

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 7

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 01.07.2025

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



St. Moritz

Trotz starkem Schneefall: Das Gourmetfestival zählte mehr Besucher denn je.
Seite 13 und 14

Weniger Gäste

In der Flughafen-Region Zürich läuft's nicht mehr so rund. Das spürt auch das Radisson, das jüngste Flughafenhotel.
Seite 3

Jakobschweg

Pilger bringen der Schweiz jährlich rund 40 000 Logiernächte.
Seite 4

Grosse Pläne

«Mein Kauf der Sunstar-Aktien ist eine langfristige Investition und in keiner Weise spekulativ.»

Peter Grogg, neuer Mehrheitsaktionär der Sunstar Holding AG

Seite 5



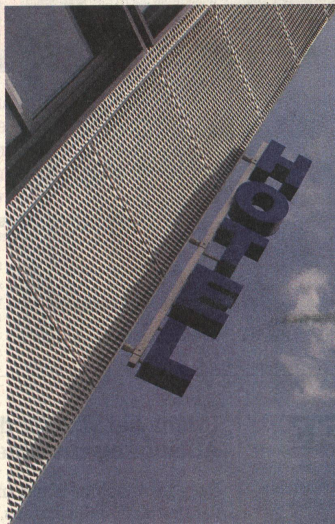
Alain D. Bollat

avec cahier français hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 169 Stellenangeboten**

1002893
Schweiz
Périodikendruck
Hallwilerstrasse 15
3005 Bern
004
00724
30

Besser trumpsfen



Im 4-Sterne-Segment gleichen sich die Preise an

Preisdurchschnitt mittlere Zimmerkategorie 2008/09, Preis Schweiz = 100

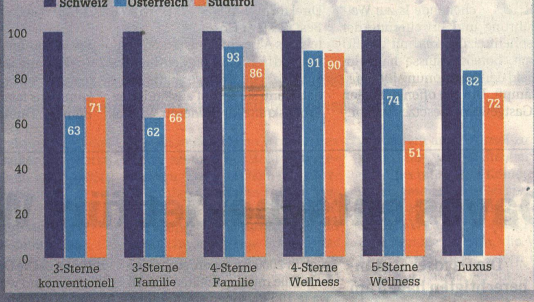


Bild: Alain D. Bollat, Grafik: Regula Wolf

Schweizer Hotels sind teurer als jene der Nachbarländer. Das hat seinen Grund, wie zwei Studien zeigen.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Schweizer 4-Sterne-Hotels sind preislich fast gleich positioniert wie jene der Nachbarländer. Im 3-Sterne-Bereich dagegen kosten die Schweizer Hotelzimmer mehr. Und das, obwohl die Nachbarn ihre Preise generell erhöht haben; dadurch hat sich der Unterschied allgemein vermindert. Besonders gefordert sind nun unsere 3-Sterne-Häuser: Sie können mit Gastfreundschaft, einer klaren Positionierung, Authentizität und regionaler Verbun-

denheit überzeugen. «Wir sind ein Premium-Produkt, dessen sind wir uns manchmal zu wenig bewusst», sagte hotellerieuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel an der Pressekonferenz, wo zwei vom Verband in Auftrag gegebene Studien präsentiert wurden. Die Schweiz dürfe also teurer sein. «Wir haben kein Preis-, sondern ein Kostenproblem», so Brentel.

Teurer ist die Schweizer Hotellerie deshalb, weil sie höhere Lohn- und Warenkosten zu bezahlen hat. «Wir müssen überall den Hebel

ansetzen, aber dort wo wir etwas bewirken können», sagte Brentel. Also jene Dienstleistung anbieten, die gefragt sei. «Die Hotellerie hat Emotionalität zu bieten – diesen Trumpf müssen wir besser ausspielen», so Brentel. «Das Hotel ist eine Gesellschaftsinsel – ein Vorteil gegenüber der Zweitwohnung.» Ein Test der htr hotel revue beweist zudem: Die Schweizer Hotels können im internationalen Wettbewerb gut mithalten.

www.htr.ch/dossier
Seite 7 bis 11, cahier français 19

Kommentar

Schweizer Hotellerie hat kein Preisproblem



GUDRUN SCHLENCER

Die Schweiz gilt als teuer. Eine von hotellerieuisse in Auftrag gegebene Studie bestätigt das. Zumindes im Durchschnitt. Im Einzelfall kann es für den Gast ganz anders aussehen. Das zeigte eine Stichprobe der htr hotel revue bei vergleichbaren Hoteltypen in den umliegenden Ländern. Die Schweiz kann sich hierbei preislich durchaus sehen lassen. Abgesehen davon scheint das Hochpreis-Image der Schweizer Hotellerie nicht zu schaden: Die Auslastung ist gemäss Studie ähnlich hoch wie in Österreich und

«Preissenkungen sind schnell gemacht, aber gefährlich und nagen am Umsatz.»

Südtirol. Nicht zuletzt dank deutlich höheren Betriebserträgen pro Logiernacht und damit verbundenen Mehrumsätzen bleibt mehr Geld unter dem Strich übrig. Besonders vorbildlich erweist sich hier die 3-Sterne-Hotellerie, die im Vergleich zu Österreich und Südtirol auf der einen Seite zwar ihre Zimmer rund 30 Prozent teurer anbietet, dafür aber massiv mehr Cashflow und Reingewinn generiert.

Allerdings wurde diese Modellrechnung in wirtschaftlich guten Zeiten gemacht. Es könnte sein, allen Empfehlungen zum Trotz, dass die Konkurrenz den Schweizer Hoteliers nun mit Dumpingpreisen das Geschäft madig macht. Doch auf die Länge wird sich das kein Hotelier leisten können. Preissenkungen sind schnell gemacht, aber gefährlich und nagen am Umsatz. Preiserhöhungen dagegen schwierig durchzusetzen. Der Konsument scheint bereit zu sein, hierzulande für gute Leistungen mehr zuzahlen. Und das ist gut so.

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

Stabilisierungspaket II

Bundesrat will auch Tourismus stützen

Der Bundesrat hat sich gestern mit dem zweiten Stabilisierungspaket für die Schweizer Wirtschaft beschäftigt. Bis zum Redaktions-

www.htr.ch
Die Entscheide des Bundesrats

schluss der htr hotel revue waren noch keine Beschlüsse bekannt. Die Entscheide, die für den Tourismus relevant sind, werden aber jeweils nach der Medienkonferenz des Bundesrats auf htr online aufgeschaltet. Wie die htr hotel revue bereits vor zwei Wochen melde-

te, steht ein Kredit von zusätzlichen 15 Millionen Franken für Schweiz Tourismus zur Debatte, an dem sich auch die Branche sel-

ber beteiligen soll. Geplant ist eine Kampagne, die noch in diesem Jahr greift und sich wohl vor allem auf die Nahmärkte fokussiert. Denkbar ist auch, dass der Bundesrat die Neue Regionalpolitik mit mehr Mitteln versehen will. Das ganze Paket kommt im März ins Parlament.

Kaffee

Tests: In sechs Cafés und beim Importeur

«Die Konsumenten sollten wissen, woher der Kaffee kommt und wie er warum schmeckt», sagt Gloria Pedroza, Qualitätsmanagerin bei der Firma InterAmerican Coffee in Zug, einem der grössten Rohkaffeeimporteure der Schweiz. Gloria Pedroza verkostet tagtäglich gegen 200 Muster von Kaffees, die in verschiedenen Ländern der Welt auf ihre Verschiffung warten. Nur einen Tag lang testete hingegen ein Team der hotel revue in



Winterthur den Kaffee. Das Ziel war, einen Überblick zu bekommen über die Qualität der Espresso, die in der Stadt angeboten werden. Auf die beiden vordersten Plätze kamen einerseits die Manta Bar, in der das Getränk in professioneller Barista-Qualität auf den Tresen kommt. Und andererseits das Café Cappuccino, dessen Espresso mit feinen Aromen und langem Abgang überzeugte.

Seite 16 und 17

MIRELA – wegweisende Backoffice-Gesamtlösungen von MIRUS und HOTELA.

MIRELA

www.mirela.ch

Aus der Region

Tessin

Lugano lehnt
Botta-Projekt fürs
Messegelände ab

Die Stimmbürger von Lugano wollen das Messegelände «Pa-diglione Conza» nicht mit einer neuen Fassade aufrufen. Sie lehnten einen 3-Mio.-Kredit für ein Projekt von Mario Botta klar ab. Bottas Pläne sahen vor, die nach dem Zweiten Weltkrieg gebauten Messehallen mit einer Kunststofffassade zu verhüllen. Die Gegenseite bezeichnete die Aktion als Geldverschwendung und wies darauf hin, dass im Norden der Stadt ein neues Messe-gelände entstehen soll. tl/sda

Graubünden

Kredit für Ski-WM-
Kandidaturen
genehmigt

St. Moritz hat nach 2003 erneut Lust auf die Durchführung einer alpinen Ski-WM. Die Stimmberechtigten haben 1,5 Mio. Franken bewilligt, damit der Oberengadiner Ferienort für die Titelkämpfe von 2015 und 2017 kandidieren kann. Wer die Ski-Weltmeisterschaft 2015 organisieren wird, entscheidet sich im Mai 2010 am Kongress des Internationalen Ski-Verbandes FIS in der türkischen Mittelmeer-Stadt Antalya. tl/sda

Wechsel zum
Jahresbetrieb hat
funktioniert

Das Waldhaus Flims Mountain Resort & Spawar im Geschäftsjahr 2008 an 340 Tagen geöffnet. Der Betriebsertrag wurde um 8,7% auf 22,3 Mio. Franken gesteigert. Es ist der beste je erzielte Jahresabschluss in der Geschichte des Hotels. Der Bruttobetriebserfolg (GOL) liegt bei 10 Mio. Franken (+13,6%), das Bruttobetriebsergebnis (GOP) bei 5 Mio. (+12,3%). Der aus dem Kernbereich Hotel-lerie/Gastronomie erwirtschaftete Cashflow betrug 2,75 Mio. und mit 47 000 Logiernächten wurde auch bei den Übernachtungen ein Spitzenwert ausgewiesen. tl

Wallis

Der Streit um den
Welterbe-Namen
eskalisiert

Die Gemeinden im Lötschental fühlen sich vor den Kopf gestossen. Der Grund: Der Stiftungsrat des Unesco-Weltnaturerbes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn hat das Bietschhorn kurzerhand aus dem Namen rausgestrichen. Künftig soll das Welterbe nur noch unter dem Namen «Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch» beworben werden, wie die Rhonezeitung berichtet. Die Lötschentaler wollen nun ihre Mitarbeit im Stiftungsrat sistieren. tl

Abstimmungen. Doppeltes Ja. Die Stimmbürger haben sowohl die Personenfreizügigkeit mit der EU als auch die Erweiterung des Kongresszentrums in Davos angenommen.

Volks-Ja für die Hoteliers

Das Ja zur Personenfreizügigkeit macht das Gastgewerbe zu Gewinnern. Künftig können auch Bulgaren und Rumänen beschäftigt werden.

