

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 51-52

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 04.07.2025

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



Musik im Hotel

Ein Hotel ohne Musik ist kaum denkbar. Einige Hoteliers widmen ihre Zimmer oder Restaurants bekannten Musikern. **Seite 9 bis 13**

Wichtige Rolle

Der Schweizer Tourismus generierte im Jahr 2005 eine Wertschöpfung von 12,6 Milliarden Franken. Das zeigt die jüngste Arbeit des Bundesamts für Statistik. **Seite 4**

Champagner

Herr und Frau Schweizer trinken 0,8 Flaschen Champagner pro Jahr. Am liebsten tun sie das über die Festtage. **Seite 15**

Maloja Palace

«Erhalte ich die Bewilligung zum Bau von Appartements nicht, wäre das gleichbedeutend mit dem Bankrott.» **Seite 7**

Amedeo Clavario, italienischer Investor



Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 83 Stellenangeboten**

Getrübttes Fest?



Weihnachten kommt. Alle Jahre wieder. Das weihnachtliche Festessen indes fällt bei einigen Firmen aus, wenn's wirtschaftlich schlechter läuft.

Wenn es kriselt, werden Festessen bescheidener oder fallen gar aus. Davon betroffen ist die Spitzgastronomie.

CHRISTINE KÜNZLER/ING

Ausbleibende Bankette, stornierte Weihnachtsfeste, abgespeckte Menüs oder weniger edle Weine: die Schweizer Gastronomen spüren die Wirtschaftskrise. Im Restaurant Schöngrün im Berner Kleezentrum führen annullierte Festanlässe im Dezember zu einem Umsatzeinbruch von 12 Prozent. Richard Stöckli vom «Alpenblick» in Wilderswil rechnet mit einer Umsatzeinbusse von rund 8 Prozent, und

Doris Galizzi vom «Al Portone» in Lugano geht davon aus, dass der Dezember 5 Prozent weniger Umsatz bringen wird. Es gibt aber auch Gastronomen, die keinen Rückgang spüren, zeigte eine Umfrage bei Spitzenrestaurants in Basel und Luzern. Das St. Galler Bio-Gourmetrestaurant Jägerhof schreibt sogar ein Plus. Auch in Deutschland wirkt sich die Wirtschaftskrise auf das Gast-

gewerbe aus, wie eine Studie des Hotel- und Gaststättenverband Dehoga zeigt. 42 Prozent der Befragten gaben an, das Weihnachtsgeschäft laufe schlechter als im Vorjahr. Bei 22 Prozent der Betriebe wurden Firmenweihnachtsfeiern storniert, bei 40 Prozent bleibt die Buchungslage konstant, 17 Prozent verzeichnen gar mehr Buchungen. **Seite 3**

Kommentar

Unter dem Strich bleibt einiges übrig. Sehr viel sogar.



ELSBETH HOBMEIER

Die Krise. Sie wird zurzeit überall heraufbeschworen. Kein Gespräch, kein Artikel, keine Lagebeurteilung ohne dieses Stichwort. Auch die Schweiz jammert, und mit ihr die Hotellerie. Allerdings auf sehr hohem Niveau. Das Tourismusjahr 2008 wird als bestes aller Zeiten in die Annalen eingehen, auch wenn es seit November etwas weniger prächtig aussieht. Die Hotelübernachtungen stiegen um 4,5 Prozent. Für diese Wintersaison lauten die Prognosen auf einen Rückgang um 2,4 Prozent. Unter dem Strich dürfte also einiges übrig bleiben.

«Man will im eigenen Land bleiben, sich hier etwas gönnen und zugutetun.»

Lesen wir doch auch die positiven Schlagzeilen: Im 2009 wird weiter investiert, was das Zeug hält. Sawiris verbaut eine Milliarde Franken im Urnerland, für Millionen werden Bürgenstock und Schweizerhof Bern saniert, neue Projekte entstehen in Bad Ragaz, in Melchsee-Frutt, in Braunwald, um nur einige zu nennen. Und auch im gesellschaftlichen Umfeld sind plötzlich neue Untertöne zu hören: Die Menschen sehnen sich nach traditionellen Werten, man will den Freundeskreis und die Familie pflegen, im eigenen Land bleiben, sich hier etwas gönnen und zugutetun.

Das alles spricht für die Schweizer Hotellerie, spricht für die Emotionen, die sie zu wecken vermag. Mit solchen Werten lassen sich auch Krisen meistern. Auf ein gutes 2009!

Die nächste htr hotel revue erscheint am 8. Januar 2009. Wir wünschen allen unseren Leserinnen und Lesern frohe Festtage!

Parallelimporte

Ein erster Schritt auf dem Weg zu tieferen Preisen

Der Nationalrat hat sich diese Woche nach langem Hin und Her doch noch dem Ständerat angeschlossen. Er hat sich mit 96 zu 87 Stimmen für die Zulassung von Parallelimporten patentgeschützter Güter aus dem EU-Raum ausgesprochen. Das Geschäft muss zwar morgen noch die Schlussabstimmung passieren, doch das ist in der Regel eher eine Formsache. Das kommt einem Weihnachtsgeschenk für hôtellerieisue gleich. Der Verband setzte sich seit langem für die Parallelimporte ein, um das Preisniveau in der Schweiz zu senken. Entsprechend aufgeräumt war die Stimmung am Polit-Event im Berner «Bellevue». **Seite 2 und 8**

Braunwald

Kommt nach dem Hotelsterben nun ein 5-Sterne-Resort?



Das «Alpenblick» bleibt zu.

Mit noch fünf Hotels startet Braunwald in die aktuelle Wintersaison. 2002 waren es neun Betriebe. Das kommt fast einer Halbierung der Bettenzahl gleich. Ein Grund: Die ständige Erdrutschgefahr im Zentrum des Dorfes schreckt Geldgeber ab. Zweiter Grund: Braunwald hat keine Hotelzone, ein entsprechendes Bauprojekt bedarf jeweils einer Sonderbewilligung. Für beides will man nun beim Kanton vorstellig werden. Das Zentrum des Dorfes soll um rund 600 Meter verschoben werden. Damit Investoren in die geologisch unbedenkliche Zone investieren, muss die kantonseigene

Zubringerbahn verlegt werden. Vorgestern zeigte der Kanton erstmals Gehör für das Anliegen.

Bereits in der Konzeptphase befindet sich das für den Ort erste 5-Sterne-Hotel. Noch nicht offiziell ist, dass Peter Zumthor als Architekt wirken könnte. Das wieder geöffnete «Waldhaus» soll zu einem 4-Sterne-Haus mit 80 Betten werden. Und der Präsident der Sportbahnen Braunwald AG, Fritz Trümpi, erhofft sich langfristig sogar eine Bahnerschliessung nach Luchsigen – damit die Zürcher noch eine Viertelstunde schneller im Panoramaort auf den Ski stehen. **Seite 5**

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 52

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

protel
HOTELSERVICE PARTNER

Polster-Möbel-Klinik

Schaffhausenstr. 8, 8001 Zürich
079 403 39 83

«De Stör-Polsterer chund!»

ACHTUNG!
Sessel • Sofas • Bänke
Stühle
Neu besetzen und aufpolstern

- Gratisberatung, Offerte und Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 83

Partnerpartner

Hanspeter Kienberger, Partner

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

eco bar

Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:

www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise

Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

HOREGA

www.horega.ch
051 281 95 75

Kompetente Unternehmensberatung in Kaderfragen.

Personalmanagement und -rekrutierung für die Hotellerie, die Gastronomie, den Tourismus und den Gesundheitssektor

Aus der Region

Graubünden

**Hotel-Legende
Chesa Grischna,
Klosters: 70 Jahre**



Am 23. Dezember 2008 wird der 70. Geburtstag der **Chesa Grischna** gefeiert. An diesem Tag vor 70 Jahren wurde das Hotel von Hans und Doris Guler eröffnet. Während vielen Jahren war die «Chesa» ein Haus, in dem weltberühmte Persönlichkeiten ein- und ausgingen. Noch heute sei die «Chesa» ein schönes Hotel, in dem die Gäste mit allem verwöhnt werden, was sie sich für unvergessliche Ferienaufenthalte und kulinarische Chesa-Reisen wünschen. k/v

**Rocksresort Laax
nun Mitglied der
«Design Hotels»**



Seit diesem Dezember ist das **Rocksresort, Laax** Mitglied der internationalen Gruppe «Design Hotels». Seine Web-Adresse dort: www.designhotels.com/rocksresort. 23 neue Mitgliedshotels auf insgesamt fünf Kontinenten – diesen Zuwachs verzeichneten die «Design Hotels» im Laufe des Jahres 2008. Damit verbindet die Dachmarke «Design Hotels» nun mehr als 175 Hotels weltweit. Die Organisation sorgt für die globale Vermarktung der individuell geführten Häuser. k/v

**Kein
Kunstzentrum
und kein Hotel**

Aus dem geplanten Kunst- und Kulturzentrum samt Hotel in Samaden wird nichts. Die Gemeindeversammlung erteilte dem 250-Millionen-Projekt auf dem Muottas Muragl eine Abfuhr. Der Bauvertragsvertrag wurde mit 191 zu 86 Stimmen abgelehnt. Unter der Leitung der Zürcher Swiss Spa Group wollten die Gemeinde, die Bürgergemeinde und die Bergbahnen Engadin/St. Moritz das Potenzial von Muottas Muragl kulturell und touristisch nutzen. Dem Kunst- und Kulturzentrum wäre ein Hotel mit 80 Suiten angegliedert worden. ck/sda

Wallis

**Brig Belalp
Tourismus: Vor
spannender GV**

Im Hinblick auf die Generalversammlung von Brig Belalp Tourismus (BBT) von heute Abend kämpfen die Hoteliers gemäss dem «Walliser Boten» um mehr Einfluss. Der Hotelierverein unter Präsident Peter Bodenmann beantragte die Wahl von Reto Steiner und Christian Frank in den neunköpfigen Vorstand und forderte gleichzeitig eine Reduktion des Vorstandes auf sieben Mitglieder. BBT-Präsident Patrick Amos nennt das Vorgehen eine Farce. dst

Session. Durchbruch. Nach dem Ständerat hat nun auch der Nationalrat die Zulassung von Parallelimporten gutgeheissen. Das ist ein erster Schritt auf dem Weg zu tieferen Preisen.

Das Import-Monopol fällt

Der Nationalrat hat sich nach hitziger Debatte doch noch dem Ständerat angeschlossen: Er will Parallelimporte aus der EU künftig zulassen.

..... THERES LAGLER / SIMONE LEITNER

Verkehrte Welt: Es war nicht die Wirtschaftspartei FDP, die sich am Montag im Nationalrat für mehr Wettbewerb beim Warenimport patentgeschützter Güter aussprach, sondern die CVP und die Ratslinke (siehe Box). So warnte etwa Philipp Müller (FDP, AG): «Wollen wir für nicht belegbare Preissenkungen einen volkswirtschaftlich viel stärker ins Gewicht fallenden Preis bezahlen? Wollen wir tatsächlich die Innovationskraft unserer Volkswirtschaft preisgeben?» Und Gabi Huber (FDP, UR) wies darauf hin, dass eine einsei-

tige Zulassung von Parallelimporten aus dem europäischen Wirtschaftsraum WTO-Prinzipien verletzen könnte. Die Schweiz setzte sich damit einem Klagerisiko aus.

Gabi Huber beantragte deshalb, das Verbot von Parallelimporten beizubehalten. Der Bundesrat aber damit zu beauftragen, Verhandlungen mit der EU aufzunehmen, um Parallelimporte gegenseitig zuzulassen.

Das Ziel sind tiefere Preise

Davon wollte Hans-Jürg Fehr (SP, SH) nichts wissen: «Ausgerechnet die FDP und die SVP setzen sich für Alleinimporteure und Import-Monopole ein. Sie stellen sich gegen den Wettbewerb, der, wie sie uns immer beizubringen versuchen, die Preise senkt. Es geht in dieser Debatte nicht darum, den

Schutz von Patenten aufzuheben. Es geht nur darum, ob wir beim Import Wettbewerb herstellen oder nicht.» Markus Zemp (CVP, AG) ergänzte, es sei nicht einzusehen, warum das gleiche Produkt in der Schweiz aufgrund der Gesetzesvorlage viel teurer vertrieben werde als in den Nachbarländern. Mit dem Abwarten auf die gegenseitige Einführung von Parallelimporten werde die ganze Preissenkungsmassnahme auf den Sankt-Nimmerleins-Tag verschoben. Umstritten war im



«Natürlich bin ich froh, dass die Parallelimporte nun zugelassen werden.»

..... Otto Ineichen
Nationalrat, FDP, LU

Rat das Preissenkungspotenzial der Parallelimporte. Es wurde ursprünglich auf 150 bis 200 Millionen Franken pro Jahr geschätzt. Darin waren aber auch die Medikamente enthalten, die nach dem Willen von Stände- und National-

rat von den Parallelimporten ausgenommen werden sollen. «Es ist eine viel kleinere Summe, über die wir jetzt verhandeln», räumte auch Alec von Graffenried (Grüne, BE) ein. «Wenn wir die Preise senken wollen, müssen wir aber jedes Mittel ergreifen. Die Parallelimporte sind ein erster Schritt. Beim Cassis-de-Dijon-Prinzip und den Agrarprodukten müssen wir weitere Schritte tun. Es braucht einen ganzen Strauss von Massnahmen, um die Preise runterzubringen.»

Der Spitzenreiter beim Parlamentarier-Rating

Einer, der sich ganz speziell freute, dass der Nationalrat die Parallelimporte zu guter Letzt mit 96 zu 87 Stimmen genehmigte, war Otto Ineichen (FDP, LU). «Ich habe mich bei diesem Thema exponiert. Ich war lange der einzige in der FDP, der sich für Parallelimporte stark machte. Bei der Abstimmung habe ich aber gesehen, dass ich nicht mehr alleine war.» Otto Ineichen führt übrigens im Politmonitoring von hotellerieuisse das Rating der tourismusfreundlichsten Parlamentarier an. Da er beim Polit-

Apéro von hotellerieuisse am Montagabend aber vorzeitig gehen musste, wurde der nächstplatzierte, anwesende Parlamentarier mit einem goldenen Schlüssel geehrt. Es war der fünfplatzierte Edi Engelberger (FDP, NW), der sich allerdings just im Fall der Parallelimporte gegen die Interessen der Branche ausgesprochen hatte. **Siehe auch Seite 8**

Fakten So stimmten die Parteien im Nationalrat

Wer den Ja-Knopf drückte, sprach sich für die Zulassung von Parallelimporten aus der EU aus. Wer Nein sagte, plädierte für den Status quo – also für ein Verbot von Parallelimporten: **CVP:** 29 Ja, 30 Nein **FDP:** 2 Ja, 30 Nein **SVP:** 55 Nein **SP:** 41 Ja **Grüne:** 21 Ja, 1 Nein **Fraktionslose:** 3 Ja, 1 Nein Das ergibt ein Resultat von 96 Ja- zu 87 Nein-Stimmen. t/l

Entrée: Hotel Les Trois Rois, Basel.



Interpellation Germann kommt erst im Frühjahr 2009 in den Ständerat

Wirtschaftsorganisationen bekräftigen ihren Widerstand gegen die Erhöhung der Vermögenssteuer

Die für die laufende Dezembersession im Ständerat traktanderte Interpellation Germann zur «fragwürdigen Verdreifachung der Vermögenssteuer für KMU-Inhaber» wird infolge der vollen Sessionsagenda auf die kommende Frühjahrsession verschoben. Mit seiner Interpellation will der Schaffhauser SVP-Ständerat Hannes Germann die von der Schweizerischen Steuerkonferenz (SSK) geplante neue Berechnungsgrundlage zur Diskussion stellen. Diese würde bis zu einer Verdreifachung der Vermögenssteuer für KMU-Inhaber führen (siehe htr Nr. 50). Die neue Wegleitung soll per 1. Januar 2009 in Kraft treten, die fragwürdige Neubewertung mit dem Substanzwert als Mindestwert (Randziffer 36 der Wegleitung) nach einer Übergangsfrist im Jahr 2011.

Gegen die Pläne der SSK engagiert sich auch die Schweizer Wirtschaft. Am 5. Dezember hatten sich

Vertreter von Economieuisse, des Schweizerischen Gewerbeverbandes, der Vereinigung der Privaten Aktiengesellschaften, des Schweizerischen Treuhänderverbandes und der Treuhänder-Kammer zusammen mit der SSK zu einer ersten Aussprache getroffen, wie diese in einer Mitteilung verlauten lassen. Laut den beteiligten Wirtschaftsorganisationen habe das Gespräch in einer konstruktiven Atmosphäre stattgefunden. Die Wirtschaftsorganisationen haben das Gespräch in einer konstruktiven Atmosphäre stattgefunden. Die Wirtschaftsorganisationen haben das Gespräch in einer konstruktiven Atmosphäre stattgefunden. Die Wirtschaftsorganisationen haben das Gespräch in einer konstruktiven Atmosphäre stattgefunden. dst

Energiepreise: Ständerat schaltet vorderhand einen Gang zurück

Kleine Kammer verzichtet auf die Behandlung von Motionen zu den Strompreisen.

Bevor der Ständerat der Regierung verbindliche Aufträge erteilt, will er abwarten, ob es dem Bundesrat gelingt, die Preishosse zu dämpfen. Am 5. Dezember hatte der Bundesrat angekündigt, die von den Stromversorgern bekannt gegebenen Preissteigerungen von insgesamt 1 Mrd. Franken dank Anpassungen der Stromversorgungsverordnung auf noch etwa 500 Mio. Franken zu drücken.

Diese Massnahmen wurden im Ständerat begrüsst. Aufgrund von Ordnungsanträgen beschloss deshalb die kleine Kammer am Dienstag, die Diskussion über drei Motionen zum Thema Strompreiserhöhungen zu verschieben. Die Motionen beinhalten grösstenteils ähnliche Massnahmen, wie sie der Bundesrat verabschiedet hatte.

Sie sollen nun in der zuständigen Ständeratskommission behandelt werden, sobald Erkenntnisse über die Effizienz der bundesrätlichen Massnahmen vorliegen. Der Nationalrat hatte hingegen vor Wochenfrist eine Motion überwiesen und dringliches Recht gefordert.

Aber auch im Ständerat wurde die Stromwirtschaft kritisiert. «Die Konsumenten erhalten weder besseren noch grüneren Strom und müssen trotzdem mehr bezahlen», erklärte die Berner SP-Ständerätin Simonetta Sommaruga. Der Urner CVP-Vertreter Hansruedi Stadler sagte, es sei wichtig, dass nun eine Gesetzesrevision aufgelegt werde und der Ständerat dazu ein Postulat überweise. Stillschweigend beschloss die kleine Kammer, das Postulat zu überweisen. dst/sda



Tafel ohne Gäste? Einige Firmen sagen ihre Festessen ab.

Abgespeckte Festessen

In der Spitzengastronomie zeigt die Finanzkrise erste Auswirkungen. Vor allem Banken haben Bankette storniert und Weihnachtsbudgets reduziert.

NATALIA GODGLÜCK

Für die Spitzengastronomie war 2008 ein äusserst erfolgreiches Jahr. Die Gäste genossen häufig und konsumierten zahlreich. Wäre das vierte Quartal wie die vorherigen verlaufen, hätte das aktuelle Jahr wohl sämtliche Rekorde gebrochen. Doch im November begannen die Umsätze in der wichtigen Advents- und Weihnachtszeit einzubrechen. «Im November haben bei uns ein paar Firmen ihre Buchungen storniert», sagt Jörg Arnold vom Restaurant Hotel zum Storch in Zürich. Er berichtet von zwei Banken, die mit je 30 Leuten kommen wären. Und von Seminaren, die nicht durchgeführt werden konnten.

Auch im Gourmet-Restaurant Traube im solothurnischen Trimbach bleiben diese Vorweihnachtszeit erstmals Betriebe fern, die jahrelang treue Weihnachtsgäste waren. «Die Firmen wissen nicht, was nächstes Jahr auf sie zukommt. Sie behalten ihr Geld lieber zusammen», erklärt Spitzenkoch Arno Sgier.

Dass die Finanzinstitute in einer Krise stecken, spüren auch Betriebe in Bern. Es sind vor allem ausbleibende Bankette mit 20 bis 50 Personen, aber auch reduzierte Budgets. Statt fünf werden bloss noch drei Gänge aufgetischt, statt edler Spitzenwein tut es auch ein günstigerer Tropfen. Für das Restaurant Schöngrün im Kleezentrum Bern zum Beispiel führen annullierte Anlässe zu einer Umsatz einbusse von ungefähr 12 Prozent im Dezember. Denn gerade um die Weihnachtszeit werden nicht selten Beträge von bis zu 250 Franken pro Person ausgegeben. «Ausbleibende Weihnachtsgäste schmerzen sehr», gesteht denn auch Gourmetkoch Richard Stöckli vom Restaurant Alpenblick Wilderswil. Er rechnet mit Umsatzeinbussen von rund 8 Prozent im Dezember.

Nicht nur Bankette – auch Touristen bleiben aus

Neben fehlenden Banketten machen sich im Berner Oberland zudem Einbrüche im asiatischen Markt spürbar, Koreaner und Japaner bleiben fern. Fehlende Touristen beschäftigen auch die Spitzengastronomie im Tessin. «Das wirkt sich bei uns mindestens so stark aus wie der kriselnde Finanzplatz», sagt Doris Galizi vom 17-Punkte-Restaurant Al Portone in Lugano. Immerhin, mit 5 Prozent Umsatzrückgang im Dezember sei dies noch tragbar.

Dass sich die Finanzkrise bislang nur minimal auf die Spitzengastronomie auswirkt, ist auch grossen Firmen wie Nestlé, Novartis, Swisscom oder der Swatch Group zu verdanken. Im Gegensatz

zu den Banken führen diese ihre Weihnachtsanlässe mit unveränderten Budgets durch. Aber auch im Privatbereich wird kaum gespart. «Gäste, die kommen, wollen es sich richtig gut gehen lassen. Vielleicht gerade der Krise zum Trotz», sagt Patrik Scherrer, Direktor Kursaal Bern, zur Entwicklung im Restaurant Meridiano im Berner Kursaal. Zwar sind in vielen Restaurants im Gegensatz zum Vorjahr auch im Dezember noch ein paar Tische frei, was allerdings nur minimal ins Budget fällt.

In Luzern und Basel läuft es unverändert gut

Neben dem generellen Rückgang im Weihnachtsgeschäft gibt's auch Ausnahmen. Sämtliche angefragten Spitzenrestaurants in Basel und Luzern spüren keine Veränderung gegenüber 2007. Das Biogourmetrestaurant Jägerhof von Ueli Lanz in St. Gallen erfreut sich derzeit über 5 bis 10 Prozent mehr Umsatz, und das Feinschmeckerlokal Chesa Pirani in La Punt verfügt gar bis Ostern 2009 über zahlreiche Buchungen. Ein weiterer Lichtblick für die Branche ist Andy Zauggs «Zum Alten St. Stephan» in Solothurn. Insbesondere im Cateringbereich hat er dieses Jahr um 20 Prozent zugelegt, was sich bei Pro-Kopf-Kosten von bis zu 500 Franken äusserst positiv auf Budget auswirkt. «Dies ist mein erfolgreichstes Jahr seit 2001», freut sich Zaugg. «Wir dürfen jetzt nicht dramatisieren», warnt Patrik Scherrer vom Kursaal Bern, «kurzfristige Buchungen können die aktuellen Umsätze immer noch nach oben korrigieren.»

Aus der Region

Berner Oberland Gratis Bus für alle Gstaader Skifans mit Skiticket

Mit einem erweiterten Angebot startet der Gstaader Skibus in die Wintersaison 2008/09. Alle Inhaber eines gültigen Skitickets können das Postauto oder den Skibus zwischen den Bahnhöfen und den Talstationen der Bergbahnen in Saanen und Gstaad gratis benutzen, sofern sie zur Ausübung des Wintersportangebotes der Bergbahnen unterwegs sind. Der Fahrgast muss nur mit Wintersportkleidung und -geräten ausgestattet sein und ein gültiges Skiticket vorweisen können. Die Busse steuern die einzelnen Stationen neu im 15-Minuten-Takt an. ck

Mysteriöses beim Mystery Park in Interlaken



Alan D. Bollat

Der Liquidator des Mystery Park, Kurt Stöckli, schliesst Missbräuche von Verwaltungen und Geschäftsleitung nicht mehr aus, schreibt die «Bernener Zeitung». Und zwar in folgenden Bereichen: beim Handeln des VR und der Geschäftsleitung beim Liquidationsengpass und bei Zahlungen an eine Firma des damaligen VR-Präsidenten Oskar Schärz und dessen Bruder. Die Anhaltspunkte seien jedoch zu wenig konkret, um juristische Schritte einleiten zu können. ck

Zentralschweiz

Château Gütsch: Auftrag definitiv erteilt



Das als Sieger aus dem Studienauftrag für den Umbau des Château Gütsch hervorgegangene Projekt «Baluardo» der Luzerner Arge Marques AG und Iwan Bühler Architekturbüro GmbH kann realisiert werden. Der überarbeitete Vorschlag sieht namentlich zwei Erweiterungsbauten in Kubenform vor, die dem bestehenden Komplex unterstellt bleiben. Im Endausbau wird das Fünfsternehaus 60 Zimmer und Apartments anbieten. dst

Ehrendadel für Engagement im Tourismus

Die Stadt Luzern verleiht die Ehrendenkleidung an Claudia Moser, Kaspar Lang und Edwin Rudolf. Claudia Moser, Gastgeberin der Hotels Rebstock und Hofgarten, betreute während 28 Jahren verschiedene Künstler. Der Jurist und Anwalt Kaspar Lang hat sich für das Luzerner Kulturleben eingesetzt. Edwin Rudolf ist im Sportmanagement tätig. Der Auftritt der «Lake Lucerne Region» an den Olympischen Spielen in Peking sei für die Region von «unschätzbarem touristischen Wert». dst/sda

Trotz Krise wird «Yield» optimiert

Das richtige Zimmer dem richtigen Kunden zum richtigen Preis am besten Zeitpunkt zu verkaufen – die grossen Player nutzen Yield-Management auch in einer allgemeinen Krise.

KARL JOSEF VERDING

Kann Yield-Management bzw. Revenue-Management (Optimierung der Preisgestaltung und der Erträge) ein Mittel sein, um trotz des absehbaren, durch die Finanzkrise verursachten allgemeinen

Nachfrage-Rückgangs den RevPAR (Ertrag pro Zimmer und Öffnungstag) optimal zu gestalten? Im Zürich Marriott Hotel werden nicht nur die Hotelzimmer, sondern auch Meeting-Räume in das «total hotel revenue management» miteinbezogen.

Felix Hiller, Director of Sales & Marketing des Hotels, behält dadurch den Überblick in einem durch die Finanzkrise und ihre realwirtschaftlichen Auswirkungen beson-

ders betroffenen Bereich: «Der Geschäftsgang im Markt der Meetings und ihrer Gäste ist noch zufriedenstellend», sagt Hiller. «Wir erleben einerseits eine etwas schwächere Nachfrage unserer internationalen Kunden im Tagungsbereich, andererseits eine konstant starke Nachfrage unserer Schweizer Kunden auf dem lokalen Markt.»

«Yield-Management ist kein statisches System, es passt sich der Situation an.»

Felix Hiller
Sales & Marketing Marriott Zürich

Yield-Management helfe, «das Beste aus der Marktsituation zu machen».

Braucht es dazu Anpassungen des Yield-Management-Systems? Hiller: «Es ist kein statisches System, es muss sich immer wieder veränderten Marktsituationen anpassen. Ausgangspunkt eines optimalen Yield-Managements ist es immer, die vor uns liegende Nachfrage situation so konkret wie möglich einschätzen zu können.»

Walter Züeck, Direktor Verkauf und Marketing der Accor Hotelserie Schweiz, sieht Yield-Management als ein Mittel an, um trotz eines durch die Finanzkrise und wirtschaftliche Folgen verursachten Nachfrage-Rückgangs «die Hotelpreise von Accor zu optimieren».

Anpassungen des Yield-Management-Systems, so Züeck, brauche es dazu nicht. Auch in den Hotels der Accor-Marken werden allerdings die Preise der Meeting- und Tagungs-Kapazitäten – wie etwa Seminarräume und Säle – genauso wie die Preise der eigentlichen Hotelzimmer, unter Einsatz des Yield-Managements berechnet. «Wer die Balance am besten findet, schafft es, das richtige Inventar dem richtigen Kunden zum richtigen Preis zum richtigen Zeitpunkt durch den richtigen Buchungskanal so zu verkaufen, dass er den Umsatz und den Gewinnbeitrag maximiert», hält Züeck fest.

Verfallene Gutscheine: Kulanz des Hoteliers entscheidet

Ob verfallene Hotelgutscheine – gewonnene oder erworbene – über das Gültigkeitsdatum hinaus verlängert werden, hängt vom Goodwill und der Kulanz des Ausstellers ab.

DANIEL STAMPFLI

Das Phänomen ist bekannt: man erhält einen Geschenkgutschein, legt ihn in eine Schublade und vergisst ihn. Er kommt einem dann

viel später wieder zufällig in die Hände, meist erst nach Ablauf seiner Gültigkeitsdauer. Wie verhält es sich mit der Einlösung nach Ablauf der aufgedruckten Gültigkeit?

