

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 49

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 09.07.2025

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



Schnarch-Hotel

Ein schnarchender Partner raubt einem den Schlaf – nur im Hotel Belvedere in Grindelwald nicht.
Seite 14

Abstimmung

Die Kampagne für die Abstimmung vom 8. Februar 2009 über die Personenfreizügigkeit ist angelaufen.
Seite 3

Management

Neuro-Linguistisches Programmieren, kurz «NLP», kurbelt Motivation der Mitarbeiter an.
Seite 17

Investitionen

«Man muss geeignete Konstruktionen finden, damit die Partner zusammenkommen.»
Seite 5

Ulrich Prien, Partner, KPMG Real Estate Schweiz



avec cahier français hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 62 Stellenangeboten**

Bringt Krise Geld?



Trotz eigener Krisen-Beteiligung gewisser Schweizer Banken: Das Land zieht neue Hotel- und Resort-Kapitalgeber an.

Die globale Portfolio-Neuordnung der Finanz-Anlagen bringt dem Schweizer Tourismus frisches Kapital. Eine Chance.

KARL JOSEF VERDING

Im Seminarbereich haben wir einen sehr markanten Rückgang, übers Wochenende sind wir fast immer ausgebucht», so Jörg Opprecht, Besitzer des «Lenkerhof alpine resort». Trotzdem bleibt er optimistisch: «Die Schweiz hat wegen verschiedener Faktoren weiteres Entwicklungspotenzial.» Diese Bilanz zog Opprecht aus einer Veranstaltung über die «Renaissance

der Schweizer Hotelimmobilien» am «Real Estate Day» des von der NZZ AG herausgegebenen Magazins «Swiss Equity».

Wer sind die neuen Kapitalgeber? Der starke Schweizer Franken belastet zwar die Nachfrage ausländischer Gäste. Aber der Franken ist eben auch deshalb stark, weil er ein Zeichen für einen sicheren Kapital-Hafen ist, den die Schweiz trotz eigener Krisen-

Beteiligung gewisser Banken wieder darstellt. «Interesse an Hotel-Investments zeigen Personen, die sich stark mit Eigenkapital engagieren können. Das sind vermögende Privatpersonen und teilweise ausländische Unternehmen mit Staatsfonds-Geld im Hintergrund», so Ulrich Prien, Partner bei KPMG Real Estate Schweiz, im Interview.
Seiten 4 und 5

Kommentar

Sozial handeln hat mit Gutmensch nichts zu tun



CHRISTINE KÜNZLER

Ein erfolgreicher Unternehmer trägt soziale Verantwortung. Gerade in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit ist Corporate Social Responsibility besonders wichtig. Sie hat mit Gutmensch nichts zu tun, sie steht für verantwortungsvolles, unternehmerisch nachhaltiges Handeln, von dem die Umwelt, die Mitarbeitenden und der Betrieb profitieren.

Dass in diesem Monat die Stiftung für sozialverantwortliche Wirtschaft aufgelöst worden ist, weil sich zu wenig Unternehmer einer Zertifizierung stellen wollten,

«Hoteliers denken und handeln in den meisten Bereichen verantwortungsvoll.»

gibt zu denken. «Wir haben beigrösen Unternehmen angeklopft», sagt Ueli Sinzig, der Direktor von Aare Seeland Mobil, der im Rat der Stiftung sass. Ohne Erfolg. Die hotel revue hat Hoteliers zu ihrer sozialen Verantwortung befragt. Hier ist die Bilanz positiv: Sie denken und handeln in den meisten Bereichen verantwortungsvoll. Handlungsbedarf besteht noch bei der betrieblichen Gesundheitsprävention. Zwar dürfen die Mitarbeitenden die Wellnessanlage nutzen und haben Zugriff zu frischem Obst und Gemüse, doch in der Unternehmensphilosophie verankert ist die interne Gesundheitsförderung nicht.

Ein gutes Arbeitsklima zu schaffen, lohnt sich, sagen die Hoteliers, die das tun, unisono. In solchen Betrieben arbeiten die Angestellten motivierter, zuverlässiger und mit Spass. Ein gutes Arbeitsklima zählt mehr als hohe Löhne. Vor allem bei jenen Mitarbeitenden, die aus ganzem Herzen Gastgeber sind.
Seite 7 bis 11

Lukrativer Markt

Operation und Erholung in der Schweiz

Patienten aus dem Ausland sollen sich vermehrt in der Schweiz behandeln lassen. Die Exportförderorganisation Osec und Schweiz Tourismus haben den Verein Swisshealth gegründet, um die «Gesundheitsdestination Schweiz» noch viel gezielter zu vermarkten. Angesprochen werden sollen beispielsweise zahlungskräftige Patienten aus China, Indien, Russland oder den Vereinigten Arabischen Emiraten. Eine zentrale Rolle spielt bei diesem «Gesundheitstourismus» auch die Hotellerie. Denn meist reisen die Patienten mit Angehörigen an, die dann in Hotels übernachten. Erfahrungsgemäss bleiben sie rund sieben Tage. **tl/sls Seite 3**

Stage im Hotel

Während drei Tagen als Zimmermädchen im Einsatz



Putzmittel statt PC.

Für drei Tage PC und Redaktionsarbeit mit Putzplappen und -mitteln getauscht: Elsbeth Hobmeier, Chefredaktorin der htr hotel revue, versuchte sich in Form eines kurzen Stages als Zimmermädchen im Romantik Hotel Margna in Sils-Baselgia. In grauweiss gestreiftem Kittelkleid mit weissem Schürzchen hatte sie unter Anleitung von Verica, die seit vielen Jahren im «Margna» als Zimmermädchen arbeitet, die Gästezimmer auf Vordermann zu bringen. Zu ihren Aufgaben gehörte etwa Betten machen, Möbel abstauben, gebrauchte Gläser und Teller abräumen, Abfallkörbe leeren, Bad und WC putzen,

gebrauchte Frotteewäsche auswechseln, Shampoo und Pflegeprodukte nachliefern. Eines ist für die Hotel-Stagiaire aus der htr-Redaktion nun definitiv klar: Zimmermädchen sein, das ist harte Arbeit.

Elsbeth Hobmeier macht mit ihrem Erlebnisbericht den Auftakt zu einer Artikelserie, welche bis Ende März 2009 unter dem Titel «stage im hotel» regelmässig im «dolce vita» erscheinen wird. Denn die ganze Redaktionscrew macht während jeweils drei Tagen ein Hotel-Stage. Dabei sollen möglichst alle Berufe berücksichtigt werden. **dst Seite 13**

www.htr.ch

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



9 771662 334000 49

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.
rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

ADUNO
Alles rund ums bargeldlose Zahlen bei:
www.aduno.ch

HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten
Stampfenlochstrasse 112, CH-8042 Zürich
Tel. 044 346 50 50
htr.ch, htrhorego.ch, www.horego.ch

Glasklar.
Die Software für den totalen Überblick über Lager und Einkauf:
www.fidehotel.ch
fideHotel

BRITA Professional
2008
www.brita.ch
PURITY 1200 CLEAN & CLEAN EXTRA

Aus der Region

Berner Oberland

Lift aufs Jungfrauoch wird nicht gebaut



Auch ohne den Lift sollen Reisen künftig schneller aufs Jungfrauoch gelangen. Dies wird dank moderner Pendelzüge mit höheren Fahrgeschwindigkeiten und einer neuen Kreuzung im Berg möglich. Die Bauzeit beträgt rund sechs Jahre. Die Kosten dafür liegen gemäss Thomas Bieger, VR-Präsident der Jungfrauobahn Holding AG, «deutlich unter 100 Millionen Franken». Nach dem Umbau sollen täglich 6000 Personen aufs Joch reisen können, heute liegt die Kapazität bei 4400. tl/sda

Schneezug direkt von Bern nach Zweisimmen

Der Schneezug «White Bull», eine Kooperation der BLS AG und Gstaad Mountain Rides, bringt ab 14. Dezember 2008 die Wintersportler erstmals direkt von Bern Weissenbühl via Gürbetal nach Zweisimmen zur Talstation der Rinderbergbahn. Der Zug verfügt über einen Railbar-Service mit Getränken und Snacks aus dem neuen «plan-b»-Sortiment von Coop. Jeder Fahrgast erhält einen exklusiven «White-Bull-Bag» mit nützlichen Utensilien für den Pistenitag. Die Zug-Crew verkauft bereits im Zug Skipässe. Vergünstigte Park & Ride-Möglichkeiten bestehen in Wabern und Spiez. gsg

Mittelland

Stadt Bern hilft den Betreibern von Strassencafés



Die Stadt Bern bietet den Gastrobetreibern an, die Baugesuche für Strassencafés zusammenzufassen und gemeinsam einzureichen. Dies halte den administrativen Aufwand für alle Beteiligten in Grenzen, erklärte Regierungsratsstatthalterin Regula Mader. Nötig ist die Aktion, weil das Bundesgericht im vergangenen August befand, für das Einrichten einer Aussenbestuhlung sei eine Baubewilligung notwendig. tl/sda

4-Sterne-Hotel beim Schössli Ipsach geplant

Direkt neben dem Hotel und Restaurant Schössli in Ipsach bei Biel soll für 25 Millionen Franken ein Geschäftshotel mit 100 Zimmern, Restaurant, Fitnesszentrum und zahlreichen Seminarräumen entstehen. Für das Bauprojekt sei bereits eine Voranfrage bei der Gemeinde eingereicht worden, erklärte René Kurz, Mitinhaber des «Schössli» Ipsach und Projektinitiant, vor den Medien. Das neue Hotel soll von einer internationalen Hotelkette betrieben werden. Gespräche seien im Gang. tl

Politik. Abstimmungen. Der Souverän hatte über zwei für das Gastgewerbe relevante eidgenössische Initiativen sowie kantonale und lokale Vorlagen zu befinden.

Argumente zogen zu wenig

Eine Niederlage und ein Sieg: Das ist das Fazit der eidgenössischen Abstimmungen aus der Sicht des Gastgewerbes.

DANIEL STAMPFLI

Das Engagement von hotelleriessuisse im Abstimmungskampf in Sachen Verbandsbeschwerderecht wurde nicht entsprechend belohnt. Die Initiative mit dem Titel «Verbandsbeschwerderecht: Schluss mit der Verhinderungspolitik» wurde vom Schweizer Stimmvolk mit 66 Prozent Anteil Nein-Stimmen abgelehnt. Entsprechend enttäuscht äussert sich Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriessuisse: «Offensichtlich ist es uns nicht gelungen, darzustellen, dass es nicht um eine Abschaf-

fung, sondern um eine Einschränkung des Verbandsbeschwerderechts als ein Sonderrecht ging. Ebenso gelang es nicht, glaubhaft darzulegen, dass die Umweltverbände eine Macht erlangt haben, welche sie teilweise nicht richtig und dosiert einsetzen und damit Arbeitsplätze gefährden.» Enttäuschend sei nicht nur die Niederlage, sondern vor allem auch deren Deutlichkeit. «Unabhängig von der Niederlage ist aber, dass wir für die richtige Sache gekämpft haben», so Brentel.

Einschlägige Erfahrungen mit den Umweltverbänden hat Arosa gemacht. Die Verbände haben gleich zwei touristische Projekte blockiert. Ge-

satzurteil zu erwirken. «Wenn Pro

Natura damit durchkommt, wird nie mehr ein Restaurant auf einem Gipfel gebaut werden können», so Schwarzenbach.

Freuen kann sich das Gastgewerbe hingegen über den Ausgang bei der AHV-Initiative. Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftsförderung und Sozialpolitik bei hotelleriessuisse: «Wir begrüssen die Ablehnung der Initiative. Die Senkung des Rentalters hätte eine finanzielle Mehrbelastung zur Folge gehabt, welche Arbeitnehmer und Arbeitgeber hätten mitfinanzieren müssen.» Wer im Gastgewerbe unter physischer Arbeitsbelastung leidet, habe in der Regel ein relativ tiefes Einkommen und hätte sich

Stimmfreigabe beschlossenen.

Auch Gastrostuisse hatte für ein Ja zur Verbandsbeschwerde-Initiative und für ein Nein zum flexiblen AHV-Alter votiert. Der Schweizer Tourismus-Verband STV hingegen hatte zur Verbandsbeschwerde-Initiative



«Trotz Niederlage ist es wichtig, dass wir für die richtige Sache gekämpft haben.»

Guglielmo L. Brentel
Präsident hotelleriessuisse



«Wenn Pro Natura durchkommt, wird auf einem Gipfel kein Restaurant mehr gebaut.»

Hans-Kaspar Schwarzenbach
Davos Klosters Tourismus

In Klosters bleibt Zweitwohnungsbau dank Kontingentierung möglich

Die Stimmbürger haben die Volksinitiative abgelehnt, welche einen Baustopp vorsah.

Die abgelehnte Initiative hätte den Zweitwohnungsbau für Jahre verunmöglicht. Angenommen wurde ein Gegenvorschlag, der die Bauerei begrenzt. Drei Fünftel aller Wohneinheiten in Klosters dienen heute Ferienzwecken. Wäre das Volksbegehren angenommen worden, hätte der Bau von Zweitwohnungen erst wieder genehmigt werden dürfen, wenn der Anteil der

Raucher müssen ins Fumoir

Die Kantone Waadt, Freiburg und Wallis haben ein Rauchverbot in Gaststätten beschlossen. Erlaubt bleiben aber Fumoirs.

DANIEL STAMPFLI/SDA

Die Waadtländer beschlossenen am Wochenende ein Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden. Am meisten Stimmen erhielt der Gegen-

vorschlag der Regierung zur Initiative, welche das Rauchen in allen geschlossenen öffentlichen Räumen strikte verbieten wollte. Der weniger strikte Gegenvorschlag erlaubt die Einrichtung von abgeschlossenen und nichtbedienten Fumoirs. Ähnlich die Situation im Kanton Freiburg: Die Stimmberechtigten haben den weniger strengen Gegenvorschlag des Grossen Rates gegenüber einer Initiative bevorzugt. Damit bleiben in Restaurants un-

bediente, abgetrennte Fumoirs erlaubt. Gemäss den neuen Bestimmungen zum Passivrauchen im Walliser Gesundheitsgesetz ist das Rauchen in Restaurants, Bars und Discos künftig verboten; auch in Lokalen mit weniger als 80 Quadratmetern Nutzfläche. Belüftete Fumoirs ohne Bedienung bleiben aber erlaubt.

Über gar kein Rauchverbot verfügen bisher die Kantone NE, JU, BL, LU, OW, ZG, SZ, GL, AI und TG. **Siehe auch Seite 19**

Entrée: Airport Hotel, Basel.



Patienten ins Land locken

Mit dem neu gegründeten Verein Swisshealth sollen finanzkräftige Medizintouristen aus dem Ausland akquiriert werden.

SIMONE LEITNER

Schweiz Tourismus und die Exportförderungsorganisation Osec sehen in den ausländischen Patienten ein grosses Potenzial. Mit dem neu gegründeten Verein Swisshealth soll die Gesundheitsdestination Schweiz global stärker positioniert werden und an Bedeutung gewinnen. Schon heute lassen sich sehr wohlhabende Personen aus Russland, den Golfstaaten, Indien oder auch China in der

Schweiz operieren. Schätzungen zufolge etwa 30 000 jährlich. Doch nicht genug; Sie kommen in der Regel mit Familienangehörigen, die in Luxushotels leben und sich die Zeit mit Annehmlichkeiten vertreiben (siehe Interview). «Der durchschnittliche Spitalaufenthalt liegt bei 5,7 Tagen», erklärt Remy Schleinger, CEO der Swixmed in Zürich. Swixmed bringt seit vier Jahren ausländische Patienten in die Schweiz und ist der operative Partner von Swisshealth. «Als Dienstleister können wir die Medizintouristen zwar in der Schweiz bestens betreuen und verfügen auch über ein professionelles Netzwerk, aber die Gesundheitsdestination Schweiz als solche konnten wir bis heute nicht vermarkten.» Das soll sich nun mit ST und Osec ändern. Beide Unternehmen haben global ein gut ausgebauten Netzwerk.

Mit der neuen Vereinigung Swisshealth werden alle Komponenten, wie die medizinische

Kompetenz und die Destination Schweiz mit ihren Trümpfen Sauberkeit, Professionalität und Sicherheit vermarktet. «Im Hinblick auf die Globalisierung und den steigenden Wachstum des Gesundheitsmarktes sehen wir grosse Chancen für die Schweiz», hält Daniel Küng, CEO der Osec, fest.

Karin Frick, Head of Research des Gottlieb Duttweiler Instituts erläuterte am Medienanlass von letzter Woche eine Studie über den Medizintourismus in der Schweiz und betonte das grosse Entwicklungspotenzial. Die Schweiz könne zur führenden Gesundheitsdestination werden, weil sie neben besten medizinischen Behandlungsmöglichkeiten auch politische Sicherheit und eine ausgezeichnete Infrastruktur biete. Davon ist Rafael Enzler, Leiter Marketing bei Swiss Tourismus überzeugt. «Ich glaube, dass die Schweiz als medizinische Spitzendestination positioniert werden kann.»

1. Ist die Schweizer Hotel- lerie ein wichtiger Faktor beim Geschäft mit ausländischen Patienten?

Eminent wichtig sogar. 99 Prozent unserer Patienten reisen mit Angehörigen in die Schweiz. Und wenn wir bedenken, dass dieser Patient durchschnittlich 5,7 Tage im Spital bleibt, verbringen die Begleiter mindestens so viele Logiernächte in Schweizer Hotels. Wir rechnen sogar mit sieben Nächten.

2. Mit welchen Hotels arbeiten Sie zusammen?

Wir haben grundsätzlich mit den meisten 4- und 5-Sterne-Hotels in den medizinischen Ballungszentren Kontakt. Natürlich sind wir, das heisst, unsere Patienten und deren Angehörige, auch sehr gute Kunden.

Gute Beziehungen pflegen wir beispielsweise mit den Hotels Park Hyatt Zürich und Baur au Lac oder den Grand Hotels Bad Ragaz. Meistens kennen unsere Kunden die Hotels sehr gut und buchen direkt.

3. Wie hoch schätzen Sie die Wertschöpfung im Medizin-Tourismus ein?

Wir gehen von einem jährlichen Potenzial von drei Milliarden Franken alleine im Gesundheitswesen aus. Mit Spillovereffekten in den Tourismus, das Bankenwesen und den Konsum ist sogar eine Wertschöpfung von mindestens dem Dreifachen möglich. Die Schweiz als Gesundheitsdestination verstärkt zu vermarkten, lohnt sich auf jeden Fall – vor allem auch für den Tourismus.



Vom Operationssaal mehr oder weniger direkt ins...



... Hotelzimmer. Beispielsweise ins «Park Hyatt Zürich».

Aus der Region

Graubünden

Gratis-Busbetrieb Arosa mit neuem Kostenteiler

Die Kosten für die öffentlichen Busse in Arosa werden in Zukunft nach einem neuen Schlüssel verteilt. Die Stimmberechtigten haben die Vereinbarung mit 548 Ja zu 158 Nein angenommen. Gemäss dem Vertrag mit Arosa Tourismus und den Bergbahnen hat die Gemeinde 740 000 Franken der jährlichen Betriebskosten von 1,3 Millionen zu übernehmen. Die Bergbahnen haben sich verpflichtet, 33 Rappen pro Gästeintritt zu entrichten. Ebenso viel zahlt Arosa Tourismus pro Logiernacht an die Betriebskosten. t/sda

Zentralschweiz

Mit Lift statt Standseilbahn zum Hotel Terrace



Die nostalgische Standseilbahn aus dem Jahr 1906 hat aus Sicherheitsgründen ausgedient: Gestern wurde in Engelberg die neue Liftanlage eingeweiht, die das Dorf mit dem Hotel Terrace verbindet. Mit dem Lift können 24 Personen pro Fahrt befördert werden. Die Gäste gelangen direkt zur Hotellobby. Die Gesamtkosten für die Anlage beliefen sich auf 4,2 Millionen Franken, wie Peter Reinle, Leiter Medien des Unternehmens Titlis Rotair, ausführte. tl

Swiss Holiday Park investiert in Rauchfrei-System

Der «Swiss Holiday Park» ist neu rauchfrei, ohne dass die Raucher auf den Genuss ihres Glühmorgens verzichten müssen. Der Ferien- und Freizeitpark mit 4-Sterne-Hotel investiert dafür 400 000 Franken. Eingeringelt werden vier moderne Raucher-Lounges im Klubraum-Stil mit einer Fläche von 50 bis 150 m². Die Lounges sind mit hochwertigen Abluft-Systemen ausgestattet. Geracht werden darf bis Frühjahr nächstes Jahres noch in der Hotellobby, dann soll auch die dortige Lounge fertiggestellt sein. gsg

Wallis

Kanton will ein 4-Sterne-Hotel für Nendaz



Nendaz soll ein 4-Sterne-Hotel mit 170 Betten und grossem Wellness- und Kongressbereich erhalten: Das Projekt «Mer de Glace» sieht zusätzlich 380 Betten in der Parahotellerie (auch 4-Sterne) vor, die mindestens 40 Wochen im Jahr vom Hotel vermietet werden. Das Vorhaben wird als Projekt von kantonalem Interesse bezeichnet. Nendaz Tourismus möchte so in der Liga der Key-Players des Alpen-Tourismus mitspielen. gsg



Nachgefragt

Jan Sobhani

Funktion: Geschäftsleitung Swixmed, operativer Partner von Swisshealth

Ein Ja zugunsten des Wettbewerbs

Bundesrat, Kantone und die Schweizer Wirtschaft rühren die Werbemittel für die Abstimmung vom 8. Februar 2009. Mit der Personenfreizügigkeit steht viel auf dem Spiel.

DANIEL STAMPELI

Die Personenfreizügigkeit sowie die Bilateralen I insgesamt stärkten

die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Schweiz. Dies betonten die drei Bundesrätinnen Eveline Widmer-Schlumpf, Doris Leuthard und Micheline Calmy-Rey sowie Jean-Michel Cina, Präsident der Konferenz der kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren, am Dienstag an einer gemeinsamen Medienkonferenz. Deshalb sei ein Ja am 8. Februar 2009 zur Weiterführung und Ausdehnung der Personenfreizügigkeit bedeutend für die Sicherung von Arbeitsplätzen

und Wohlstand in der Schweiz. Bundesrätin Calmy-Rey warnte vor Spekulationen über mögliche Szenarien im Fall einer Ablehnung. Die übrigen Abkommen der Bilateralen I würden in diesem Fall ebenfalls und automatisch dahinfallen. Auch ein breites Wirtschaftskomitee bestehend aus rund 250 Unternehmerinnen und Unternehmern macht sich für ein Ja zur Verlängerung und Erweiterung der Personenfreizügigkeit stark. hoteliersuisse-Präsident Guglielmo L.

Brentel erklärte an einer Medienkonferenz von Economiesuisse, dass die Hotellerie seit der Einführung der Personenfreizügigkeit die Rekrutierung im In- und Ausland viel zielgerichteter, effizienter und flexibler gestalten könne. Heute stammen 86 Prozent der ausländischen Mitarbeitenden im Gastgewerbe aus den EU-/EFTA-Staaten, der weitaus grösste Teil aus Deutschland und Portugal. «Die Weiterführung und Ausdehnung der Freizügigkeit ist auch eine grosse

Chance für unsere Nachwuchskräfte», so Brentel. Gerade in den neuen EU-Ländern würden sich jungen Schweizern erstklassige Möglichkeiten erschliessen, sich bei der Entwicklung von touristischen Projekten oder bei der Expansion von internationalen Hotelketten zu bewähren. Bereits Widerstand angekündigt hat die SVP: Die Delegierten beschlossen am Wochenende mit grossem Mehr die Nein-Parole für die Abstimmung vom 8. Februar.

Per Mausclick und Kundenkarte zum Ticket für 50 Skigebiete

Ab sofort lassen sich Tickets für 50 Wintersportgebiete in der Schweiz und in Österreich im Internet buchen.

Eine Kooperation von verschiedenen Card-Anbietern macht's möglich: Besitzer einer Postfinance-Card, einer Coop-Supercard, einer Ticketcorner VIP Card – alle mit Ticketfunktion, können über www.ticketcorner.com ihre Karte freischalten und gelangen direkt auf Bahnen, Lifte und Pisten. Ab Winter 2009/2010 lässt sich das auch mit einer TCS-Kundenkarte und einer Cooldown-Jugendmitgliedschaftskarte tun.

Buchen lassen sich die Skitickets aber auch konventionell über das Ticketcorner Call Center und die Verkaufsstellen. Das Skiticketing-System ist im letzten Winter in Adelboden/Lenk, Verbier und Savognin erfolgreich getestet worden. Die meisten wichtigen Schweizer Skidestinationen beteiligen sich am neuen Online-Buchungssystem. In Österreich werden in diesem Winter 12 Skigebiete schrittweise integriert. ck

Keine «Solidarhaftung»

Die Innerrhoder Wirte werden für Nachtruhestörungen doch nicht zur Verantwortung gezogen. Der Vorschlag kam nicht durch.

WERNER KAMBER

Am umstrittensten bei der Revisi- on des Gastgewerbesetzes am vergangenen Montag im Grosse Rat von Appenzell Innerrhoden war der so genannte Ordnungsperimeter rund um Lokale, deren

Gäste häufig die Nachtruhe stören. Die Wirte hätten als «ultimo ratio», als letztes Mittel, zur Verantwortung gezogen werden können – «Solidarhaftung», sozusagen. Vorab zwei Betriebe im Dorf Appenzell waren mit diesem Vorschlag anvisiert. Doch die Vertreter der Gemeindebehörden drangen mit ihrem Anliegen nicht durch.

Ruedi Ulmann, Wirt des Golfplatz-Restaurants «Green Vieh» in Gonten, Präsident von Wirteverband und Appenzellerland Tourismus, beantragte Streichung dieser Vorschrift. Es sei unziemlich, we-

gen zwei Problembetrieben alle andern Wirte mit Sanktionen zu bedrohen.