DANIEL STAMPFELI

Überraschend deutlich hat das Schweizer Stimmmolk am Wochenende Ja zur Weiterführung und Erweiterung der Personenfreizügigkeit mit der EU gesagt. hotelieressuisse hatte im Vorfeld der Abstimmung für ein Ja gekämpft. Um die offenen Stellen im Gastgewerbe besetzen zu kön-

nen, seien Tourismus und Hotel-lerie auf die Weiterführung und Ausdehnung der Personenfreizügigkeit angewiesen. Heute stam-men rund 42 Pro-zent der Mit-arbeitenden im Gastgewerbe aus dem Ausland, rund 86 davon aus den EU-/EFTA-Staaten.

Gisela Jähn, Direktorin des Best Western Hotels des Alpes in Flims, ist erleichtert und froh, dass die Mehrheit der Schweizer der Vorlage zugestimmt hat. Denn sie sei auf ausländische Arbeitskräfte angewiesen, zumal



«Schweizer sind sich für gewisse Jobs wie Abwaschen und Putzen meist zu schade.»

Gisela Jähn
Direktorin BW-Hotel des Alpes, Flims

Schweizer sich für gewisse Tätigkeiten wie etwa Abwaschen oder Putzen meist zu schade seien. Die Praxis zeige, dass in der Küche und im Housekeeping selten Schweizer arbeiteten. Die Hoteliers können sich durchaus vorstellen, in Zukunft auch Rumänen und Bulgaren einzustellen. Bedingung sei allerdings das

Verstehen der deutschen Sprache. «Für uns wäre eine Ablehnung des Personenfreizügigkeitsabkommens fatal gewesen», sagt Urs Bührer, Direktor des «Bellevue

Palace» in Bern. Denn der Betrieb sei zwingend auf ausländische Arbeitskräfte angewiesen. Die Mehrzahl der ausländischen Arbeitskräfte stamme aus Deutschland und Portugal. Die Rekrutierung von bulgarischen und rumänischen Mitarbeitenden ist für Bührer zurzeit noch kein Thema. «Sie sollen zuerst einmal kommen, dann schauen wir weiter.» Auch für Philippe Frutiger, General Manager im Hotel Giardino in Ascona, steht Rumänien und Bulgarien nicht im



«Rumänen und Bulgaren sollen erst einmal kommen, dann schauen wir weiter.»

Urs Bührer
Direktor Hotel Bellevue Palace, Bern

Vordergrund. Aber für seine Beschäftigten etwa aus Deutschland, Österreich und Portugal sei das Ja entscheidend gewesen. Die Bilateralen mit dem freien Personenverkehr sei ein grosser Fortschritt gegenüber früher, als um Kontingente gekämpft wurde. «Die wirtschaftliche Situation in der EU wird uns ermöglichen, noch vermehrt Mitarbeiter aus den Nachbarstaaten zu rekrutieren. Aus Deutschland erhalten wir zurzeit sehr viele Bewerbungen, so Frutiger.»

Davos entscheidet fürs WEF

Die Davoser Stimmberechtigten haben am Wochenende den Ausbau des Kongresszentrums gutgeheissen. Somit wird das WEF auch in Zukunft in Davos tagen.

DANIEL STAMPFELI

Mit 2481 Ja zu 1164 Nein haben die Davoser Stimmbürger einem Verpflichtungskredit für die Erweiterung des Kongresszentrums zugestimmt. Damit wird das Projekt des Basler Architekten Heinrich Degelo realisiert. Die Erweiterung umfasst einen neuen Kongress-

saal für 2000 Personen, sechs kleinere Säle mit Kapazitäten von etwa je 100 Personen sowie Büros, Presse- und Vorbereitungsräume, Haustechnik- und Lagerräume.

Mit dem Bau wird nach Ostern 2009 begonnen, das erweiterte Zentrum soll im Dezember 2010 betriebsbereit sein. Das World Economic Forum (WEF) beteiligt sich an den Erweiterungskosten von 37,6 Mio. Franken und hat sich verpflichtet, zehn Jahre die Jahrestagung in Davos durch-

zuführen. «Die Deutlichkeit des Ja freut uns und wir deuten dies als klares Bekenntnis der Bevölkerung zum Kongressstandort Davos», sagt Hans-Kaspar Schwarzenbach, Direktor Davos Klosters Tourismus.

«Wir werden versuchen, dank dieser Ausgangslage neue Kongresse zu akquirieren.»

Hans-Kaspar Schwarzenbach
Direktor Davos Klosters Tourismus

«Wir werden versuchen, dank dieser Ausgangslage neue Kongresse zu akquirieren», so Tourismusdirektor Schwarzenbach.

Brienz hat sich für den touristischen
Alleingang entschieden

Nach der Annahme zweier Initiativen steigt Brienz aus der Destination Haslital aus.

Am vergangenen Wochenende haben die Briener Stimmberechtigten zwei Initiativen des Vereins Interessengemeinschaft Tourismus Brienz (IGTB) zugestimmt und damit den touristischen Alleingang von Brienz gewählt. Die Änderung des Kurtaxenreglements wurde mit 594 Ja-Stimmen gegen 490 Nein-Stimmen gutgeheissen. Die Änderung des Reglements über die Tourismusförderungsabgabe (TFA) wurde von 621 Stimmberechtigten bejaht, 514 sprachen sich dagegen aus. Die Annahme dieser beiden Initiativen haben nun zur Folge, dass die IGTB

über die Einnahmen verfügen kann und nicht mehr wie bisher der Verein Haslital Tourismus. Somit wird Brienz nicht mehr zur Destination Haslital gehören. Laut einer Medienmitteilung hat der Briener Gemeinderat nun die Aufgabe, den Entscheid des Souveräns umzusetzen. Die bis zum 31. Dezember 2010 laufende Leistungsvereinbarung mit Haslital Tourismus wird im gegenseitigen Einverständnis per sofort aufgelöst. Die Gemeinde Brienz entschädigt die von Haslital Tourismus erbrachten Vorleistungen für das Jahr 2009. dst

Entrée: Hotel Waldhaus in Vulpera, 1920. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Airport-Business harzt

Die Krise trifft auch das neuste Hotel am Flughafen Zürich-Kloten. Mit Stellenabbau und Preissenkungen wählt das Radisson markante Schritte.

ANDREAS GÜNTERT

Die letzten verfügbaren Zahlen sind deutlich: Im November fiel die Zahl der Logiernächte in der Flughafenregion Zürich-Kloten gegenüber dem Vorjahresmonat um 8,1 Prozent, die Bettenauslastung sank von 55,9 auf 43,2 Prozent. Diese Entwicklung ging auch am seit einem halben Jahr präsenten Hotel Radisson nicht spurlos vorbei: «Nach einem tollen Start in den ersten drei Monaten sind die Zahlen im November zwischenzeitlich etwas eingebrochen», sagt General Manager Werner Knechtli. Die Reaktion: Das Hotel konzentriert sich verstärkt auf das Meeting- und Konferenzgeschäft. Weil das Tages-Konferenzgeschäft weiterhin gut laufe, hat das Radisson im achten Stock seines Gebäudes von der Flughafenbetreiberin Unique 1600 Quadratmeter dazugemietet; diese Fläche wird in 28 Meeting- und Konferenz-Räume, Videokonferenz-Räume, Gäste-Büros und Executive-Day-Rooms samt Arbeits- und Erholungsbereich sowie drei Executive-Lounges umgestaltet.

Weniger Festangestellte, dafür mehr Temporäreinsätze

Die Schattenseite: Das Hotel hat Stellen abgebaut. War man im August mit 165 Angestellten gestartet,



Das Hotel Radisson am Flughafen Zürich-Kloten, das seit einem halben Jahr offen steht, kämpft mit einem spürbaren Gäste-Rückgang.

so sind es jetzt noch 146. Zieht man davon die seither neu eingestellten sieben «Wine-Angels» und die acht Konferenz-Hostessen ab, so arbeitet das Hotel auf einer mit August vergleichbaren Basis von derzeit 131 Angestellten. Dabei sei es, sagt Knechtli, «zu fast keinen Entlassungen gekommen, wir haben vielmehr freigewordene Positionen nicht mehr besetzt oder Job-Kombinationen geschaffen». Das Hotel arbeitet in Bereichen wie Housekeeping, Stewarding und Bankett-Service mit einem Anteil an Feststellen und einem variabel gestalteten Anteil an Stellenprozenten, welche bei Outsourcing-Partnern flexibel eingekauft werden. Eine «moderne Art, Fixkosten zu gestalten», die sich in den vergangenen Monaten bewährt habe. Auch bei den Preisen ist man aktiv geworden. Am markantesten bei den

«Business-Class»-Zimmern, die einst mit 375 Franken im Markt standen, nun aber zu «300 bis 350 Franken» angeboten würden.

Weniger mehrtägige Meetings, dafür mehr Videokonferenzen

Nach wie vor wird für 2009 eine Belegungsrate von 60 Prozent an-

gepeilt, in den ersten Wochen des Jahres sei man bei 50 Prozent gestanden. Das Geschäft mit übernachtungsrelevanten Meetings und Konferenzen sei auch deshalb rückläufig, weil das britische Pfund eine Schwächephase erlebe, «das kann Firmen dazu motivieren, Anlässe zu einem attraktiveren Preis

von Zürich auf die Insel zu verlegen». Eine weitere Beobachtung von Knechtli: Video-Konferenzen, oft eingesetzt, um Flugspeisen zu sparen, sind für sein Hotel ein Segen: «Wir merken, dass Firmen zwar weniger fliegen, die Video-Konferenzen dafür extern ansetzen. Zum Beispiel bei uns.»

«Radisson Blu» Ein neuer Name für die Hotelmarke

Das offizielle «Grand Opening» des Radisson-Hotels am Klotener Flughafen wurde letzte Woche mit einem rauschenden Fest gefeiert. 700 Gäste stiessen auf das Haus an – und wurden Zeugen einer Naming-Premiere. Die skandinavische Fluggesellschaft SAS, die die gleich lautende Hotelmarke

1960 in Kopenhagen gegründet hatte, verabschiedete sich Ende 2006 von der mittlerweile als Radisson SAS firmierenden Gruppe. Damit verbunden war der Auftrag, das Kürzel «SAS» zu entfernen. Man hat sich entschieden, die blaue Box in der Bildmarke zu behalten und diese mit «Blu» zu betiteln. Auch aus praktischen

Gründen: Würde die Box an den Hotelfronten entfernt, kämen ausgebleichte Wand-Stellen zum Vorschein. Der Betrieb am Flughafen ist der erste weltweit, der das neue Signum trägt. Bis 2010 sollen alle Hotels unter «Radisson Blu» firmieren. Derzeit hat die Gruppe über 200 Hotels in Betrieb oder Entwicklung.

Promo-Aktion für Suisse Garantie

«Suisse Garantie» soll auf die Speisekarte. 400 000 Franken wird eine entsprechende Promo-Tour kosten. Eine Zertifizierung brauchen die Wirte nicht.