«Wenn jemand einen Gutschein kauft, tut er dies unter den Bedingungen, unter welchen das Angebot verkauft wurde», sagt Annette Rupp vom Rechtsdienst bei hotelieresuisse. Dies betreffe auch die zum Voraus definierte Befristung, und zwar unabhängig davon, ob es sich um einen erworbenen oder gewonnenen Gutschein handelt. Denn das Gesetz macht keinen Un-

terschied. Sei ein Hotelier kulant, verlängere er den verfallenen Gutschein, wozu er aber überhaupt nicht verpflichtet sei. Dies gelte auch für die Anfrage für eine Verlängerung kurz vor Verfall.

«Ob ein Hotelier in Sachen Verlängerung von Gutscheinen kulant sein soll, hängt von der jeweiligen Situation an», erklärt Annette Rupp weiter. Angezeigt sei eine Verlängerung sicher, wenn der Einlöser mehrmals versucht habe, ein Buchungsdatum zu finden und das Hotel jedes Mal ausgebuht war.

Jede Situation muss einzeln beurteilt werden.» Der Rechtsdienst von hotelieresuisse erhält regelmässig Anfragen sowohl von Inhabern von Gutscheinen als auch von Hoteliers, die mit verfallenen Gutscheinen konfrontiert sind. «Den Gästen empfehle ich jeweils, nochmals mit dem betreffenden Hotelier das Gespräch zu suchen, um eine einvernehmliche Lösung zu suchen», so Annette Rupp.

Brigitta Schaffner, Ombudsfrau von hotelieresuisse, empfiehlt generell, verkaufte Gutscheine auch nach ihrem Verfall anzunehmen. «Der Hotelier verliert dabei nichts, er kann nur gewinnen.» Brigitta Schaffner macht dabei eine kleine Einschränkung: Berechtigter der Gutscheine beispielsweise auf ein Doppelzimmer und nicht zu einem Gegenwert in Franken, kann es sein, dass der Hotelier unter Umständen einen kleinen Aufpreis verlangen kann. Dies aufgrund der erfolgten Preiserhöhung seit der Ausstellung des Gutscheins.

«Der Hotelier verliert mit der Annahme verfallener Gutscheine nichts, er gewinnt nur.»

Brigitta Schaffner
Ombudsfrau hotelieresuisse

Gesetzlich betrachtet ist der Erwerb eines Gutscheins ein Kaufvertrag, welcher in OR Art. 184 ff. geregelt ist. Unbefristete Gutscheine sind (nach OR Art. 127) 10 Jahre gültig.

Aus der Region

Ostschweiz

Wohnen zur Probe im Resort Walensee

Am kommenden Sonntag wird das neue Resort Walensee offiziell eröffnet. Rund 30 der 153 Eigentümer der Hotel- und Apartmentanlage sind seit dem 12. Dezember am Probewohnen. Die Anlage mit einem Investitionsvolumen von 80 Mio. Franken direkt am Walensee bietet Platz für rund 850 Übernachtungsgäste und soll jährlich 150'000 Logiernächte generieren. Restaurants, Bar, Hafen, Strand und die Wellnessanlage bieten auch den Einheimischen ein Zusatzangebot. dst

Aus Altersheim wird ein Low-Budget-Hotel

Im ehemaligen Altersheim Schönenbühl in Speicher im Kanton Appenzell-Ausser Rhoden soll ein Low-Budget-Hotel eingerichtet werden. Zu diesen Plänen des «Appenzellerhofs» hat der Gemeinderat von Speicher grünes Licht gegeben. Für dieses Projekt sprachen laut Gemeinderat verschiedene Gründe. So sei etwa nach Aussagen aus Tourismuskreisen der Bedarf an Gruppenunterkünften vorhanden. In einem nächsten Schritt soll nun mit dem «Appenzellerhof» ein Baurechtsvertrag ausgearbeitet werden. dst

Eine halbe Million für Schaffhausen Tourismus



Jährlich bis zu 500'000 Franken wird der Verein Schaffhausen Tourismus aus der Schaffhauser Stadtkasse erhalten. Der Regierungsrat hat laut einer Medienmitteilung vom Dienstag mit dem Verein eine Leistungsvereinbarung bis Ende 2013 abgeschlossen. Der Verein kümmert sich bereits heute um die touristische Vermarktung des Kantons. Die Schaffhauser Regierung stützt sich bei der Beitragsleistung auf das neue Gesetz über die Beiträge an die kantonale Tourismusorganisation. dst/sda

Zahlen zum Tourismus

Der Tourismus in der Schweiz generierte im Jahr 2005 eine Wertschöpfung von 12,6 Milliarden. Das geht aus den jüngsten Veröffentlichungen des Bundesamts für Statistik hervor.

Theres Lagler

Der Schweizer Tourismus hat lange auf wissenschaftlich erhobene Zahlen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung der Branche gewartet. Nun liegen sie vor. Das Bundesamt für Statistik (BFS) hat kürzlich die Tourismus-Satellitenkonti 2001 und 2005 präsentiert. Sie geben Auskunft über die touristische Nachfrage, die Wertschöpfung und die Beschäftigung (siehe Box). Demnach generierte der Tourismus in der Schweiz im Jahr 2005 eine Wertschöpfung von 12,6 Milliarden Franken. Das sind 2 Prozent oder 234 Millionen Franken mehr als 2001. Da jedoch die anderen Branchen im gleichen Zeitraum ein Wachstum von fast 8 Prozent verzeichneten, ging der Tourismusanteil an der gesamten Bruttowertschöpfung der Schweizer Volkswirtschaft von 3,1 auf 2,9 Prozent zurück.

Wermutstropfen: indirekte Wertschöpfung nicht erfasst
«Es ist eine grosse Herausforderung, dass der Schweizer Tourismus mit der übrigen Wirtschaft Schritt halten kann», betonte denn auch Eric Scheidegger, Leiter Direktion Standortförderung beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), im Vorwort der Publikation. Eine starke, dynamische Tourismuswirtschaft sei für die Schweiz von grosser Bedeutung. Erlobte die statistische Arbeit des BFS: «Die Erfassung der Wertschöpfung des Schweizer Tourismus ist wohl eines der bedeutendsten Statistikprojekte der letzten Jahre.»

Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik von hotelleriesuisse, schätzt das ermittelte Datenmaterial ebenfalls. Er bedauert aber, dass nur die direkte touristische Wertschöpfung erfasst wurde. Die indirekte Wertschöpfung, die der Tourismus in den vor- und nachgelagerten Bereichen auslöst, wurde ausgeblendet. Das erklärt auch, dass teilweise andere, viel höhere Zahlen im Umlauf sind. So hat der «Travel & Tourism Competitiveness Report 2007» des Weltwirtschaftsforums WEF die touristische Bruttowertschöpfung der Schweiz auf 28,3 Milliarden Franken geschätzt und den Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP) auf 6,1 Prozent.

Den grössten Anteil an der touristischen Wertschöpfung haben die beiden klassischen Tourismusprodukte Beherbergung und Restauration (siehe Grafik). Ihr Anteil ging zwischen 2001 und 2005 zwar leicht zurück, machte aber immer noch über zwei Fünftel der touristischen Wertschöpfung aus. Interessant ist auch die Entwicklung der touristischen Nachfrage. Auf die ausländischen und inländischen Übernachtungsgäste entfielen jeweils etwas mehr als 30 Prozent. Während die Nachfrage der Schweizer konstant blieb, verzeichneten die Einnahmen von ausländischen Touristen zwischen 2001 und 2005 einen deutlichen Rückgang. Zurückzuführen ist er auf die Attentate in New York vom 11. September 2001, die die Wirtschaftsentwicklung in den Herkunftsländern der Besucher, die Entwicklung der Wechselkurse und den Konkurs der Swissair.

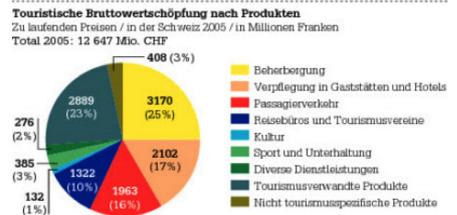
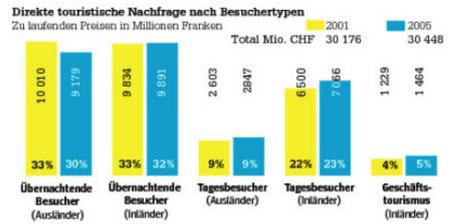


«Die Erfassung der Wertschöpfung des Tourismus ist wohl eines der bedeutendsten Statistikprojekte der letzten Jahre.»

Eric Scheidegger
Direktor Standortförderung, Seco

Fragen wirft der touristische Anteil an der Bruttowertschöpfung der Beherbergung auf. Er soll nur 11 Prozent betragen. Zu erklären ist dies damit, dass neben der Hotellerie und der Parahotellerie, die einen Anteil von 100 Prozent aufweisen, auch die selbstbewohnten Ferienwohnungen unter der Beherbergung subsumiert sind.

Wirtschaftliche Bedeutung des Schweizer Tourismus



Fakten Was ist ein Satellitenkonto überhaupt?

Der Tourismus als klassische Querschnittsbranche wird in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung eines Landes nicht erfasst. Deshalb erarbeitete die World Tourism Organization (UNWTO) ab 1982 Richtlinien zur Erstellung eines Satellitenkontos Tourismus, das Auskunft über die ökonomische Bedeutung der Branche gibt. Kanada erstellte 1994 als erstes Land ein solches Satellitenkonto. Weitere Länder folgten. Die Schweiz veröffentlichte kürzlich die Satellitenkonti für die Jahre 2001 und 2005. Es ist geplant, künftig regelmässig ein Satellitenkonto Tourismus für die Schweiz zu erstellen. tl

Gastgewerbe Wichtiger Arbeitgeber

Die touristische Beschäftigung belief sich im Jahr 2005 gemäss Satellitenkonto Tourismus auf 138'203 Vollzeitstellen. Das sind knapp 4 Prozent weniger als im Jahr 2001, entspricht aber immer noch einem Anteil von 4,4 Prozent an der volkswirtschaftlichen Gesamtbeschäftigung der Schweiz. Der relativ konstante touristische Konsum, kombiniert mit Produktivitätsfortschritten, hat zu diesem Rückgang geführt. Gut die Hälfte der Tourismusangestellten arbeiten in den beiden Bereichen Beherbergung und Restauration. Verwirrlich ist vielleicht auch hier, dass die Branche bisher von anderen Zahlen ausging. So ist der

Broschüre «Schweizer Tourismus in Zahlen, Ausgabe 2008» zu entnehmen, dass alleine im Gastgewerbe 224'000 Personen arbeiten, was aufgrund der Teilzeitarbeit 180'700 Vollzeitstellen entspricht. Zu erklären ist die Differenz zum Satellitenkonto aber relativ einfach. Das Bundesamt für Statistik zählte im Satellitenkonto nur die tourismusrelevanten Arbeitsstellen. Der Bereich des «Pflicht-Ausser-Haus-Konsums» – beispielsweise in der Systemgastronomie – wurde dabei ausgeklammert. Der Auftrag der Autoren des Satellitenkontos war, die Beschäftigung und Arbeitsproduktivität des Sektors Tourismus aufzuzeigen, um Politik und Wirtschaft

Entscheidungsgrundlagen zu liefern. Die Statistiker betonen aber, dass sich eine Diskussion über die Bedeutung des Tourismus nicht nur auf diese Kennzahlen abstützen sollte. In einer Dienstleistungsgesellschaft komme dem Tourismus noch eine weitere wichtige Rolle zu. Thomas Baumann und Ueli Schiess vom BFS erläutern dies am Beispiel Gastgewerbe. Es weist noch immer mit

«In einer Wirtschaft mit immer höheren Ausbildungsansprüchen sind die Arbeitsplätze im Tourismus von grosser Bedeutung.»
Thomas Baumann und Ueli Schiess
Bundesamt für Statistik
Abstand den kleinsten Anteil an Mitarbeitern mit einer höheren Schulausbildung (Tertiärstufe) auf, während der Anteil der niedrigsten Ausbildungsstufe (Sek I) von allen Branchen am höchsten ist. «In einer Wirtschaft mit immer höheren Ausbildungsstandards sind diese Arbeitsplätze von grosser Bedeutung. Schon jetzt herrscht ein Mangel an solchen Arbeitsplätzen.» tl

Neue Flug-Bewegungen am Schweizer Seilbahn-Himmel

7 Monate dauerte der Bau der Luftseilbahn von Engelberg nach Ristis. 13,7 Mio. Franken wurden investiert. Auch andere Stationen starten mit neuen Bahnen.

KARL JOSEF VERDING

Die Engelberger Luftseilbahn-Anlage hat nun eine komplette neue Linienführung. Die Talstation wurde vom Hinterdorf auf die Klostermatte verlegt. Die Panoramafenster der beiden neuen Kabinen reichen bis an den Kabinenboden. Damit die Bahn auch bei voller Zuladung ohne Kabinenbegleiter betrieben werden kann, ist die gesamte Überwachung elektronisch gesteuert.

Die Bergbahnen Destination Gstaad AG wehte die neuen Vierersessellinien Chalthebrunne – Saarnerslochgrat und Chalthebrunne – Parvengesattel ein. Sie stellen eine wichtige Verbindung der Teil-Skigebiete von Gstaad Mountain Rides Hornberg – Saarnerslochgrat und St. Stephan dar. Die Kosten liegen rund 300'000 Franken unter dem Budget-Ansatz von 12,5 Mio. Im Skigebiet Portes-du-Soleil ist nun der erste achtplätzigere Sessellift der Westschweiz in Betrieb. Dieser ersetzt die bisherigen Vierersessel und verbessert mit einer Förderleistung von 4'000 Personen pro Stunde die Verbindung von Les Crosets nach Marcheuse. Der neue Sessellift ersetzt zwei alte Anlagen. Die Société Télé-Champéry investierte rund 13 Mio. Franken in die Bahn.

Die 2. Sektion der Corvatschbahn im Oberengadin hat neue, grössere Kabinen (anstatt wie bisher 80, neu 100 Personen pro Bergfahrt) mit 100 Personen pro Bergfahrt) mit grossen Fenstern, einem schwingvollen Design und dem Slogan «Himmelwärts» erhalten. Zudem wurden die Stationen rund um erneuert. Durch einen neuen 2er-Sessellift werden die Talstation Rabgiusa und die Bergstation Curtinella verbunden. An einem Seil kann man ab jetzt 800 Meter weit von Grindelwald-First nach Schreckfeld fliegen. Die Gäste befinden sich in einem speziellen Sitz, der einem Paragliding-Gurtzeug sehr ähnlich ist. Dieser Sitz befindet sich an einer sicheren Rollenkonstruktion. Der Bau der Ganzjahres-Anlage kostete die Jungfraubahnen 1,3 Mio. Franken.

Mein Herr und mein Gott
nimmt alles von mir,
was mich hindert zu Dir.

TODESANZEIGE

Traurig nehmen wir Abschied von unserem Vater, Bruder, Onkel, Lebenspartner und vielfachem Götti

Karl August Kaiser

1924 – 2008

Am 7. Dezember hat er seine letzte Reise angetreten. Er starb wohl vorbereitet und geborgen in seinem starken Jugendglauben auf einem seiner geliebten Spaziergänge.

In stiller Trauer:
Severin Kaiser und Sandra Stegmann
Christin Kaiser und Thomas Bösch
Irmgardis Starck
Geschwister, Verwandte und Bekannte

Die Beerdigung fand am Samstag, 13. Dezember, in Gams statt.

Traueradresse: Emma Dürr-Kaiser, Brücke 2, 9473 Gams
Severin Kaiser, Lindenweg 4, 9403 Goldach



Die romantische Gummenbahn passt zur «Wellbeing»-Ausrichtung von Braunwald. Ebenso wie das geplante Luxus-Klang-Hotel. Der Ort braucht aber vor allem neue Betten zur Auslastung der Bahnen.

Natur fordert Braunwald

Die rutschende Erde in Braunwald schreckt Investoren ab. Nun will man das Zentrum verlegen.

GU DRUN SCHLENCEK

Es ist ruhiger geworden in Braunwald. Nach dem Hotel Rubschen, das vor vor zwei Jahren schloss, hat nun auch das Hotel Alpenblick seinen Betrieb eingestellt. Damit fehlen dem Wintersportort im Glarnerland auf einen Schlag 90 Hotelbetten – von bisher insgesamt rund 350.

Nur im Untergrund brodelt es weiter. Das heutige Zentrum des Ortes um die Bergstation der Standseilbahn, welche die Gäste in den autofreien Tourismusort bringt, liegt nämlich in einer geologischen Gefahrenzone. Ein bis zwei Zentimeter rutscht hier der Boden pro Jahr, vor zehn Jahren betrug die Fließgeschwindigkeit des Erdrei-

ches das Zehnfache. Auch wenn keine unmittelbare Gefahr besteht: «Das Problem ist, dass niemand investieren will», so Kurt Müller, Projektleiter vom «Quo Vadis Braunwald». Das führte schlussendlich auch zum Aus des neben dem Märchenhotel Bellevue größten Hotels in Braunwald: «Letzten Winter fiel die Heizungsanlage im Alpenblick fünfmal aus», beschreibt Stefan Müller, Geschäftsführer der Klausen Resort Management AG, die neben dem Hotel Waldhaus auch den «Alpenblick» betrieb, die Lage. Inzwischen ist die Alpenblick Braunwald AG im Konkurs. Nur das Restaurant darf der Betreiber vorerst weiterführen. Die Besitzer des «Waldhaus», Familie Wächter aus Zürich, hätten den «Alpenblick» gekauft, doch nur «wenn der Preis stimmt», so Daniel Wächter. Auf kaum 100'000



«In der Gefahrenzone will keiner investieren. Der Ort braucht ein neues Zentrum.»

Kurt Müller
Projektleiter Quo Vadis Braunwald

Franken schätzt Fritz Trümpy, Präsident der Sportbahnen, den Wert. «Der Alpenblick ist ein Fass ohne Boden», so Wächter weiter und spielt damit auf die laufenden Unterhaltsarbeiten aufgrund der Geologie an. «So überlegt sich ein Investor zweimal, ob er Geld in die Hand nimmt.» Ebenfalls in der Gefahrenzone befindet sich das «Adrenalin» mit seinen 60 Betten. Auch dieses Backpackers-Hotel soll schon zum Verkauf gestanden haben. Zum Verkauf stehen aktuell die Pension Ahorn (21 Betten) und das

Restaurant Uhu. Auf der Website des «Ahorn» wirbt man für die Nutzung in Wohnungen.

Doch in Braunwald steckt man nicht den Kopf in den Sand. Im Gegenteil. Mit wegweisenden Investitionen will man dem Ort eine touristische Zukunft sichern. Dazu gehört als erstes eine Verlegung der Zubringerbahn ausserhalb der Gefahrenzone. Mit 30 Mio. Franken beziffert Kurt Müller den Aufwand. Die Braunwaldbahn gehört dem Kanton, der bisher jedoch wenig

Gebühr für das Anlieger der Braunwalder hatte. Vor zwei Tagen fand nun die «erste ergebnisreiche Sitzung» statt, freut sich Müller. Sein Ziel: Innert Jahresfrist sollte ein positives Signal auf dem Tisch liegen und in etwa sechs Jahren die Bergstation der Braunwaldbahn zum Fusse der Sportbahn hin verlegt sein. Und Braunwald soll

ein 5-Sterne-Hotel bekommen. Das Konzept, für das anscheinend Architekt Peter Zumthor beauftragt wurde, soll bis nächsten April stehen. Bauland im Gebiet Hüttenberge, unweit der künftigen Bergstation der Braunwaldbahn, wurde bereits gekauft. Ein Klang-Hotel für Liebhaber klassischer Musik schwebt den Initiatoren vor, damit will man an die Musikwoche im Juni anknüpfen. Daniel Wächter wiederum sucht Investoren für das «Waldhaus»: Hier ist ein Resort für Familien und Seminarveranstalter mit rund 80 Betten geplant.

Schweiz

Die Euro 2008 hat den Restaurants nichts gebracht

Das Schweizer Gastgewerbe zieht eine ernüchternde Bilanz der Euro 2008. Auch wenn es Betriebe gab, die von der Fussball-Europameisterschaft profitierten, so wurde sie von einer Vielzahl von Betrieben als negativ empfunden, wie eine Umfrage der KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH zeigt. Das Umsatzwachstum im Gastgewerbe in den Monaten Mai bis August wäre vermutlich ohne Euro 2008 höher ausgefallen. In den Austragungsorten meldeten die Gaststätten eine Umsatzprämie von minus 4 Prozent. Umgekehrt die Beherbergungsstätten: Sie meldeten eine Umsatzprämie von plus 8 Prozent. ck/sda

Drei neue bus-alpin-Angebote



Diesen Winter gibt es in drei Regionen bus-alpin-Angebote, wie die Interessengemeinschaft (IG) mittelt. So erschliesst im Gebiet des Regionalparks Chasseral im Berner Jura ein «Snowbus» das Skigebiet Bugnens-Savagnières von Neuenburg aus. In der Region Gantrisch verkehrt ein «Schnee-bus» von Schwarzenburg nach Schwarzenbühl. In der Region Moosalp – oberhalb des Visspirtales/VS gelegen – verkehren Busse von Törfel (Stalden) nach Z/Niru zum Skilift. ck

Was bitte meint «schweizerisch»?

300 Schweizer Hotels wollen das neue Label «typically Swiss», nur rund 220 haben es im ersten Anlauf geschafft. Die Auswahl war auch für die Fachjury alles andere als einfach.

ELSBETH HOBMEIER

Was genau bedeutet Swissness? Ist es die Architektur, die Einrichtung, die Speise- und die Weinkarte? Oder gar die Persönlichkeit des Gastgebers? Auf jeden Fall ist es nicht mit rot-weiss karierten Tischschürchern und Bettbezügen getan.

Dass sich die Frage nach Swissness nicht ganz so einfach beant-

worten lässt, musste auch die Fachjury merken, welcher sich in den letzten Monaten die Aufgabe stellte, rund 300 Hotels auf ihre «typisch schweizerischen» Merkmale zu prüfen. Eigentlich hatte man mit rund 100 Betrieben gerechnet, welche sich auf Anhebung für das neue, von Schweiz Tourismus und hoteliersuisse gemeinsam lancierte Label begeistern würden. Schliesslich lagen aber 300 Bewerbungen vor – was zwar sehr freute, aber die Aufgabe nicht leichter machte.

80 Hotels sind abgeblitzt. Vorerst. Denn es gibt eine zweite Chance.

Die genaue Liste der validierten Betriebe wird Ende Februar 2009 veröffentlicht. Verraten sei heute erst, dass darauf 220 Hotelnamen

stehen werden. Das heisst, dass rund 80 Bewerber abgewiesen wurden – vorerst abgewiesen, muss es korrekt heissen. Denn Schweiz Tourismus stellt den Abgeblitzten ein zweites Selektionsverfahren im kommenden Juni in Aussicht, so dass «jedes verworfene Hotel Zeit hat, seinen Wauftritt bis dahin zu verbessern und die typischen Schweizer Merkmale in den Vordergrund zu stellen», sagt Catherine Zimpfer als Projektleiterin von Schweiz Tourismus.

Wauftritt? Verbessern? Hinter diesen Worten steht die Tatsache, dass sich die Jury pingelig genau mit den Internet-Sites eines jeden Bewerbers auseinandergesetzt hat. Zwar flossen vor allen Dingen die Eindrücke von persönlichen



Ganz klar schweizerisch. Doch beim Hotel ist's schwieriger.

Besuchen in die Beurteilung ein. Dann aber widmeten sich die jurierenden Hoteliers Christian Cafilisch, Pierre-André Michoud und

Mark von Weissenfluh, die Tourismusexpertin Eva Brechtbühl sowie die Journalisten Karl Wild und Elsbeth Hobmeier dem virtuellen Eindruck auf dem Bildschirm.

Der ausländische Gast muss aufgrund der Website urteilen

Die Jury nahm bewusst die Sicht eines Gastes ein, welcher vielleicht von weit her kommt und eine typisch schweizerische Unterkunft sucht. Seine Wahl trifft er meistens via Internet. Und wenn er da auf verschwommene Fotos, fragmentarische Speisekarten, ältliche Bettwäsche und so weiter und so fort stösst, dann klickt er sofort wieder weg – und der Hotelier hat seine Chance zum Anwerben eines potenziellen Gasts vergeben.

Die 4-Sterne-Häuser wirtschafteten rentabler als die 5-Sterne-Hotels

Die 4-Sterne-Hotels «Allegro Bern» und «Dolder Waldhaus» wiesen 2007 höchste Umsatzrentabilität aus.

Bei der Umsatzrentabilität (Gross Operating Profit GOP) schnitten die 4-Sterne-Häuser, deren Aktien handelbar sind, besser ab als die 5-Sterne-Hotels: Die 4-Sterne-Häuser «Allegro Bern», «Dolder Waldhaus» und «Sunstar Grindelwald» erreichten 2007 GOP-Margen von 33,8%, 31,8% und 29,0%, ist im «Swiss Equity Magazin» zu lesen. Die Werte der Spitzenreiter in der 5-Sterne-Hotellerie waren tiefer: Das «Victoria Jungfrau» in Interlaken schaffte noch eine GOP-Marge wie der Drittplatzierte unter den 4-Sterne-Hotels (29,0%). Nummer zwei und drei lagen 2007 klar darunter: Das Suvretta-House St. Moritz wies 26,9% und das «Eden au Lac Zürich» 24,1% aus. Mit diesen Zahlen schlagen alle Bestplatzierten die von der

Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit als Zielgrösse geforderten 20%. Dabei korreliert die Umsatzrentabilität nicht unbedingt mit der Auslastung: Das Kurhotel Hof Weissbad mit einer Zimmerauslastung von 98% wies eine tiefere GOP-Marge (21,5%) aus als Spitzenreiter «Allegro» (Zimmerauslastung 74%), was wohl nicht zuletzt mit der Grösse zu tun hat.

Die Pilatus-Bahnen, Bergbahnen Samnau und Davos-Klosters Bergbahnen sind gemäss dem Magazin die drei rentabelsten Bergbahnen der Schweiz. Das Verhältnis von Cashflow zu den Gesamtinvestitionen lag bei 12,6% (Vorjahr 9,5%), 7,8% (6,8%) und 7,5% (7,0%). Gemäss Seilbahnen Schweiz zeichnet ertragsstarke Bahnen ein Wert von über 6% aus. gsg

Hoffnung für das Museum der Schweizer Hotellerie

Dorothee und Beat Kleiner schliessen die Türen zu ihrem Museum Schweizer Hotellerie und Tourismus für immer. Das Hotelarchiv ist an der Sammlung interessiert.

RENATE DUBACH

Am nächsten Samstag ist die allerletzte Gelegenheit, das Museum Schweizer Hotellerie und Tourismus an der Zürcher Trittligasse zu besuchen. Bis um 17 Uhr zeigen Dorothee und Beat Kleiner ihre Ausstellung über den Tourismus im Berner Oberland von 1830 bis 1914. Es ist die 19. Ausstellung in 25 Jahren, 16 Jahre gab es das winzige Museum im Zürcher Ober-

dorf. «Schliesslich wuchs die Einsicht, dass es wohl am besten sei, sich auf dem Höhepunkt der Tätigkeit der Realität zu beugen, die sich unerbittlich meldete», schreibt das Ehepaar in seiner «Bekanntmachung». Die Realität ist, dass die beiden allmählich zu alt geworden sind, um die Exponate hin und her zu schleppen, auf die Leiter zu steigen, um die Bilder aufzuhängen und den wachsenden administrativen Aufwand zu bewältigen.

«Wir werden das Lokal räumen und erst einmal alles nach Hause bringen. Einen Nachfolger haben wir nicht gefunden. Und was mit dem Raum an der Trittligasse geschehen wird, wissen wir auch nicht. Das müssen wir dem Hausbesitzer überlassen», erklärt Dorothee Kleiner betrubt. Es werde

bestimmt nichts fortgeworfen, sagt sie, schliesslich hätten sie bloss Wertvolles gesammelt. Das Hotelarchiv Schweiz habe in einem Brief Interesse bekundet, erwähnt Dorothee Kleiner, das werde man jetzt prüfen.

«Wir haben aus der Presse erfahren, dass das Ehepaar Kleiner sein Museum schliessen wird», führt Evelyne Lüthi-Graf aus. Die Geschäftsleiterin des Schweizer Hotelarchivs bestätigt, dass sie bald mit Dorothee und Beat Kleiner zusammensitzen und das weitere Vorgehen diskutieren möchte: «Es geht um eine sehr wichtige Sammlung für die Schweizer Hotellerie. Es ist unsere Pflicht, dafür zu schauen, dass die ganze Sammlung zusammen bleibt und auch in Zukunft für Interessierte zugänglich ist.»