Später forderte Ulmann bei der gleichen Vorlage, das generelle Tanz- und Unterhaltungsverbot, das bis anhin für die Karwoche gilt, mit Rücksicht auf die Feriengäste zu lockern und nur noch am Karfreitag beizubehalten. Er drang mit seinem Antrag durch. Dafür unterlag er, als es um die Erhöhung der Bussen für Wirte bei Nichtbeachtung der Polizeistunde ging: Neu kann sie bis 1000 Franken betragen; bis anhin sind es 500 Franken.

Schweiz

Ferienresorts im alpinen Raum nachhaltig planen



Touristische Grossprojekte gelingen nur, wenn die Kantone ihre Richtpläne anpassen. Zu diesem Schluss kommt die Studie «Ferienresorts – Nachhaltigkeit und Anforderungen an die Raumplanung». Beim Walliser Projekt «Village Royal Aminona» mussten weder Richtplan noch Zonenplan angepasst werden. Die Gemeinde war auf sich alleine gestellt. Dies führte laut der Studie dazu, dass die Interessen des Investors zu grossem Gewicht erhielten und das Projekt durch Einsprachen blockiert wurde. [tl/sda](#)

Vier Schweizer Skorte setzen auf «Chillout Riding»

Geniessen statt rasen: Dieser Grundsatz steckt hinter dem Projekt «Chillout Riding», das am Wochenende lanciert wurde. Die Bergbahnen von Engadin St. Moritz, Zermatt, Davos Klosters und der Jungfrau-Region wollen damit den Schneesporthlem ein neues Gefühl vermitteln. «Relax. Enjoy Nature. Have Fun»: Das sind die drei Kernbotschaften, die vermittelt werden sollen. Und zwar auch über die Tourismusorganisationen, Skischulen und Sportgeschäfte. Langsamfahren soll damit ganz einfach cool werden. [tl](#)

Seilbahnen stichprobenartig überprüfen



Seilbahnen dürfen künftig auch stichprobenartig auf ihre Sicherheit überprüft werden. Der Bundesrat hat die Seilbahnverordnung entsprechend abgeändert. Daserlaubt es dem Bundesamt für Verkehr (BAV), von Seilbahnbetreibern – unabhängig von Bau- und Betriebskontrollen – Gutachten zu verlangen und Sicherheitschecks vorzunehmen. Neu kann das BAV zum Beispiel Nachweise über die Tragsicherheit eines Seilbahnmasts verlangen. [tl/sda](#)

Aus dem cahier français

Schulen umwerben die Studenten

Mehrere französische Hotelfachschulen waren an der zum dritten Mal organisierten Messe Studyrama in Genf vertreten und präsentierten den zukünftigen Studierenden ihre Ausbildungsangebote. Von schweizerischer Seite war einzig die Hotelfachschule von Glion und Les Roches vertreten. Nicht dabei war hingegen die EHL Lausanne. Sie nimmt jeweils an Messen auf allen fünf Kontinenten und insbesondere an der Studyrama in Frankreich teil. [dst](#)

Seite 19

Finanzkrise. Projekte und Preise. Die weltweite Neuordnung der Portfolios bringt neue Investoren. Die Zimmerpreise fürs 2009 trotzten dem bereits spürbaren Nachfragerückgang.

Investments trotz Krise

Die Finanzmarktkrise zeigt unterschiedliche Auswirkungen auf den Schweizer Tourismus: Die internationale Nachfrage wird belastet, aber investives Kapital wird zugänglich.

KARL JOSEF VERDING

Die Schweiz hat wegen der heute hier gehörten und besprochenen Faktoren weiteres Entwicklungspotenzial, zog Jörg Opprecht Bilanz. Der Investor und Besitzer des «Lenkerhof alpine resort», hatte an einem Podiumsgespräch über die «Renaissance der Schweizer Hotelimmobilien» teilgenommen. Veranstalter des «Real Estate Day» im Zürcher Park Hyatt Hotel war das von der NZZ AG herausgegebene Magazin «Swiss Equity».

Hotelimmobilien: Faktoren ihrer Schweizer «Renaissance»

«Im Seminarbereich haben wir einen sehr markanten Rückgang, übers Wochenende sind wir aber

stärkenden zu einem schwächenden Faktor werden lassen. Der Kurs wurde zwischenzeitlich auf 1 Euro zu 1,45 Franken gedrückt (1,54 am Dienstag dieser Woche). Der starke Franken ist aber auch blinkender Leuchtturm des sicheren Hafens, den die Schweiz trotz eigener Krisen-Beteiligung gewisser Banken wieder darstellt. «Banken haben in den nächsten Monaten ein Anlage-Problem», sagte zwar Philippe Pasche, Geschäftsführer der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit SGH, am der Zürcher



«Die Schweiz hat wegen verschiedener Faktoren neues Entwicklungspotenzial.»

Jörg Opprecht
Besitzer Lenkerhof alpine resort

andere Teilnehmer der Zürcher Konferenz, eine doppelte Wirkung der globalen Krise – eine positive und eine negative.

Die internationale Finanzkrise hat den Euro-Kurs für die Exportbranche Tourismus von einem



Vor drohenden Krisenwolken fällt kein Baukran um, zumal wenn das Hotel- oder Resort-Projekt gute Investment-Partner hat.

Alan D. Bolland

zur Erstemission des CS-Immobilienfonds «Living Plus» war unter der Überschrift «Innovative Wohnkonzepte, interessante Rendite» zu lesen: Neben der Finanzierung von «Seniorenheimen» mit «nachhaltig hoher Wohn- und Lebensqualität» nehme das Portfeuille «erweiterte Angebote wie Hotel, (Wellness-)Bäder, Kliniken und Pflegeins Visier. Und, was die erwünschten Partner des Fonds betrifft: «Die Planung und Erstellung von modernen Wohnformen mit Services erfolgt in enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Spezialisten, die in der Regel auch für den Betrieb oder die entsprechenden Servicekonzepte verantwortlich sind. Diese langfristig angelegte Zusammenarbeit reduziert die Betriebsrisiken und erhöht die Wertschöpfung.»

«Faktor Sicherheit ist ein internationaler Standortvorteil»
«Die Swissness als nachhaltiges Qualitätsmerkmal, der Faktor Sicherheit als internationaler Standortvorteil, und der investive «safe haven» Schweiz machen das Land für neue Investoren in Hotels und Resort-Anlagen attraktiv», so And-

reas Campi, Managing Director der Swiss Spa Group aus Zürich. Die Gruppe ist als Projektentwicklung-Gesellschaft an dem Aufsehen erregenden, Mitte November bekannt gegebenen Projekt eines internationalen Kunst- und Kulturzentrums samt Hotel auf Samedan Hausberg «Muottas Muragl» beteiligt. Investitionssumme: rund 250 Mio. Franken. Das Projekt hat den Support der Gemeinde Samedan, der Bürgergemeinde, und der Bergbahnen Engadin/St. Moritz. Das Hotel soll 80 Suiten umfassen und 2013 eröffnet werden.

Samedan wird mit neuen Investoren auf Touren gebracht

«Gemäss unserem Ansatz», sagt Andreas Campi, «sind wir offen für Mitentwickler. Investoren können auch ihr Geld hineingeben und wieder herausnehmen, ohne Interesse an Land und Bau». Samedan wird mit dem Muottas-Muragl-Projekt auf Touren gebracht. Es gehört schliesslich zur Premium-Tourismusregion Oberengadin. Zwar ist es noch nicht mit grossen Hotelnamen bestückt, aber Mitte 2009 eröffnet bereits das Mineral-

bad & Spa Samedan, mit Zugang für alle Gäste des Engadins. Es ist «Referenzobjekt» der Credit Suisse Anlagengestaltung Real Estate Switzerland CSA für eine ganze Reihe von Anlagen des Bereichs Gesundheit, Entspannung und Sport, in die bis 2010 zwischen 300 und 400 Mio. Franken investiert werden sollen.

«Gerettetes Rigi-Projekt wird Zentralschweiz bereichern»

Konzept-Partner der CSA für diese Projekte ist die Berner Aqua-Spa-Resorts Development & Management AG, die mit der CSA auch an der sensationellen Wiederbelebung des Rigi-Rettungswunders, Hotel-Investor und -Unternehmer Rolf Kasper, Besitzer der Gruppe Aargau Hotels mit fünf Betrieben sowie des Seminarhotels Sempachersee in Nottwil. «Mit diesem Bauwerk wird die ganze Rigi-Region, ja sogar die ganze Zentralschweiz bereichert», so Kasper in Zürich.

www.realestateday.ch

Preise halten, Kosten runter

Die Hotels bleiben ihrer Preispolitik treu. Viele spüren einen Nachfragerückgang. Aber nicht alle.

GUIDRIN SCHLENCEK

Es sind unsichere Zeiten. Nicht nur was die Konjunktur betrifft. Unsicherheit herrscht auch bei der Preisentwicklung. Im letzten Monat prognostizierte das Bundesamt für Statistik BFS noch eine Teuerung von 2,6 Prozent fürs 2008. Nach einer Minus-Teuerung im November musste das BFS die Jahresteuern auf 1,5 Prozent runterkorrigieren, das ist ein tiefer Wert als vor einem Jahr. Die Hotels haben für die kommende Winteransatz die Preise allerdings schon längst geschrieben. Accor wird in der Schweiz die Zimmer-

preise um 3 bis 5 Prozent anheben. Ähnlich verfahren sieht es beim Kostenblock Personal aus: Eingestellt wurde für die neue Saison bevor das konjunkturelle Ausmass für Europa bekannt war.

Nachfrageminus bis 15 Prozent, weniger Personal, mehr Marketing

Meinhard Huck, Präsident Swissotel Hotels & Resorts, rechnet fürs 2009 je nach Markt mit einem Nachfragerückgang von 5 bis 15 Prozent. Felix Walter Hauser, Regionaldirektor Schweiz und Italien der Rezidor Hotel Group, stellt «eine spürbare Zurückhaltung im Konferenzbereich» fest. «Am ehesten merken wir ein Abflachen des Umsatzes in Basel und Zürich.» Viele würden ihre Tagung von zwei auf einen Tag verkürzen oder gleich aufs kommende Jahr verschieben. Man rechnet fürs 2009 mit einem Einbruch beim Verkauf von 5 Pro-

zent. Im Radisson Basel werde man 2009 rund 10 Prozent weniger Vollzeitstellen haben. Die Room-Rates will man aber halten. Von der internationalen Rezidor-Gruppe bekommt Hauser klare Vorgaben: Geht der Revenue um einen gewissen Betrag zurück, darf der GOP (Brutto-Betriebsergebnis) nur um die Hälfte abnehmen und die Fixkosten müssen um 10 Prozent gesenkt werden.

Seit September liegen bei den Sunstar Hotels die Vorausbuchungen für die kommende Wintersaison im zweistelligen Prozentbereich unter dem Vorjahresstand. Betroffen seien dabei alle Märkte und vor allem die Zeit nach Silvester, meint Geschäftsführer Beat Hess. Sunstar geht in die Offensive und investiert ins Werbebudget. Die Zimmerpreise werden trotzdem um 2 bis 5 Franken erhöht. «Vielleicht locken wir dann mit ein-

paar Schnäppchen», so Hess.

Wird Café crème nicht teurer?

Nicht mehr mit der üblichen Ankündigung einer Kaffeepreiserhöhung wird der Schweizer Cafetier-Verband nächsten Montag seine Jahresmedienkonferenz erläutern. Man möchte jetzt die richtigen Zeichen setzen, erklärt Geschäftsführerin Johanna Bartholdi. «Preise muss man erhöhen, wenn die Wirtschaft gut läuft.» Im 2008 ist das Café crème gemäss Verbandsfragen durchschnittlich 15 Rappen teurer geworden.



Felix Walter Hauser
Regional Director Switzerland AG

«Die Room-Rates wollen wir halten. Lieber nehmen wir Rückgänge beim Volumen in Kauf.»

Bereits seit zwei Wochen hat die «Blaue Ente» in Zürich den mittäglichen Menüpreis um fast 20 Prozent reduziert. «Wenn man weiss, wie man einfache Sachen gut kochen kann, geht es auch mit weniger Kosten», ist Küchenchef André Sandig überzeugt. Ge-koht wird alles frisch, wie man es von einem Zögling von André Jaeger, «Fischerzunft Schaffhausen», erwarten kann. Das Abend- und Weihnachtsgeschäft dagegen laufe besser als 2007. So sieht's auch bei Private Selection aus: Die Reservationsen für den Winter liefe über Vorjahresniveau, die Preise blieben gleich. Die «Feuerprobe» erwarte man im Sommer 2009, so Geschäftsführerin Esther Dysli.

Finanzkrise. Hotelinvestitionen. Der Experte Ulrich Prien betont: Wenn gute, nachhaltige Frequenzen absehbar sind, dann sprechen Investoren gut an, und es treten sogar neue auf.

«Markt spielt nach wie vor»

Ulrich Prien ist Partner bei KPMG Real Estate Schweiz. Er begleitet Privatpersonen und Unternehmen bei Hoteltransaktionen.

KARL JOSEF VERDING

Spielt der Markt für Schweizer Hotel-Immobilien noch, oder hat die internationale Finanzkrise das Spielfeld ruiniert?

Der Markt spielt nach wie vor. Was wir zurzeit weniger haben, sind ausländische Investoren, die mit einer Geschäftsidee in die Schweiz kommen und für diese Idee Fremdkapital benötigen. Diese Finanzierungen sind zurzeit schwierig. Interesse an Hotelinvestments zeigen einerseits Personen, die sich stark mit Eigenkapital engagieren können. Das sind vermögende Privatpersonen und teilweise ausländische Unternehmen mit Staatsfonds-Geld im Hintergrund. Andererseits spielen jetzt aber auch schweizerische, institutio-



Carly/Art

nelle Investoren mit, die ihrerseits Geld anlegen möchten. Hier muss man die geeigneten Konstruktionen finden, damit diese Partner zusammenkommen.

Welche Schweizer Standorte haben die besten Chancen, um in diesem Spiel zu bleiben?

Gut positioniert sind in dem Sinne sicher Genf und Zürich, als die Orte, wo auch ausländisches Kapital mit Vorliebe eingesetzt wird. Sodann sind es die bekannten Winterferien-Orte – die Namen, die Brands, die wir in der Schweiz haben. Ich denke, dort möchten diese Leute auch langfristig investieren.

Können diese neuen Kapazitäten denn angemessen ausgelastet werden?

Teilweise haben wir ja in der Schweiz, in Genf zum Beispiel im Bereich der 5-Sterne-Hotellerie, eine gewisse Unterdotierung in der Kapazität. Dort kann man ja gerne auch neu investieren – ich denke, auf die Übernachtungspreise in Genf würde sich das kaum auswirken.

«Man muss die Fäden richtig spannen.»

Ulrich Prien
KPMG Real Estate
Schweiz

Liegen die Probleme eher in der Mitte, erstens der Geografie, und zweitens der Segmentierung der Hotels?

Die breite Fläche des Schweizer Hotelmarktes wird jetzt eher Probleme haben, Investitionen auszulösen. Aber es können auch kleinere Projekte wert sein, dass man sie anschaut. Wichtig sind gute und nachhaltige Frequenzen, um Investoren anzusprechen.

Im Zusammenhang mit der Lex Koller und legalen Problemen bei der Ergänzung von Hotelprojekten durch Zweitwohnungen werden Hoffnungen auf hybride Modelle gesetzt, die Wohnungen als Betriebsteile des Hotels darstellen können. Könnte der Erfolg solcher Modelle bestimmte Destinationen aufwerten?

Der Trend, dass man das kombiniert, trägt weiter. Die Nachfrage nach solchen Wohnungen be-

steht, die wird auch weiterhin bestehen bleiben. Und es bestehen auch institutionelle Gefässe, welche die Möglichkeit haben, solche Serviced-living-Projekte zu kaufen.

Wen könnte man da nennen?

Credit Suisse zum Beispiel, mit ihrem Real-Estate-Fund «Living Plus – Investieren in die Wohnformen der Zukunft». Sie haben jetzt auch im Wallis investiert. Es ist dort die Idee, dass man Apartment-Räume mit einem hotelähnlichen Service dem Hotel hinzufügt, und der Besitzer des Apartments dieses für einen Teil des Jahres vermietet.

Welche Strategie ist für Hotels die beste: die Fokussierung auf eine Nische und ein bestimmtes Segment, oder das Angebot für alle?

Vielleicht muss man in der Mitte des Hotelmarktes, wo es viele ähnliche Angebote gibt, so auf sich aufmerksam machen, dass eine gewisse spezifische Klientel in das Hotel kommt. Zugleich macht es für einen solchen Betrieb Sinn, dass man mit anderen kooperiert und die Zusammenarbeit sucht. Dann kann man in gewissen Gebieten der Schweiz die Investments besser poolen und die Auslastung erhöhen. So wird es sinnvoll, gezielt bestimmte Segmente anzusprechen. Gut ist ein Mix von mehreren Segmenten, denn das Hotel lebt von Kommunikation, es braucht eine Durchmischung, sonst hat man einen bestimmten Kreis.

Sind die KPMG und Sie persönlich im Geschäft um Hotels und ihre Immobilien konzeptionell beratend tätig? Oder ist es mehr die investive Seite?

Man muss die Fäden richtig spannen, um die Grundproblematik zwischen Auslastung und Investition in den Griff zu bekommen. Wir sind eigentlich mehr auf der investiven Seite beteiligt, in dem Sinne: Es ist eine Idee für eine Konstruktion oder eine Zusammenarbeit entstanden, und jetzt wird dafür Kapital gesucht. Es hat aber noch nicht die richtige Konstruktion vertraglicher Natur. Wir

Fakten Begleitung und Bewertung für Transaktionen

Ulrich Prien ist Partner bei KPMG Real Estate Schweiz als Mitglied von KPMG Europe LLP. Der Geschäftsbereich begleitet Investoren bei Unternehmens- und Immobilien-transaktionen (Merger & Akquisition) auf nationaler und internationaler Ebene. Nach Abschluss des Architekturstudiums an der ETH Zürich bildete Ulrich Prien sich in den Bereichen Betriebswirtschaft und Finanzanalyse (CIA) weiter. kjv

Standpunkt

Preisdumping ist ein Ausdruck fehlender Strategie



JÜRIG SCHMID

Leider gibt es keinen Zweifel: Die Auswirkungen der internationalen Finanzkrise werden die Schweiz durchschütteln. Auch der Tourismus wird davon betroffen sein. Es besteht aber kein Grund zur Hoffnungslosigkeit, denn die Krise erreicht den Schweizer Tourismus in einer Phase der Stärke. Investitionen in die Infrastruktur und kontinuierliche Arbeit an der Qualität haben unserstarken lassen und international konkurrenzfähig gemacht.

Die internationale Wirtschaftskrise lässt unsere Gäste jedoch ein

«Die Zeiten des unbeschwerten, schier grenzenlosen Konsums sind vorbei.»

neues Verhalten zeigen: Die Zeiten des unbeschwerten, schier grenzenlosen Konsums sind vorbei. Der Preis wird wieder wichtiger.

Wäre Preisdumping nun der Weg durch die Krise? Nein, dauerhafte Tiefpreise anzubieten wäre die schlechteste aller Lösungs-Varianten. Wobei ich klar unterschiebe zwischen Preisdumping – dem Anbieten dauerhafter Tiefpreise – einerseits und dem gekonnten Angebotsmanagement mit attraktiven Packages zur Förderung der Rand- und Nebenzeiten – so etwa Angebote für Weekends in Städten oder für die Vor- und Nachsaison im alpinen Raum – andererseits. Das dauerhafte Preisangebot nahe an den Erstellungskosten ist nicht nur ruinös, es positioniert ein Unternehmen langfristig auch falsch. Der Weg ins Dumping ist sehr rasch beschritten, wieder hinauszufinden hingegen ist langwierig und schwierig.

Preisdumping ist primär ein Ausdruck von Strategielosigkeit und fehlender Innovationskraft. Zudem hat die Schweiz mit ihren hohen Erstellungskosten eine gänzlich nachteilige Ausgangslage, um das Wohl über den Preis zu finden. Denn unsere Mitbewerber in den umliegenden Ländern können tiefer dumpen! Preis-Leistung ist und bleibt unser Weg. Jetzt erst recht auf eine gute, überraschende Leistung setzen, flankiert durch attraktive Preisangebote zur Stimulanz der Rand- und Nebenzeiten, das ist der Weg; während der Krise und aus der Krise. Preisdumping als Krisenausweg – das ist keine Lösung!

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus.

«Séance pratique» mit Lincoln und Bonaparte



KARL JOSEF VERDING
REDAKTOR

Zum Thema Französisch

Sprach- und Phonetik-Forscher haben den aktuellen Stand des Französisch der Franzosen ermittelt. Französisch wird nun gemäss offizieller Empfehlung neu gelehrt. Vor der Einstufungs-Prüfung für die Kursklassen des Institut de Français in Villefranche-sur-Mer wurden wir Teilnehmer aus aller Welt über die Reform zugunsten des gesprochenen, lebendigen Französisch informiert.

Beim Frühstück und Mittagessen im Institut sprach man konsequent Französisch. Nach einem Mittagessen verlagert sich die Blutzirkulation und es droht Trägheit. Das Gegenmittel des Instituts hiess «séance pratique». Im bequem möblierten Grand Salon wurden die Schüler nach dem Essen beispielsweise gruppiert, um Teams von Live-Nachrichtensendungen des Fernsehens mit Moderatorin und Moderator, Korre-

«Lincoln fand sich verblüfft durch einen Bonaparte, den er sonst als UNO-Kadermitglied kannte.»

spondenten und Analysten darzustellen – und die fingierten Ereignisse auszudenken. Ich war Analyst des russischen Überfalls auf Alaska mit Geiselnahme von Sarah Palin durch Vladimir Putin: die

«Kampfhündin mit Lippenstift» (bekannte Selbstinschätzung der Gouverneurin von Alaska und Ex-Vizepräsident-Kandidatin) in der Gewalt des ungeschminkten Putin. Bei einer anderen Séance ächzten die Möbel im Grand Salon unter den streitenden Abraham Lincoln, Napoleon Bonaparte, Margaret Thatcher und Mutter Theresa. Alle Schüler hatten eine Welt-Berühmtheit nach Wahl zu sein und zu begründen,

warum eine andere aus dem imaginierten Ballon-Korb geworfen werden sollte. Lincoln fand sich verblüfft durch einen Bonaparte, welcher durch einen Briten dargestellt wurde, der im normalen Kursleben als Kader der UNO-Flüchtlingshilfe bekannt war, und nun die Suche nach Wasserquellen forderte. Am Ende fiel niemand aus dem Ballon. Die Séances verbesserten clever und einfach «expression et compréhension orales».



«Heimatgefühl vermitteln mit Schweizer Schokolade, die wunderschönen weissen Berge und frische Bergluft.»

Manuela Pesko, Profi-Snowboarderin



Die besten Noten-Durchschnitte (v.l.): 2. Rang, **Fabienne Käsemann**; 1. Rang, **Stefan Staub**; 3. Rang, **Roger Lehmann**; **Nadja Heimlicher** erhielt für ihre Diplomarbeit den Förderpreis des Schweizer Verbands für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie, Zolingen (SVG).



Jakob Häberli, Präsident Stiftungsrat Hotelfachschule Thun, Preisträger **Stefan Staub** und **Christoph Rohn**, Direktor Hotelfachschule Thun (v.l.).



Laurenz Schmid, Präsident Hotelier-Verein Gstaad-Saaneland, **Heiner Lutz**, Gastgeber Wellness- & Spa-Hotel Ermitage-Golf Schönried, **Beat Anneler**, Geschäftsführer Hotelier-Verein Berner Oberland (v.l.).



Jakob Häberli, Präsident Stiftungsrat Hotelfachschule Thun, **Ursula Haller**, Nationalrätin und Vorsteherin Direktion Bildung und Entwicklung Stadt Thun.

Startschuss in die berufliche Zukunft

49 Diplomandinnen und Diplomanden feierten am vergangenen Freitag an der **Hotelfachschule Thun** ihren Abschluss.

BARBARA ROELLI

Die 49 Absolventen haben ihre Ausbildung zur «dipl. Hotelière-Restauratrice HF» bzw. zum «dipl. Hotelier-Restaurateur HF» abgeschlossen. Die beste Prüfung, mit dem hohen Noten-

Durchschnitt von 5,77 erreichte **Stefan Staub**, der dafür mit einem vierwöchigen Thailand-Aufenthalt ausgezeichnet wurde. Im zweiten Rang folgte **Fabienne Käsemann** mit 5,41 und im 3. Rang **Roger Lehmann** mit dem Durchschnitt 5,36.

Die 49 Diplomierten:

Aeschlimann Marc, Twann; Barreto-Surer Anita, Thun; Bieri Fiona, Gmüden; Blaser Antonia, Aeschi/SO; Börner Melanie, Gwatt; Brun Patricia, Engelberg; Buob Othmar, Schwarzenegg; Fischer Pascal Andreas, Thun; Göldi Simon, Alchenstorf; Gysel Micha, Saas Grund; Hauswirth Simon, Gstaad; Heimlicher Nadja, Bern; Hesse Kathrin, Basel; Hugi Jonas, Wohlen; Invernizzi Reto, Schangnau; Käsemann Fabienne, Nidau; Keller Melanie, Unterseen; Kuonen Marcial, Brig; Lehmann Roger, Wimmis; Lerjen Alain, Zermatt; Leuthold Urs, Riedstätt; Liechi Stefanie, Zimberwald; Lüscher Marlen, Schinznach-Bad; Mächler Franzisca, Thun; Maurer Mirjam, Rüfen-

acht; Montiel Carina, Langnau; Moser Melanie, Reigoldswil; Nufer Carole, Herisau; Passani Fabrizio, Bern; Perren Mike, Zermatt; Pevnova Anna, D-Weinheim; Ramseier Karin, Riggisberg; Rast Andrea Rita, Oberkirch; Richter Swantje, Thun; Rottmann Patrick, D-Heitersheim; Sahli Manuela, Zäziwil; Schaffer Bettina, Bern; Schär Simon, Auswil; Scheidegger Gabriela Marita, Weissenburg; Schneller Sina, Disentis; Staub Stefan, Heimenschwand; Steffen Markus, Zermatt; Stolz Olivia, Bern; Tännler Andreas, Innerschönenbuch; Thoma Friederike, D-Heitersheim; Wandfluh Christoph, Kandersteg; Wyss Afra, Schwanden; Wyss Enka, Brügg; Zweifel Cornelia, Hombrechtikon.