GUDRUN SCHLENCEK

«Suisse Garantie» ist aus dem Schweizer Detailhandel nicht mehr wegzudenken. Nun soll das Logo, das für 100 Prozent Schweizer Rohstoffe und Verarbeitung

steht, in der Gastronomie einzug halten. «Viele Wirte verwenden in der Küche ohnehin Suisse-Garantie-Produkte, aber nur einzelne kommunizieren das auch dem Gast. Das soll sich ändern», so Regula Kennel, Projektleiterin von Suisse Garantie in der Gastronomie. Geplant ist ab Anfang August eine Promotions-Tour durch acht Prodega-Cash &

«Wir hoffen auch, dass vom Konsumenten ein gewisser Druck kommt.»

Regula Kennel
Projekt Suisse Garantie Gastronomie

Carry-Märkte. Zwei Wochen lang soll ein Suisse-Garantie-Verkaufsstand über den möglichen Einsatz informieren. 400 000 Franken kostet die Aktion inklusive Werbung, Wettbewerb und Verkaufsförderungsmaterial. Die eine Hälfte des Geldes

bestreitet die Marketingorganisation der Landwirtschaftsverbände, Agro-Marketing Suisse AMS, die



Typisch Schweiz: Suisse Garantie.

andere werde durch den Bund finanziert, so Kennel. Einsetzen und bewerben kann der Gastronomie die Suisse-Garantie-Produkte stufenweise: Nur Komponenten bis ganze Menüs. Hauptbestandteile des Menüs müssen Suisse-Garantie-Produkte sein. Kontrolliert wird das nicht, das überlässt man den Lebensmittelkontrolleuren. Stösst die Aktion bei den Schweizer Wirten auf Echo, will man 2010 zudem in Cash & Carry-Märkten anderer Anbieter werben. Kennels Ziel: Jedes Jahr 200 zusätzliche Betriebe für Suisse Garantie zu begeistern.

Grand Hotel Locarno als Ground Zero – der Katzenjammer ist gross

Denner-Erbe René Schwenk hat sich als möglicher Investor für das Grand Hotel Locarno zurückgezogen.

Alle Hoffnungen für eine Wiedereröffnung des seit über zwei Jahren geschlossenen Grand Hotels Locarno ruhten auf René Schwenk, dem Sohn von Denner-Gründer Karl Schwenk. Er hatte sich das Kaufrecht für die Immobilie gesichert. Doch vor wenigen Tagen kündigte er überraschend seinen Rückzug als Investor an. Er zeigte sich verärgert über neue Bedingungen der Eigentümergemeinschaft und die ungeklärte Situation in Bezug auf den Quartierplan.

Der Gemeindepräsident Stefano Gilardi, Standortgemeinde des

Grand Hotels, reagierte masslos enttäuscht: «Aber ich hatte seit Anfang Jahr gespürt, dass es nicht mehr rund ging.» Regelrecht konsterniert zeigte sich Marco Solari, Präsident des Filmfestivals und des kantonalen Verkehrsvereins. Eine einmalige Chance sei vertan worden und das Image des Kantons beschädigt. Derweil schieben sich die Akteure gegenseitig die Schuld zu. Die Eigentümer bestreiten die Vorwürfe, neue Bedingungen diktiert zu haben. Und der Kanton bestreitet, bei den planerischen Arbeiten geschluppt zu haben. gl

Kein Alkohol in Alphütten

In Innerrhoder Alphütten darf kein Alkohol ausgeschenkt werden, weil das eine Wettbewerbsverzerrung gegenüber dem Gastgewerbe bedeuten würde.

WERNER KAMBER

Der Grosse Rat von Appenzell Innerrhoden ist bei der zweiten Lesung des Gastgewerbesetzes hart geblieben. Zwar wird von den Bauern verlangt, ihr Einkommen aufzustocken. Bei einem Ausschank von Alkohol in Alphütten jedoch wären die Spiesse ungleich

lang, weil für Alphütten nicht die gleich strengen Vorschriften gelten wie für Gastgewerbebetriebe (WC-Anlagen zum Beispiel). Auch «Schlafen im Stroh» als neue Beherbergungsform ist nicht mehr ohne weiteres möglich; es braucht dazu eine Bewilligung in der Kategorie Pensionsbetriebe.

Hart geblieben sind Regierung und Kantonsparlament auch bei der Zuständigkeit für die Prüfungsfächer und Prüfungsbestimmungen zum Erlangen des Wirtepatents. Ruedi Ulmann, Präsident von Gastro Appenzell Innerrhoden und Grossrat, akzeptiert, dass das Sache des Staa-

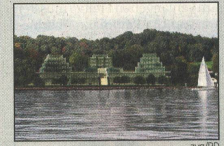
tes und nicht einer privaten Berufsorganisation sei.

Einen Rückzieher machte das Parlament in der Frage des Tanzverbotes während der Karwoche. In der ersten Lesung war auf Anregung von Ulmann eine Lockerung beschlossen worden (Verbot nur noch am Karfreitag). Nach einer negativen Reaktion der Innerrhoder Kirchgemeinden und Kirchenverwaltungsräte bleibt das Tanzverbot nun für die ganze Karwoche weiterhin bestehen; der Gastropäsident hatte signalisiert, man könne damit leben. Das Gastgewerbesetz wird nun der Landsgemeinde vom 26. April zum Entscheid vorgelegt.

Aus der Region

Zentralschweiz

Planung für Hotel Hertenstein fängt wohl von vorne an



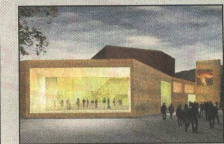
Das Gutachten der eidg. Natur- und Heimatschutzkommission spricht Klartext: Das 175-Mio.-Projekt für das neue Hotel Hertenstein in Weggis ist weder landschaftsverträglich noch mit den Richtlinien in Einklang zu bringen, die für die geschützte Halbinsel gelten. Die Gemeinde Weggis will das Problem nun mit dem österreichischen Investor Peter Pühringer erörtern, wie die «Luzerner Zeitung» berichtet. tl

Bern

Die Stadt Bern kritisiert Bern Tourismus

Der Berner Gemeinderat erachtet es als nicht zulässig, dass sich Bern Tourismus letztes Jahr in Inseraten für das Projekt Bärenparking einsetzte. Bern Tourismus müsse sich mehr Zurückhaltung auferlegen. Da der private rechtliche Vertrag mit der Stadt einen Leistungsvertrag abgeschlossen habe und pro Jahr 800 000 Franken erhalte, nehme Bern Tourismus einen öffentlichen Auftrag wahr. Öffentliche Unternehmen müssten sich in Politfragen generell zurückhalten, so der Gemeinderat. tl/sda

Dem KKThun steht nichts mehr im Wege



Der Schadaasaal in Thun kann zu einem Kultur- und Kongresszentrum ausgebaut werden. Der Regierungsrat hat das Baugesuch bewilligt und drei Einsprachen abgewiesen. Geplant sind für rund 20 Mio. Franken die Sanierung des bestehenden Saals, der Bau eines zweiten Saals sowie ein gemeinsames, vergrössertes Foyer. Die nun abgewiesenen Einsprachen richteten sich unter anderem gegen die Höhe und die Beschäftigung des geplanten Treppenhauses. tl/sda

Ostschweiz

Schluss mit Nacktwandern im Alpstein

Appenzell Innerrhoden verbietet «nacktes Aufhalten in der Öffentlichkeit». Stimmt die Landsgemeinde im April dem neuen Übertragungsbeschluss zu, wird Nacktwandern ein Offizialdelikt. Im vergangenen Herbst tauchten erstmals Nackte in Wanderstiefeln und mit Rucksäcken en masse im Alpstein auf. Aufregung und Empörung waren entsprechend gross. Heisst das Volk das neue Gesetz gut, können Nacktwandner bereits ab der kommenden Saison gebüsst werden und zwar mit 200 Franken. tl/sda

Zum Gedenken

Nachruf

«Er prägte den Kadernachwuchs der Hotellerie»

Am vergangenen Freitag mussten wir von Urs Kaufmann Abschied nehmen – ein unerwartetes Herzversagen hat seinen Lebenszyklus, im Alter von 58 Jahren, allzu



zvg

früh beendet. Seine Familie und die Schweizerische Hotelfachschule Luzern (SHL) stehen bestürzt und traurig vor diesem Schicksalsschlag. Erst vor kurzem konnten wir noch sein 25-jähriges Dienstjubiläum feiern. Die Weichen für seine nächsten Jahre waren voller Zuversicht gestellt.

Urs Kaufmann war nicht nur unser Allrounder und Mann für alle Fälle – er war eine Institution! Dienstleistung war seine Passion: Über Jahrzehnte prägte er den Kadernachwuchs in Hotellerie und Gastronomie. Wir können Urs Kaufmann in seiner Einmaligkeit nicht ersetzen – sein Geist und seine Dienstleistungsbereitschaft sollen aber an unserer Schule weiter bestehen. Für die grosse Anteilnahme danken wir.

Stiftungsrat und Direktion
Mitarbeitende und Lehrerschaft
sowie Studierende der SHL

Pilger mögen kleine Hotels

Pilgern boomt, das zeigt eine neue Berner Studie. Und Pilger generieren Wertschöpfung. Sowohl im Restaurant als auch im Hotel.

CHRISTINE KUNZLER

Pilgern hat den Status eines neuen Ferienbereichs, sagt Thomas Schweizer, Beauftragter für Tourismus bei «Reformierte Kirchen Bern Jura-Solothurn». Zudem sei Pilgern «die beste Werbung für das Ferienland Schweiz», denn die Wanderer schätzten die Gastfreundschaft und die schöne Landschaft. Zwischen 35'000 und 41'000 Logiernächte generieren sie jährlich in der Schweiz, rund 8'500 davon im Kanton Bern. Das zeigt eine neue Studie, die die Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn und der Verein Jakobsweg in Auftrag gegeben haben.

Die Wanderer auf dem Pilgerweg brachten der Schweiz zwischen 5,4 und 5,9 Millionen Franken Wertschöpfung und dem Kanton Bern rund 1,3 Millionen. Die Wertschöpfung lässt sich nicht genau eruieren, weil gerade die Tagespilger nicht unbedingt als solche zu erkennen sind.

Doch die Tageswanderer stellen die grösste Gruppe der Pilger auf dem Jakobsweg. Sie sind vor allem für das Gastgewerbe und die Ver-

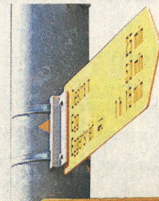
kehrsbetriebe interessant: durchschnittlich geben sie pro Person und Tag 40 Franken aus. Am lukrativsten sind die Genusspilger, die zwei bis vier Tage unterwegs sind. Ihr Tagesbudget liegt bei 96 Franken. Sie essen gerne lokale Spezialitäten, die auch schon mal etwas mehr kosten dürfen. Bezüglich Unterkunft sind sie sehr flexibel: Es darf «Schlafen im Stro» oder auch mal ein Wellnesshotel sein. Viele

von ihnen geben jedoch an, sie würden auch in einem gehobenen Hotel gerne in Mehrbettzimmern schlafen und dafür mehr Geld fürs Abendessen ausgeben.