Aus dem cahier français

Trotz Krise mehr oder weniger ausgebuht

Die Westschweizer Wintersportorte haben gut lachen. Trotz sich abzeichnender Krise vermelden sie einen ausgezeichneten Buchungsstand. Insbesondere über die Neujahrstage, etwas weniger über Weihnachten. Zu dieser positiven Situation haben auch die zurzeit phantastischen Schneeverhältnisse beigetragen. Und Hotels mit besonderen Kinderangeboten waren am schnellsten ausgebuht. Die Festtage zeichnen sich bezüglich Auslastung in einem ähnlichen Umfang ab wie ein Jahr zuvor, wie eine Umfrage bei den grössten Unterwalliser und Waadtländer Skistationen ergab. dst

Seite 23

International

**Auch Österreich
erhält sein erstes
Motel One**

In der künftigen **Bahnhof-City Wien West** entsteht das erste Motel One Österreichs. Am Montag fiel der Startschuss zum Bau. Betreiber ist die Verkehrsbüro Group im Joint Venture mit der deutschen Motel One Group. Das neue Low-Budget-Design-Hotel soll über eine Kapazität von 441 Zimmern mit insgesamt 711 Betten verfügen. Die Eröffnung ist für Winter 2011 geplant. dst

**Economy-Marke
von Accor auf
Expansionskurs**

Mit dem Ibis Hotel Shanghai Lianyungang in China eröffnet das 800. Hotel der Marke. Ibis befindet sich damit weltweit auf Wachstumskurs und will im Jahr 2010 mit 1100 Hotels am Markt präsent sein. In den nächsten zwei Jahren sollen auf der ganzen Welt jede Woche ein bis zwei Ibis-Hotels eröffnen. Die Ibis-Hotelgruppe verzeichnete im Jahr 2007 40 Neueröffnungen. Dieses Jahr kamen 58 neue Häuser hinzu, die in über 20 Ländern 11 000 Zimmer anbieten. dst

«Taj»-Tower bald offen

Knapp einen Monat nach dem Attentat in Mumbai: Der neue Teil des Taj Mahal Palace & Tower wird wieder eröffnet.

SIMONE LEITNER

Nach den Terroranschlägen Ende November in Mumbai hat Taj Hotels Resorts and Palaces in Mumbai den Termin für die Wiedereröffnung des Taj Mahal Tower bekannt gegeben: Am 21. Dezember wird der neuere Hotelteil wieder in Betrieb genommen. In die 275 Zimmer, sechs Restaurants, den Ballsaal und das Jiva Spa soll wieder Leben einziehen. Wann der stark in Mitleidenschaft gezogene alte Teil wieder zugänglich sein wird, ist noch nicht bekannt.

«Die schnelle Wiedereröffnung des Hotels konnte nur durch den unermüdbaren Einsatz aller Beteiligten möglich gemacht werden», erklärt Raymond Bickson, Managing Director und CEO The Indian Hotels Company Ltd. Es sei «ein Tribut an die Stadt Mumbai und ihre Menschen, die viel Mut, Würde und Kraft bewiesen haben.» Das «Taj» so schnell wieder zu eröffnen, zeige auch die Entschlossenheit, all die unschuldigen und tapferen Menschen zu würdigen, die wäh-



Noch ist der historische Teil des Taj Mahal Palace and Tower nach den Terroranschlägen im Wiederaufbau. Der neuere Teil wird aber bereits am Sonntag wieder eröffnet. zvg

rend der Terror-Anschläge ihr Leben verloren haben, so Bickson weiter: «Ihnen zu Ehren werden wir das Taj wieder zu seinem ganzen Glanz zurück führen.»

Der historische Gebäudeteil des Taj Mahal Palace wurde während der Besetzung durch die Terroristen schwer beschädigt. Taj Hotels arbeitet zusammen mit Architekten, Historikern und den Denkmalschutzbehörden derzeit mit Hochdruck an einer genauen Bestandsaufnahme als Grundlage für ein umfassendes Restaurierungskonzept. Spezielle Reinigungs-

und Sicherheitsteams sind dabei, das Hotel zu säubern. Die sechste Etage des Gebäudes ist besonders stark beschädigt, hier hat das Feuer sehr lange gewütet. Das Mobiliar und die vielen Kunstgegenstände wurden Opfer der Flammen, ebenso die Holzbalustraden entlang der Korridore.

Restauratoren und Architekten seien aber sehr zuversichtlich, dass vieles originalgetreu wieder hergestellt werden kann. Nicht zuletzt deshalb, weil in Indien das altüberlieferte Handwerk und Kunsthandwerk noch immer praktiziert wird.

Dass das «Taj» bald wieder in seinem alten Glanz erstrahlen kann, davon ist auch die Indian National Trust for Art and Heritage (Intac) überzeugt, die sich in einem Beitrag in der Times of India entsprechend geäußert hat.

Das Taj Mahal Palace ist ein denkmalgeschütztes Gebäude der Stufe II und unterliegt der «Heritage Regulation for Greater Bombay» aus dem Jahr 1995, nach der beispielsweise Fassaden an denkmalgeschützten Gebäuden nicht verändert werden dürfen. Die Rekonstruktion wird sich stark an Foto-

gien orientieren – und davon gibt es ja glücklicherweise reichlich.

Als genauso wichtig wie der faktische Wiederaufbau gilt, das Taj Hotel auch auf spiritueller Ebene wieder auf Vordermann zu bringen. Raymond Bickson legt großen Wert auf die kulturellen Gepflogenheiten: «Die spirituelle Wiedergeburt und Reinigung des Hotels ist ein wichtiger Schritt in diesem Heilungsprozess.» Dieser wird von Priestern der verschiedenen Religionsgruppen – Parsi, Hindu, Muslim, Sikh, Christen, Juden und Buddhisten – begleitet.

**Fakten Kaum
Stornierungen für
Indien und Thailand**

Weder die Attentate in Indien noch das politische Desaster in Thailand scheinen sich auf den Tourismus auszuwirken. «Wir haben sozusagen keine Stornierungen für Indien oder Thailand», sagt Elina Fleischmann, Sprecherin von M-Travel Switserland. Die prekäre Situation in Bangkok habe sich entspannt und die Flughäfen Suvarnabhumi und Don Muang seien wieder geöffnet.

Jörg Krebs, Direktor Indien von Schweiz Tourismus, ist überzeugt, dass die Bevölkerung von Bombay nach dem grossen Schock nun optimistisch in den Alltag zurückgekehrt ist. «Der Tourismus in Indien wird weiterhin wachsen.» sls

ANZEIGE

Danke,

liebe Leserinnen und Leser,
liebe Inserenten und Kunden.

Wir danken Ihnen für Ihre Treue im vergangenen Jahr,
für Ihr Vertrauen in unsere Fachzeitung
und für Ihre Unterstützung auch im 2009.

Mit den besten Wünschen
für die Feiertage und das neue Jahr.

Redaktion und Verlag

htr hotelrevue

«Noch nichts verdient»

Der italienische Investor Amedeo Clavarino ist seit drei Jahren Eigentümer des Hotels Maloja Palace. Zurzeit kommt für ihn ein Vollausbau nicht in Frage.

DANIEL STAMPFLI

Amedeo Clavarino, Sie haben bisher in Projekten in Grossstädten wie Mailand, London und Berlin investiert. Wie kamen Sie auf Maloja, weit weg der Metropolen?
Es ist eine emotionale Geschichte. Nach meinen Studien in Paris nahm ich in Mailand Wohnsitz. Der nächstgelegene bekannte Wintersportort von Mailand aus ist St. Moritz, wo ich mit einem Freund Gast von Ira Prinzessin von Fürstenberg war. Da es mir in der Gegend sehr gut gefiel, suchte ich im Oberengadin ein Mietobjekt. Wir fanden eine grosse Villa, die Villa Baldini, auf der Maloja-Passhöhe. Jedes Wochenende lud ich rund zwanzig Freunde nach Maloja ein. Meine Freunde sprechen noch heute von dieser tollen Zeit.

Und wie stiessen Sie auf das «Maloja Palace»?
Nachdem ich später über eine genügend grosse Liquidität verfügte, um nicht nur in grossen Städten zu investieren, überlegte ich mir eine Investition in St. Moritz. Ich verpasste vor Jahren die Chance, das Hotel Kronenhof in Pontresina zu kaufen. Dem damaligen Eigentümer Hans Bodmer hatte ich 22 Mio. Franken geboten, also deutlich mehr als die 18 Mio. der Familie Niarchos. Hans Bodmer wollte das Geld innerhalb eines Monats haben, was ich nicht schaffte. Auf der Rückfahrt von Pontresina nach Italien wurde ich auf das «Maloja Palace» aufmerksam. Es war jenes Hotel, von welchem wir jeweils die Stühle ausliehen, um unsere Feste im gemieteten Haus in Maloja durchzuführen.

Was reizt Sie an diesem Objekt?
Ich habe das Objekt aus zwei Gründen gekauft. Erstens soll es rentabel sein, denn alle meine Investitionen werfen Gewinn ab. Mit dem «Maloja Palace»

Zur Person Businessman mit Engagement für die Umwelt

Der Italiener Amedeo Clavarino (52) studierte an der Universität von Genua Wirtschaftswissenschaften. Danach absolvierte er die Business School INSEAD in Fontainebleau bei Paris. Während 15 Jahren war er im Bereich Mergers and Acquisitions, hauptsächlich in Paris tätig. Investiert hat Clavarino in Private Equity und Real Estate in Mailand, London, Berlin und Maloja. Im Jahre 2004 gründete er die Stiftung Fondazione Ambiente Milano, welche sich Umweltanliegen in der lombardischen Grossstadt widmet.

möchte ich einen Ort zur Verfügung stellen, wo Leute sich treffen und Freundschaften schliessen können, im Sinne eines Clubs. Dank den drei oder vier Veranstaltungen, die ich hier organisiert habe, haben rund zehn Liebespaare zusammengefunden. Ich mache gerne Geschenke, und mit dem «Maloja Palace» habe ich diese Möglichkeit.

Sie investieren erstmals in die Hotellerie. Ist das nicht ein Risiko?
Sicher ist es ein Risiko. Aber ich hoffe auf die Unterstützung der Gemeindebehörden von Stampa. Dann wäre es ein kleineres Risiko.

Zurzeit sind 28 Zimmer im Hauptgebäude und im Golfhaus renoviert. Wie geht es nun weiter?
Ich werde bis im Frühjahr 2009 nur insgesamt 50 Zimmer und Suiten für rund 6 Mio. Franken renovieren. Danach werde ich warten, bis ich von den Gemeindebehörden die Bewilligung für den Bau von Appartements erhalte. Wäre der Appartementverkauf ein Erfolg, könnte ich in den Weiterausbau des Hotels mit 200 Zimmern und Suiten, mit Schwimmbad, Wellness-Anlage und Tiefgarage investieren. Der ganze Betrieb soll CO₂-neutral sein und möglichst wenig Energie verbrauchen.

Sie haben 15 Millionen für den Kauf bezahlt und bereits weitere 6 Millionen in die Renovation gesteckt. Stammt das Geld aus Ihrer Privatschatulle?
Ja, das kommt aus meinem Privatvermögen. Das Hotel Maloja Palace wurde durch eine Gesellschaft er-

worben, welche zu 100 Prozent mir gehört. Ich bin etwas enttäuscht, denn so weit habe mit dem hier investierten Geld keine Rendite erzielt, währenddem bei Investitionen in London 10 oder 11 Prozent, in Berlin 7 oder 8 Prozent und in Mailand 7 Prozent Rendite erzielt werden kann.

Wollen Sie dem Nobelkurort St. Moritz Gäste abwerben?
Überhaupt nicht. Ich möchte jene Leute anziehen, die sich von der Natur angezogen fühlen.

Welches Zielpublikum schwebt Ihnen denn konkret vor?
Damit sich Freundschaften schliessen können, muss man Gruppen bilden, die einen gewissen Anziehungseffekt auf andere ausüben. Dafür braucht es einen Club oder Aktivitäten, die etwa in St. Moritz nicht möglich sind oder nicht stattfinden. Sind Berühmtheiten aus Politik, Showbusiness und Adel Mitglieder unseres Clubs, wird sich dies herum-sprechen und auch andere Hotelgäste anziehen.

Berühmtheiten sollen also ein Vehikel sein, um weniger bekannte Leute als Gäste ins «Maloja Palace» zu holen.
Ja. Aber der Club steht allen offen und basiert auf sportlichen Aktivitäten, auf Freundschaft und vor allem auf der

«Sind Berühmtheiten Mitglieder unseres Clubs, wird dies andere Hotelgäste anziehen.»
Amedeo Clavarino
Immobilien-Investor

Liebe für die einfachen Dinge. Es soll auch ein Beispiel sein für ein nachhaltiges Leben.

Suchen Sie zur Führung des Hotels eine Managementgesellschaft?
Dafür bin ich offen. Für mich steht die Professionalität im Vordergrund. Synergien mit einer grossen internationalen Hotelkette nutzen zu können, ist sicher ein Vorteil. Ich war bereits auf der Suche, habe aber abschlägige Antworten erhalten, etwa durch Bulgari und Roccoforte. Grundsätzlich wären sie zwar interessiert, aber nicht bereit, ein Hotel in den Bergen zu führen. Sie sind vielmehr auf Stadthotels spezialisiert.

Nach all den Schwierigkeiten mit den lokalen Behörden, bereuen Sie heute den Kauf des «Maloja Palace»?
Ich würde es sicher bereuen, wenn ich die Bewilligung zum Bau von Appartements nicht erhalte. Das wäre gleichbedeutend mit dem Bankrott, da die Renovation des ganzen Hotels nicht zustande käme.

Standpunkt

Fünf Tipps für den Hotelier, um der Finanzkrise zu trotzen



CHRISTOPH JUEN

Die Zäsur am Jahresende ist etwas Künstliches. Business as usual – alles geht weiter. Dieses Jahr stehen wir jedoch vor einer wirtschaftlichen Zäsur. Noch dürfen wir punkto Übernachtungszahlen auf das erfolgreichste Tourismusjahr aller Zeiten zurückblicken. Doch vor uns liegen schwierige Zeiten.

Wie begegnet der Hotelier dieser Herausforderung? Ein Patentrezept gibt es nicht. Fünf Orientierungsmarken können den tourismuswirtschaftlichen Abschwung abfedern: Die Zimmerpreise müssen

«Wie begegnet der Hotelier dieser Herausforderung? Ein Patentrezept gibt es nicht.»

gehalten werden – Dumpingpreise führen zu grösseren Ertragsverlusten. Ein konsequentes Stammkunden-Marketing ist kurzfristig effizienter, als neue Märkte zu erschliessen. Das Grundleistungsangebot mit Mehrleistungen anzureichern, die der Gast nicht erwartet und die ihn positiv überraschen. Ein rigoroses Kostenmanagement ist angesagt. Es muss noch konsequenter auf Qualität gesetzt werden: Unser touristisches Angebot muss sich sichtbar von der Konkurrenz abheben.

Die htr hotel revue spielt in diesen schwierigen Zeiten eine unverzichtbare Rolle. Sie wird sich auch in Zukunft energisch und weit herum wahrnehmbar zu Wort melden. So wird sie verfehlte wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen an den Pranger stellen: Unter dem Druck der Medien bewegt sich auch die Politik. Die htr ist Plattform des Wissenstransfers. Wir möchten ihre Attraktivität weiter steigern, so dass die htr jede Woche zugleich Pflicht und Vergnügen bereitet.

In diesem Sinne danke ich mich als Vertreter der Verlegerschaft beim Redaktions- und Verlagsteam der htr herzlich für die hohe Leistungsbereitschaft. Die jüngste Erfahrung hat gezeigt, dass sich das Redaktionsstatut mit der publizistischen Grundausrichtung und Werthaltung bewährt hat: Kreativität, Innovationsbereitschaft und mutige Recherchen mögen auch weiterhin die Erkennungsmerkmale «unserer» htr hotel revue bleiben!

Christoph Juen ist CEO von hotelieruisse

Giancarlo Cattaneo



Entschleunigt geniessen statt rasend konsumieren



CHRISTINE KÜNZLER
REDAKTORIN

Zum Thema Lebensraser

Sonntagmorgen auf der Autobahn, erlaubte Höchstgeschwindigkeit 80 Stundenkilometer. Wenn Sie mit 100 fahren, und alle anderen blochen Ihnen um die Ohren, dann würden Sie sich wohl auch fragen. Ich auf jeden Fall habe mich gefragt, hinterfragt. Hat vielleicht die Freiheitspartei mit einer Initiative erwirkt, dass die Verkehrsregeln sonntags nicht gelten – und ich weiss davon nichts? Oder bin ich zu angepasst, zu wenig keck? Oder

vielleicht zu undynamisch? Nicht wirklich, sage ich mir, wenn ich mir das alles genau durch den Kopf gehen lasse. Dann liegt's also an den anderen Autofahrern. Offenbar wollen die ganz schnell von A nach B kommen. Auch sonntags. Oder sie wollen sich einfach nichts vorschreiben lassen. Was auch immer. Auf der Autobahn mag's ja noch angehen, einmal schneller zu fahren, wenn dabei niemand gefährdet wird. Mit übersetzter Geschwindigkeit durchs Leben zu brau-

«Im wahren Leben gibt es nicht für jeden einen Pannestreifen.»

sen, ist jedoch meist ungesund. Und hat Folgen. Im wahren Leben gibt es nicht für jeden einen Pannestreifen. Oder die Zeit reicht nicht mehr zum Ausweichen. Genau wie auf der Autobahn. Gegensteuer geben also. Hier können der Hotelier, Restau-

rateur und der Tourismusdirektor einhaken. Denn Langsamkeit, Erholung, Geborgenheit, Nähe, authentische Wellness und echte Gastfreundschaft helfen den Lebensrasern, den Fuss vom Gaspedal zu nehmen. Solche Angebote sind unabhängig von der Anzahl Sterne von Michelin & Co oder hotelieruisse. Hier geht es vor allem um menschliche Qualitäten. Um Emotionen, Herzenswärme und ein sozialverantwortliches Verhalten. Und um regionale und

saisongerechte frische (biologische) Nahrungsmittel. Um intakte Landschaft und um naturnahe Angebote. Entschleunigen und geniessen, statt rasen und konsumieren, ist angesagt. Qualitativ hochwertige statt Last-Minute-Ferien verbringen, lieber weniger und nah als oft und fern urlauben, sein statt Schein. In diesem Sinne wünsche ich auch allen Hoteliers und Touristkern über die hektischen Festtage Momente der Entschleunigung.



«Welch ein Luxus: Ohne Verpflichtungen einfach für ein Wochenende ab nach Zermatt; zum Relaxen ins Hotel.»

Nicole Petignat, Schiedsrichterin



Die Ständeräte **Hannes Germann**, **Dick Marty** und **Helen Leumann** waren von den kulinarischen Highlights begeistert.



Ida Glanzmann-Hunkeler und **Andrea Martina Geissbühler**.



Nationalrätin **Doris Fiala** und «Fast-Bundesrat» **Hansjörg Walter**.



Jürg Domenig, Verbandsleitung hotelleriessuisse, mit Nationalrätin **Brigitta M. Gadiet** und Nationalrat **Hansjörg Hassler**.

Touristisch korrekt



Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriessuisse, ehrt den FDP Politiker **Edi Engelberger** für sein Engagement zugunsten des Schweizer Tourismus.

Die Stimmung am **Polit-Event** von hotelleriessuisse war gut. Nach der langen Session am Montag genossen die Parlamentarier den Abend.

Im Namen der Verbands- und der Geschäftsleitung von hotelleriessuisse heisse ich Sie herzlich willkommen», begrüßte **Guglielmo L. Brentel**, Präsident hotelleriessuisse, die geladenen Parlamentarier und Parlamentarierinnen im Hotel Bellevue Palace Bern. Die Stimmung unter den Gästen war äusserst gut. «Trotz eines Sitzungs-marathons», sagte FDP-Ständerat **Felix Gutzwiller**. In der Tat, der

Ständerat verabschiedete das Budget am Montagabend erst nach 20 Uhr. Umso mehr schätzen die Politiker die kulinarischen Highlights des Events und die entspannten Gespräche. Als Höhepunkt ehrte **Guglielmo L. Brentel** den FDP-Nationalrat **Edi Engelberger** für sein politisches Engagement zugunsten des Schweizer Tourismus.

Weitere Bilder des Events: www.htr.ch/people

Sesselrücken

Neubesetzung bei Catering & Services Schweiz



Mit **Stefan Siebenhaar** hat SV Schweiz, Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie, einen neuen Chief Operations Officer. Siebenhaar, der seit einem Jahr als Operations Director für SV Schweiz tätig ist, übernimmt ab Februar 2009 die Nachfolge von **Matthias Draeger**, der als CEO zur CW-Suico Suisse SA wechselt. Siebenhaar war zuvor Area Vice President Gate Gourmet Spanien & Portugal.

Verstärkung für Direktion im Sunstar Hotel Flims

Seit Dezember teilt **Andrea Künzli** die Funktion Gastgeber/Direktion im Sunstar Hotel Flims mit ihrem Partner **Jago Leyssens**, der seit



der Sommersaison 2008 den Betrieb führt. **Künzli** absolvierte die Hotelfachschule Luzern und arbeitete in Erstklasshotels im In- und Ausland.

Flugkapitän steuert Bergbahnen in die Zukunft

Bruno Dobler übernimmt die Geschäftsleitung der fusionierten Toggenburg Bergbahnen AG. **Dobler** ist Flugkapitän und war bis vor kurzem CEO der Schweizer Fluggesellschaft «Helvetic Airways». Nach Verwaltungsrats-Präsident **André Meyer** habe man bewusst eine Manager-Persönlichkeit engagiert, die nicht aus dem Bergbahnen-Umfeld kommt. Als Airline-Manager kenne **Dobler** aber die Funktionsmechanismen der Tourismus-Branche.

Neu: Chief Development Officer für Messe Schweiz

Ab Januar 2009 tritt **Christoph Neuschwander** in die neu geschaffene Funktion des Chief Development Officer bei MCH Messe Schweiz (Holding) AG. Seine Aufgabe ist die strategische Weiterentwicklung der Gruppe und der operativen Tochtergesellschaften. Seit 2007 war **Neuschwander** Managing Partner von Neuschwander Management Consulting.

Schlüsselübergabe im Romantikhotel Krone in Gottlieben

Nach 28-jähriger Tätigkeit im Romantikhotel Krone in Gottlieben übergeben **Ingeborg** und **Georg Schraner** den Schlüssel an den neuen Besitzer **Raymond Kronig**. **Kronig** war VR-Präsident der Constellation Hotel Management AG, die das Hotel Kastanienbaum am Vierwaldstättersee betreibt. Nach einem Umbau wird die Krone im Februar 2009 neu eröffnet. br

Das «Park Hyatt» im tiefen Schnee

Das Zürcher «Park Hyatt» lud letzten Samstag zum «Weihnachtsbaumschlagen» ein. Das winterliche Outdoor-Event hatte kulinarische Indoor-Qualität.

RENATE DUBACH

Schon zum vierten Mal stimmte das «Park Hyatt» seine Stammgäste und andere «zugewandte Personen» auf Weihnachten ein, «und jedes Mal kommen mehr Leute», freute sich Direktor **Kurt Straub**. Am Samstag stimmten auch die äusseren Bedingungen für den An-

lass: Beim Forstamt Hönegger Berg schien die Sonne auf eine gut gelaunte Gästeschar und verschneite Tannen. Die Kinder hielten Schlangebrot oder Marshmallows ins Feuer und hörten der Märchentante zu. Die Erwachsenen tranken Glühwein, assen Gourmet-Bratwurst, Raclette oder Weihnachtsguetzli und stampften dann in der Baumschule im tiefen Schnee herum, um die schönste Tanne zu ergattern. Denn die Einladung zum «Weihnachtsbaumschlagen» war durchaus ernst gemeint: Wer wollte, konnte seinen Baum gleich selber sägen. Für die weniger praktischen Veranlagten hatte der Förster ein paar Bäume bereit gestellt.



Sie waren sehr zufrieden mit ihrem Vorweihnachtsfest. Der Samichlaus, Park-Hyatt-Direktor **Kurt Straub** (links) und **Joerg Leser**, Director of Sales.



Wer wollte, konnte selber Hand an «seinen» Weihnachtsbaum legen.

SHL überreicht 53 Diplome

Insgesamt 53 Studierende – davon 27 Damen und 26 Herren – schlossen den Diplomlehrgang HF/SHL mit dem eidgenössisch anerkannten Titel «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF/SHL» bzw. «dipl. Hôtelière-Restaurateur HF/SHL» ab. Der Abschluss der Herbstsemester-Klassen wurde am vergangenen Freitag an der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern SHL gefeiert. Rangiert wurden dabei die drei Absolventen mit den besten Notendurchschnitten: **Eliane Arnold** auf

Rang eins mit 5,25, **Hans-Georg Süssmann** auf Rang zwei mit 5,16 und **Manuel Wild** auf Rang drei mit 5,14. Schuldirektor **Kurt Imhof** würdigte in seiner Rede auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Lehrerschaft der Schule: «Wissen vermitteln ist nur das eine. Wirtschaftliche Veränderungen und Anforderungen frühzeitig erkennen und den Unterricht darauf ausrichten, darin sehe ich Anspruch an zeitgerechte Ausbildung. Mit Stolz darf ich sagen, dass Sie die-

sen Anspruch in hohem Masse erfüllen.» Wie der Präsident des Stiftungsrats **Karl Eugster** verkündete, feiert die SHL nächstes Jahr ihr hundertjähriges Bestehen. Im kommenden Jahr sollen mit einem grösseren Bauvorhaben die Infrastruktur und die Räumlichkeiten zukunftsorientiert erweitert und erneuert werden. Die laufende Anpassung an die Entwicklungen und Bedürfnisse der Studierenden prägte die SHL seit 1909, so **Eugster**. Folgende Absolventen der Schwei-

zerischen Hotelfachschule Luzern wurden diplomiert. br

Bachmann Michel, Emmetten; Baumann Angelika, Gattikon; Beer Claudia Angela, Winterthur; Berger Donat, Bern; Bisig Adrian, Wilen b. Wolterau; Brunner Andrea, Zofingen; Burazor Velimir, Zürich; Caluori Barbara, Lungern; Camenisch Livia, Domat/Ems; De Santis Caroline, Zermatt; Dillier Pirmis, Stans; Ehrensperger Joachim, Basel; Ernst Lorenz, Aarwangen; Fierz Oliver, Galtigen; Filieci Brigitte, St. Pantaleon; Fluri Ladina, Zürich; Grob Caspar Malte, Zürich; Gyr Martina, Luzern; Huber Angelika, Ufhusen;

Huwiler Urs, Meggen; Julien Paul-Marc, Zermatt; Kaschube Iris, Morfelden DE; Keller Michèle, Stallikon; Kontos Christos, Root; Looser Monika, Kerns; Mathys Andrea, Nidfurn; Meier Jonas, Rothemburg; Müller Christine, Luzern; Müller Diana, Kriens; Ponti Ursina, Zürich; Renggli Leandro, Bauma; Rhyner Stefanie, Dürnten; Roux Didier, Flamatt; Rubli Angela, Schwarzenbach; Scheuermann Isabella, Cugnasco; Seinet Yves, Meggen; Stahl Christine, Schachen; Stauffenberg Martin, Essen DE; Steiner Cyrill, Oberdorf; Steiner Isabella, Wädenswil; Süssmann Hans-Georg, Immenstaad DE; Waser Jeanine, Sarnen; Weber Astrid, Luzern; Wenzel Martin Urs, Zürich; Wight Leanne Aline, Hombrechtikon; Wild Manuel, Obereingstringen; Wüst Paul Eduard, Luzern; Zahler Roman Andreas, Thayngen; Zelger Daniel, Zürich; Zenklusen Nicole, Schattdorf; Zollinger Jonas Rudolf, Kirchberg; Zünti Fabian, Zug.

Musik im Hotel. Musiker. Hotels und Restaurants widmen Zimmer oder Einrichtung einem Musiker. In der «Inneren Enge» in Bern beispielsweise hängt eine Originaltrompete von Hazy Osterwald.



An Wänden und Decke: üppige Szenen aus Opern im Hotel Restaurant L'Opéra in Zürich.

Bilder zvg

Klangvolle Hotels

Musik und Hotel gehören zusammen, wenn auch unterschiedliche Quellen für Klänge sorgen: CDs, Radio, ein Pianist oder ein Live-Orchester. Einige Hoteliers erweisen Musikern mit speziellen Zimmern, Bars und Restaurants die Ehre.



Hazys Trompete hängt im Berner Hotel Innere Enge.



Im «Mohren» in Willisau erinnern Fotobänder an den Jazzfestival.



Jazz-Konzerte in der «Louis Bar» des Art Deco Hotels Montana in Luzern.



Das Charles-Lloyd-Zimmer im Eurotel Riviera Montreux.



Hommage an Lionel Hampton in der «Inneren Enge» in Bern.

SMART CUBE™

www.miaibar.ch

CHF 29.00 für 4 Wochen Onlineprämiere

Freie Betten? Lassen Sie es uns wissen!

Ihre hotel speciale auf www.swisshotels.com

Hotelierspezifisch: Telefon 030 270 43 20, hotel.specials@htr.ch

OHRENSCHMAUS!

Genug genervt mit dem CD-Wechsler? Jetzt Probehören: www.hotelradio.fm

«Um in meiner Küche Höchstleistungen zu erbringen, muss ich mich auf eine perfekte Kassenlösung verlassen können. Micros 3700!»