Sesselrücken

Marketingleiter der Jungfraubahnen tritt zurück

Eduardo Zwysig, Leiter Marketing der Jungfraubahnen und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung, verlässt das Unternehmen auf Ende Mai 2009 bei



reits wieder. Die Trennung erfolgt in gegenseitigem Einvernehmen. Zwysig trat seine Arbeit bei den Jungfraubahnen im Juni 2008 an und wurde von seinem Vorgänger **Urs Kessler** eingeführt, der ab September den Posten des CEO übernahm. Bis zu einer Neubesetzung der Marketingleitung, übernimmt ab sofort der Vorsitzende der Geschäftsleitung, **Urs Kessler**, den Posten.

Direktor Freiburger Tourismusverband geht in Pension

Im Sommers 2009 wird **Jacques Dumoulin** in den Ruhestand treten. Dumoulin ist seit 1982 Direk-

tor des Freiburger Tourismusverbandes (FTV) und hat sich während 27 Jahren an der Spitze der Dachorganisation engagiert. So entwickelte er das Angebot und die touristischen Dienstleistungen und intensivierte die marktorientierte Werbung. Unter Dumoulin's Leitung hat der FTV Produkte geschaffen und gefördert, wie den Freiburger Voralpenweg und das kantonale Velowegnetz. Beide sind seit kurzem Teil des nationalen Netzes Schweiz Mobil.

Arabella Starwood Hotels & Resorts: Neuer Area Director

Das Joint Venture Arabella Starwood Hotels & Resorts in München hat **Markus Schreyer** zum



neuen Area Director of Sales & Marketing Southern Germany berufen. Während seiner beruflichen Laufbahn war der Tourismusexperte für verschiedene Hotelgruppen tätig, zuletzt als Director of International Sales bei Hilton Sales Worldwide. br

Aufsteiger Markus Arnold



Markus Arnold übernimmt im Januar 2009 die Küchenführung des Restaurant **Meridiano** im Kursaal Bern von seinem Vorgänger **Fredi Boss**. Arnold war in diversen Restaurants von 15 bis 19 Gault-Millau-Punkten tätig. Als Souschef des «Hotel Kreuz» in Egerkingen sammelte er bei **Louis Bischofberger** Führungserfahrung, die er in Vancouver als Küchenchef von «La Belle Auberge» umsetzte. br

Aussteiger Christian Petz

Nach fünf Jahren als Küchenchef im Palais Coburg in Wien gibt **Christian Petz** seine Kündigung per 31. Dezember bekannt. Er

nimmt sich eine Auszeit. Mit fünf Sternen im neuen A-la-carte-Guide ausgezeichnet, wurde Petz im November von Gault Millau Österreich mit der 4. Haube gekrönt. Im Feinschmecker Europa Gourmet City Guide 2008 ist er als «besten Koch Wiens» titulierte. br

«Stimmige Wohlfühloase»

Bereits zum sechsten Mal wurden «Wellness-Aphroditen» verliehen. Auch der **Kronenhof Pontresina** gehörte zu den Gewinnern.

BARBARA ROELLI



Eine Aphrodite für den «Kronenhof»: **Heinz** und **Jenny Hunkeler**.

«eine in allen Bereichen stimmige Wohlfühloase» bezeichnet. Erwähnt wurde dabei das beeindruckende Alpenpanorama im Spa.

Gastgeber **Jenny** und **Heinz Hunkeler** nahmen die Aphrodite in der Kategorie «Gesamtkonzept» entgegen. Der Award wurde in sieben Kategorien verliehen: In der «Wellness-Küche» gewann das Resort **Wutzschleife** in Rötzi-Hillstätt, in «Fitness & Sport» das **Lindner Parkhotel Bad Griesbach**, in «Beauty» das **Hotel Adler Spa & Sport Resort** in St. Ulrich, in «Innovation» das «Romantischer Winkel» in Bad Sachsa, in «Spa» **Reiter's Supreme Hotel Bad Tatzmannsdorf** und in «Medical Wellness» das **Parkhotel Bayersojen**.

Ein Fest für Erich Egli

Sie kamen zahlreich, die Solothurner, die sich von ihrem langjährigen und Ende Jahr pensionierten Tourismusdirektor **Erich Egli** verabschieden wollten. Und sie applaudierten kräftig. Egli hat in seiner 30-jährigen Tätigkeit auch einiges bewegt. Sein Präsident, **René Hohl**, nannte ihn «eine Ikone des Tourismus und einen feinen Menschen». Egli habe eine «beispielhafte Fairness im Umgang mit anderen Menschen» gezeigt. Egli's Nachfolger ist **Jürgen Hofer**. ck



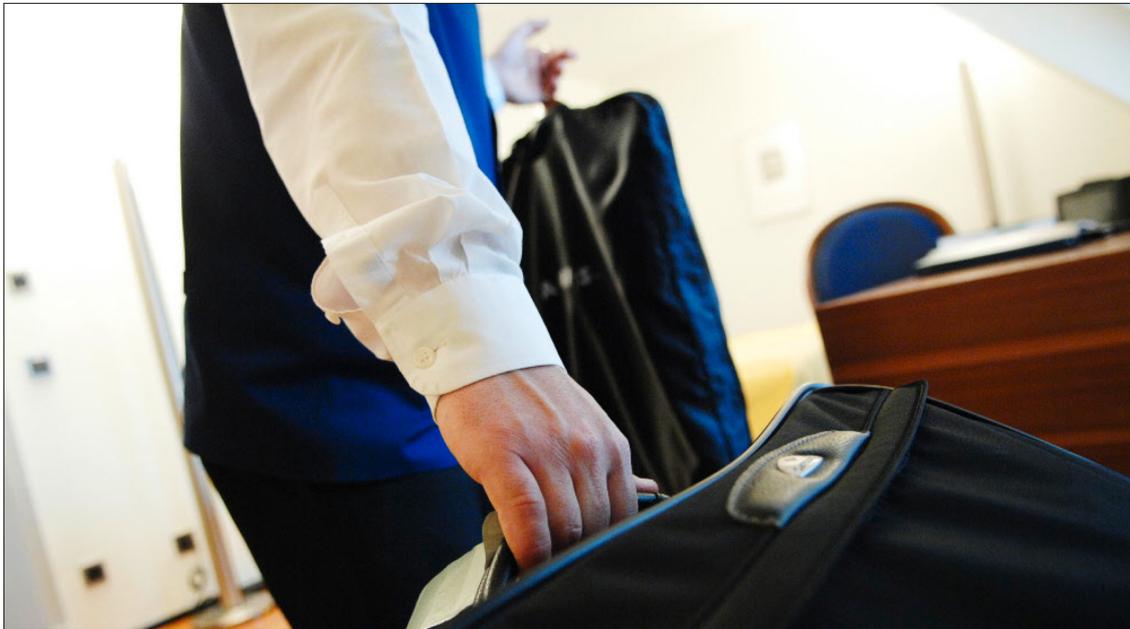
Der neue und der alte Direktor: **Jürgen Hofer** und **Erich Egli** (v.l.)

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

rebagdata
hotel management solutions
8033 Horgen • Phone +41 04 711 76 10 • www.rebag.ch

protel

Sozialverantwortung. Mitarbeitende. Unternehmer, die bewusst einen menschlichen Umgang mit ihrem Personal pflegen, sind sich einig: Ein gutes Arbeitsklima ist das A und O eines Betriebs.



In einem guten Klima arbeitet es sich besser. Davon profitieren sowohl der Unternehmer als auch die Gäste.

Abm D. Bollst

der Verantwortung bewusst, die er als Chef trage. «Ich weiss, dass der Mitarbeitende, den ich beschäftige, möglicherweise eine Familie ernähren muss. Deshalb ist es für mich wichtig, ihn fair zu behandeln», so Hemmelmayr. «Das Gleiche aber verlange ich von ihm.» Seine Mitarbeitenden sind angehalten, selbstständig zu entscheiden. Umso mehr, als er nicht jeden Tag im Betrieb ist, weil er seiner zweiten Berufung folgt, nämlich jener als Kunstmalier.

Ein gutes Gespür ersetzt die festgeschriebene Personalpolitik

Thomas Walther, Direktor vom «Wälther» in Pontresina, ist einer jener Hoteliers, die den Umgang mit den Mitarbeitern nicht schriftlich fixiert hat, sondern von Fall zu Fall und spontan entscheidet. Er erzählt von mehreren Beispielen, die zeigen, dass er unkompliziert und grosszügig hilft, wenn es nötig ist. Auch schon mal mit einem Darlehen oder mit der Übernahme von Putz- und Bügelarbeiten allein stehender Mitarbeitenden. «Es gibt gute und schlechte Zeiten im Leben», sagt er. Und in diesem Wissen unterstütze er. «Ich halte wenig von Schemen. Wo wir helfen können, helfen wir. So, wie man das eben in einer Familie tut.» Dass viele seiner Mitarbeitenden dem Hotel jahrelang die Treue halten, zeigt, dass der Hotelier mit seinem Umgang beim Personal gut ankommt.

Zu Hause im Betrieb

Ob ein Hotelier sozialverantwortlich handelt, zeigt sich vor allem im Umgang mit seinen Mitarbeitenden. Und der ist von Hotel zu Hotel verschieden.

CHRISTINE KÜNZLER

Die einen machen's Handgelenk mal Pi, die ändern haben ihn in der Unternehmensphilosophie festgeschrieben: den Umgang mit dem Personal. Teil der Betriebsphilosophie ist er im «Cascada» in Luzern. «Bildlich steht die Waage für unsere Personalpolitik», sagt Hoteldirektor Roland Barmet. «Die Waage steht für Geben und Nehmen und Fairness auf der ganzen Linie.» Barmet informiere seine Mitarbeitenden transparent über Betriebszahlen und pflege generell eine offene Kommunikation. Sein

soziales Engagement lebt er dahingehend, dass er für junge Menschen, die keine Stelle finden, einen Praktikumsplatz zur Verfügung stellt und einen Lehrplatz, wenn sie gut arbeiten. Er habe ein offenes Ohr für die Nöte seiner Mitarbeitenden und helfe, wo nötig. Jährlich zweimal lädt er sie zu einem Fest ein, und jeder bekommt zum Geburtstag ein Geschenk – und einen Bonus, wenn der Geschäftsgang gut war. Das gehe nur, weil sein Verwaltungsrat diese Personalpolitik unterstütze. «Es lohnt sich, in die Mitarbeitenden zu investieren», ist Barmet überzeugt.

Flache Hierarchien und Raum für die eigene Entwicklung
Den Umgang mit dem Personal im Leitbild geregelt hat auch das

Basler Bildungszentrum 21. Das Hotel gehört dem evangelischen Missionswerk Basel. «Wir leben nach diesen Leitlinien», sagt die Hoteldirektorin Monika Troxler. Das Haus pflegt eine flache Hierarchie und legt Wert auf gemeinschaftliches Arbeiten und auf gegenseitige Unterstützung. Die Mitarbeitenden werden gefördert und am Erfolg beteiligt. Zudem bietet der Betrieb andersbegabten Jugendlichen Lehrstellen.

Erst seit kurzem hat die Direktion des Basler Hotels Kraft neue Führungsrichtlinien erarbeitet. «Es sind Spielregeln, wie die Teamleiter mit Mitarbeitenden umgehen», sagt Franz-Xaver Leonhardt. «Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Wir gehen mit unseren Mitarbeitern respektvoll um.» Jedem

werde viel Raum zugestanden, die eigene Persönlichkeit zu entwickeln. Die Führung will offen informieren, mit klaren Zielvorgaben delegieren und aktiv eine Feedback-Kultur entwickeln.

Wenn sich Mitarbeiter wohl fühlen, sind auch die Gäste zufrieden

Gut haben es auch die Angestellten des «Lenkerhofs». «Wir müssen erst eine Wohlfühloase für die Mitarbeitenden schaffen und erst dann eine für den Gast», sagt Direktor Daniel Borter. «Wenn sich der Mitarbeiter wohl fühlt, verwöhnt er die Gäste automatisch mit Freude.» Wichtige Punkte für den Umgang mit seinem Team sind in der Betriebsphilosophie festgehalten. So organisieren Borters jährlich fünfmal eine Party für ihr Personal. Mittels

zwei Befragungen orten sie die Mitarbeiterzufriedenheit. Vom Direktor handgeschriebene und persönlich überreichte Geburtstagskarten und Geschenke erhalten ebenso die Freundschaft wie die Aufmerksamkeiten zu Weihnachten.

Dass auch ein kleiner Betrieb mit einer sozialverantwortlichen Personalpolitik gut fährt, zeigt sich am Beispiel des Hotels Bären in Birr. Direktor Patrick Hemmelmayr beschäftigt 20 Personen und pflegt einen flachen Führungsstil. Das sei zwar nicht immer ganz einfach, doch er habe damit sehr gute Erfahrungen gemacht. «Wir bekommen viele Rückmeldungen von Gästen, die uns schreiben, dass sie gerne bei uns weilen, weil sie spüren, dass die Mitarbeitenden Spass an ihrer Aufgabe haben.» Er sei, sagt er, sich



«Bildlich steht die Waage für unsere Personalpolitik. Für Geben und Nehmen.»

Roland Barmet
Direktor «Cascada», Luzern



«Es ist für mich wichtig, den Mitarbeitenden fair zu behandeln.»

Patrick Hemmelmayr
Direktor «Bären» in Birr



«Ich halte wenig von Schemen. Wo wir helfen können, helfen wir.»

Thomas Walther
Direktor Hotel Wälther, Pontresina

Auch Hans Krebs, Besitzer und Direktor des Grindelwaldner Hotels Grand Regina, hat den Umgang mit dem Personal nicht schriftlich definiert. Er führe, sagt er, sein Personal wie ein Kompaniekorporal, indem er eingreife, wenn was falsch laufe. «Learning by doing», heisse seine Devise. Persönliche Probleme von Mitarbeitenden würden an der Kadersitzung direkt angesprochen. «Wir versuchen, Leute mit familiären Problemen mitzutragen», so Krebs. Mitarbeitende mit Alkoholproblemen erhielten Unterstützung. Einmal pro Saison serviert er ein Mitarbeiterapéro, das mit einem Weiterbildungsblock verbunden ist. «Wenn es die Situation erlaubt, bekommen jene Kadernmitglieder, die länger da sind, Geschenke überreicht.»

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

Dr. Wolf Wagschal
CEO and Partner
RVE AG Zürich

hotelierrevue.ch
Das Hotel Management Journal

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

CHECK IN DATA

In guten Häusern zu Hause

Neue Gäste? Finden Sie bei uns!

CHF 99.00 für 4 Wochen Onlinepräsenz

Ihre shotel specials auf www.swishotels.com

hotelierrevue.ch
Telefon 031 370 42 26
hotelspecials@hotelierrevue.ch

hotelierrevue.ch
Das Hotel Management Journal

pistor

Das multifunktionale Einkaufsstool

www.pistorplus.ch

SMART CUBE

www.milfium.ch

Sozialverantwortung. Kettenhotels. Bei den grossen Ketten ist soziales Engagement Programm. Die Mitarbeitenden in allen Ländern werden entsprechend geschult.

Hotelketten zeigen Engagement

In diesem Herbst konnte man Andreas Stöckli, den General-Manager des Hotels Park Inn Zürich Airport, am frühen Morgen auf einem nahegelegenen Bauernhof sehen. Zusammen mit fünf Mitarbeitenden des Hotels packte er tatkräftig zu. Kühe wurden gemolken und gefüttert, der Stall ausgemistet und Äpfel geerntet. Andere Mitarbeiter des Hotels engagierten sich im «Lighthouse-Hospiz» und «Züri-Werk». Auch ein Veloausflug im Rahmen des autofreien Zürcher «Slow-up Zürichsee» stand auf dem Programm.

Diese konkreten, wenn auch zeitlich beschränkten Aktivitäten für gemeinnützige Einrichtungen oder zugunsten des Umweltschutzes sind kein Zufall. Das Park Inn Zürich Airport gehört zur Rezidor Hotel Group (Radisson, Country Inn, Regent), die als eine der ersten Hotelgesellschaften weltweit ein übergreifendes Programm für soziale Projekte und Umweltschutz in ihren Häusern ins Leben gerufen hat. Es umfasst die Verantwortung für Gesundheit und Sicherheit von Mitarbeitern und Gästen, das Respektieren sozialer und ethischer Grundsätze und die Verringerung schädigender Einflüsse auf die Umwelt.

Rezidor und Accor setzen auf möglichst praktische Ansätze
«Responsible Business» ist der Oberbegriff für diese Unternehmensphilosophie, die sich immer mehr Hotelgruppen zu eigen machen. «Unsere Trainingseinheiten sind praktische und interaktive Ses-

Für grosse Hotelgruppen sind ein Engagement für die Umwelt und soziale Anliegen zusehends Bestandteile der Unternehmensphilosophie.

GERHARD LOB

sionen, welche unsere Mitarbeiter ermuntern sollen, engagiert, proaktiv und verantwortlich zu sein», sagt Chaterine Rubbens, die Direktorin des Responsible-Business-Programms bei der Rezidor Hotel Group mit Sitz in Brüssel.

Auch die französische Accor Group (u.a. Ibis, Mercure, Novotel) setzt auf Verantwortung, besonders gegenüber der Umwelt. Die Accor-Hotels verfügen über eine Umwelt-Charta mit dem Motto «Zu Gast auf der Erde – Gastgeber für die Welt.» Darin werden Dutzende von Punkten aufgeführt, die eine aktive Beteiligung der Mitarbeitenden für den Umweltschutz beinhalten. Dabei können Schwerpunkte ausgewählt und ihre Umsetzung kontrolliert werden. Die Liste reicht vom «Sammeln der Speiseöle und Speisefette» über den Einsatz energiesparender Klimaanlage bis zu einer ökologischen Abfallentsorgung.

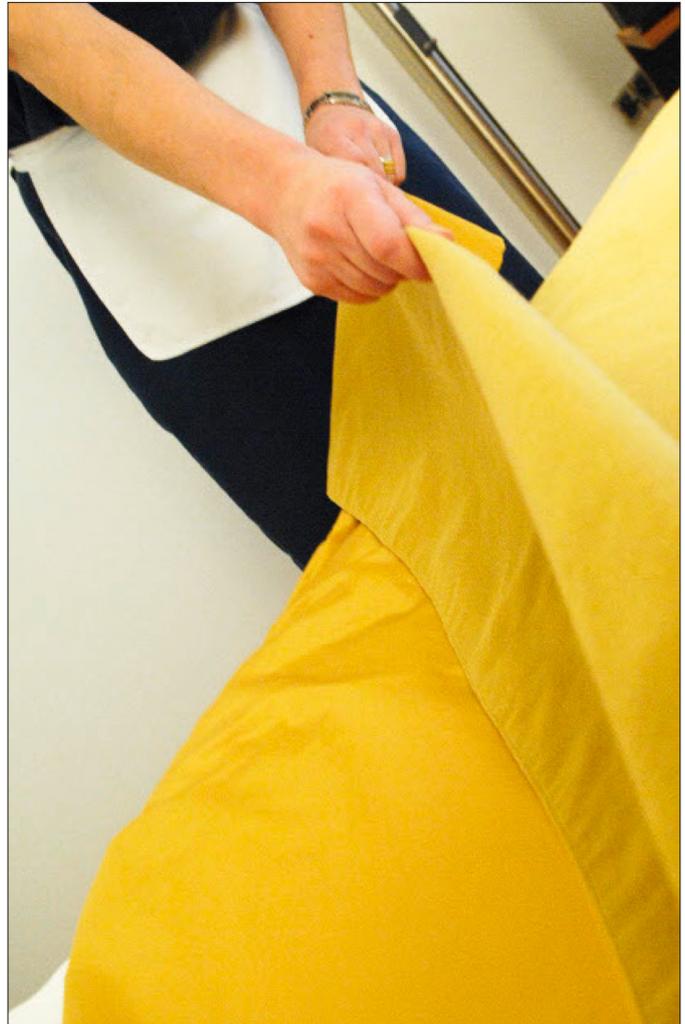
Hilton setzt ebenfalls auf Umweltschutz. Wolfgang M. Neumann, Präsident der Hilton Hotels, schrieb am 1. Januar 2006 einen Brief an 79 Hoteldirektoren mit der Bitte, um-

weltbewusst zu denken: «Mit Blick auf die steigenden Bevölkerungszahlen, die wachsende Anzahl an Reisenden und den systematischen Rückgang natürlicher Ressourcen auf unserer Erde, ist es an der Zeit, dass unser Industriezweig gewisse Gewohnheiten überdenkt.»

Die «We-care!»-Kampagne von Hilton zeigt Wirkung

Hilton hat unter dem Motto «We care!» eine Kampagne lanciert, die die Mitarbeiter auf allen Stufen und möglichst auch die Kunden mit einbezieht. Die ersten Ergebnisse sind laut Hilton positiv. Die Hotels der Gruppe in Europa und Afrika konnten im ersten Jahr der Kampagne ihre Energiekosten um 6,7 Prozent senken und den CO₂-Austausch wesentlich verringern. Für die Mitarbeitenden werden Anreize geschaffen, sich konkret in die Kampagne einzubringen. «Zum Jahresende erhielt das Hotel, welches die grössten Fortschritte bei der Energieeffizienz erzielte, ein Mountain-Bike für jeden einzelnen Mitarbeiter», sagt Marion Schön, Marketing Communication Manager von Hilton.

Bei der Rezidor Hotel Group ist man überzeugt, dass jeder Einzelne einen Beitrag leisten kann. «Yes – I can» lautet denn auch die Devise in Anlehnung an das Motto des neuen amerikanischen Präsidenten. «Responsible Business braucht diese Einstellung. Wenn 26000 Angestellte einen kleinen Schritt machen, gibt es einen grossen Effekt», lässt sich Rezidor-Vizepräsidentin Beathe-Jeanette Lunde in einem Communiqué der Gruppe zitieren.



Alan D. Bollat

Vor allem auf ökologische Belange sind die Mitarbeitenden der Hotelketten sensibilisiert.

ANZEIGE

Seit 65 Jahren, das Original

Erfa-Gruppen hotellerieuisse

Die Erfa-Gruppe ermöglicht den Vergleich wichtiger Kennzahlen und liefert wertvolle Impulse für den betrieblichen Alltag.



Ich bin an einer Mitgliedschaft in einer Erfa-Gruppe von hotellerieuisse interessiert. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationen zu.

Betrieb _____ Name, Vorname _____
Adresse _____ PLZ/Ort _____
E-Mail _____ Telefon _____

- 1-5 Stern-Betrieb 3-Sterne-Betrieb 5-Sterne-Betrieb Saisonbetrieb Ganzjahresbetrieb
 2-5 Sterne-Betrieb 4-Sterne-Betrieb _____ Ferienhotellerie Stadthotellerie

hotellerieuisse
Barbara Fellmann
Betreuern Erfa-Gruppen
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 42 09
barbara.fellmann@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Sozialverantwortung. Unternehmer. Einen Betrieb sozial zu führen, lohnt sich. Mittelfristig wirkt sich das positiv auf den Umsatz aus. Das zeigt sich auch am Beispiel der Aare Seeland Mobil.



Sich gegenseitig helfen – ein gutes Arbeitsklima fördert die Zusammenarbeit.

«Gutes Klima – gute Mitarbeiter»

Ueli Sinzig, Chef Aare Seeland Mobil, setzt sich für eine sozialverantwortliche Wirtschaft ein. Generell Nachholbedarf sieht er im Bereich Unternehmenskultur.

CHRISTINE KÜNZLER

Ueli Sinzig, bis vor ein paar Tagen waren Sie Stiftungsratsmitglied der Stiftung für sozialverantwortliche Wirtschaft. Mitte Monat ist sie liquidiert worden. Weshalb?
Wir stiessen auf wenig Interesse für unsere Audits und unser Gütesiegel, obwohl der Stiftung hochkarätige Persönlichkeiten wie zum Beispiel Professor

Peter Ulrich angehörten. Die Unternehmer hörten uns zwar zu und brachten uns auch viel Verständnis entgegen, doch für sich selber sahen sie keinen Bedarf. «Wir sind schon sozial», sagten die meisten. Der soziale Umgang mit den Mitarbeitenden und der Umwelt sei in ihrem Betrieb erfüllt. Die Unternehmer argumentierten, gute Löhne zu bezahlen. Doch es geht nicht nur um Materielles, sondern auch um Kulturelles und Ideelles, wie zum Beispiel um die Förderung von Frauen und Lehrlingen. Scheinbar rannten wir offene Türen ein. Wir sind zwar diesbezüglich etwas skeptisch, aber auch realistisch. Unsere Ziele und Hoffnungen erfüllten sich nicht, also lösten wir die Stiftung auf.

Wo sehen Sie den wirklichen Grund für die mangelnde Kooperation der Unternehmer?

Die Unternehmer befürchteten wohl, als unsozial abgestempelt zu werden, falls sie in das Audit eingewilligt hätten. Ihre Zustimmung hätte ja bedeuten können, dass dort Handlungsbedarf besteht. Zertifizierungen sind in den verschiedensten Bereichen gang und gäbe, im Sozialen offenbar sind sie heikel.

