

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2008)
Heft: 7

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 03.05.2025

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



Anna Hotel

Das Münchner Designhotel ist eins der vier Privathotels der drei Geisel-Brüder.

Seite 15

Jet-Skis

Der Vorstellung von Wassertörffs auf Schweizer Seen mögen Hoteliers und Touristiker wenig Positives abgewinnen.

Seiten 3 und 21

Süßes Wien

Schon mal vom «Süßen Eck» oder von Staud's eingemachten Früchten gehört? Das könnte beim nächsten Bumel durch Wien eine Alternative zu Sacher und Demel sein.

Seite 13

Finanzkrise

«Ab Ende Jahr dürfte sich die Konjunktur in den USA wieder aufhellen.»

Seite 5

Patrick Muhl, Senior Economist
im Economic Research
der Credit Suisse



Spitze soll top sein

Ein Verwaltungsrat prägt das Unternehmen massgeblich. Er soll daher sorgfältig ausgewählt werden.

CHRISTINE KÜNZLER

Branchenkenntnis, fachspezifisches Know-how, Erfahrungen im Finanzwesen und Sozialkompetenz – wichtige Quali-

ten, die ein Verwaltungsrat eines börsenkotierten Unternehmens mitbringen muss. Eigenschaften, die auch einem Verwaltungsrat eines Hotels und dem Präsidenten einer Tourismusorganisation helfen, seine Führungsaufgabe verantwortungsvoll wahrzunehmen. Und wenn die Verwaltungsräte auch noch prominent und vertrauenswürdig sind, können sie den Unternehmen wichtige Türen öffnen. Auch jene der Banken, wenn sie Kredite brauchen. Letztlich ist ein kompetenter Verwaltungsratspräsident auch deshalb wichtig, weil er einen ebenso kompetenten CEO anzieht. Das sagt der Zürcher

Headhunter Sandro V. Gianella, der die Stellen globaler Topshots besetzt.

Nicht ganz einfach ist die Abgrenzung zwischen Verwaltungsratspräsident und CEO oder Direktor. Im grossen Unternehmen muss der CEO die Erwartungen der Aktionäre erfüllen und gerät dadurch unter Performance-Druck. Der Verwaltungsratspräsident seinerseits steht unter Kontroll-Druck. Etwas anders zeigt sich die Situation bei kleineren Hotelgruppen oder bei Tourismusorganisationen. Peter Bratschi, Verwaltungsratspräsident der Victoria-Jungfrau-Collection AG, hat für sich

und sein Unternehmen eine Mischform gefunden: er ist, jenach Bedarf, sowohl strategisch als auch operativ tätig. Auch bei der Sunstar-Gruppe führt der Verwaltungsratspräsident Rolf Buser das Unternehmen operativ mit. Geschäftsleiter Beat Hess schätzt diese Zusammenarbeit, sagt er.

In der Tourismusorganisation Gstaad Saanenland indes sind die strategische und die operative Ebene strikte getrennt: der Verwaltungsratspräsident entscheidet lediglich über Strategien. «Das bewährt sich für unsere Destination», bilanziert Tourismusdirektor Roger Seifritz.

Seite 7 bis 10

Kommentar

Tourismussteuer in Graubünden ist auf guten Wegen



TERES LAGLER

Touristen kaufen Ansichtskarten und Souvenirs, decken sich beim Grossverteiler mit dem täglichen Bedarf ein, essen im Restaurant und logieren in Hotels oder Ferienwohnungen, die irgendwann von einer Baufirma erstellt wurden. Aus diesem Grund wird von Tourismuskreisen schon lange gefordert, dass alle, die vom Tourismus direkt oder indirekt profitieren, einen Beitrag an dessen Finanzierung leisten.

Auf lokaler Ebene ist das vielerorts glückig. Auf kantonaler Ebene scheiterte das gleiche Vorhaben

«In Uri wurde eine Abgabe abgelehnt. Im Wallis kam es gar nicht erst zur Abstimmung.»

aber bisher immer. Warum zahlen, wenn es auch ohne geht? In Uri wurde eine kantonale Tourismusabgabe im November an der Urne abgelehnt. Im Wallis kam es gar nicht erst zu einer Abstimmung. Der Widerstand des Gewerbes war zu gross. Im Tourismusgesetz, das heute im Walliser Parlament beraten wird, sind für die Tourismusfinanzierung wieder Kur- und Berberbergsteuern vorgesehen.

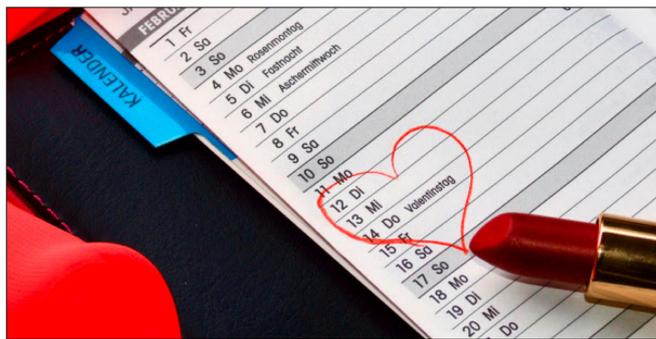
Viel versprechend sieht dagegen die Situation im Kanton Graubünden aus. Die Gewerbeverbände haben sich diese Woche geschlossen hinter die Einführung einer kantonalen Tourismusabgabe gestellt. Sie fordern zwar – und das ist ein Wermutstropfen für die Branche – eine zeitliche Befristung. Doch eigentlich ist dagegen nichts einzuwenden. Das bietet zumindest die Gelegenheit, Erfahrungen mit der Abgabe zu sammeln. Bewährt sie sich, kann die Befristung später immer noch aufgehoben werden.

Seite 3

Glück zum Valentinstag

Heute ist Valentinstag. Dieser Tag der Liebe bietet Gelegenheit, auch mal über die Liebe in der Gastronomie zu sprechen. Denn in kaum einer anderen Branche ist man so sehr auf eine gute Partnerschaft angewiesen – vor allem, wenn man zusammen einen Betrieb führt. Und wer, wenn nicht ein im gleichen Beruf Tätiger, hat schon Verständnis, wenn es abends immer wieder später wird, wenn am freien Tag wieder eine dringende Anfrage hereinschneit? Von erfolgreichen Paaren möchten wir gern wissen: Wie haben Sie sich kennen gelehrt? Singles, die noch auf der Suche sind, bieten wir eine neue Inseraterubrik namens «Glückstreffer».

Seite 14



Zum Valentinstag wünschen wir allen Paaren Glück. Und bieten allen anderen einen «Glückstreffer».

Hotelzimmer online

Preispolitik im Internet sorgt für Diskussionen

Hotelzimmer auf Internetplattformen sind unterschiedlich teuer: Die einen setzen auf Preisflexibilität, die anderen sprechen sich für Parität aus. Dass die neuen Vertriebskanäle erwünschte Marketingtools sind, ist unbestritten. Doch grosse Preisdifferenzen zwischen hoteleigenen Raten und Internetangeboten erfreuen weder Gäste noch Hoteliers. The Leading Hotels of the World haben sich an einer Konferenz letzte Woche für fixe Preise ausgesprochen.

Seite 11

Hotel-Klassifikation

Kaum Echo für Gastrosuisse-Hot-C

Um das Hotelklassifikationssystem von Gastrosuisse, das bei der Lancierung vor zwei Jahren für Diskussionen sorgte, ist es ruhig geworden. Die Anzahl von 150 Betrieben, die man beim Verkünden der Hot-C-Kategorisierung noch 2006 klassifizieren wollte, hat man bis heute nicht erreicht. Gerade 87 Betriebe konnte man bis anhin gewinnen. Man wolle das Engagement aber weiter ausbauen, verspricht man bei Gastrosuisse.

Wie hotellerieusuisse unterteilt Gastrosuisse in fünf Stufen: «Category C1» (tiefste) bis «Category C5» (höchste). Die beiden obersten Klassen sind noch nicht realisiert. «Wir wollten bei der Einführung der neuen Klassifikation eigentlich, dass alle unsere Mitgliedshotels zur Hot-C-Klassifikation übertreten», erzählt Jürg Boss, Vorstandsmitglied der Swiss-Budget-Hotels, «doch das Echo war nicht so gross.»

Seite 4

Berufsbildung

Bonus/Malus scheidet die Geister

Gastro Graubünden erwägt die Schaffung eines Berufsbildungsfonds im Sinne eines Bonus-Malus-Systems. Geschäftsführer Fluregn Fravi kann sich auch eine nationale Lösung vorstellen. Gastrosuisse-Direktor Florian Hew hält wenig von solchen Umverteilungssaktionen, «die von der politischen linken Seite angedacht werden». Dagegen sind in einigen Westschweizer Kantonen Berufsbildungsfonds bereits etabliert.

Seite 4

www.htr.ch

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



9 771662 334000 07

MIRELA – wegweisende Backoffice-Gesamtlösungen von MIRUS und HOTELA.

MIRELA

www.mirela.ch

Aus der Region

Graubünden

«Neue Gäste» im Fokus: Bündner Businessplan 2012



Swiss-Image

Die Geschäftsleitung von Graubünden Ferien (GRF) hat den Businessplan für die Jahre 2008–2012 erarbeitet. Seine zentralen Aspekte sind nun in einer Broschüre zusammengefasst: Neue Gäste aus Aufbaumärkten sollen gewonnen werden, die Auslastung erhöht und zu diesem Zweck innovative Produkte entwickelt werden. Der Businessplan diente der Bündner Regierung als Grundlage für ihren Leistungsauftrag, und den entsprechenden Kreditrahmen. Das Budget für 2008 sieht Aufwendungen und Erträge in der Höhe von 10,9 Mio. Franken vor. kjv

Davos: Luxushotel mit 428 Betten ist genehmigt

Die Bündner Regierung hat die Sonder-Nutzungsplanung für das projektierte 428-Betten-Luxushotel in Davos-Dorf genehmigt. Bereits im März will nun die Stilli Park AG das Baugesuch für das geplante Hotel einreichen. Der Spatenstich für das 120-Mio.-Franken-Projekt soll noch im Sommer 2008 erfolgen. Seine Eröffnung haben soll das Hotel, das von der InterContinental Hotels Group betrieben werden wird, im November 2010. Thomas Spielmann, VR-Präsident von Davos Tourismus, sagte der «Südostschweiz», dass es ein extrem positives Zeichen für den Vorwärtsschritt im Davoser Tourismus sei. kjv

Bern

Brienz, Interlaken lassen Hasliberg enttäuscht zurück

In der Region Brienzsee werden die Karten im Tourismus neu gemischt. Angestrebt wird eine Vollintegration der IG Tourismus Brienz bei Interlaken Tourismus (TOI). Das Haslital bedauert diese Entwicklung. Sofern die Vollintegration von Brienz bei TOI gelingt, werde Brienz auf Anfang 2009 einen Destinationswechsel vollziehen, teilte Haslital Tourismus mit. Es werde die bestehende Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde Brienz bis Ende 2008 weiter erfüllen. Das Haslital bleibe für Marketingkooperationen im Berner Oberland offen. sda/kjv

Skepsis gegen schnellen Weg aufs Jungfraujoch

Die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) reagiert skeptisch auf die Idee der Jungfrauabahn, das Jungfraujoch ausser mit der bestehenden Zahradbahn auch mit einem neuen Lift oder einer Standseilbahn zu erschliessen. SL-Projektleiterin Christine Neff sagte der Nachrichtenagentur sda auf Anfrage, sie befürchte, dass mit einer neuen Personenbeförderungsanlage aufs Jungfraujoch der Druck auf diese Landschaft zunehmen würde. Die Jungfrauabahn wollen mit Umweltorganisationen, Behörden und auch Landbesitzern Kontakt für weitere Abklärungen aufnehmen. kjv/sda

Park-Label reicht nicht

Um touristisch erfolgreich zu sein, genügt es nicht, wenn ein regionaler Naturpark vom Bund Finanzhilfen und ein Label erhält.

DANIEL STAMPPU

Im Segment des naturnahen Tourismus braucht es in erster Linie die landschaftlichen Voraussetzungen, sagt Dominik Siegrist, Leiter Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft an der Hochschule für Technik in Rapperswil. Dies werde durch die Verleihung des Parklabels (siehe Text unten) einigermassen erfüllt. Gemäss Siegrist müssen aber noch andere Voraussetzungen erfüllt sein, damit ein regionaler Naturpark sich touristisch erfolgreich positionieren kann. «Vor allem ist eine adäquate Infrastruktur notwendig. Denn ohne Hotelbetten und ohne Angebote ist eine touristische Wertschöpfung nicht möglich», so



Auch im Diemtigtal soll ein Regionaler Naturpark entstehen.

Siegrist. In diesem Zusammenhang erwähnt der Rapperswiler Tourismusforscher etwa den regionalen Naturpark Diemtigtal. «Im ganzen Diemtigtal gibt es kaum ein gutes Hotel.» Solche Regionen müssten sich überlegen, wie sie zu qualitativ guten Übernachtungsmöglichkeiten kommen. «Allenfalls muss auch etwas Neues gebaut werden», so Siegrist.

Neben der Infrastrukturbedürfe es auch einer professionellen Angebotsentwicklung. Der Besucher von regionalen Naturparks

bevorzuge tendenziell eher kleine regionaltypische Gasthäuser, eine regionale Speisekarte, eventuell auch mit biologischen Produkten, ist der Rapperswiler Tourismusforscher überzeugt. «Sicher will er nicht grosse Hotelbauten und Fast-food.»

Nur gemeinsame Vermarktung führt zum Erfolg

Entscheidend für den Erfolg ist auch die Vermarktungsstrategie. «Das Bewusstsein, dass die Vermarktung nicht einzeln geschehen

kann, ist bei den einzelnen Trägerschaften mittlerweile vorhanden», sagt Dominik Siegrist. Die Zusammenarbeit und gemeinsame Vermarktungskonzepte seien für die regionalen Naturparks elementar, um auch international auf sich aufmerksam machen zu können.

Für alle Ende Januar beim Bundesamt für Umwelt BAFU eingereichten Gesuche sieht Siegrist «durchs Band sehr gute Chancen». Das seien «Projekte der ersten Stunde». Bei allen Projekten müssten allerdings noch gewisse Fragen geklärt werden. Im Parc Ela etwa sei die Richtplanung wegen des Resortprojekts Radons ein Thema. Im Naturparkprojekt Diemtigtal bestehe die Problematik in der geringen Grösse des Gebiets. Der Kanton Bern sei daran interessiert, dass der Perimeter zusammen mit dem Simmental vergrössert werde.

Die Region Thal im Kanton Solothurn mit ihrem Naturparkprojekt sei zwar keine touristische Region. Es handle sich aber um ein sehr interessantes Projekt, das sehr gut von der Bevölkerung mitgetragen werde. «Es ist vermutlich jenes Projekt, welches von der Bevölkerung her die grösste Zustimmung hat», so Siegrist. Der Erholungstourismus, auch der Tagestourismus,

dürfte eine relativ starke Rolle spielen. «Es fällt als Projekt nicht ab, ist aber einfach etwas anders gelagert.» Problematisch sei höchstens, dass es kaum Übernachtungsangebote gebe, und es dementsprechend schwierig sei, Touristen ins unbekanntere Thal zu holen.

Keine Gefahr, dass die ganze Schweiz zum Naturpark mutiert

Aus Sicht des Tourismus sieht Siegrist nicht nur Chancen, sondern auch Risiken und Gefahren. «Die bestehen aber nicht darin, dass der Tourismus an seinen Aktivitäten gehindert würde, sondern eher in der mangelnden Zusammenarbeit zwischen Naturpark- und Tourismusseite.» Siegrist wertet es als Erfolgsfaktor, wenn beide Seiten «zusammen ins Boot sitzen und die Sache gemeinsam angehen».

Der Tourismusforscher befürchtet nicht, dass die ganze Schweiz dereinst ein einziger Park sein werde. Wenn alles Geplante realisiert würde, «was aber kaum der Fall sein wird», wären nicht mehr als 10 Prozent der ganzen Fläche der Schweiz betroffen. Eine andere Optik hätten die Japaner: für sie sei die ganze Schweiz ein Park.

Gesuche für zehn Pärke

Acht Kantone haben beim Bundesamt für Umwelt (BAFU) insgesamt zehn Projekte für Naturparks von nationaler Bedeutung eingereicht. Sie wollen mit Bundesgeld unterstützt und mit dem markengeschützten grünen Parklabel ausgezeichnet werden.

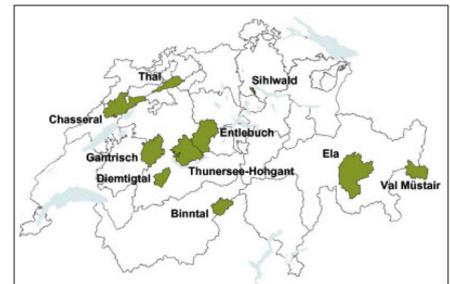
Das BAFU wird die Gesuche nun prüfen und im Spätsommer über die Zertifizierung und die Finanzhilfe entscheiden. BAFU-Vizedirektor Willy Geiger zeigte sich angesichts der hohen Quali-

tätsanforderungen beeindruckt von der Zahl der Projekte. In neun Fällen sind Regionale Naturparks, in einem Fall ein Naturerlebnispark geplant. Die Projekte befinden sich indes in unterschiedlichen Stadien der Realisierung. Bereits in Betrieb sind die Unesco-Biosphäre Entlebuch LU und die Biosfera Val Müstair GR.

Noch in der Errichtungsphase befinden sich der Landschaftspark Binntal VS und die Regionalen Naturparks Thal SO, Ela GR (Oberhalbstein und Albulatal),

Chasseral im Berner und Neuenburger Jura, Diemtigtal BE, Ganttrisch BE/FR und Thunersee-Hohgant BE. Ebenfalls erst geplant ist der Naturerlebnispark Sihlwald ZH.

Jene Parks, die das Label erhalten, werden vom BAFU mitfinanziert. Spätestens ab 2012 stellt der Bund dafür jährlich 10 Millionen Franken zur Verfügung. 2008 kann das BAFU insgesamt 3,5 Millionen beisteuern. Dieser Betrag steigt in den Jahren danach sukzessive an. dst/sda



Zehn Pärke von nationaler Bedeutung möchten Bundesgelder.

Entrée: Swissôtel Le Plaza in Basel.



Wenig Freude an Jet-Ski

Die Tatsache, dass dereinst Jet-Skis auch auf Schweizer Seen zugelassen werden könnten, löst in Tourismuskreisen kaum Euphorie aus.

DANIEL STAMPFLI

Im Zusammenhang mit der Übernahme des Cassis-de-Dijon-Prinzips sollen auch Wassertöfss, so genannte Jets-Skis, mit einer Geschwindigkeit von über 60 Kilometern pro Stunde auf Schweizer Seen erlaubt sein. Bis im Jahr 2009 sollen die Kantone die Wasserflächen und die Startgassen bestimmen, wo die Jet-Skis verkehren dürfen.

Hoteliere mit Seeanstössen zeigen kein Verständnis für das Vorhaben. «Dieser Wassersport ist für unsere Hotelgäste und die Seeanstösser zu laut», sagt Thomas Egli, Direktor des Seehotel Hermitage in Luzern. Die Anzahl der heute zahlreich verkehrenden Motorboote sei bereits gross genug.

Nathalie Grisoni, Direktorin des Hotel Steigenberger Bellevue au Lac in Zürich, befürchtet, dass der Lärm der Jet-Skis die Gäste in ihrer

Ruhe und beim Genuss der frischen Luft am See stören würde. Überhaupt keine Probleme auf sich zukommen sieht hingegen François Dussart, Direktor des Beau-Rivage Palace in Ouchy.

Eher diplomatisch drückt sich Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes, aus. Die Zulassung von Jet-Skis könnte einerseits neue Besucher anlocken, andererseits aber jene vertreiben, welche an den Seeufern Ruhe suchen. Lütolf hält kantonale Regelungen für angezeigt, damit für alle Betroffenen tragbare Lösungen gefunden werden können.

Ruhe und Erholung – Action, Fun und Abenteuer

Von notwendigen «ganz klaren Regelungen» spricht auch Esty von

«Wir fördern ökologische und nachhaltige Angebote. Jet-Skis passen da nicht dazu.»

Urs Raschle
Zug Tourismus

das Verbot des Fahrens dem Ufer entlang. Generell will Esty von Holzen den Jet-Skis keine Abfuhr erteilen. «Einerseits suchen unsere Gäste Ruhe und Erholung, andererseits Action, Fun und Abenteuer.» Und Jet-Ski-Angebote könnten den Sommertourismus an den Seen attraktiver werden lassen.

«Ich habeschon etwas Mühe mit der Vorstellung von Jet-Skis auf



Fotolia

Jet-Skis auf Schweizer Seen: Bei Hoteliers und Touristikern mag keine Begeisterung aufkommen.

dem Zugersee», sagt Urs Raschle, Geschäftsführer Zug Tourismus. «Wir wollen eher ökologische und nachhaltige Angebote fördern. Und da passen Jet-Skis nicht so ganz ins Konzept», so Raschle. Einen grossen Ansturm erwarte er ohnehin nicht. Und wenn überhaupt, wäre dies auf dem Zugersee nur beschränkt möglich, allenfalls im Ostbereich. Der ganze Westbereich stehe unter Uferschutz.

Simone Fehr, Geschäftsführerin Rapperswil Züriche Tourismus, betrachtet die Angelegenheit eher kritisch. «Kurzfristig wäre es sicher ein attraktives Angebot. Aber lang-

fristig muss man im Rahmen des Klimawandels eher auf den nachhaltigen Tourismus setzen.» Der Platz auf dem See sei beschränkt, nachdem auf dem Züricheesee schon heute viel Schiffs- und Bootsverkehr herrsche. «Es ist ein kleines Segment, welches an Jet-Skis Freude hat», ist Simone Fehr überzeugt.

Negative Auswirkungen auf Fauna und Flora

«Wassertöfss sind heikel, insbesondere auf kleineren Gewässern wie etwa dem Bielersee», sagt Samuel Kocher, Direktor Tourismus Biel Seeland. Der Bielersee sei

schon sehr stark vom lizenzierten Schiffsverkehr beansprucht. Ein Jet-Ski-Angebot sei keineswegs adäquat zu dem, was die Region touristisch verkaufe. Dazu passe eher die Ruhe oder der Gedanke der Human Powered Mobility.

Es überrascht wenig, dass sich Pro Natura klar gegen die Wassertöfss ausspricht. Wichtiges Argument: Sie würden die Wasservögel verschrecken. Zudem würde der Brennstoff die Fauna und Floraverschmutzen, sagt Nicolas Wäthrich von Pro Natura.

Mit übersetzten Auszügen aus dem Cahier français, Seite 21.

Aus der Region

Zürich

Hotels «Belvoir» und «Sedartis» vor Synergie-Effekten

Nach einem Investorenwettbewerb präsentierten der Rüsckliker Gemeinderat und der Verwaltungsrat der AG Belvoir eine Lösung für die Neuausrichtung des Hotels Belvoir. Der Thalwiler Investor und Hotelier Heinz Meier (Hotel Sedartis) beabsichtigt, 90 Prozent des Aktienkapitals der AG Belvoir von der Gemeinde Rüscklikon für 3,5 Mio. Franken zu übernehmen und 22 Mio. Franken in Renovation und Ausbau des Hotels zu investieren. Die Gemeindeversammlung muss der Änderung des Gestaltungsplans noch zustimmen. Rüscklikon erhält damit ein modernes 4-Sterne-Hotel mit 63 Zimmern, das neue Massstäbe setzen will: Eröffnung im Sommer 2010. kjv

Novotel Airport: Dank Renovation von 3 auf 4 Sterne

Das Novotel Zürich Airport Messe ist 2006 und 2007 im Innern und beim Holeingang mit einer Investitionssumme von insgesamt 12 Mio. Franken vollständig renoviert worden. Das Hotel wurde deshalb von drei auf vier Sterne aufgewertet. Die erneuerten 255 Zimmer, die Lobby mit «Web Corner», der erweiterte Holeingang mit neuer Glasfassade, das Restaurant und die Lounge-Bar, der Fitnessraum und die Sauna genügen den Anforderungen gehobener Hotellerie. Mit 8 Bankett- und Seminarräumen für Anlässe bis 250 Personen ist es ein Kongresshotel in Messe/Airport-Lage. kjv

Luzern

Radisson SAS Hotel Luzern: Neue Zimmer

Seit Anfang Januar laufen die Erweiterungsarbeiten im Radisson SAS Hotel Luzern. Bis Mai 2008 entstehen dabei neben 21 Standard- und Business-Zimmern auch eine Junior-Suite und eine luxuriöse Suite mit Sitzungszimmer. Ein zusätzlicher Seminarraum auf der Veranstaltungsetage wurde bereits in einer ersten Umbauphase erstellt. In den Umbau investiert Hotelbesitzer Ernst Marchaux 2,5 Mio. Franken. kjv

Appenzell

Kultureller Frühling im Hügelland



ZVG

Appenzeller sind «Frühzünder»: Das soll der ab dem Februar im Hügelland zwischen Bodensee und Säntis gespannte Bogen von der Streichmusik über A-Capella-Gesang bis zur Live-Performance zeigen. Ursus Wehrli, Künstler und Kabarettist, räumt im Februar hohe Kunst von Klee bis van Gogh auf. Wortkünstler zeigen an den Appenzeller Kabarett-Tagen im April die Lachmusik. Die eher traditionelle Seite des Appenzellerlandes zeigt sich am «Strichmusigtage» in Urnäsch. kjv

www.appenzell.ch

Wirtschaft ist für Tourismusabgabe

Die Bündner Wirtschaftsverbände unterstützen die Einführung einer kantonalen Tourismusabgabe. Sie fordern aber, dass sie zeitlich begrenzt wird.

THERES LAGLER

Neue Abgaben und Steuern stossen in der Wirtschaft in aller Regel auf erbitterten Widerstand. Im Kanton Graubünden ist das für einmal anders: Der Gewerbeverband, die Handelskammer, der Arbeitgeberverband und der Hotelierverein haben sich am Dienstag hinter die geplante Einführung einer kantonalen Tourismusabgabe (KTA) gestellt. «Wir sind der Auffassung, dass zum Umbau der bisherigen touristischen Strukturen eine gesamt-kantonale Tourismusabgabe

eingeführt werden soll, weil letztlich der gesamte Kanton und damit die gesamte Volkswirtschaft von den neuen Tourismusstrukturen profitieren wird», betonte Marco Ettisberger, Geschäftsführer der Handelskammer und des Arbeitgeberverbands. Schon heute seien rund 40 Prozent der Bündner Wirtschaft direkt oder indirekt vom Tourismus abhängig. Deshalb dürfen die übrigen Wirtschaftsteilnehmern die Befindlichkeit des Tourismus nicht gleichgültig sein. Allein in den letzten zehn Jahren seien 4000 Arbeitsplätze im Tourismus verschwunden.

Zustimmung ist an mehrere Bedingungen geknüpft

Das Ja der Wirtschaftsverbände zur kantonalen Tourismusabgabe ist allerdings an mehrere Bedingungen geknüpft, wie Jürg Michel, Geschäftsführer des Gewerbe-

verbands, klar machte. So fordert die Wirtschaft unter anderem, dass sich der Kanton Graubünden stärker als bisher vorgesehen mit allgemeinen Steuermitteln an der Tourismusfinanzierung beteiligt. Eine einseitige Abwälzung der Kosten auf die Wirtschaft und die Zweitwohnungsbesitzer werde nicht toleriert. Zudem soll die kantonale Tourismusabgabe zeitlich befristet werden. «Die kantonale Tourismusabgabe ist ein notwendiges Übel, um die Tourismusreform voranzutreiben. Das Ziel muss aber sein, dass sich die ganze Tourismuswirtschaft langfristig wieder selbst finanziert», so Michel. Deshalb sei es wichtig, beispielsweise nach sieben Jahren zu

überprüfen, ob die neue Abgabe zum Erfolg geführt habe oder nicht.