Simon Anderegg
Koch und Hotelier
Hotel Victoria Möttingen

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

CHECK IN DATA

In guten Häusern zu Hause

Musik im Hotel. Songs. Die Faszination Hotel zeigt sich auch musikalisch: Viele Sänger und Sängerinnen besingen Hotels. Der berühmteste Song war wohl «Hotel California», mit dem sich die Eagles in die Hitparaden sangen.

Lounge der Lonely Hearts

Hotel-Songs zelebrieren das Leben «on the road» und symbolisieren Gefühlslagen von der Einsamkeit bis zur Sehnsucht. Ein Streifzug durch die Hotels der Rockgeschichte.

SAMUEL MUUMENTHALER

Musiker sind von Berufs wegen viel unterwegs. Das führt dazu, dass sie – sobald sie es sich leisten können – gern gross und teuer wohnen. Elvis Presleys Refugium «Graceland» in Memphis, wo der King zu Lebzeiten mit seinem Hofstaat logierte, ist ein Musterbeispiel, ebenso wie Michael Jacksons einstiges Anwesen «Neverland». Wenn sie einmal sesshaft geworden sind, werden Musiker wehmütig und erinnern sich an ihre Zeit «on the road». Kein Symbol verkörpert dieses Unterwegssein wie das Hotel.

Kein Wunder also, dass Hotel-Songs bei Musikern enorm beliebt

sind. Sie stehen in der Musikgeschichte für das Unterwegssein, versinnbildlichen aber – weil Song-Schreiber und Künstler von Berufs wegen kreativ sind – auch andere Lebenssituationen und Gefühlslagen: Einsamkeit, Anonymität, flüchtige Liebe, Sehnsucht.

Das Hotel als Club-Lokal der einsamen Herzen

Gleich die erste Rock'n'Roll-Single, die ein Millionenpublikum von Teenagern ansprach, war ein Hotel Song: «Heartbreak Hotel», mit seinen schneidenden Gitarren und dem Klagegeul des jungen Elvis Presley etablierte 1956 das Hotel als Club-Lokal der einsamen Herzen.



Die Country-Queen Emmylou Harris besang das Elite Hotel.

wie einst der Palast des grossen Gatsby. «Hotel California» war der Abgesang auf die Musikszene des Sunshine-State, eine Art selbsterfüllende Prophezeiung.

Ein paar Jahre früher hatte ein anderer prominenter Bewohner von Los Angeles das Hotel als Symbol für ein Leben am Rand der Gesellschaft gewählt: «Morrison Hotel» war ein blueslastiges, kantiges Stück Musik – fast so dreckig wie das titelgebende Hotel in L.A. Knapp ein Jahr nach der Veröffentlichung von «Morrison Hotel» starb Doors-Sänger Jim Morrison.

taufte sein Album schlicht und einfach «Hotel».

Weil ein Grossteil der Rockmusik aus den USA stammt und man dort gerne mit dem Auto bis vor die Zimmertür fährt, ist auch das Hotel eine Konstante der Rockgeschichte: Da war sogar eine Band rund um die charismatische Sängerin Martha Davis, die sich The Motels nannte, da war Frank Zappas Konzept-Werk «200 Motels» und da sind jede Menge Hotel-Songs von David Bowies «Hotel» über G. Loves «Coast To Coast Hotel» bis hin zu den Rolling Stones, die das «Memory Motel» als Sinnbild für einsame Nächte und verwelkte Liebe wählten.



Die Eagles landeten 1976 mit «Hotel California» einen Hit.

Es war die erste Single Presleys auf dem Major Label RCA und der Beginn einer wunderbaren Freundschaft des Königs mit seinen rockbegeisterten Untertanen. Rund 20 Jahre später griff Chris Isaak, eine Art Elvis-Klon mit etwas mehr Schmalz im Gaumen, das Einsamkeits-Topos des Hotels auf und besang das «Blue Hotel», das irgendwo im Niemandsland an einem verlassenen Highway vor sich hin bröckelte wie das alte Haus von Rocky Tocky.

Der wohl bekannteste Hotel Song – mit Sicherheit aber der bestverkaufte – stammt von den Eagles. «Hotel California» gilt noch heute als Hymne der Westcoast-Desperados, die Anfang der Siebziger als mausarme Songwriter in Los Angeles gestrandet waren und es dank Geschäftssinn und dem eheren Gespür für den Zeitgeist zu sagenhaftem Reichtum brachten.

Wenn im Hotel die Geister für Spuk sorgen

Doch das schnelle Geld, das in den Siebziger-Jahren nicht nur den Eagles, sondern auch vielen ihrer kalifornischen Songwriter-Kollegen in den Schoss fiel, forderte seinen Tribut: Kokain und Selbstentfremdung prägten das Leben der Kultur-Schickler, der auch der Song «Hotel California» gewidmet ist: In diesem Hotel spuken die Geister von verblichene Hollywood-Stars durchs Gebälk und seine Lichter leuchten so einsam in die Nacht,

Nicht nur Hotels, auch Motels haben ihren Reiz

Nicht nur Hotel-Songs sind also in der Musikgeschichte zu vermerken, auch ganze Hotel-Alben sind keine Seltenheit. Country-Queen Emmylou Harris zum Beispiel wählte das «Elite Hotel», die Lasse Singers das «Hotel Hotel», und Moby hielt sich bewusst kurz und

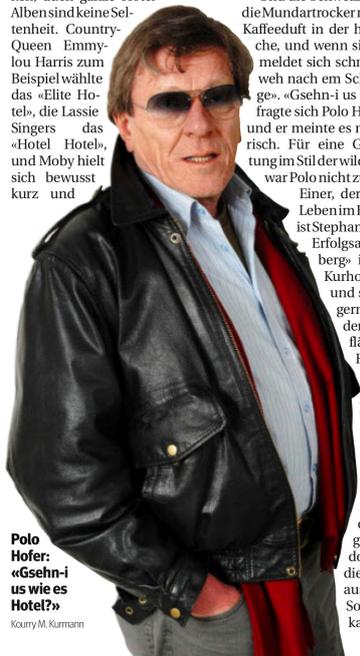
«Chuchitisch»-Romantik versus Hotel-Lobby

Und die Schweiz? Hier besingen die Mundartrockler mit Vorliebe den Kaffeeduft in der heimischen Küche, und wenn sie weg müssen, meldet sich schnell das «Heimweh nach dem Schoggi u de Bärg». «Gsehn-i us wie es Hotel?», und er meinte es natürlich rhetorisch. Für eine Gratisübernachtung im Stil der wilden Hippie-Zeit war Polo nicht zu haben.

Einer, der das mondäne Leben im Hotel zelebriert, ist Stephan Eicher, der sein Erfolgsalbum «Engelberg» in einem alten Kurhotel aufnahm und sich auch sonst gerne in ausladenden Hotel-Lobbys fläzt.

Bine Huber, ein Seelenverwandter von Stephan Eicher, kam im «Hotel Song» ins opulent formulierte Grübeln: «Was nid hesch muesch o nid unbedingt verlore gäh» singt Bine dort. Eine Zeile, die eigentlich nur aus einem Hotel-Song stammen kann.

Polo Hofer: «Gsehn-i us wie es Hotel?»
Koury M. Kurnann



tolle Aussichten

Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank
www.wirbank.ch

Basel • Bern • Chur • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

Die Musik kommt direkt aus dem Fachhandel

Leihen Musikgeschäfte ihre Musik an Restaurants oder Hotels aus, profitieren im Idealfall beide Seiten: Der Gast genießt passende Musik, und der Fachhandel gewinnt neue Kunden.

BARBARA ROELLI

Eine Möglichkeit, sich als Gastronom oder Hoteller mit der richtigen Musik einzudecken, bietet die freundschaftliche Beziehung zum Musikfachgeschäft – durch das Ausleihen von Musik-CDs.

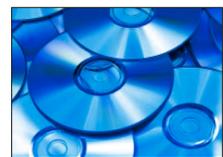
Und so funktionieren die «Leih-Deals», die «Chop Records» in Bern mit Restaurant- und Barbetreibern pflegt: Die Betriebe können im Schnitt alle drei bis vier Wochen mehrere Musik-CDs ausleihen, die ihnen vom «Chop-Records»-Team individuell zusammengestellt werden. Die Musikauswahl wird auf das Lokal zugeschnitten: ob passende Töne zur Lounge-Stimmung, zum

Ambiente beim Candlelight-Dinner oder als akustischer Hintergrund zum Apéro an der Bar.

Der Grund für die «Leih-Deals» ist klar der Werbeaspekt: Während der Gast die passende Musik zur Restaurant-Atmosphäre genießt, sind das Logo von «Chop Records» und die CD-Covers der gespielten Scheiben im Lokal sichtbar. So wird der eine oder andere Gast zum Kunden des Musikladens. Die Ausleihe ist für die Gastbetriebe finanziell unverbindlich. «Die Deals beruhen auf Vertrauen, dabei geht es nicht um Geldmacherei», sagt Serge Ber-

thoud, stellvertretender Geschäftsführer. Sie seien offen für Anfragen, so Berthoud, es wäre auch möglich, sich als Hoteller ein Musikpaket zusammenstellen zu lassen.

Auch «Tribe Music» in Solothurn pflegt das Geben und Nehmen mit der nahe gelegenen Café-Bar Landhaus: Zwei bis drei Neuigkeiten pro Woche – von modernem Jazz bis zu Singer-Songwriter – lässt «Tribe Music» in der Bar abspielen. «Dies ermöglicht uns, Musik verschiedenster Stile den Leuten vorzustellen», erklärt Tribe-Music-Geschäftsführer Mike Stocker. Laut Iris Durr, langjährige Mitarbeiterin in der Café-Bar Landhaus, besteht ein reger Austausch, und sie selber findet es eine «super Sache»: Sie können die musikinteressierten Gäste direkt zu «Tribe Music» verweisen. So kommen Gastbetriebe nicht nur in den Genuss massgeschneiderter Musikauswahl. Auch der durch illegale Downloads gebeutelte Musikfachhandel kann mit solch findigen Ideen neue Kundenschaft gewinnen.



Musik-CDs sind stimmungsvolle Begleiter im Gastbetrieb.

Musik im Hotel. Stars. Prominente Musiker fordern die Hoteliers mit teils bizarren und aufwendigen Wünschen heraus. Sie reichen von speziellen Glühbirnen und Wässerchen bis hin zu einer anderen mag Zimmerfarbe.

Fiji-Wasser statt Alkohol

Lactosefreie Sojamilch in der Minibar, schwarzer Fussboden im Zimmer – die Wünsche der Rock- und Popstars in Hotels sind oft quer.

SIMONE LEITNER

Extrawünsche sind bei Musikern keine Seltenheit. Beim Einchecken in einem Londoner Hotel hat Prince, die Ikone aus den Achtzigern, mit düsteren Wünschen verblüfft. Der Sänger verlangte ein komplett schwarz gestyltes Zimmer, inklusive schwarzem Fussboden, Teppich und Kerzen. Das Londoner Hotel war von den Wünschen zwar etwas irritiert, erfüllte sie dem Sänger aber trotzdem.

Wie in den meisten anderen Fällen auch. Wenn Avril Lavigne, Gangsta-Rapper Snoop Dogg und Kollegen mit unzähligen Koffern, Managern, Stylisten und Leibwächtern zu einer Musikpreis-Verleihung oder zu einem Konzert reisen, steuern sie zielstrebig ein Luxus-hotel an. «Für die Übernachtung zahlen sie gerne auch 5000 Euro pro Nacht, da sollen sie sich auch wie Superstars fühlen. Wir versuchen, alle Wünsche zu erfüllen», sagt die Sprecherin des The Charles Hotel in München der «Süddeutschen Zeitung».

Heisse Klischees von gestern und alkoholfreie Trends von heute

Doch einige Klischees sind überholt. Wer meint, der Alkoholvorrat in den Zimmern müsse immer noch aufgestockt und das teure Porzellan in Sicherheit gebracht werden, irrt. Das Gegenteil ist heute an der Tagesordnung: Anstelle des Alkohols werden Flaschen des teuren Fiji-Wassers bestellt. Sängerin Mariah Carey toppt das Ganze und badet sogar in Mineralwasser. Zudem betritt Carey Hotels vorzugsweise nur über den roten Teppich, die Armaturen sollten aus Gold sein und die Klobriellen nagelneu, oder war das nun bei Madonna? Die Liste der Sonderwünsche von Promis sind lang und von Aufenthalt zu Aufenthalt verschieden. Doch eines



Prince mag's gerne düster: Er wünschte ein schwarzes Zimmer.



Mariah Carey betritt Hotels am liebsten auf dem roten Teppich.

scheint sich zu halten: Gesunde Ernährung. Laktosefreie Sojamilch stehe bei den Promis derzeit hoch im Kurs, ist in US-amerikanischen Magazinen zu lesen. Wie auch Nichtraucherzimmer und Luftfeuchter oder edle Duftkerzen von Jo Melone, eine Auswahl an Teesorten und Kissens in verschiedenen Größen sind en vogue. Für das Züricher Park Hyatt, beliebtes Mekka der Promis, kein Problem. «Wir erfüllen gerne Sonderwünsche», sagt Caroline Cerny, Marketing & Communications Manager.

Moderner Lifestyle hin oder her. Ganz ausgestorben sind sie nicht, die «Bad Boys» der Musikerszene: Wenn ein Rocker à la Pete Doherty Lust auf eine wilde Party bekommt, ist das im Münchner The Charles Hotel natürlich kein Problem. «Man hört überhaupt nichts, die Zimmer haben schalldichte Türen», sagt die



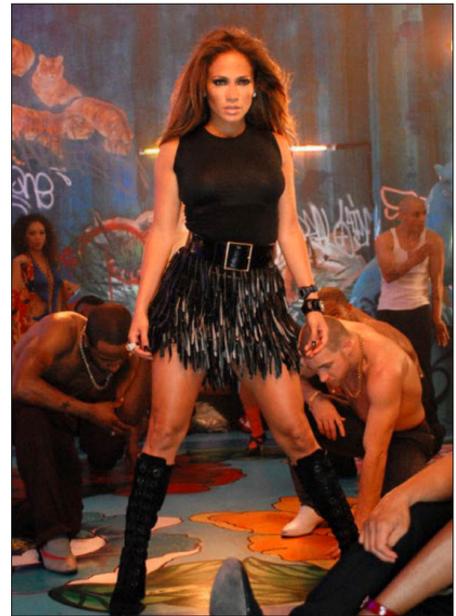
Das «Park Hyatt» in Zürich gilt als Mekka für Rock- und Popstars. Wünsche der Promis werden im Luxushotel gerne erfüllt.

Sprecherin. Von Vorteil, denn wer Kid Rock, Asl Rose und Co. als Gäste begrüsst, weiss zwar um die Publizität des Hauses aber auch um die möglichen Eskapaden. Der Guns-n-Roses-Sänger wurde bekanntlich schon in Handschellen aus einem Hotel abtransportiert.

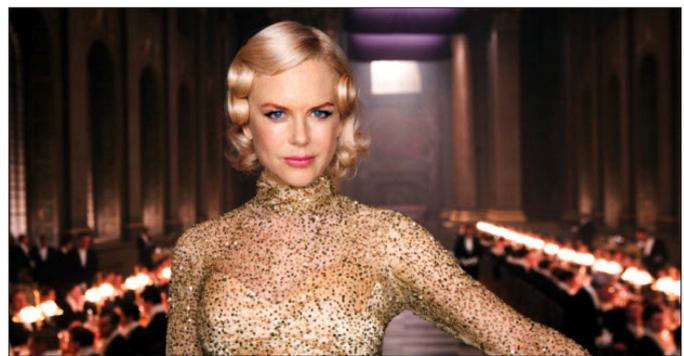
Grosse Diven mit ziemlich harmlosen Extrawünschen

Da sind die Diven des Showbiz geradezu harmlos: Nicole Kidman liess sich im «Dorchester» in London sämtliche Glühbirnen auswechseln, weil ihr die Lampen in ihrer Suite zu hell waren, und Jennifer Lopez bevorzugt eine Zimmertemperatur von 25,5 Grad und will keine Schokolade im Hotelzimmer.

Und der «King of Pop» lässt sich schon mal Wände einziehen, um seine Privatsphäre besser zu schützen.



Jennifer Lopez mag's auch im Hotelzimmer heiss: Sie bevorzugt eine Temperatur von 25,5 Grad. Dafür will sie keine Schokolade.



Diven wie Nicole Kidman haben auch Extrawünsche: Sie war mit dem Lichtkonzept des Zimmers nicht einverstanden und liess sich im «Dorchester» in London sämtliche Glühbirnen auswechseln.

Am Anfang war ein Sonnenuntergang

Heute gibt es kaum mehr eine Bar, die keine eigene Musik herausgibt. Die Verfahren von allen heutigen Gastro-CDs sind das Café del Mar auf Ibiza und die Pariser Buddha Bar.

RENATE DUBACH

Früher stürzten sich Ibiza-Fans und Café-del-Mar-Afficionados gleichermaßen auf die neueste Café-del-Mar-Compilation. Letzten Sommer kam Nummer 15 auf den Markt – und die Begeisterung hielt sich insgesamt in Grenzen. Weltweit trauerte man dem Kult-DJ José Padilla, dem Erfinder der «Balearic-Chill-Sampler» und seinem Nachfolger Bruno Lepretre nach.

Der Ursprung der heute 28-jährigen Tradition der CDM-Musikzusammenstellung liegt der Legende

nach beim spektakulären Sonnenuntergang, den man vom Café del Mar aus so wunderbar betrachten kann: 1978 sass Ramón Guiral, Carlos Andrea und José Les in ihrer gemeinsamen Wohnung am Meeresufer in Sant Antoni de Portmany in der Bucht Cala del Moro auf Ibiza und liessen sich vom Schauspiel der untergehenden Sonne vor der dunklen Kulisse der Isla de la Conejera bezaubern.

Das 25-jährige Jubiläum markierte eine Wende im Musikstil

So beeindruckt waren die drei jungen Männer davon, dass sie die Musik zum Ereignis suchten und das Erlebnis – Sonnenuntergang mit Musik – mit anderen teilen wollten. Der katalanische Architekt Luis Güell verwandelte ihre Wohnung in ein Café, in ein Universum in Meerfarben. Guiral, Andrea und Les fanden den passenden Klangteppich dazu: Friedlich, entspannend



Strandmusik für Bars und Private.

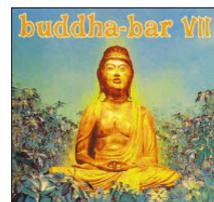
und sinnlich einerseits, andererseits lenkte er die Gäste nicht vom Sonnenuntergang ab. Die CDM-Eröffnung fand nach zwei Jahren Bauzeit am 20. Juni 1980 statt.

Der Resident DJ José Padilla legte Soul House und Chillout auf, so gut, dass sich die Musik selbstständig machte und bald international verkauft wurde. Auch die Cafés del Mar vermehrten sich laufend, «Filialen»

wurden in London, New York, Amsterdam, Paris und Madrid eröffnet. Ab 1997 führte Bruno Lepretre die Musik-Sammlung weiter. Künstlerinnen und Künstler wie Afterlife, A Man Called Adam, Underworld, Lamb, Mandaeil, Moby, Goldfrapp, Dido, Michael Hornstein, Rue Du Soleil oder Almadra sind auf den CDs vertreten. Die früheren CDM-Alben gehören zu den erfolgreichsten Chillout-/Lounge-Compilationen und wurden vielfach mit «Gold» ausgezeichnet. Nach dem 25-Jahr-Jubiläum im Jahr 2005 wurde der Musikstil der Compilations etwas verändert, teils gab es jetzt auch weniger bekannte Interpreten – natürlich zur Freude der CDM-Fans der ersten Stunde.

Die Pariser Buddha Bar bietet asiatisches Essen und Musik

Auch die 16 Jahre jüngere Pariser Buddha Bar und ihre Musik sind weltberühmt. Die erste Buddha Bar



Schöne Klänge zur Erleuchtung.

wurde 1996 in Paris von Raymond Visan einen Steinwurf von der Place de la Concorde entfernt eröffnet. Eine riesige Buddha-Statue wirkte nicht nur namensgebend, sie wachte auch heute noch über die Bar und «erleuchtet die Seelen der Gäste, die darunter speisen», behauptet Gründer Visan.

Asiatisch, beziehungsweise indoportugiesisch sind nicht nur die

Einrichtung und das Essen sondern auch die gespielte Chillout-Musik. Auch in Paris ist man – wie auf Ibiza – nicht am Geld sondern am Weitergeben eines schönen Gefühls interessiert. Jedenfalls erklären die Buddha-Bar-Leute, sie hätten die Musik so designt, dass sie «bis zu den hohen Decken hinauf alles einschliesst und die Zuhörerinnen in eine andere Dimension entführt». Wie dem auch sei: Bisher erschien jedes Jahr eine neue Compilation und 2001 zusätzlich eine Amnesty-International-Sonderausgabe.

Es gibt bereits in Dubai, Beirut und Kairo offizielle Buddha Bars, einige kleinere Varianten unter dem Namen Little Buddha Bar und zahlreiche inoffizielle Nachahmer. Raymond Visan ist nicht nur am Seelenheil seiner Gäste sondern auch an weiteren Ablegern seiner Bar interessiert: 24 strebt er weltweit an und dazu nicht weniger als 200 Little Buddha Bars.

liegenschaften / anzeigen / aus- und weiterbildung

HESSER
Empfehlensvorgabe
für Immobilien & Services
Sie haben einen Kollegen
zu verkaufen - zu vermieten
oder suchen Sie einen Betrieb?
Wir sind die Fachzeitschrift
Immobilien, Arbeit und Dienstleistungen.
Wir sind auch die Spezialisten für:
• Analysen und Bewertungen
• Maklerleistungen
• Notariats- / Verkaufshilfe
• Rechtsberatung
• Miet- / Arbeitsverträge
• Diskretion Abrechnungen
Postfach 2, PF 413, 8205 Pfäfers SZ
052 410 517 - 079 427 1724
Fax 052 410 4 115

Verwirklichen Sie Ihren Traum vom eigenen Unternehmen
Zu verkaufen in Luzern
Private Spa-Center mit Solarium und Massage
Etabliertes Wellness-Center (ca. 260 m²) mit Whirlpool, Dampfbad, Sauna, Massage-Facilities. Ideal für Exklusivprivat mit Ausbildung als Therapeut/in, Massage- oder Wellnessstrainer/in oder Erhaltung im Beauty- und Fitnessbereich. Komplett mit Infrastruktur, Marketing und Kundenstamm. Attraktiver Profit! Mehr Informationen unterhalb oder Tel. 041 410 05 55 Marcel Kummer, Kummer Bökler und Partner, Luzern. E-Mail: kummer@kbp.ch

Restaurant Lindenhof
Toggenburgerstrasse 107, 9300 St. Gallen
Ein hochkarätiges und einzigartiges Restaurant mit total ca. 120 Plätzen (Restaurant, Bar und separates Speiseraum). Im Landhotel Lindenhof sind Gäste mit allen unterschiedlichen Ansprüchen und Wünschen willkommen. Einzigartig in der Region. Übernahme mit 1 P.M. Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung an: J. Stefan-Peschel, Jbf-Gesetz AG, Galen, Finkenbergrasse 25, 9000 St. Gallen, Tel. 071 274 80 12, Mobil 079 421 02 50, E-Mail: jpe@stefan-peschel.ch

Zu verkaufen
Hotel-Restaurant VINUM in Salgesch (VS)
Zum Betrieb gehören Restaurant, multifunktional nutzbarer Saal (ca. 100 Plätze) sowie 8 Hotelzimmer mit 15 Betten. Grosse Terrasse und 20 Parkplätze sind ebenfalls Bestandteil des Verkaufsobjektes.
Die Immobilie wurde im Jahre 1995 umfassend renoviert.
Verkaufspreis Fr. 800 000.-
IG Central Salgesch AG, Postfach 3970 Salgesch, Tel. 079 41497 55

Heizlüfter ab nur Fr. 220.-
Landi Flachwli
Tel 062 958 11 54
Postversand

XXIII. GASTROFORUM FÜR DIE FRAU 2009
DER TRUHT FÜR FACHFRAUEN IN HOTELS, GASTRO UND TOURISMUS
ROT!
(FAST) NUR ROT.
17. - 18.01.2009 FORUMS - HOTEL MARIY
ANWISCHUNG UND REGISTRIERUNG
0688 27 111 0688 27 112
anmeldung@gastro.ch
www.gastro.ch

5-Sterne-Journalismus für bloss Fr. 4.30?
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 Tourismus **Wöchentlich mit Stellenangeboten**

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

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

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

Musik im Hotel. Live. Viele Hotels engagieren einen Barpianisten oder eine kleine oder grosse Formation von anderen Live-Musikern. So zum Beispiel das Hotel Therme in Vals.

Mehr als ein simpler Background

Längst nicht jedes Hotel setzt auf Live-Musik, schon gar nicht auf anspruchsvolle Musik. Anders das Hotel Therme in Vals. Ein Beispiel.

FRANZISKA EGLI

Behend fliegen seine Hände über die Tasten. Locker, als wären sie Katzenpfoten, gleiten sie die Tonleiter rauf und runter, während er über den oberen Brillenrand schielt und genau registriert, wer soeben die Bar betreten hat, wer sie Richtung Speisesaal verlässt, wer hüstelt; wer klatscht. Und wer in der Nähe des Flügels ist, hört ihn dabei leise mitsummen. Das ist Achim Trembacowski, Musiker und Barpianist, 53-jährig und aus Polen. Jedes Jahr im November ist er im Hotel

Therme in bündnerischen Vals am Flügel anzutreffen, und das bereits seit acht Jahren.

Es ist sein Lieblingsplatz, die «Therme Vals», ein Ort, findet er, an dem Musik wie Musiker grosse Wertschätzung finden, und dies nicht nur, weil er jeweils von der Direktion persönlich begrüsst und überhaupt vorzüglich behandelt wird: Ein richtiger und immer frisch

haltung, kann er sich künstlerisch weit mehr aus dem Fenster lehnen als in manch anderem Hotel. Natürlich spielt er die «Ballade pour Adeline» oder Cha-Cha-Cha (sollte Tanzstimmung aufkommen), Elton John, John Lennon, Jazz, Pop, irgendetwas – Trembacowski beherrscht schliesslich fast alles, hat 600 Lieder auf dem i-Pod gespeichert und zwei Bücher mit Noten vollgekritzelt. Aber, und dies sei der Unterschied, er kann hier auch Chopin vortragen, sagt Trembacowski, ganz Musiker alter Schule.

Alles würden sie ihren Gästen nicht zumuten können, aber vieles

Dass er ein ausserordentlich musikkaffines Wellness-Publikum unterhält, schätzt er sehr, und er ist überzeugt, dass dies allein das Verdienst der Hoteldirektion ist. In der Tat hat in der «Therme Vals» Musik einen hohen Stellenwert. Sie könne ihren Gästen schon nicht ganz alles zumuten, meint dazu Annalisa Zumthor, aber doch verblüffend viel. «Ich habe Gäste, die sogar aus-



Anspruchsvoller Jazz in der Hotelbar: Duo Dahanukar/de Carli.

gestimmter Flügel erwartet ihn Jahr für Jahr, nicht irgend eine «alte Kiste» oder ein Digitalpiano, schwärmt Trembacowski. Und hier, in Vals, erzählt er mit charmanter Zurück-

1. Sie vermitteln Orchester in Hotels der ganzen Schweiz. Auf was legt der Hotelier besonderen Wert?
Auf musikalisch hochqualifizierte Leistung. Egal in welchem Bereich, von der Folklore bis zur Klassik. Auch die Garderobe und die Disziplin der Musiker müssen stimmen.

2. Aus welchen Ländern rekrutieren Sie Ihre Musiker?
Aus Ostblockstaaten. Denn Schweizer Musiker sind rar geworden, und die, die noch da sind, haben ein gewisses Alter. Heute kommen die Musiker aus Polen, Ungarn, der Slowakei, Tschechien und so weiter.

3. Die Musiker bleiben über 8 Tage oder Wochen in den Hotels. Welche Ansprüche stellen sie an Zimmer und Verpflegung?



Nachgefragt

George Cosé (75)

Tätigkeit: Er ist Musiker und führt seit 35 Jahren eine internationale Konzert-Agentur in Luzern. Er vermittelt Orchester in Hotels der ganzen Schweiz. Cosé ist schweizerweit der Einzige, der auch ein Kurorchester anbietet.

Ich versuche, den Musikern ein mindestens viermonatiges Engagement in verschiedenen Schweizer Hotels zu vermitteln. Damit sich ihre Reise in die Schweiz lohnt. Die Musiker sind grundsätzlich sehr pflegeleicht. Sie verlangen einfach eine anständige Unterkunft und Verpflegung. Grundsätzlich spielen sie täglich fünf Stunden.

4. Wie hat sich die Szene in den letzten Jahren verändert?

Früher, 1959, als ich in die Schweiz kam, gab es unzählige Kurorchester. Heute gibt es nur noch das in Weggis. Vor 25 Jahren vermittelte ich in Luzern 110 Musiker täglich, heute sind es noch vier. In den Casinos beispielsweise spielten die Musiker von 18 bis 20 Uhr zum Tanz. Es gab viele auch kleinere Restaurants, in denen ein Trio oder ein Quartett aufspielte. ck



Hier hat's auch Platz für Chopin: die blaue Halle in der «Therme Vals» mit Achim Trembacowski am Flügel.

schliesslich wegen einer bestimmten Formation kommen», erzählt die Hoteldirektorin und Ehefrau von «Therme»-Architekten Peter Zumthor.