In welchem Bereich orten Sie generell Nachholbedarf?
Im Kulturellen, in den weichen Faktoren. Diesbezüglich hätte unser Audit wohl das eine oder andere zutage gefördert. Deshalb wäre die Analyse eine Chance gewesen, Lücken zu entdecken. Die Arbeitsbedingungen in der Schweiz sind im Grossen und Ganzen gut. Ich denke, der Umgang miteinander lässt sich immer verbessern. Da schliesse ich unseren Betrieb mit ein. An den weichen Faktoren muss immer wieder

gearbeitet werden. Das Unternehmen hat nicht die Pflicht, Glück zu erzeugen, aber ein gutes Ambiente zu schaffen. Und zwar auch aus egoistischen Gründen: Es wird besser gearbeitet.

Handelt die Tourismusbranche sozialverantwortlich?
Ich habe den Eindruck, die Kulturen in touristischen Organisationen und Unternehmen sind recht gut. Dort arbeiten extravierte, aufgestellte Menschen. Wem dieser Grundflow nicht passt, ist nicht im Tourismus tätig. Offenheit und auf andere Menschen zugehen ist eine Berufsvoraussetzung.

Aare Seeland Mobil ist also ein sozialverantwortliches Unternehmen?

Ja, dazu stehe ich. Klar kann man die Arbeitsbedingungen immer verbessern. Was das Kli-

Fakten Ulrich Sinzig hat beruflich viel bewegt

Ueli Sinzig (65), Direktor der Aare Seeland Mobil, tritt nach 30 Jahren Ende Jahr in den Ruhestand. Der umtriebige Touristiker hat viel bewegt. So sind unter seiner Führung beispielsweise der MobiCat, der weltgrösste Solarkatamaran, und der Semikatamaran «Siesta» gebaut worden. Sinzig hat auch verschiedene Ämter in nationalen und internationalen Organisationen inne. So war er unter anderem Stiftungsratsmitglied der 2006 erstmals präsentierten Stiftung für sozialverantwortliche Wirtschaft mit Sitz in Basel. Die Stiftung, die Soziallabels verleihen wollte, wurde in diesem Monat wieder aufgelöst. ck

ma anbelangt, warne ich vor Idealisierung. Es gilt, sich vernünftige Ziele zu setzen. Der Unternehmer kann nicht davon ausgehen, dass jeder Mitarbeiter 150 Prozent leistet und dass immer Friede, Freude, Eierkuchen herrscht. Gesamthaft gesehen haben wir eine gute Unternehmenskultur. Zu unserem Betrieb gehören zehn Profitcenters mit je nach Branche unterschiedlichen Kulturen und Chefs. Eine Kultur lässt sich nicht verordnen, sondern nur vorleben.

Soziale Verantwortung hat mit nachhaltiger Entwicklung zu tun. Handelt Ihr Unternehmen nach diesem Grundsatz?

Fraglos. Wir haben als eines der wenigen Schweizer Unternehmen die anspruchsvolle Charta des Weltverbandes öffentlicher Verkehr unterzeichnet. In allen Bereichen überlegen wir uns die nachhaltigen Auswirkungen unseres Handelns, denn wir müssen ja die Folgekosten unserer Investitionen berechnen.

Wie wirkt sich verantwortliches Handeln auf den Umsatz aus?

Nicht direkt, sondern indirekt. Ein gutes Klima und motivierte Mitarbeiter ermöglichen ganz andere Leistungen. Diese arbeiten dynamischer, innovativer, befreiter, entspannter. Das Klima ist ein entscheidender Leistungsfaktor. Ist das Arbeitsklima gut, sind Überstunden – falls notwendig – selbstverständlich. Sie müssen nicht erst angeordnet werden. In sozialverantwortlich geführten Unternehmen herrscht ein guter Grundflow. In einer hierarchisch, strikt und militärisch geführten Unternehmung gibt es starrt Freiwilligkeit nur Befehle. Mittelfristig gesehen, wirkt sich ein sozial geführtes Unternehmen zweifellos positiv auf den Umsatz aus.

Wohl auch, weil die Fluktuation gering ist...

Genau, denn jeder Personalwechsel ist eine Belastung für den Betrieb. Wir haben dieses Thema analysiert: Es zeigt sich, dass Personalwechsel in jedem Fall sehr kostspielig sind.

Welches Schweizer Unternehmen wird Ihrer Ansicht nach vorbildlich geführt?

Es wäre anmassend, Namen zu nennen. Unsere Audits hätten gezeigt, ob das Unternehmen sozial geführt wird.

In einer wirtschaftlich schwierigen Zeit tendieren Unternehmer dazu, weniger sozialverantwortlich zu handeln und ihren Mitarbeitenden den Lohn zu drücken oder sie zu mehr Leistung anzutreiben...

Ich habe den Eindruck, dass der Arbeitnehmer eher mit Angst reagiert und den Eindruck hat, mehr leisten zu müssen, damit er seine Stelle nicht verliert. Statistiken zeigen, dass Krankheitsabwesenheiten rückläufig sind, wenn die Mitarbeitenden um ihren Job fürchten. In Krisenzeiten ist es besonders wichtig, ein Unternehmen sozialverantwortlich zu führen. Denn letztendlich ermöglicht eine gute Kultur Leistungssteigerung in Krisenzeiten.



«Das Unternehmen muss nicht Glück erzeugen, aber ein gutes Ambiente schaffen.»

Ueli Sinzig
CEO Aare Seeland Mobil

Umweltschutz: wichtig, aber nicht günstig

Massnahmen zur Energieeffizienz und zum Klimaschutz stehen heute in fast allen Hotels auf der Agenda. Viele Betreiber zögern aber aus finanziellen Überlegungen noch mit der Umsetzung.

ROBERT WILDI

Das eine intakte Umwelt Basis und zugleich Voraussetzung für mittel- und langfristige Marktchancen des eigenen Betriebs ist, wissen heute alle Leistungsträger im Schweizer Tourismus. Speziell die energieintensive Hotellerie kann sich durch die Umstellung auf eine ökologisch sinnvolle Betriebsführung nachhaltige Wettbewerbsvorteile verschaffen. Sie muss aber auch eine

soziale Verantwortung für Nachfolgenerationen mittragen.

«Öko-Pioniere wie Beat Anthamatten, der mit seinem Ferienort in Saas-Fee das europäische Öko-Label erlangte, haben früh Verantwortung übernommen und den Umweltanliegen in der Branche eine Stimme verliehen. Andere Hotels wie das Saratz in Pontresina (Nutzung der Erdwärme), das Hohe Promenade in Arosa (Solarheizung) oder das Basler Hilton (Energiesparlampen) zogen nach, sind aber in der Minderheit geblieben.

Das Umweltbewusstsein ist vorhanden

Viele Schweizer Hotels haben ihr ökologisches Verhalten zwar in den letzten Jahren bei Kleinigkeiten des Alltags bewusst angepasst, für wirklich nachhaltige Massnahmen jedoch bisher die finanziellen Aufwendungen gescheut, wie auch die

Studie «Energieeffizienz und CO₂-Emissionen der Schweizer Hotellerie» im letzten Jahr festhielt. Die Befragung von zufällig ausgewählten Hotels bestätigt das Bild. Alle Hoteliers bezeugen, dass ihnen die Umwelt am Herzen liege. Für deren Schutz allzu tief ins Portemonnaie greifen aber nur die wenigsten.

Gute Ansätze sind jedoch vorhanden. Im 4-Sterne-Hotel Bern etwa seien zwar noch keine speziellen Umweltmassnahmen getroffen worden, räumt Direktor Peter Schiltknecht stellvertretend für viele Branchenkollegen ein. Sensibilisiert auf das Thema ist er gleichwohl. «Wir achten intern auf einen sparsamen Umgang mit Papier,

Glas, Wasser, Strom oder Waschmittel.» Für 2009 ist im Hotel Bern die Erneuerung der Air-Condition-Anlage zur nachhaltigen Reduktion des Stromverbrauchs geplant. «Wir haben auch vor, unseren Mitarbeitenden Tickets für den öffentlichen Verkehr zu offerieren und so einen Beitrag zur Umwelt zu leisten.»

«Natur und Umwelt sind die Lungen für einen funktionierenden Tourismus.»

Benno Meisser
Inhaber des Hotels Meisser in Guarda

Ökologische Massnahmen erfordern Idealismus

Mit solchen Massnahmen kann schon einiges erreicht werden. Noch weiter gehen möchte Benno Meisser, Inhaber und Manager des Hotels Meisser in Guarda im Unterengadin. Das 3-Sterne-Superior-Hotel in der malerischen Ortschaft soll im Rahmen des nächsten Investitions-Pakets ganz von Öl weg auf umweltfreundlichere Energiequellen umgerüstet werden. Parallel dazu möchte Meisser sämtliche Isolationen im alten Gebäude erneuern und strebt eine Zertifizierung nach ISO 9014 an.

Auch das Hotel Ermitage Golf in Gstaad hat sich einem möglichst umweltgerechten Betrieb verschrieben. So bezieht es seit Jahren Fernwärme aus der Holzschneitzheizung in Schönried und konnte dadurch den Öl-Verbrauch drastisch vermindern. Die Besitzer Laurenz Schmid und Heiner Lutz, die auch das Hotel Beatus in Merligen betreiben, ziehen im Rahmen des nächsten Umbaus weitere Massnahmen in Betracht.

Wie die künftigen Umweltprojekte in Gstaad und anderen Hotelstandorten auch aussehen werden, die Ausgaben dafür dürften beträchtlich sein. Hotelier Benno

Meisser hält denn auch klar fest, dass sich die Umsetzung seiner geplanten Massnahmen wirtschaftlich kaum lohnen dürfte. «Ökologisches Verhalten erfordert in der Hotellerie eine kräftige Portion Idealismus», so seine Überzeugung.

Diesen Idealismus fordert die Natur künftig noch verstärkt von der Hotellerie ein. Aus der Gesamtsicht lohnt sich die schrittweise Umrüstung auf eine umweltverträgliche Betriebsführung alleweil. Dazu Meisser: «Natur und Umwelt sind die Lungen für einen funktionierenden Tourismus.»

ANZEIGE

Valentine?
Fritusen Tellerwämer? Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.berthsch-valentine.ch

Sozialverantwortung. Integration. Nicht alle Menschen halten dem Leistungsdruck stand. Gut dass es für solche, die mehr Betreuung benötigen, Inseln wie der «Rote Turm» in Baden gibt.



Gerade in der Küche lassen sich Menschen mit Behinderungen gut integrieren.

Aislin D. Bollart

Chancen im «Roten Turm»

Leistungsbeeinträchtigte Menschen wieder ins reale Berufsleben integrieren: Dies will das Restaurant Roter Turm in Baden.

BARBARA ROELLI

Es ist zehn Uhr morgens. Im Restaurant Roter Turm sind die Böden blank geputzt, in der Küche blubbert's bereits in den Töpfen, Rüstmesser und Kellen sind voll im Einsatz. Hier, mitten in Badens Altstadt direkt neben dem Kirchplatz, findet man ein etwas anderes Restaurant. Anders weil es nicht nur über Fachpersonal verfügt, sondern auch Mitarbeitende integriert, die mit einer psychi-

trieb nachhaltig ist.» Das Ziel ist denn auch, die Mitarbeitenden wieder ins reale Arbeitsleben zu integrieren. Vom rund 25-köpfigen Team im «Roten Turm» arbeiten

60 Prozent im geschützten Rahmen. Der Betrieb bietet Personen auch die Möglichkeit, während zwei Jahren die Attest-Lehre im Service oder in der Küche zu absolvieren. Es gibt einige Mitarbeitende, die den Sprung ins reale Berufsleben geschafft haben, erzählt Marlen Lüscher, stellvertretende Geschäftsführerin. Aber eben nur ein Teil. «Die Situation auf dem realen Markt ist für solche Menschen schwierig.» Trägerin des Restaurants ist die Stiftung Pegasus, die in der Region insgesamt 94 geschützte Arbeitsplätze betreibt.

Unterschiedliche Krankheitsbilder, leistungsorientiertes Pensum

Weil der Betriebsablauf im Gastgewerbe mit vielen Stresssituationen verbunden ist, variiert das Arbeitspensum: Je nachdem wie belastbar eine Person ist, arbeitet sie zwischen 20 bis 50 Prozent. Es gibt auch solche, die 70 bis 100 Prozent arbeiten: «Diejenigen sind meist voll einsetzbar wie eine Fachkraft», sagt Lüscher. Die psychischen Krankheitsbilder der Mitarbeitenden sind sehr verschieden: Häufig sind es Depressionen und Angstzustände, auch Leute mit Schizophrenie oder einer Drogenvergangenheit arbeiten im geschützten Rahmen. Die Mitarbeitenden sind zwischen 18- und 35-jährig und werden vom Fach-

personal begleitet. Dieser Mehraufwand für den Betrieb wird mit öffentlichen Geldern finanziert. Davon erhalten die Mitarbeitenden einen symbolischen Stundenlohn zwischen einem bis acht Franken. Bedingung für ihre Anstellung ist deshalb eine IV-Rente.



«Im Roten Turm kann man auf Unterstützung zählen. Dies gibt einen Sicherheit.»

Sandra Wirth
Mitarbeitende Service

Alles braucht etwas mehr Zeit
Regelmässig führen Marlen Lüscher, stellvertretend für das Fachpersonal, und Psychologe Peter Wipf mit den Mitarbeitenden Standortgespräche durch. «Man hat es mit kranken Menschen zu tun, die unberechenbar ausfallen können. Dessen muss man sich bewusst sein», meint Felix Pente. «Um ihnen das Fachliche verständlich zu machen, braucht es grosse Sozialkompetenz, viel Geduld und Feingefühl», sagt Marlen Lüscher. Gleichzeitig sollte aber marktwirtschaftlich gearbeitet werden. Alles brauche einfach mehr Zeit. «Viele Mitarbeitende blühen aber plötzlich auf», beobachtet Lüscher. So ging es Sandra Wirth, die bereits seit fünf Jahren im



«Unter Druck kann ich nicht arbeiten. Hier wurde ich so aufgenommen wie ich bin.»

Rahel Stämpfli
Mitarbeitende Reinigung und Küche

«Roten Turm» arbeitet. Die anfängliche Scheu hat sie überwunden und sei durch die Arbeit offener geworden. Auch Rahel Stämpfli, die Mitte September gestartet hat, braucht, wie sie sagt, etwas Zeit «zum Auftauen». Die Reaktionen auf den unkonventionellen Betrieb seitens der Gäste sei sehr gut, berichtet Marlen Lüscher. Es gäbe Gäste, die deswegen kommen, anderen würde gar nichts auffallen.

www.restaurant-roteturm.ch



«Die Mitarbeitenden tragen Schicksale, mit denen man respektvoll umgehen muss.»

Felix Pente
Geschäftsleiter und Küchenchef

schen Behinderung leben. Zurzeit sind dies 15, die in der Küche, am Buffet, im Service, in der Lingerie und für die Reinigung arbeiten.

Ins Leben gerufen wurde die Sozialfirma Roter Turm 1997, als im Rahmen eines ausgeschriebenen Ideenwettbewerbs der Stadt Baden, das Projekt «Baden is(s)t gut» prämiert wurde. Das Ziel war, Integrationsplätze in einem Gastrobetrieb zu schaffen. Vor fünf Jahren übernahm Felix Pente den «Roten Turm». Als «Vollblutgastronom» hatte er vorher schon eigene Restaurants geführt: «Ich entschied mich für das Projekt, weil der Be-

Gesundheit: Die Gäste sind besser dran als das Personal

Gesundheitsprävention für die Mitarbeitenden gehört zur Sozialverantwortung eines Hoteliers. So richtig Programm ist das bei den befragten Wellness-Hoteliers aber nicht.

CHRISTINE KÜNZLER

Eine nicht repräsentative Umfrage bei Wellness-Hoteliers zeigt: Gesundheitsprävention für Gäste wird dort grossgeschrieben, für Mitar-

beitende jedoch ist sie nicht unbedingt Programm, das heisst, nicht in der Unternehmensphilosophie verankert. Das Gstaader Wellness & Spa-Hotel Ermitage-Golf hat zwischen 2001 und 2004 am Pilotprojekt KMU-Vital der Gesundheitsförderung Schweiz teilgenommen. Deshalb hat dort der Präventionsgedanke einen etwas höheren Stellenwert. Allerdings geht es Direktor Volker Beduhn grundsätzlich auch darum, dass die Mitarbeitenden Wellnessgedanken mittragen. So haben alle Hotelangestellten «täglich zu bestimmten Zeiten Zutritt

zum Solbad, Fitnessbereich und zur Squash-Halle. Und es haben sich auch Gruppen für Nordic-Walking und Training mit MBT-Schuhen gebildet.» Alle Wellness-plus-Hotels der Gruppe Private Selection, der auch das «Ermitage-Golf» angehört, geben ihren Mitarbeitenden MBT-Gesundheitsschuhe zum halben Preis ab – eine Kooperation der Hotelgruppe mit dem Schuh-Anbieter ermöglicht diese Aktion.

Hanspeter Herren, Direktor des Cresta Palace Hotel in Celerina, trägt selber solche Schuhe, wie er versichert. Auch in seinem Betrieb

könnendie Mitarbeitenden zu fixen Zeiten das Hallenbad nutzen. Zudem achtet er darauf, dass im Personalrestaurant gesundes Essen auf den Tisch kommt. «Wir stellen immer Früchte und Gemüse bereit», so Herren. Zudem kann sich jeder Mitarbeiter, der das möchte, auf Kosten des Hauses gegen Grippe impfen lassen – ein nicht ganz eigenennütziges Angebot, wie Herren zugibt.

Im «Ferienart» in Saas-Fee indes verzichtet man bewusst auf eine Grippeimpfung. «Wir stellen fest, dass die geimpften Mitarbeitenden



Im «Cresta Palace» darf das Personal das Hallenbad nutzen.

eher an Grippe erkranken als die nicht geimpften», so Hoteldirektorin Chantal Anthamatten. Auch ihre Mitarbeitenden dürfen jederzeit den Fitnessraum nutzen und werden gesund ernährt. «Bei uns gibt es mittags und abends ein Salatbuffet und frische Früchte.» Zudem achtet sie darauf, dass sie nur nicht rau-

chende Auszubildende einstelle. «Wenn ich den Eindruck habe, ein Mitarbeitender ist gesundheitlich angeschlagen, dann spreche ich ihn darauf an», sagt die Hoteldirektorin.

Einen personaleigenen Fitnessraum, viel Salat und frische Früchte gibt's auch für die Angestellten im Park Hotel Weggis. «Wir bieten zudem Kurse in Hygiene und Kosmetik an», sagt Personalassistentin Cathy Schoedler. Was man dort lernen, wirke sich ebenfalls präventiv aus. «Zudem können unsere Mitarbeitenden gratis ein Velo mieten und auf den Pilatus, die Rigi und das Stanserhorn fahren.»

Ralph Möller, Direktor des Park Hotels Zurzach sorgt «für gute Stimmung im Betrieb, damit sich alle Angestellten wohl fühlen», und für ein reichhaltiges Personalrestaurant.

Im Hotel Heiden gibt der Direktor über Gesundheitsprävention im Betrieb Auskunft. Und der war für eine Woche ortsabwesend.

Sozialverantwortung. Fremde Kulturen. Ohne die ausländischen Mitarbeitenden läuft in der Hotellerie und der Gastronomie gar nichts. Sie lassen sich generell auch gut in ein Team integrieren.

Ausländer willkommen

Ohne internationale Mitarbeitende wäre die Hotel- und Gastro-Szene nicht überlebensfähig. Die rasche Integration ist daher ein gegenseitig motivierter Prozess. Drei Beispiele.

ROBERT WILDI

Die Statistik des Bundesamtes für Migration aus dem Jahr 2006 spricht

Klartext. Über die Hälfte, nämlich 52,6% aller Arbeitnehmenden in Schweizer Hotels und Gastronomie-Betrieben, sind Ausländer. Ihre betriebswirtschaftliche

Bedeutung für die Branche muss keinem Hotelier und Gastronomen erklärt werden. «Ohne sie wäre unser Betrieb nicht funktionstüchtig», sagt etwa Sabina Schlosser, Co-Direktorin und Marketing-Leiterin des Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa, stellvertretend für die Mehrheit der Schweizer Hotels. Der Grund: «Für verschiedene Berufsgruppen in der Hotellerie sind Schweizer gar nicht oder nur ganz selten zu finden.» Das «Waldhaus Flims» beschäftigt insgesamt 210 Mitarbeitende, zwei Drittel davon

haben keinen Schweizer Pass. Traditionell arbeiten im Luxusbetrieb seit Jahrzehnten viele Portugiesen, genauso stark ist inzwischen die Fraktion der deutschen Angestellten. Dazu kommen weitere Nationen, wie zwei Köche aus Singapur im asiatischen Restaurant. «Unsere Erfahrungen mit der gesamten internationalen Belegschaft sind seit jeher positiv», beurteilt Sabina Schlosser. Die Mitarbeitenden würden sich schnell anpassen und seien gewillt, sich aktiv zu integrieren. Auch das Hotel bringt seinen Beitrag zur Integration aktiv ein. So werden den Mitarbeitenden günstige Deutschkurse offeriert sowie Schulungen im Bereich der Qualitätssicherung in portugiesischer Sprache durchgeführt.

«Ohne die ausländischen Mitarbeitenden wäre unser Betrieb nicht funktionstüchtig.»

Sabina Schlosser
Co-Direktorin Waldhaus Flims

Deutsch-Kurse und Götti-System
Was für Hotels und Restaurations-Betriebe in alpinen Ferienregionen gilt, ist auch in Städten und ländlichen Agglomerationen

Gesetz. Ohne ausländische Mitarbeitende wäre ein Funktionieren fast unmöglich. Zum Beispiel im «Dolder Grand» in Zürich, wo Angestellte aus 35 Nationen arbeiten. Aber auch im kleinen 4-Sterne-Hotel Stadthaus in Burgdorf, wo die Belegschaft zur Hälfte mit ausländischen Arbeitskräften besetzt ist. Im «Dolder» werden gemäss Direktor Thomas Schmid bei der Rekrutierung minimale Deutschkenntnisse zwar vorausgesetzt. Nach der Einstellung werden die ausländischen Mitarbeitenden bei



Alain D. Bollat

Sie machen den Betrieb funktionstüchtig: die ausländischen Mitarbeitenden.

der Integration mittels internen Sprachkursen aber aktiv unterstützt und weitergebildet. Auch das gemäss Schmid im Hotel bewährte «Götti-System» soll, vor allem Arbeitnehmenden aus fremden Kulturen, den Einstieg erleichtern. Die Integration klappe in den allermeisten Fällen hervorragend, sagt auch der «Stadthaus»-Co-Direktor Martin Schaub. «Wir spüren, dass die ausländischen Mitarbeitenden bei uns Fuss fassen und sich

aktiv im Betrieb einbringen möchten.» Sprachkurse finanziert das «Stadthaus» seinen Angestellten zwar nicht. Der in der Regel sehr herzliche Umgang zwischen ausländischer und Schweizer Belegschaft mache dies aber wett.

Aktive Rekrutierung von ausländischen Angestellten

Für die erfolgreiche Integrationsarbeit im «Waldhaus Flims», im «Stadthaus Burgdorf» und im «Dol-

der Grand» spricht die geringe Fluktuationsrate von ausländischen Mitarbeitenden. «Sie liegt nicht höher als bei den Schweizer Angestellten», sagt Sabina Schlosser vom «Waldhaus». Seit 2004 ist das Hotel ein Ganzjahresbetrieb und deshalb als Arbeitgeber noch attraktiver geworden. Treu sind die ausländischen Angestellten auch im «Stadthaus Burgdorf». Seit Martin Schaub zusammen mit seinem Partner Stefan Kläy den Betrieb vor 2,5 Jahren

übernommen hat, gab es nur wenige Wechsel. Die beiden haben mit ausländischen Angestellten so gute Erfahrungen gemacht, dass sie via internationale Stellungsportale inzwischen sogar aktiv rekrutieren. Unterschiede zwischen Schweizer und ausländischen Angestellten macht Thomas Schmid vom «Dolder Grand» weder bei der Rekrutierung noch in Führungsfragen. «Entscheidend für uns ist immer die Qualität, nicht die Nationalität.»

Vom Strassenkind zum Koch

Slums und Luxushotels liegen in Indien oft nur einen Steinwurf voneinander entfernt. «Four Seasons» bietet Strassenkindern nun eine Hotellerie-Ausbildung an.

PATRICIA BRÖHM

Als Shankar sieben Jahre alt war, lief er von zu Hause weg. Über die Gründe möchte er nicht sprechen. Aber er schaffte es irgendwie, sich mit einem Freund von seinem Heimatdorf bis nach Bombay durchzuschlagen. Zwei Kinder, gestrandet in einer Millionen-Metropole. Zwei Jahre lebte Shankar auf der Strasse, dann hatte er zum ersten Mal im Leben Glück: Ein Mitarbeiter der Vatsalya Foundation wurde auf ihn aufmerksam und nahm ihn in Obhut. Die Organisation, gegründet von einer Sozialarbeiterin, finanziert sich aus Spenden. Strassenkinder finden hier ein Zuhause und können zur Schule gehen. Anfang dieses Jahres hatte Shankar, der in-

zwischen 19 Jahre alt ist, zum zweiten Mal Glück. Er ist einer der ersten Auszubildenden im Hospitality Apprenticeship Programme des Four Seasons Hotel Mumbai.

Das Hotel erhebt sich mit seiner gläsernen Fassade 33 Stockwerke hoch über Worli, einen zentral gelegenen Stadtteil, der sich derzeit rasch verändert. Internationale Unternehmen und Banken haben hier ihren Sitz, aber in Fussnähe des Hotels liegen auch Slums. Kontraste, die typisch sind für die indische Stadt, die heute an die 20 Millionen Einwohner zählt. «Wir sind uns sehr bewusst, dass wir mit dieser Lage auch Verantwortung übernommen haben», sagt der Schweizer General-Manager Armando Kraenzlin. «Wir können und wollen nicht die Augen verschliessen.» Schon vor der Eröffnung des Hotels im Mai 2008 rief Kra-

enzlin das Hospitality Apprenticeship Programme ins Leben. Jugendlichen aus den umliegenden Slums bietet es eine zweijährige Hotellerie-Ausbildung, mit dem Ziel sie international wettbewerbsfähig zu machen. Ein intensives On-the-job Training an fünf Wochentagen wird ergänzt durch einen Tag Theorie und Englisch-Training. Die Jugendlichen können wählen, ob sie in der Küche, im Service oder im Bereich Rooms Division mit Housekeeping oder Réception lernen möchten.