Persönlich geführte Hotels

Der Mittelstreckenpilger, der durchschnittlich eine Woche unterwegs ist, und der Langstreckenpilger, der die Schweiz in etwa 15 Tagen durchwandert, geben täglich 83 Franken aus. Generell sind Pilger preisbewusstste Gäste und geben ihr Geld am liebsten für ein leckeres Essen und eine Flasche guten Wein aus. Sie kehren gerne in persönlich geführte kleinen Beherbergungstätten ein.

«Pilger sind Wiederholungstäter», hält Schweizer fest. Und: «Sie sind das ganze Jahr über unterwegs.» Eine Umfrage im Rahmen der Studie zeigt: Die Gastgeberma-



Höchi 1 h 5 min
Fünfländerblick 1 h 55 min
Rheineck 4 h 5 min
Eggersriet 1 h 10 min

Untereggen 45 min
Schl. Sulzberg 1 h 10 min
Rorschach Hafen 1 h 50 min

Jakobsweg

Jakobsweg

Bilder WWK Berner Oberland / zvg

www.vvg.ch

Die Bücher von Paulo Coelho und Hape Kerkeling haben dem Pilgern zu Publizität verholfen.

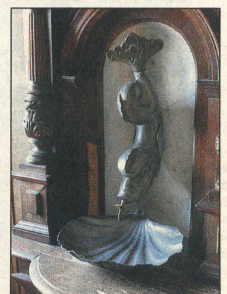
chen grossmehrheitlich positive Erfahrungen mit Pilger-Gästen. Sie seien interessante Gesprächspartner, kommunikativ und tauschten gerne Erlebnisse aus. Die Hälfte der Betriebe, die auf die Fragen des Studien-Autors Stephan Bähler geantwortet hat, gibt an, dank den Pilgern zwischen 1995 und 2008 ein

Umsatzwachstum zwischen 1 und 10 Prozent erzielt zu haben.

Immer mehr Frauen und immer mehr deutsche Pilger

60 Prozent der Pilger sind Frauen, die grösste Pilgergruppe sind die 45- bis 65-Jährigen (48,6%). Die meisten (87%) pilgern in Gruppen. Die Motivation, sich zu Fuss aufzu-

machen, ist vor allem der Wunsch, zur Ruhe zu kommen und neue Kraft tanken zu können. Aber auch das Bedürfnis nach Besinnung und Spiritualität. Gerade Menschen in einer Übergangssitu-



Das Wasser-Brünnlein auf dem Jakobsweg Schaffhausen-Tobel.

tion wollen sich auf dem Pilgerweg neu orientieren. Nur 17 Prozent pilgern aus wirklich religiösen Gründen. «Die heutige Pilgerbewegung hat sich von der traditionellen Wallfahrt gelöst», sagt Thomas Schweizer. Heute sei der Weg das Ziel. Gesamthaft gesehen lassen sich etwa drei Viertel von spirituellen Motiven zum Aufbruch bewegen. Rund 75 Prozent der Pilger kommen aus Dienstleistungsbereufen und ebenso viele haben eine höhere Bildung.

42 Prozent der ausländischen Pilger kommen aus Deutschland in die Schweiz, 8 Prozent aus Österreich. Knapp die Hälfte aller Pilger sind Schweizer. Die Mund-zu-Mund-Propaganda ist die beste und beliebteste Werbung für den Jakobsweg.

Fakten Chance auch für kleine Betriebe

Hoteliers, deren Betriebe an der Strecke des Jakobswegs liegen, können sich auf Pilger spezialisieren. Gefragt ist eine einfache Unterkunft, dafür ein schmackhaftes A-la-carte-Essen. Einige Zimmer können als Mehrbettzimmer umgestaltet werden, denn die sind besonders gefragt. Der Hoteller oder ein Angestellter kann sich zudem in Kursen als Pilgerbegleiter ausbilden lassen. ck

Infos bei admin@jakobsweg.ch

www.jakobsweg.ch

Gültig vom 2. bis 20. Februar 2009
bei Ihrem Getränke-Depositär.

Aktion
Jetzt bestellen



Die Kraft der Natur



-.20
Rabatt



-.15
Rabatt

-.10
Rabatt



-.10
Rabatt



-.10
Rabatt



-.10
Rabatt

-.15
Rabatt



-.10
Rabatt



natürlicher Gabentempel

www.ramseier.ch

«Kein Spekulations-Objekt»

Pharmaunternehmer Peter Grogg will mit dem Sunstar-Kauf sein Vermögen diversifizieren. Er glaubt an den Schweizer Tourismus.

GUUDRUN SCHLENZKE

Peter Grogg, übernachteten Sie vor dem Kauf je in einem Sunstar-Hotel? Ich war vorher in keinem der Hotels.

Dann kaufen Sie sozusagen die Katze im Sack?

Sunstar ist ja ein börsenkotiertes Unternehmen, so waren mir die Zahlen im Vorfeld bereits bekannt, und diese sind im Branchenvergleich sehr gut. Zweitens habe ich von dem bisherigen Verwaltungsratspräsident Fritz Buser einen sehr guten Eindruck. Drittens hatte ich Fritz Buser kontaktiert und meine Kaufsichten kundgetan. Wenn er mich angefragt hätte, dann hätte ich das Ganze genauer angeschaut.

Aber es war ein sehr spontaner Kauf?

Nein, ich spiele seit ein paar Jahren mit dem Gedanken, in die Hotellerie und Gastronomie zu investieren. Der Hauptgrund ist, dass ich mein Vermögen diversifizieren möchte. Heute bin ich sehr stark im Life-Science-Sektor aktiv.

Da wären andere Branchen wesentlich margenträchtiger als die Hotellerie?

Die Marge steht bei mir nicht im Vordergrund. Klar, in der Pharmaindustrie rechnet man mit Betriebsgewinnmargen von gut 30 Prozent, in der Hotellerie ist man froh, wenn man 10 Prozent erreicht. Der Kauf der Sunstar-Aktien ist für mich eine langfristige Investition und in keiner Weise spekulativ. Das gleiche Kapital hätte ich ja in irgendeinem Blue Chip investieren können. Dann hätte ich in zehn Jahren mit grosser Wahrscheinlichkeit mein Kapital stärker vermehrt als mit dem Kauf einer Hotelgruppe. Aber bei einem Blue Chip kann ich nichts dazu beitragen, ob der Aktienkurs steigt oder nicht. Als Mehrheitsaktionär von Sunstar dagegen schon. Für mich ist Geld Mittel zum Zweck, unternehmerisch etwas bewegen zu können.

Stecken hinter dem Kauf auch emotionale Motive?

Jeder Industrielle hat doch irgendein Hotel oder einen Weinberg. ... Sicher stecken hinter meinem Kauf auch emotionale Gründe. In der Hotellerie ist man im Gegensatz zur Pharmaindustrie sehr nah beim Kunden. Es soll aber kein Hobby sein. Schlussendlich will man auf jeder Investition einen Return haben.

Glauben Sie an den Schweizer Tourismus?

Ich denke, die Schweiz hat als Tourismusland Zukunft, und ebenso

ihre Hotellerie. Die Schweiz wird international eine zunehmend beliebte Destination werden, wenn wir mit der Umwelt sorgsam umgehen, ökologische Angebote ausbauen und dem Touristen möglichst jene heile Welt bieten, die er in der Schweiz auch erwartet.

Sie übernehmen die Hotelgruppe in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit... Vielleicht hätte ich das Aktienpaket etwas günstiger bekommen, wenn ich gewartet hätte. Aber es ging mir nicht darum, ob ich ein paar Millionen Franken mehr oder weniger zahle. Nach zehn oder 20 Jahren ist das nicht mehr relevant. Wenn ich mich entschieden habe, etwas zu machen, will ich das auch durchziehen. Warte ich ab, verliere ich wertvolle Zeit, in der ich das Unternehmen bereits hätte mitprägen können.

Wie krisenresistent schätzen Sie Sunstar ein?

Das viel beworbene Preis-Leistungs-Verhältnis ist sicher ein Vorteil. So bietet

«Ich will in den nächsten 5 bis 10 Jahren bis zu 100 Mio. Franken in die Sunstar-Holding investieren – für Expansion.»

Peter Grogg
Neuer Mehrheitsaktionär der Sunstar Holding

Sunstar in den Restaurants gute Standardweine, die gut laufen, aber keine Top-Weine, die im Keller liegen und nur Kapitalkosten verursachen. Ich persönlich schätze 4-Sterne-Hotels weniger konjunkturabhängig ein als 5-Sterne-Hotels.

Soll der neue Verwaltungsratspräsident Werner Degen so wie der bisherige Rolf Buser zusammen mit Geschäftsführer Beat Hess Sunstar operativ führen oder soll der Verwaltungsrat nunmehr rein strategisch agieren? Der neue Verwaltungsrat wird sich aus dem operativen Geschäft heraushalten.

Wenn es sich als sinnvoll erweist, werden wir dafür die Geschäftsführung personell verstärken.

Peter Grogg gehört zu den 300 reichsten Schweizern

Peter Grogg (67), Inhaber der Pharmafirma Bachem Holding AG, gehört gemäss «Bilanz»-Ranking zu den 300 Reichsten der Schweiz und soll ein Vermögen von 600 bis 700 Mio. Franken besitzen. Nun hat er 52% des Aktienkapitals der Sunstar Holding AG erworben und sitzt seit heute zudem im Verwaltungsrat der Hotelgruppe.

Was haben Sie strategisch vor? Wir wollen nicht beim Status quo bleiben. Ich bin bereit, noch wesentliche finanzielle Mittel zu investieren.

Wie viel und wofür? Bis zu 100 Millionen Franken in den nächs-

ten 5 bis 10 Jahren – für Expansion. Das heisst: Kauf oder Bau von Hotelanlagen. Die Investitionen in den bestehenden Betrieben können aus dem Cash-flow generiert werden.

Sunstar war ein Familienunternehmen rund um die Gründerfamilie Buser. Haben Sie nicht Angst,

dass dieser Geist jetzt verloren geht?

Nein, diesen Eindruck habe ich nicht. Deshalb haben Werner Degen und ich nach dem Kauf auch als Erstes alle Sunstar-Hotels besucht, mit den Verantwortlichen vor Ort geredet und ihnen klar vermittelt, dass die Übernahme nichts mit Spekulation zu tun hat. Den Kontakt mit dem Kader vor Ort wollen wir halten, um zu wissen, was läuft.

Liebageln Sie noch mit weiteren Einkäufen im Tourismus?

Nein.