Statt 44 neu 58 Millionen Franken für den Tourismus

Doch wie genau funktioniert diese kantonale Tourismusabgabe? Eugen Arpagaus, Leiter des Amts für Wirtschaft und Tourismus, erklärte, dass als Bemessungsgrundlage für das Gewerbe und die Beherberger die AHV-Lohnsumme dient, aber auch die Tourismusabhängigkeit und Wertschöpfungsintensität der jeweiligen Branchen und Regionen berücksichtigt werden. So zeigen erste Berechnungen, dass für einen Gewerbebetrieb in einem

«Die Abgabe ist ein notwendiges Übel, um die Tourismusreform voranzutreiben.»

Jürg Michel
Gewerbeverband Graubünden

Statt 44 neu 58 Millionen Franken für den Tourismus

Heidi lernt «Alpine Wellness»

Am 1. März startet das Regio-Plus-Projekt «Alpine Wellness Heidiland». Bund und Kanton unterstützen das Projekt einer eigenen Produktpalette.

KARL JOSEF VERDING

Wellness-Tourismus ist für die Ferienregion Heidiland allerdings nichts Neues – schaut man sich etwa das Spa-Village Bad Ragaz an. Dem immer stärker wachsenden Wohlfühl-Trend – versehen mit spezifischen alpinen Charakteristika – soll das neue Regio-Plus-Projekt Rechnung tragen. Es handelt sich dabei nach «Heidiland Turbo» in fünf Jahren um das zweite Regio-Plus-Projekt der Ferienregion, das vom Bund und vom Kanton St. Gallen mit jeweils über einer Million Franken unterstützt wird. Die Ferienregion Heidiland soll zu einer der führenden Alpine-Wellness-Destinationen im Alpenraum werden. Die Produktpalette wird zum Teil aus bisherigen Angeboten der Region bestehen, soll aber mit neuen attraktiven Angeboten ergänzt werden. «Hier

ergeben sich Chancen für alle Leistungsträger der Ferienregion Heidiland: Sie können bei der Schaffung von attraktiven Produkten zum Thema Alpine Wellness mit einer Anschubhilfe rechnen», meint Patrick Müller, Projektleiter «Heidiland Turbo» und für die Startphase 2008 auch Projektleiter «Alpine Wellness Heidiland». Somit wird die Kernaufgabe des neuen Regio-Plus-Projektes «Alpine Wellness Heidiland» in der Produktentwicklung bestehen.

«Attraktive Produkte zum Thema können mit einer Anschubhilfe rechnen.»

Patrick Müller
Projektleiter

Die erste Schweizer Schneesporthalle wird frühestens 2010 kommen

Zwischen 50 und 100 Mio. Franken soll das Erstellen der Schneesporthalle kosten. Der Standort ist noch unklar.

Ganz so weit, wie es letzte Woche die Gratiszeitung «cb» schrieb, ist das Projekt einer ersten Schweizer Schneesporthalle nicht gediehen: «Grünes Licht haben wir noch nicht gegeben», so der Projektleiter der IG Schnee, Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismus-Verband. Letzte Woche verifizierten die Projektträger und Co-Sponsoren lediglich die Zwischenresultate der Machbarkeitsstudie, die Ende Februar dann vorliegt und 75000 Franken kostet. Am 11. März will man mit der Studie, welche ökonomische und ökologische Eckwerte absteckt, an die Öffentlichkeit. Die

Standortfrage wird dann noch nicht gelöst sein. «Wir vergleichen verschiedene Optionen: Nordost und Nordwestschweiz, Mittelland bis hin in die Westschweiz», so Lütolf. Klar ist, dass die Halle energieeffizient und mit öffentlichem Verkehr erreichbar sein muss. Noch in diesem Jahr möchte man auf die Suche nach einem geeigneten Investor gehen. Querfinanziert wird Events, Gastronomie muss der laufende Betrieb die Kosten decken. «Das Geschäftsmodell muss überzeugen, reich kann man mit der Schneehalle sicher nicht werden», konstatiert der Projektleiter. ggf

Schweiz

11. Schweizer Ferientag: Motto «Out of the Box»

Der 11. Schweizer Ferientag findet am 8. April 2008 im Palazzo dei Congressi in Lugano unter dem Motto «Out of the Box» statt. Unter den Referenten und Gesprächsteilnehmern werden erwartet: Jean-François Roth, Präsident Schweiz Tourismus; Bundesrätin Doris Leuthard; Andrew Razeghi, Professor an der Kellogg School of Management, Chicago; Guglielmo L. Brentel, Präsident htelieriesuisse; Benedikt Weibel, Bundesdelegierter für die Euro 2008; und Hans-Kaspar Schwarzenbach, noch Arosa Tourismus, ab August 2008 Direktor der neuen Destination Davos-Klosters. kjv

Details/Anmeldung: www.stnet.ch

«Historisches Hotel / Restaurant des Jahres 2009»



Die Auszeichnung wird für 2009 erneut ausgeschrieben: Gesucht werden historische Hotels und Restaurants der Schweiz, die entweder gut erhalten und gepflegt, kürzlich restauriert oder mit qualitativsten Neubauten erweitert wurden. Die Auszeichnung wird am 24. September 2008 verliehen. Unterlagen unter www.icomos.ch/histhotel.html oder bei ICOMOS Schweiz, c/o Denkmalpflege des Kantons St. Gallen, Rorschacherstr. 23, 9001 St. Gallen, Tel. 071 229 38 71. Eingabefrist für die Dossiers an diese Adresse ist der 31. März 2008. kjv

Swiss übernimmt Kuonis Edelweiss – die Marke bleibt

Kuoni verkauft seinen Ferienflieger Edelweiss Air an die Fluggesellschaft Swiss. Der Reiseveranstalter und die Lufthansa-Tochter schliessen zudem eine strategische Partnerschaft, die auch den Verkauf des Kuoni-Hotelangebots (rund 15 000 Häuser) über die Website der Swiss umfasst. Die Swiss will sich das Ferienflug-Geschäft erschliessen. Die Kartellbehörden müssen dem Zusammenschluss noch zustimmen. kjv/sda

Aus dem cahier français

Herausforderung Grossbaustellen: Walliser Aussicht

Die grossen gegenwärtigen Baustellen und weitere touristische Mega-Projekte im Wallis finden sich auf der Anklagebank wieder. Es gibt dringenden Bedarf an präzisen Regeln, und der Kanton hat mehrere Schritte in diese Richtung getan. Wie kann die regionale Entwicklung beherrschbar bleiben, wenn eine ganze Welle von Immobilien-Projekten über Verbier, Les Mayens-de-Bruson, Anzère, Nendaz, Grimenz, Champéry, Crans-Montana, Amina und Zermatt zusammenschwappt? Der Kanton will Gross-Projekte nur fördern – namentlich in Bezug auf die Lex Koller – wenn sie unter anderem mindestens 51% Hotellerie-Kapazität bieten. kjv

Seite 19

Gäste greifen nach Sternen

Tourismusbüros weigern sich, die Gastro-Hotelkategorien einzuführen. Hoteliers bemängeln die fehlende Bekanntheit vom Hot C.

GUDRUN SCHLENZCEK

Für Jürg Boss vom Hotel Derby in Interlaken, ausgezeichnet mit 2 Sternen und gleichzeitig in der C3-Category, ist die Teilnahme an der Gastrosuisse-Klassifikation ein Test, der punkto Marketing klar für die htelieriesuisse-Sterne ausfällt: «Das Echo auf C3 ist bei den Gästen Null.» Boss wirft Gastrosuisse vor, der Verband unternehme zu wenig für einen steigenden Bekanntheit der Hot-C-Kategorien: «Ich stelle fest, dass Gastrosuisse das Marketing der neuen Klassifikation etwas verschläft.»

Ins gleiche Horn bläst Bernhard Marti, Inhaber des «Bären» in Ostermündigen (3 Sterne und C3): «Die Hot-C-Kategorie kennt niemand.» Verkaufen könne man ein Hotel weiterhin nur über die Sterne, «die kennt jeder». Um die Marketingwirkung der Sterne wusste anscheinend auch Klaus Künzli, Zentralpräsident von Gastro-

suisse, der vor Marti den «Bären» führte: Als Bernhard Marti den Gasthof letzten August von diesem übernahm, war der Betrieb nämlich sowohl bei Gastrosuisse als auch bei htelieriesuisse klassifiziert. Das möchte Marti jetzt wieder ändern: «Wenn ich mich entscheide, dann für die Sterne.»

Bei den Tourismus-Büros und bei Schweiz Tourismus bietet man nicht Hand, um die Bekanntheit der Gastrosuisse-Klassifikation zu steigern. «Das örtliche Verkehrsbüro kommuniziert die Hot-C-Bewertung nicht», kritisiert Jürg Boss.

Das Gleiche stellt Margrit Karlen, Inhaberin des Hotels Bündnerhof in Klosters fest: «In der Liste des Verkehrsbüros werden Hot-C-Betriebe irgendwo unter den Pensionen aufgeführt, und nicht parallel zu den Sternen. Die Verkehrsbüros respektieren nur die Sterne.» Die Marketingleiterin von Klosters Tourismus, Bettina Bolliger, will keine Hot-C-Klassifikation im Unterkunftsverzeichnis: «Die Hotel-Sterne sind doch das, was man auf der ganzen Welt versteht.» Ins gleiche Horn bläst man bei Schweiz Tourismus. «Bis auf Weiteres verwenden wir die Hot-C-Kategorie nicht», so Eva Brechtbühl, Mitglied

der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus, und begründet: «Die Hotel-Klassifikation von Gastrosuisse ist bei den Gästen noch zu wenig bekannt.» An den Marketing-Aktivitäten von Schweiz Tourismus könne aber ein Gastrosuisse-Betrieb genauso teilhaben.

Von den Sternen verabschiedet hat sich Margrit Karlen, der «Bündnerhof» ist heute ein C2-Betrieb. 60 Jahre lang sei der Familienbetrieb bei htelieriesuisse gewesen. Der Entscheid ist Karlen, ehemals Vorstandsmitglied des lokalen Hoteliervereins, nicht leicht gefallen. Der Grund: «htelieriesuisse macht zu wenig für die kleinen Betriebe.» Und im Gästemarketing merke man keinen Unterschied: «Unsere Gäste legen sowieso nicht Wert auf eine Klassifizierung.»

Für Jürg Boss vom «Derby» in Interlaken gibt es einen anderen Grund, warum die Gastrosuisse-Klassifikation attraktiv ist: «Die Formulare sind wesentlich leichter auszufüllen, und die Gebühren sind spürbar günstiger.» Die 3-Sterne-Klassifikation kostet einen Betrieb mit 15 Zimmern, der Mitglied 1175 Franken, bei Gastrosuisse muss ein gleich grosser Betrieb 150

«Die Hotel-Sterne sind das, was man auf der ganzen Welt versteht.»

Bettina Bolliger
Klosters Tourismus



Verkaufen kann sich ein Hotel nur über die Sterne-Klassifikation.

Franken zahlen – plus eine einmalige Gebühr von 150 Franken.

Das Klassifikationssystem ist nicht das einzige, was bei Gastrosuisse harzt. Auch um die «Strategie Orange», die letzten Juni lanciert wurde, ist es ruhig geworden. Peter Rosenberger vom «Vorderen Sternen» und «Rosaly's» in Zürich,

der das Food-Moduling sozusagen als Pilot testen sollte, hat den Versuch erstmal aufgeschoben: «In einer A-la-carte-Küche ist das Food-Moduling fast nicht möglich.» Auch die angestrebte Integration in die Weiterbildungen bei Hotel & Gastro Formation in Weggis ist nicht erfolgt.

Bonus/Malus ist umstritten

Gastro Graubünden denkt zur besseren Nachwuchsförderung über finanzielle Anreize nach. Im Wallis gibt's schon einen kantonalen Berufsbildungsfonds.

ROBERT WILDI

Im Bündner Gastgewerbe sorgt man sich um die Nachwuchsförderung. Nur noch jeder fünfte Hotel- und Restaurationsbetrieb im Kanton bildet

Lehrlinge aus. «Das ist deutlich zu wenig», sagt Flureng Fravi, Geschäftsführer von Gastro Graubünden. In der Not macht man sich im Bergkanton nun Gedanken, wie die Situation zu verbessern ist. Bis im April will Fravi mittels einer Umfrage bei den kantonalen Gastrobetrieben den Puls fühlen. Er erhofft sich Erkenntnisse, aus denen griffige Massnahmen zur Problemlösung abgeleitet werden können.

Fravi selbst zieht die Schaffung eines Berufsbildungsfonds in Erwägung. Gastrobetriebe ohne Lehrlinge müssten diesen im Sinne eines Bonus-Malus-Systems mit finanziellen Abgaben alimentieren, die dann Betrieben, welches sich für eine kostspielige Lehrlingsausbildung entschieden haben, zugute

kämen. Fravi weiss, dass auch die Gastro- und Hotelierverbände in anderen Kantonen vom gleichen Problem betroffen sind. Er kann sich deshalb vorstellen, dass der Wille für eine derartige Branchenlösung auf nationaler Ebene durchaus vorhanden wäre.

Beim nationalen Branchenverband Gastrosuisse herrscht dazu indes eine ganz andere Meinung. Von solchen Umverteilungsaktionen, «die von der politisch linken Seite angedacht werden», halte man wenig, sagt Direktor Florian Hew. «Mit finanziellen Anreizen neue Lehrstellen schaffen zu wollen, ist der falsche Weg und führt zu einer falschen Motivation der Betriebe», ist er überzeugt. Von den Aktivitäten im Bündner Regional-

verband habe Gastrosuisse zur Stunde offiziell keine Kenntnis.

Während sich also Gastrosuisse klar gegen einen Branchenfonds zur finanziellen Unterstützung von Lehrlingsbetrieben ausspricht, profitieren die Gastronomien und Hoteliers in der Westschweiz im Rahmen eines kantonalen Berufsbildungsfonds bereits von solchen Zahlungen. Wie Jean-Daniel Zuferey, Geschäftsführer der Schweizerischen Berufsbildungsämter-Konferenz (SBBK), bestätigt, sind in den Kantonen GenÈve, Neuchâtel, Fribourg, Jura und auch im Tourismuskanton Wallis bereits Berufsbildungsfonds etabliert. «In der Romandie haben sich auch die Arbeitgeber geschlossen hinter eine solche Lösung gestellt», so Zuferey.

Walliser Gastronomien und Hoteliers profitieren also heute schon von finanziellen Anreizen, wenn sie sich zur Ausbildung von Lehrlingen entschliessen, und haben damit ihren Branchenkollegen in den übrigen Tourismus-Zentren etwas voraus. Odilo Zumthurn, Vizepräsident von Gastro Valais, bestätigt: «Das System wird bei uns bereits angewendet.»

In der Deutschschweiz seien kantonale Berufsbildungsfonds bislang stets am Widerstand von Betrieben und Politikern gescheitert, so Zuferey. Im Moment sieht es auch in Zürich so aus, wo gegen den vom Kantonsrat beschlossenen Berufsbildungsfonds erfolgreich das Referendum ergriffen wurde.

«Edition» als Kooperationsprodukt von Designer und Betreiber

Ian Schrager und J.W. Marriott lancieren neue Lifestyle-Boutiquehotels

«Edition» heisst die neue Hotelmarke, die Ian Schrager und J.W. Marriott Jr. weltweit lancieren wollen. Sie die beiden Ende Januar in Los Angeles bekannt gaben, handelt es sich um ein neues Konzept von Lifestyle-Boutiquehotels. Sie haben dafür bereits neun Verträge mit Hotelinvestoren unterzeichnet und erste Locations definiert: Paris, Madrid, Costa Rica, Miami, Washington, Chicago, Scottsdale/Arizona, Los Angeles.

Wieder CEO der grössten Hotelkette, J.W. Marriott Jr., unterstrich, «handelt es sich um eine einmalige Kooperation, denn jedes Hotel wird eine neue «Edition» sein, wie nur Jan Schrager sie zu schaffen

versteht, und damit das Marriott-Portfolio passend ergänzen». Ian Schrager seinerseits betonte, «dass es mit der neuen Kette «Edition» breiten Kreisen ermöglicht wird, sich rund um den Globus einmalige Hotelerelebnisse zu sichern.»

Die Eröffnung der ersten neun Häuser mit je 150 bis 200 Zimmern ist für 2010 geplant. Insgesamt sollen rund 100 «Edition»-Hotels entstehen, durch Neubau, aber auch Renovierungen. Schrager zeichnet für Konzept, Design und Marketing verantwortlich, während die Marriott-Kette die Häuser betreiben und weltweit entwickeln wird. has

www.marriott.com

Mehr Gäste in Deutschland im Jahr 2007

Zum vierten Mal nacheinander ist die Zahl der Gästeübernachtungen in Deutschland im Jahre 2007 gestiegen, und zwar auf 361,9 Millionen. Das entspricht einem Plus gegenüber dem Vorjahr von 3 Prozent (nach 10,3% 2006, 5,8% 2005 und 8,9% 2004). Die höchste Zunahme bei den Übernachtungen 2007 hatten dabei die Grossstädte, die auf ein überdurchschnittliches Plus von 5 Prozent kamen. ds

Hoteliers wehren sich gegen hohe Rundfunkgebühren

Der Hotelverband Deutschland und der Deutsche Hotel-

Gaststättenverband wehren sich gegen die europaweit höchsten Rundfunkgebühren für die Hotellerie. Während in einigen Ländern überhaupt nichts bezahlt werden muss, werden die deutschen Hoteliers (z.B. mit 150 Zimmern) mit 23 042 Euro jährlich zur Kasse gebeten. Was die Verbände besonders stört: Erst 2013 soll es eine Reform der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geben. So lange wollen die Hoteliers aber nicht warten. Sie fordern eine 25-prozentige Hotelpauschale, die einem europäischen Mittelwert entsprechen würde. ds

Österreichisches Know-how für das deutsche Ruhrtal

Die Ruhrtal-Initiative, ein Zusammenschluss regionaler Marketing- und Touristikgesellschaften,

hat drei österreichische Beratungsunternehmen damit beauftragt, ein Konzept zur Vermarktung des Ruhrtals zu entwickeln. Das Resultat liegt nun vor. Unter dem Slogan «Das Ruhrtal – Erlebnisse auf 101 km» wird das touristische Angebot der drei Themenbereiche Wasser, Natur und Kultur zusammengefasst. tl

Sheraton und Four Points by Sheraton werden rauchfrei

Mehr als 300 Hotels der Marken Sheraton und Four Points by Sheraton in den USA, Kanada und der Karibik machen ernst: Sie stellen bis Ende Jahr auf Nichtraucher-Betrieb um. Zu diesem Zweck werden zurzeit rund 8000 bisherige Raucher-Zimmer komplett renoviert, wie die Muttergesellschaft Starwood bekanntgab. tl

«Sehe keinen Einfluss der Finanzkrise»

Der Konjunktexperte bei der Credit Suisse, Patrick Muhl, malt die Zukunft des Schweizer Tourismus rosig. Finanzkrise hin oder her.

GUDRUN SCHLENCZEK

Mit welchen Folgen rechnen Sie für den Tourismus in Folge der Unruhen auf den Finanzmärkten?

Wenn die Finanzmarkturbulenzen nicht eine gewisse Hartnäckigkeit an den Tag legen, sind die Folgen eigentlich geringfügig. Die Wintersaison ist sehr schwungvoll angelaufen. Die hohe Buchungsauslastung deutet nicht auf einen Einbruch hin. Auch für die Sommersaison erwarten wir ein gutes Geschäft. Dazu trägt sicher auch die Euro 2008 bei. Besonders abhängig ist der Tourismus aber von den Haushalts-einkommen, und die steigen gegenwärtig in vielen Ländern der Euro-Zone deutlich stärker als in den letzten Jahren. Selbst in einem fragilen Konjunkturumfeld verzichtet der Konsument nicht aufs Reisen. Der Privatkonsum ist meist eine recht stabile Grösse. Ich sehe also keinen Einfluss der Finanzkrise auf den Tourismus.

Wie lange wird uns die Finanzkrise in Atem halten?

Ab Ende Jahr dürfte sich die Konjunktur in den USA wieder aufhellen. Mit verbesserter Konjunkturlage erwarten wir eine Aufwertung des Dollars und einen positiven Währungseffekt für den Schweizer Tourismus.

Dann ist der internationale Finanz-Spuk eher eine kurzfristige Sache?

Wenn man zurückschaut, sind die letzten Rezessionen in den USA sehr milde ausgefallen und waren nur von kurzer Dauer. Und ob es tatsächlich zu einer Rezession kommt, ist ja noch nicht abzusehen. Im ersten Halbjahr erwarten wir eher eine Stagnation. Im zweiten Halbjahr rechnen wir mit einer Revitalisierung der amerikanischen Wirtschaft, wirtschaftspolitisch unterstützt, wie zum Beispiel durch Zinssenkungen.

Sie erwarten also ein gutes Tourismusjahr 2008. Wird es so gut wie 2007?

Wir haben vielerorts

Einkommenssteigerungen wie seit vielen Jahren nicht mehr sowie gewisse Sondereffekte, wie beispielsweise die Euro 2008. Es steigt die Gästezahl aus den neuen Schwellenländern, wo die Konjunktur wesentlich besser ist als in den USA. Auch 2008 wird somit ein gutes Jahr für den Schweizer Tourismus.

Ein Boomjahr wird 2008, wie Ende 2007 noch prophezeit, aber nicht?

Die diesjährige Wintersaison zeichnet sich durch einen extrem hohen Buchungsbestand aus und wird kaum durch die Finanzkrise beeinflusst. Wir haben einen starken Euro, der ebenfalls hilft. Das Schweizer Tourismusjahr 2008 wird voraussichtlich noch ein bisschen besser als das bereits starke 2007.

Apropos neue Märkte: Inzwischen kommen ja auch die asiatischen Börsen in den Abwärts-Sog, der durch den US-Finanzmarkt ausgelöst wurde...

Wir erwarten für diese Länder weitere Wachstumsraten beim BIP von bis zu 10 Prozent pro Jahr. Von der konjunkturellen Warte her betrachtet sieht die Lage weiterhin gut aus. Die neuen Schwellenländer können dem Schweizer Tourismus ein Fangnetz bieten, auch wenn der Gästeanteil aus diesen Ländern noch klein ist – dank längerer Aufenthalte und höherer Ausgaben.

Sie sprechen sich sehr positiv gegenüber dem Tourismus aus. In der CS-Branchenbewertung steht das Gastgewerbe jedoch an der zweit schlechtesten Position, direkt vor der Landwirtschaft. Wie kommt das?

Diese Chancen-Risiken-Matrix beleuchtet die langfristige Struktur einer Branche und vergleicht diese innerhalb der verschiedenen Wirtschaftszweige. Aus makroökonomischer Sicht befinden sich Gastgewerbe und Tourismus in einem stark umkämpften Umfeld. Selbst in einer Hochkonjunktur ist es sehr schwierig für die



David Adair

Patrick Muhl rechnet mit einem besseren Tourismusjahr 2008 als 2007.

einzelnen Unternehmen. Profite zu erwirtschaften. Der Schweizer Tourismus hat strukturelle Probleme. In der Pharma- oder Präzisionsindustrie ist die Chance unter anderem aufgrund der grösseren Marge wesentlich besser als im Tourismus, deshalb diese Bewertung. Die Konjunkturanalyse dagegen ist die kurzfristige Betrachtung, und die fällt eben auch für den Tourismus sehr positiv aus.

Der Franken war in den letzten Jahren sehr günstig gegenüber dem Euro. Nun rechnet man mit einer Aufwertung gegenüber dem Euro. Inwiefern bremsen das den Tourismus? Das ist richtig, auch wir erwarten eine leichte Aufwertung des Franken gegenüber dem Euro. Doch wird die Aufwertung sehr moderat ausfallen und die Nachfrage aus dem europäischen Raum

nicht abbremsen. Die Verbesserung der individuellen Wirtschaftslage des Einzelnen durch Beschäftigungsperspektiven und verbesserte Einkommen ist deutlich höher zu bewerten als wechselkursbedingte Verschönerungen.

«Die Franken-Aufwertung bremsen die Nachfrage aus dem europäischen Raum nicht ab.»

Patrick Muhl
Credit Suisse

Wie hoch wird die Aufwertung des Franken ausfallen? Binnen 12 Monaten rechnen wir mit einem Wechselkurs von 1.56 Franken für einen Euro.

Wenn ich Sie richtig verstehe, wird der Tourismus weiter so florieren, wie in den letzten Jahren?

Ja, einen markanten Einbruch sehen wir auf den Tourismus in der Schweiz nicht zu kommen. Wir rechnen maximal mit einer Beruhigung, also einem langsameren Wachstum der Tourismuswirtschaft ab 2009.

Standpunkt

Der verlorene Geschmack von hausgemachten Produkten



JOHANNA BARTHOLDI

Gut ist, was schmeckt! Es gibt aber zu denken, wenn aus Studien hervorgeht, dass Konsumenten eine Vanillecreme aus dem Beutel (E 1442, E 407, E 406, E 471, E 339, E 101, E 160b) als qualitativ besser einstufen als eine mit echten Vanille-Schoten, frischen Eiern, Zucker und Milch hergestellte (ohne E).

Ähnliche Erfahrungen machen Confiserie, Köche und Bäcker mit hausgemachten Produkten: Schokolade, Bananen-Eis, Kartoffelstock oder Faschnachtschichtli.

«Hausgemachtes kann marketingmässig mit viel mehr Emotionen verkauft werden.»

Die Aufzählung liesse sich beliebig verlängern.

Da kommt unweigerlich der dunkle Verdacht auf, dass uns die Lebensmittelindustrie von Kindsbeinen an auf eine bestimmte Geschmackslinie, eine stets gleichbleibende homogene Farbe und Konsistenz eingeschworen hat. Was nicht diesem Bild, dieser Erinnerung entspricht, wird als minderwertig eingestuft.

In England hat Jamie Oliver eine begrüssenswerte Aktion gestartet, bei welcher Schulkinder wieder auf den Geschmack von natürlichen und unverfälschten Rohprodukten gebracht werden.

Auch beim Gastgewerbe besteht hier Handlungsbedarf, resp. sollte dieses sich hier seiner Verantwortung bewusst werden. Gelingt es der Gastronomie nicht, zumindest den grössten Teil ihres Ess-Angebotes ohne Convenience-Food herzustellen, dann verkommen Restaurant-Küchen zu Aufwärm-Sateliten der Lebensmittel-industrie.

Hausgemachtes kann marketingmässig mit viel mehr Emotionen verkauft werden als aufgewärmte Fertigprodukte. Mit mehr Selbstgemachtem profitieren alle: der Kunde, die Bauern, unser Gewerbe und – last but not least – der Geschmack.

Johanna Bartholdi ist Geschäftsführerin des Schweizer Cafetier-Verbands.

Ein Plädoyer für den persönlichen Gedenktag



RENATE DUBACH
REDAKTORIN

Zum Thema Valentinstag

Es gibt den Tag des Schlafes, einen für Katzen, für Linkshänder und Vegetarier. Dazu kommen ein Weltputzfrauentag, ein Tag der Antidiät und der leicht skurrile Tag des Handtuchs. Die Entstehungsgeschichten dieser Tage mögen ja spannend sein, aber tanzen wir am Tag des Tanzes? Lachen wir mehr am 4. Mai? Haben wir am 2. Februar einen Augenblick lang an die Murmeltiere dieser Welt gedacht? Ich jedenfalls nicht. Und ich gestehe

jetzt schon, dass ich mich am 23. Mai kaum mit Schildkröten befassen werde. Einige dieser Gedenktage sind wirtschaftspolitisch wertvoller als andere. Beispielsweise sind Blumenzüchter, Floristen, Chocolatiers und Glückwunschkarten-Hersteller vieler Länder enorm glücklich über den heutigen Valentinstag. Wehe der US-Bürgerin, die nicht mit Rosen ihres Liebsten, Karten ihrer Freundinnen und Pralinés ihrer Geschwister überschüttet wird, und diese Liebesbezeugun-

«Jede siebte Amerikanerin soll sich am 14. Februar selber Blumen schicken lassen, wird geschätzt.»

gen nicht zur Schau stellen kann. Jede siebte Amerikanerin soll sich am 14. Februar selber Blumen schicken lassen, wird geschätzt. Auch bei uns wird Mitte Februar viel Geld für Blumen umgesetzt. Mir fällt es leicht, mich aus der kollektiven floralen Liebes-

bezeugitis heraus zu halten. Weil ich weiss, was alles angestellt werden muss, damit präzise am 14. Februar genügend dunkelrote, langstielige Rosen im Geschäft stehen und ihren Kopf hoffentlich so lange hoch halten, bis sie am Bestimmungsort sind. Und weil ich beziehungsstechnisch meinen eigenen Gedenktag habe. Zufällig ist dies der 15. Februar. Blumen liegen da nicht drin, denn entweder ist der Florist mit der Valentinstagskasse bereits auf dem Weg nach Mauritius,

oder es stehen nur noch ein paar traurige Sträusse im Laden. So oder so, unser Tag verdient mehr als ein paar welkende Blüten. Dieses Jahr feiern wir ihn eine Woche lang mit Wellness. Das entspannt Körper und Seele, glättet kleine Fältchen in der Beziehungsstruktur, entfernt picklige Versäumnisse während anstrengender Arbeitswochen und wird, das weiss ich jetzt schon, uns einmal mehr zeigen, dass wir zusammen passen wie Stiel und Blüte.