Zurzeit umfasst das Programm 30 Auszubildende. «Viele von ihnen kommen aus schwierigen sozialen Verhältnissen», so Personalchef Grace Moore. «Einige von ihnen hatten noch nie im Leben ein Englischbuch in der Hand. Bei anderen waren die Eltern zunächst sehr skeptisch, weil

ihnen das Angebot zu gut erschien, um wahr zu sein.» Unter den Auszubildenden sind ehemalige Strassenkinder wie Shankar; zwei Mädchen wurden von einer Hilfsorganisation vermittelt, die sich um Kinder von Prostituierten kümmert. Viele unter den Lehrlingen mussten schon mit zehn Jahren zum Familienunterhalt beitragen, sie verrichteten tagsüber Botendienste und andere Hilfsarbeiten, abends suchten sie die Schule. Shankar verdiente als Austräger einer Wäschelei 50 Rupien (1,20 Franken) am Tag. Innerhalb weniger Monate haben er und die anderen grosse Fortschritte gemacht, beobachtet Armando Kraenzlin und sein Team: «Sie haben Selbstvertrauen gewonnen. Sie können ihrem Gegenüber in die Augen schauen und eine Unterhaltung auf Englisch führen – das war am Anfang nicht so.»

Das Four-Seasons-Team engagiert sich über das Ausbildungsprogramm hinaus für die Vatsalya Foundation für Strassenkinder.

Hotelmitarbeiter besuchen das Kinderheim regelmässig, um den Kindern vorzulesen, mit ihnen zu basteln oder um Ausflüge zu unternehmen. «Auch unsere Gäste können unsere sozialen Initiativen unterstützen», sagt Armando Kraenzlin. «Viele sprechen uns an und fragen, wie sie helfen können.» Einige

Mumbai Lage hat sich stabilisiert

Das «Four Seasons Mumbai» liegt im Stadtteil Worli, eine halbe Autostunde nördlich von Colaba, das in der vergangenen Woche Ziel der furchtbaren Terroranschläge wurde. Worli war von den Attacken nicht betroffen. «Natürlich haben wir, in Zusammenarbeit mit der Polizei, die Sicherheitsvorkehrungen im Hotel verstärkt», sagt Armando Kraenzlin. «Im Moment ist es noch verfrüht, über die Auswirkungen der Anschläge zu spekulieren. Bombay ist ein beliebtes Ziel für Business und Tourismus,

Hotelgäste haben die Organisation bereits besucht, um sich selbst ein Bild zu machen.

«Mein Leben hat sich völlig verändert», sagt Shankar. Zurzeit hilft er im Rahmen seiner Ausbildung im panasiatischen Restaurant San Qi dem kantonesischen Küchenchef. Four Seasons hat ihm das grösste Geschenk überhaupt gemacht: Er hat heute eine Zukunft. Er möchte Koch werden. Und er möchte sich selbst für die Kinder von Vatsalya engagieren und ihnen helfen – so wie man ihm geholfen hat.

und ich bin sicher, es wird seinen Platz behaupten können.»

Am meisten betroffen von den Anschlägen war das Luxushotel Taj Mahal. Die Terroristen verschanzten sich darin und hinterliessen eine regelrechte Verwüstung. Der Besitzer, der Industrielle Ratan Tata, hat bereits angekündigt, dass er das 105-jährige Palasthotel wieder aufbauen wird. Und der Tourismusdirektor der Region, Kiran Kurandrar, betont: «Das Taj war Symbol unserer kosmopolitischen Stadt. Es wird es auch wieder werden.» pb/tl

impresum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé 1892

Herausgeber/Editeur hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Holmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Theres Lager Berger/rlg (Resortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Resortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Resortleitung cahier

francais); Franziska Egli/fee; Héliène Kodj/hk; Simone Leitner Fischer/sls; Laurent Missbauer/lm; Daniel Stampfli/dst; Gudrun Schlienzekel/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Woll/wwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
PraktikantIn: Barbara Roelli/br
Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König,
Assistentin: Della Piscoppo.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobis Wyss.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Béla-Urs Schönenberger.
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-beglaubigt 2006/07, verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289.

(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.



Food

Non-Food

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

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

Kassensysteme

STIGA

STIGA Systeme GmbH, Postfach 50
3127 Dörfel, CH - Tel: 01 400 69 32
www.stiga.ch info@stiga.ch

ADDFPOS **IDEALM**

KASSENSYSTEME & KREDITKARTENSERVICES

Gastro-Groshandel

Prodega Märkte Tel./Tel

| | |
|------------------|----------------|
| 2504 Biel/Bienne | 032 344 68 68 |
| 7000 Chur/Colre | 081 286 14 14 |
| 1964 Conthey | 027 345 33 33 |
| 1029 Crissier | 021 633 13 13 |
| 8953 Dietikon | 044 744 75 75 |
| 8600 Dübendorf | 044 824 81 81 |
| 1762 Glisiez | 026 460 35 35 |
| 3627 Heimbürg | 033 439 56 56 |
| 6010 Kriens | 041 349 69 69 |
| 3302 Moosseedorf | 031 858 48 88 |
| 4623 Neudorf | 062 387 07 07 |
| 4133 Pratteln | 061 826 29 29 |
| 6572 Quartino | 091 785 99 90 |
| 4153 Reinach | 061 71 7 72 72 |
| 6343 Rotkreuz | 041 799 85 85 |
| 5102 Ruppelswil | 062 889 30 30 |
| 8803 Rüschlikon | 044 704 65 65 |
| 2072 St-Blaise | 032 756 22 22 |

www.prodega.ch

cash + carry prodega

Gastro-Groshandel

Frische für Profis.

Cash+Carry CCA Annehm
Trade for Professionals

CCA-restaurantmarkt
CCA-Lebensmittelmarkt
CCA-superfoodmarkt

CCA Süsswaren
CCA Brot
CCA Fleisch
CCA Gemüse
CCA Südkorn
CCA Obst
CCA Fleischwaren
CCA Fisch
CCA Milch
CCA Eier
CCA Getreide
CCA Backwaren
CCA Fleischwaren
CCA Fisch
CCA Milch
CCA Eier
CCA Getreide
CCA Backwaren

www.cca-annehm.ch

Berufsbekleidung

ERIKAPPA WOLFF

Europa & Amerika für 2008
No. 1 Uniformherstellung auf dem Weltmarkt

www.erikappa.com

Gastrotextilien

ZETAG gastrotexilien

«Gut beraten, gut bedient.»

www.zetag.ch

Immobiliensau

Strisser

Gastro-Immobilien
Hotel-Immobilien

www.strisser.ch

Gastro-Groshandel

Growa Märkte Tel./Tel

| | |
|-------------------|---------------|
| 4612 Bellach | 032 644 21 44 |
| 3027 Bern | 031 996 80 40 |
| 3000 Brig-Gomzlen | 027 921 19 19 |
| 3043 Emmenmatt | 034 402 30 13 |
| 4000 Langenthal | 062 919 03 93 |
| 3812 Wilderswil | 033 826 16 16 |

www.growa.ch

cash + carry growa

NEUERÖFFNUNG
Growa Cash+Carry
Brig-Gomzlen
18. November 2008

Gastro-Groshandel

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

ippergros

ippergros Novara
091 986 49 60

ippergros Losana
091 791 56 61

Gastro-Einrichtungen

schmecker

Hersteller von GROSSKÜCHEN UND SELF-SERVICE-ANLAGEN

www.schmecker.ch

Großküchenmaschinen

ROTOR Lips

Glöckbachstrasse 91
CH - 3561 Uetendorf
Tel: +41 (0)33 346 30 70
Fax: +41 (0)33 346 30 77
www.rotorlips.ch

Möbel für innen und aussen

saru

www.saru.ch

Kaffeesterei

Jilly

ILLYCAFE AG, 8800 Thaur
Tel. 044 729 10 20, Fax 044 729 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

Weinhandel

winehouse

Das Weinlorenz für
Chamboreale und Hobelholz

www.winehouse.ch

Gastro-Einrichtungen

FRIGONORM
Kühlmöbelbau

JUNG GASTROBAU

Bern: 031 951 23 73
Lausanne: 021 625 92 50
www.ladenbau-jung.ch

Hotelzimmer

beck

Beck Design AG
6018 Pettikon
Tel: 041 503 60 30
Fax: 041 503 60 31
www.beck-design.ch

Namenschilder/Werbemittel

HAENNI PROMOTION

Werbe- und Geschenkartikel
Namensschilder mit Stil und Qualität,
starke Message, und noch viel mehr durch Kreativität!

www.haenni.ch

Kaffeemaschine

cafina

Kaffeemaschinen für
Geschäfte und Dienstverpflegung

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

Textilien

standardtextile

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

www.standardtextile.com

Kaffeesterei

Jilly

ILLYCAFE AG, 8800 Thaur
Tel. 044 729 10 20, Fax 044 729 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

Weinhandel

winehouse

Das Weinlorenz für
Chamboreale und Hobelholz

www.winehouse.ch

Sicherheit

SIZU AG Sicherheit ist Zukunft

Night-Manager ♦ Night-Audit ♦ Night-Porter

Ob Hotel, Kneipe, Park oder Metalle die SIZU AG steht Ihnen rund um die
Uhr, 365 Tage im Jahr, zur Verfügung

Überlegen Sie sich doch selbst vor unserer Dienstleistungen und lassen Sie
sich in nur 45 Minuten eine unverbindliche Offerte zukommen

www.sizu-ag.ch

Wellness-Anlagen

WELLNESS

10 Jahre

Neue 600m2
grosse Ausstellung
in Kriens/LU

www.wellnesspartner.ch



Thailändische Hotels
Murielle Häberli, Absolventin der Hotelfachschule Thun, hat sechs Amari-Hotels besucht.
Seite 15



Im Badezimmer: Polieren, bis der Chromstahl glänzt. Das ist der Stolz eines jeden Zimmermädchens.

Bilder Elisabeth Hobmeier

Was ich auch nie vermutet hätte: Verica kennt jeden ihrer Gäste. Samt persönlichen Vorlieben: Sie weiss, wer eine Tagesdecke auf dem Bett mag und wer nicht, sie weiss, wer ein Extrakissen wünscht, sie weiss sogar, um welche Zeit welcher Gast meistens zum Frühstück geht. Für mich ist alles neu. Neugierig werfe ich verstohlene Blicke auf den Nachttisch, was da an Lektüre liegt. Vom Beststeller über die Bibel zum Roman «Via Mala» treffe ich eine bunte Literaturmischung. Bei den «Départs», den Abgereisten, liegt

«Die Schweizer geben gutes Trinkgeld, die Italiener geben nix und die Holländer gar nix.»

Verica
Zimmermädchen im Hotel Margna

nichts Persönliches mehr da. Schön wäre es allerdings für Verica, wenn sie auf dem leergeäumten Schreibtisch oder Nachttisch ein Trinkgeld finden würde – doch auch da kennt sie ihre Pappenheimer. «Die Schweizer geben gutes Trinkgeld, die Franzosen mittel, die Deutschen sind seit dem Euro knausriger, die Italiener geben nix und die Holländer gar nix.» Endlich lässt sich das holländische Paar die drei Koffer, drei Taschen plus lose Papiersäcke vom Portier ins Auto tragen... endlich können wir, die Zimmermädchen, mit dem Putzlappen das Terrain übernehmen. Ein kurzer Rundblick bestätigt: Kein Cent für Verica.

Der Tag eines Zimmermädchens im Viersternehaus Margna ist klar strukturiert: Tagwacht um 6 Uhr, Frühstück 6.45 Uhr, Arbeitsbeginn 7 Uhr, Mittagessen 11.45 Uhr, Zimmerstunde von etwa 13.30 bis 18.45 Uhr. Abends dann Antreten zur zweiten Schicht, statt gestreift jetzt

Warten. Putzen. Warten.

Drei Tage lang putzen statt schreiben. Wie ist das? Hart. Aber sinnvoll. So lautet das Fazit eines Stages im Hotel Margna in Sils-Basegia.

ELSBETH HOBMEIER

Du putzen», sagt Verica und drückt mir einen feuchten Lappen in die Hand. In grau-weiss gestreiftem Kittelkleid mit artig weissem Schürzchen bin ich frühmorgens zum Dienst angetreten. Wie mir von der Gouvernante Sandra Dasen ans Herz gelegt, melde ich mich im Personalrestaurant bei Verica, «unserer Perle». Verica mustert die neue Eilevin von Kopf bis Fuss, scheint mir aber gnädig gestimmt und nimmt mich unter ihre

Fittiche. Gemeinsam studieren wir die Tagesliste mit Départs, Restants und Arrivées, gemeinsam legen wir Berge von Bett- und Frotteewäsche bereit. Wir sind gerüstet für den Tag, der vor uns liegt.

Die Mehrheit des Personals, das zum Frühdienst antreten muss, wirkt noch ziemlich verschlafen, es ist bis auf das Klappern des Geschirrs mucks-mäuschenstill im Raum.

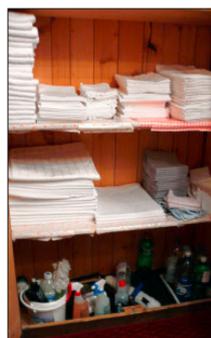
An dieser Stelle danken wir allen Hotel-Verantwortlichen quer durch die Schweiz für die spontane Zusage auf unsere Anfrage und für die Bereitschaft, uns «Quereinsteiger» einige Tage lang in ihr Personalteam aufzunehmen und uns uneingeschränkt hinter die Kulissen ihres Hauses schauen zu lassen. Wir werden unsere Erlebnisse



stage im hotel
Elisabeth Hobmeier als Zimmermädchen

und Putzmittel, mit Wischer und Abfallsack bewaffnet lauern Verica und ich in den Gängen, bis sich endlich eine Tür öffnet, die Gäste zum Frühstück schreiten und wir das Zimmer stürmen können. Dann geht's im Eiltempo los: Betten machen, jedes Möbel abstauben, die gebrauchten Gläser und Teller abräumen, Abfallkörbe leeren, das Bad und das WC putzen, gebrauchte Frotteewäsche auswechseln, Shampoo und Pflegeprodukte

nachliefern. Bei den «Restants» ziehen wir die Leintücher nur straff, neu bezogen wird das Bett erst nach jeder dritten Nacht – der Umwelt zuliebe. Besonders viel Arbeit machen uns die «Départs», wo jede



Der Wäschschrank: Frisch gewaschen, sauber gestapelt.

Schublade feucht ausgewischt, alle Wäsche gewechselt, alles pingelig genau in Ordnung gebracht wird für die nächsten Ankömmlinge.

«Du putzen» war keine leere Floskel, sondern entpuppt sich als harter Alltag. Nach der vierten geschrubbten Badewanne, nach dem x-ten straff bezogenen Bett meldet sich ziemlich schmerzhaft der Rücken. Doch Verica kennt kein Pardon: Die 60-jährige, rundliche Frau, die seit vielen Jahren im Hotel Margna als Zimmermädchen arbeitet, ist fitter als ich, sie stürzt sich mit einem unheimlichen Elan und Feuer eifer auf jedes frei werdende Zimmer. Ihr Credo: Wenn die Gäste vom Frühstück zurück kommen, ist in ihrem Zimmer alles sauber, alles perfekt.

Erwartet hatte ich es anders. Als ich Andreas Ludwig, den Direktor des Romantikhotels Margna in Sils-Basegia anfragte, ob ich drei Tage lang als Zimmermädchen mitarbeiten und hinter die Kulissen schauen dürfe, sah ich mich mit spitzen Fingern dreckige Wäsche vom Boden auflösen, sah mich mit Gummihandschuhen Haarbüschel



«Couverteure»: Der spezielle Dreh mit dem Nachthemd.



Kontrolle: Arrivées, Départs, Restants.



Zack-zack!, und das Leintuch liegt fatlenlos an.

Neue Serie Die hotel revue schaut hinter Hotel-Kulissen

Mit dieser Seite startet die Redaktion der htr hotel revue eine Artikelserie, welche bis Ende März 2009 unter dem Titel «stage im hotel» regelmässig im «dolce vita» erscheinen wird. Geplant ist allerdings nicht eine Berichterstattung über das süsse Nichtstun im schönen Hotelzimmer und Spa, sondern es geht um harte Arbeit: Die gesamte Redaktionscrew «verdingt» sich nämlich während jeweils drei Tagen in einem Hotel als Stagiaire. Dabei versuchen wir möglichst alle Berufe zu berücksichtigen. Wir versuchen uns als Nachtportier, Haustechniker, Chauffeur, Gärt-

ner, als Spa-Mitarbeiterin, Barmaid, Kinderhortnerin, Réceptionnistin und so weiter. Den Anfang macht heute die Chefredaktorin Elisabeth Hobmeier, welche im Hotel Margna in Sils-Basegia drei Tage lang als Zimmermädchen versuchte, ihr Bestes zu geben.

An dieser Stelle danken wir allen Hotel-Verantwortlichen quer durch die Schweiz für die spontane Zusage auf unsere Anfrage und für die Bereitschaft, uns «Quereinsteiger» einige Tage lang in ihr Personalteam aufzunehmen und uns uneingeschränkt hinter die Kulissen ihres Hauses schauen zu lassen. Wir werden unsere Erlebnisse

journalistisch und fotografisch weitergeben – und sind überzeugt, dass die Laien-Sicht die Profis öfters mal schmunzeln lassen wird.

Noch etwas: Wir möchten gerne Gegenrecht halten und interessierten Hoteliers oder Kaderleuten einen Blick hinter unsere Redaktions-Kulissen offerieren. Einen Tag lang «mitlaufen» als Redaktions-Stagiaire und hautnah miterleben, wie die htr hotel revue entsteht? Unser Sekretariat nimmt unter redaktion@htr.ch gerne Namen und Wunschdaten von Interessenten entgegen. Wir freuen uns und wünschen viel Spass.

Redaktion hotel revue



Bevor sich der erste Gast zeigt, putzt Verica bereits die Eingangstür im Hotel Margna.

aus dem Abfluss klabauen, hatte Visionen von Chaos und Verwüstung in den Hotelzimmern. Nichts davon traf ich während meines Stages an: Die Margna-Gäste zeigten sich überaus ordentlich.

in schwarz. Aber wiederum wartend: Einige Gäste sind «Earlybirds» und gehen früh zum Nachhessen, andere spannen uns auf die Folter, bis sie ihr Zimmer endlich verlassen. Dann sausen wir los, machen die «Couverteure»: Bett aufdecken, Pijama oder Nachthemd malerisch drapieren, das Badezimmer nochmals polieren und Licht anzünden.

Drei Erkenntnisse nehme ich mit aus dem Drei-Tage-Stage im Hotel Margna: 1. Zimmermädchen sein ist harte Arbeit. 2. Die mehrstündige «Zimmerstunde» im traumhaften Oberengadin ist für gehetzte Redaktorinnen ein wahres Geschenk. Und 3. Ich weiss jetzt, wie wichtig der grüne Türhänger-bitte Zimmer machen ist. Wenigstens für lauerrnde Zimmermädchen.

Romantik Hotel Margna, Sils-Basegia
www.margna.ch

Ideales Terroir für Sauvignon blanc



Geny's

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

Seit einigen Jahren gehören die Bündner Pinots Noirs dank ihrem köstlichen Duft und ihrer tollen Aromatik, den Finessen, die ins Spiel bringen, und ihrer ansprechenden Harmonie zu den wahren Gaumenfreuden der Schweizer Weinlandschaft. Nicht nur das Wetter und das Terroir prägen die ausserordentliche Qualität dieser Weine. Ihren unverwechselbaren Charakter verdanken sie einigen Ausnahmewinzern und -winnen, welche in den letzten zwanzig Jahren die Techniken der Weinbereitung verändert und Erfahrungen untereinander ausgetauscht haben. Vor allem aber haben der Einfluss und die Methoden anderer Weinbaugemeinden, allen voran das Burgund, bei der Arbeit im Rebberg und im Keller ihre Spuren hinterlassen und zu Experimentierfreudigkeit angeregt. Mit einer Gesamtfläche von 420 Hektaren Rebgräten ist das Angebot aus dieser Region leider sehr beschränkt. Die Nachfrage übersteigt Jahr für Jahr das Angebot.

Bei Verkostungen von Bündner Weinen sind die Weine von Manfred Meier schon öfters aufgefallen. Er ist einer jener innovativen Bündner Winzer, die mit viel Talent ausgesprochen individuelle Tropfen von bemerkenswerter Komplexität und Aromatik produzieren. Im Schatten der berühmten Bündner Herrschaft erzeugt Meier ausschliesslich



Weinbauer Manfred Meier aus Zizers.

in Weinbergen auf dem Gebiet der Gemeinde Zizers mit Perfektion und Hingabe hervorragende Weine.

Dank der unverwechselbaren Bodenbeschaffenheit und ihrem einzigartigen Mikroklima stellen Meiers Weine mit jedem Jahrgang den hohen Anspruch des Erzeugers an seine Gewächse erneut unter Beweis. Dazu meint Manfred Meier: «Ich bin ein Anhänger natürlicher Weine. Weine, die ihre Herkunft und das Terroir widerspiegeln.» Dementsprechend geht der Winzer seiner Arbeit im Weinberg und im Keller mit hoher Fachkompetenz, Elan und Leidenschaft nach. Eigenschaften, die es ihm ermöglicht haben, ein beachtenswertes Angebot an authentischen Weinen zu schaffen.

Der Winzervirus hat Manfred Meier schon in seiner frühesten Jugend befallen. Sein Interesse am Einsatz verschiedenster Maschinen und die tiefe Verbundenheit zu seiner engen Heimat waren aber schliesslich ausschlaggebend für die Berufswahl. 1992 übernahm der gelernte Winzer zusammen mit seiner Frau Michela in der dritten Generation die Verantwortung der Domäne. Wohl fühlten sie sich der Tradition verpflichtet, gleichzeitig jedoch setzten sie auf Innovation. Im Bewusstsein, dass man mit jedem Jahrgang wieder bei Null beginnt, erfordert die Arbeit im Weinberg und im Keller ein gründliches Nachdenken und entsprechendes Handeln.

Die Weingärten werden nach Grundsätzen der Integrierten Produktion kultiviert. Maschinen kommen nur für Bodenbearbeitung und Pflanzenschutz zum Einsatz. Die einstmals geliebte Maschinenarbeit überlässt Manfred Meier heute grosszügig seinen Mitarbeitern. Er ist überzeugt: Um zuletzt einen guten Wein in Flaschen füllen zu können, sollte möglichst viel Arbeit von Hand ausgeführt werden. Seine grosse Passion ist denn auch die Arbeit im Weinberg, vor allem Stockpflege, Entlaubung und Neuanpflanzung. Damit die Botschaft des Terroirs zum Tragen kommt, müssen die Rebstöcke kerngesund sein. Der Winzer verfolgt nur ein Ziel: den Charakter der Rebsorte im Wein zum Ausdruck zu bringen. Seiner

Philosophie zufolge, prägen Natur und Terroir dem Wein die Charakteristika der Rebsorte ein.

Nebst dem für die Gegend traditionellen Pinot Noir gedeihen auf 5 Hektar Rebland Riesling x Sylvaner, Pinot blanc, Gewürztraminer, Chardonnay, Diolinoir und Syrah. Jeder Wein hat seine besondere Eigenschaft und Persönlichkeit. Interessant ist es, wie charakteristisch sie sich als Jungweine präsentieren und wie unterschiedlich dann die verschiedenen Jahrgänge in der Flasche schmecken.

Im Jahre 1991 wurde erstmals auch Sauvignon blanc gepflanzt. Das Feingefühl und Gespür des Winzers, dass Zizers ein geradezu ideales Terroir für den Sauvignon blanc aufweist, bestätigt die Verkostung auf eindrückliche Art. Der 2006er ist reich am Gaumen, gefällt dank seiner frischen Einfachheit und macht dank seiner komplexen und schillernden Geschmacksnoten, die vom kalkhaltigen Rüfenschutt-Gestein herrühren, enorm Spass. Ein harmonischer Wein mit Charakter und einem nachhaltig saftigen Finale. Ein erstes Glas sollte man genussvoll für sich alleine trinken. Danach bietet ein im Olivenöl geschmorter Seeteufelrücken auf einem Gemüsebett von Tomaten, Artischocken und Oliven einen interessanten Kontext.

ANZEIGE

FÜR MICH. Die Klafs Sauna- und Wellness-Welt.



Sauna / Saunarium



Saunakosmetik



Dampfbad / Dusche



Sonnenweide



SAUNASPA / Whirlpool



Abkühlung

Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 170seitigen Übersichts-katalog.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

Klafs AG, Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
Telefon 041 760 22 42, fax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Weitere Geschäftszweige in Bern, Basel Bg, Zug, Chur, Glarus, Olten, Sion, Vevey, Yverdon.

Die Lösung für Schnarcher – ein Hotel in Grindelwald

Ein schnarchender Partner kann die Ferien zur Hölle machen. Das Hotel Belvedere in Grindelwald greift das Problem auf und bietet neu Schnarcherzimmer an.

GERHARD LOB

Viele Paare schlafen zu Hause in separaten Schlafzimmern, weil ein Partner – in der Regel der Mann – schnarcht. In den Ferien versuchen es viele Paare wieder in einem Zimmer. Doch das Resultat ist häufig, dass der nicht schnarchende Partner sich nicht wirklich erholt. Andere Paare buchen sogar zwei Hotelzimmer. Doch auch diese Lösung ist nicht optimal, weil man in den Ferien gerne zusammen wohnen will. Zudem ist es eine preisliche Frage.