Standpunkt

«Hilfe, holt mich hier raus!»: nicht nur TV-Serie sondern Realität



GEORGES KNECHT

Vier bis fünf Monate nach Beginn der Lehre sind wieder Telefonate mit dem Hilferuf «Holt mich hier raus!» zu hören. Dieser Ruf kommt nicht irgendwo aus dem Dschungel wie in gewissen TV-Sendungen. Es ist der Hilferuf eines Lernenden, der weglaufen möchte aus seiner Lehre, weil er seine Zukunft nicht mehr im gewählten Beruf sieht. Ich bin mir bewusst, dass das nicht nur in unserer Branche passiert. In vielen Diskussionen mit Berufsleuten, Berufsbildnern und Fachlehrern wird mir aber immer wieder klar, in welcher Häufig-

«Es braucht Zeit, Geduld und Enthusiasmus, um eine Ausbildung gut zu gestalten.»

keit diese Hilferufe stattfinden. In Gesprächen mit Betroffenen kommt dann meist die gleiche Antwort: Probleme mit den Vorgesetzten und der Schule, unregelmässige Dienste und unattraktive Arbeiten, wie Gemüse rüsten.

Es wäre von grosser Wichtigkeit, dass wir Berufsbildner solche Ausserungen ernst nehmen. Ich bin mir bewusst, dass häufig nicht die Lehrbetriebe an der Situation schuld sind. Dennoch stelle ich die Frage, ob man sich als Berufsbildner im Klaren ist, welche Verantwortung man bei der Rekrutierung der Lernenden trägt. Es sind nicht junge Leute, die man zum Gemüse-Rüsten anstellt. Es sind angehende Berufsleute, auf denen wir unsere Zukunft aufbauen. Wir haben die ausgezeichnete Möglichkeit, junge Leute auf allen Stufen auszubilden: vom Attest-Level bis zum Berufsmatura-Level, je nach Eignung der Lernenden. Man muss sich bewusst sein, dass eine Ausbildung nicht so nebenbei gestaltet werden kann. Es braucht Zeit, Geduld und viel Freude, gepaart mit Enthusiasmus. Man muss sich aber auch bewusst sein, dass wir junge Leute mit verschiedenem «Background» ausbilden. Sei es aus sozialer, kultureller oder schulischer Hinsicht. Wir wollen nicht nur «Starköche» ausbilden. Jeder soll die Chance nützen können und sein Ziel erreichen. Wir Berufsbildner können das sehr mithelfen, nützen wir die Chance!

Georges Knecht ist Leiter Küchen des Unipitals Bern und Präsident Schweizer Kochverband

Vom intimen Adlerhorst ins soziale WG-Zimmer



BARBARA ROELLI
PRAKTIKANTIN REDAKTION

Zum Thema Allein wohnen

Ich sitze da und liste auf: Abflussreiniger kaufen, Nachbarn verabschieden, Post umleiten, auf dem Einwohneramt die neue Adresse melden. Ich stehe kurz vor dem Zügeltermin und bin angespannt. Eigentlich wünschte ich, die ganze Sache läge schon hinter mir. Das mulmige Gefühl, etwas absolut Wesentliches vergessen zu haben, sucht mich immer wieder heim. Beruhigend wirkt zu diesem Zeitpunkt einzig das Abhaken und Durchstreichen erledigter

Dinge auf den Listen. Wozu die ganze Aufregung? Ich ziehe «nur» aus einer 1-Zimmer-Wohnung aus. Und doch hat sich darin über eineinhalb Jahre einiges angesammelt. Speziell in dem ach so praktischen Reduit. Also gilt es, das gestapelte «Zeugs» zu sortieren und sich der unnützen Dinge zu entledigen. Während ich mein Hab und Gut möglichst platzsparend in Kisten und Papiersäcke fülle, stelle ich mich innerlich auf mein zukünftiges Zuhause ein: Nur noch dreimal schla-

«Was am Allein-Wohnen wirklich Spass macht, ist, dass man niemandem Rechenschaft abzulegen braucht.»

fen, und das Leben im eigenen Reich weicht dem in einer Wohngemeinschaft. Was mich erwartet, ist ein 17 Quadratmeter grosses Zimmer, eine einladende Küche, eine gesprächsfreudige und vertraute Mitbewohnerin und:

die lang ersehnte Badewanne. Ich werde mehr Zeit zum Lesen haben, da die Mitbewohnerin, bei welcher ich künftig in Untermiete lebe, den Fernsehanschluss bei ihrem Einzug plombieren liess. Viel Positives erwartet mich also, und trotzdem sinniere ich der vergangenen Zeit in meiner «noch» ersten eigenen Wohnung nach. Erwinnere mich an die einsamen, gemütlichen Abende, den freudig erwarteten Besuch, an tiefgründige Gespräche und sinnliche Stunden. Ich werde

sie vermissen, die Dachstock-Wohnung, meinen Adlerhorst. Hier konnte ich singen, Staubmäuse liegen lassen, bis in alle Nacht hinein fernsehen und telefonieren. Ich war frei einzuladen wen und wann ich wollte. Und kam ich abends nach Hause, gab es nur noch mich und mein Ego. Schlechte Laune brauchte ich nicht zu verstecken, denn freundlich musste ich zu niemandem sein. Was am Allein-Wohnen wirklich Spass macht, ist, dass man niemandem Rechenschaft abzulegen braucht.



«Ob wir abreisen wollen oder nicht, wir sind alle mit demselben Problem konfrontiert: den Koffer zu packen.»

Massimo Rocchi Komiker

100 Jahre Bier aus dem Sudhaus

Vor genau 100 Jahren wurde das Herzstück der Brauerei Feldschlösschen vollendet: Nun feierten 100 Gäste im «Sudhaus» dieses Jubiläum.

SIMONE LEITNER

Zum 100. Geburtstag seines Sudhauses hatte Feldschlösschen am vergangenen Sonntag 100 Gäste aus Politik und Wirtschaft in die Brauerei eingeladen. Feldschlösschen-CEO Thomas Metzger betonte in seiner Ansprache, dass die beiden Feldschlösschen-Gründer Theophil Roniger und Mathias Wüthrich trotz Rückschlägen und kritischer Stimmen ihre Vision unbeirrt verfolgt hätten. Im Herz der Brauerei genossen Bierliebhaber sowie kunsthistorisch Interessierte gleichermassen das Event. Anwesend waren auch Vertreterinnen und Vertreter der Gründerfamilien Roniger und Wüthrich. Hans-Albert Wüthrich lobte in seiner Ansprache im 100-jährigen Sudhaus den Pioniergeist der Feldschlösschen-Gründer. Der Wirtschaftsdozent an den Universitäten München und



V.l.n.r.: **Roland Brogii**, Regierungsrat Kanton Aargau; **Johann Rudolf Meier**, Geschäftsführer Berest AG; **Patrick Burgherr**, CVP-Grossrat Kanton Aargau; **Markus Zemp**, CVP-Nationalrat.

St. Gallen ist der Urenkel des Feldschlösschen-Gründers Mathias Wüthrich und der Sohn von Hans Wüthrich, welcher die Geschichte des Feldschlösschens mehr als 30 Jahre lang entscheidend mitgeprägt hat. Noch heute wird jedes Feldschlösschen-Bier im Sudhaus gebraut.

Das Sudhaus im Feldschlösschen ist ein ganz besonderer Brausaal. Erbauten liess es Theophil Roniger, mit kupfernen Sudpfannen und Jugendstil-Ornamenten an hohen Marmorsäulen. Es ist mit grossen Glasfenstern und farbigen Schreiben ausgestattet, die Weite und Feierlichkeit vermitteln.



Hans-Albert Wüthrich, Wirtschaftsdozent und Urenkel des Feldschlösschen-Gründers Mathias Wüthrich.



Bilder Monica Pierangel/zvg

Festgesellschaft zwischen Sudpfannen: Die Brauerei Feldschlösschen lud zum 100-Jahre-Jubiläum.



Thomas Metzger, CEO Feldschlösschen (links), und **Christoph Juen**, CEO hoteleriesuisse.



Christine Egerszegi, Aargauer Ständerätin FDP.



Marco Wickart von der Nemag AG mit Ehefrau **Marlies Wickart**.



Johann Wanner, Inhaber des Weihnachtshauses Johann Wanner in Basel, mit Ehefrau **Ursel Wanner**.

Martin Wittwer ist Branchen-Persönlichkeit des Jahres

Martin Wittwer, CEO TUI Suisse, wurde mit dem «travel manager Personality Award» ausgezeichnet und ist Branchen-Persönlichkeit des Jahres.

MELANIE ROTH



Martin Wittwer, CEO TUI Suisse.

reich Sport & Animation in den Tourismus ein. Nach verschiedenen Karriereschritten bei Kuoni, unter anderem als Leiter Werbung/Marketing-Services und Direktor Vertrieb, wurde er 1999 CEO von TUI Suisse. Nachdem die Leser des «travel manager» aus einer Shortlist von zwölf Persönlichkeiten ihre Favoriten bestimmt hatten, erklärte eine Jury aus den verbleibenden sechs Nominierten den Sieger. Neben Gewinner Martin Wittwer waren Meinhard Huck (Swissôtel), Hans-Jörg Leuzinger (Schweizerischer Reisebüro-Verband), Samih Sawiris (Orascom), Jürg Schmid (Schweiz Tourismus) und Thomas Stürimann (M-Travel Switzerland) nominiert.

lichkeit aus der Reiseindustrie geehrt, die mit ausserordentlichen Leistungen, wegweisenden Visionen oder besonderem Engagement auf sich aufmerksam gemacht hat. Martin Wittwer, gebürtiger Berner Oberländer, lernte das Metier von der Pike auf. Er stieg über den Be-

Das Schweizer Monatsmagazin für die Reiseindustrie, der «travel manager», hat im Rahmen des 20. St. Galler Touristiker-Tages zum dritten Mal den «travel manager Personality Award» verliehen. Die Auszeichnung ging an Martin Wittwer, CEO TUI Suisse Ltd. Mit dem Award wird jährlich eine Persön-

Sesselrücken

SV Schweiz: Neue Stelle Marketing & Sales Director Hotel

Anja Ullmann besetzt die neu geschaffene Stelle Marketing & Sales Director Hotel bei SV Schweiz. Die 38-Jährige ist seit Mitte Januar für Aufbau und Koor-



melte Erfahrung in Deutschland, so im Hotel Kloster Hornbach, wo er mit 15 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet wurde. Zuletzt war der 45-Jährige zwei Jahre im Parkhotel Oberhofen am Thunersee (14 Gault-Millau-Punkte) tätig.

Team bei Air Partner in Zürich wird ergänzt

Mit **Sarah Wenger** stellt Country Manager **Tom Engelhard** ab sofort eine neue Charterbrokerin fürs Schweizer Büro von Air Part-



dination der Sales & Marketing-Aktivitäten der Hotels verantwortlich, die SV Schweiz als Franchisenehmerin von Marriott International führt. Ullmann ist Dipl. Hoteller-Restaurateur SHV und war die letzten fünf Jahre Director of Sales and Marketing der Treff Hotel Verwaltungen AG in Basel.