«Als Bebbi waisch, dass mir kai Ziri-Gschnätzlets ässe sotte. Bisch in der SVP, isch s Bindnerfleisch verbotte.»

Dootebaini, Comité-Bang

Heisse Show auf dem Eis

Die Kombination von Film und Eiskunstlauf vermochte auch an der diesjährigen Eisgala in Davos das Publikum zu überzeugen.

KARIN RECHSTEINER

Action, Tränen, Spannung und Filme faszinieren die Menschen seit jeher, genauso wie Eiskunstlauf die Massen zu begeistern vermag. Das Publikum der Eisgala Davos erlebte in «Movies on Ice» einen einzigartigen Brückenschlag zwischen der Film- und der Eiskunstlauf-Welt.

Die EM-Silbermedaillengewinner Stéphane Lambiel und Sarah Meier, die Olympiasieger Marina Anissina und Gwendal Peizerat, die amtierenden Paarlauf-Europameister Aljona Savchenko und Robin Szolkowy sowie weitere Weltstars zeigten ihr Können zu beliebten Filmmelodien aus «Romeo & Juliet», «Die zauberhafte Welt der Amelie», «Star Wars» und «Titanic» und anderen Klassikern. Zu einem der Publikumslieblinge avancierte der vierfache Weltmeister Kurt

Browning mit seiner Nummer zur Filmmusik von Charlie Chaplins «Circus». Als Moderator trat der bekannte Schweizer Schauspieler Stefan Gubser auf.

«Eiskunstlauf und Filme sprechen die Gefühle der Menschen an. Die sportlichen Höchstleistungen und die aussergewöhnliche Show sorgen für einen Abend voller Emotionen», sagt der Eisgala-Koprsäsident und Künstlerische Leiter Oliver Höner. Das Publikum zeigte sich begeistert und verabschiedete die Künstler an beiden Abenden mit einer Standing Ovation.



Die amtierenden Europameister Aljona Savchenko und Robin Szolkowy.



Profi Stéphane Lambiel



Sarah Meier in Aktion.



Die Olympiasieger von 2002 Gwendal Peizerat und Marina Anissina.



Der Kanadier Kurt Browning

Film über Hans Liechti

Eine Hommage an den Wirt, Galeristen und Kunstsammler: Der Dok-Film zeigt das Leben von Hans Liechti.

Wann «I bi dr Dritt gsy vomene Buredotze» in die Kinos kommt, ist noch offen.

SILVIA PFENNINGER

Metzger, Koch, Wirt, Galerist und Kunstsammler: Der 84-jährige Hans Liechti aus Grenchen ist eine schillernde Person. Ein Dok-Film führt durch sein facettenreiches Leben. «Ich weiss eigentlich nicht, warum über mich ein Film gedreht werden musste. Ich habe doch nur ein einfaches Leben gelebt, habe meistens nur das gemacht, was mir Freude und Genugtuung bereitet hat», sagt Hans Liechti im Grenchner Kino Rex. Es ist der 10. Februar: Liechti's Geburtstag. Der Grenchner Stadtpräsident Boris Banga, Schriftsteller Peter Bichsel, Künstler Schang Hutter gratulieren. Aus Zürich ist Sohn Bernhard Liechti angereist, Gastgeber im Zunfthaus zur Meisen. Von Hans Liechti's 12 Brüdern und Schwestern sind sechs dabei.

«Dürrenmatt war eine Schuhnummer zu gross, ich wage ihn nicht einzuladen.»

Hans Liechti
Wirt, Galerist, Kunstsammler



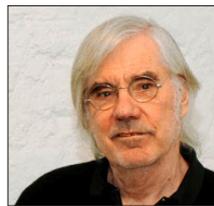
Hans Liechti mit Sohn Bernhard Liechti, Zunfthaus zur Meisen.

Hans Liechti sollte Metzger werden. Doch töten konnte er nicht. So wurde aus dem 20-jährigen Metzger ein Koch. Nach einer Saison im «Schweizerhof»-in Kandersteg wurde er Wirt im Volkshaus in Grenchen: «Und ich konnte mis Mädli heiraten, was bei einem Lohn von 470 Franken in Kandersteg unmöglich war.» Im Volkshaus lernte er Künstler kennen und hängte ihre Bilder auf. «Ich bin mit den Künstlern gross geworden, ich habe von ihnen gelernt und nicht mit der Kunstwissenschaft.» Liechti's «moderne» Ausstellungen stiessen auch

Gäste vor den Kopf. Er erzählt es mit Schmunzeln: «Viele haben mich ein wenig für verrückt gehalten.» Voraussetzung – «ich glaube fest daran» – wollte es, dass Liechti, am ersten Tag auf einer Reise nach Mailand, die heute weltberühmten Künstler Lucio Fontana und Roberto Crippa traf. In der Galerie Bernhard, die er 1959 in Grenchen eröffnete, hingen auch Werke von ihnen. Zum Erfolg als Sammler sagt der Kunst-Pionier: «Luege, luege, luege und hie und da den Mut haben, den Geldbeutel zu zücken, um etwas zu kaufen.»

Dass der «Champfèr» dies trotz 17-Stunden-Tagals Koch und Pächter schaffte, verdankt er der Hilfe seiner Familie. Als Pächter in der «Badi», im «Ochsen» und später im Hotel du Rocher in Neuenburg «konnte ich immer auf sie zählen.»

In Neuenburg entstand die Freundschaft mit Friedrich Dürrenmatt. «Ich war mit ihm in Grosshöchstetten in der Schule, und in Neuenburg wohnte er in der Nähe des Rocher. Doch Dürrenmatt war eine Schuhnummer zu gross für mich, und ich wagte ihn nicht einzuladen», erzählt Liechti. Nach zweieinhalb Jahren kam es zur Begegnung, und der Funke zündete. Dürrenmatt wurde Stammgast. Viele seiner Zeichnungen sind im «Rocher» entstanden. Dürrenmatt brachte auch hervorragende Weine aus seinem Keller in der Jackentasche mit. Gerne denkt Liechti an einen Tag zurück, «an dem ich mit Dürrenmatt einen 100-



Schang Hutter gratulierte.

jährigen Wein degustieren und trinken durfte. Das kann nicht jedervorn sich sagen.» Zu seinem Lebensweg sagt Liechti: «Ich war und bin immer noch für meine Mitmenschen als Diener da und habe immer an das Gute im Menschen geglaubt.»

Sesselrücken

Neuer Schweizer Hoteldirektor in Deutschland

Der 41-jährige **Roland Rhyner** ist neuer Direktor des Fleming's Deluxe Hotel Frankfurt-City. Rhyner leitet nun zuerst die Pre-Opening-Phase, die Hotelöffnung folgt im April dieses Jahres. Stationen von Rhyner waren etwa das Dolder Grand Hotel in Zürich, das Hilton in Basel oder das Hilton in Frankfurt am Main, wo er als Director of Operations tätig war.

Mövenpick mit neuer Führungsperson auf Europa-Ebene

Mitte März 2008 wird der Schwede **Ola Ivarsson** seinen neuen Posten als Senior Vice President Europa bei den Mövenpick Hotels



& Resorts antreten. Er wird somit Mitglied der Geschäftsleitung der internationalen Hotelgruppe. Ivarsson tritt die Nachfolge von **Stefan Flury** an. Vor seiner Tätigkeit bei Mövenpick war Ivarsson bei den Hilton Hotels in verschiedenen Positionen engagiert.

Hilton präsentiert eine neue Führungskraft

Der deutsch-französische **Olivier Harnisch** wird neuer Vice President International Operati-



ons Germany & Switzerland bei den Hilton Hotels. Der 40-Jährige tritt die Nachfolge von **Ola Ivarsson** an. Harnisch war vorher als General Manager der beiden Münchner Hilton Hotels tätig. Für Hiltion war der Hobby-Pilot auch schon in Madagaskar, Zürich oder Dresden unterwegs.

Die Corvatsch AG trennt sich von Bereichsleiter

Die Corvatsch AG trennt sich mit sofortiger Wirkung von ihrem Bereichsleiter Gastronomie & Nebenbetriebe **Rudolf Florian**. Der Bereich, zu dem unter anderem 7 Restaurants gehören, wird interimistisch von **Markus Moser**, **Gerd Müller** und **Freddy Zwimpher** weitergeführt. Für die Nachfolge sind erste Gespräche im Gange.

Verwaltungsrat. Headhunter. Ein guter Präsident ist schwierig zu finden. Je länger je mehr. Denn Verwaltungsratsmandate sind keine Ehrenämter mehr und erfordern menschliche und andere Qualitäten.

Ein CEO steht unter Performancedruck

Sandro V. Gianella ist Headhunter und besetzt die Stellen von globalen Topshots. Sei es im operativen Management oder im Verwaltungsrat. Er sagt, ein guter Verwaltungsrat ziehe einen guten CEO an.

SIMONE LEITNER

Herr Gianella, was suchen Sie lieber: einen CEO oder einen Verwaltungsratspräsidenten?
Es gibt keine Bevorzugung. Heute ist beides schwierig zu finden. Grundsätzlich gilt aber: je grösser und globaler ein Unternehmen ist, desto schwieriger ist es, einen Verwaltungsratspräsidenten (VRP) zu finden. Das hat sich in den letzten Jahren dramatisch zugespitzt.

Haben die Gesetze geändert oder der Arbeitsmarkt?
Heute sind Verwaltungsratsmandate keine Ehrenämter mehr. Die Kandidaten müssen Qualitäten eines CEOs mitbringen und gleichzeitig eine sehr hohe Verfügbarkeit haben. Und dann kommt noch ein weiteres Problem dazu: die Interessenskonflikte. Das heisst, Unternehmen können heute kaum noch einen VRP verpflichten, der in einem branchenähnlichen Unternehmen operativ tätig ist. Das geht einerseits wegen der Verfügbarkeit und andererseits wegen der Interessenskonflikte nicht mehr.

Welches sind die drei Topqualitäten eines Verwaltungsrats?
Fachliche Kompetenz: Da spielen einerseits Branchenkenntnisse eine Rolle, aber andererseits auch fachspezifisches Know-how wie Finanzwissen oder Erfahrung in einem börsenkotierten Unternehmen und so weiter. Sehr wichtig sind zudem der Leistungsausweis und natürlich die Persönlichkeit eines Kandidaten. Sein Niveau muss adäquat zum Unternehmen sein, gepaart mit Zivilcourage.

Ist Zivilcourage wichtiger geworden?
Heute ist es unerlässlich, dass ein Verwaltungsratspräsident führt. Die meisten Verwaltungsräte werden als Gremium nämlich nicht geführt. Sondern sind nach wie vor Diskussionsrunden, die dazu neigen, kompromissbereit zu sein und abzuweichen. Selten werden Entscheidungen konsequent durchgesetzt.

Dann muss der Verwaltungsrat das operative Management nicht kontrollieren?
Der Verwaltungsrat ist ganz klar ein Führungsgremium und nicht ein Kontrollorgan.

Wie sieht das in der Praxis aus?
Da scheiden sich die Geister. Vor allem bei börsenkotierten Unternehmen müssen so viele Auflagen befolgt werden, dass es mehr und mehr in Richtung Kontrollgremium geht und die Zeit für strategische Massnahmen fehlt. Das führt zu Abnickgremien, die tendenziell allen Regulatorien gerecht werden wollen. Zeitgemäss ist das nicht mehr, aber ein Wandel der Geisteshaltung braucht bekanntlich Zeit.

Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen einem CEO und einem Verwaltungsratspräsidenten?

Fakten Gründer der Bad Ragazer Verwaltungsrats-Tage

Sandro V. Gianella, 47, ist Gründer und Teilhaber der Knight Gianella & Partner AG in Zürich. Der Betriebsökonom arbeitete bei BP und Nestlé, bevor er 1987 in die Headhunter-Branche wechselte. Seine Firma Knight Gianella ist spezialisiert auf die Besetzung von Schlüsselpositionen auf Management- und Verwaltungsrats-ebene sowie auf die Strukturierung dieser Gremien. Sandro V. Gianella ist zudem Initiant und Co-Vorsitzender der Bad Ragazer Verwaltungsrats-Tage und auch Beirat der Verwaltungsratsakademie der Wirtschaftsschule ZFU. Gianella ist verheiratet und hat eine Tochter. sls

Ganz einfach: ein starker Verwaltungsratspräsident hat auch einen starken CEO. Und natürlich umgekehrt. Je besser das operative Management ist, desto einfacher ist es, einen adäquaten Verwaltungsratspräsidenten zu finden. Ich hatte Fälle, da lehnte ich ein Mandat ab, weil ein schwacher Verwaltungsrat einen erstklassigen CEO gewünscht hatte.

Haben denn Verwaltungsräte mehr Sitzleder als CEOs?

«Je besser das operative Management, desto besser der Verwaltungsratspräsident.»

Sandro V. Gianella

Es ist sehr schwierig, Verwaltungsräte zum Abgang zu animieren. Sie halten oft an ihrem Amt fest. Und das Unternehmen entlässt sie nicht, weil ein Imageverlust vermieden werden soll. Oft sind die Verwaltungsräte auch nicht unabhängig.

Finanziell nicht unabhängig?
Es ist ungünstig, wenn ein Verwaltungsrat nur ein Mandat hat und davon abhängig ist. Das ist wie ein potenzieller Interessenskonflikt. Unabhängigkeit ist wichtig und hat mit selbstständigem Denken zu tun. Das meinte ich mit Zivilcourage.

Wie funktioniert die Abgrenzung zwischen dem operativen Management und dem Verwaltungsrat?

Sandro V. Gianella ist Teilhaber von Knight Gianella & Partner. zhs

Generell im Spannungsfeld stehen der Verwaltungsratspräsident und die Geschäftsführung. Der CEO ist dazu angehalten, den Aktionären ihre Erwartungen zu erfüllen. Dadurch wird ein Performance-Druck im Topmanagement aufgebaut. Und auf dem Verwaltungsrat lastet der Kontroll-Druck. Eigentlich widersprechen sich diese Haltungen.

Wie sieht das im Ernstfall aus?
Ganz einfach: Der CEO möchte investieren, der Verwaltungsrat hingegen reagiert verhalten, zeigt sich vorsichtig und weist auf das unternehmerische Risiko hin.

Laut OR sollte der Verwaltungsrat eine Strategie entwerfen, ist das falsch?
Der Verwaltungsrat ist nicht in der Lage, eine Strategie zu entwerfen, dafür ist er zu wenig im Business des Unternehmens. Er sollte sich mit der Strategie beschäftigen. Aber gemacht wird diese vom Management.



Zeit haben für das wirklich Wichtige:
für Ihre Gäste.

rebagdata
hotel management solutions
0031 7099 71 1000 • Fax: +41 41 311 34 80 • www.rebag.ch

protel
www.protel.ch

Neue Gäste? Finden Sie bei uns!

CHF 99.00
für 4 Wochen
Onlinepreisen

Ihre »hotel specials« auf www.swisshotels.com

hotelersuisse
Telefon 031 370 42 26
hotelspecials@hotelersuisse.ch

hoteliersuisse

pistor

Fresh & Fit
Für Ihr Wohlbefinden

www.pistor.ch/fresh

BRITA
Professional

2008
www.brita.ch

PURITY 1200 CLEAN & CLEAN EXTRA

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

Verwaltungsrat. Präsident. Die gute Zusammenarbeit mit dem CEO verlangt nicht nur eine stimmige Chemie, sondern erfordert auch komplementäre Fähigkeiten. Von beiden Seiten.

Mehr als ein «Nur-Präsident»

Peter Bratschi ist Verwaltungsratspräsident der Victoria-Jungfrau-Collection AG. Die Hotel-Gruppe entwickelt sich unter seiner Führung erfolgreich.

CHRISTINE KÜNZLER

Ein guter Verwaltungsratspräsident weiss, was er kann und was er nicht kann. Er muss die richtigen Menschen auswählen und motivieren können. Er braucht Visionen, neue Ideen über das Alltägliche hinaus und weiss, wo er nicht reinreden darf und soll», sagt der Berner Anwalt Peter Bratschi. Er ist Verwaltungsratspräsident der börsenkotierten Victoria-Jungfrau-Collection AG. Gesucht habe er sein Amt nicht, es sei quasi «ein Nebenprodukt eines beruflichen Mandats», hält er fest. Denn er sei in seiner Funktion als Anwalt von einem ausländischen Grossaktionär des Interlakner Luxushotels Victoria-Jungfrau konsultiert worden. Und zwar infolge seiner Spezialkenntnisse in Aktionariats-Fragen.

Bratschi beriet nicht nur, er wurde 1986 dann auch zum Verwaltungsratspräsidenten ernannt. Die Branche war ihm nicht unbekannt.

Aufgrund seiner beruflichen Spezialkenntnisse war er damals bereits für andere Hotelgruppen tätig.

«Keine Lehrbuchmischung, aber eine probate, die funktioniert»

Zum «Victoria-Jungfrau» sind inzwischen drei weitere gestossen: 1997 das «Palace Luzern» als erstes Schwesterhotel, 2005 das Zürcher «Eden au Lac» und 2007 das Berner «Bellevue». Alle Hotels sind in die Victoria-Jungfrau Collection AG integriert. Emanuel Berger, der ehemalige Victoria-Jungfrau-Direktor, ist seit letztem Jahr Vorsitzender

der Geschäftsleitung und koordiniert die Gruppe.

Die vier Hoteldirektoren, der Finanzchef, und der Koordinator der Gruppe stellen zusammen die Geschäftsleitung. Berger ist zugleich Delegierter des Verwaltungsrats.

«Keine Lehrbuchmischung, aber eine probate, die funktioniert», kommentiert Bratschi die Doppelaufgabe Berbers. «Eine Frage der Aufgabenteilung innerhalb des Verwaltungsrats. Wichtig dabei ist die

Stellung des Präsidenten.» Und die ist ebenfalls nicht ganz konventionell. Während sich ein «Nur-Präsident» auf Grundsatzentscheidungen, Sitzungsleitung, Vorbereitung und Ähnliches beschränkt, gestaltet ein operativer Verwaltungsratspräsident, wie Bratschi einer ist, aktiv mit. Ein Beispiel: «Bei der Akquisition der Schwester-Hotels habe ich im Wesentlichen die Verhandlungen geführt.» Auch eine Mischung also: Die Akquisition von neuen Hotels betrifft die strategische Entwicklung, die der Verwaltungsrat beschliesst, die Integration eines neuen Betriebs fällt in die operative Verantwortung des Delegierten. Dasser, der erfahrene Jurist, die Verantwortung für die teilweise komplexen rechtlichen Verhandlungen trug, macht Sinn. «Deshalb ist es gut, die Aufgabenteilung zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung nicht fix zu definieren.» Eine

solche Zusammenarbeit setze jedoch komplementäre Fähigkeiten der Geschäftsleitung und des Verwaltungsratspräsidenten voraus.

Bratschi legt keine «Gaba-Tafel» auf die Bilderrahmen

Bratschi Verständnis der Funktion eines Verwaltungsratspräsidenten entspricht also nicht ganz jener seiner Vorgänger. Er erinnert sich an einen Verwaltungsratspräsidenten, der «Gaba-Tafel» auf die Bilderrahmen zu legen pflegte. Lagern sie beim nächsten Besuch noch dort, wusste er, dass niemand Staub gewischt hatte. Das «Victoria-Jungfrau» sei in den 60er und 70er Jahren vor dem baulichen und finanziellen Zusammenbruch gestanden, da habe es für den Verwaltungsrat kein anderes Mittel gegeben, als das operative Geschäft bis ins Kleinste mit zu verfolgen oder mit zu gestalten, gibt Bratschi zu bedenken.

Heute entwickelt sich die Hotelgruppe erfolgreich. Bratschi ist nun Präsident über rund 530 Zimmer und Suiten. «Wir verstehen uns aber der individuellen Gästebetreuung verpflichtet, das setzt unserer Ansicht nach für jeden Betrieb einen eigenen Direktor voraus. Entscheidend für unseren Erfolg ist letztlich, wie die vier Direktoren ihre Hotels führen, denn sie sind als Gastgeber

für ihre Betriebe verantwortlich», hält Bratschi fest. Wie geht er vor, wenn Reklamationen über einzelne Hotels an ihn herangetragen werden? «Meine erste Frage lautet immer gleich: wann und wo? Wenn ich darauf eine Antwort bekomme, melde ich das dem betroffenen Hoteldirektor. Diese Rückmeldungen sind wichtig und werden von den Direktoren auch geschätzt.»

Was reizt ihn an seinem Amt? «Vom Umfeld her ist es eine angenehme, erfreuliche, genussreiche und freudvolle Aufgabe. 5-Sterne-Hotels ermöglichen ja immer wieder einen Ausbruch aus dem Alltag.» Gut machen könne man seine Arbeit nur

«Die Aufgabenteilung zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung soll nicht fix definiert werden.»

dann, wenn man zu seinem Mandatsunternehmen auch eine positive Einstellung habe, gibt Bratschi zu bedenken. «Engagement und Freude sind wichtig, wenn der Verwaltungsrat das Unternehmen nicht einfach 08/15 administriert soll.» Wie lukrativ sind solche Ämter? Von extremen Honoraren halte er nichts. «Die Summe muss in einem vernünftigen Verhältnis zu den Löhnen der Mitarbeiter stehen. Eine Lehreinrichtung, die ich vertrete, besagt, das jährliche Honorar des VRP soll nicht höher sein als 10 Mal der Durchschnittslohn im Unternehmen.» Und: «Wir bekommen jedoch bedeutend weniger.»



«Gut machen kann man seine Aufgabe nur, wenn man ein positives Verhältnis zu seinem Mandatsunternehmen hat.»

«Das geht nur, wenn die Chemie stimmt»

Wie fühlt sich ein Geschäftsführer einer Familien-Holding? Gut, meint Beat Hess von Sunstar. Wenn man dazu Ja sagt.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Vor zehn Jahren wechselte Beat Hess als Geschäftsführer das Unternehmen: Vom weltweit operierenden Reiseanbieter Hapimag zur Sunstar-Holding AG. Der studierte Betriebswirtschaftler fühlt sich wohl bei der Schweizer Familien-Aktiengesellschaft. Das an der Zürcher Börse kotierte Unternehmen mit neun eigenen Hotels und einem Jahresumsatz von fast 45 Mio. Fran-

ken bietet überschaubare Strukturen. Im Verwaltungsrat sitzt immer noch der inzwischen 87-jährige Gründer von Sunstar, Fritz Buser. Ebenfalls schon 40 Jahre als Verwaltungsrat agiert sein Sohn, Rolf Buser, der heute den Verwaltungsrat präsidiert und während acht Jahren als Geschäftsleiter Max Havelaar Schweiz manage. Kein Wunder also, dass man sich als nächstes strategisches Ziel bei Sunstar mehr Nachhaltigkeit verschrieben hat. Dritter im Boot ist ein Freund der Familie, Andreas Plattner, der ein grösseres Aktienpaket besitzt.

«Alle im Verwaltungsrat sind finanziell und ideell mit dem Unternehmen verbunden und mit Herzblut dabei», stellt Beat Hess fest. Das sei ihm viel lieber als ein Verwal-

tungsrat aus überwiegend Juristen, die sich in Machtkämpfen verstricken, wie er es bei Hapimag damals erlebte. «Das Geschäftsleben besteht nicht nur aus Paragraphen, es gibt noch viele menschliche Komponenten.»

Während bei Hapimag ein Delegierter des Verwaltungsrates als Vermittlungsperson zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung fungierte, führt bei Sunstar der Verwaltungsratspräsident gerade selbst das Unternehmen operativ mit. Ein bis zwei Tage pro Woche arbeitet Rolf Buser am Hauptsitz in Liestal. «Wir führen das Unternehmen eigentlich fast zu zweit», stellt Hess fest. Buser kümmert sich neben der Strategie um Neuaquisitionen, um die Kontaktpflege zu den Banken,

spricht Budgets für grössere Investitionen und ist Ansprechpartner für die Revisionsstelle.

Hess schätzt jedoch die Nähe zum Verwaltungsrat: «Es ist gut, als Geschäftsführer einen direkten Ansprechpartner zu haben und nicht einen Verwaltungsrat, der sich vielleicht alle drei Monate trifft.» Als Geschäftsführer ist er für alles Administrative, das Führen der Hoteldirektoren und der Fachverantwortlichen zuständig. Die Nähe habe allerdings auch ihre Schattenseiten, man habe natürlich weniger Freiheiten. Beat Hess: «Das geht nur, wenn die Chemie stimmt.» Und diese stimmte anscheinend von Beginn weg. Dem heute 47-jährigen war von Anfang an klar, dass er die Politik des Gründers, der noch



Beat Hess von Sunstar.

heute in seinem hohen Alter als Verwaltungsrat aktiv Einfluss nimmt, weiterführen muss: «Fritz Buser hat

das Unternehmen aufgebaut, da kann ich als neuer Geschäftsführer nicht einfach alles über den Haufen werfen.» Auch heute steht Hess voll hinter den Entscheidungen des Verwaltungsrates. «Hätte ich wirklich grundlegend andere Ansichten, würde ich gehen.» In einer Sandwichposition empfindet er sich deshalb aber noch längst nicht: «Ich finde die Denkweise des Verwaltungsrates gut.»

Nicht in der Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat, sondern eher im Koordinieren der einzelnen Hoteliers der Kette mit den zentralen Fachstellen ortet Hess ein Spannungsfeld. Seit zehn Jahren sei man bei Sunstar bemüht, Marketing und andere Bereiche verstärkt zu vereinheitlichen.

Obligationenrecht regelt Aufgaben und Haftung

Der Verwaltungsrat einer Unternehmung hat klare Kompetenzen und Aufgaben. Diese sowie Verantwortung und Haftung des Aufsichtsorgans sind im Obligationenrecht (OR) explizit geregelt.

DANIEL STAMPLI

Der Verwaltungsrat (VR) ist oberstes Aufsichts- und Gestaltungsorgan der Aktiengesellschaft und muss aus mindestens einem Mitglied bestehen. Gemäss Obligationenrecht (OR) führt der VR die Geschäftsleitung an Dritte, was insbesondere bei grösseren Gesellschaften die Regel ist. Nach Gesetz hat der Verwaltungsrat aber sieben unübertragbare und unentziehbare Aufgaben (Art. 716 OR) wahrzunehmen:

- die **Oberleitung der Gesellschaft** und die Erteilung der nötigen Weisungen;
- die Festlegung der **Organisation**;
- die **Ausgestaltung des Rechnungswesens**, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung, sofern diese für die Führung der Gesellschaft notwendig ist;
- die **Ernennung und Abberufung** der mit der Geschäftsleitung und der Vertretung betrauten Personen;

die **Oberaufsicht** über die mit der Geschäftsleitung betrauten Personen, namentlich im Hinblick auf die Befolgung der Gesetze, Statuten, Reglemente und Weisungen;

die Erstellung des **Geschäftsberichts** sowie die Vorbereitung der **Generalversammlung** und die Ausführung ihrer Beschlüsse;

die **Benachrichtigung des Richters** bei Überschuldung bzw. Zahlungsunfähigkeit.