Urs Hauser, Besitzer und Direktor des Hotels Belvedere in Grindelwald, kommt das Verdienst zu, sich dieses Problems angenommen und

Lösungsvorschläge erarbeitet zu haben. Bei den jüngsten Renovierungen hat er gezielt «Schnarcherzimmer» eingerichtet. Es handelt sich um Junior-Suiten, die zusätzlich ein kleines separates Schlafzimmer mit Dusche/WC bieten und durch eine Tür vom Hauptzimmer abgetrennt sind. Auch die grosse Eiger-Suite seines Hauses mit zwei separaten Schlafzimmern eignet sich für schnarchgeplagte Paare. Wie kam Hauser auf diese Idee? «Verschiedene Gäste haben bei uns zwei Zimmer gebucht und im Gespräch fanden wir heraus warum», antwortet er. Bei Werbereisen und Messen habe er dann über die Schnarcherzimmer gesprochen. Während junge Leute darüber lächelten, hätten ältere Personen zumeist stumm, aber verständnisvoll genickt. «Da sah und spürte man, wie viele Paare dieses Problem haben», so Hauser. Dies bestätigte sich auch in Gesprächen mit Verwandten, Freunden und Bekannten.

Das Resultat dieser Gespräche steht ab diesem Winter in Form von fünf Schnarcherzimmer-Einheiten zur Verfügung. Auf der Internetseite des Hotels sind sie mitsamt Plan zu finden. Hauser will nun abwar-



«Alptraum im Schlafzimmer»: Ein schnarchender Partner.

ten, wie die Gäste auf diese Initiative reagieren. «Je nach Buchung werden später beim An- und Neubau weitere solche Zimmer gebaut», sagt er. Nach dem Winter werde man die ersten Erfahrungen auswerten.

Ein Blick ins Internet bestätigt, wie recht Urs Hauser mit seiner Einschätzung des Schnarch-Problems hat. Schnarchen wird häufig als «Beziehungskiller» und «Alptraum in Schlafzimmern» bezeichnet. Das

Zentrum für Schlafstörungen am Rush University Medical Center in Chicago will in einer Studie aus dem Jahr 2006 herausgefunden haben, dass bei Paaren, die mit nächtlichem Schnarchen konfrontiert sind, sich sogar eine höhere Scheidungsrate feststellen lässt. «Es handelt sich um ein häufiges Eheproblem, dem bisher nicht genug Aufmerksamkeit geschenkt wurde», so die zuständige Wissenschaftlerin Rosalind Cartwright.

Neue Bücher

Schweizer Guetzli-Rezepte in englischer Sprache

Die meisten Schweizer lieben ihre Guetzli – aus gutem Grund. Sie essen die süssen kleinen Köstlichkeiten



ten jedoch nicht nur gerne, sondern lieben es auch, diese selbst zu backen. Das neu in englischer Sprache

vorliegende Buch «Swiss Cookies», lässt hinter das Geheimnis der Schweizer Weihnachtsguetzli blicken und zeigt dem Leser, wie traditionelle Guetzli und neuartige Kreationen für die Weihnachtszeit und das ganze Jahr im Nu auf den Tisch gezaubert werden können. Entstanden ist die Rezeptsammlung in Zusammenarbeit mit Betty Bossi. Mit der Neuerscheinung bringt Bergli Books eine kulinarische Kostprobe, die einem das Wasser im Mund zusammenlaufen lässt, sowie kulturelle Hintergrundinformationen zu all jenen im In- und Ausland, welche in den Genuss von Schweizer Guetzli kommen möchten oder sich nach heimischen Köstlichkeiten sehnen. Das Buch enthält ausserdem ein Zutatenwörterbuch, Umrechnungstabellen für Masseneinheiten sowie Tipps rund ums Backen und Verpacken.

Andrew Rushton und Katalin Fekete: **Swiss Cookies – Biscuits for Christmas and All Year Round.** Mit Rezepten und Fotos von Betty Bossi. Verlag Bergli Books, 112 Seiten, Fr. 29.80.

Einblicke in die Ritz-Carlton Hotelgruppe

Joseph Michelli ist Autor des Wirtschaftsbestsellers «Das Starbucks-Geheimnis – Wie aus Kaffee Gold wird». Mit «The New Gold Standard – Five Principles for Creating a Legendary Customer Experience» präsentiert er sein neuestes Werk über die Instrumente der Dienstleistung und Kundenbindung der Ritz-Carlton Hotel Company. Es ist das erste Mal, dass die vielfach ausgezeichnete Hotelgesellschaft offenbart, wie sie dauerhaft Kunden

bindet, die Zufriedenheit von Gästen und Mitarbeitern misst und eine talentbasierte Personalwahl trifft. Michellis Werk wurde vor kurzem vom amerikanischen Wirt-



schaftsverlag McGraw-Hill veröffentlicht und ist ab Frühjahr 2009 vom Redline Wirtschaftsverlag auch in deutscher Sprache erhältlich.

Joseph Michelli: **The New Gold Standard**, Verlag McGraw-Hill, bei www.amazon.de für 20 Euro erhältlich.



Das Emerald Cove Resort bei Koh Chang in der Abenddämmerung.

Bilder: Murielle Häberli

Meine Reise ins Land des Lächelns

Sie schloss die Hotelfachschule Thun als Beste ab und durfte deshalb sechs Amari-Hotels in Thailand besuchen. Für die htr schrieb Murielle Häberli ihre Reiseerlebnisse auf.

MURIELLE HÄBERLI

Nach einem knapp zwölfstündigen Flug landete ich vor ein paar Wochen in Bangkok. Ich war zum ersten Mal so weit alleine gereist, und mit entsprechend gemischten Gefühlen und ebenso vielen Erwartungen stand ich nun da am Flughafen, wo ich von hilfsbereiten, lächelnden Menschen empfangen wurde. Obwohl man bei den Thais nie weiss, ob ihr Lächeln wirklich Freude bedeutet, wirkt das auf einen, vor allem wenn man alleine reist, beruhigend. In jedem der sechs Hotels, die ich während meiner Reise besuchen durfte, wurde ich vom General-Manager oder seinem Assistenten begrüsst. Die meisten Angestellten wussten bereits, wer ich war, und alle vermittelten mir ein Gefühl, dass ich wirklich herzlich willkommen war.

Die speziellen Freundlichkeiten bei der Ankunft in den Hotels

Beim Check-in bekam ich jeweils ein kaltes Erfrischungstuch und einen Fruchtsaft oder speziellen Tee serviert. Anschliessend wurde mir auf dem Weg ins Zimmer das Wesentliche rund um das betreffende Hotel in Kürze erklärt. Im Zimmer fand ich einen an mich persönlich adressierten Willkommensbrief des General-Managers, eine Fruchtschale, thailändische Süßigkeiten und kleine Canapés vor. Jeden Abend wurde eine kleine Orchideenblüte aufs Bett gelegt. Einen Tag vor der Abreise bekam ich einen Brief ins Zimmer, der mir das Check-out und den weiteren Verlauf meiner Reise erleichterte. Es gehörte zu den schönsten Erfahrungen meiner Reise, diese Selbst-

Fakten Die beste Prüfung führte in sechs Hotels

Murielle Häberli schloss Ende 2007 ihre Ausbildung an der Hotelfachschule Thun als Beste ab. Dafür erhielt sie ein Preisgeld von hotellerieuisse und von der Amari-Hotelgruppe einen vierwöchigen Aufenthalt in folgenden sechs Hotels in Thailand: «Watergate» in Bangkok, «Emerald Cove Resort» in Koh Chang, «Rincome» in Chiang Mai, «Nature Resort» in Angkhong, «Palm Reef» in Koh Samui und «Coral Beach» in Koh Samui und «Coral Beach» in Koh Samui und «Coral Beach» in Koh Samui. Murielle Häberli arbeitet heute als Coordinatrice Banquets & Séminaires im «Lausanne Palace & Spa». **Der Gewinner 2008, siehe Seite 6.**



Catering in Chang Mai.

verständlichkeit, mit der die Thais ihre Gäste verwöhnen, zu geniessen, auch ausserhalb der Hotels.

Natürlich kann man auch in Thailand auf Menschen treffen, die nur daran interessiert sind, den Touristen so viel Geld wie möglich abzuknöpfen. Weicht man dem Trubel in Phuket jedoch ein wenig aus, und respektiert man den Glauben und die Kultur der Thailänder, erlebt man in ihrem Alltag die wahre Mentalität. Auf verschiedenen Ausflügen habe ich Einheimische kennengelernt, und auch wenn nicht alle Englisch sprachen, haben sie dennoch versucht, mir ihre Kultur näher zu bringen. In Chang



Das Hotelzimmer in Koh Chang.



Die Amari-Hotelanlage Palm Reef in Koh Samui.



Ein «Palm-Reef»-Swimmingpool.

Mai unternahm ich einen Ausflug zum Doi-Suthep-Tempel und einem Bergvolk. In einem «Red Cab» war ich mit vier Thais unterwegs. Diese haben mich in ihrer Runde herzlich aufgenommen und mit grosser Geduld auf mich gewartet, als ich beim Tempel anstehen musste. Nie zuvor habe ich Menschen kennengelernt, die so offen, grosszügig und vertrauensvoll gegenüber Fremden waren.

Natürlich muss man als Tourist in Thailand gelassener sein als in Europa. Da wartet man auch schon etwas länger auf das bestellte Getränk oder die Rechnung. Mir fiel auf, dass die Thais weniger initiativ sind und einen Arbeitsschritt nach dem anderen erledigen.

In einem thailändischen Gastro-Betrieb arbeiten rund doppelt so viele Leute wie in der Schweiz. Jeder einzelne Mitarbeiter hat eine klar definierte Aufgabe, der eine ist für die Platzzuweisung, der andere für die Bestellung und der dritte für die Rechnung verantwortlich. Anschauungs-Unterricht betreffend dieser Arbeitsabgrenzung erlebte ich an einem Morgen beim Frühstück: Ein Gast verschüttete seinen Orangensaft auf den Boden. Doch das daneben stehende Servicepersonal wischte nicht auf, da eben andere im Hotel für das Putzen angestellt sind. Per Telefon bestellten sie jemanden vom Housekeeping, um den Boden zu reinigen.

In Chang Mai durfte ich bei einem Catering für 750 Personen mithelfen. Es war eindrücklich zu sehen, wie viele Personen bei diesem Anlass involviert waren. In den Amari-Hotels sind im Schnitt 130 bis 140 Stellenprozent pro Hotelgast berechnet, in einem Mandarin Oriental oder in einem Shangri-La kann diese Prozentzahl bis zu 250 Stellenprozent pro Hotelgast gehen. Dies ist auch der Grund, weshalb man in Thailand einen ganz anderen Service anbieten kann. Und vor allem hat man viel mehr Zeit für die kleinen Details. Es gibt Angestellte, die einem ein Taxi rufen, jemanden, der allen Gästen die

Tür öffnet, und neben dem Réception- und Concierge-Personal kümmert sich auch eine Guest-Relations-Abteilung um das Wohlergehen der Gäste.

Hierarchie und Positionen sind in Thailand sehr wichtig. Eine Hotelkarriere gestaltet sich schwieriger. So ist es nicht oder kaum möglich, eine exzellente Service-Arbeitskraft an der Réception anzulernen. Die Réceptionisten wollen keinen Kellner an ihrem Arbeitsplatz, da sie ja schliesslich eine andere Ausbildung gemacht haben.

Führung in Thailand darf nicht aufgabenorientiert, sondern muss menschenorientiert sein. Kommunikation ist ein Hauptproblem in der Führung. Viele Thais sprechen kein oder nur sehr wenig Englisch. Sie sagen nur ungern Nein, deshalb antworten sie mit einem Ja oder einem Lächeln, auch wenn sie nichts verstanden haben. Die meisten Hotels haben einen eigenen Schulungsraum für ihre Mitarbeiter. In regelmässigen Abständen wird das Personal geschult, entweder wird Neues erklärt oder Altes wieder in Erinnerung gerufen. Das Schlimmste für einen



Murielle Häberli am Strand von Phuket.

Thailänder ist, sein Gesicht zu verlieren. Man darf sie nicht anschreien oder öffentlich kritisieren. In der Küche wird nie geschrien, so wie es hierzulande vorkommen kann.

Thailändische Probleme und ein Wunsch für die Zukunft

Als ich in Bangkok war, hatten die Hotels grosse Einbussen zu verzeichnen. Viele Reisegruppen sagten ab, aus Angst vor den politischen Protesten. Wenn man aber die Strasse vor dem Regierungsgebäude mied, ging das Leben normal weiter und man merkte nichts von den Streitigkeiten. Weitere Probleme: die Umweltbelastung – in Bangkok ist die Luftqualität so katastrophal, dass die Leute, die draussen arbeiten, einen Mundschutz tragen müssen –, die Zerstörung der Natur für Billigtourismus, die Rodung der Wälder, die Verschmutzung des Meeres und die Überfischung, die extremen Gegensätze von reich und arm, Luxushotels neben kleinen Hütten sowie die immense und immer noch wachsende Konkurrenz.

Neben dem Problem der Nachhaltigkeit wird sich Thailand in Zukunft auch mit dem Leistungs- und Kostendruck, der durch die hohe Konkurrenz hervorgerufen wird, auseinandersetzen müssen. Die Preise können sie nicht erhöhen, und so werden mittel- bis langfristig die kleinen Details verschwinden und nur noch von Top-5-Sterne-Hotels angeboten werden. Für die Mittelklassehotels aber, welche die Preise halten müssen, wird dies Qualitätseinbussen zur Folge haben. Mögen trotz zunehmender Verwässerung und dem erhöhtem Kosten- bzw. Profitdruck die Sitten und Bräuche, und vor allem das schöne Lächeln, nie verschwinden.

Die internationale Nikolaus-Elite traf sich in Samnaun



Swiss-Image

Letzten Samstag trafen sich **Samichläuse** aus aller Welt zum Saisonauftakt in Samnaun, um die Besten ihrer Zunft zu suchen. In einem Bart-an-Bart-Run setzten sich die «Balsthaler Turnerkläuse» durch, sie dürfen sich Nikolaus-Weltmeister nennen. An der **8. Nikolaus-WM** nahmen 15 Teams aus neun Nationen (Schweiz, Deutschland, Belgien, Italien, Grossbritannien, Mazedonien, Neuseeland, Japan und Island) teil, in Disziplinen wie Lebkuchen verzieren, Esel führen und Kamin besteigen.

Internorga vom 13. bis 19. März in Hamburg

Vom Papierhandtuch bis zum Geschirr, von der Gastronomieeinrichtung bis zum kompletten Hotelzimmer: Das Angebot im Bereich Einrichtung und Ausstattung auf der Internorga vom 13. bis 19. März 2009 in Hamburg ist sehr vielfältig. In zwei Hallen gibt die Leitmesse für den Ausser-Haus-Markt einen Überblick über neue Produkte, Konzepte und Trends. Die Bandbreite reicht von Lounge-Möbeln, Porzellanserien und Tischwäsche bis zu Dekostoffen. Die Aussteller haben Ideen und Innovationen im Gepäck, die Impulse für besondere Inszenierungen, aber auch praktische Lösungen für den Restaurant- und Hotel-Alltag bieten.

www.internorga.com

Sterne pflücken im «Park Hyatt» in Zürich



Seit dem ersten Advent schmückt ein Weihnachtsbaum die Lobby des Zürcher «Park Hyatt». Dieser ist mit Kugeln und selbstgebastelten, bunt bemalten Sternen geschmückt. Die Kinder des Rehabilitationszentrums in Affoltern am Albis schreiben ihre Weihnachtswünsche auf die Sterne. Nun ist es an den Hotel- und Restaurantgästen, den Mitarbeitern und den Besuchern die **Wunsch-Sterne** zu pflücken und zu erfüllen oder eine Spende bei der Réception abzugeben. Es geht um Wünsche wie CDs oder DVDs, Puppen, Autos, aber auch Bastelutensilien oder Malkästen. Die gespendeten Geschenke werden im Hotel gesammelt und dann den Kindern überreicht.

ANZEIG



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

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

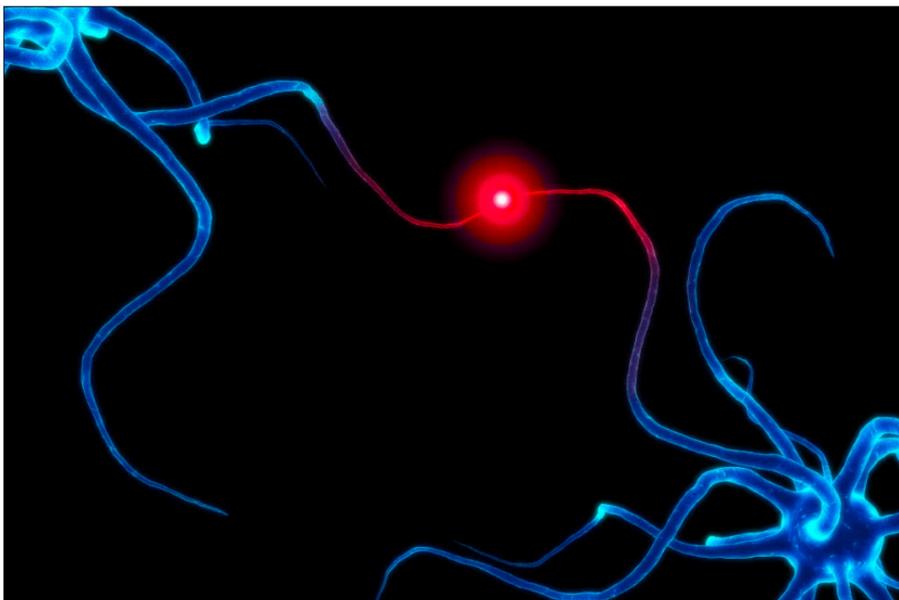
Mit neuem Namen, neuem Layout, neuer Schrift und dem neuen Bund «dolce vita».

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

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

www.htr.ch

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



NLP versteht sich als Gebrauchsanleitung fürs Gehirn: Die richtige Reaktion via Nervenleitungen und Synapsen.

Programm für Erfolg

Mit Neuro-Linguistischem Programmieren, kurz NLP, kann der Service im Hotel noch besser werden. Christina Weigl, Co-Leiterin des Instituts für Business-NLP, erklärt warum.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Sie haben in Service und Küche gelernt und sind eidgenössisch diplomierte Tourismusfachfrau. Wie sind Sie auf NLP gekommen?

Schon als ich bei der Restaurantgruppe Strozzi in Zürich Anfang der Neunziger-Jahre Geschäftsführerin war, fragte ich mich, wie ich bei den Mitarbeitern ein gemeinsames Verständnis fürs Unternehmen schaffen kann. Als Sales Mana-

gerin im «Montana» in Luzern suchte ich dann nach Werkzeugen, um die wirklichen Bedürfnisse der Kunden zu erfahren und um mich persönlich zu entwickeln. Beim NLP hat mich die Einfachheit des Systems fasziniert und dass man es direkt umsetzen kann.

Ist die Entwicklung der Persönlichkeit nicht Privatsache? Nicht im Gastgewerbe. Frontmitarbeiter vom Portier bis zum Mitarbeiter im Service sind dauernd mit dem Gast in Kontakt und arbeiten unter hohem Druck. Sie haben keine Rückzugsmöglichkeit. Da braucht es ein extrem gutes Management der eigenen Befindlichkeit.

Dann ist es also sinnvoll alle Mitarbeiter zu schulen, nicht nur das Kader? Das wäre ideal. Gerade die Frontmitarbeiter bräuchten die Schulung, gerade sie sind die Botschaftsträger der Betriebsphilosophie. Meist schult man in Sachen Management jedoch

nur das Kader, bei den Mitarbeitern an der Gästefront beschränkt man sich auf Produkte- oder Telefonschulung. Dabei hilft die beste Fachschulung nichts, wenn der Mitarbeitende den Job nicht mit Überzeugung macht und den Stress nicht im Griff hat.

Dank NLP macht man seinen Job aus Überzeugung? Das «Modell der logischen Ebenen» zeigt dem Teilnehmer, ob seine Rolle mit seinen Werten, seinen Fähigkeiten und seinem Verhalten übereinstimmt. Wenn keine Identifikation mit der Rolle vorhanden ist, wird das deutlich. Es ist wichtig, dass man hundertprozentig zu seiner Rolle als Gastgeber steht.

Wirkt sich eine NLP-Schulung auch auf den Umsatz aus? Das sollte natürlich schon so sein. Vor allem auch durch das bedürfnisorientierte Verkaufen. Beim NLP geht man davon aus, dass es verschiedene Kommunikationstypen gibt und der Teil-

nehmer lernt, diese schnell zu unterscheiden. Man kann auch immer alle gleichzeitig anspre-

chen, indem man die Botschaft sowohl visuell, auditiv als auch kinästhetisch vermittelt. Das heisst für den Service zum Beispiel: Speisekarte hinlegen, Menüs erklären und Häppchen zum Kosten reichen. Wenn der Gast richtig angesprochen wird, sollte die Zahl der Reklamationen sinken.

Mit NLP kann man also mehr verkaufen?

Ja, indem ich dem Gast das verkaufe, was er wirklich will. Eine Offerte rauslassen, reicht nicht. Man muss wissen, warum sich der Gast entscheiden könnte zu kommen. Was ist ihm besonders wichtig? Und das wird dann im mündlichen Verkaufsgespräch immer wieder als «Wortanker» gesetzt. Das wirkt. Daneben braucht's noch ein bisschen Smalltalk zum Beziehungsaufbau. Das kann ein E-Mail nicht.

«Anker» sind typisch für NLP? Richtig, das sind physische «Reminder». Die nützt man auch in der Guest-Relation: Indem man passend zum gebuchten Package dem Gast etwas Bleibendes zur Erinnerung mitgibt. Bei einer Reklamation sollte es allerdings nichts Dauerhaftes, sondern zum Beispiel lieber Pralinen, sein: Der Gast soll sich ja nicht immer wieder daran erinnern müssen.



«Es ist wichtig, dass man hundertprozentig zu seiner Rolle als Gastgeber steht.»

Christina Weigl
Institut für Business-NLP in Rotkreuz

Als Sales-Managerin im Montana habe ich bei einer Absage einen Kompass geschickt, damit der Kunde das nächste Mal den Weg zu uns finde. Das hat positiv überrascht.

Reklamationen sind ein heikles Thema. Wie geht man idealerweise mit diesen um?

Man sollte versuchen, das Bedürfnis des Kunden zu erfüllen, also direkt eine Lösung zu suchen, statt lange zu diskutieren, ob die Reklamation nun korrekt ist. Entscheidend ist, beim Gast ein positives Gefühl zu erzeugen. Das kriert Kundentreue.

NLP-Schulungen gehen im Gegensatz zu Produkteschulungen ins Geld. Das wird sich nicht jedes Hotel leisten. Ich denke, NLP-Trainings sind vor allem für die gehobene Hotellerie ein Thema. Diese kann sich so noch besser von der Konkurrenz abheben.

ANZEIGE

Sich vertieft kennen lernen und seine Umwelt besser verstehen

«NLP» bringt mehr Erfolg im Business, verspricht die Broschüre des Instituts für Business-NLP in Rotkreuz. Doch was ist «NLP»?

GUÐRÚN SCHLENCZEK

«NLP» steht für Neuro-Linguistisches Programmieren. Im kürzlich durchgeführten zweitägigen Führungseminar des Instituts für Business-NLP im Kongresshotel Seedamm Plaza in Pfäffikon wurden erst mal Grundlagen der Kommunikation vermittelt und wie Menschen Informationen besser aufnehmen. Man erfährt viel von sich selbst und von der Rolle, die man spielt. Die Teilnehmer erhielten Werkzeuge, um ihre Ressourcen in brenzligen Situationen besser

nützen zu können. Und schliesslich lernte man, sich Ziele zu setzen und diese auch zu erreichen. 50 Prozent der Trainingszeit wurde geübt. Was motiviert Business-Leute, einen solchen Kurs zu besuchen? Das Geschäft, möchte man meinen. Stimmt nur zur Hälfte. Genauso wichtig schien das Ziel «mehr Zeit für sich selbst». Genau da beginnt auch das

NLP-Prinzip: beim Selbstmanagement. «Die Mitarbeiter sind selbstsicherer geworden», nennt Renata Grütter Kröger, stellvertretende Hoteldirektorin des «Montana» in Luzern, einen Haupteffekt des NLP-Trainings. Das 4-Sterne-Superior-Haus hatte vor drei Jahren während

einem Jahr die ganze Hotel-Crew schulen lassen. Mit «Service Excellence» bietet das Institut für Business-NLP eine auf Dienstleistungsunternehmen

«Die Mitarbeiter sind selbstsicherer geworden. Man nimmt die Dinge anders wahr.»

Renata Grütter Kröger
Hotel Montana in Luzern

zugeschnittene NLP-Schulung und mit der «Business-Coaching-Ausbildung» eine für Führungskräfte an. «Mitarbeitergespräche werden offener», ergänzt Grütter Kröger. Damit die NLP-Erfahrung nicht wieder versandet, baut Grütter Kröger nun Teile davon ins Total Quality Management (TQM) des Hotels ein. «Den Mitarbeitern fehlt das qualifizierte Feedback, wie es das NLP lehrt.»

www.business-nlp.ch



BLYCOLIN

Hotelwäsche in guten Händen

Eichenweg 1
CH-4410 Liestal / BL
Telefon: +41 61 / 901 82 30
Fax: +41 61 / 901 82 31
Email: office.gmbh@blycolin.com



Ein einmaliges Konzept

Blycolin bietet Ihnen ein ausgeklügeltes Konzept für die Wäscheverwaltung für Hotels, Restaurants, worin neben Kontinuität und Qualität auch Ihre spezifischen Wünsche realisiert werden können. Auf der Grundlage unserer jahrelangen Erfahrung und grossen Fachwissen liefern wir ein Gesamtkonzept für die Finanzierung, Verwaltung und Versorgung ihres Textils. Umwelt, finanzielle Sicherheit, Trendentwicklungen und Wäsche-management befinden sich bei uns in guten Händen, da dies die Kerngeschäfte unserer Dienstleistungen sind.