Für jede Saison produziert sie ein hauseigenes, reiches Kulturprogramm, das wahrlich mehr als plätschernde Unterhaltung bietet: Der international renommierte Komponist und Cellist Thomas Demenga war hier, ebenso der Schriftsteller Tim Krohn mit einer musikalisch begleiteten Lesung, ein Alphornkonzert fand ebenso statt wie ein Schlagzeugerregnen.

Manchmal müsse sie aufpassen, gesteht Annalisa Zumthor selbstkritisch: Zu einem schätzen es vie-

le Gäste, wenn ihnen mehr geboten würde als simple Berieselung, zum anderen seien viele Gäste der Ruhe wegen bei ihnen, das gelte es unbedingt zu berücksichtigen. Und was nach ihrer Sicht ein rein zuhörendes Publikum verlangt, das wird ins «Alte Schwimmbad» verlegt, dem umfunktionierten Konzertraum der «Therme».

Das Jazz-Duo ist angetan von der konzertanten Stimmung

Sehr viele Formationen aber spielen in der Hotellounge, der so genannten blauen Halle auf. So auch das Berner Jazz-Duo Martin Dahanukar (Trompete) und Jérôme de Carli (am Piano), das seit Jahren in

jeder Jahreszeit eine Woche lang das musikalische Abendprogramm der «Therme Vals» bestreitet, und das sich dem Jazz der 30er bis 60er verschrieben hat. Die Resonanz der Valser Klientel sei gross, sagt auch Dahanukar, und er lobt die «kulturelle Stimmung» im Hotel: «Die Atmosphäre ist oft sehr konzertant», erzählt der Trompeter, und dies ohne dass plaudernde Gäste gestört würden. Im Gegenzug stört es ihn als Clubmusiker auch nicht, wenn er ein schwatzendes Publikum vor sich hat. Das sieht der 40-Jährige locker: «Bühne ist Bühne», sagt er, «und Auftrag ist Auftrag.»

www.therme-vals.ch

Digitale Dosierung statt Kabelsalat

Das Grand Resort Bad Ragaz verfügt über eine moderne Beschallungstechnologie ohne Verkabelung. Aber wenn es um Musik geht, kommt's nicht nur auf die Technik an, sondern auch aufs Copyright.

KARL JOSEF VERDING

In den Entrées und den Lounges der Hotels des Grand Resorts Bad Ragaz hört man gemäss Konzept meistens Live-Musik, wie etwa Piano-Musik oder Teekonzerte. Die Kompositionen mögen aus der Klassik oder der Romantik stammen, die unsichtbar-

re Übertragungstechnik zeugt von modernster Technik. Mit der hier und im neuen Business & Events Center des Resorts verwendeten Technologie ist der «state of the art» in der modernen Beschallung erreicht. Reto Schwengeler, Leiter Betriebstechnik der Grand Resorts Bad Ragaz: «Theoretisch können wir hier in der Beschallung buchstäblich alles machen. Wir können Diskussionen-Foren oder Musik in einen oder in alle Räume ausstrahlen. Auch Quellen-Anschlüsse für die Aufnahme sind überall. Und das ohne jeden Kabelsalat.»

Universelle Verkabelung auch der hörbaren Kommunikation im Hotel

Die Beschallung geschieht nämlich nicht mehr über normale Laut-

sprecher-Kabel, sondern Aufnahme und Wiedergabe wird über ein Netzwerk, basierend auf der Ethernet-Technologie geleitet. «So machen wir aus Live-Veranstaltungen Bild und Ton», sagt Reto Schwengeler. «Es hat einen extremen Vorteil bei der Installation», betont er. «Wir können die Ethernet-Verkabelung benutzen, die sowieso schon für Telefon, Computer, Internet vorhanden ist.»

Ein Beispiel: «Anstatt dass vorne links im Raum der einzige Lautsprecher-Anschluss ist, haben wir im Business & Events Center des Grand Resorts mit seinen acht Räumen 200 UKV-Anschlussdosen (UKV = universelle Kommunikations-Verkabelung). Alle Quellen können wir via Touch-Panel auf dem Bild-

schirm frei zuschalten. Wir müssen kein Kabel im Raum verlegen.» Nur wenn mehrere Mikrofone in einem Raum verwendet werden, braucht es noch ein Hand-Mischpult mit Reglern, so wie es bisher bekannt war. Das Volumen des Business & Events Centers enthält drei grosse, auftrennbare Räume, einen grossen Board-Room für Sitzungen sowie im obersten Stock und auf dem Dach eine VIP-Lounge.

Auch ein Hotel, dessen Zimmer und Suiten direkt über dem Neuenburgersee liegen, lässt sich mit Klang und Bild von höchster Qualität versehen. Das Hotel Palafitte in Neuchâtel wollte eine Ausstattung seiner Suiten mit unauffälligem, einfach zu bedienendem In-Room-Entertainment. Das betreffende

System von Bose stimmt den Zusammenklang aller Quellen auch bei Zimmerlautstärke automatisch ab. Das macht es auch in halboffenen Räumen, wenn es lauter wird – wie im «Riders Palace» in Laax.

Das Copyright und die «Hintergrund-Unterhaltung»

Wie Ariane Bessire vom Rechtsdienst bei hotellerieuisse erklärt, regelt der Gemeinsame Tarif (GT) 3a die Urheberrechte und verwandten Schutzrechte beim Empfang von Sendungen, Aufführungen mit Ton- und Tonbild-Trägern zur allgemeinen Hintergrund-Unterhaltung.

Der Tarif, der nach der beschallten Fläche gestaffelt ist, bezieht sich

einerseits auf die Urheberrechte (Rechte der Komponisten, Rechte der Schriftsteller, Fotografen), andererseits auf die so genannten verwandten Schutzrechte (Rechte der Interpreten, Produzenten und Sendeunternehmen).

Die «Hintergrund-Unterhaltung» als Kriterium für den geltenden Tarif bedeutet, dass die Verwendung der betreffenden Repertoires begleitende, ergänzende, nebensächliche Funktion hat. Vom Tarif 3a ausgeschlossen sind dagegen alle Veranstaltungen, zu denen man sich begibt, um Werke, Darbietungen oder Leistungen zu geniessen, also Konzerte, oder zu deren Durchführung die Verwendung von Werken, Darbietungen oder Leistungen erforderlich oder wesentlich ist.

Verzicht auf Revision sinnvoll?



BEAT STALDER
DIPLOM. WIRTSCHAFTSPRÜFER
Treuhandgesellschaft
BOMMER & PARTNER

Frage: Ich führe mein Hotel in der Rechtsform einer GmbH. Offenbar fällt mein Unternehmen ab Geschäftsjahr 2008 unter die Revisionspflicht. Unter welchen Voraussetzungen kann ich auf die Revision verzichten? **G. R. aus O.**

Antwort: Am 1. Januar 2008 wurde das neue Revisionsrecht (Art. 727ff OR) eingeführt. Das neue Revisionsrecht bringt wesentliche Veränderungen in der Revisionspflicht von Kapitalgesellschaften mit sich. Mussten in der Vergangenheit insbesondere eine Aktiengesellschaft und eine Genossenschaft zwingend über eine Revisionsstelle verfügen, ist die Revisionspflicht im neuen Revisionsrecht rechtsformunabhängig definiert. Entsprechend unterliegt eine GmbH ab 1. Januar 2008 generell der Revisionspflicht.

Gleichzeitig ermöglicht das neue Revisionsrecht den Unternehmen, die weniger als zehn Vollzeitstellen beschäftigen, auf eine aktienrechtliche Revision der Jahresrechnung zu verzichten. Dieser Verzicht wird Opting-out genannt und ist nur unter kumulativer Erfüllung von drei Kriterien möglich:

- Die Gesellschaft weist in den letzten zwei Geschäftsjahren eine Bilanzsumme unter 10 Mio. Franken und einen Umsatz unter 20 Mio. Franken aus.
- Sie hat im Jahreschnitt nicht mehr als zehn Vollzeitstellen.
- Mit dem Verzicht auf eine Revision sind alle Gesellschafter einverstanden.

Die Gesetzgebung regelt die Definition dieser zehn Vollzeitstellen nicht abschliessend. In der Praxis wird die wirtschaftliche Betrachtungsweise empfohlen, und Auszubildende und Praktikanten werden nicht mit eingerechnet. Damit werden Unternehmen mit einem hohen Ausbildungsauftrag gegenüber anderen nicht benachteiligt.

Ein Verzicht auf eine Revision der Jahresrechnung will gut abgewogen sein. Unternehmensspezifische Kriterien und ein gewisses Bauchgefühl spielen neben den gesetzlichen Kriterien eine wesentliche Rolle:

- Das Vertrauen der Gesellschafter in das Rechnungswesen des Unternehmens ist entscheidend.



Ein Opting-out betrifft nur die aktienrechtliche Revision und entbindet nicht von Spezialprüfungen.

Alan D. Bollat

- Mögliche Einsparungen beim Revisionshonorar/Zeitaufwand durch die Revision sind im Verhältnis zu den Zusatzdienstleistungen des Revisors abzuwägen.
- Bestehende oder geplante Fremdfinanzierungen können ein Opting-out verunmöglichern, da Banken einen geprüften Revisionsabschluss voraussetzen.
- Ein Opting-out wird als sinnvoll erachtet, wenn die Aktionäre aktiv im Unternehmen mitarbeiten (typische Familiengesellschaft). Besteht wiederum ein breites Spektrum an Aktionären, spricht dies gegen ein Opting-out.

– Wenn bereits bekannt ist, dass ein Unternehmen in Zukunft mehr als zehn Vollzeitstellen haben wird, ist es empfehlenswert, auf ein Opting-out zu verzichten.

Ein Opting-out betrifft nur die aktienrechtliche Revision und entbindet nicht von Spezialprüfungen, wie dies

bei Kapitalerhöhungen der Fall ist. Ein Opting-out gilt für die nächsten Geschäftsjahre bis zum Wegfall der ge-

setzlichen Voraussetzungen oder bis zu seiner Aufhebung. Es liegt in der Verantwortung des Verwaltungsrates,

die Einhaltung der gesetzlichen Voraussetzungen zu überwachen.

Das Opting-out muss durch die Gesellschaft beim kantonalen Handelsregisteramt (HRA) beantragt werden (siehe Box). Bei positivem Entscheid durch das HRA wird das Opting-out im Handelsregister eingetragen.

Gesellschaften, deren Geschäftsjahr mit dem Kalenderjahr übereinstimmt und die auf die Revision der Jahresrechnung 2008 im Sinne von Art. 727a Abs. 2 des Obligationenrechts verzichten wollen, müssen den Verzicht bis zum 30. Juni 2009 beim HRA einreichen.

Einzureichende Dokumente/Formalitäten

	GmbH AG	
Handelsregister Anmeldung erstellen (1)	x	x
Kleinunternehmen (KU): Erklärung ausfüllen (1)	x	x
Jahresrechnung 2007 für Nachweis Bilanzsumme und Umsatzerlöse. Bei AG: mit Bericht Revisionsstelle Belege, aus denen die Vollzeitstellen ersichtlich sind (wie Meldungen an die AHV oder unterzeichnete Mitarbeiterliste)	x	x
Verzichtserklärung sämtlicher Aktionäre oder Protokolle der (ao.) GV mit Zustimmung auf Opting-out Belege über die Statutenänderung zu Opting-out-Entscheid (bisherige Bestimmungen zur Revisionsstelle sind zu streichen oder an neue Gegebenheiten anzupassen). Bei einer GmbH war die Revisionsstelle bisher nicht Bestandteil der Statuten.	x	

(1) Diese Dokumente finden Sie auf der Homepage des kantonalen HRA.

Haben Sie Fragen?

Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder htr hotel revue, Redaktion Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

impresum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Holmeier/eho.

Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Theres Lager Berger/rl (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubachy/d (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier

francis). Franziska Egli/fee; Hélène Kodj/hk; Simone Leitner Fischer/sls; Laurent Mischbauer/lm; Daniel Stampfli/dst; Gudrun Schlenkerz/kg; Karl Josef Verdindg/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.

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

Korrektorat: Paul Le Grand.

Praktikantin: Barbara Roelli/br

Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König,
Assistentin: Della Piscopo.

Stelleninseerte: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,

Béla-Urs Schönenberger.

Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2007/08,

verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289;

(Druckauflage: 18 000).

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

Kontakt Adresse:

Monbijoustrasse 130,

Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable.

ANZEIGE

Mit Spezialisten das Erfolgspotential ausschöpfen:

Beraternetzwerk hotelleriesuisse

Mehrwert – durch umfassende Erstauskünfte von hotelleriesuisse **Nachhaltigkeit** – durch ausgewählte Partnerschaften

Detailed Informationen über die Firmen: www.hotelleriesuisse.ch unter Beratung, Beraternetzwerk

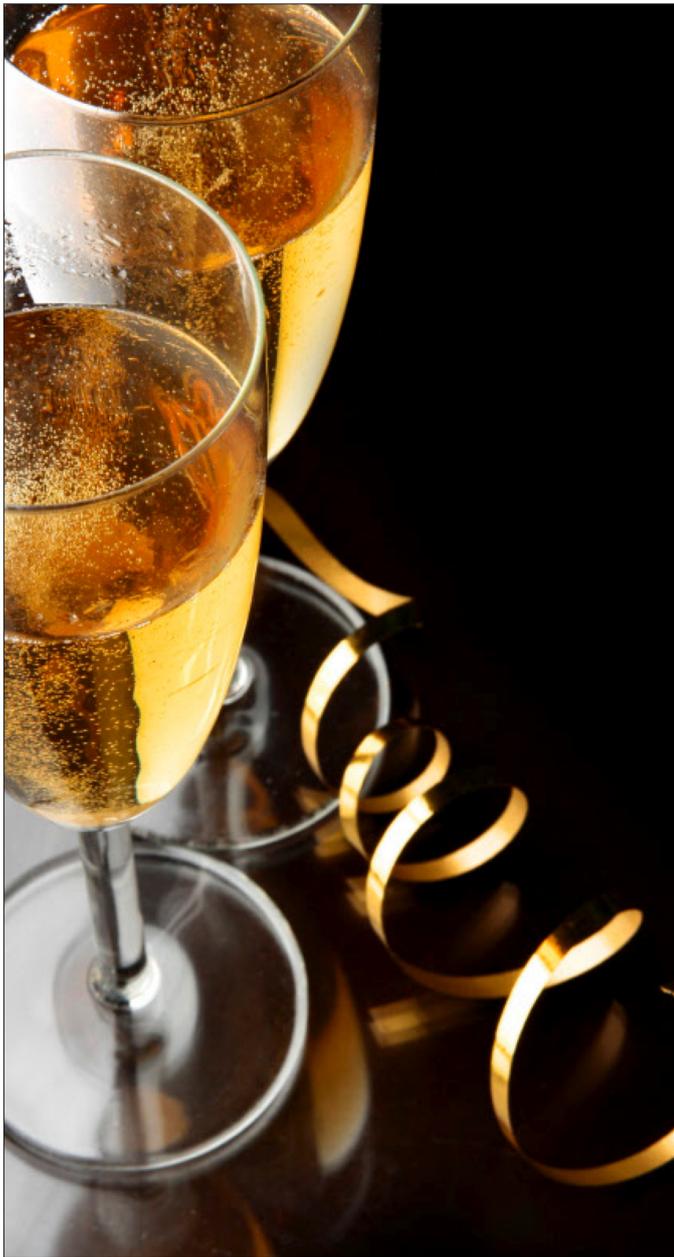
Kontakt und Erstinformation: daniel.beerli@hotelleriesuisse.ch, Telefon 031 370 43 35
marionna.schnidrig@hotelleriesuisse.ch, Telefon 031 370 43 14

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Stage-Serie

Im zweiten Teil unserer htr-Stage-Serie schnuppert eine Redaktorin Concierge-Luft.
Seite 19



Es prickelt im Glas. Edler Champagner bietet vor allem über die Festtage, wenn nur das Beste gut genug ist, seinen Konkurrenten namens Cava, Prosecco oder Sekt erfolgreich die Stirne.

1. Markus Segmüller, gibt es Veränderungen was die Champagnervorlieben Ihrer Gäste betrifft?
Eigentlich nicht. Wir haben versucht, Rosés oder Blancs de blancs zu lancieren, aber unsere Gäste trinken Champagner am liebsten ganz klassisch, nämlich Brut. Sie sind halt etwas alt-modisch...

2. Prosecco, Sekt, Cava oder Schweizer Schaumwein ist kein Thema in Ihrem Restaurant?
Wir bieten keinen Prosecco im Offenausschank an, wir versuchen, die Gäste auf Cava umzupolen, einfach aus Qualitätsgründen. Gut gemachter Schweizer Schaumwein käme schon in Frage. Sekt wieder weniger, weil unsere Gäste eher an französischen, italienischen oder spanischen Weinen interessiert sind.



Nachgefragt
Markus Segmüller

Funktion: Gastgeber im Restaurant Carlton Zürich
Diplome und Auszeichnungen: Weinakademiker; Seniorskizenz der Hochschule Wädenswil; Gault-Millau-Sommelier des Jahres 2006

3. Und wie sieht es mit den besten Marken verkaufen sich am besten?
Das ist so. Top-Brands verkaufen sich besser als gleich gute oder bessere Champagner, die vielleicht etwas weniger bekannt sind.

4. Darf man bei Ihnen Korke knallen lassen? Und welcher Champagner ist Ihr persönlicher Favorit?
Korke knallen bei uns nur höchst unfreiwillig, das sollte nicht vorkommen. Persönlich, so einfach casual an der Bar zum Anstossen, finde ich ein Glas Brut oder Cava ganz in Ordnung. Wenn wir zu zweit einen speziellen Anlass und die Zeit haben, um eine Flasche zu trinken, darf es auch etwas Komplexeres sein. Ein schöner Jahrgangschampagner oder eine spezielle Cuvée etwa. rd

Der wahre Aristokrat aller Schaumweine

Nirgends auf der Welt kostet ein Kilo Trauben mehr als im nördlichsten Weinbaugbiet von Frankreich. Dazu kommt eine sehr arbeitsträchtige Verarbeitung mit einer zweiten Weinvergärung auf der Flasche, dem wochenlangen «Rütteln» jeder einzelnen Flasche, dem Entfernen des Hefedepots und dem anschließenden Verkorken. Deshalb kann ein guter Champagner nie billig sein.

Cava, Prosecco, Sekt oder Schweizer Schaumweine – sie alle sind preisgünstiger und versuchen dem echten Champagner auch qualitativ Konkurrenz zu machen. Doch dies gelingt keinem ernsthaft. Wenn es richtig festlich wird, greift der Kenner und die Liebhaberin zum prickelnden Edelgetränk aus der Champagne, aus dem genau umrissenen und seit Jahrzehnten festgelegten 33.500 Hektaren grossen Rebland rund um die Städte Reims und Epernay.

Rund 400 Millionen Flaschen werden hier jedes Jahr produziert. Auch wenn die jüngsten Verkaufszahlen nicht mehr allzu prickelnd sind und der dieses Jahr lauthals besungene Boom seit Oktober von der Finanzkrise jäh gestoppt wurde – die Verkäufe liegen jetzt bei minus 23 Prozent –, ist und bleibt Champagner aus der Champagne das beste und das begehrteste aller Festtagsgetränke. Ganz speziell, wenn es sich um die besten Jahrgänge handelt, die dann auch als «Jahrgangswein» in den Handel kommen und einzig aus den Trauben eines besonders guten Jahres stammen. Denn was für jede andere Weinregion selbstverständlich ist, gilt nicht für die Champagne. Deren Schaumweine dürfen aus mehreren Jahren, aus mehreren Lagen, aber immerhin nur aus maximal drei Traubensorten stammen, nämlich Chardonnay, Pinot noir und Pinot meunier. Mit ihrer Cleverness beim Mischen und Assemblieren der verschiedensten Traubenmoste haben die Champenois bereits vor Jahrhunderten der Natur ein Schnippchen geschlagen und es verstanden, trotz nördlicher Lage und entsprechend wenig Sonne ein qualitativ hochwertiges Produkt zu schaffen.

Die besten Jahrgänge und die bekanntesten Marken
Bleiben wir bei den relativ raren Jahrgangs-Champagnern: Als beste Jahrgänge des letzten Jahrhunderts gelten der 2000er, 1998, 1996, 1995, 1990, 1989, 1988 und 1985. Diese Millésimés reifen mindestens drei Jahre auf der Hefe, die Prestige-Cuvées aus renommierten Häusern wie Krug, Bollinger, Gosset, Roederer, Dom Pérignon lagern oft bis zu sieben Jahren in den be-

Champagner ist der Wein der rauschenden Feste und der besonderen Momente. Wann, wie und wo trinkt man ihn? Einige Tipps.

ELSBETH HOEHEIMER

rühmten Kreidekellern und werden dann erst kurz vor dem Verkauf von der Hefe befreit, zum Beispiel der berühmte RD (récentment dégorgé) von Bollinger. Da die Champagne keine eigentliche Klassifikation wie etwa in Bordeaux kennt, sind neben den Renommiermarken auch kleine Häuser wie Jacques Selosse oder Henri Giraud für ihre Spitzenqualität bekannt und entsprechend gesucht. Einen Aufschwung erlebt momentan das Haus Bollinger, welches zum «Hauswein» von Bond, James Bond gewählt wurde und dessen «Grande Année

1999» im neusten Film «Quantum of Solace» gleich drei filmreife Auftritte hat. Seit 1973, genauer seit dem Film «Leben und Sterben lassen» setzt Bond exklusiv auf dieses Champagnerhaus, das immer noch als unabhängiges Familienunternehmen geführt wird und nur Trauben aus eigenen Rebbergen verwendet. Beides bleibt in der heutigen Champagne eine Ausnahmerecheinung.

Lagern oder doch nicht lagern?

Auf diese uralte Gretchenfrage gibt es keine verbindliche Antwort. Die gängige Meinung, Champagner müsse sofort getrunken werden, ist jedoch falsch. Nach der Reifung auf der Hefe entwickelt sich der Wein in der Flasche weiter, genau wie beim Stillwein. Jetzt kommt es auf den Typus des Champagners an: Ein jugendlich-frischer, eher preisgünstiger Champagner für die sommerliche Terrasse legt im Keller nicht mehr zu, ein charaktervoller Millésimé oder ein Premiumlabel kann Jahrzehnte lagern, am besten liegend, dunkel, erschütterungsfrei und bei einer konstanten Temperatur von zehn bis zwölf Grad. Er wird sich jedoch weiterentwickeln, an Spritzigkeit verlieren und an Reife gewinnen.

Beim Öffnen soll der Champagner leise seufzen

Der innere Druck auf die Flasche ist immens gross, sogar höher als bei einem prall aufgepumpten Autoreifen. Entsprechend vorsichtig sollte man sie öffnen. Für die Qualität des Weins, so behaupten Kenner, ist es wichtig, den Korke so vorsichtig heraus-

zudrehen und herauszudrücken, dass der Flasche nur ein leichter Seufzer entweicht – galant nennen die Franzosen dies «un soupon d'amour». Von diesem Seufzen halten zum Beispiel die Russen gar nichts: Bei ihnen soll möglichst laut knallen, was teurer ist. Andere Gäste, andere Sitten... Öffnen lässt sich die Flasche am besten, wenn sie gut gekühlt ist und möglichst wenig bewegt wurde.

Noch ein Wort zum richtigen Glas. Es muss blitzsauber und ohne Rückstände sein, sonst moussiert auch der beste Champagner nur sehr kurz darin. Eine Todsünde sind die breiten Kelche, und auch die nach oben breiter werdenden Flütes sind dem Dufterlebnis eher abträglich. Das Bukett entwickelt sich am schönsten in einer leicht nach innen gewölbten Tulpenform. Je besser der Wein, desto grösser darf das Glas sein – perfekt ist das Vintage-Champagnerglas von Riedel oder das Grand Palais von Spiegelau.

Die perfekte Mariage als Begleiter eines Mahls

Champagner ist ein festlicher und idealer Apéritif. Ihn jedoch auf diese Rolle beschränken zu wollen, wäre schade. Denn bei gekonnter Auswahl kann er ein ganzes Essen – oder doch mindestens dessen erste Gänge – perfekt begleiten. Ein angenehm säurebetonter, zitrusfruchtiger Champagner passt ideal zu Fisch, Krustentieren und Muscheln, zum Beispiel ein **Jacquart Brut Mosaïque** zu einem Tartar aus Jakobsmuscheln, oder ein eleganter **Laurent-Perrier Brut L.P.** zu geräucherter Fisch und ein **Lanson Brut** zu einer Vorspeise mit Räucherlachs. Besonders fein zu Langusten und Hummer bietet sich die exquisite Bisquitnote der **Bollinger Grande Année** an. Die wunderbar abgerundete, «weinige» **Gosset Brut Grande Réserve** begleitet ideal ein schönes Geflügel oder ein weisses Fleisch.

Die harmonische **Taittinger Brut Réserve** mit ihrem diskreten Quittenaroma sollte man einmal mit getrüffeltem Geflügellegen probieren. Ein edler und im Holzbüchlein gereifter **Krug Jahrgangschampagner** vermag auch einem klassischen Châteaubriand standzuhalten – es muss nicht gleich der teuerste aller Champagner, der **Clos du Mesnil** von Krug, sein.

Zum Dessert oder sogar zu Käse kann eine klassische Cuvée wie die **Veuve Clicquot Brut Carte Jaune** verblüffen. Und zu einer kubanischen Zigarre könnte ein **Laurent-Perrier Ultra Brut** ohne jede Zugabe einer Dosage mit seiner zarten Anisnote und seiner fast unendlichen Länge das Tüpfelchen aufs i eines gelungenen Festmahls setzen.



Design und Afternoon Tea in Hamburg

Das Viertel St. Georg galt lange als nicht unbedingt die feinste Adresse von Hamburg. Dieses Image wandelt sich jedoch zusehends: Eine junge Szene mit Restaurants, Bars und kleinen Läden nimmt das Gebiet rund um die Lange Reihe hinter dem Hamburger Hauptbahnhof in Beschlag und wandelt es momentan zum begehrtesten Szenetreff.

Zu einer der beliebtesten Adressen wurde im Nu – kaum war sie offen – die Hotelbar des «The George», die mit ihren weichen Ledersesseln und englischen Barmöbeln die Nachtschwärmer bis in den frühen Morgen empfängt – aber dann auch bereits ab sieben Uhr das «Crosissant-Frühstück» mit Gipfeli, Butter, Konfi und Kaffee für bereits muntere Hotelgäste bereithält. Dieses schnelle Minifrühstück ist im Zimmerpreis inbegriffen, wer mehr will,

Fakten Kai Hollmanns Lifestyle in Hamburg

Das The George Hotel im Herzen von Hamburg wurde Anfang November mit einer grossen Party eingeweiht. Es gehört zur Vereinigung der Design-Hotels, welche auf fünf Kontinenten 175 Häuser zählt.

Geschäftsführer ist Kai Hollmann, der kürzlich als Unternehmer des Jahres 2008 ausgezeichnet wurde. Neben dem The George eröffnete er dieses Jahr bereits die «Superbude», er zeichnet auch verantwortlich für das «Gastwerk» und das 25hours-Hotel Hamburg, das sich bis Ende Februar 24 neue XL-Zimmer und ein noch geheimnisvolles Meetingkonzept gibt. eho

Die Hafencity London und Hamburg sind beide weltoffen und modern. So wie das neue Design-Hotel «The George» mit der Atmosphäre eines britischen Clubs.

ELSBETH HOBMEIER



Im Detail liegt die Würze.



Das Badezimmer mit einem markant geplättelten Boden.

setzt sich ins Restaurant und bedient sich für einen Aufpreis am Buffet.

Das Viersternehaus mit Blick auf die Aussenalster mit seinen 118 Zimmern und 7 Suiten ist ein modernes Hotel mit der Privatsphäre eines britischen Member's Clubs. Winters lässt sich der Hotelgast in



Das Restaurant Da Caio setzt auf italienische Küche.

der ehrwürdigen Library einen Afternoon Tea servieren, in der warmen Jahreszeit soll auch der englische Garten im Innenhof als Ruheoase dienen. Im sechsten Stock liegt der moderne Spa- und Fitnessbereich mit orientalischen Stilelementen und einer Glasfront, welche eine gute Aussicht über die Stadt bietet.

Einen überraschenden Stilmix bieten auch die Zimmer: Hochflorige Teppiche, üppig-rote Polster, grossgemusterte Tapeten, dazu schokobraune Schrankwände, ein schlichter weisser Sessel, weisse Bettwäsche. Kleine Annehmlichkeiten verraten den reiseerfahrenen Hotelier dahinter, etwa das Radio mit i-Pod-Station, der kostenfreie Internetzugang, der Tea&Coffee Maker, die Ersatzstrumphosen in der Minibar. Etwas ungewöhnlich mutet das Konzept an, das Doppelzimmer mit nur einem Bademantel und nur einem Wasserglas zu bestücken. «Auf Anruf lassen wir sofort einen zweiten Mantel bringen», sagt dazu die Réception.