Der VR hat neben Aufgaben auch eine gesetzliche Sorgfalts-

und Treuepflicht (Art. 717 OR). Entscheidend ist auch die Regelung der Haftung: Laut Art. 754 OR haften die Mitglieder des Verwaltungsrats und alle mit der Geschäftsleitung oder mit der Liquidation befassten Personen sowohl der Gesellschaft als den einzelnen Aktionären und Gesellschaftsgläubigern für den Schaden, den sie durch absichtliche oder fahrlässige Verletzung ihrer Pflichten verursachen. Auch wer die Erfüllung einer Aufgabe befugterweise einem anderen Organ überträgt, haftet für den von diesem verursachten Schaden, sofern er nicht nachweist, dass er bei der Auswahl, Unterrichtung und Überwachung die nach den Umständen gebotene Sorgfalt angewendet hat.

Der Verwaltungsrat muss auch über die finanzielle Entwicklung des Unternehmens laufend unterrichtet sein und je nach Sachlage

entsprechend handeln. Zeigt etwa die letzte Jahresbilanz, dass die Hälfte des Aktienkapitals und der gesetzlichen Reserven nicht mehr gedeckt ist, muss der VR unverzüglich eine Generalversammlung einberufen und ihr Sanierungsmassnahmen beantragen.

Wenn die begründete Besorgnis einer Überschuldung besteht, muss eine Zwischenbilanz erstellt und diese einem zugelassenen Revisor zur Prüfung vorgelegt werden. Ergibt sich aus der Zwischenbilanz, dass die Forderungen der Gesellschaftsgläubiger weder zu Fortführungs- noch zu Veräusserungswerten gedeckt sind, so hat der Verwaltungsrat den Richter zu benachrichtigen, sofern nicht Gesellschaftsgläubiger im Ausmass dieser Unterdeckung im Rang hinter alle anderen Gesellschaftsgläubiger zurücktreten.

Verwaltungsrat. Tourismus. Vorstandsmitglieder von Tourismusorganisationen machen den Direktoren manchmal das Leben schwer. Das müsste nicht sein, wenn die Kompetenzen klar geregelt sind.

In den Vorständen von Tourismusorganisationen sitzen oft Delegierte, die sich in operative Geschäfte einmischen. Das kann zu Problemen führen. Es geht auch anders.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Gründe, die Urs Wagensell dazu bewegen hatten, als Tourismusdirektor von Lenzerheide zurückzutreten, sind exemplarisch für viele Tourismusorganisationen der Schweiz. Dass er vor rund drei Jahren ans Institut für Tourismuswirtschaft in Luzern gewechselt hat, liegt vorwiegend an Schwierigkeiten mit der Struktur des Vorstands des Tourismusvereins Lenzerheide. «Ich kritisiere nicht die Personen, sondern das System», stellt er klar. Die grösste Schwierigkeit sieht er darin, dass die Vorstandsmitglieder nicht nach ihren Kompetenzen gewählt werden. «Die Ämter werden völlig willkürlich und zufällig mit offiziellen Vertretern aus dem Gewerbe oder der Gemeinde besetzt. Das hat zur Folge, dass die Fähigkeiten, die nötig sind, auf der Vorstandsebene nicht vorhanden sind.» Ein Beispiel: Bei Finanzproblemen der Tourismusorganisation braucht es ein Vorstandsmitglied, das sich in diesem Bereich auskennt.

«Viele Vorstandsmitglieder denken auf der operativen Ebene und vertreten ihre eigenen Interessen», hält Wagensell fest. Mit der Folge, dass sie sich auch in operative Geschäfte mischen und beispielsweise bestimmen wollen, welche Bilder im Prospekt wo abgedruckt werden sollen. «Jedes Vorstandsmitglied hat dazu eine andere Meinung, was dann in eine Endloschleife führt.» Zudem, gibt Wagensell zu bedenken, würden die Sach- und Fachkenntnisse gewisser Mitarbeiter der Tourismusorganisation – im Fall des Beispiels ist es der Marketingleiter – negiert.



Davos hat ab Mai zwei Tourismusdirektoren.

Klare Regeln, bitte

Lenzerheide ist kein Einzelfall. Immer wieder tauchen an anderen Tourismusorten ähnliche Probleme auf. In der Tourismusorganisation Brig-Elap beispielsweise wurde Ende letzten Jahres der Vorstandspräsident und Brig-Hotelier Peter Bodenmann abgewählt, weil er sich nach Ansicht der Tourismusverantwortlichen zu sehr in die operativen Geschäfte einmischte (siehe htr 51/2007).

Gstaad Saanenland Tourismus mit klarer Kompetenzregelung

Dass es auch anders geht, zeigt die Tourismusorganisation in der Destination Gstaad Saanenland. Dort werden keine offiziellen

Repräsentanten, also keine Interessensvertreter, in den Vorstand gewählt. «Wir achten darauf, dass die Mischung der Vorstandsmitglieder stimmt», sagt Tourismusdirektor Roger Seifritz. «So wählen wir nur Mitglieder, die nachweislich ganzheitlich denken. Im Moment haben wir zwei Hoteliers im Vorstand. Sie sind aber nicht gewählt worden, weil sie Hoteliers sind, sondern, weil sie gewisse Fähigkeiten mitbringen und damit für Ausgewogenheit sorgen.»

Obwohl die Bergbahnen ein starkes Standbein der Destination sind, üben sie keinen Einfluss auf die Tourismusorganisation aus. «Bis jetzt ist kein Bergbahner im Vor-

stand vertreten. An unserer nächsten Generalversammlung steht einer zur Wahl. Wird er gewählt, sind die Bergbahnen im Vorstand vertreten.» Im Moment umfasst der Vorstand von Gstaad Saanenland Tourismus acht Mitglieder. Er soll aber innerhalb zweier Jahre auf sieben reduziert werden. Gewählt werden nur Mitglieder, die vom Vorstand vorgeschlagen worden sind.

Die Kompetenz zwischen Tourismusdirektor und Vorstand ist – wie in einer AG – klar geregelt. «Der Vorstand übernimmt strategische Aufgaben, der Direktor operative.» Diese Aufgabenteilung werde strikte eingehalten, bestätigt Seifritz. «Sie geben zwar Anregungen, aber

sie mischen sich nicht ein.» Zudem ist die Amtszeit eines jeden Vorstandsmitglieds auf dreimal drei Jahre begrenzt. «Damit vermeiden wir Sesselkleber», sagt Seifritz. Gstaad Saanenland habe dank diesen klaren Rahmenbedingungen und der Kompetenztrennung eine gute Lösung gefunden, die sich bewähre.

Davos Klosters Tourismus mit zwei Direktoren

Eine ganz andere Regelung hat Davos Klosters Tourismus für sich gefunden. Ob sich diese bewähren wird, muss sich allerdings noch zeigen, denn sie greift erst ab Mai, wenn der neu gewählte Tourismus-

direktor Hans-Kaspar Schwarzenbach sein Amt in Davos antritt. Er wird Davos Klosters Tourismus mit seinen 250 Mitarbeitenden zusammen mit dem bisherigen Interimsdirektor Reto Branschi führen.

Beide Direktoren sind gleichberechtigt, haben aber andere Aufgaben. Schwarzenbach ist der Ausssenminister und für die Bereiche Verkauf, Kommunikation, Gästebertung, Produktmanagement und Vermarktung der Veranstaltungen zuständig. Branschi, der Innenminister, trägt die Verantwortung für die Sportunterkunft und das Hotel mit je einem Restaurant, für die Sportanlagen, die Organisation von Events, für Kongresse, den technischen Dienst und die Administration. Die Aufteilung der Aufgaben auf zwei Unternehmensbereichsleiter macht für Branschi Sinn: «Wenn der Tourismusdirektor auf Reisen geht, kann er die Organisation nicht mehr führen. Und wenn er die Organisation führen muss, kann er nicht mehr reisen», argumentiert er. Ein Problem, das sich mit zwei Direktoren nicht mehr stellt.

«Vorstandsmitglieder denken auf der operativen Ebene und vertreten eigene Interessen.»

Urs Wagensell
Dozent

Verwaltungsratspräsident Thomas Spielmann, seit neun Jahren bei Davos Tourismus, seit drei Jahren Präsident, ist neu zum Delegierten des Verwaltungsrats ernannt worden. «Das heisst aber nicht, dass er sich in die operativen Geschäfte einmischen wird», sagt Branschi. Spielmann werde vielmehr die Schnittstelle zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung ausfüllen und sich nur dann in die operativen Geschäfte einbringen, wenn eine schnelle Entscheidung erforderlich ist oder die beiden Direktoren sich nicht einigen können. «Dass der Verwaltungsrat nur strategische Aufgaben wahrnimmt, ist in unserem Organisationsreglement klar geregelt», so Branschi. «Und so, wie ich unseren Präsidenten kenne, wird er sich auch daran halten.»

anzeigen

aus- und weiterbildung

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

Suche
Spitzen-Bordeauxweine
der Jahrgänge 1982–2000.
Abholung und Barzahlung.
A. Winkler, Muri, Telefon 056 664 50 44

DER WEIN BERATER
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
WEITERE INFORMATIONEN?
START: Donnerstag, 30. Mai 2008
30 Seminarstage
Dienstag, 10. Juni 2008
017 27061 - info@wein.ch

Sichern wir gemeinsam die besten Nachwuchskräfte
Unsere Lehrstellenvermittlung hilft Ihnen, die besten Lernenden zu finden und dankt für Ihr Engagement!
Eine Telefonnummer
031 370 44 66
Eine Ansprechpartnerin
Karin Ritschard
Eine Dienstleistung von
hotellerie-suisse und GastroSuisse

Italienisch in Florenz
Spezialangebot:
2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern
Total CHF 790.-
Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.
Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax: 0039 055 244583
www.scuola-toscana.com

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

Zu verkaufen: elektronische
Stempeluhren
ab Fr. 598.-
Rechnende Ausführung ab Fr. 790.-
Badge-System ab Fr. 1800.-
Stets rev. Occ. mit Garantie
Jaeggi Uhrenanlagen
www.jaeggi-co.ch
Luzern: 052 384 50 51
Zürich: 044 202 34 61

Verwaltungsrat. Imageträger. Ein prominenter Verwaltungsratspräsident kann dem Unternehmen Türen öffnen. Unternehmer tun gut daran, auf vertrauenswürdige Präsidenten zu setzen.

Botschafter als Türöffner

Ein Unternehmen, das die Verwaltungsräte bewusst auswählt, ist gut beraten: Die Wirkung als Imageträger ist nicht zu unterschätzen.

GUÐRÚN SCHLENZCEK

Die Zusammensetzung des Verwaltungsrates kann das Zünglein an der Waage sein. Zum Beispiel wenn es um die Vergabe von Krediten geht. Dann hat ein Unternehmen, das sich mit vertrauenswürdigen Verwaltungsräten schmücken kann, die besseren Karten. «Der Sofifaktor Vertrauen hat bei den Banken einen hohen Stellenwert», ist Hans-Peter Stücheli, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schweizer Gesellschaft für Hotelkredit SGH, überzeugt. «Haben die Verwaltungsräte einen guten Ruf und die Banken kennen diese bereits von anderen Geschäften her als seriöse Schuldner, ist es für ein touristisches Unternehmen wahrscheinlicher, eine Hypothek zu bekommen.»

Massgebend ist die Kompetenz und nicht, wer man kennt

Stücheli schätzt, dass die Sofifaktoren – dazu gehört auch der Verwaltungsrat – bei einer Kreditvergabe bis zu einem Drittel der Beurteilung ausmachen. Zu zwei Dritteln messen die Banken die Kreditwürdigkeit an den harten Faktoren des Unternehmens wie Eigenkapital und Cashflow. «Fallen die Zahlen der Unternehmung schlecht aus, nützt auch ein renommierter Verwaltungsrat nichts mehr», meint Stücheli. Entscheidend ist der Einfluss des Verwaltungsrates vor allem dann, wenn die Erfolgszahlen grenzwertig sind.

Diese Erfahrung macht man auch bei den Grand Hotels Bad Ragaz, die gegenwärtig kräftig investieren. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung, Peter P. Tschirky: «Für die Banken ist es sehr wichtig, wer die Verwaltungsräte sind und wer der CEO ist. Das ist bei der Kreditvergabe genauso wichtig wie die Liquidität des Unternehmens.» Der gelernte Hotelier begründet das Wohlwollen der Banken gegenüber einem für sie stimmigen Verwal-

tungsrat so: «Begrüsst werden Verwaltungsräte, denen man zutrauen kann, dass sie das Unternehmen auch gewinnbringend zu steuern wissen.»

Um diesen seriösen Eindruck bei den Kreditgebern zu erwecken, brauche es in erster Linie Verwaltungsräte mit Fachkompetenz. «Die Kompetenzen sind massgebend und nicht, wer wen kennt», stellt Hans-Peter Stücheli von der SGH klar. «Wir haben Verwaltungsräte, die fachlich etwas beitragen», bestätigt Tschirky. Den acht-

«Haben Verwaltungsräte einen guten Ruf, bekommt man leichter einen Kredit.»

Hans-Peter Stücheli
Schweizer Gesellschaft für Hotelkredit

köpfigen Verwaltungsrat der Grand Hotel Bad Ragaz präsidiert der Industrielle Willy Kissling, der ein langjähriger Weggefährte von Verwaltungsrat Thomas Schmidheiny ist. Medizinische Kompetenz holte man sich mit Robert Bider von der Hirslanden-Gruppe, Food-Kompetenz mit Wolfgang Werlé, Hiestand-CEO und vormals Gate-Gourmet-Chef. Es spiele keine Rolle, ob ein Verwaltungsrat aus der Branche käme oder nicht, so Stücheli: «Fürs Marketing-Know-how zum Beispiel ist es egal, ob jemand schöne Ferien oder Zahnimplantate verkauft.» Tschirky begrüss sogar, wenn der Verwaltungsrat sich aus branchenfremden Personen zusammensetzt: «Ich kann so viel lernen.»

«Ein Verwaltungsrat hat den klaren Auftrag, das Hotel-Image nach aussen zu stützen.»

Christian Lienhard
Hotel Hof Weissbad

Als Türöffner können kompetente Verwaltungsräte grundsätzlich bei allen externen Anspruchsgruppen wirken. «Wenn wir irgendetwas brauchen, schauen wir, wo bei den Verwaltungsräten Kontakte vorhanden sind», verrät Tschirky. Durchaus als Türöffner können Verwaltungsräte auch auf dem Gästemarkt wirken, wenn sie in ihrem sozialen Umfeld Beziehungen zu Opinion-Leaders pflegen. «Unser Verwaltungsratspräsident pflegt aktiv den Kontakt zu den Gästen», betont Tschirky.

Gute Verwaltungsräte kann sich auch ein Hotel leisten

Beim Hotel Hof Weissbad im Appenzellerland kommt dem Verwaltungsrat in Sachen Standortmarketing eine zentrale Funktion zu. In erster Linie besetze man den Verwaltungsrat mit Personen aus der Region, so Hoteldirektor Christian Lienhard: «Ein Verwaltungsrat hat den klaren Auftrag, das Hotel-

Image nach aussen zu stützen.» Vor allem gegenüber Behörden und Aktionären. Wichtig sei die lokale Verankerung, da das Gros der 2700 Aktionäre vom Hof Weissbad aus dem Appenzellerland käme, das Hotel der grösste Arbeitgeber der Region sei und man beim Bau vor 14 Jahren von der öffentlichen Hand 2 Mio. Franken zinsloses Darlehen beanspruchen konnte. An zweiter Stelle steht auch im «Hof Weissbad» bei der Wahl des Verwaltungsrates die Kompetenz: Deshalb sitzt im Verwaltungsrat des Gesundheitshotels

zum Beispiel der Direktor des Kantonalsspitals St. Gallen, Hans Leuenberger.

Hans-Peter Stücheli von der SGH bedauert, dass in der Hotellerie die Verwaltungsräte nur

sehr selten nach professionellen Kriterien zusammengesetzt werden: «Eine Familien-Aktiengesellschaft, wie sie in der Hotellerie weit verbreitet ist, holt sich in der Regel einen Juristen, einen Consultant oder einen Treuhänder in den Verwaltungsrat.» Dabei könne man sich renommierte Fachleute durchaus leisten. «Es gibt hervorragende Köpfe, die nicht wegen des Geldes kommen», meint Tschirky. «Der Einsitz in einen Hotel-Verwaltungsrat hat viel mit Sympathie zu tun.» Ein Verwaltungsrat in der Hotellerie müsse sich auch mal mit einem Honorar von 10000 Franken im Jahr zufrieden geben, meint Stücheli.



Beatrice Tschanz, Verwaltungsrätin der Valora Holding AG.



Conrad Löffel, Vorsitzender des Verwaltungsrats der Valora.



Sepp Breitenmoser, Verwaltungsratspräsident Hof Weissbad.



Markus Fiechter, Verwaltungsrat der Valora Holding AG.



Christiane Brunner, Verwaltungsrätin bei den SBB.



Hans Leuenberger, Mitglied Verwaltungsrat Hof Weissbad.



Rolf Dubs, Verwaltungsrat bei der Underberg AG.



Daniel Lauber, Präsident Verwaltungsrat BVZ Holding.



Martin Hilb, Leiter IFPM Center Corporate Governance St. Gallen.

VR-Besetzung Zu viele Köpfe oder Sesselkleber hemmen den Betrieb

In der Hotellerie ist der Verwaltungsrat meist eine beschauliche Angelegenheit: Gründer, Besitzer, deren Familie und Freunde bestimmen das Bild. Oft wirkt ein Verwaltungsrat auch aktiv im operativen Geschäft mit, oder die Posten des Geschäftsführers und Verwaltungsratspräsidenten sind sogar in Personalunion besetzt.

Diese Konstellation ist den Fachleuten ein Dorn im Auge. «Das ist ein typisches KMU-Problem: Sitten in Geschäftsleitung und Verwaltungsrat die gleichen Leute, ist das unzuverlässig», kommentiert Rolf Dubs, emeritierter Professor der Uni St. Gallen, der verschiedene Verwaltungsratsmandate innehat. Es gelte der Grundsatz: Der Verwaltungsrat gibt die strate-

gische Ausrichtung vor, zum Beispiel, ob ein neues Spa gebaut wird. Die Geschäftsleitung kümmert sich um die operative Umsetzung. «Bei einer Durchmischung gibt es keine Kontrolle», warnt Rolf Dubs. Wenn ein Verwaltungsrat operativ tätig sei, so demotiviere das nur die Geschäftsleitung. «Der Geschäftsleiter kann nicht mehr wie ein Unternehmer agieren.»

Umgekehrt muss die Geschäftsleitung den Verwaltungsrat immer auf dem Laufenden halten, was operativ geschieht. «Sollte der Verwaltungsrat von der Geschäftsleitung bewusst nicht mit den notwendigen Informationen versorgt werden und entsteht dadurch ein Problem, darf der Verwaltungsratspräsident ausnahmsweise ins

operative Geschäft einwirken», verweist Martin Hilb, Leiter des IFPM Center for Corporate Governance an der Universität St. Gallen, auf einen Ausnahmestandard.

Bei Familienunternehmen sollten auf jeden Fall nicht die gleichen Familienmitglieder, die im Verwaltungsrat sitzen, auch noch Teil der Geschäftsleitung sein. Gut beraten sind Familien-Aktiengesellschaften, wenn sie sich einen ausserstehenden Verwaltungsratspräsidenten wählen, «der bei den häufig auftretenden Familienzwisten ausgleichend wirkt». Martin Hilb zeichnet die ideale Besetzung eines Verwaltungsrates: Damit er die Rolle als Gestaltungs- und Controllingrat wirksam ausüben kann, muss er über das gleiche Know-

how verfügen wie die Geschäftsleitung – in Sachen Produktkenntnis, Risikomanagement oder Marketing – und über Mitglieder mit unterschiedlichen Management-Kompetenzen verfügen. Ein Verwaltungsrat sollte zudem nicht zu gross sein: Für Kleinbetriebe reichen beispielsweise drei Verwaltungsräte, für mittelgrosse Betriebe fünf, Grossbetriebe verlangen sieben Mitglieder. Seit dem Swissair-Skandal hat sich die Verwaltungsratspraxis in der Schweiz auf jeden Fall verbessert. 2007 gehörte die Schweiz bereits zu den Best-Practice-Ländern Europas. gsg

VR-Seminar für Familienunternehmen, 21.8.2008 in Rapperswil, managementseminare@unisg.ch



BEI IHREM TREUHÄNDER
EEZY TOOL
DIE GANZ ANDERE BUCHHALTUNG, FÜR JEDEN TAG.



eezy tool Ltd.
St. Jakobs-Strasse 30
Postfach 4002 Basel

+41 61 366 99 36
info@eezytool.ch
www.eezytool.ch

ANZEIGE

Durchblick im Preiswirrwarr

Internetplattformen fordern Gäste und Hoteliers gleichermaßen. Vor allem die unterschiedlichen Zimmerpreise sorgen für Aufregung. Kayak.com schafft Transparenz.

SIMONE LEITNER, KARL JOSEF VERDING, KARIN RECHSTEINER

Meta-Suchmaschinen vergleichen die Preise von Online-Reiseportalen wie Expedia, Hotels.com und Opodo miteinander, und auch diejenigen der Leistungsträger – wie Hotelgruppen und Fluggesellschaften. Der Nutzer erhält einen Überblick des Marktes – soweit der Markt mit dem Metasucher kooperiert. Dieser verkauft die Produkte nicht selbst, sondern

«Wir können ein Unternehmen bauen, das 500 Mio. bis 1 Mrd. Dollar wert ist.»

Steve Haffner
Chief Executive Kayak.com

leitet per Link auf die Partnerportale weiter. Mit diesen Partnerseiten haben die Meta-Suchmaschinen oft eigene Schnittstellen, um die Daten einzulesen. Sie verkaufen also dem Reisenden nicht und arbeiten für den Online-Nutzer vollkommen kostenfrei. Sie verdienen ihr Geld mit der Werbung – zum Beispiel neben der Hotel-Suchliste – und mit Referenz-Gebühren der Nutzer. «Bis zu 30 Prozent der Nutzer klicken die Werbung an», sagt Hannes Jägerhofer, Geschäftsführer des österreichischen Metasuchers CheckfeliX, der Tourismus-Fachzeitschrift «f.w». «

Meta-Suchmaschinen:
«Die Lücke in Google's Abwehr»

Kayak.com heisst der angehende Weltmarktführer der Meta-Suchmaschinen für Reisen – nach Meinung des angesehenen US-Wirtschaftsmagazins «Forbes». Das Magazin überschrieb seinen betreffenden Artikel: «The Gap in Google's Defense (Die Lücke in Google's



Kayak.com heisst der angehende Weltmarktführer der Meta-Suchmaschinen für Reisen.

Abwehr»). Vertikale, auf Themenbereiche zugeschnittene Suchmaschinen seien auf längere Sicht die mächtigste Bedrohung für Google, die Suchmaschine mit der einfachen Interface-Zelle für alles.

Kayak.com gewinnt Reise-Konsumenten, die ein für sie massgeschneidertes, blitzschnelles Web-Instrument suchen, das auf einer neutralen, vertikalen Suchmaschine als Einstieg für die Reisebuchung im Internet basiert.

«Das sind geniale Instrumente. Sie schaffen Transparenz im Preisbereich.»

Peter Michel
Best Western Swiss Hotels

Kayak.com: nur Reise-Portal, aber vielleicht bald 1 Mrd. Dollar wert

Im November 2007 brachte Kayak die nötigen 196 Mio. Dollar an Kapital zusammen, um mit seinem grössten Konkurrenten, «SideStep», zu fusionieren. «Wir können in den nächsten paar Jahren ein Unternehmen bauen, das 500 Mio. bis 1 Mrd. Dollar wert ist und allein auf die Reise-Suche fokussiert», sagte

Kayak's Chief Executive Steve Haffner gegenüber «Forbes».

Bis 2010 wird Online-Reisewerbung zu einem Geschäft mit einem Umsatz zwischen 5 und 7 Mrd. Dollar anwachsen. Google macht heute 15 Prozent seines Umsatzes mit Reise-Werbung – mehr als eine Milliarde Dollar. Und Kayak.com ist ein komfortables Instrument, um diesen Google-Besitz anzugreifen.

Die «Wahnsinns-Geschwindigkeit» der Meta-Suche auf

Kayak.com beeindruckt auch Peter Michel, den Leiter der Zentrale der Best Western Swiss Hotels. Die Hotels der Gruppe sind auf Kayak.com präsent, aber es gibt «keine Abmachung», so Michel gegenüber der htr. Michel würdigt die Meta-Suchmaschinen: «Das sind geniale Instrumente. Sie schaffen Transparenz im Preisbereich, und wir sind nie gegen Transparenz. Sie sind aber auch nicht ungenähr-



Die Online-Reservation von Hotelzimmern wird zu einem immer größeren Geschäft.

lich, denn sie könnten benutzt werden, um bewusst auszuschliessen oder einzuschliessen. Insgesamt sehen wir diese Instrumente positiv. Der Trend wird sich nur verstärken.» Peter Michel sieht darin auch eine Mahnung an die Mitgliedshotels, ihre Preistraten-Parität auf allen Kanälen einzuhalten – denn

die Meta-Suchmaschine deckt Unterschiede auf.

Die Best Western Swiss Hotels sind gemäss dem Leiter ihrer Zentrale mitten in der Arbeit an einem Projekt, das die Suchmaschinen-Optimierung zum Ziel hat, sowie einem Marketing-Konzept für die ganze Web-Präsenz, und einer Erhöhung der Hit-Zahl auf der eigenen Website. «Wir wollen in den Suchmaschinen bessere Positionen erreichen», so Peter Michel. Bis im Sommer dieses Jahres soll die Optimierung realisiert sein, und es soll mit den betreffenden Marketing-Massnahmen weitergefahren werden.

«Wir konnten unsere Auslastung dank diversifizierten Absatzkanälen steigern.»

Patrick Hauser
Hotel Schweizerhof Luzern

Preisgleichheit bei den Leading

Die Online-Verkaufskanäle bedeuten für die Hotelmanager generell eine Herausforderung. The Leading Hotels of the World luden letzte Woche zur «International Reservations, Revenue & Rooms Division Managers Conference» nach Prag ein. Diskutiert wurde unter anderem über die gewünschte Preisparität auf allen Verkaufskanälen. Der Fachreferent Peter O'Connor, Direktor des Institut de Management Hôtelier Inter-

Zudem sei es eminent wichtig zu wissen, wo und wie das Hotel online publiziert wird. Ganz im Sinn der Mitglieder: «Die Zimmerpreise müssen sowohl bei Direktbuchungen im Hotel wie auch über das Internet dieselben sein», sagt Michel Rey, Direktor des Hotels Baur au Lac in Zürich. Das Ziel des «Baur au Lac» ist es, den Gästen eine transparente Preispolitik anzubieten. Eine Philosophie, die für alle Vertreter der Leading Hotels wichtig ist. Die Parität wird über das Vertriebsnetz der Leading Hotels of the World gewährleistet.

Bessere Auslastung

Preisgleichheit wünschen sich viele Hoteliers. «Das heisst aber nicht, dass wir

statische Zimmerpreise anbieten», erklärt Patrick Hauser, Besitzer des Hotels Schweizerhof Luzern. Er hat sich den digitalen Zeiten angepasst und schätzt die flexible und spontane Preispolitik: «Wir konnten unsere Auslastung dank diversifizierten Absatzkanälen steigern.» Verträge mit Online-Plattformen hat Patrick Hauser aber nicht abgeschlossen.

Auch Jörg Rudolf von Rohr, Direktor des Hotels Schweizerhof Zürich weiss die Vorteile der verschiedenen Internetplattformen zu schätzen und zeigt sich versiert im Umgang mit der digitalen Herausforderung. Dass die tagesaktuellen Preise einheitlich sind, drauf achtet der Hoteldirektor. «Die Online-Plattformen sind gute Marketinginstrumente, müssen aber betreut werden», räumt er ein. Die Preisgestaltung wirke ungläubig, wenn die Differenzen zu gross seien, findet der Zürcher Hotelier.

Eingeschränkte Flexibilität bei günstigen Zimmerpreisen

Die auf den ersten Blick verlockenden Hotelzimmer-Schnäppchen entpuppen sich bei genauem Hinsehen oft als reine Anreizangebote. Der Gast wird mit rigiden Bedingungen konfrontiert: «Die günstigen Angebote im Internet sind nur mit Einschränkungen buchbar. Der Tarif bindet den Gast an fixe Bedingungen», erklärt Patrick Hauser vom Hotel Schweizerhof Luzern. Nur Gäste, die direkt im Hotel oder über das hauseigene Buchungssystem ihre Zimmer reservieren, können von einer maximalen Flexibilität profitieren.