Sortiment

Das Sortiment von Blycolin ist vollständig auf das Hotel- und Gaststättengewerbe abgestimmt und besteht aus Textilien für Hotelzimmer und Badezimmer, Restaurant und Küchen. Unsere Kollektionen stellen wir mit viel Gefühl für Qualität und Trends zusammen. Die Kollektionen stammen von Toplieferanten, die uns Langlebigkeit, Exklusivität und Kontinuität gewährleisten. Blycolin verfügt über ein völlig auf industrielle Waschvorgänge abgestimmtes Sortiment. Dies bietet Ihnen unzählige Vorteile. Der Einkauf von Blycolin ist auf eine schnelle und günstige Lieferung abgestimmt. Produkte können auch nach einem späteren Zeitpunkt unkompliziert in der gleichen Farbe und Qualität nachgeliefert werden. Speziell für ihr Unternehmen stellen wir ein Paket zusammen, das vollständig auf ihre Wünsche abgestimmt wurde.

Zuverlässige Partner

Alle unsere Wäschereipartner wurden auf Erfahrung, Qualität und Zuverlässigkeit ausgewählt. Zudem finden, um die Qualität auch weiterhin gewährleisten zu können, fortwährend Qualitätskontrollen statt. In Zusammenarbeit mit Untersuchungs-instituten hat Blycolin zur Überprüfung ihrer Partnerwäschereien ihr eigenes Qualitätsprüfungssystem entwickelt.



liegenschaften

HESSER

Immobilienberatung
in Pöchlarn & Krems an der Donau

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

Wir sind ein Unternehmen für alle Arten Hotels und Restaurants

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analysen und Gutachten
- Makler- und Maklerin
- Bewertung / Veranschlagung
- Finanzierung
- Miet- und Einkaufsgüter
- Finanz- und Steuerfragen

• str. 2, Pf. 3, 3606 Hof, 3101
053/410 1177 - 079/427 1734
Fax 053/410 1176

Sportzentrum

GRINDELWALD

mit Hallenbad, Wellness, Eishalle, Curlinghalle, Spitzstube, Bouldern und Indoor-Seilpark

zu verpachten:
auf Mai 2009 oder nach Übereinkunft
neu umgebautes und auf die Bedürfnisse der Anlage und des Ortes Grindelwald konzipiertes Restaurant
Sport Pub

Gastronomiebetrieb mit ca. 120 Sitzplätzen, Gartenterrasse (80) und Guleber (74)

Bewerben und Bewerber senden ihre Unterlagen an:
Sportzentrum Grindelwald AG, 3818 Grindelwald
z.H. Toni Baumann, Geschäftsführer

Standort mit Potenzial für Personalrestaurant

Inmitten von über 5'000 Arbeitsplätzen vermieten wir direkt beim Bahnhof Glattpburg, in einer modernen Gewerbehalle, eine Gastrofläche von 1'350 m², erweiterbar bis 1'700 m². Die Fläche ist frei unterteilbar und die Raumböhe von bis zu 5 m garantiert viel Platz für interessante Konzepte.

Interessiert? Rufen Sie uns an, wir informieren Sie gerne:
Tel. 044 809 50 12

ALPINE FINANZ IMMOBILIEN AG

CH-8000 ZÜRICH, KÄRNTNERSTRASSE 111, TEL. 044 809 50 12, WWW.ALPINEFINANZIMMOBILIEN.CH

Zu vermieten im Kanton Luzern

Sehr schönes Kloster-Restaurant in St. Urban

Fr. 2'500.— Mte.

Inventar/Möblier vorhanden, gehören zum Objekt. Genügend Parkplätze. Restaurant mit vier Räumen. Zusätzlich kleine Kloster-Keller Fr. 500.- pro Anlass. Barbetrieb möglich. Im Miet-Preis inbegriffen ist 3-Zimmer-Wohnung. (80 m²).

HAMA Verwaltungen AG
H.J. Pfister 062 762 22 62

Gsell & Partner

Kompetenz in Immobilien und Restauration

In Zuge einer Nachfolgeregelung verkaufen wir im Grossraum BASEL ein charmantes Boutique Hotel. Das sehr gut geführte Haus positioniert sich erfolgreich mit kreativer, sinnlicher Gastronomie, welche in verschiedenen, apart gestylten Räumen und idyllischen Gartenrestaurant abgedeckt wird. Seminareäume, Tagungs- und Festsaal, 18 Zimmer und Suiten, Einkaufen: CHF 3 Mio. Als begeisterte Gastropholen finden Sie hier Ihren neuen Wohnort! Den idealen Geserbern arbeiten wir ein passgenaues redestes Finanzierungsangebot im Rahmen der Grossanleihe von CHF 400'000 und erstärzlich. Gerne senden wir Ihnen die komplette Verkaufsdokumentation.

Gsell & Partner GmbH
Walter Rupp Brunngasse 20 CH-6005 Luzern
Tel. +41 41 220 3000 Fax +41 41 220 3001
walter.rupp@gsellundpartner.ch www.gsellundpartner.ch

Restaurant zu vermieten (Restaurant im Stockwerkeigentum)

Wir bieten ein gut eingeführtes Restaurant (60) mit Terrasse (100) und Bankettsaal (40) in touristischer Lage am See im Tessin. Monatliche Pacht Fr. 4500.- inkl. Mietinventar. Übernahme-Goodwill Fr. 50'000.- mit Kapitalnachweis. Pachtbeginn 2009 nach Vereinbarung.

Bewerbungen unter Chiffre 185097, htr hotel revue, Morbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

aus- und weiterbildung

Locarno - Cardada (1332 mü. M.)

Hotel mit 30 Zimmern, ein Restaurant mit 80 - 90 Plätzen, im Innern sowie 80 Plätze auf der Terrasse, volle Aussicht (Umrahmung ca. 2'000 m² VP: Fr. 1'500'000.-

Brimago

Das Gami mit 30 Zimmern befindet sich an zentraler Lage und voller Aussicht, Grundstück ca. 1'200 m², es ist nicht voll ausgenutzt, es sind 15 Aussenplätze vorhanden. VP: auf Anfrage

FENDON immobil., 6612 Ascona
Tel. 0848 338 308 www.fendon.ch

In der Stadt Bern

verpachten wir auf Frühling 2009
traditionreiches und bestbekanntes Speiserestaurant, bestehend aus:

- Gaststube mit ca. 50 Plätzen sowie
- 3 charakteristischen Räumlichkeiten mit ca. 100 Plätzen und
- wunderschönem Garten mit rund 40 Plätzen.

Der Betrieb ist in bestem Zustand und wird stetig gepflegt und unterhalten.

Wir suchen eine Persönlichkeit als Pächter (Pächterin, Pächter-Ehepaar), die den Betrieb auf dem traditionellen guten Niveau weiterführen kann. Ihre feine und kreative Küche ist zentral für den Erfolg, und gepaart mit der überdurchschnittlichen Serviceleistung widerspiegelt Ihre Arbeit und Ihr Können die Qualität dieses wunderschönen Gebäudes.

Wir sind als Besitzer/in mehrerer traditioneller Stadtberner Restaurants faire Partner und suchen ebenso faire Pächter für einen mehrtjährigen Mietvertrag.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
htr hotel revue, Chiffre 185116
Morbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

G&P Immobilien GmbH

Ein Unternehmen von Gsell & Partner

Lokal verankert, europäisch vernetzt - Ihre diskreten, professionellen Hotel-Immobilienpartner für:

- HOTELVERMITTLUNG für Kaufinteressierte
- INVESTITIVENVERMITTLUNG für Verkaufinteressierte
- NACHFOLGEPLANUNGEN ohne Verkauf des Hotels
- NACHFOLGEPLANUNGEN mit Verkauf des Hotels
- UNTERNEHMENSWERTUNGEN

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

DIE IN-TOUR
Die 2008/09, Mo bis Di 2008
17.00 bis 19.00 Uhr

DIE KLASSIK-TOUR
Mo bis Di 2008, Mi bis Do 2008
11.00 bis 13.00 Uhr

DIE NACHT-TOUR
Fr bis So 2008
20.00 bis 22.00 Uhr

WELCHE STRATEGIE?
Die Lösung
RUBI Zürich
10000 200 111
10000 200 111
www.rubizoo.ch
www.rubizoo.ch

Zu verkaufen in Chur GR

gut eingeführtes Speiserestaurant

Das Restaurant liegt mitten im Zentrum von Chur. Es verfügt über 80 Sitzplätze im Restaurant, 40 im Saal und 50 auf der Terrasse. Das Lokal ist für viele Konzepte geeignet. Evtl. zur Erweiterung einer bereits bestehenden Restaurantkette. Dazu gehören eine 4½-Zimmer-Wohnung, 4 PP in der Tiefgarage sowie div. Keller. VP: auf Anfrage

Serious Interessenten melden sich bitte unter Chiffre 184817, htr hotel revue, Morbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Im Vinetz am Bielersee!

Im Dorfkernum von Vinetz am Bielersee verkaufen wir das grosszügig und modern ausgebaut

Restaurant Kreuz

Restaurant mit 70 Plätzen, grosser Saal mit Bühne, kleiner Saal im OG, modern ausgebauter Küche mit Nebenzimmern, grosse Gartenterrasse und viele Parkplatzmöglichkeiten. 1x 3-Zimmer-Wohnung und 1x 4-Zimmer-Wohnung, zwei Gästezimmer. Bekannt als Ausflugsziel nicht weit von Bern, Biel und Neuenburg. Ideal für ambitioniertes Werbeopar.

Verkaufspreis inkl. sämtliches Inventar: Fr. 1'450'000.-

BAL Immo-Treuhand AG
Immo-Fiduciaire SA

PK Postfach 20 - CH-2001 Biel/Bienne
Tel. 031-320 40 31 Fax 031-320 24 45
www.balimm.ch

Zu verkaufen: elektronische Stempeluhren

ab Fr. 598.-

- Fachliche Ausführung ab Fr. 780.-
- Badge-System ab Fr. 1880.-
- Smart rev. Occ. mit Garantie

Jaeggi Uhrenanlagen
Luzern 052 360 58 81
Zürich 044 202 24 81

Heizlüfter ab nur Fr. 220.-

Land Riedwil
Tel 052 968 11 64
Postversand

5-Sterne-Journalismus für bloss Fr. 4.30?

Das sind ja ganz neue Seiten!

htr hotelrevue
Die Schweizerische Hotel- und Gastwirtschafts-Zeitung

Du journalisme 5 étoiles pour seulement 4.30 fr.?

Voilà quelque chose d'inédit!

htr hotelrevue
L'hebdomadaire suisse de l'hôtellerie et de la restauration



Alpes vaudoises

Un spécialiste du développement durable a été chargé de diversifier l'offre touristique.

Page 21



Pénurie de personnel

Une meilleure fidélisation des employés devrait enrayer la pénurie de personnel.

Page 22

Des étudiants très convoités

Plusieurs écoles hôtelières françaises sont venues au salon Studyrama à Genève pour y présenter leurs formations. Côté suisse, l'École de Glion était présente, mais pas l'EHL.

HÉLÈNE KOCH

Organisé samedi passé pour la troisième fois à Palexpo, à Genève, le Salon Studyrama des formations et carrières internationales comptait cette année une importante présence d'écoles qui dispensent une formation dans le domaine hôtelier, celui de restauration ou encore dans le tourisme. Et ce sont surtout les Français qui sont venus prospecter en Suisse lors de ce salon, organisé par Vocatis, un groupe français. L'Institut Paul Bocuse, et l'École de Savignac ont fait le déplacement de Genève, tout comme l'École hôtelière de Glion et Les Roches, le seul institut suisse présent à cette manifestation.

Les écoles profitent beaucoup du bouche-à-oreille

«En Suisse, nous participons à toutes les manifestations auxquelles nous sommes invités. A Genève c'était différent car on nous demandait une participation financière», explique Cédric Focking, responsable de la communication à l'École hôtelière de Lausanne (EHL). Celle-ci a également la partie plus facile auprès des étudiants suisses, puisque ceux-ci ne payent qu'un écolage symbolique contre 25000 francs par semestre à Glion/Les Roches. En revanche, l'EHL participe à des salons plus générale, sur les cinq continents.

Mais le plus souvent, tous s'accordent à le dire, les futurs élèves entendent avant tout parler de ces écoles par le bouche-à-oreille. A Paul Bocuse, on estime ainsi à 60% la proportion de ceux qui ont entendu parler de l'Institut par ce biais. Corollaire de cela, ceux qui viennent se renseigner au stand de



Alain D. Bollat

Après leur parcours académique, les étudiants des écoles hôtelières – ici à l'EHL – rejoignent souvent les grandes chaînes.

l'Institut Bocuse ont majoritairement suivi la filière française, baccalauréat ou baccalauréat international. En deuxième position viennent ceux qui sont attirés vers l'Institut par les professionnels eux-mêmes, à raison de 30% environ. «Parfois les parents qui ne sont pas dans la branche demandent aux restaurateurs qu'ils connaissent ce qu'ils peuvent conseiller quand l'enfant s'intéresse à rentrer dans ces métiers», constate Suzanne Weber, responsable des admissions à l'Institut Bocuse.

Quels sont les débouchés? Une question fréquemment posée

Du côté des étudiants potentiels, la question la plus souvent posée est celle des débouchés. «Là où on a le plus de chances de progresser rapidement dans sa carrière est aux Emirats Arabes Unis ou en Asie», estime Pierre Humbel, ancien étudiant venu présenter Glion en com-

pagnie d'Alexander von Arx, directeur régional des admissions pour Les Roches. La stratégie de présentation est similaire à l'Institut Paul Bocuse, où Suzanne Weber est épaulée par Marta Brivio. Fraîchement diplômée de l'Institut, celle-ci travaille désormais au Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, à Genève. «Nous avons des anciens étudiants qui travaillent dans les hôpitaux au contrôle qualité», explique Suzanne Weber à deux jeunes femmes venues se renseigner.

L'attrait des grandes chaînes hôtelières

De son côté, l'Institut de Glion souligne encore d'autres possibilités de carrières qui ne se font pas forcément dans l'hôtellerie-restauration ou le tourisme, comme le marketing et la communication, ou le département des ressources humaines de grandes entreprises. De son côté, Pierre Humbel compte

travailler deux ou trois ans dans l'hôtellerie, puis dans une société financière, lorsque la crise actuelle sera passée. Un choix «peu représentatif», comme il le dit lui-même.

En effet, la plupart des étudiants se retrouvent dans des grandes chaînes hôtelières, telles Marriott, Four Seasons ou Accor. «Ils travaillent souvent dans des hôtels ayant

plus de trois cents employés et plusieurs millions de chiffre d'affaires», précise Alexander von Arx. Et beaucoup se retrouvent aux Etats-Unis, en tout cas, dans un premier temps.

Formation L'offre ne cesse de s'étoffer

En matière de formations destinées aux futurs cadres supérieurs ou membres de la direction, l'offre ne cesse de s'étoffer.

En Suisse, Les Roches Gruyère propose désormais un bachelor of Science in International Hospitality Management. Alors que l'Institut de Glion est accrédité selon le système américain NEASC (New England Association of Schools

and Colleges), la nouvelle formation dispensée à l'École des Roches, à Bluche (VS), fonctionne avec les crédits ECTS du système de Bologne, ce qui permet aux étudiants de compléter leur formation dans d'autres universités européennes.

De son côté, l'Institut Paul Bocuse a lancé un doctorat, pour compléter le bachelor et le master déjà existants. Cinq doctorants ont

déjà commencé, dont un qui fait sa thèse sur la modélisation du comportement des clients, financée par le groupement des Relais & Châteaux.

De son côté, l'École de Savigny lance, dès la rentrée 2009, un bachelor international qui se fera dans trois pays différents, à raison d'un an en Espagne, puis un an en France et la dernière année en Grande-Bretagne. hk

Votations sur la fumée: les «pros» soulagés

Les électeurs ont décidé: Vaud, Valais et Fribourg deviendront des cantons non-fumeurs. Les professionnels de la branche respirent.

JEAN-JACQUES ETHENOUZ

La décision est tombée dimanche: les cantons de Vaud, de Fribourg et du Valais rejoindront le clan des «non-fumeurs». Et, si on ne connaît pas encore précisément les règlements d'application qui seront édictés dans ces trois cantons, l'in-

terdiction de fumer dans les établissements publics entrera en vigueur durant l'été 2009. Dans les trois cas, c'est l'interdiction la moins restrictive – celle qui autorise les fumeurs – qui a été acceptée. Un soulagement pour les associations fatiguées de la branche dans ces cantons.

Ainsi, pour Philippe Thuner, président d'Hôtellerie vaudoise «il était important de laisser la possibilité aux établissements d'aménager des endroits fumeurs et de ne pas pratiquer l'exclusion systématique préconisée par les auteurs de l'initiative». Un soulagement aussi pour Frédéric Haenni, président de GastroVaud. «Les électeurs ont compris

que, en arrière plan de cette décision, il y avait un important enjeu économique. Que, pour certains restaurateurs, il en allait de la survie de leur entreprise», dit-il. Satisfaction aussi pour Tobias Zbinden de GastroFribourg qui estime à «10-15%» les établissements qui pourront adopter la solution «fumeur».

Un chiffre qui est également cité par Yves Cotter, du secrétariat de GastroValais. Et comme nos autres interlocuteurs, ce dernier souligne: «A nous d'intervenir au niveau de la rédaction du règlement d'application, de savoir proposer des solutions.» Et de citer les réactions des membres pour qui «après six mois,

c'est la fluctuation du chiffre d'affaires qui fera loi». «Mais dans tous les cas, il s'agira de décrire le débat émotionnel, de s'inspirer d'autres législations et de savoir innover et d'attendre les prescriptions de la loi fédérale qui entrera en vigueur en mars», poursuit Frédéric Haenni qui cite volontiers la loi tessinoise.

Même si l'expérience européenne a montré qu'il était difficile d'installer des fumeurs, Philippe Thuner est optimiste: «Dans bon nombre de petits établissements de campagne, il sera toujours possible de réaffecter une arrière-salle servant aux réunions de parti, d'un comité local ou du club de jass.» Pour

lui, la question de l'aération ne devrait pas poser de problèmes insurmontables, la salle principale étant libre de fumée, elle ne nécessitera plus autant d'aération. «Détourner les conduits vers l'arrière-salle devrait pouvoir se faire sans trop de frais.» Mais qu'y croit!

Ainsi, par exemple, lors du der-



«Il était important de laisser la possibilité d'aménager des endroits fumeurs.»

Philippe Thuner
Président d'Hôtellerie vaudoise

nier salon Gastro-nomia, début novembre, il ne s'est pas trouvé d'exposant à proposer une vraie solution de rechange, que ce soit en termes d'aménagement dudit fumeur, de filtrage d'air ou autres aménagements. Le seul qui y a, peut-être, pensé proposait des systèmes de chauffage pour les terrasses.



RAMSEIER. L'énergie naturelle.

Naturellement bon:
Jus de fruits
RAMSEIER de
qualité premium



Davantage d'informations sur ramseier.ch

L'offre sera revisitée



Les activités hivernales dans les Alpes vaudoises (ici Château-d'Éx) ont beaucoup profité de l'aide publique. L'heure est venue de dynamiser aussi l'offre estivale.

Spécialiste du développement durable, Philippe Solms a été chargé de diversifier l'offre touristique des Alpes vaudoises. Il détaille ses axes d'intervention.

MIROSLAW HALABA

Le travail qui attend le Genevois Philippe Solms (52 ans), spécialiste du développement durable, dans les Alpes vaudoises, est considérable. Ceci d'autant plus que son mandat est, en principe, limité à deux ans. Engagé depuis le 1er novembre par la Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV), il est chargé de mettre en place un processus de diversification de l'offre touristique, ceci en vertu des conditions mises en place par la nouvelle politique régionale et, partant, parlait sur l'aide au développement économique. La décision de diversifier est née du constat que, ces der-

nières années, presque toute l'aide publique avait été affectée aux activités touristiques hivernales. «Or, compte tenu du changement climatique et d'un intérêt accru de la clientèle pour les activités estivales, il était temps de réorienter ce soutien», note Philippe Solms. Le développement de l'offre estivale n'est pas un domaine inconnu. «Tous les ferments sont là depuis passablement de temps. Ce qu'il convient de faire maintenant, c'est travailler sur certains éléments comme l'accès à l'offre», indique-t-il.

Une de ses tâches sera ainsi de mettre en réseau les activités liées à la mobilité douce – randonnées pédestres, VTT, en particulier – et de les connecter au réseau des transports publics, à l'image de Suisse Mobile. Il devra aussi proposer des pistes pour améliorer l'offre d'hébergement. Une tâche qui le poussera à

traiter le problème des lits froids et celui de l'hébergement du personnel touristique. Philippe Solms ne privilégie, pour l'instant ici, aucun modèle. «J'ai constaté qu'il y avait des besoins très différents entre les destinations et que l'on ne pourra pas travailler partout de la même manière. Je me suis donc fixé comme premier objectif d'établir un inventaire de ces besoins.»



N. Baehler

«Je serai dans un rapport d'information mutuelle avec les offices du tourisme.»

Philippe Solms
Chef de projet à la CITAV

Le cahier des charges du nouveau chef de projet de la CITAV comprend, par ailleurs aussi, l'évaluation des projets qui sont soumis aux associations régionales pour obtenir des fonds publics, histoire de voir s'ils contribuent à la diversification de l'offre.

Philippe Solms se voit, à ce poste, dans un rôle de catalyseur. «Ma tâche est de lancer des dynamiques, de mettre en place des plates-formes et d'inciter les ac-

teurs locaux à développer une vision commune sur les enjeux que je dois favoriser», dit-il. Cela ne sera pas toujours évident et Philippe Solms en est conscient: «Les défis apparaîtront lorsque les acteurs devront passer du niveau du principe, où tout le monde est

Philippe Solms, un lien entre deux associations

Genevois, âgé de 52 ans, Philippe Solms a débuté son activité au service des Alpes vaudoises le 1er novembre. Auparavant, il était collaborateur au service du développement durable de l'Etat de Genève. Licencié en histoire économique et sociale, il a suivi une formation postgrade en écologie humaine. Il a été engagé par la Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV). Etablie à Aigle, celle-ci fait le lien entre l'association régionale du Pays-d'Enhaut et celle du district d'Aigle. Le champ d'action de Philippe Solms s'étend sur les huit communes de montagne des Alpes vaudoises. mh

d'accord, à celui de la décision ou de l'adoption des règles que les communes devront s'imposer pour atteindre un objectif.» Occupé par l'offre, Philippe Solms devra aussi nouer des contacts avec les institutions chargées de promouvoir et de commercialiser cette offre, soit les offices du tourisme. «Je devrais m'informer auprès de ces offices afin de bien saisir les attentes de la clientèle. Je devrais cependant aussi les tenir au courant de ce qui se développe en matière d'offre. Je serai dans un rapport d'information mutuelle.»

Licencié en histoire économique et sociale, au bénéfice d'une formation postgrade en écologie humaine, Philippe Solms est heureux d'occuper ce poste car il s'inscrit dans la continuité de ses activités précédentes, dont celle de collaborateur au service du développement durable à l'Etat de Genève. «Compte tenu de la modification du contexte juridique et de la volonté de régionalisation, ce travail revêt un caractère créatif, ce que je trouve extrêmement stimulant», note-t-il. Il se plaît à relever aussi la beauté naturelle de la région qui l'emploie et «l'énorme potentiel» de diversification touristique qu'elle recèle.

En bref

Vaud

Musée des beaux-arts: un projet à reprendre

Le rejet du crédit d'étude pour la réalisation d'un musée des beaux-arts à Bellrive, à Lausanne, a déçu les milieux touristiques. «Il est toujours difficile de lutter contre une image négative. Or, celle de blockhaus au bord du lac, véhiculée par les initiateurs opposés au crédit, a malheureusement inquiété les esprits», a indiqué Philippe Thuner, le président d'Hôtellerie vaudoise. Comme le Palais de Rumine ne pourra pas satisfaire aux conditions nécessaires à la réalisation d'un tel musée, il faudra, estime-t-il, proposer très rapidement un nouveau projet, à Morges, à Nyon, sur la Riviera – où le projet a été accepté – ou à Lausanne. «Le canton de Vaud a besoin d'une attraction touristique et culturelle telle que celle-là», a-t-il ajouté. jh/mh

Les spécialistes de l'incentive à Montreux



Montreux accueillera, de vendredi à dimanche, quatre cents spécialistes des voyages de motivation à l'occasion de la conférence annuelle de la Society of Incentive & Travel Executives (SITE). Cette manifestation est «une excellente opportunité pour la Suisse de démontrer ses compétences en matière d'organisation de conférences internationales et de voyages d'affaires», a indiqué le SCIB (Switzerland Convention & Incentive Bureau), l'organisme qui a décroché cette organisation en collaboration avec Montreux-Vevey Tourisme. mh

Valais

Crans-Ambassador: réouverture routée

L'Hôtel Crans-Ambassador, à Montana-Crans, ne rouvrira pas ses portes cet hiver, mais, au plûtôt, en décembre 2009, a révélé le quotidien «Le Nouvelliste», citant le propriétaire de l'établissement, la société Normaa Ambassador SA. Deux raisons sont invoquées pour expliquer ce report: la modification du projet initial et de «mauvaises surprises techniques». L'enveloppe budgétaire nécessaire aux travaux a été doublée, passant à 20 millions de francs, a indiqué le quotidien. mh

Valais Tourisme renonce à sa soirée caritative

Valais Tourisme a renoncé à la soirée caritative prévue jeudi dernier à Zurich. Cette action, intitulée la «Nuit des 13 étoiles», devait se dérouler au Lake Side Casino Zürichhorn dans le cadre des manifestations sur glace «Life on Ice». Cette décision a été prise en raison du nombre insuffisant de participants. Ceux-ci pouvaient partager un repas en compagnie de personnalités valaisannes. Cette soirée, dont l'organisation était l'affaire d'une société tiers, entrerait dans le cadre de la promotion du Valais en Suisse allemande. mh

Le Léman Hôtel: le pari de l'originalité

Bar-lobby en libre accès, restaurant à la carte déclinée en «trios», c'est le pari de l'honnêteté et de l'originalité que vise le Léman Hôtel qui ouvrira à mi-décembre à Vevey.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Etrangement, hors un petit établissement sur sa rive sud, un autre à Paris, le Léman n'apas d'hôtel à son nom sur sa rive touristique suisse. Cette lacune sera corrigée dès la mi-décembre avec l'ouverture du Léman Hôtel à Vevey. Entre la jonction autoroutière et le centre ville, il s'agit de l'ancien Motel des Quatre-Vents. Racheté au printemps dernier, il a été complètement réaménagé par la société propriétaire à la tête de laquelle se

trouve Stéphane Studer. Son ambition est de s'intégrer au marché des trois étoiles avec le pari de l'originalité, une originalité qui, par ailleurs, a parfaitement réussi à Montreux avec le Lalala Hôtel qui a été aménagé sur le thème de la musique.