Eines der 72 The George-S-Zimmer mit 4-Sterne-Komfort, die im «New British Style» design sind.



Die Bar wurde dank Kuschel-Look und einer grossen Auswahl an Whiskeys und Martinis rasch zum In-Place.

Die Zielgruppe sind während der Woche die Businessgäste, am Weekend rechnet man mit Stadttouristen. Die Raten liegen zwischen 159 Euro (Einzelzimmer) und 236 Euro (Doppel), die Suiten kosten bis 376 Euro. Zu den Auslastungszahlen des erst seit zehn Wochen offenen Hauses will die Direktion heute noch nichts sagen.

Hinter dem «The George» steckt mit Kai Hollmann einer der erfolg-

reichsten deutschen Hoteliers. Der einstige jüngste Hoteldirektor Deutschlands – erlebte bereits mit 24 das Hotel Hafen Hamburg – erhielt für seine ungewöhnlichen Häuser «Gastwerk» und «25hours» 2003 die Auszeichnung «Hotelier des Jahres». Mit seinen fünf Geschwistern gründete er die Gruppe Fortune Hotels, die er dieses Jahr um zwei weitere aussergewöhnliche Häuser bereicherte: Die «Su-

perbude», ein Ein-Stern-Basic-Hotel, sowie das Viersternehaus «The George». Als er dieses Jahr in Hamburg zum Unternehmer des Jahres gekürt wurde, sagte Hollmann: «Ich rechne meine Projekte immer sehr realistisch durch. Design darf nicht nur Etikett, sondern muss auch wirtschaftlich vernünftig sein.»

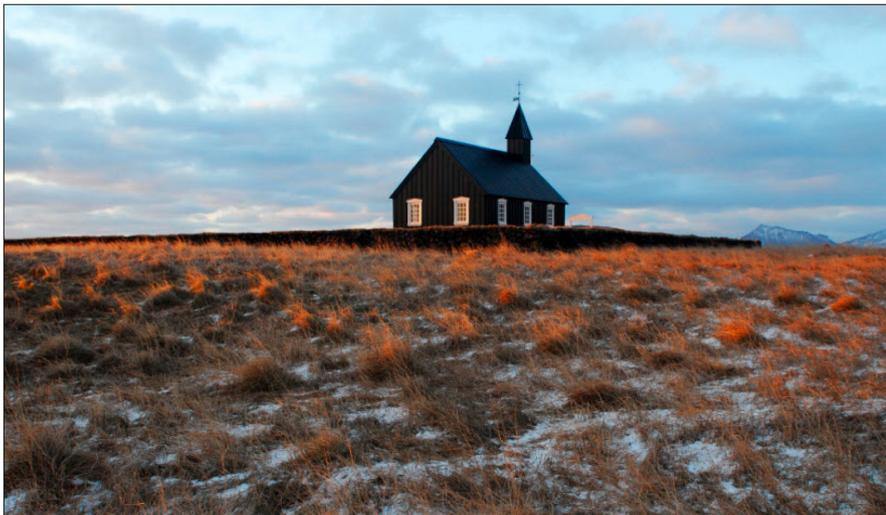
www.thegeorge-hotel.de

ANZEIGE

In Aktion bei Ihrem Getränkehändler vom 05. bis 23. Januar 2009
En action chez votre grossiste en boissons du 05 au 23 janvier 2009



Bestellungen direkt bei Ihrem Getränkehändler oder bei Coca-Cola Beverages AG / Commandez directement chez votre grossiste en boissons ou chez Coca-Cola Beverages SA
www.cocacoline.ch Customerline: 0848 28 22 28



Island in der Vorweihnachtszeit: Reizvoll wie immer und in diesem Jahr erschwinglicher als auch schon.

Bilder Ingrid Schindler

Islands Banken crash bringt volle Hotels

Reykjavik, die isländische Hauptstadt, sendet in den stürmischen Zeiten der Finanzkrise viele Rauchzeichen. Für den Tourismus ausnahmungsweise positiv. Auch im Winter.

INGRID SCHINDLER

Im Restaurant «Laekkrabreka» in Reykjavik herrscht eine heimelige Atmosphäre, während draussen der Sturm tobt. Hölzerne Weihnachtsmänner mit weissen Bärten und roten Backen sitzen in den Fensterischen zwischen roten Kerzen, grünen Zweigen und Lichterketten. Abba und Jingle Bells erklingen im Hintergrund. Das Weihnachtsbuffet ist aufgebaut, es bietet einen Querschnitt dessen, was die Isländer gern essen: Hering, Langusten und Räucherlachs, Rentierpaté, Wildentenbrust, Puffinfilet (Papaigeientaucher), Lamm in vielen Variationen, Stockfisch, Fohlensteaks und Schweinebauch mit Rotkraut und Karamellkartoffeln sowie Kuchen. Alles schmeckt fein, aber süsser bzw. salziger als bei uns. Man kann auch ein Fisch-

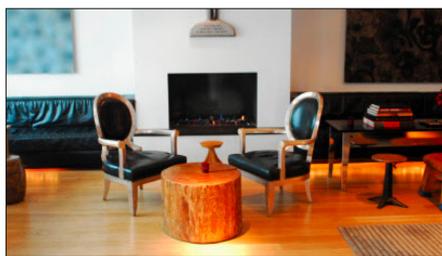
oder Hummermenü bestellen. Der Dreigänger kostet umgerechnet zwischen 60 und 80 Schweizer Franken, das ist nicht einmal halb so viel wie im Sommer.

Die Island-Gäste profitieren von der Finanzkrise

Island ist durch die Finanzkrise erschwinglich geworden. Das Restaurant ist vollbesetzt. Die Gäste an den Nebentischen sprechen Englisch, Holländisch, Dänisch, Französisch, Spanisch und Deutsch, Isländisch natürlich auch. «Die Hotels sind gut gebucht, an den Wochenenden und den Feiertagen ist



Der Blick aus dem Hotelzimmer auf die Oper und das Schauspielhaus.



Das Hotel 101, eines der coolsten neuen Hotels der Welt.

alles voll», sagt die Réceptionistin des eleganten Art-Deco-Hotels «Borg». Und das Ende November, wenn kein vernünftiger Mensch nach Island fliegt. Wenn der Tag

kurz, das Wetter grässlich und touristisch normalerweise tote Hosen ist.

Gerade einmal fünf Stunden liegen zwischen Sonnenauf- und



Vorne der Dampf der heissen Quellen, hinten weite Landschaft.

-untergang, wenn sich die Sonne überhaupt blicken lässt. Dafür bläst der «blaue» Wind.

Das Weihnachtsgeschäft läuft dank der Besucher aus dem Ausland besonders gut, während sich die Isländer zurückhaltender als in den letzten Jahren zeigen. «Die Auswirkungen der Finanzkrise werden wir erst nächstes Jahr spüren, jetzt ist es zu früh, den Schaden abzusehen», meint David Johannsson, Direktor des Isländischen Fremdenverkehrsamt in Neulsenburg (D), das zuständig für Kontinentaleuropa ist. Johannsson sieht die Lage relativ entspannt. «Alles funktioniert wie eh und je. Aber das neue Island wird sich mehr bescheiden und sich auf die eigenen Werte und Produkte besinnen und nicht mehr wie in den letzten Jahren mit Geld um sich werfen.»

Die Krise ist eine Chance für den Isländertourismus

Durch den gewaltigen Kurseinbruch der Isländischen Krone ist

die grösste Vulkaninsel der Welt als Reiseziel attraktiver geworden. Die exorbitanten Preise haben sich mehr als halbiert. Billig ist deshalb noch lange nichts, beim Essen und den Zimmerpreisen bewegt man sich heute in etwa auf Schweizer Niveau. Für den Tourismus ist die Krise eine Chance. Man hofft, dass die Besucherzahlen weiter steigen und, wie Johannsson sagt, «Island sich über den Outdoor-Tourismus hinaus als Ganzjahresdestination etabliert».

Die Entwicklung der letzten Jahre war sehr positiv. Kamen 2002 knapp 280000 Reisende auf die Insel, waren es 2007 460000 Besucher. Seit 2002 hat Reykjavik um 75 Prozent Kapazität bei den Viersternehotels zugelegt, die Planung eines grossen Fünfsternehotels am Hafen ist jedoch auf Eis gelegt, bis der Finanzmarkt wieder sicherer wird.

Dampf und Rauch – relaxen und diskutieren im Hotpot

Nicht nur im Sommer, auf den sich der Outdoor-Tourismus hauptsächlich konzentriert, sondern auch in der kalten Jahreszeit lässt sich hier gut verweilen. Dafür sorgen unter anderem die heissen



Mode «made in Reykjavik».

Quellen. Auch wenn es für manche Gäste unheimlich ist, dass es in Island «Orte mit Fussbodenheizung gibt, ohne dass je eine da ist», wie Johannsson sagt. Die Geysire machen nicht nur die Füsse warm, sondern sie versorgen das ganze Land mit Energie – und heissem Badewasser.

Die Isländer lieben es, nach nervtötenden Börsen-Nachrichten im TV im Hotpot oder Geysirbad zu relaxen und die Lage zu besprechen. Auch Touristen schätzen nach Ausritten oder Whalewatching-Trips in klirrender Kälte die wohlthuende Wärme der Bäder. Touristisches Highlight ist die Blaue Lagune, die inmitten von Lavafeldern eine halbe Stunde vom Flughafen Keflavik entfernt liegt. Weit günstiger ist das Baden in der Stadt, zum Beispiel im populären Spa-Ressort «Laugar». Dieses befindet sich im «Tal der heissen Quellen» in Reykjavik, die seit 80 Jahren die Stadt beheizen. Dem



Dank den Ausländern läuft das Weihnachtsgeschäft gut.

austretenden Dampf verdankt Reykjavik seinen Namen – «Rauchbucht».

Apropos Wasser: «Die Isländer haben das beste Leitungswasser der Welt», meint Maxim Feduykin aus Moskau, der das Hotel «Leifur Eiriksson» führt. «Man muss nur den Hahn aufdrehen, das kalte Wasser ein bisschen laufen lassen und dann kommt reinstes Gletscherwasser heraus.» Und als ob es nicht schon kalt genug wäre, gibt man allerorten noch Eiswürfel hinein.

4764 Kugeln schmücken den Baum im Dolder



Die Hausfloristen benötigten drei Tage, um den knapp fünf Meter hohen Weihnachtsbaum in der Steinhalle des **Dolder Grand in Zürich** mit 4764 Kugeln zuzuschmücken. Das City-Resort bietet über die Festtage kulinarische Highlights und Wellness-Programme. Gala-Dinners und Spa-Besuche – auch für externe Gäste. Nachmittags bietet sich der English Afternoon Tea an. Begleitet von Harfenmusik wird er an den Wochenenden bis Ende Dezember in der Lobby serviert. Der Sonntagsbrunch wird zusätzlich an den Feiertagen angeboten. Und als Gegenmittel für kalte Tage bietet sich das Spa auf 4000 Quadratmetern auch für externe Gäste an.

www.thedoldergrand.com

Schlittschuhlauf kombiniert mit Walliser Kulinarik

Beim Zürcher Restaurant Lake Side gibt es bis am 4. Januar eine festliche Eisbahn. Live-on-Ice heisst das Winter-Event mit Eisbahn, Walliser Fondue- und Raclettezelt, Gletscherbar und einigem mehr. Sonntags ab 11 Uhr wird ein «Zelt-Zmorge» serviert und an Silvester werden «Live-on-Ice»-Gäste mit einem 4-gängigen Walliser Menü bekocht.

www.liveonice.ch

Fliegende Engel an der Radisson-Party



An Silvester wird im stylishen Radisson SAS Hotel, Zurich Airport – das letzten Sommer eröffnet wurde – in diesem Jahr das erste Mal gefeiert: Im **Restaurant Filini** gibt es ein italienisches Spezialitätenbuffet und im «Angels' Wine Tower Grill» ein elegantes Galadinner. Anschliessend geht's zur Party mit den DJs Sam und Madness unter dem 15 Meter hohen gläsernen Wine Tower, wo fliegende «Wine-Angels»-Artistinnen die Weinflaschen spektakulär aus dem Regal holen werden.

www.zurich.radissonsas.com

Weihnachten und Neujahr im Kloster Kappel

Wer es besinnlicher mag: Das Kloster Kappel am Albis lädt Frauen und Männer jeden Alters ein, die Festtage in Gemeinschaft zu verbringen: an Weihnachten (23. bis 26. Dezember 2008) unter dem Motto «Von Weihnachtsmännern und Weihnachtsfrauen» und über den Jahreswechsel (vom 30. Dezember bis 2. Januar) zum Thema «Die Zeit steht still...» Zum Angebot gehören Gottesdienste, ein Silvesterabend, gemeinsames Singen und Tanzen und das Neujahrskonzert. rd

www.klosterkappel.ch

Cooler Hotels mit Aussicht

Das «Leifur Eiriksson», benannt nach dem ersten Entdecker Amerikas 500 Jahre vor Kolumbus, ist ein schlichtes, sauberes Hotel vis-à-vis der imposanten, neogotischen Hallgrímskirkja mit den eigenwilligen Basaltsäulen.

Im Hotel «Room with a view» steigern Filmemacher, Literaten oder Musiker bei längeren Engagements ab. Einige der grosszügigen Selbstversorger-Appartements besitzen ausladende Terrassen mit «View». Bei guter Fernsicht reicht dieser über Stadt und Bucht hinaus bis zum weissen Vulkankegel des Snaefellsjökull.

Der 1446 m hohe Vulkan markiert das Ende der langgezogenen Halbinsel Snaefellsness.

Von manchen Zimmern des «101 hotel» hat man ebenfallseine gute Aussicht. Früher war das Designhotel, das sich nach der Postleitzahl des Stadtzentrums nennt, Gewerkschaftssitz, heute ist es Treffpunkt der Reichen und Schönen und zählt laut Condé Nast Traveller zu den 50 coolsten neuen Hotels der Welt. Konsequenter hat es die Besitzerin Ingibjörg S. Palmadóttir in Schwarz und Weiss gestylt, ein Farbkonzept, das auch in anderen Reykjaviker Hotels, zum Beispiel dem

Borg oder Thingholt, ins Auge fällt. Besonders cool ist die Bar des «101». «Hier wurden die Bankendeals ausgehandelt und nahm die Finanzkrise ihren Ausgang», sagt Steinhort Kari Karason. Der Architekt geht hin und wieder auf eine Hummersuppe oder einen Drink in die Bar. Die Banker sind heute nicht mehr da, sondern «längst in ihren Lofts in New York.» Wer ansonsten nasse Füsse bekommt, dem hilft ein Blick in die Kleiderschränke des Hotels. Die sind standardmässig mit Socken, Mützen und anderem Nützlichen ausgestattet, gegen Bezahlung natürlich. is



Minimalistisch und bunt: Der aus Alteisen hergestellte Hirtenchor. ZVS

Edle Krippen aus Altmetall

Weit und breit kein glänzender Prunk: Das Schloss Greyerz zeigt die Recycling-Krippen des italienischen Künstlers Ciro.

RENATE DUBACH

Schlicht und einfach passt zur Weihnachtsgeschichte und zum Stall von Bethlehem. Schlicht, einfach und eindrucksvoll hat der italienische Künstler Roberto Cipollone – genannt Ciro – Dutzende von Krippen geschaffen. Nicht aus teuren Materialien, sondern im Arte-Povera-Stil aus alten, weggeworfenen Stoffen, aus Altmetall und Holzresten. 50 dieser Krippen aus der grossen Weihnachtskrippen-Sammlung der Familie Hartl aus München zeigt das Schloss Greyerz bis am 11. Januar. Die Figuren sind sehr arm an Mitteln aber reich an Inhalt und laden so auf unaufdringliche Weise dazu ein, das weihnachtliche Geschehen mit anderen Augen zu sehen. Der 61-jährige Ciro lebt in der Nähe von Florenz und arbeitet in verschiedenen Stilrichtungen. Seine Werke widerspiegeln oft die Traditionen seiner Heimat, der Abruzzern. Er ist unter anderem auch der Gründer einer gemeinschaftlich betriebenen Künstlerwerkstatt nach mittelalterlichem Muster.



Ausdrucksvolles aus rostigem Metall: die Heilige Familie. ZVS

Weihnachten im Schloss Greyerz – Die Ciro-Krippen aus der Sammlung Hartl. Bis 11. Januar 2009. Täglich geöffnet von 10 bis 16.30 Uhr, auch an Weihnachten und Neujahr. www.chateau-gruyeres.ch



Die Heilige Familie und die drei Könige in einer Variation aus Holz. ZVS

ANZEIGE

JOYEUSES FÊTES
SEASON'S GREETINGS

DIE STUDENTEN UND MITARBEITER DER ÉCOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE WÜNSCHEN DEN LESERN DER HOTEL REVUE FRÖHLICHE FESTTAGE UND EIN ERFOLGREICHES JAHR 2009!



Scheinbar Unmögliches wird möglich

Die Concierge-Loge ist die Drehscheibe im Grand Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken. Fazit des 3-Tage-Stages: Anstrengend und nie langweilig.

GU DRUN SCHLENCZEK

Es gibt wohl kaum eine vielseitigere Tätigkeit als jene des Concierge. Primäre Aufgabe ist, all jene Bedürfnisse des Gastes zu erfüllen, die nicht unbedingt mit der Kernaufgabe des Hotels zu tun haben. Da muss man alle Register ziehen. Unvorhersehbares gehört zum Tagesgeschäft. Vieles läuft parallel. «Mir hat jemand erzählt, dass man in Interlaken australisch essen kann. Können Sie mir sagen wo?», fragt ein Gast, während ich mich als Concierge-Stage hilfesuchend nach meinen gestandenen Kollegen umschaue. Aber ein australisches Restaurant in Interlaken kennt keiner. Also rufe ich im Tourismusbüro an, und nach einer weiteren, genaue-



stage im hotel
Gudrun Schlenzcek als
Concierge

ren Beschreibung des Lokals durch den Gast wird man doch noch fündig. «Etwas möglich machen, was unmöglich scheint», beschreibt Telefonistin Karin Zandolini die Aufgabe. Nicht selten ziehe sie dafür auch das private Netzwerk heran. Manchmal stösst man allerdings an Grenzen. Zum Beispiel fragt ein Gast um 16 Uhr noch nach einem sonnigen Ort zum Langlaufen. Um diese Jahreszeit dämmert es um 17 Uhr. Ein unerfüllbarer Wunsch.

An der Loge des «Victoria-Jungfrau» arbeiten Concierge, Telefonistin und Chasseur Hand in Hand. Jeder kennt die Aufgaben des anderen bestens und kann bei Bedarf vertreten. Das ist wichtig, wenn der Concierge im Hause anderen Aufgaben nachgeht: Wenn er Kommissionen für Gäste erledigt oder um Kongressmaterial besorgt ist.

Für den 24-Stunden-Dienst beschäftigt das «Victoria-Jungfrau» vier Concierges. Der Chef José Maia führt mich in das Aufgabenfeld ein, nachdem mir in Concierge-Stage hilfesuchend nach meinen gestandenen Kollegen umschaue. Aber ein australisches Restaurant in Interlaken kennt keiner. Also rufe ich im Tourismusbüro an, und nach einer weiteren, genaue-



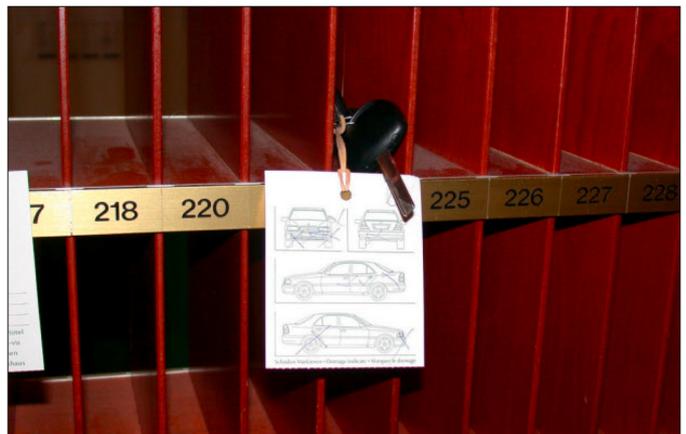
Anlaufstelle für sämtliche Gäste-wünsche: Die Concierge-Loge.



Die wichtigsten Prospekte und Karten sind immer griffbereit.

Hotels. Am zweiten Tag erfahre ich, was das heisst: Fast 200 Gäste-Ankünfte lassen mich kaum durchschauen. Während der Chasseur vor dem Eingang sich um Gepäck und Auto kümmert, begrüsse ich in der Eingangshalle mit einem «Herzlich willkommen im Victoria-Jungfrau» und geleite die mal ob der Weihnachtsdekoration und Ambiente strahlenden, mal ob des erlebten Verkehrs leicht genervten Gäste an die Réception. «Das Negative muss man filtern und immer Positives ausstrahlen», erklärt mir José Maia sein Berufsethos.

Ist das Zimmer für den Neuankommenden bereit, erhält der Concierge eine Meldung mit Zimmer-



Jedes Zimmer hat ein Fach für den Autoschlüssel. Bevor der Chasseur das Auto parkiert, werden etwaige Mängel an der Karosserie notiert. Damit es keine Missverständnisse gibt.

Bilder Gudrun Schlenzcek



Gepäck-Handling wie am Airport, so geht kein Koffer verloren.



Der Concierge kontrolliert, so dass die Eingangshalle tipptopp ist.



Viele Gästeanfragen kommen übers interne Telefon des Hotels.



Chief-Concierge des Victoria-Jungfrau, José Maia, managt die Loge.



Das Gepäck kann ins Zimmer: Ein «Fax» informiert den Concierge.

und Gepäcknummer. Dann heisst es für mich, den entsprechenden Portier der Etage via seinen «Piepser» zu informieren. Ist der Zuständige in der Pause, peile ich den Vertreter an. Den mit dem Zug Ange-reisten nehme ich – wenn der Chasseur noch anderweitig beschäftigt ist – das Gepäck im Eingang gleich

selbst ab: Eine Banderole ums Gepäckstück, einen Zettel mit der Gepäcknummer bekommt der Gast zur Abgabe an der Réception. Schnell muss es gehen, da können Fehler passieren. Zum Glück landet aber an diesem Tag kein Gepäckstück im falschen Zimmer... Am Nachmittag lässt meine Energie langsam nach. Wie viele Kilometer ich in meinen ungewohnten Absatz-Schuhen gelaufen bin, weiss ich nicht. Doch der Platz an der Loge fordert ständige Aufmerksamkeit. «Man darf dem Gast nie zu spüren geben, dass man unter Druck ist», vertraut mir José Maia eine weitere Verhaltensregel an. Also kümmere ich mich lächelnd weiter um Gäste-anliegen, Garderobe oder das Verteilen von Namensschildern.

Frauenpower in der Herrschaft



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.

Jenins, das höchstgelegene Winzerdorf in der Bündner Herrschaft ist die Heimat der sympathischen Winzerin Annatina Pelizzatti. Wie alle passionierten Winzer, denen ihre Handwerkskunst alles bedeutet, unterwirft sie ihre Weinbereitungsmethode alljährlich einer kritischen Bilanz. Geleitet von den Zyklen der Jahreszeiten und dem nötigen Gespür für die Natur werden auf dem Gut jedes Jahr neu charaktergeprägte Weine gekeltert. «Geprägt und inspiriert durch die lange Rebbaudition, bin ich schon seit dem Kindesalter durch die Tätigkeit meiner Eltern mit der Weinkultur eng verbunden» erklärt sie.

Die Geschichte ihres elterlichen Weingutes nahm Ende der Neunzigerjahre in der vierten Generation einen überaus traurigen Anfang. Die damals gerade einmal 25 Jahre alte hochschwangere Annatina Pelizzatti stand nach dem tragischen tödlichen Autounfall ihres Ehegatten Domenico mit der zweijährigen Tochter alleine da. Nach dem unersetzlichen Verlust des Familienvaters war für sie klar, dass in der Zukunft ihr Arbeitsplatz in der Nähe der beiden Töchter sein musste. So stellte sie sich ihrem Schicksal und begann 1997 mit der Winzertätigkeit auf dem drei Hektaren grossen elterlichen Weingut. Die gelernte Postfachangestellte nahm die Herausforderung des Weinmachens ernst und besuchte Kurse an der Weinfachschule in Wädenswil. Zudem hat ihr die moralische und fachliche Unterstützung der kompetenten Winzerkollegin Irene Grünenfelder vom Weingut Eichholz in den schweren Zeiten über viele unüberwindbar erscheinende Probleme hinweggeholfen.



Annatina Pelizzatti.

Wir haben uns schon öfters gefragt: Hat die Rebe ein Gewissen? Weiss sie wohl, was man mit ihr macht und was man von ihr erwartet? Hat die Rebe ein Bewusstsein, realisiert sie, was sie produzieren soll? Weiss sie überhaupt, was aus ihrem köstlichen Rebensaft wird, oder ist sie wie eine Maschine, die einfach nur Trauben produziert? Wem sich die Gelegenheit bietet, sich mit Annatina Pelizzatti über ihre Arbeit zu unterhalten, spürt, dass sie auf all diese Fragen eine klare Antwort hat. Ihr Credo lautet: «Die Gesundheit der Böden

und die akribische Pflege jedes einzelnen Rebstockes liegen mir besonders am Herzen, denn nur so widerspiegelt sich später Passion, Freude und Leidenschaft im Wein.»

Weder der Tradition noch der Moderne strikt verbunden, macht sie die Wahl ihrer Methoden einzig davon abhängig, was ihr für den jeweiligen Jahrgang am besten geeignet erscheint. Zusammen mit ihren Prättigauer Bäuerinnen wartet sie mit der Lese, bis die Trauben den optimalen Reifegrad erreicht haben. Die hoch stehende Qualität der Weine beruht vor allem auf drei wesentlichen Elementen: einem hervorragenden Mikroklima, den tiefgründigen Gneis- und den humusreichen schieferhaltigen Kalkböden sowie den daraus resultierenden erstklassigen Trauben. Trotz modernerer Kellertechnik wird auf eine eigenständige Stilistik, grösstmögliche Harmonie und eine perfekte Terroir-Ausprägung geachtet. Vor allem aber ist ihr im Verlauf der Jahre eines klar geworden: «Ich könnte mir nicht mehr vorstellen, etwas anderes zu machen, als im Weinberg zu verweilen, die Launen der Natur zu akzeptieren und mich mit ihnen auseinanderzusetzen.»

Und so liegt es in der Natur der Sache, dass Annatina Pelizzatti im Verlauf ihrer nun schon bald zehnjährigen Winzertätigkeit nicht bei der traditionellen Bündner Rebsorte Pinot Noir stehen geblieben ist. Sie hat verschiedene in der Gegend nicht heimische Rebsorten angepflanzt. Ihre Liebe zum Wein sowie ihre Konsequenz und Professionalität bei der Arbeit sind die Grundlagen für die sortenübergreifenden hohen Qualitäten ihrer Gewächse. So umfasst das Sortiment

des Weingutes zwei Weisse – Chardonnay und Weissburgunder – und fünf Rote – vier verschiedene Pinot Noir, sowie den Sorso, eine Assemblage aus Merlot, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Syrah und Zweigelt.

Warum vier qualitativ unterschiedliche Pinot Noirs? Die Erklärung der Winzerin ist einleuchtend: «Die verschiedenen Lagen und Qualitäten des Lesegutes werden separat ausgebaut und auf die Flasche gebracht.» Der Primus der Domäne unter den edlen Tropfen ist der Pinot Noir barrique. Ausschliesslich Trauben von ausgesuchten Lagen und hoch stehender Qualität werden für dieses Gewächs verwendet. Der zweite Wein der Domäne ist der traditionelle, eher leichte Jeninser Blauburgunder, welcher in grossen Holzfässern ausgebaut wird. Beim Pinot Noir Eichholz ist die Lage für den Namen ausschlaggebend. Der Malanser Pinot Noir wird im gebrauchten Barrique ausgebaut. Wie der Name schon sagt, kommt das Lesegut ausschliesslich aus einem Malanser Weingarten.

Eine besondere Herausforderung ist die für die Gegend atypische Assemblage Sorso. Der 12 Monate im Barrique ausgebaute Wein besteht durch sein herrlich fruchtig-würziges Bouquet und überrascht beim Verkosten durch eine Geschmacksfülle am Gaumen und saftiger Rasse, vor allem aber bringt die Harmonie der verschiedenen Rebsorten den wahren Charakter in diesem Wein zum Ausdruck. In der Gesellschaft eines Kalbstafel-pizes mit Meerrettichschaum ein unvergesslicher Weingenuss und Tafelfreude.

www.pelizzatti-weine.ch

*Wir danken unseren Kunden
für ihre Treue und wünschen allen
htr-LeserInnen eine frohe Festzeit
und ein erfolgreiches und
glückliches neues Jahr*

Schwob
textiles of Switzerland

Schwob AG
Leinwanderei und Textilpflege
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
Tel. 034 428 11 11
www.schwob.ch


hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Neues im Kochbuch-Regal

Ein gutes (Koch-) Buch ist immer ein gutes Geschenk. Nicht nur zu Weihnachten.

