation de gestionnaire en tourisme ES.

MIROSLAW HALABA

Directrice de l'école, Hanna Rychener ne cachait pas sa satisfaction lundi à Lausanne, jour d'ouverture de l'antenne romande de l'Ecole internationale de tourisme (EIT). Comme elle l'a expliqué aux participants à la cérémonie d'inauguration, l'école a finalement pu faire le plein d'élèves, effaçant les craintes d'un manque d'effectif encore perceptibles en juillet. Vingt-trois étudiants, soit le maximum, ont ainsi commencé leur formation de gestionnaire en tourisme ES.

Cette formation, rappelons-le, abandonnée par l'Ecole suisse de tourisme à Sierre, a été reprise au vol par l'EIT (htr du 21 août). Elle comprend quatre semestres de formation en classe et deux semestres de stage. La coordination avec le siège de l'école à Zurich sera assurée par Véronique Hermanjat, ancienne directrice de Nyon Région Tourisme. «C'est une formation



C-A. Ramseier (OTV) et Emmauelle Schenk, consultante.



Une nouvelle enseigne à Lausanne.

très importante pour notre branche et nous avons estimé qu'il ne fallait pas qu'elle disparaisse de la Suisse romande», a souligné Hanna Rychener.

Ils étaient plusieurs lundi à saluer l'ouverture de cette école. Ainsi, Gilbert Barbey, représentant de l'Union romande des agences de voyages (URAV), a notamment relevé la situation géographique favorable de l'école, tant sur le plan



Photos Mirosław Halaba

La première volée d'étudiants, dont on voit ici quelques représentants, comprend vingt-trois élèves.



De g. à dr.: Laurent Joye (bluesky) et Gilbert Barbey (membre du comité de l'URAV).

de la Suisse romande qu'à Lausanne. Pour le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, Charles-André Ramseier, la forma-



De g. à dr.: V. Hermanjat et les directrices de l'école, H. Rychener et S. Gilg-Rychener.

tion proposée à l'EIT est «très demandée» et constitue un «complément idéal» à un apprentissage dans la branche touristique.

Les gens

Bains de Saillon: un nouveau responsable



Jean-Michel Rupp (photo) a été nommé à la direction du centre thermal de Saillon par le groupe BOAS, la société d'exploitation des Bains de Saillon SA. Hôtelier diplômé de la SSH, le nouveau directeur a dirigé durant treize ans l'Hôtel des Bains de Saillon. Il remplace Guy-Gérard Mayor.

Alexandre Fricker chez Grass Roots Switzerland SA

Alexandre Fricker, qui avait notamment travaillé pour Suisse Tourisme, est entré, le 1^{er} septembre, au service de la société Grass Roots Switzerland SA en qualité de «Senior Manager Client Services». mh