Gourmetkoch fürs Vier-Sterne-Seehotel Kastanienbaum

Seit Februar ist **Holger Rösch** (Bild) neuer Küchenchef im Seehotel Kastanienbaum. Nachdem **Fabian Inderbitzin** ins Luzerner Chateau Gütsch wechselte, schwang sich vorübergehend **Turi Thoma**, 16 Gault-Millau-Punkte-Koch, für ein halbes Jahr hinter den Herd des Seehotels. Rösch sam-



mer ein. Als komplettes Verkaufsteam soll das Büro in Zürich optimalen Service rund um individuelle Flugdienstleistungen für Schweizer Kunden anbieten können. Zu Wengers Aufgaben gehört das Erschliessen neuer Kundensegmente. Zuletzt arbeitete sie als Project Manager bei der Promo-

tion-Tools AG, wo sie für Kundenbetreuung, Konzeption, Durchführung von Events sowie Verkauf und Akquise zuständig war.

Schiffahrt Vierwaldstättersee passt Strategie an

Nach 21 Jahren der Zusammenarbeit verlässt **Peter Rüegger**, Leiter Marketing & Verkauf der Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV), das Unternehmen. Die bisherige Organisationsform mit den Geschäftsbereichen «Schiffahrt», «Schiffstechnik» und «Gastronomie», sowie den drei Servicecentern, wird per 1. März angepasst. Somit wird dann das Servicecenter «Marketing & Verkauf» in den Geschäftsbereich «Schiffahrt» integriert.

Direktor wechselt von Beijing nach Halle an der Saale

Ab sofort führt **Thomas Fischer** Regie im Kempinski Hotel Rotes Ross in Halle-Leipzig. Der 37-Jährige übernimmt den Direktionsposten von **Thies Bruhn**, der ins neu eröffnete Kempinski Palace Portoroz nach Slowenien wechselte. Fischer war zuvor Hotelmanager im Kempinski Hotel Beijing Lufthansa Center und arbeitete bei den Hotelketten Hilton, InterContinental und Hyatt.

Aufsteiger Denis Schmitt



Im Fünfsternehotel Eden au Lac am Zürichsee hat Denis Schmitt das Zepter als Küchenchef übernommen. Der gebürtige Elsässer ist im Herbst 2005 als Souschef im Eden eingetreten. Er habe sich im Küchen-Team positiv einbringen und das Angebot laufend kreativ weiterentwickeln können. Dies habe die Direktion dazu bewogen, dem 29-Jährigen die Küchenbrigade anzuvertrauen, nachdem Ludovic Pitrel das Eden Ende 2008 verliess.

Aussteigerin Susy Brüscheiler

Seit 1995 ist Susy Brüscheiler CEO der SV Group AG. Auf eigenen Wunsch wird sie ihre Verantwortung per Anfang 2010 abgeben und in den Vorruhestand eintreten. «Der Zeitpunkt ist ideal, um sich neuen Zielen zuzuwenden», so die 61-Jährige. Ihr Nachfolger wird Philippe Echenard, seit acht Jahren CEO der SV (Schweiz) AG. Susy Brüscheiler wird Mitglied des Stiftungsrates der SV-Stiftung.



Preise. Test. Schweizer Hotels schneiden im Wettbewerb mit den Nachbarländern gut ab. Das zeigt eine verdeckte Offertanfrage der htr hotel revue bei Hotels in der Schweiz, Österreich, Südtirol und Deutschland.



Zimmer für Skitage gesucht

- Zimmer in der gewünschten Kategorie verfügbar
- Zimmer in einer anderen Kategorie angeboten
- Keine Zimmer frei, Preis ab Website
- Keine Zimmer frei, andere Daten vorgeschlagen
- Auf die Anfrage nicht reagiert, Preise ab Website

Die Resultate der htr-Recherche

Ferienhotels		Aufenthalt vom 5. bis 8 März 2009	
		The Leading Hotels of the World, 3 Nächte im Doppelzimmer für zwei Personen, Standard	
Palace	Gstaad	CHF 3 060.-	Halbpension Mittag oder Abend
Thurner's Alpenhof	Lech-Zürs	CHF 3 117.- (€ 2 070.-)	Halbpension
Cristallo Palace	Cortina d'Ampezzo	CHF 4 093.- (€ 2 718.-)	Halbpension
		3 Nächte im Doppelzimmer für 2 Personen, Standard	
Gstaaderhof	Gstaad	CHF 1 980.-	Halbpension
Bernerhof	Gstaad	CHF 1 398.-	Halbpension
Tannbergerhof	Lech-Zürs	CHF 1 979.- (€ 1 314.-)	Halbpension
Auenhof	Lech-Zürs	CHF 1 498.- (€ 996.-)	Halbpension / Dénedance
Ambra	Cortina d'Ampezzo	CHF 909.- (€ 600.-)	Nur Frühstück
Ancora	Cortina d'Ampezzo	CHF 1 879.- (€ 1 248.-)	Halbpension
		3 Nächte im Doppelzimmer für 2 Personen, Standard	
Posthotel Rössli	Gstaad	CHF 1 107.-	Halbpension
Alphorn	Gstaad	CHF 936.-	Halbpension
Bellerive	Gstaad	CHF 810.-	Nur Frühstück
Alpensport	Lech-Zürs	CHF 1 355.- (€ 900.-)	Halbpension
Alt-Hubertus	Lech-Zürs	CHF 948.- (€ 630.-)	Halbpension
Almrausch	Lech-Zürs	CHF 867.- (€ 576.-)	Halbpension
Aquila	Cortina d'Ampezzo	CHF 1 210.- (€ 804.-)	Halbpension
Villa Argentina	Cortina d'Ampezzo	CHF 930.- (€ 618.-)	Halbpension
Columbia	Cortina d'Ampezzo	CHF 632.- (€ 420.-)	Nur Frühstück

Stadthotels		Aufenthalt vom 5. bis 8 März 2009	
		3 Nächte im Doppelzimmer für 2 Personen, Deluxe-Zimmer	
Hotel Baur au Lac	Zürich	CHF 2 080.-	inkl. Frühstücksbuffet, kostenlose Minibar, WLAN
Hotel Sacher	Wien	CHF 3 160.- (€ 2 100.-)	+ 3 x Frühstück für 2 Personen, CHF 280.- / Junior Suite (Deluxe ausgebucht)
Hotel Adlon	Berlin	CHF 1 192.- (€ 792.-)	+ 3 x Frühstück für 2 Personen CHF 352.-

Umfraße Simone Leiner / htr Grafik: twi / Umfragedaten 1 € - CHF = 1.5063 (Tageskurs vom 10. Februar 2009 / 15 Uhr)

Weniger teuer als ihr Ruf

Letzte Woche fragte die htr hotel revue in den drei renommierten Bergdestinationen Gstaad (CH), Lech-Zürs (A) und Cortina d'Ampezzo (I) nach, ob Anfang März noch ein Zimmer frei sei. Und sie fragte natürlich nach dem Preis. Via privatem G-Mail-Account ging die E-Mail-Anfrage zur gleichen Zeit an alle Skierte raus: je ein Leading Hotel of the World, zwei Viersternehäuser und drei Dreisternehotels wurden angeschrieben. Das Resultat überraschte: Die Hochpreisinsel Schweiz zeigt sich von einer anderen, unerwarteten Seite und bestätigt – zumindest bei dieser Momentaufnahme – ihren teuren Ruf nicht. Punkto Preis und Service schnitt Gstaad im Berner Oberland gut ab. Das Hotel Gstaad Palace bietet für den Zeitraum vom 5. bis 8. März ein Doppelzimmer mit Halbpension zu einem Preis von total 3060 Franken für zwei Personen an. Nur wenig teurer wäre das Leading Hotel Thurner's Alpenhof in Lech-Zürs, hat aber zum fragten Zeitraum keine Zimmer mehr frei. Das vergleichbare Luxushaus Cristallo Palace Hotel & Spa in Cortina d'Ampezzo antwortete zwar innert Minuten auf die Anfrage, verlangt aber für die gleiche Leistung 1000 Franken mehr als die Schweizer und Österreicher Konkurrenz. Auch im Viersternebereich sieht es bei dieser spontanen Anfrage ähnlich aus: Der «Bernerhof» in Gstaad offeriert für die drei Nächte mit Halbpension das preiswerteste Angebot mit 1398

Die htr hotel revue suchte in Gstaad, Lech-Zürs und Cortina d'Ampezzo ein Hotelzimmer. Gstaad punktet mit Preis und Service.

SIMONE LEINER

Franken. Die Preisunterschiede in dieser Kategorie sind beachtlich. So kostet der Aufenthalt im «Gstaaderhof» fast 600 Franken mehr. Mit anderen Worten: Die Preise variieren auch innerhalb der Kategorien und Destinationen stark. Auch die Dreisternehotels in Gstaad müssen den Preisvergleich nicht scheuen. In al-

Fakten Schweizer gehen vermehrt auch ins Ausland
Hotellgiernächte von Schweizern in Deutschland:

Jan. bis Nov. 2002: 2,1 Mio.
Jan. bis Nov. 2008: 3,4 Mio.
– in Österreich:
Jan. bis Nov. 2002: 5,1 Mio.
Jan. bis Nov. 2008: 5,5 Mio.
– in Südtirol:
Jan. bis Nov. 2002: 13 591
Jan. bis Nov. 2008: 16 616
– in der Schweiz:
Jan. bis Nov. 2002: 14,1 Mio.
Jan. bis Nov. 2008: 14,7 Mio. dst

len Destinationen zeigt sich eine ausgeglichene Preisspanne von rund 700 bis 1400 Franken für die drei Nächte mit Halbpension.

In der htr-Anfrage per E-Mail wurde zudem ein zusätzliches Preisangebot für den Einschluss des Skipasses erbeten. Dieser Bittewurde von allen Hotels in Gstaad und auch teilweise in Lech-Zürs entsprochen, dagegen ging kein Südtiroler Hotel auf diesen Punkt ein. Noch erstaunlicher war das konsequente Ignorieren der Zimmeranfrage durch einige Hotels. Klarer Spitzenreiter ist hier Italien. In Cortina d'Ampezzo liess die Anfrage die Hälfte der kontaktierten Hotels kalt, sie reagierten nicht. Vorbildlich in dieser Hinsicht waren die Österreicher. Alle angeschriebenen Hotels gaben innert kürzester Zeit ein Feedback und gingen sogar noch einen Schritt weiter: Sie boten bei vollem Haus ein Ersatzdatum an.

Den Podestplatz für «aktives Marketing» hat sich Gstaad gesichert. So folgte von zwei Hotels bereits drei Tage nach der E-Mail-Anfrage ein «follow-up» mit der Frage, ob das Zimmer nun gebucht werden dürfe.

Und «last, not least»: Um auch die Stadthotellerie vergleichen zu können, startete die htr hotel revue eine weitere Anfrage bei renommierten Luxushotels in den pulsierenden Städten Berlin, Wien und Zürich. Im Hotel Adlon in Berlin ist das Übernachten eindeutig am günstigsten, gefolgt vom Hotel Baur au Lac in Zürich.