Gegendarstellung

Die Grand Casino Kursaal Bern AG verlangt eine Gegendarstellung zum Artikel «Mit dem Spiel spielen» (htr vom 31.1.08). Die dort zitierte Aussage des Grand-Casino-Direktors Christian Ammüller laute korrekt: «Wenn Sie in ein Casino gehen, müssen Sie damit rechnen, Geld zu verlieren. Der Gegenwert, den Sie dafür erhalten, ist ein Abend in spannender Atmosphäre, mit der Chance darauf, aber möglicherweise mit mehr Geld nach Hause zu gehen als Sie vor dem Besuch hatten.»

Laut Art. 28 ZGB hat jedermann, der sich durch eine Veröffentlichung in der htr hotelrevue direkt in seiner Persönlichkeit betroffen fühlt, Anspruch auf Gegendarstellung. Die htr hotelrevue hält an ihrer Sicht der Dinge fest.



In manchen Hotels kostet der Internet-Zugang eine Menge Geld.

Internet Surfen in Hotels kostet viel, wenig oder nichts

Homogen ist die Preispolitik bei der Internetbenutzung in Schweizer Hotels nicht. Der Gast muss sich immer wieder neu orientieren. Sei es bei der technischen Ausstattung im Hotel oder der Kostenberechnung im Business-Center: einheitliche Gepflogenheiten sind selten. «Die Tendenz in der Luxushotellerie geht wieder in Richtung Kostenberechnung», sagt Fiorenzo Fässler, Geschäftsführer der Swiss Deluxe Hotels. Dieses Geschäftsfeld sei eine lukrative Einnahmequelle, ergänzt er. Eine andere Phi-

losophie vertritt die Tschuggen Group: «In allen unseren vier Hotels sind die Business-Center kostenfrei. In den Zimmern und Suiten aller drei Fünftsturnhäuser kann kostenfrei im Internet gesurft werden», hält Ina Bauspiess, Public Relations der Tschuggen Hotel Group fest. Im Eden Roc in Ascona und im Sporthotel Valsana in Arosa steht den Gästen zusätzlich WLAN im gesamten Hotelareal zur Verfügung – in Ascona sogar auf dem Sonnenliege im palmenumsäumten Garten. Dort fallen aber Kosten an von 5 Franken für 30 Minuten bis

hin zu 30 Franken für 24 Stunden. Diese Swisscom-Lösung ist beliebt. Auch das Hotel Cube in Savognin bietet mit der gleichen Lösung den Gästen Flexibilität.

Ein ähnliches Konzept haben die Jugendherbergen: Gesamtschweizerisch stehen Computerterminals gegen eine Gebühr von 6 Franken die Stunde und in einigen Häusern auch WLAN zur Verfügung. Doch auch im Backpacker-Segment gibt es Unterschiede: so surfen alle Gäste der Balmer's Herberge in Interlaken kostenfrei. sls/kr

Impressum

htr hotelrevue

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

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

Redaktion: Publikationsleitung und Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslav Halaba/mh.
Redaktion: Theres Lagler Berger/ll (Resortleitung aktuell), Christine Kunzler/ck (Resortleitung fokus), Renate Dubach/rd (Resortleitung dolce

vita), Miroslav Halaba/mh (Resortleitung cahier français), Franziska Egli/fee, Hélène Koch/hk, Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/lm, Daniel Stampfli/dst, Gudrun Schlenkerz/gsk, Karl Josef Verding/kjv, Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb, Layout: Roland Gerber/rg, Regula Woll/hwo, Korrektorat: Paul Le Grand, Volontärin: Karin Rechsteiner/kr

Verlag: Leitung: Astrid Kägi, Assistentin: Priska Drayer, Stelleninsetzer: Angela Di Renzo, Geschäftsanzwiger: Michael Müller, Beda-Urs Schönenberger.
Druck: BUCHER GRANO AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-Belag/abt 2005/06, verkaufte Auflage: 11829; Gratisauflage: 1289; (Druckauflage: 18 000).

Verkaufspreise (inkl. MwSt.): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–, ISSN: 1424-0440
Kontaktadresse: Montbijonstrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 370 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 eingesandene Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

liegenschaften

HESSER

Immobilienvermittlung
für Häuser & Restaurants

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

Wir sind die Go-to-Adresse für Restaurants, Hotels und Restaurants.

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analyse und Gutachten
- Managementberatung
- Marketing / Verkaufsförderung
- Reorganisations
- Neu- und Umbaupläne
- Gültige Aktensätze

Frankfurt, Pfaff, ARB, Pöschel
053-41011337 - 077-4221724
Fax: 053-4-074156

Saas Fee

Zu verkaufen evtl. zu vermieten
per 1. Mai 2008

Restaurant Käsekeller

(www.kaesekeller.ch)

Weitere Infos erhält:
A. Graf Tel. 079 2543000

Infolge Umzug ins Ausland suchen wir für unser einmalig schönes, gut eingetragenes italienisches Restaurant/Platzbar im Zürcher Unterland per 1. Juli 2008 od. n. Vereinbarung unseren

Nachfolger (Pacht oder Kauf)

Restaurant 60 Plätze
Bar 40 Plätze
Garten-Terrasse 60 Plätze

Absolut zentrale Lage, genügend Parkplätze, schönes Kaufmänniker vorhanden, Wohnung zur Seite - Ideal für «Winepass».

Möchten Sie mehr über Ihre zukünftige Herausforderung wissen, dann freuen wir uns auf Ihre Anfrage unter Chiffre 180831 an htr hotel revue, Montbousstrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

LENK SIMMENTAL

Zu verkaufen oder zu vermieten
evtl. zu pachten im Stadtzentrum

Restaurant

Im Stadtzentrum, vor 12 Jahren komplett renoviert, 20 Plätze, plus 20 Plätze im Keller, Terrassen und 20 Plätze im Wintergarten und sehr interessanter Wein- und Käseangebot.

Hans-Heli Hiltner Leut
Tel. 079 231 10 40 www.lenk.ch

WETAG CONSULTING

Lago Maggiore | Ascona

Restaurant mit 6 Whg an Bestlage

sehr gutgehendes Renditeobjekt im Herzen von Ascona, jahrhundertes altes Gebäude auf 4 Geschossen, 1992 vollständig renoviert, 807 827m², sehr guter detailgeplanter Zustand

CHF 2420'000 Ref. Nr. 5982

Wettag Consulting Immobilien
Luzern - Lugano - Ascona
info@wettag.ch www.wettag.ch
Tel. 0041 031 91 21 21 22

WETAG CONSULTING

Lago Maggiore | Locarno Città

Hotel, Wohnhaus mit Restaurant

seit 1911 17 Jh. in der Altstadt, verbindet zur Piazza Grande, in den 60er Jahren komplett renoviert, bestehend aus Bar-Restaurant mit 2 Gaugängen und 2 Wohnungen, alles in gutem Zustand

CHF 2420'000 Ref. Nr. 5983

Wettag Consulting Immobilien
Luzern - Lugano - Ascona
info@wettag.ch www.wettag.ch
Tel. 0041 031 91 21 21 22

G&P Immobilien GmbH

Ein Unternehmen von Geil & Partner

Wir vermitteln unseren anspruchsvollen, internationalen Kunden **aussergewöhnliche Hotels** zum Kauf in der Schweiz.

Sie werden Hotels mit folgenden Anforderungskriterien gesucht:

- Sehr gute Lage in Städten oder Resorts
- Boutique-Hotels oder
- Hotels mit klarem Profil ab 40 Zimmern, eventuell mit weiterführender beruflicher Ausrichtung
- Geringe gut geführte, im Markt bestehende Objekte mit nachvollziehbarem Erfolgspotenzial gefragt
- Kein Unterhaltswart, keine behördlichen Auflagen
- Eventuell immoveller Renditeobjekt, Übergabebereite Hotels

Unsere Makler-Dienstleistungen:

- Professionelles Erarbeiten Ihrer Unternehmensdarstellung
- Diskrete Vermittlung Ihres Hotels
- Umfassende Betreuung von Verkäufer und Investor bis zum erfolgreichen Abschluss
- Unternehmensbewertungen *
- Marktberichterstattung *
- Nachfolgeplanung *
- Steuerliche, nicht-steuertaxonomische Beratung *

Allgemeine Bedingungen:

- Exklusiver Maklervertrag mit zu vereinbarenden Verkaufskommissionen erwirbt
- Sämtlicher Vermittlungsaufwand zu Lasten G&P
- Zusätzlich gewünschte Dienstleistungen (siehe oben *) gegen Honorar

Gemeinsam erwarten wir Ihre erste, unverbindliche Kontaktaufnahme persönlich an uns Geil. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion.

Brunngasse 20 • CH-6005 Luzern
Tel. +41 (0)41 230 2000 • Fax +41 (0)41 230 20 01
url: geil@gailundpartner.ch • www.geilundpartner.ch

Hotelparzelle

ZU VERKAUFEN im Sommer- und Wintersportort

Disentis/Mustér GR

mit über 8000 m², in attraktiver Lage, direkt neben Bergbahnen, voll erschlossen!

Auskunft erhält Ihnen gerne Hans-Jürg Lehmann
Tel. 081 920 3040, lehmann@disentis3000.ch



Stadt Winterthur

Die Stadt Winterthur verpachtet per 1. August 2010

Restaurant Schloss Wülflingen in Winterthur

Das Restaurant Schloss Wülflingen wurde nachhaltig saniert und befindet sich an historischer Stelle im Stadteil Winterthur-Wülflingen.

Zum Pachtobjekt gehören insbesondere:

Im Erdgeschoss

- Neue Restaurantküche für à la carte Gerichte
- Gastküche mit ca. 52 Plätzen, Lounge mit ca. 10 Plätzen
- Eingangshalle, Büro

Im 1. Obergeschoss

- Neue Bankettküche
- Gastküche mit ca. 114 Plätzen

Im Untergeschoss

- Vorbereitungsfläche, Economy, Kühl- und Tiefkühlzellen
- Werkkeller und Garderobenanlagen für das Personal

sonst

- Schlosspark mit Gartencafé (ca. 40 Plätzen)
- Gästeparc 180a, Wirtschaftsbauwerke, Einzelgarage
- Neue erstellte 3,5-Zimmer-Wohnung im 2. Obergeschoss

Das Restaurant Schloss Wülflingen wird als ein Ort der gepflegten Gastronomie geführt, ohne jedoch ablie zu sein. Die Gäste sollen sich in den historischen Räumlichkeiten wohl fühlen und entspannen, jedoch auch feste feiern können.

Wir wenden uns an ein innovatives Wirt-Paar mit einigen Jahren Erfahrung in einem ähnlichen Betrieb, das bereit ist, dieses in der Stadt Winterthur fortzuführen und überregional bekannte Lokal an vorderer Front selber zu führen.

Wenn Sie sich von dieser neuen Herausforderung angesprochen fühlen, fordern Sie bitte unsere Dokumentation an (wenn möglich per E-Mail). Für ergänzende Auskünfte stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Stadt Winterthur
Departement Finanzen
Liegeassistentenverwaltung
Lindstrasse 5, Postfach, 840 Winterthur
Peter Huber
Telefon: 052 207 87 56
E-mail: peter.huber@wv.ch

Hôtel-Restaurant Ma Vallée

Na, station du Vals central

A louer dès le 1er juillet 2008

- Hôtel 20 lits
- Café 48 places
- Terrasse panoramique 30 places
- Restaurant 80 places
- Grande place de parc

Pour offres écrites avec références et documents usuels sous chiffe M 036-443776, à Publicitas S.A., case postale 48, 1702 Villars-sur-Glâne T. ...

Oberengadin

Restaurant zu verkaufen/verpachten

Chiffre: 180830
htr hotel revue, Montbousstrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Berner Oberland Direkt am Brienzensee

Zu verkaufen nach Vereinbarung an un-erbaubarer Lage, nahe Interlaken, idyllisch gelegenes, bestens eingeführtes

*** - Familienhotel

Der Betrieb Baujahr 1920 und später umfasst: 11 Hotelzimmer mit D/Bad u. WC, Balkon oder Terrasse; Fischgrill mit 32 SP und 8 SP Bar; Anwesen mit 50 SP; Saunabereich mit 40 SP; Grosse 4-Zimmer-Dachwohnung, Küche, 2 Badezimmer; mit allen notwendigen Nebenräumen; Grundstück 2'017 m²; eigener Boots- / Liegeplatz, kleiner Hafen und Bootsanlegeplätze.

Verkaufsrichtpreis CHF 1,35 Mio
Gebäudeversch.-Wert CHF 2,95 Mio

Weitere Informationen erhalten Sie bei:
Jürg Zumbühl, Unternehmensberatung, 3800 Interlaken, Natal 079 859 55 85,
jzurg.zumbuehl@quicknet.ch, www.zumbuehl.ch

IN DER DEUTSCHSCHWEIZ

suchen wir für Kauf, Obstandesgegenüberwertliches
Mittel-Preiskategorie zu verkaufen. www.cd-interninvest.ch
CD INTERNVEST AG Zollikon
Tel. 062 752 17 17 / Fax 062 752 17 20
Sichere Internet www.cd-interninvest.ch

Taverne / Ferienhaus

Jaunpass

Die „Taverne“ liegt direkt neben den Skiliften und hat eine wunderbare Aussicht in die Berge.

Restaurant mit 40 + 80 Pl. Terrasse
100 Pl. Massentager und 4-Z-Wing
VP CHF 990'000 -

Thomas P. Müller
Reisenstrasse 7
3800 Interlaken
Tel. 033 826 14 81
www.rmax.ch

Berner Oberland - Thunersee mit einmaligem Alpenpanorama

Im Auftrage zu verkaufen nach Vereinbarung ein erhöhter Lage 1976/1986 im Chaletstil erbautes, bestens eingeführtes

***-Hotel-Restaurant mit sep. Wohnchalet

Der Betrieb mit Baujahr 1976/86 umfasst:

- 26 schöne Hotelzimmer mit D/Bad und WC, Balkon oder Terrasse
- Restauration umfasst mit ca. 140 Sitzplätzen
- Terrasse mit ca. 30 Sitzplätzen
- 4-Zimmer-Direktionswohnung
- mit allen notwendigen Nebenräumen

Nähe Busstation, grosser Auto- und Carportplatz.
Ertrag aus Restauration ca. 1,25 Mio. Franken.
Ertrag aus Hotel ca. 0,35 Mio. Franken.

Verkaufsrichtpreis CHF 1,0 Mio.
Gebäudeversicherungswert CHF 5,88 Mio.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:
Jürg Zumbühl, Unternehmensberatung,
3800 Interlaken, Natal 079 859 55 88,
jzurg.zumbuehl@quicknet.ch, www.zumbuehl.ch



Salsiz

Sieben Schüler erfinden die altehrwürdige Bündner Spezialität neu.
Seite 17



Zuckerbäckermeister Wolfgang Leschanz wird auch der «Schokoladekönig» genannt.

Wien, das Traumziel für jedes wahre Zuckergoscherl

Schokolade ist eine königliche Sucht. Noch bis Ende des 19. Jahrhunderts war dieser Genuss einzig den Adligen und dem hohen Klerus vorbehalten – lasziv, halb liegend, pflegten sie das süsse Getränk zu schlürfen. Diesem wurden wahre erotische Wunderwirkungen zugeschrieben, Casanova etwa behauptete, mit Schokolade liessen sich Frauen weit besser verführen denn mit Champagner. Wenn es um Schokoladorten geht, steht die kaiserlich-königliche Stadt Wien jedoch nach wie vor unbestritten auf dem Siegerpodest. Zum touristischen Pflichtprogramm gehört bestimmt ein Besuch im plüschigen Café des «Sacher», das eines der ersten Luxushotels überhaupt und noch berühmter als das «Ritz» war. Genau so zu den «Musts» gehört die Sacher-Konkurrentin Demel am Kohlmarkt mit ihren aufgetrimmten Patisserien und den gestelzten Formulierungen der «Demelnerinnen» in ihrer ordnungsmässig-schwarzen Dienstracht – «Haben schon gewährt, der Herr?», wird hier noch gefragt.

Sacher, Demel, Imperial: Diese Namen ziehen bei jedem Wien-Besucher. Ein Geheimtipp für Süssschnäbel aber sind Staud, Das süsse Eck, Xocolat und Schokoladekönig Leschanz.

Früher fand sich in jeder Strasse von Wien, genauso selbstverständlich wie der Bäcker und der Metzger, ein so genanntes «Zuckerlgeschäft». Von den einst gegen 3000 «Schleckparadiesen» blieben bis heute noch ganze 20 bestehen. Eines der urtümlichsten und querschnitts ist das «Süsse Eck» gegenüber der Wiener Volksoper.

Von James Bond und von kandierten Veilchen

Die Inneneinrichtung mit den verspielten Vitrinen stammt immer noch aus der Gründerzeit, die Regale biegen sich unter der Last von

ELSBETH HOBMEIER



Marrillen aus der Wachau, Waldheidelbeeren aus der Steiermark, Erdbeere: Staud's Limited Edition.

Rosarote Manner-Welt: Von der Waffel bis zum T-Shirt

Weit profaner und volkstümlicher, aber ebenso typisch wiensisch sind die Mannerschnitten. Die Nougatwaffeln in ihrer rosaroten Folie mit der Silhouette des Stephansdoms kennt jedes Kind. Erfinden wurden die «Original Neapolitaner»-Waffeln im Jahr 1898, heute sind sie Kult: Im eigenen Flagship-Store direkt beim Stephansdom sieht man nur noch rosa: Mannerschnitten, Mannerköfferchen, Mannerschirme, Manner-T-Shirts – die Touristen stehen Schlange.

Leschanz: Aus dem Knopfgeschäft wurde ein Schokoladekönig

Kult ist auch ein Besuch bei Zuckerbäckermeister Wolfgang Leschanz, der sein schokoladenes Königreich in einem wunderschönen Geschäftslokal – einem einstigen kaiserlich-königlichen Knopfaden – bei der Peterskirche zwischen Graben und Stephansdom eingerichtet hat. Nach einer Karriere bei Demel und bei Sacher reüssierte Leschanz dann mit seinen Mehlspeisen in Beverly Hills und in Japan, bevor er seine eigene «Wiener Schokoladen Manufaktur» gründete und seither mit Pralinen, Katzenzungen, gefüllten Herzen und speziellen Schokoladeknöpfen – als Reminiszenz ans einstige Knopfgeschäft – seine Kundschaft glücklich macht.



Naschwerk so weit das Auge blickt im «Süssen Eck».



Blick ins einstige Knopfgeschäft hinter der Peterskirche.



Hollmanns Salon ist eine Zuflucht für Geniesser.



Nett anzuschauen, köstlich zu geniessen.

Fakten Die Adressen für eine Reise ins süsse Wien

Staud's Delikatessen sind im Detailhandel erhältlich in allen Globus- und einigen Jelmoll-Filialen. Generahimporteure für die Schweiz ist Scala Vini in 3706 Leissigen/BE, Telefon 033 847 00 08.

Informationen unter www.sacher.com; www.demel.at; www.leschanz.at; www.manner.com; www.stauds.com. Das Süsse Eck, Währingerstrasse 65, A-1090 Wien, Telefon +43 1 402 79 74.

Wien mit Frantour, mit Bahn- oder Flugarrangements: www.frantour.ch



Osterhasen in allen Varianten im «Süssen Eck».



Mutter Staud verkauft seit 1947 ihr Obst, heute sind die süssen und sauren Delikatessen von Sohn Hans weltweit ein Verkaufshit.

Schokoladendragées, kandierten Veilchen, Gummibären, Bonbons. Das alles ist so malerisch, dass hier 1987 sogar eine Szene des Bond-Streifens «Der Hauch des Todes» gedreht wurde. Über 2000 Naschereien sind im «Süssen Eck» zu haben, darunter allein 80 Sorten von Lakritze. Die Besucher der nahen Volksoper decken sich hier gerne vor der Vorstellung ein, ein Hit ist auch das regelmässig angebotene «süsse Buffet», wo man für 7 Euro «naschen darf bis zum Umfallen», wie Inhaber Michael Kornherr erklärt.

Staud's, der Inbegriff seiner Marmeladen aus Wien

Einen Siegeszug ohnegleichen durch die Tophotellerie und -gastronomie machte das traditionelle Unternehmen Staud's, das aus einem kleinen Obsthandlung entstanden war. Der Enkel des Gründers, Diplomkaufmann Hans Staud, stellt heute im Arbeiterquartier Ottakring seine Delikatessen her. Seine eingemachten Früchte, Marmeladen, Weingelées, aber auch feinsäuerlichen Gemüse sind auch in kleinen Portionsgrößen zu haben und eroberten die ganze Welt. Sehr gute Kunden sind die USA und die Vereinigten Arabischen Emirate. In der Schweiz sind die Staud's Produkte in Hotels wie den Kempinski und der Victoria-Jungfrau Collection, aber auch bei Globus zu finden.

Oft wird um das Geheimnis von Staud gerätselt. Hans Staud sagt: Es gibt keines. Nur Qualität.

Xocolat, die modernere Version für Naschkatzen

Ohne jeden k.u.k.-Hauch präsentiert sich das Fachgeschäft Xocolat in der Passage des Palais Ferschtel unweit der Hofburg mit einer reichen Auswahl an Schokoladen aus Österreich, Italien, Belgien und den verschiedensten Kakaoporzents. Hier hat der Wiener Chocolate-Lovers-Club sein Domizil, hier berät man auch gerne jene, welche sich in Sachen Wein oder Whisky und passender Schokolade weiterbilden wollen.



Empfang des «anna hotels»: Der Name des Designhotels am Münchner Stachus ist ein Tribut an die Urgrossmutter der Geisel-Brüder.

Gemeinsame Zukunft für Andrian & Terlan

Das klassische Terlaner DOC-Wein-gebiet erhält neu eine Kellerei mit 200 Mitgliedern. Die Kellereien Andrian und Terlan haben eine gemeinsame strategische Zusammenarbeit beschlossen. Die beiden Weingüter werden ihre Namen und ein eigenes Weinmanagement beibehalten, um die territorialen Unterschiede der beiden Gebiete weiter beizubehalten. Verändern wird sich aber die Produktionsstätte: Ab 2008 wird fortan in der Kellerei Terlan angeliefert und eingekellert. Die beiden Betriebe erhoffen sich einen qualitativen und finanziellen Vorteil von den sich ergebenden Synergien in Produktion, Vermarktung und Verwaltung. **kr**

Freestyle Cooking mit Rolf Caviezel und Co

Der Molekularkoch Rolf Caviezel, bekannt etwa aus Engagements im Grand Hotel Dolder in Zürich oder dem Suvretta House in St. Moritz, geht nun neue Wege. Er gründete die Firma freestylecooking GmbH. Zu den Kernkompetenzen der Firma gehört die Schulung von privaten wie professionellen Köchen. In den Kursen wird fleissig experimentiert und bis hin zu molekularen Cocktails einiges ausprobiert. Ziel der Unternehmung ist die Etablierung der Molekularküche. So werden Konzepte für Bars, Restaurants oder Hotels entwickelt, welche die Molekularküche mit einbeziehen möchten. **kr**

www.freestylecooking.ch

«Science House» ergänpzt den Europa-Park

Das direkt neben dem Europa-Park Rust gelegene Wissenschaftszentrum startete soeben in die zweite Saison. In mehr als 80 Stationen zu den Themen «Mensch», «Natur» sowie «Entdecken und Erfinden», warten wissenschaftliche Modelle und Experimente zum selber Durchführen auf die Besucher. So können sie etwa Kreditkarten mit Lasertechnik mit dem eigenen Namen beschriften oder den Ameisen aus Venezuela beim Schuffen zuschauen. In Workshops kann man mikroskopieren, das Phänomen des Magnetismus genauer untersuchen oder lernen, wie man sich an Düfte erinnern kann. Der Europa-Park schuf 2007 in Zusammenarbeit mit dem Förderverein Science und Technologie der Wissenschaft und Technik, direkt neben dem Park das über 1000 Quadratmeter grosse «Science House». **kr**

Das zweite Weltweinfestival im Palais Coburg

Vom 27. Februar bis 1. März bietet das zweite Weltweinfestival in Wien mit dem Weinforum und zwanzig weiteren weinkulinarischen Events Gelegenheit zu kulinarischen und vinophilen Höhenflügen. Im Zentrum des Festivals steht das Palais Coburg, dazu sind einige der besten Wiener Restaurants mit dabei. Über sechzig Weinproduzenten aus aller Welt werden persönlich anwesend sein, um ihre besten Weine vorzustellen. Um das «Weinforum» rankt sich unter Mitwirkung der internationalen Experten Serena Sutcliffe MW, Jan-Erik Paulson, Jens Priewe, Stuart Pigott und vielen anderen, ein hochkarätiges Programm zu verschiedenen Aspekten rund um das Thema Wein, von Fachdegustationen bis hin zu exklusiven Weindinern auf höchstem Niveau. **rd**

Drei Brüder, vier Hotels

Urmünchener kann ein Unternehmen nicht starten. Im Löwenbräuzeit auf dem Oktoberfest legten Anna und Karl Geisel als Pächter im Jahr 1900 den Grundstein für ein kleines Gastro-Imperium. Heute wird es in vierter Generation von den Brüdern Carl, Michael und Stefan Geisel geführt. Ihrer rührigen Urgrossmutter Anna setzten die drei Brüder ein ganz besonderes Denkmal. Direkt am Stachus eröffneten sie im 2002 ein modernes Designhotel und taufen es «anna hotel». Das grosszügige Lokal im Erdgeschoss ist zu jeder Tageszeit gut besucht. An dem ovalen Holztresen, der den Raum dominiert, sitzen die Brüder oft morgens über einem Kaffee zusammen. Diese Art von schnellen, informellen Besprechungen sieht Carl Geisel als grosse Stärke des Familienunternehmens: «Die Entscheidungskreise müssen klein sein. Bei einer grossen, internationalen Gruppe verlieren Sie viel Zeit in endlosen Board-Meetings.» Bei den Geisels dagegen gibt es nur eine Regel: Wichtige Entscheidungen werden gemeinsam und einstimmig getroffen.

«Wir wollen in jedem Sterne-Bereich die Besten sein»
Ansonsten herrscht klare Aufgabenteilung: Carl Geisel zeichnet verantwortlich für die Hotels Königshof und Excelsior, Michael Geisel für das «anna hotel» und das Drei-Sterne-Hotel Cosmopolitan.



Jedes Haus hat seine Zielgruppe: das 3-Sterne-«Cosmopolitan».

Mit den vier Häusern ist die Gruppe gut aufgestellt, jedes hat eine andere Zielgruppe. Flaggschiff ist das Fünf-Sterne-Luxushotel Königshof. Das «Excelsior» ist ein Vier-Sterne-Haus für den «gesunden Mittelstand mit abbezahlter Doppelhaushälfte», wie Michael Geisel sagt, «eine vielfach unterschätzte Zielgruppe». Das «anna hotel» richtet sich mit seinem modernen

Klassisch und urmünchenerisch, aber auch jung und urban im Design: Das grosse Spektrum der vier Hotels der drei Geisel-Brüder hat breiten Erfolg.

PATRICIA BRÖHM



Bad im «anna hotel», das sich an eine junge, urbane Klientel richtet.



Das Gourmet-Restaurant des 5-Sterne-Hotels Königshof.



Eine Suite im Luxushotel Königshof, dem Flaggschiff der Gruppe.

Design an eine junge, urbane Klientel. Alle drei Häuser liegen in Fussnähe zum Hauptbahnhof – Gäste werden auf Wunsch am Gleis abgeholt. Ergänzt wird das Angebot durch das Drei-Sterne-Haus Cosmopolitan im Stadtteil Schwabing. Das breite Spektrum der Geisel-Hotels ist besonders für Firmenkunden interessant – für jede Hierarchiestufe ist etwas dabei. Der gemeinsame Nenner: «Wir wollen in jedem Bereich die Besten sein – ganz gleich ob drei oder fünf Sterne», so Carl Geisel. Für dieses Engagement wurden die drei Brüder in Deutschland gerade mit einem renommierten Branchen-Award ausgezeichnet: Die Fachjury der «Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung» (AHGZ) kürte sie Ende Januar als «Hoteliere des Jahres 2008». Für die Geisels ein Ansporn, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Über eine Ergänzung des Portfolios wird nachgedacht. Ein paar Objekte wurden schon besichtigt, alle in bester Innenstadtlage, wie es der Familientradition entspricht. Haben sie je daran gedacht, ihr Engagement über München hinaus auszudehnen? Ja, sagt Carl Geisel, man habe



Die Geisel-Brüder (v. l. n. r.): Michael, Carl und Stefan.