RENATE DUBACH

Es mag sein, dass man für eine «crème brûlée» nicht mehr ein «glühendes Runderosen aus dem Feuer nimmt und damit die Creme so brennt, so dass sie eine schöne goldene Farbe bekommt». Und vermutlich liegen «gefüllte Kalbsohren» als «Entremets» auch nicht gerade im Trend, aber amüsant und interessant ist das Buch trotzdem, das diese Rezepte so auführt.

Rudolf Trefzer hat «Die fünfzehn wichtigsten Rezeptbücher aus acht Jahrhunderten» porträtiert, von dem Ende des 13. Jahrhunderts verfassten «Le Viandier» von Taillevent bis zu Ferran Adrià's «El Bulli». «Die in den Kochbüchern enthaltenen Rezepte sind kulinarische Partituren, die wieder in der Vergangenheit noch heute die Realität in den Kü-

te des Landes, die oft in kleinen Manufakturen hergestellt werden. Deshalb kann sein Buch «Quattro Stagioni» auch Köchinnen und Köchen, die die italienischen Spezialitäten aus dem Effeff kochen, neue Impulse geben. Das Buch mit vielen Farbbildern von Dave Brüllmann umfasst nebst saisonalen Rezepten auch Produkteporträts von Fave, Mönchsbarb, Scampi und anderem.

Bruno Hurter: **Quattro Stagioni**. Fona Verlag, Lenzburg, 248 Seiten, 76 Franken.

Dieser klare Schnaps liegt seit Jahren voll im Trend

Wodka ist die einzige klare Spirituose, die sich seit Jahren steigender Beliebtheit (und ebenso konti-



nuerlich steigender Verkaufszahlen) erfreut. Premium-Wodka ist eine hochwertige Spirituose, die immer mehr Kenner nicht nur in ihrer reinen Variante, sondern auch mit Kräutern oder Früchten aromatisiert zu schätzen wissen. Auch als Ausgangsprodukt vieler Cocktails macht sich Wodka gut. Das neue Buch informiert über die Geschichte von Wodka und über die Rohprodukte und den Herstellungsprozess. Die wichtigsten Wodkasorten werden in einem eigenen Kapitel vorgestellt, weiters finden sich Rezepte für klassische und neue Wodka-Cocktails sowie für passende Snacks und Häppchen.

Wera Grigorjewa: **Wodka**. Leopold Stocker Verlag, 216 Seiten, Fr. 58,90.

Ein dickes Buch vom Wein mit vielen Bildern

Der Chefredaktor der Zeitschrift Gastronomie & Tourismus, Alberto Dell'Acqua, erzählt in seiner Ge-



schichte des Weins auch viele sehr persönliche Geschichten von Reben und Wein. Entstanden ist ein dickes dreisprachiges Werk mit vielen Bildern.

Alberto Dell'Acqua: **D'Vins**. Favre Verlag, Lausanne, 420 Seiten, 128 Franken.

Die kulinarische Reise durch Frankreich der Frau am Herd

Gleich zwei Bücher sind von Sarah Wiener erschienen. Die österreichische Starköchin, die in Berlin lebt und drei Restaurants



führt, hat einerseits eine kulinarische Reise durch Frankreich unternommen. Mit ihrem knallroten VW-Käfer fuhr sie bei Kollegen und Kolleginnen vor und guckte in deren Kochtöpfe. Die Reise dokumentierte sie mit Fotos, Rezepten und Anekdoten. Andererseits hat Sarah Wiener fast gleichzeitig ein



Die Herstellung und Sortierung von Korkzapfen aus einem Buch von 1751, eine Illustration aus Rudolf Trefzers Buch «Klassiker der Kochkunst», das auch verwandte Themen beinhaltet.

Rezeptbuch veröffentlicht. Darin baut sie ihre Gerichte auf einfachen Grundrezepten auf und schlägt ein paar kompliziertere Variationen dazu vor.

Sarah Wiener: **Meine kulinarische Reise durch Frankreich – Eine Liebeserklärung mit Rezepten**. Eichborn Verlag, Berlin, 160 Seiten, Fr. 35,90. **Frau am Herd – Natürlich, phantasievoll, köstlich**. Knauer Verlag, München, 304 Seiten, Fr. 44,90.

Bier: Nicht nur ein vielseitiger Durstlöcher

Bier ist eines der ältesten Getränke der Menschheit. Dass Bier heute noch aktuell und ein vielseitiger und beliebter Durstlöcher ist, zeigt Stefan Schüller in seinem



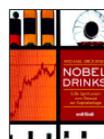
neuen Buch. Der Küchenchef des «Oscar» in Zürich lernte bei Horst Petermann in Küssnacht, kochte dann im «Eden Roc» in Ascona und im «Carlton» an der Zürcher Bahnhofstrasse. Schüller lotet die Möglichkeiten von Bier in der feinen Küche aus und führt in über 80 Rezepten zu neuen Geschmacks-

erlebnissen. Bier eignet sich als Grundlage für Saucen, Suppen, Marinaden und Vinaigrettes sowie für verschiedene süsse Verführungen, von Sabayons, luftigen Schäumen, Cremes und Soufflés bis zu Biercaramel. Die verschiedenen Sorten und Arten von Bier geben den Speisen eine spezielle Note.

Stefan Schüller/Marco Pellanda: **Schweizer Bier Kochbuch**. AT-Verlag, Baden, 208 Seiten, 78 Franken.

Edle Spirituosen kann man geniessen oder auch «anlegen»

Man kann davon halten, was man will, jedenfalls ist es eine Tatsache, dass immer öfter Edelbrände von Marken mit viel Prestige



nicht zum Genuss gekauft werden sondern zur Kapitalanlage. Der Autor beleuchtet wichtige Spirituosen deshalb nicht nur hinsichtlich ihres Genuss- sondern auch ihres Renditepotenzials.

Michael Brückner: **Nobel Drinks**. Orell Füssli Verlag, Zürich, 192 Seiten, Fr. 39,80.

Leicht geniessen mit feinen Gerichten aus Soja

Ein Avocado-Dip mit etwas Seidentofu, eine Kürbis-Paprika-Cremesuppe mit Sojamilch? Es soll ja Leute geben, die beim Wort «Tofu» die Nase rümpfen. Dass man aber ausgesprochen Leckereres aus diesem und vielen anderen Soja-Produkten herstellen kann, zeigt dieses neue Rezeptbuch. Dass die vorgeschlagenen Gerichte leicht, bekömmlich und gesund sind, dafür steht das Autorinnenduo ein. Elisabeth Fischer hat schon über 30 Kochbücher und Ernährungsratgeber zum Thema «Gesund geniessen» verfasst. Und Irene Kührer ist



Internistin und Ernährungswissenschaftlerin an der Medizinischen Universität Wien. Ihr Ziel ist die Umsetzung medizinischer Erkenntnisse in den Lebensalltag. Das Schöne am Ganzen: Die Gerichte sind nicht nur gesund, sie schmecken auch prima.

Elisabeth Fischer/Irene Kührer: **Soja – der leichte Genuss**. Kneipp Verlag, Leoben, 192 Seiten, Fr. 35,90.

Luzern leuchtet speziell in der Adventszeit

Die Leuchtenstadt Luzern präsentiert sich an den Adventssonntagen auf besonders weihnachtliche Art. Der Lichtkünstler Gerry Hofstetter taucht die Hof- und die Jesuitenkirche sowie ausgewählte Gebäude in der Innenstadt in weihnachtliches Licht. Das Lichtelebnis wird jeweils von 17.30 bis 20 Uhr inszeniert und so zusammen mit den diversen Weihnachtsmärkten und -beleuchtungen die Stadt in festliche Weihnachtsstimmung bringen.

Eine Winterreise zur Ostschweizer Weihnachtsstadt



Wenn die Lichter des riesigen Weihnachtsbaumes auf dem **Klosterplatz vor der Stiftskathedrale** erstrahlen, bietet St. Gallen viel weihnachtliches: Markt, Dinner mit Zirkus, Stadtrundgang «Weihnachtliches St. Gallen» und den Spaziergang mit Bodenseeblick.

www.st.gallen-bodensee.ch

1. Bier-Brauerei im Sudan seit 25 Jahren

Der Frieden zwischen dem islamischen Nord-Sudan mit dem nicht-islamischen Süden des Landes, hat eine positive Nebenerscheinung: Erstmals seit 25 Jahren wird es im Süd-Sudan wieder eine Bierbrauerei geben. Sab-Miller wird sie Anfang 2009 in Dschuba eröffnen. Die letzte Brauerei wurde vor einem Viertel-Jahrhundert nach der Einführung der Scharia geschlossen. Nach islamischem Recht ist Bierbrauen verboten. Sab-Miller investiert 37 Mio. Dollar zur Errichtung der Brauerei, die 250 Menschen der Region einen Arbeitsplatz geben wird. Während des Bürgerkriegs wurde im Sudan selbst hergestelltes Sorghum-Bier getrunken. Mit dem Friedensabkommen von 2005 wurde die Region der Sudanesischen Volksbefreiungsarmee übergeben.

Kunstvolle Schweizer Brote für die Feiertage



Rund um die Weihnachtszeit und den Dreikönigstag sind Brotbräue besonders zahlreich. An Weihnachten und zu Silvester werden die **Gebäcke** speziell geformt – meistens als Mensch, Tier oder Symbol. Sie gelten heute noch als Glücksbringer. In der ursprünglichen Bedeutung sollten sie vor Krankheit, Unglück und Hunger schützen. Zu den klassischen Gebäckebrotten gehört der Neujahrspopf. Dieser war und ist ein ganz besonderes Geschenk, das jeweils am Morgen des 1. Januar Freunden und Bekannten überbracht und gemeinsam gegessen wird.

www.schweizerbrot.ch



chen und an den Esstischen der verschiedenen Stände und Schichten abzubilden vermögen», schreibt der Historiker dazu. Aber sie enthielten aufschlussreiche Informationen, die Rückschlüsse auf soziokulturelle, politische und wirtschaftliche Entwicklungen ermöglichten. Das Buch dürfte allen spannenden Lektüre bieten, die sich dafür interessieren, was früher auf den Teller kam und deren Interessenhorizont über den Tellerrand hinausgeht.

Rudolf Trefzer: **Klassiker der Kochkunst**. Chronos Verlag, Zürich, 272 Seiten, 48 Franken.

Köstliches aus Kirschen und Kirsch

Es ist zwar nicht gerade Saison für Kirschen – für Kirsch aber umso mehr. Nicht bloss als Bestandteil



von Fondue wirkt er Wunder, sondern vielen Desserts gibt er den richtigen Schwung. Die beiden Autoren haben den umfangreichen Rezeptteil mit einer umfassenden Einführung zu der Frucht und ihrem Destillat ergänzt.

Lucas Rosenblatt, Lukas Fassbind: **Kirschen und Kirsch**. Fona Verlag, Lenzburg, 196 Seiten, 28 Franken.

Eine leidenschaftliche Hommage an die italienische Küche

Der Küchenchef der Marina Lachen, Bruno Hurter, ist ein Ken-



ner der italienischen Küche und er kennt die aromatischsten Produk-



Es gibt Dinge, die verändern sich nie.
So schätzen wir das Vertrauen unserer
Kunden heute so wie in unseren An-
fangen vor 60 Jahren.

Wir danken Ihnen an dieser Stelle für
Ihre Treue und wünschen Ihnen licht-
erfüllte Weihnachten und ein erfolg-
reiches neues Jahr!

Certaines choses de la vie sont immua-
bles. La confiance que nous témoignent
nos clients depuis nos débuts, il y a
60 ans, en fait partie! Merci pour votre
fidélité!

Nous vous souhaitons un Noël lumineux
et vous adressons nos meilleurs vœux de
succès pour la nouvelle année.



RUE DE LA GARE 18, CASE POSTALE 1151, 1320 MONTRÉUX 1
TEL. 011 961 49 49, WWW.HOTELA.CH

cahier français

htr hotelrevue No 51/52 / 18 décembre 2009



Telecom Genève
L'édition 2009 de Telecom accueillera 200 exposants de moins qu'en 2003.
Page 25



Vins liquoreux
Vendangés en hiver, les vins liquoreux sont nés pour les menus de fête de fin d'année.
Page 27



Le grand nombre de réservations pour les fêtes de Noël et de Nouvel An s'explique également par les excellentes conditions d'enneigement de cette année.

Swiss-Image

«Tout est complet!»

Malgré la crise, les stations font le plein des réservations. Avant tout pour Nouvel An, un peu moins pour Noël.

HÉLÈNE KOCH

Les réservations sont bonnes à très bonnes. Les effets de la crise ne se font pas encore sentir. Directeur adjoint de Verbier Tourisme, Pierre-Yves Déleze tire un bilan positif des réservations pour la période des fêtes. Tout comme d'autres stations. Avec toutefois un point d'interrogation: «Notre souci est de voir comment les hôtes consommeront une fois sur place», relève Pierre-Yves Déleze. Un com-

portement qui dépend, entre autres, du taux de change.

«Avec l'euro fort, beaucoup ont découvert les avantages de la Suisse et ils reviendront même si l'euro est plus bas», estime Walter Zueck, responsable ventes et marketing chez Accor. Le groupe hôtelier compte en effet trois nouveaux hôtels à Martigny, à Leysin et à Loèche-les-Bains.

«On essaye de nous faire peur avec la crise»

«Les réservations sont largement aussi bonnes que l'an passé. On essaye de nous faire peur avec la crise mais les gens restent attachés à la tradition de passer Noël en famille à la neige. Et c'est la première fois que nous vendons autant de forfaits «Deux jours de ski/Une nuit

d'hôtel», relève Eric Liechti, directeur de Diablerets Tourisme. Il en va de même à Crans-Montana où il ne reste plus grand chose de disponible et cela aussi bien au niveau de la parahôtellerie que de l'hôtellerie.

«Les réservations sont bonnes à très bonnes. La crise ne s'est pas encore fait ressentir.»

Pierre-Yves Déleze

Directeur adjoint de Verbier Tourisme

Une situation favorisée par un excellent enneigement. A Leysin, le seul bémol concerne les Anglais qui représentent un des trois principaux marchés étrangers dans la station. Déjà durement touchés par la crise, ils se montrent un peu plus frileux. «Notre force est d'être forts sur six ou sept pays émetteurs», estime Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme.

De façon générale, la période des fêtes s'annonce similaire à celle de 2007 qui avait été une excellente

année, notamment en raison d'un bon enneigement au mois de décembre. A cela s'ajoute le fait que Noël et Nouvel An sont répartis sur deux semaines différentes, ce qui évite que la première des deux semaines de vacances de fin d'année soit délaissée.

Affluence oblige, nombreux sont en effet les hôtels où le séjour minimum est d'une semaine, du week-end au week-end suivant. Un phénomène renforcé par la faible capacité hôtelière de nombreuses stations qui fait que la demande est bien plus importante que l'offre.

Des infrastructures et des services à soigner dans les stations

L'hébergement ne fait pas tout, il faut également que les infrastructures et les services suivent. «Certains nous demandent si la piste de luge ou celle de ski nordique sont prêtes lorsqu'ils réservent», note Eric Liechti, directeur de Diablerets Tourisme. A Nendaz, l'office du tourisme organise des séances non seulement avec les remontées mécaniques ou les écoles de ski, mais aussi avec d'autres partenaires privés qui ont aussi

leur importance au niveau touristique comme les commerçants généralistes. Une Coop plus grande a ainsi été inaugurée cette semaine à Nendaz afin d'éviter de trop longues files d'attente parfois constatées aux caisses en haute saison. Il s'agit aussi d'éviter la mésaventure arrivée l'an passé où la Migros s'était retrouvée en rupture de stock de nombreux produits en fin d'après-midi durant un ou deux jours. Enfin, le développe-

ment d'appartements avec la possibilité de bénéficier de services hôteliers à la carte est un moyen rapide d'augmenter une capacité de type hôtelier (lire htr du 11 décembre). Avec ses 300 lits hôteliers contre 8000 en parahôtellerie, Nendaz est certes un cas extrême mais, de façon générale, les stations du Bas-Valais et celles des Alpes vaudoises ont peu de capacités hôtelières contrairement à ce qui se passe dans le Haut-Valais. hk

LINGE DE LIT

La première et dernière impression de la journée qui répond aux mieux à vos exigences.

standard textile
www.standardtextile.com/swisshotel
ou téléphone 025 610 41 41

Des lits vides? Faites-le nous savoir!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre hôtel spécialiste sur www.swiss-hotels.com

hotteleriesuisse
Téléphone 031 370 42 20
hottelierspecial@hotteleriesuisse.ch

hotteleriesuisse
SWISS HOTEL ASSOCIATION

ConCardis

Dynamic Currency Conversion –
Offrez à vos clients le paiement dans leur monnaie nationale et internationale!

ConCardis Suisse SA | Les halles/bâtonnerie 95 | CH-1000 Zurich | T +41 01 38 808 0822 | www.concardis.ch

BRITA Professional

OFFENSIVE PROPRETE 2008
www.brita.ch

PURITY 1200 CLEAN & CLEAN EXTRA

Un nouvel espace santé au Bristol

L'Hôtel Bristol de Genève s'est doté d'un nouvel espace santé. Celui-ci dispose notamment d'une salle de chromothérapie.

ALEXANDRE NICOLIN

Avec ce nouvel espace santé, nous perpétuons une longue tradition. Dès les années septante, le Bristol a en effet été le premier hôtel genevois à proposer un spa à sa clientèle», note Emma Allegro de la Fuente, directrice marketing de l'hôtel. Celui-ci dispose désormais d'un vaste espace convivial avec des salles de chromothérapie, de massage et de fitness, ainsi que d'un jacuzzi et de deux saunas.

Un espace santé réservé à la clientèle de l'hôtel

L'accès à ces espaces santé est libre et gratuit pour la clientèle de l'hôtel.

Il ne sera pas ouvert au public. «Cela occasionnerait une surcharge de travail et des coûts trop importants», précise Emma Allegro de la Fuente. De même, aucun employé n'est rattaché exclusivement à ce nouvel espace. Le client qui le désire peut cependant s'adresser à la réception qui se chargera de lui mettre à disposition un service de massage.

Un atout également pour les voyagistes

«Il est clair que ce spa renforce l'image de l'établissement», sourit Manuel Pedro Marmelo, le directeur de l'hôtel. Un gain d'image qui comporte un certain coût: ce ne sont en effet pas moins de 750 000 francs qui y ont été investis.



«Il est clair que le nouvel espace santé renforce l'image de notre établissement.»

Manuel Pedro Marmelo
Directeur de l'Hôtel Bristol de Genève

Si tant la direction que les clients semblent ravis, les voyageurs ne sont pas en reste.

Ainsi, Nicolas Stucki, le directeur d'Incorpore Swiss Medical Services, une société qui organise des séjours en Suisse pour des clients nécessitant des traitements médicaux, ne cache pas son enthousiasme: «Nous collaborons depuis longtemps avec l'Hôtel Bristol. Pour nous, qui sommes dans le domaine de la santé, ce nouveau spa constitue un plus indéniable. Notre clientèle y est très sensible.»

«D'une manière générale, je constate que les hôtels genevois, qui ont longtemps compté un certain retard au niveau des espaces santé, l'ont peu à peu comblé», conclut Nicolas Stucki.



L'Hôtel Bristol de Genève dispose désormais d'un fitness ainsi que d'une salle de...

Photos Alexandre Nicolin



... chromothérapie et...



... d'un espace bien-être avec notamment un jacuzzi.

ANNONCE



LES ÉTUDIANTS ET COLLABORATEURS DE L'ÉCOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE SOUHAITENT AUX LECTEURS DE L'HOTEL REVUE DE JOYEUSES FÊTES ET UNE FRUCTUEUSE ANNÉE 2009 !



200 exposants de moins

Afin de récupérer le salon Telecom en 2009, Genève avait promis des hôtels meilleur marché. La promesse a été tenue mais il y aura 700 exposants contre 900 en 2003.

VERONIQUE TANERG

Après une édition à Hong Kong, le salon mondial des télécommunications, World Telecom 2009, est de retour à Genève. Il se tiendra à Palexpo du 5 au 9 octobre. Une bonne surprise attend les participants: le prix des chambres des hôtels genevois sera moins élevé qu'en 2003 – dernier salon Telecom organisé dans la cité de Calvin. Cette baisse de prix n'est pas due à la crise économique et financière. C'est l'effort consenti par les hôteliers pour récupérer ce salon, parti pour sa dernière édition à Hong Kong en 2006. Genève a réussi à convaincre l'Union internationale des télécommunications (UIT) de la solidité de son dossier face à des concurrents aussi prestigieux que Paris, Dubaï et, dans une moindre mesure, Birmingham.

Des chambres d'hôtel à 110 francs l'étoile

Pour récupérer Telecom, les hôteliers ont dû consentir quelques efforts: pas de durée minimale de séjour et une baisse des prix. «En 2003, nous avions facturé l'étoile 120 francs. En 2009, nous la facturons 8 à 10 % de moins. L'étoile coûtera ainsi 110 francs soit, par exemple, 440 francs la chambre par personne par nuit pour un hôtel quatre étoiles», relève Paul Muller, président des hôteliers genevois. «Nos hôtes paieront moins cher et bénéficieront d'une qualité accrue car, entre-temps, les hôteliers ont investi 750 millions de francs.»

Lors de la sélection de la ville, l'UIT avait demandé que 6500 chambres soient disponibles. «Nous avons confié un contingent



UIT/V.Martin

Magré un nombre inférieur d'exposants, l'édition 2009 du salon Telecom «remplira à nouveau tous les hôtels de l'arc lémanique», estime Paul Muller, le président des hôteliers genevois.

de 8500 chambres à MCI», ajoute Paul Muller. Le spécialiste de l'événementiel prendra sa commission en plus des prix affichés par les hôteliers, mais «pour un montant négocié à l'avance».

Les hôteliers ont appris leurs déboires des précédentes éditions. Des intermédiaires avaient surfacturé le prix de chambres. Cette fois-

ci, les clients qui le souhaitent pourront voir le contrat entre l'hôtelier et le réceptif même si, dans la pratique, cette formule tripartite semble quelque peu compliquée.

«Il était important pour Genève de récupérer Telecom car c'est l'une des rares manifestations qui aient des retombées médiatiques mondiales», souligne Paul Muller.

Lors de Telecom 2003, les hôtels de Genève et de Lausanne étaient archicomplets

Le salon mondial des télécommunications, n'est pas un salon comme les autres. Il reste dans la mémoire de tous les Genevois comme étant le salon de tous les excès. En 1999, les stands s'élevaient sur quatre étages et les visiteurs, ainsi que les exposants avaient été tellement nombreux que plus aucune chambre n'était disponible à Genève, ainsi que dans un rayon de 150 km autour de Genève. De nombreux exposants avaient même logé chez

l'habitant tandis que certains visiteurs avaient effectué la navette entre Genève et Londres par manque de place. Autant dire que face à une telle demande, les prix des hébergements avaient pris l'ascenseur au point de connaître des excès pharaoniques. En 2003, les visiteurs et exposants avaient plus critiqué les tarifs élevés et les embouteillages. Du coup, Hong Kong avait décroché l'organisation de ce salon d'envergure mondiale pour 2005. vt

Et qu'en est-il de l'état des réservations? «L'UIT s'attend à 700 exposants provenant de 40 pays pour World Telecom 2009. Les salles 1 à 6 de Palexpo ont été réservées et 25 pavillons sont prévus», affirme Sanjay Acharya, du service de presse de l'UIT.

Le monde des télécommunications a changé ces dernières années

Telecom 2009 sera moins impressionnant qu'en 2003: cette édition avait en effet accueilli 900 exposants. «L'industrie des télécommunications a changé ces dernières années», ajoute Sanjay Acharya. «La tendance s'oriente vers de plus petits événements qui s'adressent à un public davantage spécialisé.»

«Il y a toujours de l'intérêt de la part des exposants et les prochaines semaines seront décisives», poursuit Sanjay Acharya. C'est en effet en ce moment précis, en fin d'année, que les entreprises établissent leur budget pour l'année suivante. Les sociétés attendent de voir l'impact de la crise écono-

mique avant de réserver un stand. Crise économique ou pas, les entreprises doivent rencontrer leurs clients pour faire des affaires.

Impossible pourtant d'obtenir un chiffre précis. La personne responsable de ce dossier à l'UIT est absente pour deux semaines. «L'édition de 1999 avait été une édition démentielle; celle de 2003 avait été un peu plus humaine et ce que l'on peut d'ores et déjà dire de l'édition de 2009, c'est qu'elle remplira à nouveau les établissements de l'arc lémanique», assure Paul Muller, avec son légendaire sens de la formule.

On relèvera que les précédentes foires aux télécommunications s'accompagnaient de nombreuses soirées d'entreprise à l'intention de leurs gros clients, la plupart du temps des soirées somptueuses dans les meilleurs restaurants et hôtels. Mais, pour l'instant, il est encore trop tôt pour savoir si Genève sera à nouveau le théâtre de tels événements. Cela dépendra principalement de l'évolution de la crise économique actuelle.

En bref

Suisse

Mobilité durable: projets novateurs recherchés

La Suisse dispose d'un système de transport très bien développé dont profite largement le tourisme. La Confédération est toutefois toujours à la recherche de solutions permettant de proposer des moyens de transport respectueux de l'environnement. C'est la raison pour laquelle, elle lancera, en janvier et pour la quatrième fois, un appel d'offres pour des projets novateurs, a indiqué le service d'information Litra. Ces projets doivent être présentés jusqu'au 15 mars. Plus d'un million de francs sont disponibles pour les soutenir dans leur réalisation. mh

Un hôtel Etap dans les Alpes? Accor sonde



Accor choisira-t-il la Suisse pour implanter son premier établissement de la gamme économique – un hôtel Etap – dans l'Arc alpin européen? Ce n'est pas exclu. L'antenne suisse du groupe vient de lancer une petite enquête, sur cette opportunité, auprès des destinataires de sa lettre d'information et des clients qui fréquentent l'un des quatre hôtels Etap de Suisse. Les résultats de l'enquête devraient être communiqués d'ici deux mois environ. mh

Valais

Revers économiques: Zinal réagit

«Zinal vous aime, la preuve». C'est sous ce slogan que la station valaisanne de Zinal-Ayer a entamé une action pour contrer les revers économiques et montrer à ses clients qu'elle apprécie leur venue. A cet effet, elle proposera cet hiver des réductions à des périodes déterminées. Ce sera ainsi le cas les 22 et 23 décembre. Les hôtes pourront, par exemple, manger une fondue pour le prix de 16 francs (10 euros). Un blog a, par ailleurs, été mis en service à l'adresse: <http://zinalvousaime.romandie.com> et des affiches ont été posées. mh

Vaud

Visiter Lausanne en transports publics



Swiss-Image

Lausanne affirme sa politique de développement durable. Pour ce faire, Lausanne Tourisme vient de publier une brochure «Lausanne Découvertes» – qui permet aux hôtes de visiter la ville et ses environs au moyen des transports publics. On rappellera que chaque visiteur logeant et s'acquittant de la taxe de séjour reçoit une carte de libre parcours sur le réseau des transports publics. mh



José Bory (à g.), directeur du programme pour les sans-emploi, et Gaël Brandy, chef de cuisine de la Pinte vaudoise.

Jean-Jacques Ethnoz

«La motivation, c'est la clé de la réussite»

Le modèle d'emplois temporaires subventionnés mis en place à La Pinte vaudoise est un succès. Il redonne confiance aux sans-emploi de la branche.

JEAN-JACQUES ETHNOZ

Il y a une année, dans les cuisines de la Pinte vaudoise, le restaurant de GastroVaud à Pully, François Mubengayi-Tokusi portait autour du cou un foulard vert; aujourd'hui son foulard est blanc, il n'est plus stagiaire, il est au bénéfice d'un contrat ferme. L'exemple de ce Veveysan d'origine congolaise est l'illustration d'un succès, celui du programme d'emplois temporaires subventionnés mis en place dans le canton de Vaud pour les demandeurs d'emploi de la branche Horeca. Autre illustration: lancé le 2 mai 2007 avec quatorze stagiaires, ce programme en compte dé-

sormais trente: en cuisine, au service et à l'entendance.

Et sur les 241 stagiaires ayant été au bénéfice de ce programme, un tiers ont, en cours du stage ou peu après, retrouvé un emploi fixe, principalement en cuisine. Une réussite qui réjouit José Bory, directeur de ce programme chargé de redonner confiance aux demandeurs d'emploi de la branche Horeca. «De les remotiver aussi», ajoute-t-il, «car une période sans activité engendre souvent une perte de motivation et il leur est parfois difficile de retrouver les habitudes régulières d'une vie professionnelle.»

Une réussite qui ne va cependant pas toujours sans mal. C'est que la cohabitation entre êtres humains dont l'âge varie de 19 à 62 ans ne va pas toujours sans mal. Peu de problèmes, en revanche, pour la cohabitation entre professionnels et stagiaires, hormis l'un d'eux qui n'avait pas la vocation d'un formateur, tous ont parfaite-

ment intégré leur tâche et leurs responsabilités.