C'est sur le multimédia que le Léman Hôtel pariera. Dans chacune des 21 chambres complètement réaménagées, l'écran de télévision ne sera pas uniquement un vecteur d'images et de sons. Il pourra également être, selon le désir de l'hôte, générateur d'ambiances. Autre nouveauté: tous les services multimédia, Apple TV, la chaîne privée de l'établissement, et l'incontournable wi-fi, notamment, seront gratuits.

Autre gratuité, autre originalité: pas de mini-bar dans les chambres, mais des boissons alcoolisées ou non, des snacks ou autres mignar-

dis en accès libre-service dans le lobby situé au premier étage; il servira également de salle pour le petit-déjeuner. Autre pari de Stéphane Studer, celui de l'honnêteté: «Nous parions sur cette honnêteté du client qui, de lui-même, déclarera ses consommations lors du check-out.»

Devenu «La station des sens», en référence à la station d'essence qui demeure intégrée au complexe, le restaurant joue lui aussi la carte de l'originalité sous la direction de Jean Bodivitt. L'espace est divisé en trois secteurs: un bar-lounge, une salle à manger et un espace «mange-debout». Sur la carte, pas de longue litanie mais, outre un plat du jour, cinq ou six propositions d'entrées, plats et de desserts, toutes déclinées en trois variations (par exemple en entrée: trois carpaccios – bœuf, veau et gibier – pour une portion.



Le Léman Hôtel, à Vevey, ouvrira à la mi-décembre.

Jean-Jacques Ethenoz

Pour assurer rentabilité, la société anonyme propriétaire de la parcelle (une société familiale) a confié l'exploitation des trois entités à des sociétés à responsabilité limitée (SarL). Celle qui prend en charge l'hôtel comptera trois employés: le directeur, une réceptionniste et une gouvernante, ainsi que quelques extras en fonction de l'oc-

cupation de l'hôtel. L'investissement consenti s'est élevé à un peu plus de 5 millions de francs qui se répartissent entre l'achat de la parcelle et les nombreux travaux de réhabilitation. Le Léman Hôtel comptera uniquement sur le créneau business qui sera avant tout alimenté par les petites et moyennes entreprises (PME) locales.

Fidéliser le personnel

Le problème de la pénurie de personnel touche de nombreux hôtels. Plusieurs pistes sont évoquées pour fidéliser le personnel et améliorer la situation actuelle.

VALÉRIE MARCHAND

Quand engager un pâtissier devient «mission impossible», quand les cuisiniers quittent leur emploi pour une autre profession, de vraies questions sur l'avenir de la restauration et de l'hôtellerie suisse se posent. Beaucoup d'hôtels, notamment les trois et quatre étoiles, ont un important défi à relever pour recruter des employés qualifiés et pour les motiver.

Trop souvent, des jeunes décident de se former dans les métiers de bouche parce que le salaire des apprentis y est intéressant ou croyant à tort qu'il est possible de faire carrière très vite dans le métier. «Dans ces conditions, il devient de plus en plus difficile dans la profes-

sion d'engager un cuisinier. Ce problème se pose dans toute la Suisse romande», déplore Martin Mayoly, le président d'hotelleriesuisse Neuchâtel-Jura. «Avec mes collègues, nous avons constaté que les cuisiniers, une fois leur CFC en poche, enchaînent avec un autre CFC dans une autre profession qui leur convient mieux. Pourtant, le métier reste très intéressant si l'on accepte de franchir les étapes nécessaires pour évoluer et que l'on ne s'offusque pas au début de l'apprentissage, lorsqu'il faut lustrer des verres et ce pendant six mois», ajoute-t-il. Le problème se pose aussi lorsqu'il faut engager du personnel pour le service, notamment dans le canton de Vaud.

Donner envie aux professionnels de persévérer dans la branche

Recruter des réceptionnistes s'avère également plus difficile qu'avant. «hotelleriesuisse qui s'occupait auparavant de la formation des réceptionnistes réussissait à promouvoir l'image de ce métier à l'extérieur. Actuellement, la formation dispensée par un autre organisme reste de bonne qualité, mais elle pourrait être modernisée et passer par l'obtention d'un CFC. Elle n'est plus assez mise en avant», estime Martin Mayoly. Il considère

que l'image de cette formation, comme celle de cuisinier ou encore du personnel de salle devrait être mieux valorisée. «A Neuchâtel, nous essayons par tous les moyens d'améliorer notre image auprès de la clientèle et de redonner envie aux jeunes et aux professionnels de persévérer dans ces métiers, notamment par une participation accrue des métiers de bouche lors des salons des métiers et de l'artisanat», précise-t-il.

Pour éviter des divergences et des malentendus entre les employés, les patrons et le public, Martin Mayoly travaille également à la mise en place d'une commission paritaire cantonale avec les syndicats. Elle existe déjà dans de nombreuses autres branches et offrira, entre autres, une réelle transparence des relations entre patrons et employés. Elle garantira aussi, pour l'un et pour l'autre, le traitement rapide et équilibré des divergences», conclut-il.

«La France met mieux l'accent sur les métiers de l'hospitalité»

S'occuper de l'image de ces professions passe aussi par la perfection. Actuellement, la crise suscite de nombreuses réflexions, comme celle d'offrir absolument des prestations excellentes aux clients. Dans



Alan D. Bollat

La fidélisation du personnel suscite de nombreuses inquiétudes dans l'hôtellerie et la restauration.

ANNONCE

Commandez! Michel en ACTION

Nouvelle qualité

-.15 en moins 33cl PET

-.10 en moins 20cl verre

-.20 en moins 1L verre

-.20 en moins 75cl verre

-.15 en moins 33cl PET

-.10 en moins 20cl verre

Booste comme le Café

L'énergie naturelle avec toute la force des fruits et de la caféine.

ce cas, une formation sans faille est actuellement très importante. D'où les inquiétudes qui persistent vis-à-vis des futurs gérants de restaurants qui pourront, dès le 1er janvier 2009, selon décision du Grand Conseil, ouvrir un restaurant dans le canton de Neuchâtel sans suivre des cours obligatoires. Ce souci de qualité est aussi partagé dans le canton de Vaud. «Nous sommes parfois obligés d'engager du personnel moins qualifié au détriment de la qualité», explique Christopher Rudolf, le directeur de l'Hôtel du Lac à Vevey. L'accueil est également souvent remis en question. «La qualité de l'accueil n'est pas assez cultivée en Suisse. L'engagement régulièrement des

frontaliers et j'ai réalisé que la France met mieux l'accent sur les métiers de l'hospitalité», estime-t-il. Ayant eu de nombreuses expé-

riences positives à l'étranger dans le secteur de l'hôtellerie, Christopher Rudolf estime qu'un changement doit vraiment s'opérer.

Les stations s'en sortent mieux

En station, les employés aiment plaisir et travail, profitant notamment de skier. «Nous avons ainsi du personnel fidèle», note Helene Bes-seling, de l'Hôtel Beau-Séjour à Champéry. Une fidélisation qui rime aussi avec la bonne ambiance entre patrons et employés. Même image dans de nombreuses

autres stations où des employés motivés par leur situation motivent leurs connaissances à réaliser la même expérience. Le personnel saisonnier revient également fréquemment dans la même station. Par contre, parmi les nombreuses offres spontanées reçues ces dernières années, les candidats sont moins qualifiés. vm

D'ambitieux projets

Grâce à l'aménagement de résidences hôtelières voisines de ses établissements, Montreux Lake Hotels compte atteindre, dès l'an prochain, le seuil des 500 chambres.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Montreux Lake Hotels veut grandir. A cet effet, le groupe du financier Jacques-Gaston Murray constitué autour de l'Hôtel Royal-Plaza, de la Villa Toscane, de l'Eden Palace-au-Lac et du Grand Hôtel Excelsior, a acheté trois nouveaux bâtiments. Son objectif est d'atteindre les 500 chambres sur la Riviera dans le courant de l'année prochaine, il en compte actuellement un peu moins de 400. C'est sur le modèle de la résidence voisine de l'un des établissements que Montreux Lake Hotels compte pour atteindre cet objectif; il est d'ailleurs appliqué entre le Royal Plaza, établissement princi-



Swiss-Image

Dans moins d'une année, le groupe Lake Hotels disposera de 500 chambres à Montreux.

pal, qui gère et administre la Villa Toscane (46 chambres), située à quelques mètres, de l'autre côté de la rue.

Le principe sera appliqué du côté de l'Eden Palace-au-Lac. Le groupe a en effet acheté – ou est en passe de le faire – la presque totalité de l'îlot de commerces (dont l'Ancienne Hostellerie du Lac) et d'habitations, entre le quai et la première rue parallèle au quai, où se trouve justement l'entrée de l'hôtel, pour un peu plus de 8 millions de francs.

Après une modification du plan d'affectation de la zone (une mise à l'enquête publique est prévue), il devrait créer 36 chambres de luxe côté ville, et cinq suites sur les quais.

Autre modèle, à l'est de Montreux, à Territet avec le Grand Hôtel Excelsior qui devrait bénéficier lui aussi d'une extension doublant presque sa capacité actuelle de 70 chambres. Grâce à l'achat d'un bâtiment contigu, il se trouvera doté d'une nouvelle aile avec 40 à 50 chambres de luxe, là aussi avec accès direct sur les quais. Côté lac, l'établissement envisage aussi la création de neuf juniors suites. Coût de l'opération: 7,6 millions pour l'achat du bien et 2 à 3 millions pour les nouveaux aménagements.

Autant de nouveaux éléments qui devraient redonner à Montreux une nouvelle vigueur touristique. Selon Harry John, le directeur de Montreux-Vevey Tourisme, ce sont près de 300 millions de francs qui sont actuellement investis dans la région, entre rénovations, extensions et nouvelles infrastructures.

Action du 01.12. au 20.12.2008 chez votre grossiste

Le sommelier? Un précurseur de plaisir!

Comment se présente la cave du Terminus de Didier de Courten, l'un des meilleurs restaurants de Suisse? Nous avons 8000 bouteilles en stock, dont 80% de vins suisses, des valaisans surtout. Il est important de poursuivre notre ouverture sur les vins suisses. Un exemple: au bar à vin, où nous proposons une carte de crus au verre qui change chaque quinzaine, on peut déguster actuellement un choix de vins des Grisons et de Thurgovie...

Pourquoi cet intérêt pour les vins suisses?

En France, d'où je viens, on ignore quasiment tout du vignoble suisse. Il présente pourtant un intérêt majeur. On cultive dans ce pays un nombre impressionnant de cépages autochtones et internationaux. Une telle richesse ampélographique développe des palettes aromatiques et gustatives très intéressantes, incroyables même. Le vignoble suisse se nourrit des influences françaises et italiennes qu'il a su marier. C'est ce qui fait la valeur spécifique de son patrimoine.

Vous semblez trouver ces vins très excitants.

Je veux cultiver l'émotion gustative, échapper à la standardisation et au goût facile, essayer d'attraper le désir du client au vol...

Autrement dit, Parker et sa vision très «cépage» au détriment du terroir, ce n'est pas trop votre tasse de thé?

Parker est un excellent dégusta-

A 27 ans, Geoffrey Bentrari est le sommelier de Didier de Courten. Il décrit son métier comme suit: «Je suis un passeur entre le vigneron et le client à la recherche du plaisir.»

GENEVIÈVE ZUBER

teur, pas un ayatollah! Il a fait connaître les vins français en Amérique, ce qui est assez génial. Mais pour moi, ce qui compte avant tout, c'est qu'un vin donne du plaisir, et cela ne tient ni au cépage ni au terroir seuls, mais à l'union de ces deux éléments avec un troisième: la patte de l'artisan vigneron.

D'Aix-en-Provence à Sierre en passant par Paris et l'Alsace

Geoffrey Bentrari vient d'Aix-en-Provence. Après un bac dans la restauration, il se forme comme sommelier au Lycée hôtelier de Tain l'Hermitage, dans la Drôme, un diplôme qui lui ouvre les portes de tables prestigieuses. Il travaille ainsi en Alsace, chez Haerberlin, puis chez Troisgras, sur les Champs-Elysées. Il est le sommelier de Didier de Courten depuis près de trois ans. «C'est une prise de responsabilité rapide, le chef m'a fait confiance.» **gz**

De quelle manière sélectionnez-vous les vins?

J'essaie de privilégier la représentativité, les vins les plus fidèles aux cépages, sans défaut. Tous les vins à la carte ont été dégustés. Je passe une partie de mon temps sur le terrain, chez les vignerons. Même si on travaille dans la restauration de luxe, il faut avoir de la boue sous les pieds pour savoir de quoi on parle. Mais les producteurs sont si nombreux en Valais que je ne peux les visiter tous. Heureusement, il y a chaque année les «quatre Glorieuses de Martigny», quatre demi-journées de dégustation organisées à l'attention des professionnels. La fine fleur des vignerons nous y présente ses produits.

Passons maintenant au restaurant...

Nous avons une clientèle hétéroclite, des habitués aussi bien que des personnes qui économisent toute l'année pour s'offrir un repas gastronomique. On se doit d'être égal avec les uns et les autres. Tous ont droit au même accueil et à la même qualité de service.

Qu'attendent-ils de vous?

Généralement, dans 80% des cas, un sommelier est un exécutant; il prend la commande qu'on lui passe; 17% des tables consultent le sommelier pour se faire conseiller sur le choix du vin et 3% des clients souhaitent une explication culturelle. Chez «de Courten», les statistiques s'inversent: 80% de nos clients nous demandent d'accorder les vins au menu qu'ils ont choisi. Dans ces conditions, le métier devient très intéressant.



dominiqueerisbourg.com

Geoffrey Bentrari: «80% des clients me demandent de choisir pour eux.»

Une question de confiance...

Oui, sans doute, étant donné la réputation du restaurant. D'autre part, cela tient peut-être aussi au caractère valaisan, à l'envie de faire de nouvelles découvertes. Cela peut être, par exemple, une dégustation à l'aveugle. C'est une sorte de jeu qui s'instaure alors entre le client et le sommelier, et il faut avoir la petite histoire à raconter.

Un sommelier, c'est aussi un conteur, voire un acteur?

Oui, il faut un certain sens de la poésie pour être sommelier. Mais attention, sans trop en faire. Il faut rester modeste, garder les pieds sur terre et constamment se méfier du faux qui peut envoler et du vrai qui peut démythifier le produit.

Ressentez-vous les effets de la crise actuelle?

Jusqu'à présent non, pas du tout. Cela dit, tous les clients n'ont pas le même budget mais en moyenne on estime à un tiers la part de ce qu'ils dépensent pour les vins au restaurant gastronomique.

Les clients ont-ils des envies spéciales en cette période de fêtes?

Non, parce que chez nous, c'est toujours la fête.



Photos Véronique Tanerg

Les collaborateurs de l'Hôtel Richemond ont été formés à la préparation et au «design» du café.

Des cafés «spéciaux» pour séduire les clients des hôtels

Certains hôtels misent sur l'«afternoon coffee» pour dynamiser leur chiffre d'affaires l'après-midi. A Genève, Le Richemond a ainsi étoffé sa carte de plusieurs cafés «spéciaux».

VÉRONIQUE TANERG

L'Hôtel Richemond étoffe son offre de cafés «spéciaux». Sa nouvelle carte en propose plusieurs compositions originales. Deux exemples: le café oriental, c'est à dire un espresso agrémenté d'écorces d'orange et de citron, d'amande et de gingembre, ou alors la version «soft pleasure», un espresso, chocolat chaud, framboise et chantilly.

Former les collaborateurs de l'hôtel à la préparation du café

Les cafés «fantaisie» sont servis avec des mini-pâtisseries, brownies, crème fraîche de gruyère et framboises ou encore tiramisu.



Les cafés servis l'après-midi améliorent l'utilisation du service «pâtisseries» de l'hôtel.

Leur coût s'élève à 15 francs le plateau. «L'hôtellerie ne s'est pas focalisée sur le café autant qu'elle l'aurait dû», analyse Patrick Mossu, le directeur général de l'Hôtel Richemond. «Tout le monde boit plusieurs cafés par jour. Pourtant, certaines personnes autour de moi me disent souvent qu'elles n'ont bu que du jus de chaussettes.» L'Hôtel Richemond a signé un contrat avec

Amici, la filiale suisse de l'entreprise Illy café fondée à Trieste en 1933. Cette maison italienne a envoyé un barista, l'équivalent d'un barman spécialisé dans le café, qui a formé les collaborateurs à la préparation et au «design» du café. Son rôle consiste notamment à dessiner avec doigté dans la mousse du cappuccino.

Prendre le temps de déguster le café

Pour bien réussir le café, tout est important. «Il faut choisir une machine qui permet de faire le café à la main. Il ne faut surtout pas une machine où l'on appuie sur un bouton et dans laquelle l'eau effectue un circuit», prévient Antonio Tortorelli, représentant d'Amici. «L'eau doit rester au contact du café. Il faut aussi prêter une attention particulière au lait: il ne doit pas chauffer à plus de 65 degrés sous peine de perdre son onctuosité.»

L'hôtel est même tellement enthousiasmé de ce partenariat qu'il a

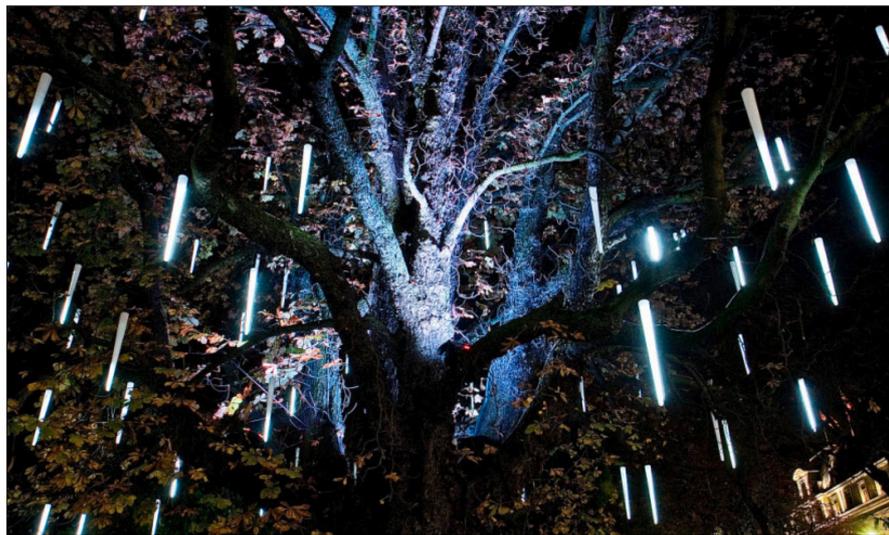
équipé ses 26 suites de machines où l'on vise soi-même la dose de café. «Nous voulons que les gens prennent à nouveau le temps de déguster le café», souligne Patrick Mossu. «C'est aussi une bonne utilisation de notre service pâtisserie.» En ce moment, les hôtels haut de gamme cherchent à augmenter leur fréquentation l'après-midi. Certains, comme le Geneva Kempinski, ont effectué eux-mêmes leurs sélections de thé.

Ce sont autant d'initiatives qui permettraient de récupérer une clientèle attirée par Starbucks. A Genève, la célèbre marque américaine a même ouvert un point de vente dans l'alignement des hôtels cinq étoiles. Alors, copie-t-on Starbucks au Richemond? «Vous savez, Starbucks a puisé son inspiration en Italie. C'est là que se sont faites les premières variations du café, cappuccino, latte macchiato, ristretto... Les Américains ont ajouté de la fantaisie. Nous avons opté pour un retour aux sources, à la tradition italienne», se défend Patrick Mossu.



«Grâce à la Fondation Vatsalya, je suis devenu cuisinier et mon existence a complètement changé.»

Shankar, ex-enfant des rues (Page 11)



Le festival genevois «Arbres & lumières» a une nouvelle fois fait l'objet d'une importante promotion touristique.

Michel Bobillier

La 8e édition du festival Arbres & lumières ne lésine pas sur les moyens pour attirer les touristes. Sa brochure a en effet été distribuée dans tous les hôtels, sans oublier une présence dans les agendas culturels de nombreux offices du tourisme à l'étranger. Le festival propose aussi des visites guidées en français, en collaboration avec le Bureau des guides de Genève. «Les visites en anglais se font plutôt sur demande préalable», précise Julien Finkbeiner, directeur de Grand Chelem Management et en charge de la promotion de l'événement. Cette année, le festival est à nouveau concentré autour de la rade et notamment au Jardin Anglais dont les problèmes de sécurité défraient souvent la chronique. Mais pas au point de décourager les organisateurs, ni d'ailleurs les hôteliers. Pour la première fois, le concept a essaimé au Luxembourg. «Les demandes de visites touristiques ont augmenté durant le festival. Pour Genève l'impact est plus difficile à mesurer», note Julien Finkbeiner, qui explique cela par la taille beaucoup plus réduite de la ville de Luxembourg.

D'une langue à l'autre

Mieux exploiter le potentiel du tourisme médical



Fotolia

Suisse Tourisme et l'Osec, l'Organisation suisse du commerce extérieur, ont fondé la semaine passée l'association «Swiss Health» qui doit permettre aux entreprises helvétiques du secteur de la santé de mieux exploiter leur potentiel à l'étranger. Selon une récente étude, le tourisme médical gagne en effet en importance dans le monde entier et notre pays a une très bonne carte à jouer dans ce secteur. Im

Page 3

Des arbres parés de mille lumières

Genève a donné le coup d'envoi le week-end dernier à son désormais traditionnel festival hivernal «Arbres & lumières». Sa promotion touristique s'avère importante.



HÉLÈNE KOCH

... parés de différents éléments décoratifs qui ont visiblement plu...



Hélène Koch



Les arbres ont été...

...aux nombreux visiteurs du festival «Arbres & lumières».

L'Office du Tourisme de Villars a revu son espace d'accueil

Deux mois de travaux pour aménager un espace plus interactif dans une atmosphère de chalet.

Villars a un nouvel office du tourisme. Enfin presque. Pour paraphraser «Le Vieux chalet» de l'abbé Bovet, il l'a réaménagé «plus beau qu'avant». Car c'est bien en chalet que les responsables de l'OT ont voulu réaménager son espace d'accueil. Deux mois de travaux ont été nécessaires. «Nous avons voulu abolir le comptoir, cette frontière physique entre l'hôte et les intervenants de l'office pour un espace d'accueil plus convivial», dit Serge Beslin, le directeur. Exit donc le comptoir-frontière qui a fait place à un espace plus interactif permettant un conseil plus direct aux hôtes dans des espaces plus restreints. Serge Beslin avait inscrit environ 400 000 francs au budget pour cette réalisation. Ce montant a presque été entièrement couvert par l'OT qui parie, depuis trois ans, sur l'auto-financement par secteur de ses activités d'animation. La commune a également participé au financement du projet. jje



OT de Villars

Le nouvel espace d'accueil de l'Office du tourisme de Villars.

Saveurs et clameurs au Palace de Caux

La Journée internationale de l'école SHMS a réuni parents et représentants des pays d'origine des étudiants.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'est devenu une tradition. Depuis cinq ans, début décembre, l'école hôtelière SHMS, de Caux, au-dessus de Montreux, fait la vedette à ses étudiants. Sur scène tout d'abord, par groupes nationaux ou par affinités, ils donnent toute la mesure de la richesse de leur folklore, souvent revisité par les rythmes modernes. En cuisine ensuite. Dans la grande salle de l'ancien Palace de Caux, chaque groupe propose des spécialités de son pays ou de son continent. C'est là, qu'entre rouleaux de printemps de toutes origines, curry indonésien, guacamole et tortillas d'Amérique centrale ou choucroute de la Forêt-Noire se croisent parents, ambassadeurs et représentants des autorités de la région. jje



Photos Jean-Jacques Ethénoz

Des étudiants pakistanais ont donné toute la mesure à cette journée internationale organisée à l'école hôtelière SHMS de Caux.



Sylvianne Marin, intendante générale de l'école de Caux.



Benoît Samson, directeur du développement de Swiss Educ. Group.

En bref

Genève pourrait renoncer au projet des JO de 2018

Le canton de Genève pourrait renoncer à se porter candidat pour l'organisation des Jeux olympiques d'hiver de 2018, a révélé mardi la «Tribune de Genève». Cette décision s'expliquerait par le fait que le projet ne bénéficie «ni du soutien de Swiss Olympic, ni de la ferveur populaire requise». Genève, note encore le quotidien genevois, pourrait alors apporter son concours à la candidature d'Annecy et de la Haute-Savoie, avec pour l'un des pôles les Portes du Soleil. mh

Les gens

Jacques Dumoulin prendra sa retraite durant l'été 2009



UFT

Jacques Dumoulin (photo), le directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT), prendra sa retraite «dans le courant de l'été 2009». Entré en fonction en février 1982, il s'est engagé avec constance et succès sur de nombreux fronts et au profit de nombreux dossiers et projets», a indiqué le président de l'UFT, Hubert Lauper. mh