«Die Mitarbeiter sind für uns das wertvollste Kapital»

Dafür wird in die vorhandenen Häuser ständig investiert. «Wir renovieren eigentlich permanent», sagt Carl Geisel. «Das Produkt muss immer auf Vordermann gehalten werden.» Besonders viel Wert legen die Brüder auf den Faktor Mensch. «Eine gute Hardware kann sich jeder kaufen, der das Geld dafür hat,

Fakten 4 Häuser, 16 Sterne: die Geisel Privathotels

Seit Anfang der 1990er-Jahre führen die Brüder Carl, Michael und Stefan Geisel die kleine, feine Hotelgruppe Geisel Privathotels. Flaggschiff ist das Fünf-Sterne-Haus «Königshof» (87 Zimmer), prominent am Münchner Stachus gelegen. In nächster Nähe befinden sich die Vier-Sterne-Häuser Excelsior (114 Zimmer) und anna hotel (Design Hotel, 73 Zimmer). Dazu kommen das Drei-Sterne-Hotel Cosmopolitan (71 Zimmer) in Schwabing sowie die Weinhandlung all about wine.

www.geisel-privathotels.de

sagt Michael Geisel. «Die Software aber, also die Mitarbeiter, die muss man pflegen. Für uns sind sie das wertvollste Kapital.» Und Carl Geisel ergänzt: «Zimmer haben Nummern, Menschen haben Namen.» Wie ernst es den Geisels damit ist, beweisen die vielen langjährigen

Mitarbeiter. F & B-Direktor Ireneo Tocchi arbeitet seit rund 20 Jahren im Unternehmen, im Restaurant Königshof berät Stéphane Thuriot (den der deutsche Gault Millau als «Sommelier des Jahres 2008» ehrte) seit über zehn Jahren die Gäste bei der Weinwahl. Restaurantleiter Manfred Friedel wird sich im Sommer nach rund 50 Jahren verabschieden, der Nachfolger arbeitet sich schon seit Herbst 2007 ein. «Hotellerie ist wie Fussball spielen», sagt Michael Geisel, «ein Mannschaftssport.»

Le Meurice zwischen Dalí und Starck

Das älteste Pariser Palace-Hotel, «Le Meurice», zeigt sich erneuert: Inspiriert von Salvador Dalí und mit Handschrift von Philippe Starck.

KATJA HASSENKAMP

Ein blinder Spiegel im Goldrahmen, der sich als raureifüberzogene Glasplatte entpuppt, ein glänzender Metallstuhl auf stilisierten Frauenpumps, und hochbeinige Servicetische mit gravierten Spiegelplatten: Die Neuausstattung des Pariser «Le Meurice» zeigt die Handschrift von Star-Designer Philippe Starck und liebäugelt mit surrealistischen Inspirationen von Salvador Dalí, der 30 Jahre lang jeweils einen Monat hier zu residieren pflegte.

Philippe Starck liess 600 neue Möbelstücke anfertigen

Vier Millionen Euro hat die Dorchester Group investiert, um den öffentlichen Trakt des «Meurice» zu liften, ohne dem Gold- und Stuck-Dekor der Louis XVI-Epoche den Garauz zu machen. Mehr Licht, hellere Farben, grosszügige Volumen und amüsante Details, hiess das Credo bei der Neukonzeption der 500m² im Erdgeschoss. Zehn Monate hat Philippe Starck benötigt, um die Pläne für das neue Ambiente auszuarbeiten und 600 neue Möbelstücke anfertigen zu lassen. Die eigentlichen Umbauarbeiten haben dann nur sechs Wochen gedauert. Dabei wurden die Lobby, das Gourmet-Restaurant Le Meu-

rice und die Bar 228 einer Verjüngungskur unterzogen, während im ehemaligen Wintergarten mit «Le Dalí» ein komplett neues Restaurant entstanden ist.

Wer heute das älteste Pariser Palace-Hotel betritt, kommt durch eine gläserne Drehtür in eine lichte Eingangshalle, die von einem Marmormosaik und weiss-goldenen Empireleuchtern geprägt ist. Rechter Hand stehen ein «gefrorener» Spiegel und ein «Konversationsstuhl», linker Hand liegen hinter hohen Säulen Welcome-Desk, Conciergerie und eine Sitzzecke vor einem suggerierten Kamin im Glasschrank, in dem dicke Kerzen unter aufgehängten Handspiegeln troffen.

Attraktive Blickfänge und eine Menü-Karte mit Überraschungen

Das neue Restaurant Le Dalí wird von einem 145m² grossen Deckengemälde in Rottönen dominiert. Starck-Tochter Ara hat es schwungvoll auf grosse Stoffbahnen gemalt, unter denen sich eine alte Glaskuppel versteckt. Dagegen wirken die dunklen Kanapees und die weiss gepolsterten Holzesseln, mit ihren 50 Plätzen, fast bieder. Doch immer wieder gibt es attraktive Blickfänge: bunt gemusterte Rückenlehnen, ein vergoldeter Dalí-Sessel auf hohen Frauenschuhen, eine Dalí-Stehlampe, ein Hummer auf einem Telefon und eine gläserne «Bibliothèque à Pâtisseries»...

Auch die Karte des «Dalí» hat Überraschungen parat. Der Drei-Sterne-Koch Yannick Alléno hat sie aufgeteilt in «Sans (Ohne) & 100%». Dabei verstecken sich hinter «Sans» nicht unbedingt schmal machende Diätrezepte, denn «Sans complexe» steht z. B. für ein Entrecôte vom «Black-Angus-Prime»-Rind und «Sans tabou» verspricht 50g



Deckengemälde von Ara Starck. ZVG



Hochhackige Möbel von Starck. ZVG

Oscietre-Kaviar, während «100% végétarien» gleichbedeutend ist mit einem Gemüseallerlei und «100% noir» auf Linguine mit Venusmuscheln in Tintenfischsauce hinweist.

«Der Gast soll niemals vor dem leeren Tischstuch sitzen»

Im 3-Sterne-Restaurant Le Meurice hat Starck ebenfalls sein Markenzeichen mit spiegelnden Servicetischen und einer kleinen Table d'hôte vor gläsernen Weinschränken hinterlassen. Er hat zudem das Ambiente mit hellen Farben aufgefrischt, einen Karaffenschrank als Dekorationselement installiert und den Blick ins Backoffice durch Glasspaneele ermöglicht.



Im Reich des 3-Sterne-Chefs Yannick Alléno. ZVG



Diese Kristalle sind ein Blickfang in den renovierten Räumen. ZVG

Chef Yannick Alléno lässt seine exquisiten Gourmet-Gerichte auf seinen neuen, zweiteiligen Tellern «Ondes» servieren. Sie sind mit einem Porzellanring kombiniert und mehrfach: Vorspeise und Hauptgang werden in bronzenem Ring auf weissem Teller serviert, dann wird der Ring umgedreht und der Nachtisch im goldenen Rund aufgetischt. Wichtig für Alléno ist, «dass der Gast niemals vor dem leeren Tischstuch sitzt, sondern immer am prächtig eingedeckten Tisch».

Le Meurice
228, rue de Rivoli
75001 Paris
33 (01) 44 58 10 10
www.lemeurice.com



Verblüffende Perspektiven. ZVG

Kulinarischer Mix aus Tradition und modernen Snacks

Die erneuerten 500m² des «Le Meurice» wurden Ende letzten Jahres eingeweiht. Das Investitionsvolumen lag bei vier Millionen Euro und umfasst die Neugestaltung der Lobby, der Bar und des 3-Sterne-Restaurants sowie die Kreation eines neuen Bistrot-Restaurants.

Der Küchenchef Yannick Alléno erhielt im vergangenen Jahr seinen dritten Michelin-Stern und serviert im Gourmet-Restaurant Le Meurice ein Mittagsmenü zu 75 Euro und ein Menu de dégustation zu 190 Euro. Das «Dalí» ist vom Frühstück bis zum Diner geöffnet und verwandelt sich am Nachmittag in einen Teesalon. Das kulinarische Angebot ist ein amüsantes Mix aus traditionellen Gerichten und modernen Snacks. Die Bar 228 gibt sich englisch «cosy» und hat 300 Getränkevarianten, 17 exklusive Cocktails des Barnabes William Oliveri und kleine Snacks parat.

Mitte Januar hat man ausserdem die Spa-Anlage etwas aufgefrischt, und seither kommen dort die Schweizer Valmont-Produkte zur Anwendung. has

Maye: 60 Jahre Weinbautradition



Geny's

Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, befasst sich hauptsächlich mit Schweizer Weinen.

Er pflegt im Auftrag auch Weinkarten und -keller. Geny's Weinkolumne erscheint 14-tägig in der htr hotel revue.

Das Weingut Simon Maye & Fils, eine Familien-Domaine in St. Pierre-de-Clages, hat im Herbst 2007 an einer Degustation der Grand Jury Européen für Aufsehen gesorgt. Sieben- und zwanzig der renommiertesten Syrahs der Welt wurden blind degustiert. Der 2001er-Syrah Vieille Vigne aus der Region von Chamonon hat am allerbesten gefallen und alle Mitbewerber hinter sich gelassen. Authentizität, Harmonie, Reinheit und Finesse gehören zu den Mindestanforderungen, die man auf dem Weingut schon seit vielen Jahren an den Wein stellt. Dank der Selbstdisziplin des Winzers, seinem Respekt vor der Tradition und unkonventionellem Denken, gehören die markigen Maye-Weine mitunter zum Besten, was uns die Walliser Weinwelt bietet.

Die Weingeschichte der Familie Simon Maye & Fils nahm mit der Gründung des Weingutes im 1948 ihren Anfang. In den ersten Jahren wurde noch mit der Provinz Valais – dem Dachverband der Walliser Weinergewerkschaft – zusammengearbeitet. Als Vater Simon Maye den Betrieb von seinen Eltern übernahm, wollte er die Weine selber keltern und unter eigenem Label verkaufen. Anfang der Achtzigerjahre des letzten Jahrhunderts haben die Söhne Axel und Jean-François sich der Herausforderung gestellt, die Verantwortung für das Weingut übernommen und zugleich Neuanpflanzungen von Syrah-Rebstöcken in Angriff genommen.



Jean-François und Axel Maye. ZVG

Jean-François trifft man bei jedem Wetter in den Rebbergen. Er ist für die Arbeit im Weinberg verantwortlich, hegt und pflegt seine Rebstöcke, redet ihnen gut zu, nur gesunde reife Trauben zu tragen. Axel überwacht mit viel Gefühl und Gespür das Heranreifen des jungen Weins im Keller, von der Annahme des Traubengutes bis zu dem Moment, wo er in die Flaschen gefüllt wird. «Nur die besten Reblagen garantieren grosse Weine» sagt Axel Maye, ergänzt jedoch, dass das Geheimnis eines hervorragenden Syrahs darin liegt, dass die Rebstöcke alt, die Erträge klein und die Böden karg sind, und dass die Reben den Sommer über mit viel Licht und Wärme verwöhnt werden. Dank dem Ausbau in «barriques» gewinnt der Syrah unverkennbar an

Tiefe, Fülle und Vornehmheit! Die Simon-Maye-Weine haben seit vielen Jahren in der obersten Schweizer Weinliga ihren festen Platz. Der Walliser Eigenart treu, wird auf dem Weingut nicht nur eine Rebsorte angebaut. Es werden gleich mehrere Rebsorten, vor allem aber einheimische Spezialitäten gekeltert. Die weissen Fendant (Chasselas), Petite Arvine, Johannisberg, Païen, Malvoisie und Chardonnay sowie die roten Humagne Rouge, Gamay, Pinot Noir, Syrah und Merlot. Auch die Gastfreundschaft hat bei der Familie Maye einen sehr hohen Stellenwert, der warmherzige Empfang von Mutter Antoinette ist ein Charakteristikum der Domaine.

Die Maye-Brüder haben mit dem 2005er-Syrah Vieille Vigne erneut einen grossartigen Wein in Flaschen gefüllt. Der Wein vereint Finesse, Kraft und Komplexität. Er zeigt sich generös, delikat würzig am Gaumen und mit einem herrlich nachklingenden Beeren-Finale. Um sein reiches Aroma entfalten zu können, verlangt er nach einem schmackhaften Gericht; so paart er sich ausgezeichnet mit einer Kalbskotelette an einer Zitronen-Kräutersauce mit Blattspinat.

Die Rebsorte Syrah gilt als sehr alt, und spätestens beim Erforschen ihres möglicherweise phönizischen Ursprungs erkennt man, warum sich die Geister hier scheiden. Vermutungen, dass die Sorte aus einer der ältesten Weinbau-Regionen der Welt, der im südli-

chen Persien (heute Iran) liegenden Stadt Shiraz stammt, oder bereits von den Römern angebaut wurde, sind nicht belegt. Anscheinend soll schon vor tausend Jahren Kaiser Probus die Rebe ins Rhônetal gebracht haben. Andere Historiker sind der Ansicht, dass der Syrah seinen Ursprung aus Syrakusa in Sizilien hat, was die Synonyme Syra, Sirac, Shiraz erklären würde. Erstaunlich ist, dass in den angrenzlichen Ursprungsgebieten der Anbau dieser Rebsorte keine Tradition hat. Im 1998 haben DNA-Analysen der University of California bewiesen, dass der Syrah eine Kreuzung der französischen roten Sorte Duzeza und der weissen Mondeuse Blanche ist. Die Rebe wurde im 13. Jahrhundert von einem Eremiten aus Bessas in der Ardèche nach Tain-l'Hermitage an die Rhône gebracht. Der Syrah hat also mit höchster Wahrscheinlichkeit seinen Ursprung in Frankreich.

1926 wurde der erste Syrah im Wallis vom damaligen kantonalen Weinbaukommissar Henri Wulloud bei Diolly oberhalb von Sion, in einem Versuchs-Rebberg gepflanzt. Und die Region hat also mit höchster Wahrscheinlichkeit seinen Ursprung in Frankreich.

Bezugsquelle: Simon Maye & Fils, St. Pierre-de-Clages, Telefon 027 306 41 81

Salsizia, die würzige Mini-Firma

Kleine Salsize von Leuten, die noch Grosses vorhaben: Sieben Gymnasialisten haben ein Mini-Unternehmen gegründet, welches Bündner Salsize herstellt und erfolgreich verkauft.

KARIN RECHSTEINER



«Hotels und Restaurants können uns eine konstante Auftragslage ermöglichen.»

Andres Saxer
CEO Salsizia

Der CEO der Firma Salsizia, Andres Saxer, ist gerade mal 18 Jahre alt und besucht das Gymnasium in Schiers. Drückt er nicht die Schulbank, hat er alle Hände voll zu tun: Er entwickelt Konzepte, versucht Abläufe zu verbessern und schreibt Geschäftsstrategien – wie ein richtiger CEO eben. Er verkauft zusammen mit sechs Mitschülern die Bündner Spezialität Salsiz – allerdings in eigener und neuer Kreation.

Die Schüler nehmen am Company-Programm der Non-Profit-Organ-

Würste der Jugendlichen gedacht. Geschmacklich unterscheiden sie sich von allen anderen, denn: Aufgrund von Marktumfragen und eifrigem Selbstversuch, definierten die Jugendlichen zwei eigene Geschmacksvariationen. Diese werden exklusiv von der Metzgerei Andy Mark für Salsizia produziert.

Wer sanfte Gaumenfreuden mag, ist mit den «Salsizini» bestens bedient, sind diese doch mild im Geschmack. Für feurige Gemüter gibt es die «Diavolini», die rezent gewürzte Version. Besonders ist nun aber nicht nur der Geschmack der Würste, sondern vor allem auch ihre Grösse. Die milden und feurigen Salsize sind in einer Grösse von 8, 50 oder gar 100 Centimeter erhältlich.

Die Einführung neuer Produkte steht nun bevor

Nun soll es nun auch eine Salsize geben, welche nur aus Rindfleisch hergestellt wird und nicht wie bis anhin aus einer Mischung von Schweine- und Rindfleisch. Die neue Wurst wird den Namen «Rindolini» tragen. Somit soll einerseits das Sortiment erweitert werden, andererseits möchten die Schüler so ihre Zielgruppe vergrössern: Bis anhin konnten etwa Muslime die Salsize der Bündner Schüler gar nicht konsumieren.

Ebenfalls steht die Einführung eines passenden Holzbrettes bevor. «Damit sollen die Salsize als Geschenk noch repräsentativer werden», meint Andres Saxer. Ihm schwebt eine Dekoration mit Bast vor, bestimmt ist aber noch nichts.

So bleibt auch noch offen, ob das Brett beschriftet werden soll.

Verkauf auf dem Pausenhof und Märkten in der Region

Seit der Firmengründung und dem Verkaufsstart am 30. November 2007 verkaufte Salsizia zirka 450 Würste. Die Marktstände in ihrer Schule während der Pause erwiesen sich als hervorragender Absatzkanal. Sie besuchen aber auch Märkte in der Region, wo sie am eigenen Stand die Bündner Spezialität unter die Leute bringen. Gleichzeitig gelang es dem Marketingteam, durch Mailings Kontakt zu Hotels und Restaurants herzustellen.

So gehören mittlerweile das Hotel Meierhof in Davos, das Restaurant Rössli in Davos oder das Restaurant Sulzfluh in St. Antonien zu den Abnehmern von Salsizia. Ziel der Jugendlichen ist es, weitere Grossbetriebe als Kunden zu gewinnen. «Dies verspricht uns eine konstantere und sichere Auftragslage und

Fakten Das Angebot der Firma Salsizia

Salsizini sind kleine Salsize mit einem Nettogewicht von 50g und einer Länge von rund 8cm. Sie sind dezent gewürzt.

Diavolini sind die etwas rezent gewürzte Form der Salsizini. Neben den kleinen Salsizini, also den Salsizini und Diavolini, bieten die Schüler auch Spezialgrößen an. Der Kunde kann dabei individuell wählen, welche Länge seine Salsiz haben soll, zwischen 20cm und 1m ist alles möglich.

Preise

Ein einzelnes Salsizini oder Diavolini ohne Etikette kostet Fr. 3.50, ein 2-er Pack mit Etikette kostet 6 Franken. 50 Centimeter kosten Fr. 19.90, 1 Meter kostet 35 Franken. kr

www.salsizia.ch

ermöglicht es uns, effizienter und gezielter zu arbeiten», meint hierzu CEO Andres Saxer. Weitere anvisierte Absatzkanäle sind etwa Catering-Unternehmen, Pizzataxien oder Firmkantinen.

Um diese Ziele zu erreichen, verteilen die Jugendlichen fleissig Flyer oder gestalten eine aktuel-

entscheiden, ob die Schüler das Unternehmen auf eigene Faust weiter führen wollen oder

nicht. Andres Saxer möchte sich noch

nie.» Im Gegenteil, der CEO von Salsizia fühlt sich durch seine Teilnahme am YES-Projekt und die vielen gewonnenen unternehmerischen Erfahrungen in seinem Zukunftswunsch bestärkt. So möchte er nach bestandener Matura an der Universität St. Gallen Wirtschaft studieren.

Wird aus ihm eines Tages ein CEO nicht nur von einem Mini-Unternehmen? Der wortgewandte Andres Saxer überlegt lange. «Bis dahin kann noch so viel passieren. Als CEO eines grossen Unternehmens trägt man sehr grosse Verantwortung. Ich weiss noch nicht, ob ich das wirklich möchte». Andres Saxer hat noch eine ganze Weile Zeit für das Abwägen dieser Frage.

Bis dahingilt es, die Verkaufsstrategie weiter zu optimieren, neue Kunden und Partner zu gewinnen, neue Produkte zu entwickeln und einzuführen, sich um Löhne und Geschäftsleitungssitzungen zu kümmern. Fest steht jedenfalls: Die Salsize der sieben jungen Gymnasialisten schmecken.



le und informative Homepage. Beim wichtigen Wubauftritt erhalten die Schüler allerdings externe und professionelle Unterstützung. So kann man die verschiedenen Salsize auch online bestellen.

nicht festlegen. «Führen wir die Salsizia privat weiter, wird alles etwas komplizierter werden. So bin ich mir nicht sicher, ob wir etwa die Würste weiterhin in der Schulkemsa lagern dürfen.» Zudem sei der Aufwand, den die Schüler neben dem regulären Schulunterricht betreiben, gross. So manchen Samstagmorgens verbrachten

Fakten Young Enterprise Switzerland

Young Enterprise Switzerland (YES) ist eine Non-Profit-Organisation mit Sitz in Zürich. YES entwickelt und betreut praxisorientierte Wirtschaftsbildungsprogramme für Schüler und Studenten. Die Programme werden von ehrenamtlichen Consultants aus der Wirtschaft gemeinsam mit den Lehrpersonen vermittelt. Im Rahmen des Company-Programms gründen und betreiben Schüler eine eigene echte Mini-Unternehmung, sie produzieren und verkaufen reale Produkte bzw. Dienstleistungen. Die Schüler können an nationalen und internationalen Handelsmessen und Wettbewerben teilnehmen. YES wird durch Mitgliederbeiträge sowie Spenden finanziert. kr

www.youngenterprise.ch

«Führen wir die Salsizia privat weiter, wird alles etwas komplizierter werden.»

Andres Saxer
CEO «Salsizia»

die sieben hinter Büchern und brüteten neue Strategien aus, während sich ihre Schulkameraden auf den nahe gelegenen Skipisten tummelten.

Doch Andres meint dazu abgeklärt: «Klar gab es schwierige Momente oder Situationen, in denen wir nicht mehr weiterwussten. Aber bereit habe ich meine Teilnahme



Die Etikette der scharfen Salsiz.

nisation Young Enterprise Switzerland (YES) teil. Das heisst, sie gründeten ein echtes Mini-Unternehmen mit einem Aktienkapital von 210 Franken und einem Partizipationskapital von 2790 Franken. Begleitet werden sie von Lehrern und ehrenamtlichen Consultants. Eine erfolgreiche Gruppe, die Salsize mit Charme unter die Leute bringt.

Kurz, lang und feurig – Salsize in verschiedenen Variationen

Für Heimwehbünder, Bündner Fans, sonstige Feinschmecker oder als originelles Geschenk sind die



Die milde «Salsizini».

Des Weiteren wurden soeben Visitenkarten hergestellt. «Es wäre schön, wenn die Restaurants, die unsere Würste verkaufen, unsere Visitenkarte dazulegen würden», meint hierzu Andres Saxer. Die Visitenkarten werden aber natürlich auch bestehenden Kunden zugesendet und fleissig an Freunde und Bekannte verteilt.

Von den Schwierigkeiten, ein Unternehmen zu führen

Die YES-Unternehmung gibt es regulär für zwei Semester, spricht ein Schuljahr. Danach gilt es zu

thurgau-tourismus.ch

Tourismus Forum
EUREGIO BODENSEE

Picknick auf der Piste noch nicht sturmerprobt

Ein Picknick am Pistenrand statt Schlange stehen im Bergrestaurant: Das Unternehmen «Picnics on the piste» ist seit diesem Winter in neun Tourismusorten in drei Ländern aktiv. Ein Test in Méribel.

THERES LAGLER

Zugegeben: Ein Picknick draussen in der Natur eignet sich bei schönem Wetter, weniger bei Schneetreiben und Wind. Die heisse Gemüsesuppe lässt einem das garstige Wetter und die Probleme bei der Buchung aber bald einmal vergessen. Die elektronische Anfrage lief nämlich ins Leere. Ein Termin konnte erst nach telefonischem Nachhaken vereinbart werden, und die definitive Bestätigung erfolgte am Vortag um 23 Uhr – per SMS.

Das lässt den Schluss zu, dass die Firma «Picnics on the piste» schnell, vielleicht zu schnell, gewachsen ist. Das Unternehmen lancierte seinen Picknick-Service letzten Winter in



Alles steht bereit: Suppe, Salat, Käse, Fleisch, Brot und Dessert.

Val d'Isère und Courchevel in Frankreich. Diese Saison kamen sieben Tourismusorte dazu, darunter Verbier und St. Anton im Tirol. Jean-Claude Baumgartner, COO von «Picnics on the piste», räumt ein, dass nun eine Konsolidierungsphase folgt: «Wir haben dieses Jahr einen riesigen Sprung gemacht und entscheiden erst im Mai, ob wir weitere Resorts dazunehmen.» In der

Schweiz sieht Baumgartner Potenzial für insgesamt drei Standorte. Tiefpreisig ist das Angebot übrigens nicht. Die vier Menüs, die sich in den Farben nach dem Schwierigkeitsgrad der Pisten richten, kosten ohne Wein zwischen 15 und 69 Euro pro Person. Dafür ist der Erlebniswert hoch. Und das zählt ja auch.

www.picnicsonthepiste.com

BODENSEE
Tourismus Forum Euregio Bodensee

Donnerstag, 06. März 2008, 13.00 Uhr
Kongresszentrum Hotel Thurgauerhof, Weinfelden

Regionalität als Schlüssel

Referenten: Klaus-Günther Wiesler, Hotelier
Thomas Winkler, Schweiz Tourismus

Tourismustalk – Thema: Tourismusförderung/ermöglicher

Schweiz
gemeinsam entdecken



Schulhotelkursdaten 2008 / Lehrabschlussprüfungen 2008

Dates des cours à l'hôtel-école 2008 / Examens finals 2008

Hotelfachfrau/-mann / Spécialiste en hôtellerie

(3-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis)
(Formation professionnelle initiale de 3 ans avec Certificat fédéral de capacité)

Lehrabschlussprüfungen 2008 / Examens finals 2008

Schulbetrieb / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina I, Interlaken	Interlaken	Di, 10. Juni – Mi, 25. Juni 2008
Schulhotel Regina II, Interlaken	Interlaken	Di, 10. Juni – Mi, 25. Juni 2008
Schulhotel Regina III, Interlaken	Interlaken*	Di, 10. Juni – Mi, 25. Juni 2008
	Portofino*	So, 08. Juni – Fr, 13. Juni 2008
Schulhotel Regina IV, Interlaken	Interlaken*	Di, 10. Juni – Mi, 25. Juni 2008
	Portofino*	So, 08. Juni – Fr, 13. Juni 2008
Schulhotel Sporthotel, Portofino	Portofino	So, 08. Juni – Fr, 13. Juni 2008
Schulhotel Alpina, Adlon/Adlon	Interlaken	Di, 10. Juni – Mi, 25. Juni 2008
Classic Hotel, Lognon	Les Bains	14. 26. mai – sa, 31. mai 2008
Centro sportivo, Tenno	Tenno	oktober 2008

* aufgeteilt nach Lehrberufen

Schulhotelkursdaten / Dates des cours à l'hôtel-école

Schulbetrieb / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2008	Herbst / Automne 2008
Regina I, Interlaken (September/April)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 30.03.08 – Fr, 02.05.08	5. Bilo. So, 21.08.08 – Fr, 03.10.08
	1. Lehrjahr So, 30.03.08 – Fr, 02.05.08	So, 21.08.08 – Fr, 03.10.08
Regina II, Interlaken (November/Oktober)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	5. Bilo. So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
	1. Lehrjahr So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
Regina III, Interlaken (August/Juni)	3. Lehrjahr 5. Bilo. So, 08.01.08 – Fr, 08.03.08	5. Bilo. So, 27.07.08 – Fr, 29.08.08
	2. Lehrjahr So, 08.01.08 – Fr, 08.03.08	So, 27.07.08 – Fr, 29.08.08
	1. Lehrjahr So, 08.01.08 – Fr, 08.03.08	So, 27.07.08 – Fr, 29.08.08
Regina IV, Interlaken (Oktober/Februar)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 10.03.08 – Fr, 14.03.08	5. Bilo. So, 12.10.08 – Fr, 14.11.08
	1. Lehrjahr So, 10.03.08 – Fr, 14.03.08	So, 12.10.08 – Fr, 14.11.08
Sporthotel Portofino (Oktober/April)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 08.04.08 – Fr, 09.05.08	5. Bilo. So, 18.10.08 – Fr, 21.11.08
	1. Lehrjahr So, 08.04.08 – Fr, 09.05.08	So, 18.10.08 – Fr, 21.11.08
Alpina, Adlon/Adlon	3. Lehrjahr 5. Bilo. So, 08.04.08 – Fr, 09.05.08	5. Bilo. So, 01.11.08 – Fr, 05.12.08
	2. Lehrjahr So, 08.04.08 – Fr, 09.05.08	So, 01.11.08 – Fr, 05.12.08
	1. Lehrjahr So, 08.04.08 – Fr, 09.05.08	So, 02.11.08 – Fr, 05.12.08
Classic, Lognon (November/Oktober)	2 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	5. A di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
	1 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
	1 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
Centro sportivo, Tenno (Oktober/Juni/Juli)	2 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	6. A di, 09.11.08 – sa, 19.12.08
	1 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	di, 09.11.08 – sa, 19.12.08

Hotellerieangestellte/r / Employé/e en hôtellerie

(2-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Berufszeugnis)
(Formation professionnelle initiale de 2 ans avec Attestation fédérale de formation professionnelle)

Lehrabschlussprüfungen 2008 / Examens finals 2008

Schulbetrieb / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina A II, Interlaken	Interlaken	So, 08. Juni – Di, 10. Juni 2008
Schulhotel Regina A III, Interlaken	Interlaken	So, 08. Juni – Di, 10. Juni 2008
Classic Hotel, Lognon	Les Bains	14. 26. mai – sa, 31. mai 2008

Schulhotelkursdaten / Dates des cours à l'hôtel-école

Schulbetrieb / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2008	Herbst / Automne 2008
Regina A I, Interlaken (September/April)	2. Lehrjahr 5. Bilo. kein Kurs	5. Bilo. So, 21.08.08 – Fr, 03.10.08
	1. Lehrjahr So, 30.03.08 – Fr, 02.05.08	kein Kurs
Regina A II, Interlaken (November/Oktober)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	5. Bilo. So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
	1. Lehrjahr So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
Regina A III, Interlaken (August/Juni)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 08.01.08 – Fr, 08.03.08	5. Bilo. kein Kurs
	1. Lehrjahr kein Kurs	kein Kurs
Regina A IV, Interlaken (September/Februar)	2. Lehrjahr 5. Bilo. kein Kurs	5. Bilo. kein Kurs
	1. Lehrjahr kein Kurs	So, 21.08.08 – Fr, 03.10.08
Classic, Lognon (November/Oktober)	2 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	5. A di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
	1 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
Centro sportivo, Tenno (Oktober/Juni/Juli)	2 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	6. A di, 09.11.08 – sa, 19.12.08
	1 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	di, 09.11.08 – sa, 19.12.08

* 1. und 2. Anst. jeweils an ein- und zweitägigen Kursen

Änderungen bleiben vorbehalten und werden jeweils in der nächsten Ausgabe veröffentlicht.
Des changements de dates sont possibles, ils seront publiés dans l' prochain bulletin.