«Cela ne va pas nécessairement de soi», admet aussi Gaël Brandy, le chef de cuisine de la Pinte vaudoise. Cela d'autant plus que les «stagiaires» n'ont pas remplacé du personnel en place, mais que c'est bien le volume de travail qui a augmenté. Et, entre service traiteur pour des garderies et réunions professionnelles, les tâches ne manquent pas en cuisine. Pas plus d'ailleurs au service où six stagiaires et une personne au buffet s'activent pour des repas, des cocktails ou des apéritifs dinatoires. Non sans erreurs parfois, mais toujours «pour corriger les manques des uns et des autres, c'est ce qui importe le plus dans cette reprise de confiance», termine José Bory qui insiste encore sur «l'indispensable intérêt pour la profession», un pré-requis parmi d'autres (niveau de français, expérience professionnelle, voire CFC) sans quoi rien ne peut réussir.

Palexpo entend relever les défis qui l'attendent



Dix millions de francs ont été investis dans la rénovation du Centre de congrès de Palexpo. Les travaux, entamés le 1er septembre, seront terminés pour le Salon de l'auto qui aura lieu du 5 au 15 mars.

Palexpo Geneva, tel est son nom exact, a posé les jalons qui devraient lui permettre de relever ses futurs défis. Cerise sur le gâteau, il a réalisé le meilleur résultat de son histoire.

ALEXANDRE NICOLINI

Palexpo avait entamé en 2005, sous la dénomination «Vision 20XX», une profonde réflexion sur son métier et son espace. Inauguré en 1982, le palais d'expositions genevois se devait en effet d'adapter ses infrastructures afin de satisfaire aux exigences d'un marché toujours plus concurrentiel et en constante évolution.

Palexpo a généré 33 millions de francs de recettes fiscales en 2007

L'activité de Palexpo ne se juge pas seulement à l'aune d'un chiffre d'affaire ou d'une marge bénéficiaire mais plutôt sur sa contribution à la prospérité de la région. Une mission dont Palexpo s'acquitte à merveille. Ainsi, l'an passé, son

activité a généré 500 millions de retombées économiques pour le canton et 33 millions de recettes fiscales pour les collectivités publiques. Des sommes qui permettent de comprendre que cette poule aux œufs d'or ait toute l'attention des autorités.

Et les affaires se portent bien. Les chiffres définitifs ne seront divulgués qu'en début d'année prochaine mais Claude Membrez, son directeur général, révèle déjà que «2008 est la meilleure année de Palexpo depuis sa création». Et c'est tant mieux car les rivaux bourgeoient de partout. Vienne, Amsterdam, Bruxelles ou Lyon. Ils créent de nouveaux sites, rénovent, agrandissent. «A titre d'exemple, 1,2 milliard de francs ont été récemment investis pour un centre d'exposition à Milan, 800 millions de francs à Stuttgart», semble s'inquiéter Claude Membrez.

Afin de réagir, Palexpo s'est doté d'une nouvelle structure juridique. Aux oubliettes le compliqué régime de trois fondations différentes en

vigueur jusqu'alors, place à une organisation plus agilhante: la société anonyme Palexpo. «Il était indispensable de procéder à ce bouleversement. La complexité de l'ancienne structure et son manque de lisibilité auraient constitué un obstacle pour la levée de capitaux privés», explique Claude Membrez. Mais l'Etat de Genève n'est pas loin. Il reste majoritaire et c'est son chancelier Robert Hensler qui préside la nouvelle société.

La rénovation complète du Centre des congrès a débuté en septembre

Palexpo a été recentré sur sa vocation de base: le salon. Une vocation qui se décline par trois. «Nos métiers sont l'exposition, le congrès et l'événementiel. Une des tendances les plus frappantes de ces dernières années est la fusion des genres. Par exemple, un congrès peut être organisé dans le cadre d'un salon ou inversement», sourit Claude Membrez. Des évolutions qui requièrent d'importants travaux de réaménagement. D'où la nécessité de trouver des partenaires privés. La rénovation complète du Centre des congrès a débuté le 1er septembre et elle dev



«2008 a été la meilleure année de Palexpo depuis sa création.»

Claude Membrez
Directeur de Palexpo

vrait être achevée à l'occasion du prochain Salon de l'automobile qui se tiendra du 5 au 15 mars. Coût total: 10 millions. Mais d'autres chantiers suivront: la construction d'une liaison piétonne ouvrant l'accès à l'Hôtel Crowne Plaza, situé à deux minutes à pied, la création de nouvelles salles et de bureaux dans les halles 4 et 5, l'agrandissement de la halle 6, une nouvelle liaison entre les halles 6 et 7, etc.

A court terme, la crise qui menace ne devrait pas entraver les efforts de Palexpo. Les contrats étant établis longtemps à l'avance, le directeur possède déjà une bonne vision de l'année prochaine. Et, pour le moment, même si la voirie pourrait être réduite, aucune annulation n'est à déplorer. Claude Membrez s'amuse: «Les stands seront là. Peut-être qu'on y servira des sandwiches à la place du foie gras. Peut-être qu'on y boira du vin blanc au lieu du champagne. Mais, les stands seront là.»

Suisse Tourisme devrait mettre davantage l'accent sur les villes

«Le 90% des moyens de Suisse Tourisme sont dévolus au tourisme de loisirs», regrette Claude Membrez. Selon le directeur de Palexpo, Suisse Tourisme devrait réorienter sa politique et s'inspirer de ce qui a été fait à Genève Tourisme ces dernières années. Il s'agirait ainsi de mieux travailler les marchés par cibles en insistant davantage sur les incentives évé-

mentiels susceptibles d'attirer en Suisse des congrès et des expositions. Et surtout, il faudrait mettre l'accent sur les villes comme Genève, Zurich et Bâle au lieu d'effectuer la promotion d'une Suisse montagnarde et champêtre. «Il faut arrêter de montrer des petites fleurs partout sur les affiches. Je prêche évidemment pour ma paroisse», conclut-il dans un sourire. an

«La spécificité romande doit être respectée»

Enseignante romande, Sandra Bissig prendra, l'an prochain, la responsabilité du bureau d'Hotel & Gastro formation à Lonay, dans le canton de Vaud. Elle explique ses motivations et esquisse ses projets.

MIROSLAW HALABA

Qu'est-ce qui vous a motivé à prendre cette fonction? Parfaitement bilingue, j'ai assuré, durant cinq ans, le lien entre la centrale d'Hotel & Gastro formation (HGf) à Weggis et les cantons pour la mise en place de la nouvelle formation professionnelle initiale. J'étais aussi formatrice, tant pour la partie romande que pour la partie alémanique. Convaincue du bienfondé de l'activité d'HGf, je me suis souvent dit, comme Romande, que cette institution devait avoir une place plus marquée dans la partie francophone du pays. Voilà comment mon engagement pour HGf a pris forme.

Votre cahier des charges sera-t-il le même que celui de votre prédécesseur, Alain Rohrbach? Il sera le même avec en plus, toutefois, les tâches liées aux nouvelles formations initiales. Je pense ici au soutien aux HGf cantonales, aux écoles et aux formateurs. Ce sera en particulier le cas pour la future formation de cuisinier.

Le bureau de Lonay joue-t-il un rôle spécifique ou n'est-il qu'une antenne de la centrale de Weggis en Suisse romande? Ce bureau offre les mêmes produits que la centrale de Weggis, mais n'en joue, pas moins, un rôle spécifique, car la Suisse romande n'est pas du tout la Suisse allemande. Le Romand ne téléphone pas à Weggis. Il n'a pas les mêmes envies, les mêmes besoins, les

mêmes ressources que ses collègues alémaniques. La spécificité romande doit être respectée.

Quels seront les défis de votre nouvelle fonction?

Il s'agit, d'une part, de donner et assurer une identité propre aux prestations du bureau romand, ceci en réaménageant certains cours pour les formations de base. Je constate lors de mes déplacements que nombreux sont les formateurs qui ne connaissent pas les produits qui sont proposés. Puis, d'autre part, d'adapter au plus vite les réformes en rapport avec les nouvelles formations initiales.

Quels sont les objectifs que vous vous êtes fixés pour 2009?



«Un des objectifs pour 2009 sera de finaliser la formation de spécialiste en restauration.»

Sandra Bissig
Responsable HGf à Lonay

J'aimerais finaliser la formation de spécialiste et d'employé en restauration afin que nous puissions proposer les documents définitifs après les examens de 2009. Un nouveau livre de service sera ainsi publié l'été prochain. Il servira de document de référence. Nous devons, par ailleurs, également nous pencher sur nos cours Perfecto, Progresso et Profora.

Ces cours subiront-ils des modifications?

Oui, dans leur déroulement. Il y a une nécessité de mieux les adapter à la pratique, de mieux les cibler sur les besoins des entreprises de restauration. Je ne dirais pas que ces cours sont vieillots, mais ils sont très classiques. Les participants à ces formations doivent être formés selon l'évolution du moment présent et non passé. Dans certains cours, l'accueil doit être plus ciblé. Cela manque dans de nombreuses entreprises. Nous devons aussi nous poser des questions sur des cours plus axés sur l'hôtellerie. Il faut penser aux personnes qui ont une activité de réceptionniste et qui

aimeraient compléter ou reprendre leur activité.

Comment pensez-vous améliorer les relations entre la Suisse romande et la centrale de Weggis?

Sandra Bissig Née dans une famille de restaurateurs

Sandra Bissig remplacera Alain Rohrbach qui prendra sa retraite après 15 ans à la direction du bureau romand d'Hotel & Gastro formation. Née en 1966 à Yverdon dans une famille de restaurateur, elle a fait un apprentissage de service à l'Hôtel Bellevue à Berne et a suivi les cours à l'hôtel-école de Leysin. Elle a notamment travaillé comme assistante de direction à l'Hôtel Worbenbad à Worben, et comme gouvernante générale à l'Hôtel Bären, à Douanne. Durant 15 ans, elle a enseigné le service dans les écoles professionnelles de Bieme et de Moutier. De langue maternelle française, elle maîtrise parfaitement l'allemand. mh

J'ai déjà l'avantage d'habiter à Lyss, dans le canton de Berne, ce qui me permet de me rendre rapidement à Weggis. Comme je travaille depuis quatre ans avec ce bureau pour les formations initiales, je suis mieux implantée là-bas que ne l'était Alain Rohrbach. Je pense que la coordination et les discussions seront beaucoup plus ouvertes et fructueuses. Cela sera, par exemple, utile pour le projet de validation des acquis. Ce projet, qui me tient à cœur, est proposé seulement en Suisse romande.

Continuerez-vous à enseigner à l'hôtel-école de Leysin?

Oui, car je suis enseignante et j'adore l'enseignement. Ce poste, de quelques heures, à Leysin me permet de rester dans la pratique. Si je veux être performante à Lonay, je dois rester dans la formation. Je ne peux m'imaginer de créer des supports d'enseignement sans avoir l'opportunité de les tester dans la pratique. J'aimerais garder ce lien, car je suis plus active sur le terrain qu'assise dans un bureau.

Les liquoreux, nés pour les fêtes

Ils sont rares, ils sont chers et sont la fierté des vigneron! Vendangés en hiver, les vins liquoreux sont nés pour les menus de fête de fin d'année.

PIERRE THOMAS

Que ce soit avec du foie gras, un fromage bleu, un dessert au chocolat noir ou la bûche de Noël, les vins liquoreux se doivent de figurer à toutes les tables de fête. Souvent, ils terminent un repas. Sages, les Italiens les nomment «vins de méditation». Et si la plupart des vigneron toscans trouvent mesquins de ramollir dans ce nectar un biscuit sec à l'amande, les «cantucci con vin' santo» restent un classique de Florence. En Suisse, ils restent réservés aux amateurs.

En Valais, la tradition du vin flétri, ou mi-flétri en fonction des conditions météo, remonte à des lustres, à partir de raisins de pinot gris (malvoisie), de sylvaner (johannisberg) ou de marsanne (ermitage) vendangés plus tard. C'était une manière de profiter de l'été de la Saint-Martin, période de beau temps du début décembre. Ilya douze ans, il a fallu la Charte Grain Noble ConfidenCiel pour codifier les «bonnes

pratiques» des grands liquoreux valaisans.

L'ajout de sucre avant fermentation est interdit

«Il y a douze ans, nous voulions éviter de sombrer dans la cryo (vins de glace hors souche), le passerillage (séchage des grappes hors souche) ou l'enrichissement en sucre par osmose inverse ou par évaporateur. Résultat: une charte en dix points qui exige de vieilles vignes (plus de 15 ans), un long élevage en bois (un an en petits ou grands fûts) et une limitation des cépages (petite arvine, amigne, marsanne, pinot gris, sylvaner et pain) et interdit l'ajout de sucre avant fermentation.

Par définition, un tel cahier des charges limite ses effets au Valais: chez les Vaudois, Genevois ou Neuchâtelois, les rares liquoreux, obtenus par passerillage hors souche, sont tirés du gewürztraminer ou du chardonnay, et plus rarement, du doral, du chasselas ou du sauvignon, tous cépage interdits par la charte valaisanne.

Des vins à attendre mais rarement attendus

Il n'y a pas d'allusion non plus, dans le texte valaisan, au «botrytis cinerea». Ce champignon, tant redouté quand il s'abat sur le vignoble ayant les vendanges, est une valeur ajoutée en arrière-automne, avec la combinaison de l'humidité, puis du soleil et du feehn. Cette «pourriture

noble» modifie de façon physique la grappe de raisin et complexifie ses arômes. Les conditions de son développement sont rarement réunies et il faut patienter jusqu'en hiver pour que le raisin tourne. Plus il attend, plus le vigneron prend des risques. Depuis peu, les Valaisans se sont mis, comme à Sauternes et dans la Loire, à passer plusieurs fois dans les vignes pour cueillir des grappes de raisin, voire des raisins un à un, comme Marie-Thérèse Chappaz, en 2006, le dernier millésime soumis à la dégustation Grain Noble ConfidenCiel, avec



Quatre vins liquoreux prestigieux labellisés Grain Noble ConfidenCiel.

Pierre Thomas

«Vins doux»: une sélection de cuvées en or

En plaçant l'Ermitage du Domaine Tourbillon du puissant millésime 2004 en tête de la catégorie «vins doux», Madeleine Gay, l'œnologue vedette de Provins, a assis son triomphe de «meilleure vigneron(ne)» du pays au Grand Prix du vin suisse 2008. Les vins liquoreux sont toujours bien notés dans les concours. Pour preuve, trois «grandes médailles d'or» à Expovina, à Zurich, pour le «Grains de Malice» 2005 (90% ermitage, 10% pinot gris) de Provins, le johannisberg de la Saint-Martin 2005 du Domaine du Mont-d'Or et le Gemma Topas 2006, élevé dans une grotte du glacier du Rhône, d'Adrian Mathier. Avec son Ermitage 2006, cette même

cave salquenarde s'est classée vice-championne de Suisse des «vins doux». Et comme le Saint-Martin (de 2006, fort beau millésime), ce dernier vin, à la sucrosité maîtrisée (75 grammes par litre), a pris place parmi les nommés des «Étoiles d'or du Valais» ou trois vins labellisés Grain Noble ConfidenCiel – l'Ortyx 2005, signé Imesch à Sierre, l'Ermitage Volupté 2006 de Romain Papilloud, à Vétroz, et le johannisberg Larme de Décembre 2006 (270 g de sucre par litre) de Thierry Constantin, à Pont-de-la-Morge – ont terminés en tête.

Deux autres figures se sont fait un nom avec leurs liquoreux de petits rendements et de grande tenue, Fabienne Cottagnoud, de

Vétroz, et Marie-Thérèse Chappaz, de Fully. La première, avec une malvoisie et une amigne (merveilleuse d'élégance), la seconde, avec une petite arvine (sensorielle de puissance aromatique) et des ermitages, dont un grain à grain hors normes. Si au contraire de Madeleine Gay, elles ne présentent plus leurs précieux nectars dans les concours, elles restent, avec leurs cuvées 2006 – que nous avons dégustées – au sommet de la charte Grain Noble ConfidenCiel. pt

un vin digne d'un «escenzia», le plus concentré des tokays hongrois. Idéalement, on pourrait imaginer qu'une charte interdirait aussi la mise en marché de ces vins avant trois, cinq ou dix ans! C'est impensable commercialement. Pourtant, les vins liquoreux, quand ils sont concentrés, ont, d'une part, besoin de temps pour que tous les éléments (arômes, boisé, alcool, acidité) atteignent un équilibre. Et, surtout, ils s'améliorent notablement en vieillissant.

Pionnier des vins liquoreux valaisans, et aussi plus grand producteur suisse, bon an, mal an, le Domaine du Mont d'Or dispose encore de vieux millésimes, dont il se sépare au compte-goutte. A Sierre, lors d'une dégustation cet automne, un ermitage «Merle des Roches» 1999, exhalant la truffe, avait atteint un équilibre magnifique, comme le 1986 ou le 2004, une «année plutôt humide, donc favorable aux surmaturés comme souvent», selon Simon Lambiel, directeur du domaine. Alors, 2008, plutôt humide? Au moment de mettre sous presse cet article, les raisins des

liquoreux valaisans n'étaient pas prêts de rejoindre le pressoir! Engoncés dans leurs filets, pour éviter que les oiseaux picorent les raisins, et leur manteau de neige, ils étaient inaccessibles. «On attend le redoux et un coup de feehn. Sinon, on risque de vendanger en janvier, à une richesse en sucre relativement modeste de 140 à 150 degrés (Echslé, comme en 1996, où les vins avaient pris immédiatement une teinte orangée», pronostique Stéphane Gay. Car pour les grains nobles, c'est le Ciel qui décide...

Noël est synonyme de grand creux dans les hôtels urbains

«Pendant Noël, les hôtels urbains, Noël est l'une des nuits les plus calmes, voire la plus calme de l'année.

GENEVIÈVE ZUBER

A Noël, les hôtels se retrouvent sur deux planètes différentes, selon qu'ils sont en ville ou dans une station de montagne. En altitude, Noël marque le début de la haute saison. Le contraste est saisissant avec les hôtels des villes de plaine qui vivent alors leur grand creux annuel.

En effet, dans bien des établissements de Genève, de Lausanne ou

d'autres villes de Suisse romande, les taux d'occupation chutent autour de Noël, pour une ou quelques nuits. Conséquence: si de nombreux hôtels urbains restent ouverts, beaucoup tournent au ralenti avec un personnel réduit au minimum et des restaurants partiellement ouverts ou carrément fermés.

Certains clients essaient de dormir sans payer à Noël

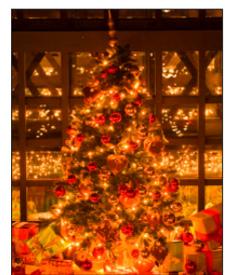
A Genève, l'Epsom Manotel, par exemple, enregistre pendant cette période un taux d'occupation se limitant entre 15 et 30%, alors que le taux annuel moyen s'élève à 90%. «Nous ne sommes pas Londres, ni Paris! Genève n'est pas une destina-

tion touristique pour les Fêtes», explique Christophe Zen Ruffinen, directeur de ce quatre étoiles. Cela ne signifie pas, toutefois, que ce soit toujours le calme plat. Christophe Zen Ruffinen a en effet constaté, à l'instar de plusieurs autres hôtels de la place, que davantage de personnes désargentées cherchent à dormir dans un hôtel sans payer pendant cette période. «A ce moment-là, les établissements sont parfois moins vigilants, étant donné les gros contingents disponibles. Il s'agit donc de prévenir ce type de problème en demandant au client de présenter une carte de crédit.»

Mais qui sont les hôtes des hôtels genevois, le soir de Noël, alors que

quasiment toutes les activités d'affaires sont suspendues? Katarina Burazin, cheffe de réception de l'Edelweiss Manotel, explique qu'il s'agit surtout de personnes en transit entre l'aéroport et les stations d'hiver, ou alors de gens venus à Genève pour rendre visite à leur famille pendant les Fêtes.

Ce trois étoiles à l'ambiance de chalet suisse joue la carte de «la montagne à la ville». Si son taux d'occupation s'élève tout de même à environ 50% à Noël, c'est sans doute que ce profil colle particulièrement aux attentes de la clientèle à cette période. Toutefois, cette performance reste bien en dessous de l'occupation annuelle moyenne.



A Noël, le taux d'occupation des hôtels urbains est très faible.

«Et ce Noël, si nous atteignons les 50%, c'est déjà bien car la crise commence à se faire sentir», précise Katarina Burazin.

La clientèle fait preuve de compréhension

A Lausanne, le creux de Noël est tout aussi marqué, si ce n'est davan-

tage, car on s'éloigne de l'aéroport international, plaque tournante du tourisme hivernal vers les stations. A l'Hôtel Aulac, par exemple, le taux d'occupation ne devrait guère dépasser les 15% et le restaurant sera fermé, «ce qui nous permettra de souffler en attendant le rush du Réveillon et des jours qui suivent où nous afficherons complet», précise le directeur Jean-Philippe Fleury.

Au Mercure Hôtel du Parc à Martigny, quatre-étoiles spécialisé dans les congrès et les séminaires, le jour de Noël, le taux d'occupation chute également, à 20%, alors qu'il atteint plus de 80% habituellement. «Nous fermons le restaurant le 24 au soir, le seul soir de l'année où nous n'assurons pas ce service, et réduisons au minimum la permanence à la réception», explique le directeur, Bertrand Savioz, qui précise que les clients, surtout des touristes en transit vers Verbier, sont avertis à l'avance et comprennent très bien la situation. «Il est normal», ajoute-t-il, «que nos 40 collaborateurs puissent fêter Noël en famille.»



«Fort heureusement, aucune valise n'a été déposée dans une mauvaise chambre aujourd'hui.»

Gudrun Schlenzcek (page 19)



La vieille-ville de Sion accueille depuis quatre ans un **Chemin des crèches**. Ces dernières ont été réalisées par des sociétés locales ainsi que par des communautés étrangères, ici la crèche de la communauté équatorienne.

Photos Emmanuel Manzi

D'une langue à l'autre

Tourisme suisse: une valeur ajoutée en progression

Dans notre pays, la valeur ajoutée générée par le tourisme en 2005 s'est élevée à 12,6 milliards de francs. Ils s'agit de 2% ou 234 millions de francs de plus qu'en 2001, peut-on lire dans le rapport sur le «Compte satellite de la Suisse, 2001 et 2005» que viennent de publier l'Office fédéral de la statistique et le Seco. Le compte satellite est un instrument qui a été créé en 1982 par l'Organisation mondiale du tourisme afin de faire prendre conscience aux Etats de l'importance économique du tourisme. Le Canada a été le premier pays à avoir mis en place un tel compte satellite en 1994. Im

Page 4

Quel avenir pour les fonds du Musée de l'hôtellerie?

Les fonds du Musée suisse de l'hôtellerie, qui se trouve à Zurich et qui fermera définitivement ses portes le 20 décembre, devraient être sauvegardés. Si ce n'est par Dorothee et Beat Kleiner, les instigateurs du musée, du moins par un autre organisme. Evelyn Lütthi-Graf, la directrice des Archives hôtelières suisses, rencontrera prochainement les époux Kleiner à cet effet. Im

Page 5

Hôtels et musique: une liaison parfois insoupçonnée



Si les hôtels ont souvent joué un rôle en vue au cinéma, il en va de même dans la musique. Une des chansons les plus célèbres à avoir le nom d'un hôtel dans son titre est certainement le tube «Hotel California» que le groupe **Eagles** a interprété pour la première fois en 1976. Nombreux sont toutefois ceux qui ignorent que cet hôtel, «un endroit délicieux» pour reprendre les paroles de la chanson, évoque l'héroïne et la dépendance qu'elle entraîne: «Tu peux quitter l'hôtel quand tu veux, mais tu ne peux jamais partir...» Autrement dit: «Si tu y touches, tu ne peux plus la quitter...» Im

Page 10

Les crèches en fête

Le chemin des crèches de Noël proposé dans la vieille-ville de Sion constitue une attraction touristique non négligeable.

EMMANUEL MANZI

Le Chemin des crèches dans la vieille-ville de Sion est une de ces attractions de Noël qui, depuis quatre ans, allient l'utile (le commerce) à l'agréable (la culture). «En terme d'image, les animations du Chemin des crèches, du Festival d'art sacré et du Marché de Noël s'inscrivent parfaitement dans le contexte de l'esprit médiéval de la ville et s'avèrent uniques en Suisse romande», explique Jean-Marc Jacquod, le directeur de Sion Tourisme. «Elles contribuent à asseoir

la réputation de la vieille-ville de Sion comme la plus belle du canton du Valais.»

Au fil des ans, Jean-Marc Jacquod a observé que c'est lors des nocturnes (Ndrl: il y en aura encore trois cette année les 19, 21 et 23 décembre) que le Chemin des crèches atteint son affluence record avec des milliers de personnes qui, tout en faisant leurs achats de Noël, viennent admirer dans la vieille-ville les dix-sept crèches de la nativité. Ces crèches artisanales ont été créées de toutes pièces par des sociétés locales et des communautés étrangères, comme celles des Erythréens, des Togois, des Tamouls, des Sri-Lankais ou des Équatoriens.

«Dès le départ, le Chemin des crèches a enregistré un vif succès. Il faut préciser que cette animation de l'Avent se déroule en pleine saison touristique hivernale», ajoute Jean-Marc Jacquod. C'est ainsi que plusieurs touristes descendent des stations pour suivre le parcours des crèches dans

la vieille-ville de Sion. C'est ainsi que la population valaisanne se plaît à revisiter la capitale valaisanne également animée à cette occasion par des lectures de contes de Noël et par des chants de Noël sur le parvis des crèches. Avec, à la Grenette, la collection toujours plus étoffée des crèches de Madeleine Fellay.

A l'origine de cette réalisation figure Blaise Titzé, opticien et membre du comité «Sion, Commerces et Services». C'est lui qui a lancé l'idée d'un chemin des crèches, en se rapprochant de l'Association des habitants de la vieille-ville de Sion. Emmanuel Théler, l'animateur pastoral de la cathédrale de Sion, a alors invité les communautés étrangères à exprimer et à concrétiser leur vision de Noël. Il a été soutenu dans sa démarche par Jean-Pascal Fournier, conseiller communal et président de la commission des étrangers.

«Des couples du sud de la France m'ont confié être revenus à Sion pour revivre ce Chemin des crèches

et je croise toujours plus de monde provenant de toute la Suisse romande», relève Blaise Titzé. Chaque année, cette animation est précédée d'un pèlerinage qui relie le Valais oriental à la cité de Sion avec des «mages» qui se déplacent avec leurs chameaux et qui viennent adorer l'enfant-roi.



La crèche de l'Association des Tamouls du Valais.



Le Chemin des crèches est précédé d'un pèlerinage avec des «mages» qui se déplacent avec leurs chameaux et qui viennent adorer l'enfant-roi.

Un village finlandais à Vevey

Il n'y a pas que Montreux qui vaut le déplacement en hiver avec son marché de Noël. Vevey dispose en effet désormais d'une patinoire et d'un village finlandais.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

L'été dernier, c'était la plage qui s'invitait au bas de la place du Marché de Vevey. En novembre, au même endroit, ce fut une patinoire qui y restera jusqu'à fin février. Depuis début décembre, c'est la Place Scanavin, au centre de la vieille-ville qui est habitée par la Finlande ou plutôt par un village finlandais. Celui-ci a été installé par les commerçants du périmètre avec la bénédiction des autorités. Une manière, pour les instigateurs de ces initiatives, de

répondre aux critiques concernant le manque d'animation de la ville et de reprendre en mains les activités laissées à leurs bons soins par un Montreux-Vevey Tourisme résolument tourné vers l'extérieur, ce qui est d'ailleurs son rôle premier et essentiel pour la région. Une manière aussi pour eux de dire qu'il n'y a pas que le Marché de Noël de

Montreux à animer les rues de la région.

Tout cela, signalons-le également, a été mis en place avec l'appui des autorités, la commune accordant des aides financières (50000 francs pour la plage, autant pour la patinoire), mais mettant également à disposition les ressources de son administration (la voirie, etc.).



Un village finlandais anime désormais la Place Scanavin.

Jean-Jacques Ethenoz

Pinot noir à l'honneur au tout nouveau Chalet RoyAlp à Villars

Ouvert lundi, le cinq-étoiles a été le théâtre d'une présentation de deux œnologues d'Ollon.



Les animateurs de la présentation: (de g. à dr.) Bernard Cavé, André Raboud, Thierry Lang et Jean-Yves Beausoleil.

Le Chalet RoyAlp Hôtel & Spa à Villars vient d'ouvrir ses portes. Il a accueilli mardi, deux œnologues d'Ollon - Bernard Cavé et Jean-Yves Beausoleil -, qui ont présenté, avec le concours du

pianiste de jazz Thierry Lang et du sculpteur André Raboud, un pinot noir d'Ollon, AOC 2007, élevé en barriques et intitulé «Baslastis». Mille six cents flacons sont disponibles. mh

Dans la peau d'un concierge d'hôtel pendant trois jours

Après notre rédactrice en chef, qui a travaillé pendant trois jours en tant que femme de chambre à l'Hôtel Margna à Sils-Baselgia aux Grisons (htr du 4 décembre), le deuxième épisode de notre série «Nos journalistes effectuent un stage à l'hôtel» relate l'expérience de Gudrun Schlenzcek, une rédactrice du cahier allemand de notre hebdomadaire qui a travaillé en tant que concierge au prestigieux Victoria Jungfrau Palace d'Interlaken. «Il s'agit d'un poste particulièrement varié. Un poste où l'on nous demande parfois de rendre possible ce qui est impossible», relève Gudrun Schlenzcek. Im

Page 19