Tour-Operators Hotelpreise

Ob Tour-Operators die der Wirtschaftskrise Hotelzimmer günstiger einkaufen können, scheint nach den Aussagen dreier Reiseveranstalter nicht klar auszumachen zu sein. Von der Krise sei in den Winterorten noch nichts zu spüren, sagt Liliane Rotzter, Kommunikation-Zuständige bei Railtour Suisse. Kontingente und Preise für die Hotelzimmer wurden mit den Geschäftspartnern bereits im letzten Herbst ausgehandelt, und dies für den Jahreskatalog. «Wir werden die Auslastungen gut beobachten und Nachverhandlungen ins Auge fassen», so Rotzter. Werden Preisänderungen vorgenommen, dann wolle man diese nicht bei einzelnen Hotels, sondern

nach Destinationen angehen; damit sich der Werbeaufwand lohne.

Flexibler gestaltet sich die Preislage bei Tui Suisse: Tui publiziert pro Katalog und Saison nicht nur eine Preislage, sondern bis zu drei unterschiedlichen Versionen. So könne man allfällige Preissenkungen zeitnah an die Kunden weitergeben, sagt Roland Schmid, Corporate Communications Officer bei Tui Suisse Ltd. Ferienaktionen von «Eigenreise-Ferienzielen» – wo zu neben der Schweiz auch Italien, Kroatien, Deutschland und weitere gehören – laufen zurzeit keine. Auch bei Tui beobachtet man die Lage: «Als Reiseveranstalter sind wir ständig mit unseren Leistungspartnern im Gespräch und tau-

schen gegenseitig die Informationen über Buchungstrends und -entwicklungen aus», erläutert Schmid.

Im Wellbeing-Katalog von Kuoni finden sich 20 Schweizer Hotels aus dem oberen Preissegment. Diese seien gut ausgebucht und man habe die Preise grundsätzlich halten können, sagt Andrea Müller, Communications Manager Kuoni Schweiz. Kuoni sei für viele Hotels ein wichtiger Partner: «Es ist aber so, dass in herausfordernden Zeiten sich Hotels neue Partner und Vertriebswege suchen. Trotzdem wollen und können wir unsere Kataloge nicht beliebig ausbauen und wählen die Hotelpartner gezielt aus», erklärt Müller die Situation. br

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

protel
HOTELWARE

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

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

hotelfachschule thun
hochschule für tourismus & gastronomie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Ihre Informationen
auf den Punkt gebracht

Lobby Screen, Hotelinfo TV
und Webseiten

ipeakinfosystems
www.ipeak.ch Tel. 027 967 50 00

Ihr Yield-Management
Partner.

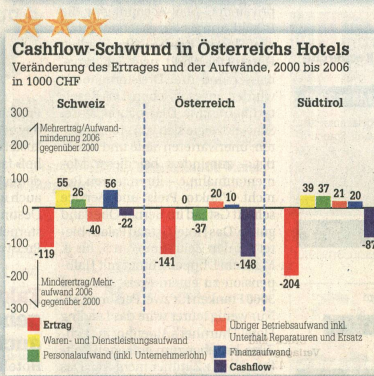
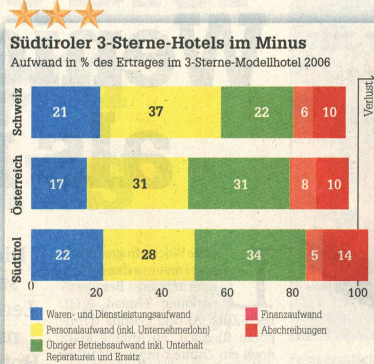
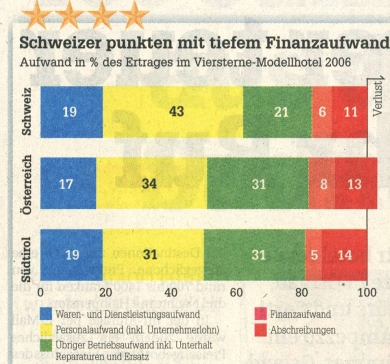
Besuchen Sie uns
an der ITB Berlin bei
Schweiz Tourismus.

t +41 31 302 70 90
www.hotelpartner.ch

HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

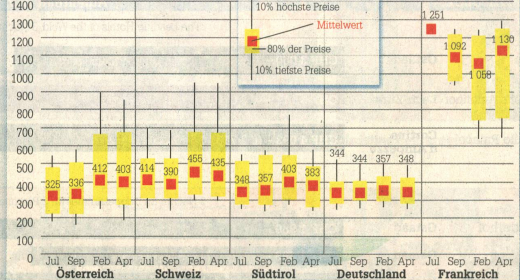
Preise. Hotellerie. Die Studie von Hanser und Partner zeigt auf, dass die Schweizer Hoteliers mehr Umsatz generieren, dafür aber höhere Kosten zu tragen haben.

3- und 4-Sterne-Hotels im Länderquerschnitt: von Aufwand bis Cashflow



Schweizer 4-Sterne-Wellnesshotels beim Preis konkurrenzfähig

Preise der 4-Sterne-Wellnesshotels (1 Übernachtung, 2 Personen Halbpension) mittlere Zimmerkategorie, Preise in CHF



Mehr Kosten und mehr Cash

Auch wenn der Unterschied zum Ausland kleiner wurde: Die Wettbewerbsnachteile der Schweizer Hotels durch hohe Kosten sind noch massiv. Trotzdem bleibt unterm Strich oft mehr.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bei den wichtigsten Kostenblöcken verzeichnet die Schweizer Hotellerie im Vergleich zu jenen in den direkt konkurrierenden Alpenländern Österreich und Südtirol immer noch klare Wettbewerbsnachteile. Allerdings nahm der Unterschied zum Ausland zwischen 2000 und 2006 deutlich ab, wie eine von hotelieruisse bei Hanser und Partner AG in Zürich in Auftrag gegebene Analyse der 3- und 4-Sterne-Ferienhotellerie zeigt. Musste das theoretisch angenommene 4-Sterne-Modellhotel – gleiche Bettenzahl und Ausstattung – im Jahre 2000 in Österreich nur 46 Prozent der Warenkosten des Schweizer Pendants aufwenden, so waren es sechs Jahre später bereits 63 Prozent. Im gleichen Zeitraum konnte das Schweizer Modellhotel den Warenaufwand um 6 Prozent senken, trotz allgemein gestiegener Preise. «Der Rückgang des Warenaufwandes trotz Teuerung lässt ver-

muten, dass die Schweizer Hotels ihren Warenkorb verbilligt oder reduziert haben», schätzt Jürg Kuster, Co-Autor der Studie.

4-Sterne: Personalkosten in Österreich und Südtirol stark gestiegen

Gestiegen sind die Personalkosten im 4-Sterne-Modellvergleich: In Südtirol (+31%) und in Österreich (+22%) zogen sie deutlich stärker an als in der Schweiz (+7%). Nichtsdestotrotz besteht auf der Kostenseite beim Personalaufwand die grösste Differenz: Beim Schweizer Modellhotel fielen die Personalkosten 2006 noch 75 Prozent höher aus als beim österreichischen, zu Südtirol war der Unterschied noch leicht grösser. Sogar besser als die Konkurrenz in den beiden anderen Alpenländern schneidet das berechnete 4-Sterne-Hotel beim Betriebsaufwand ab, der unter anderem Unterhalt, Reparaturen, Ersatz und Werbung umfasst. Verglichen mit den beiden bereits angesprochenen Kostenblöcken sind hier die Länderunterschiede jedoch klein und liegen bei 5 Prozent zum Österreich und bei 2 Prozent zum Südtiroler Modellbetrieb.

Schweizer 3-Sterne-Betrieb weist 56% mehr Cashflow aus als der österreichische.

Stark aufholten konnte die Schweiz im 4-Sterne-Segment beim Finanzaufwand, der in den sechs Jahren um 26 Prozent reduziert wurde und damit inzwischen fast auf österreichischem Niveau liegt. «Die Schweizer Hotellerie hat sich in dieser Zeit deutlich entschuldet und so die Fremdkapitalbelastung reduzieren können», begründet Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik hotelieruisse.

Trotz allgemein höherem Aufwand scheinen die Schweizer Hoteliers besser zu wirtschaften. «Die Schweizer Hotels können dank höherem Umsatz die höheren Kosten wettmachen», so das Fazit von Jürg Kuster. Der Cashflow-Betrag fiel 2006 beim 4-Sterne-Betrieb 36 Prozent höher aus als beim österreichischen Vergleichsbetrieb.

Schweizer 3-Sterne-Modellhotel erzielt einen kleinen Gewinn

Stark aufgeholt gemäss Modell haben auch die Südtiroler: Der Cashflow stieg um 47 Prozent und lag 2006 nur noch 4 Prozent unter dem Schweizer Wert. Die Nase vorn hat die italienische Alpenregion ebenfalls beim Reingewinn: Die 4-Sterne-Modellhotels schrieben

zwar in allen drei Ländern Verlust – in Südtirol war dieser weniger als halb so gross wie in der Schweiz, in Österreich dafür mehr als doppelt so gross wie beim Schweizer Betrieb.

Noch weit besser fällt die Rechnung beim 3-Sterne-Modellhotel unterm Strich aus. Der Schweizer Betrieb weist einen 56 Prozent höheren Cashflow als der österreichische Vergleichsbetrieb aus, der beim



«Schweizer Hotels können dank höherem Umsatz die höheren Kosten wettmachen.»

Jürg Kuster
Hanser und Partner AG

Österreich einen kleinen Gewinn ausschütten. In der Schweiz fiel der

Cashflow eine Halbierung zwischen 2000 und 2006 hinnehmen musste. Die Abnahme beim Schweizer Betrieb betrug knapp 10 Prozent. Während die 4-Sterne-Hotellerie in allen drei Ländern gemäss Modell 2006 einen Verlust hinnehmen musste, konnte das 3-Sterne-Modellhotel zumindest in der Schweiz und in

Reingewinn dabei fast doppelt so hoch aus wie in Österreich. Trotzdem präsentiert sich die Lage der 3-Sterne-Hotellerie gemäss den Autoren in allen drei Ländern schwierig. Das liegt weniger an der Kostenseite: Im Gegensatz zum 4-Sterne-Modellbetrieb konnte der Personalkostenblock im Schweizer 3-Sterne-Hotel um minus 5 Prozent und in Südtirol sogar um minus 12 Prozent gesenkt werden. Nur in Österreich wuchs diese Kostenseite (+15%). Sie liegt damit aber immer noch fast um die Hälfte unter derjenigen der Schweiz. Zur Sorge Anlass geben vielmehr der rückläufige Betriebsertrag und die tieferen Preise pro Logiernacht, welche die 3-Sterne-Modell-Hotels 2006 in allen drei Ländern hinnehmen mussten.