Restaurationsfachfrau/-mann / Spécialiste en restauration

(3-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis)
(Formation professionnelle initiale de 3 ans avec Certificat fédéral de capacité)

Lehrabschlussprüfungen 2008 / Examens finals 2008

Schulbetrieb / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Alpina Stegna A, Meiringen	Interlaken	Fr, 27. Juni – Mi, 02. Juli 2008
Schulhotel Alpina Stegna D, Meiringen	Interlaken	Fr, 27. Juni – Mi, 02. Juli 2008
Classic Hotel, Lognon	Palg	mai/juin 2008
Centro sportivo, Tenno	Tenno	novembre 2008

Schulhotelkursdaten / Dates des cours à l'hôtel-école

Schulbetrieb / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2008	Herbst / Automne 2008
Alpina Stegna D, Meiringen (November/Oktober)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	5. Bilo. So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
	1. Lehrjahr So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
Alpina Stegna D, Meiringen (Oktober/April)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 03.03.08 – Fr, 02.05.08	5. Bilo. So, 12.10.08 – Fr, 14.11.08
	1. Lehrjahr So, 03.03.08 – Fr, 02.05.08	So, 12.10.08 – Fr, 14.11.08
Classic, Lognon (November/Oktober)	2 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	5. A di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
	1 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
Centro sportivo, Tenno (Oktober/Juni/Juli)	2 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	6. A di, 09.11.08 – sa, 19.12.08
	1 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	di, 09.11.08 – sa, 19.12.08

Restaurationsangestellte/r / Employé/e en restauration

(2-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Berufszeugnis)
(Formation professionnelle initiale de 2 ans avec Attestation fédérale de formation professionnelle)

Lehrabschlussprüfungen 2008 / Examens finals 2008

Schulbetrieb / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina A II, Interlaken	Interlaken	So, 08. Juni 2008

Schulhotelkursdaten / Dates des cours à l'hôtel-école

Schulbetrieb / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2008	Herbst / Automne 2008
Regina A II, Interlaken (November/Oktober)	2. Lehrjahr 5. Bilo. So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	5. Bilo. So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
	1. Lehrjahr So, 04.05.08 – Fr, 06.06.08	So, 16.11.08 – Fr, 19.12.08
Classic, Lognon (November/Oktober)	2 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	5. A di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
	1 ^{te} Anst. di, 20.04.08 – sa, 23.05.08	di, 26.10.08 – sa, 28.11.08
Centro sportivo, Tenno (Oktober/Juni/Juli)	2 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	6. A di, 09.11.08 – sa, 19.12.08
	1 ^{te} Anst. di, 05.11.08 – sa, 01.02.08	di, 09.11.08 – sa, 19.12.08

* Kurse werden bei Bedarf für bei geringen Anmeldezahlen.
Les cours seront organisés uniquement si le nombre d'inscriptions le permet.
I corsi saranno organizzati solo in caso di un numero di partecipanti sufficiente.

Anmeldung Schulhotel-Lernende 2008

Haben Sie Ihre Lernenden (Hotelfachfrau/-mann, Hotelangestellte/r), Restaurationsfachfrau/-mann, Restaurationsangestellte/r) mit Lehrabsch. 2008 für die Schulhotels schon angemeldet? Wenn Sie dem Team Gastgewerbliche Berufsbildung eine Protokolle des nicht genehmigten Lehrvertrages mit Wunsch für die Schulhotelaufnahme erstellen, ist der Lernende professionell angemeldet.

Wünsche für die Schulhotelaufnahme können erst bei frühzeitiger Anmeldung berücksichtigt werden. Ursula Müller (Hotelfachfrau/-mann, Hotelangestellte/r) und Sandra Zuber (Restaurationsfachfrau/-mann, Restaurationsangestellte/r) vom Team Gastgewerbliche Berufsbildung nehmen Ihre Anmeldungen gerne entgegen.

hôtellerie suisse, Gastgewerbliche Berufsbildung, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 270 42 67/68, Fax 031 270 42 63
E-Mail: anna.mueler@hotelesuisse.ch / sandra.zuber@hotelesuisse.ch
www.hotelesuisse.ch / Beruf und Bildung / Gastgewerbliche Berufsbildung
Informationen über die Grundbildungen finden Sie unter: www.berufe-gastgewerbe.ch

Inscription des apprenants à l'hôtel-école 2008

Arriveriez-vous inscrire vos spécialités en hôtellerie, employé(e) en hôtellerie, spécialiste en restauration, employé(e) en restauration aux cours d'un hôtel-école? Veuillez vous adresser au service de la formation dans l'hôtellerie et la restauration.

Anna-Lise Martin se tient à votre entière disposition pour toute inscription et tout complément d'information.

hôtellerie suisse, formation dans l'hôtellerie et la restauration, case postale 7507, 1000 Lausanne
Téléphone 021 220 02 32, Fax 021 220 02 64
E-mail: anna.lise.martin@hotelesuisse.ch
www.hotelesuisse.ch / Profession et formation/Formation hôtellerie et restauration

Toutes informations sur les formations professionnelles initiales sont disponibles sur www.formation-hotel-restock.ch



Fotola

Jet-ski
Le jet-ski sera-t-il autorisé en Suisse? Pour l'instant, il est loin de faire l'unanimité.
Page 21



LSJ

Micro-brasseries
La société «Les Brasseurs» a ouvert un quatrième restaurant à Neuchâtel.
Page 22

Le défi des grands chantiers

Les grands chantiers et autres mégaprojets touristiques sur la sellette en Valais. Il y a en effet urgence à mettre en place des règles précises et le canton vient de faire un pas notable dans cette direction.

GENEVIÈVE ZUBER

Verbier, Les Mayens-de-Bruson, Anzère, Nendaz, Grimontz, Champéry, Crans-Montana, Aminona et Zermatt... C'est une véritable vague de grands projets immobiliers qui s'abat sur de nombreuses stations valaisannes. L'un des derniers en date et l'un des plus gigantesques, le complexe à 250 millions de francs qu'un groupe russe veut construire à Aminona, attise le débat. Question centrale: comment assurer la maîtrise du développement régional? «Ces mégaprojets touristiques, cela équivaut à plus d'un milliard et demi de francs d'investissements prévus sur trois ou quatre ans et ce, sur un petit périmètre», selon les calculs de Thierry Bruttin, président d'«Altitude 1400», un groupe d'architectes planchant sur la problématique de la construction dans les Alpes.

Priorité aux mégaprojets à orientation hôtelière

«C'est tout simplement irréaliste, ne serait-ce que parce que le secteur du bâtiment est déjà en surchauffe dans les grandes stations. Il s'agit de se doter des structures de planification et de gestions nécessaires et de garder la tête froide, malgré la pression», ajoute Thierry Bruttin. Ces méga-



Les grands chantiers touristiques valaisans sont synonymes d'investissements de plus d'un milliard et demi de francs.

Keystone

projets sont quasiment tous portés par des groupes étrangers, donc soumis au contingentement de la lex Koller. Après le moratoire créé en 2007, le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina et ses différents services viennent de faire un pas notable vers une vision cohérente de développement en précisant quels types de réalisations le canton du Valais veut pousser. Les grands projets, s'ils entrent dans la catégorie des

établissements stables, peuvent échapper à la lex Koller et n'ont donc plus besoin d'une autorisation.

Pour ce faire, ils devront avoir une orientation hôtelière qui soit marquée (au moins 51% de la quote-part du complexe). Les lits d'hôtels devront être construits avant les lits parahotéliers. Ces derniers devront être mis en location pendant au moins 15 ans. L'hôtelier s'occupera de la gestion des loca-

tions. Une orientation tournée, comme on le voit, vers une forme d'hôtellerie plus souple, pouvant constituer une voie d'avenir.

«Un cadre clair pour les investisseurs»

Autre catégorie que peuvent viser les complexes d'une certaine importance: celle des «projets d'intérêt cantonal». Un grand projet classé dans cette catégorie obtiendra prioritairement une autorisation. Exigences requises: une proportion bien précise de lits, 50% au minimum, doivent être «des lits marchands» ou lits chauds, c'est-à-dire affectés à la mise en

location à des touristes huit mois par an et ce, pendant 15 ans au moins.

Comme les autorisations sont rares étant donné les listes d'attente à éponger, les promoteurs étrangers ont tout intérêt à viser une de ces deux catégories s'ils veulent que leur dossier avance. «Le canton offre ainsi un cadre clair aux investisseurs», explique François Seppey, chef de la promotion économique et touristique du canton du Valais. «Des groupes prestigieux comme Intrawest ou Transmontagne s'intéressent à nous, de quoi nous donner confiance dans l'avenir et le déve-

loppement possible de notre tourisme. A partir de là, l'Etat joue son rôle en mettant en place des règles équilibrées.»

De nombreuses questions restent ouvertes

Toutefois, ces «bricolages» autour de la lex Koller, ne suffisent de loin pas à maîtriser la problématique des mégaprojets. La nouvelle réglementation cantonale vise des lits chauds mais les questions d'aménagement du territoire, en grande partie du ressort des communes, ou de la provenance de certains de ces

«Le canton du Valais entend donner un cadre clair aux investisseurs.»

François Seppey
Chef de la prom. économique du Valais

fonds, de leur solidité etc. restent ouvertes.

Thierry Bruttin: «Quelles relations ces mégaprojets vont-ils entretenir avec le tissu social, culturel et environnemental existant? Quels impacts auront-ils sur le paysage, notre valeur première en terme d'attractivité touristique? Les constructions «mode» d'aujourd'hui, les chalets kitsch de style HeidiLand seront-ils encore attractifs dans dix ans? Avec le moratoire, nous avons tiré le frein mais nous n'avons pas encore vraiment le guidon pour conduire le processus. Ce qui est certain, c'est que l'exercice dépasse les compétences des communes, aux moyens souvent limités et parfois jugés et parties étant donné les intérêts en jeu.»

Thierry Bruttin n'est de loin pas seul à le dire en Valais: il y a urgence et une planification interdisciplinaire globale qui prendrait en compte tous les projets, étrangers et également autochtones, s'avère indispensable.

«Il faut éviter les projets qui sont hors sol»

Marie-Françoise Perruchoud-Massy, professeuse à l'Institut Economie & Tourisme de Sierre, estime que les mégaprojets touristiques doivent s'intégrer dans le positionnement de la destination.

GENEVIÈVE ZUBER

En tant qu'expert touristique et responsable à Sierre de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais, quel regard portez-vous sur cette vague de mégaprojets en Valais? C'est une problématique qui nous interpelle à l'Institut car elle entre en résonance avec la nécessité de mettre davantage de logements de vacances sur le marché de la location pour régénérer la clientèle dans le Valais romand. En effet, par

rapport aux hôtels, peu nombreux, le taux de résidences secondaires ne cesse de s'accroître. Il serait préférable de ne pas construire de nouveaux grands ensembles mais il est très difficile de créer de la location de manière endogène, à partir du parc immobilier existant. Ces grands projets

pourraient donc combler un manque, à condition qu'il s'agisse d'ensembles parahotéliers avec des lits chauds et qu'ils ne se fassent pas hors sol.

C'est-à-dire?

Ces ensembles doivent s'intégrer dans le positionnement de la destination, être en phase avec la culture sociale et l'environnement. Pour ce faire, il est important que la population adhère au projet. D'autre part, ces complexes doivent être gérés de manière professionnelle.

Des exemples de projets qui ne seraient pas hors sol?

Les Maisons de Biarritz à Champéry (ndlr: projet immobilier français écologique de 900 lits avec service hôtelier dévisé à 100 millions de francs) et le projet canadien d'Intrawest aux Mayens-de-Bruson, à proximité de Verbier (Ndlr: 2000 lits prévus, 250 millions de francs de budget) me semblent répondre à ces exigences. Quant au projet russe d'Aminona dont on parle beaucoup actuellement, nous n'en savons pas encore suffisamment pour nous prononcer.

Le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina vient de préciser les exigences qu'un projet immobilier soumis à la lex

Koller doit remplir pour être considéré comme «projet d'intérêt cantonal» (lire l'article ci-dessus). Vous dites: «bravo»...

Le Valais se dote ainsi d'un cadre, avec de bonnes règles. Par exemple, les projets soumis à la lex Koller doivent réserver un certain nombre de lits à la location et ce, pendant huit mois par an. Après le moratoire, Jean-Michel Cina confirme ainsi qu'il a une vision, qu'il met en place une politique économique volontariste, ce que je préconise d'ailleurs de longue date pour préparer un développement adéquat et maîtrisé. Cela dit, il reste, et c'est un point sensible, à faire appliquer ces règles: quelles garanties aura-t-on que ces règles seront effectivement

«L'argent des promoteurs n'est pas toujours un gage d'intelligence.»

appliquées? Quels contrôles? Quelles sanctions?

Comment résoudre ce genre de problèmes?

Il est crucial d'agir en amont, de procéder à des analyses approfondies lors du dépôt du projet. Mieux vaut dire non à un dossier qui ne présenterait pas toutes les garanties que oui par rapport au gain immédiat, ce qui s'est parfois produit par le passé. Il s'agit d'être conscient que l'argent des promoteurs n'est pas toujours un gage d'intelligence!

Mais qui peut avoir l'expertise suffisante pour évaluer les mégaprojets de groupes internationaux?

D'entente avec les communes concernées, cette tâche devrait être dévolue au canton qui dispose des ressources et des compétences nécessaires pour analyser ces dossiers.



Marie-Françoise Perruchoud: «Il vaut mieux dire non à un projet qui ne présenterait pas toutes les garanties que oui par rapport au gain immédiat.»

**Leading Hotels: le
Chalet Royalp
dans le guide 2008**

Le Chalet Royalp Hotel & Spa, établissement cinq étoiles qui ouvrira ses portes en décembre à Villars-sur-Ollon (VD), a fait son entrée dans le guide 2008 des Leading Hotels of the World. Il figure parmi les hôtels de la gamme «The Leading Small Hotels of the World». Un autre hôtel helvétique est également apparu dans ce guide: le Carlton Hotel à Saint-Moritz (GR). Le guide 2008 marque les quatre-vingts ans du groupement. Il répertorie 448 membres, répartis dans 80 pays. Quarante nouveaux membres ont été enregistrés. A noter aussi l'inscription, dans la gamme des «Leading Spas», de l'Hôtel des Trois Couronnes à Vevey et du Tschuggen Grand Hotel à Arosa (GR). mh

**Travail au noir:
collaboration en
matière de contrôle**

Le contrôle du travail au noir dans l'hôtellerie et la restauration vient de faire l'objet d'une convention. Cet accord, qualifié de «modèle» du genre, a été passé entre l'Office de l'économie et du travail du canton de Zurich (AWA) et les partenaires sociaux de la Convention collective nationale du travail de l'hôtellerie et de la restauration (CCNT), à savoir: Gastro Suisse, Hotel & Gastro-Union, hotellerie suisse, SCA, Syna et Unia. Ces contrôles seront faits en même temps que les contrôles aléatoires de la CCNT à l'aide d'un questionnaire standardisé. Entrée en vigueur le 1er janvier, la nouvelle loi fédérale contre le travail au noir stipule que des contrôles doivent être faits de manière systématique. mh

Conseiller le changement

**L'abondance de
projets immobiliers
à vocation touris-
tique, constatée en
Valais, donne toute
sa mesure à l'activité
de l'association
«Altitude 1400».**

MIROSLAW HALABA

Architecte de la ville de Sierre, Thierry Bruttin est, depuis quelque temps, très sollicité par les médias. «Altitude 1400», l'association qu'il préside et qu'il a créée l'automne dernier en compagnie de deux autres confrères valaisans, s'est invitée en qualité de partenaire des grands projets immobiliers à vocation touristique (cf les articles de la page 19) qui font l'actualité valaisanne. Comment maîtriser ce développement? C'est la question clé et incontournable à laquelle «Altitude 1400» essaie de répondre. Celle-ci est aujourd'hui mieux documentée, qu'il y a encore quelques mois, pour fournir un début de réponse. Le mois de réflexion organisé en octobre a fourni

de utiles informations pour les actions futures. Durant ce mois, quelque 1000 à 1500 personnes, de tous les milieux, ont participé à des conférences, ainsi qu'à une table ronde – qui a fait salle comble – et visité les expositions thématiques mises sur pied pour l'occasion. Les médias ont aussi bien relayé les préoccupations des initiateurs de l'association.

Qu'ont retenu ces derniers de cet échange? «Nous avons, tout d'abord, constaté que le marché immobilier soumettait tous les acteurs à une forte pression. Ce qui fait que l'on se trouve parfois plus dans une économie de la construction que dans une économie du tourisme», note Thierry Bruttin. Et d'ajouter: «C'est un cri d'alarme, car, si l'on continue ainsi, le tourisme perdra de sa substance. Je pense en particulier aux paysages et à la nature.»

Deuxième constat: «Les milieux politiques sont fortement impli-

qués dans cette économie de l'immobilier et ils n'ont pas saisi qu'il y a une situation de crise, une situation qui devrait les inciter à miser davantage sur la durabilité que sur une conjoncture favorable.» Autre constat: les petites communes – «les grandes aussi, parfois», note Thierry Bruttin – manquent de compétences et de moyens pour traiter une question aussi délicate que l'urbanisation des Alpes. Il apparaît, enfin, que le canton a de la peine à donner à ces entités communales des repères précis pour aborder ces questions.



**«Le marché
immobilier
soumet tous les
acteurs à une très
forte pression.»**

Thierry Bruttin
Président d'«Altitude 1400»

Fort de ces constatations, «Altitude 1400» prévoit deux mesures. «Afin de renforcer notre appréciation de la situation, nous envisageons de lancer, dans les mois à venir, un sondage représentatif dans l'ensemble du canton. Nous sommes à la recherche du financement». Cette opération, dont le coût est estimé à quelque vingt mille francs, permettrait, explique



Une structure de conseil pourrait aider les communes valaisannes. pixello

le président d'«Altitude 1400», de vérifier si la population valaisanne partage les doutes de l'association. Histoire, si tel est le cas, de pouvoir le dire avec plus de certitude lors des débats sur la question. L'autre mesure est la création d'une «structure de conseil pluridisciplinaire». Celle-ci, qui serait notamment à disposition des instances politiques, aurait pour tâche de trouver

les solutions au problème de l'urbanisation alpine. «Nous sommes pour l'heure dans un état de moratoire. C'est la seule action qui a été engagée pour freiner le processus, mais la capacité de produire des méthodes pour le gérer harmonieusement n'a pas encore été revendiquée», note Thierry Bruttin.

www.altitude1400.ch

ANNONCE

10 semaines de saumon pour les chercheurs d'emploi? Voilà quelque chose d'inédit!

La plus vaste offre d'emplois de la branche de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Pendant 10 semaines pour 25 fr. seulement (soit une économie de

18 fr. par rapport au prix au numéro). Le jeudi dans votre boîte aux lettres.

Téléphone 031 740 97 93, abo@htr.ch.

www.htr.ch

htr hotel revue

L'hebdomadaire suisse du tourisme Avec marché de l'emploi

Le jet-ski fait des vagues

Le jet-ski, qui pourrait être bientôt autorisé en Suisse, ne fait pas l'unanimité. Sa pratique occasionnelle des nuisances mais certains y voient tout de même un moyen d'attirer une nouvelle clientèle.

EMMANUEL MANZI

Le tourisme helvétique se vend à l'étranger en mettant essentiellement en avant la tranquillité et la sécurité qui règnent dans notre pays et la préservation de son environnement naturel. Or, la possible pratique de jet-skis sur les lacs suisses (voir l'encadré ci-contre) dérangerait cette quiétude toute helvétique. Cette éventualité ne fait pas l'unanimité du côté des hôteliers et des autres milieux qui sont concernés.

«Je suis contre la pratique du jet-ski», déclare ainsi Mireille Capt, à la fois propriétaire et directrice du Golf Hôtel René Capt à Montreux. «Avec les jet-skis, on ne s'entendrait plus parler sur les quais. Le bruit infernal de ces engins ne ferait en effet que déranger la clientèle de mon hôtel. Sans parler du danger que ces machines ne manqueraient pas de faire courir aux jeunes baigneurs.» Un avis tranché que partage Thomas Egli, le directeur du Seehotel Hermitage sur une rive paisible du lac des Quatre-Cantons à Lucerne: «Ce sport nautique est trop bruyant pour la clientèle de mon hôtel ainsi que pour la population qui réside autour du lac, déjà fort encombré par tant de bateaux.»

A Zurich, Nathalie Grisoni, la directrice de l'Hôtel Steigenberger Bellevue au Lac, estime que le bruit des jet-skis empêcherait ses hôtes de se reposer en paix et de profiter

de l'air frais du lac. Elle en a elle-même vécu la désagréable expérience à Cannes, dans un hôtel au bord d'une mer Méditerranéenne «qui était sillonnée sans arrêt par des jet-skis». Antoine Chaumeron, lui, parle en connaissance de cause: «J'ai pratiqué le jet-ski en Crète et c'était sensationnel!» Le directeur de l'Hôtel Palafitte, construit sur pilotis sur le lac de Neuchâtel, avoue toutefois que le bruit de ces engins nuirait à ses hôtes, «même si les pilotes ne sont autorisés à mettre les gaz qu'à partir de 100 mètres de la rive.»

«Ce serait un nouvel attrait touristique»

«La pratique du jet-ski ne nous dérangerait en rien», relève pour sa part François Dussart, le directeur du Beau Rivage Palace à Lausanne-Ouchy. Sibylle Maechler, assistante de direction du Beau-Rivage de Neuchâtel, ne manque pas de nuancer ses propos: «Dans l'éventualité où ces engins tourneraient en rond devant notre établissement, nous serions obligés de réagir...»

«Le jet-ski serait une attraction pour faire venir les touristes dans notre région reculée.»

Dalila Leuenberger
Dir. de l'Hôtel Le Rocheray au Sentier

Dalila Leuenberger, propriétaire de l'Hôtel-Restaurant Le Rocheray au Sentier (VD), serait pour sa part ravie que le jet-ski puisse être autorisé sur le lac de Joux. «Ce sport serait une attraction supplémentaire pour faire venir les touristes dans notre région reculée.»

Dangers pour l'environnement et cohabitation difficile

Opposé aux interdictions générales, Mario Lütolf, directeur de la Fédération suisse du tourisme, préconise la concertation dans l'innovation: «La pratique du jet-ski pourrait attirer de nouveaux visiteurs mais ce genre d'animation spectaculaire ferait également fuir une autre catégorie de touristes recherchant la tranquillité aux abords de nos lacs. Une réglementation par canton me semblerait ainsi judicieuse afin de trouver des solutions en adéquation avec tous les milieux concernés.»



Fotokia

Avec la modification de l'ordonnance fédérale sur la navigation intérieure, les cantons pourraient réserver des plans d'eau aux jet-skis.

«Non à la pratique du jet-ski», tel est le mot d'ordre donné par Pro Natura. Nicolas Wüthrich, son responsable de l'information pour la Romandie, assure que la houle, les remous et le bruit feraient fuir les oiseaux des berges. Leur carburant polluerait par ailleurs la faune et la flore. D'ailleurs, le département vaudois de la sécurité et de l'environnement a décidé en 2007 de ne plus autoriser les compétitions de jet-skis sur les lacs du canton en raison des «problèmes de cohabitation entre les compétiteurs de jet-ski et les autres usagers des lacs.»

«Je suis contre les jet-skis. Leur bruit dérangerait la clientèle de mon hôtel.»

Mireille Capt
Dir. du Golf Hôtel René Capt à Montreux

Et en raison aussi des problèmes liés à «la limitation de vitesse préconisée à proximité des rives», précise

Michel Bongard, secrétaire de Pro Natura Vaud. Francesco Nicotra, président du Holeshot Jet-ski Club de Bienne, déplore que des amateurs inexpérimentés de ce sport mettent en péril les autres usagers des lacs (le jet-ski n'a pas de freins). En revanche, il souhaiterait que les pilotes licenciés des clubs suisses puissent s'entraîner et concourir sur des plans d'eau helvétiques balisés. Et ne soient pas contraints d'aller s'entraîner en France ou en Italie. Francesco Nicotra se destine également à une carrière de sauveteur à jet-skis. «Il s'agit d'une pratique courante aux Etats-Unis. Elle permet en effet de sauver des vies de la noyade», note-t-il.

Les cantons devront légiférer

Avec la modification de l'ordonnance fédérale sur la navigation intérieure, les jet-skis seraient immatriculés auprès des services de la circulation et de la navigation des différents cantons, sur la base d'une déclaration de conformité européenne, explique Gerhard Kratzenberg, chef de la section navigation de l'Office fédéral des transports.

En Suisse, la pratique du jet-ski est interdite. Il reviendrait aux cantons de désigner des plans d'eau pour la pratique de ce sport. Pour autant que l'espace nautique choisi réponde à deux critères:

que les utilisateurs des bords de lacs ne soient pas mis en danger et que la faune ne soit pas menacée, ni la nature détériorée.

Les jet-skis seraient classifiés comme bateaux de sport et non plus de plaisance. Afin que les pilotes puissent utiliser leur engin en fonction de leur réelle vitesse propulsive. L'ordonnance stipule que leur circulation ne serait autorisée que de jour et par temps clair. Sur demande du Conseil fédéral, le service de navigation de l'Office fédéral des transports a ouvert la consultation du projet auprès des cantons et des milieux concernés afin de recueillir leur avis. em

Unesco: Lavaux est prêt à accueillir ses premiers hôtes



Alain D. Bollat

Une des portes d'entrée de la région de Lavaux.

Le Lavaux a-t-il profité de son inscription à l'Unesco pour attirer de nouveaux touristes? Oui, même si, en pays vaudois, «tout va lentement mais sûrement.»

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'était la fête il y a cinq mois pour célébrer l'accession de la région et de ses vignobles en terrasses au rang de site reconnu d'importance planétaire par l'Unesco. Depuis, dans les cafés du commerce et dans les caveaux, on s'interroge. Lavaux et la région ne profiteraient-ils pas encore véritablement de cette nouvelle notoriété?

«Certes, ce n'est pas spectaculaire mais le travail avance», concède Harry John, le directeur de Montreux-Vevy Tourisme (MVT). Essentiellement orientée vers la Suisse alémanique, une forte campagne de marketing a ainsi déjà commencé. Le 8 mars, un supplé-

ment de 8 pages financé par tous les partenaires (vignerons, hôteliers...) paraîtra dans la NZZ am Sonntag. En avril la campagne touchera la NZZ et, en fin d'année, Lavaux/Unesco bénéficiera «grandement» de la présence du canton de Vaud comme hôte d'honneur de l'OLMA, la foire de St-Gall.

Sur le terrain, une nouvelle structure a déjà été mise en place avec la création d'un vrai «Point d'information Lavaux» à Chexbres (il était intégré jusqu'ici à une agence de voyages) et à Gully, autre porte d'entrée de la région désormais inscrite au patrimoine de l'Unesco. Dans les couloirs, un «énorme travail» a également été effectué. «La mise en place de produits spécifiques est faite», selon Marc Scheurer, en charge du dossier au sein de MVT, qui joue la comparaison avec la région d'Altsch, autre site reconnu par l'Unesco, «où les choses avancent beaucoup plus lentement.»

Pour Lavaux, une nouvelle signalétique sera posée tout pro-

chainement. Mars verra la publication d'une brochure spéciale, les points d'accueil de Chexbres et de Gully seront opérationnels. L'association Pro-Vélo a, pour sa part, préparé un itinéraire dans la région qui évite le plus souvent la route cantonale et qui sera intégré à l'offre. Autre travail: la coordination des vignerons qui permettra qu'en tout temps et dans chaque village, un caveau, au moins, soit prêt à accueillir des visiteurs spontanés.

Côté hôteliers et restaurateurs, de nouvelles offres s'ajouteront à celles existantes de visites de vignobles comme à l'Hôtel Préalpina à Chexbres où Olivier Lehrian effectue un important travail de coordination. A l'extérieur enfin, ces offres seront répercutées par l'Office du tourisme du canton de Vaud et Suisse Tourisme. On le voit dès lors, même si, dans le canton de Vaud, tout va «lentement mais sûrement», Lavaux est prêt à accueillir ses premiers hôtes attirés par le prestigieux label de l'Unesco.

Parcs naturels: Chasseral, seul candidat romand

La Parc régional Chasseral, qui s'étend sur le territoire des cantons de Berne et de Neuchâtel, est le seul prétendant romand à une recon-



Miroslaw Halaba

naissance en qualité de «parc naturel régional». A l'instar de neuf autres entités réparties dans le pays, il a, en effet, déposé sa demande auprès de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV), le délai de livraison étant fixé au 31 janvier. L'office dira à la fin de cet été s'il remplit les conditions pour devenir un parc naturel d'importance nationale et bénéficier d'un financement fédéral. Le Parc régional Chasseral, dont le point culminant (photo) de son territoire est à 1599 mètres, a été créé en 2001. L'association compte quinze communes membres, septante-sept membres collectifs et quelque cent septante membres individuels. mh

Un débat «musclé» à Viège sur la marque «Valais»

Quelque trois cents participants ont assisté, la semaine dernière à Viège, à un débat sur la marque «Valais» dont le choix, en lieu et place du mot «Wallis», n'a pas plu aux Haut-Valaisiens. «Le débat a été musclé» et «chacun a campé sur ses positions», a rapporté le quotidien «Le Nouvelliste». Le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina a souligné que le gouvernement n'avait jamais voulu politiser une démarche économique. Le président de «Marque Valais», François Seppey, a pour sa part déclaré, en substance, «dans un très bon allemand»: «J'enregistre votre désaccord, mais cette décision a été votée unanimement.» mh

La bonne marche du tourisme profite aux chocolatiers

Avec ses dix-huit fabricants, l'industrie chocolatière helvétique a enregistré un chiffre d'affaires (1,67 milliard de francs, +9%) et des volumes de ventes (181 266 tonnes, +7,7%) record en 2007. Une «partie des ventes supplémentaires» résulte de la «forte hausse» de l'activité touristique, a indiqué Choco-suisse. mh



Dans leur nouvel établissement de Neuchâtel, «Les Brasseurs» s'attendent à produire, tout comme à Nyon, 280 litres de bière par jour.



Chez «Les brasseurs», la bière est acheminée par tuyaux jusqu'aux...



... colonnes au milieu des tables où on la tire directement.

Directement de la cuve à la table

La société «Les Brasseurs» a ouvert une quatrième micro-brasserie à Neuchâtel. Les bières y sont fabriquées sur place, au fur et à mesure.

HÉLÈNE KOCH

Et de quatre! Après Genève, Lausanne et Nyon, la société «Les Brasseurs» est désormais implantée à Neuchâtel. Comme les trois autres, le nouvel établissement présente la particularité de servir des bières qui sont brassées sur place, dans de grandes cuves en cuivre. La boisson est ensuite acheminée par tuyaux jusqu'aux colonnes installées au centre des tables, d'où l'on peut la tirer directement. Cette micro-brasserie a été ouverte le 7 décembre passé après d'importants travaux qui ont duré plusieurs mois. Les installations nécessaires ont en effet dû être construites de toutes pièces car ces locaux abritaient auparavant un café restaurant tout à fait standard.

«En terme d'investissements il faut compter environ le double que pour un établissement normal», explique Yves Curchod, un des fondateurs de la société «Les Brasseurs». Soit entre trois et quatre millions de francs selon la taille de l'établissement.

Le fait qu'il existe déjà trois autres brasseries du même type, dont celle de Genève depuis un peu plus de dix ans, avec toute l'expérience qui va avec, n'a rien changé en terme de recherche de fonds. «Nous pensions que cela nous rendrait la tâche un peu plus facile, mais cela n'a pas été le cas. Certaines banques nous disaient que même si cela marchait bien ailleurs, c'était différent à Neuchâtel».

Yves Curchod et ses associés, un autre restaurateur et deux familles de brassiers, n'ont quant à eux fait aucune différence entre Neuchâtel, Genève ou Lausanne. A savoir que

la grandeur de l'établissement n'a pas été déterminée en fonction de la taille de la ville en tant que telle. «Cela dépend de l'emplacement que nous trouvons», explique Yves Curchod. «Nous effectuons aussi certaines adaptations sur les prix, à la hausse ou à la baisse. En fait, tout dépend de la concurrence qui existe aux alentours».



«Il faut compter le double d'investissements par rapport à un établissement normal.»

Yves Curchod
Co-fondateur des «Brasseurs»

Pour l'heure, les micro-brasseries restent rares, même si les bières artisanales sont à la mode. Il y a en quelques autres sur Vaud, Genève ou le canton de Fribourg: «Nous avons été les premiers à avoir lancé cela en Suisse romande. Aux Etats-Unis et dans les pays du nord de l'Europe, cela existe depuis longtemps». C'est d'ailleurs en Belgique qu'ont été trouvés les brassiers ayant les qualifications nécessaires.

Côté restauration, la carte de base est la même dans les quatre

établissements et certains achats, comme celui du café et d'autres produits consommés en grande quantité, se font en commun. En revanche, chacun brasse ses propres bières sur place pour être consommée sur place. Aucune n'est vendue en magasin, ni dans d'autres cafés-restaurants. «La bière est un produit vivant. Si elle est mal stockée, nous ne pourrions plus garantir la qualité», note Yves

La bière artisanale est un cocktail difficile à définir

Blanche, blonde, ambrée, brune? Les différentes sortes de bières s'obtiennent à partir des mêmes ingrédients de base: du houblon, de l'orge malté, de la levure et de l'eau. Ce qui fait la différence est la torréfaction du malt. Plus il est torréfié, plus la bière aura un goût prononcé et une couleur foncée.

A cela s'ajoutent parfois encore d'autres ingrédients. «Nous utilisons certaines épices en infusion, comme la vanille, le poivre et le thé fumé, pour des bières spéciales»,

explique Jérôme Rebetez, fondateur de la Brasserie des Franches-Montagnes (BFM), une des quatre ou cinq brasseries artisanales que compte la Suisse romande. A cela s'ajoutent encore trois ou quatre «brasseries hobby» qui produisent quelques milliers de litres par année. Par comparaison, les BFM produisent 100 000 litres.

Reste qu'il est difficile de définir ce qu'est une brasserie artisanale. Contrairement à ce qui peut se passer pour les produits bios, il

n'existe en effet aucun cahier des charges précis à respecter pour prétendre à cette appellation. Ce n'est pas non plus une question de quantité produite. En fait, n'importe quel fabricant peut étiqueter sa bière comme «artisanale» s'il a décidé de baser son marketing là-dessus. «C'est presque une question philosophique», estime Jérôme Rebetez. «Pour moi le plus important est la personnalité du produit et les tours de main que l'on développe à l'interne.» hk



De nouvelles solutions ont été tentées cet hiver afin de diminuer les queues devant les caisses et les portillons de départ.

Eviter les queues aux caisses

Plusieurs sociétés de remontées mécaniques proposent cet hiver de nouvelles solutions pour éviter les queues aux caisses. C'est notamment le cas de Téléverbier.

DANIELLE EMERY MAYOR

Le web, c'est la solution de demain, selon Julien Moulin, directeur commercial de Téléverbier. «Mais il faut être encore un peu patient». La société de remontées mécaniques a accepté de tester cet hiver la vente d'abonnements de ski via Ticketcorner, comme deux autres stations suisses (Savognin dans les Grisons et Adelboden-Lenk dans l'Oberland bernois). «C'est pour nous une

clientèle additionnelle et surtout une opération intéressante en terme d'image», note Julien Moulin qui pense que ce sont surtout ceux qui utilisent déjà Ticketcorner pour l'achat de billets de spectacles qui vont s'intéresser à ce service.

Le 8% des réservations à Téléverbier s'effectue déjà par le web, un taux appelé à croître. «Cet hiver, nous avons testé la prévente des abonnements de saison via internet.» Une opération concluante. Le client profitait de 12% de réduction via le web et de 10% à la caisse. «Nous avions évidemment une solution papier pour ceux qui n'ont pas accès à internet.» L'ordinateur permet de diminuer le personnel aux caisses mais aussi d'augmenter la qualité du service. «Nous avons changé le rôle des caissières qui sont, désormais, des conseillères à la vente. Elles ont d'ailleurs suivi une formation en conséquence. Avec internet, nous visons la clientèle habituée qui n'a plus besoin de recevoir de conseils.»

Les habitués, justement, ont été intéressés par une nouvelle offre concernant le domaine skiable des Quatre-Vallées dont Verbier fait partie: la Carte Club. Elle fonctionne comme une carte de crédit. Le montant de la journée de ski est débité selon l'heure de départ et le domaine fréquenté. Le client ne passe qu'une seule fois à la caisse au moment de l'achat de sa carte. Celle-ci, qui permet de bénéficier de rabais selon un calendrier pré-établi, s'adresse d'abord à ceux qui skiaient au tarif «Valais». Le détenteur bénéficie de 20 jours à 50% de réduction sur le domaine des Quatre-Vallées et 40 jours à 30%; les

autres jours de la saison, la réduction est de 10%. Le membre du club profite encore d'offres «last minute». «Nous atteignons largement les objectifs de vente: nous espérons en vendre 1000 à Verbier et nous en avons vendus 1400», se réjouit Julien Moulin. Chaque station de la Carte Club gère son fichier client. «Nous pouvons faire des offres ciblées par courrier électronique 48 heures à l'avance et 24 heures à l'avance par SMS.»

Téléverbier veut profiter encore davantage de l'outil internet, des solutions se développent ainsi avec les tours-opérateurs et les hôteliers, par exemple, pour qu'ils réservent directement le forfait ski de leurs différents clients. «L'essentiel, c'est de toujours se soucier du client et de ce qu'il attend», conclut Julien Moulin.

Les dangers du réchauffement

Il n'y a pas un jour sans qu'on parle de «réchauffement climatique» et de son influence sur la vigne. Entre «bilan carbone» et hypothèses à l'horizon de 2050.

PIERRE THOMAS

Après la Champagne, le Bordelais s'est penché, cette semaine sur le «bilan carbone» de la filière viti-vinicole. L'idée est de montrer que les vigneronns se préoccupent des émissions de CO₂. Les Champenois espèrent, par des mesures écologiques, réduire leurs de 30% sur dix ans. Dérisoire, bien sûr... mais un «signe psychologique fort». Car on sait que l'activité humaine est à l'origine du réchauffement climatique.

Toutes les universités de la planète, de Melbourne (Australie) à l'Oregon (Etats-Unis), et les centres de recherches appliquées à la vigne, l'INRA français à Avignon-Montpellier et la station allemande de



Quelle issue en Bourgogne pour le pinot qui affectionne la fraîcheur?

Geisenheim, sont sous pression. Son chef de l'Institut de viticulture et d'œnologie, Hans Reiner Schultz, était l'invité d'Agroscope Changins-Wädenswil, au salon Agrovina, à Martigny, en janvier.

La date de floraison pourrait être avancée de 15 jours, voire d'un mois

Hans Reiner Schultz a corroboré ce que l'on savait déjà. Un réchauffement de deux degrés Celsius, d'ici 2050, aura des conséquences importantes sur le cycle végétatif de la vigne. La date de la floraison pourrait être avancée de 15 jours, voire d'un mois, selon des études menées en Australie, sur le chardonnay et le cabernet sauvignon.

En France, on a déjà remarqué que les chasselas, à Colmar, avait fleuri deux fois jusqu'au 13 juillet dans les années 1980 et jamais après le 3 juillet depuis 1990, avec une

floraison précoce autour du 13 juin, deux fois. Le principe viticole qui veut que les meilleurs vins sont issus de raisins à maturation lente est donc menacé.

Autre effet, la modification du régime hydrique. Les années à venir pourraient cumuler les effets de 2003 (canicule et sécheresse) et de 2007 (pas d'hiver, mauvaise floraison, pluies abondantes en été, mildiou), sauvé des eaux grâce au soleil de septembre.

L'avantage va aux assemblages rouges

Les vins vont changer: les rouges, grâce à des assemblages de cépages, devraient s'en tirer mieux que les blancs, qui vont perdre leur acidité.

C'est même, selon le professeur Hans Reiner Schultz, le seul paramètre prévisible. En revanche, on ne connaît pas quel goût pourrait avoir un cépage dans des conditions extrêmes... Déjà, en Avignon, le grenache et la syrah, sont cultivés à la limite de leurs possibilités. On pourrait imaginer de la syrah en Bourgogne et dans la Loire, puisque



Photos Pierre Thomas

Le réchauffement climatique se traduira-t-il bientôt sous nos contrées par la présence de palmiers à côté des ceps de vigne, comme c'est déjà le cas aujourd'hui à Marsala, dans le sud de la Sicile?

chaque degré de réchauffement fait reculer les limites de la culture de la vigne de 200 kilomètres au nord! La Suède, après

Le réchauffement menace le principe qui veut que les meilleurs vins sont issus de raisins à maturation lente.

l'Angleterre, la Hollande et la Belgique, devraient connaître un renouveau viticole. Ces contrées, devenues froides, étaient plantées en vignes au «Petit Age glaciaire», au Moyen-Age.

Le choix du porte-greffe, l'enherbement des vignobles, la modification du rapport feuille-fruit pour tenir compte de la photosynthèse modifiée par le rejet de CO₂ et l'arrosage au goutte-

à-goutte peuvent corriger les différents effets.

Une redistribution du vignoble mondial

Mais comment équiper les terrasses de la Moselle allemande, du Douro portugais? Ou du Valais et de Lavaux, même s'ils ne sont pas cités dans les études? Les vins deviendront plus techniques aussi. En cave, les procédés qui permettent d'enrichir le moût par élimination d'eau peuvent extraire de l'éthanol et abaisser le taux d'alcool, tout comme la distillation. Sans parler, comme aux Etats-Unis, d'ajout pur et simple d'eau (jusqu'à 15% du vin). Et de l'acidification massive de la vendange...

Une grande partie de l'Australie (Barossa Valley, Hunter Valley), des vignobles des régions méditerranéennes (y compris le Chianti et la Rioja), le sud de la France et du Portugal et la Californie (Central Valley) risquent de subir les conséquences du réchauffement. Tandis que des régions plus proches de la mer, comme le Chili, la Tasmanie et une partie de l'Afrique du Sud, seront moins touchées. En Europe, la Bourgogne, l'Alsace et d'autres régions à ce jour tempérées, dont la Suisse, verront leur climat évoluer. Sans compter les effets conjugués de la fonte des glaces arctiques et de l'atténuation du Gulf Stream qui pourraient transformer le Bordelais en région ou submergée ou froide.

ANNONCE

Action

	Rabais
par caisse/tray/MP	
ELMER MINERAL gazeuse	
Elmer Mineral, 200 cl, bouteille	1.80
Elmer Mineral, 50 cl, bouteille	2.00
Elmer Mineral, 33 cl, bouteille	2.40
Elmer Mineral, 150 cl, PET, caL	1.20
Elmer Mineral, 250 cl, PET, MP à 6	1.20
Elmer Mineral, 50 cl, PET	2.40
ELMER MINERAL non gazeuse	
Elmer Mineral, 100 cl, bouteille	1.80
Elmer Mineral, 50 cl, bouteille	3.00
Elmer Mineral, 33 cl, bouteille	3.60
Elmer Mineral, 150 cl, PET	1.20
Elmer Mineral, 50 cl, PET	2.40

Action valable du 4 au 23 février 2008 chez votre dépositaire.



«Mieux vaut dire non à un méga-projet incertain que oui par appât du gain, ce qui s'est parfois produit par le passé.»

Marie-Françoise Perruchoud-Massy



L'inédit sera au rendez-vous à Genève en 2010.

Le Monde du Cirque

365 jours de spectacle

A Genève, l'année 2010 sera placée sous le signe du cirque. Trois cent soixante-cinq jours de spectacle sont programmés.

MIROSLAW HALABA

Cent quatre-vingts spectacles en plein air, deux mille artistes, une centaine de chapiteaux, quinze expositions, du théâtre, des conférences, des ateliers. Le programme qui sera offert, dans deux ans, aux Genevois est abondant et varié. Du 1er janvier 2010 au 31 décembre, la Cité de Calvin sera théâtre d'une manifestation internationale intitulée le «Monde du

Cirque». Créée par Youri Messen-Jaschin - ingénieur culturel, à qui l'on doit notamment la production du spectacle Akua -, cet événement dédié au cirque permettra à des artistes du monde entier de présenter des attractions «inédites». Vingt-deux pays ont déjà confirmé leur participation. Trois pays seront à l'honneur: les Pays-Bas, le Canada et l'Italie.

Quarante pour cent des spectacles seront gratuits, a indiqué Youri Messen-Jaschin. L'association qu'il gère ne poursuit pas de but lucratif. «Notre bénéfice sera entièrement destiné à des projets humanitaires», a-t-il déclaré. Le projet «Water for life», visant à

garantir l'accès à l'eau, pourra notamment en profiter.

Le «Monde du Cirque» s'annonce intéressant pour les prestataires touristiques genevois. Genève Tourisme et Suisse Tourisme s'engageront dans la promotion.

«Notre bénéfice sera entièrement destiné à des projets humanitaires.»

Youri Messen-Jaschin
Président du «Monde du Cirque»

Quelle sera l'indice, on peut retenir le taux de fréquentation de la première édition du «Monde du Cirque» qui s'est tenue en 1987, durant neuf mois, à Lausanne. Quelque 485 000 spectateurs, dont 26% provenant de l'étranger, avaient été recensés. Les sociétés Cisalpino et TGV Lyria se sont déjà engagées à consentir des rabais aux visiteurs d'Italie et de France.

D'une langue à l'autre

Deux nouveautés à l'occasion de la St-Valentin

Notre date de parution coïncide cette semaine avec la St-Valentin, la fête des amoureux. A cette occasion, notre journal lance deux nouveautés. La première consiste à publier tous les derniers jeudis du mois, dès le 27 février, des annonces permettant de chercher l'âme sœur. La seconde nouveauté est la publication, une fois par mois, de portraits d'hôteliers qui ont rencontré leur conjoint dans un hôtel ou durant leur formation à l'école hôtelière. Le premier de ces portraits est consacré cette semaine à Daniela et Daniel Borter, les directeurs de l'Hôtel Lenkerhof à Lenk (BE). Ils se sont connus alors qu'ils travaillaient à l'Hôtel Tschuggen à Arosa, elle à la réception et lui en cuisine. Im

Pages 1 et 14

L'Hôtel Meurice revisité par Dalí et Philippe Starck

L'Hôtel Meurice, au cœur de Paris, situé à la rue Rivoli, entre la place de la Concorde et le Musée du Louvre, a fait peau neuve. Les parties communes de l'hôtel ont en effet été revues et corrigées par le célèbre designer Philippe Starck. Il en va de même pour un des deux restaurants de l'hôtel, «Le Dalí», où Yannick Alléno, crédité de trois étoiles Michelin, revisite désormais la cuisine française au travers d'une carte intitulée «Sans & 100%», à savoir «Sans excès et 100% savoureux». L'œuvre de Dalí y est omniprésente au niveau de la décoration avec notamment une chaise aux pieds en forme d'escarpins, dessinée par Dalí lui-même et recréée pour Le Meurice, et un homard sur un téléphone. Im

Page 16

60 ans d'excellence pour les vins de Simon Maye et fils

Le chroniqueur Geny Hess brosse le portrait cette semaine de la maison de vins Simon Maye et fils. Sise à



St-Pierre-de-Clages, entre Sion et Martigny, cette maison, dirigée aujourd'hui par Jean-François et Axel Maye, fête cette année son 60e anniversaire. Elle s'est distinguée l'automne dernier en terminant au premier rang du «Concours de dégustation du grand jury européen» avec une «Syrah Vieille Vigne» de 2001. Geny Hess loue avant tout le travail méticuleux des fils Maye et l'accueil particulièrement chaleureux de leur mère, Antoinette Maye. A partir de raisins sains et gorgés de soleil, les frères Maye élaborent leur vin avec la passion des artisans qui créent chaque année une œuvre nouvelle. En profitant des connaissances et des techniques actuelles, ils maîtrisent les fermentations naturelles, affinent le bouquet et conservent toute la saveur du fruit bien mûr. En plus de la syrah, les frères Maye proposent, en ce qui concerne les vins rouges, du gamay, du pinot noir, de l'humagne et même du merlot. Im

Page 16

Le Mycorama séduit

Le Mycorama à Cernier (NE) a bien commencé son activité. «Nous sommes presque à cinq mille visiteurs payants». Après un peu plus de trois mois d'ouverture, Gilles Farron, directeur du premier musée consacré aux champignons, tire un bilan de fréquentation encourageant. Et cela sans compter les quelque mille personnes qui se sont pressées à l'inauguration, le 27 octobre dernier.

Le Mycorama est ainsi bien parti pour franchir le cap des 20 000 visiteurs, objectif minimal fixé pour 2008, première année d'exploita-

tion. De petits ajustements ont aussi déjà été faits, notamment dans la documentation.

Une priorité, traduire les documents destinés aux visiteurs

«Nous nous sommes rendus compte que quelques traductions en allemand n'étaient pas parfaites». Et surtout, il faut éviter d'avoir davantage de documents en allemand dans un coin et davantage en français dans un autre, même si la parité globale est respectée. Cela a été le cas, par exemple, d'une série de recettes de cui-

sine, proposées seulement en allemand, car l'exposition était faite conjointement avec l'Union suisse des producteurs de champignons, basée à Berne. «C'est l'un des enseignements que nous avons retirés. Il faut qu'il y ait de tout pour tout le monde», souligne Gilles Farron.

Tout traduire est donc l'objectif prioritaire numéro un, qui sera suivi à terme par des traductions en anglais. Pour l'heure, presque tous les visiteurs proviennent de Suisse. La part des Romands a un peu augmenté depuis le début, passant de 30% à 40% environ. hk



Les champignons ont leur public.

Hélène Koch



Les pistes autrichiennes, comme ici au Vorarlberg, ont la cote.

Vorarlberg Tourisme

L'Autriche préférée

Les pistes de ski autrichiennes ont la faveur du public de l'Europe germanophone.

C'est ce qui ressort d'une enquête en ligne réalisée en décembre par la société Marketagent.com auprès de 1500 sportifs, âgés entre 14 et 59 ans et provenant de Suisse, d'Autriche et d'Allemagne.

Les domaines skiables autrichiens ont, en effet, été préférés par

86,1% des personnes interrogées. La Suisse vient au deuxième rang avec 58,6% des voix. Suivent, relativement loin derrière ces deux pays: l'Italie (19,5%), les Etats-Unis et le Canada (19,4%), la France (19,1%), l'Allemagne (11,2%).

L'enquête montre également que 88,5% des hôtes viennent en hiver dans les stations pour pratiquer un sport et 61,3% pour profiter

de la nature et des paysages. Pour ce qui est des critères les plus importants liés au ski, 63,3% des personnes interrogées ont cité la préparation des pistes, 62% la relation prix/prestations, 53,5% l'assurance d'avoir de la neige et 49,7% la propreté des pistes.

La diversité des activités et les animations n'ont récolté que 4,1% des voix. mh

Stabilisation attendue au premier trimestre

L'hôtellerie et la restauration s'attendent à une certaine stabilisation de la marche des affaires au cours du premier trimestre. L'enquête conjoncturelle, menée par le KOF de l'EPF de Zurich, a montré que si «plus de 40%» des entreprises interrogées s'attendent à une hausse des ventes, «presque 50%» d'entre elles ne prévoient aucun changement par rapport au trimestre précédent. «Seuls 10%» craignent une baisse des ventes. Dans l'hôtellerie, ce sont les établissements de quatre étoiles qui sont le plus confiants pour ce premier trimestre. mh

Prix de location: Zurich et Genève dans le «top ten»

La demande considérable de produits de luxe permet aux producteurs de payer des sommes importantes pour avoir pignon sur rue. La société Location Services SA à Zurich a établi un classement des emplacements où les prix de location pour les sites commerciaux sont les plus élevés. Deux villes suisses figurent dans ce «top ten», soit: Zurich et Genève. Le prix de location annuel à la Bahnhofstrasse est de 7530 francs le m² et celui à la Rue du Rhône de 7310 francs. La 5e Avenue à New York vient en tête avec 16304 francs par an par m². mh

Visiteurs en nette hausse



Soixante mille «écoblés» ont visité le musée en 2007.

Le Musée suisse des transports (MST) à Lucerne est, selon ses informations, le musée «le plus populaire» de Suisse.

Ainsi, l'an passé, il a enregistré 872 905 entrées, ce qui représente une hausse de 17% par rapport à l'année précédente. Parmi ces visiteurs, 364 685 (+25% environ) d'entre eux sont allés au cinéma IMAX. Soixante mille écoblés ont également déambulé entre les trains, les avions et les voitures.

L'année 2007 a été marquée par le lancement du projet de construction «MST 2009» qui prévoit notamment la construction

d'une nouvelle entrée. Début décembre, le musée s'est doté d'une nouvelle gare CFF: «Luzern Verkehrshaus». Le nombre d'adhérents à l'Association Musée suisse des transports a également augmenté. Il était de 27 741 à fin 2007 (+682).

Au programme des activités de l'année en cours figurent notamment une exposition consacrée aux aéroports de Suisse et le lancement de trois films IMAX. Les titres de deux d'entre eux sont déjà connus: «Mission Mars» et «Aventure Grand Canyon». Le bâtiment d'entrée sera, quant à lui, inauguré en novembre. mh