Preisunterschied Frankreich am teuersten, Deutschland am billigsten

Im Mittel sind die Schweizer 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels teurer als jene in Österreich und Südtirol. Das zeigt die von hotelieruisse bei Hanser und Partner AG in Zürich in Auftrag gegebene Studie. Sie erhob bei 725 Ferienhotels in den Alpenregionen der Schweiz und ihrer umliegenden Ländern die Preise für Übernachtung und Frühstück für zwei Personen an 12 einzelnen Stichdaten in der Periode Sommer 2008 bis Frühjahr 2009. Am grössten ist der Unterschied im 3-Sterne-Segment: Konventionelle 3-Sterne-Hotels sind in Österreich 35 Prozent und in Südtirol 30 Prozent günstiger als in der Schweiz. Ein ähnliches Bild ergibt

sich bei den 3-Sterne-Familienbetrieben. Ganz verschieden fällt die Preisdifferenz in der Luxushotellerie aus: Während bei Südtiroler 5-Sterne-Wellnessbetrieben die Preise halb so hoch sind wie bei den Schweizer Pendants, liegen bei den österreichischen die Preise nur ein

Trotz höherer Preise haben die Schweizer Hotels keine kleinere Auslastung.

Viertel unter Schweizer Niveau. Am besten schneidet die Schweiz im Preiswettbewerb beim 4-Sterne-Segment ab: So sind 4-Sterne-Familienhotels in Österreich im Durchschnitt nur 7 Prozent günstiger, 4-Sterne-Wellnesshotels 9 Prozent. Nur wenig günstiger präsentiert sich die Südtiroler 4-Sterne-Hotellerie.

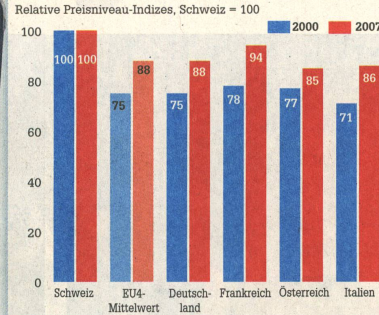
Als besonders teuer erweist sich Frankreich (Untersuchungsgebiet: Rhône-Alpes): Eigentlich in allen Kategorien schwang das Nachbarland deutlich oben aus. Im Speziellen bei der 4-Sterne-Wellness-Hotellerie: Der Preis einer Übernachtung im Februar in der mittleren Zimmerkategorie für 2 Personen mit Halbpension fiel im Mittel mit 1068 Franken doppelt so hoch aus als in der Schweiz (455 Fr.). Dagegen erwies sich Deutschland in dem Ländervergleich als die Billigdestination schlechthin: In bayrischen 4-Sterne-Wellness-Hotels kann man gemäss Studie im Durchschnitt noch günstiger nächtigen als im Südtirol. Die hohen Schweizer Preise schaden keineswegs der Auslastung: Trotz höherer Preise liegt die Auslastung der Schweizer 4-Sterne-Hotels zwischen jener der Tiroler und Südtiroler. Im April ist die Auslastung in der Schweiz sogar höher. Ein ähnliches Bild zeichnet die Studie für das 3-Sterne-Segment.

Preise. Tourismuswirtschaft. Die Schweiz ist im Vergleich zu ihren Nachbarländern eine Hochkosteninsel. Die Löhne und die Vorleistungskosten treiben die Preise in die Höhe. Das zeigt eine BAK-Studie.

Preise und Kosten im internationalen Vergleich

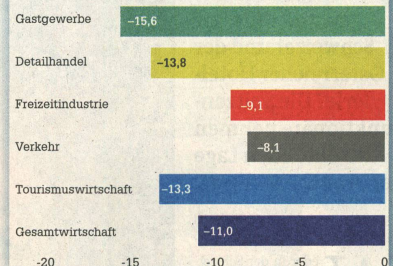


Erhebliche Preisdifferenzen im Tourismus



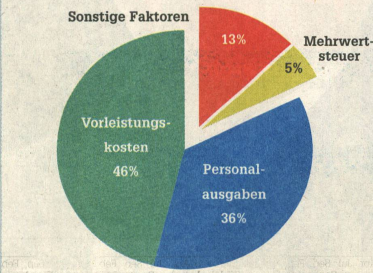
Verbesserung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit

Relative Veränderung der CH-Preise im Vergleich zum Durchschnitt EU4, in Prozentpunkten, 2000 bis 2007



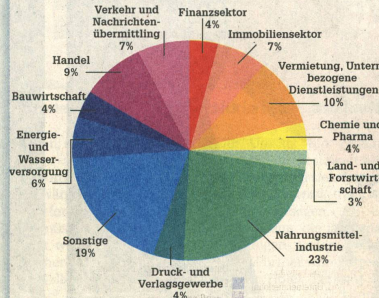
Vorleistung und Personal als wichtigste Kostenblöcke

Durchschnittlicher Anteil an den Umsatzerlösen



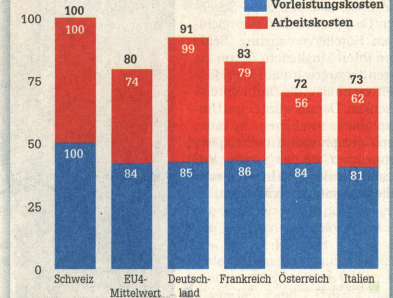
Die wichtigsten Vorleistungsbranchen

Anteil an den gesamten Vorleistungen



Grössere Differenzen bei den Arbeitskosten

2007, Indizes, Schweiz = 100



Touristisch noch im Nachteil

Die Schweizer Tourismuswirtschaft hat im internationalen Vergleich kostenbedingt grosse Wettbewerbsnachteile. Dies bestätigt BAK Basel Economics in einer Vergleichsstudie.

DANIEL STAMPELI

Der internationale Vergleich der Preise in der Tourismuswirtschaft zeigt auf, dass nach wie vor erhebliche Preisdifferenzen bestehen. In den umliegenden vier Ländern Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich liegen die Preise in der Tourismuswirtschaft um 15 Prozent tie-

«Die Produktivität ist in Österreich deutlich höher als in der Schweiz.»

Christian Hunziker
BAK Basel Economics

fer als jene in der schweizerischen. «Die deutlichsten Differenzen ergeben sich beim Vergleich der Lohnstückkosten zwischen der Schweiz und Österreich», sagt Christian Hunziker, Projektleiter für den Bereich Tourismusstudien bei BAK Basel Economics. Die Lohnstückkosten berücksichtigen die re-
nen Lohn- und Arbeitskosten, aber auch die Produktivität. «Und diese ist in Österreich deutlich höher als in der Schweiz», so Hunziker.

Für die einzelnen touristischen Teilbranchen wurden deutliche Unterschiede festgestellt. Beim

Gastgewerbe (Beherbergung und Unterhaltung) sowie bei den Freizeitleistungen sind die Preisdifferenzen zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern mit 13 Prozent beziehungsweise 16 Prozent überdurchschnittlich gross. Im touristischen Bereich des Detailhandels sind die Preisunterschiede zwischen den EU4-Ländern und der Schweiz mit 8 Prozent deutlich kleiner. Am geringsten fallen die Preisunterschiede mit nur 7 Prozent im Verkehrssektor aus.

Preisdifferenzen wurden deutlich abgebaut

In der jüngeren Vergangenheit haben sich die touristischen Preisdifferenzen zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern

deutlich verringert. «Das Ausmass des Rückgangs der Preisdifferenzen war für uns das überraschendste Ergebnis der Studie», so Christian Hunziker weiter. Zwischen 2000 und 2007 gingen die Preisdifferenzen um rund 13 Prozentpunkte zurück (von 75 auf 88). Damit konnten die preislichen Wettbewerbsnachteile der Schweizer Tourismuswirtschaft um mehr als die Hälfte abgebaut werden.

Einen Teil der Verbesserung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit führt BAK Basel Economics auf die Veränderung des Wechselkursverhältnisses zwischen dem Schweizer Franken und dem Euro zurück. Aber auch bei einer Korrektur um die Wechselkurse würde sich immer noch eine Reduktion der Preisdifferenzen um mehr als 8 Prozentpunkte ergeben. «Seit 2007 hat sich das Wechselkursverhältnis wieder zuungunsten der Schweiz entwickelt, was die preisliche Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz wieder verschlechtern dürfte», so Hunziker. Bei den touristischen Teilbranchen konnte im Gastgewerbe der grösste Abbau der Preisdifferenzen realisiert werden (-15,6 Prozentpunkte inkl. Wechselkurseffekt). Auch im tourismusrelevanten Teil des Detailhandels gingen die Preisdifferenzen um knapp 14 Prozentpunkte zurück. Im Verkehrssektor (-8,1) und bei den Freizeitleistungen (-9,1) fiel

der Abbau der Preisdifferenzen etwas geringer aus.

Kosten: Arbeit fällt stärker ins Gewicht als Vorleistungen

Werden die beiden wichtigsten Kostenblöcke (Vorleistungs- und Arbeitskosten) zusammengefasst, zeigt sich für die Tourismuswirtschaft der umliegenden Länder im Durchschnitt ein Kostenvorteil von 20 Prozent. Die Arbeitskostenunter-



«Seit 2007 haben sich die Wechselkurse zu Ungunsten der Schweiz entwickelt.»

Christian Hunziker
BAK Basel Economics

terschiede fallen dabei viel deutlicher aus als die Differenzen bei den Vorleistungskosten (Leistungen etwa von Nahrungsmittelindustrie, Handel, Immobiliensektor, Verkehr und Nachrichtenübermittlung, Energie- und Wasserversorgung). Die deutlichsten Nachteile ergeben sich im Vergleich mit der österreichischen Tourismuswirtschaft, die mit 44 Prozent tieferen Arbeitskosten und 16 Prozent tieferen Vorleistungskosten wirtschaften kann.

Die Zerlegung der Hochpreisel Schweiz in einzelne Komponenten ergibt, dass die Konsumentenpreise im Tourismus in den vier umliegenden Ländern gegenüber der Schweiz im Schnitt um 11 Prozent tiefer sind aufgrund niedrigerer Arbeitskosten, um 9 Prozent tiefer sind aufgrund niedrigerer Vorleistungskosten, um 5 Prozent höher sind aufgrund höherer Mehrwertsteuersätze und um 3 Prozent höher sind aufgrund sonstiger Faktoren.

Empfehlungen Reformpaket anstelle von Einzelmassnahmen

Damit die Schweizer Tourismuswirtschaft ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit steigern kann, müssen laut BAK Basel Economics die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen verbessert und Strukturformen in der Tourismuswirtschaft in die Wege geleitet werden.

Liberalisierung und Deregulierung sind notwendig...

Zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen empfehlen die Basler Ökonomen eine möglichst weitgehende Liberalisierung des internationalen Warenhandels und ei-

ne Liberalisierung und Deregulierung des Schweizer Binnenmarktes. Bei der Liberalisierung des Warenhandels gehe es aus Sicht der Tourismuswirtschaft um den Abbau von Zöllen sowie den Abbau von nicht-tarifären Handelshemmnissen. Beim Freihandel im Nahrungsmittelbereich beläuft sich der Preissenkungsspielraum für die Schweizer Tourismuswirtschaft auf 1,4 Prozentpunkte, beim Freihandel und der Deregulierung des Binnenmarktes auf 5,2 Prozentpunkte.

Bei den notwendigen Strukturformen steht die Steigerung der Arbeitsproduktivität – insbesondere im Gastgewerbe – im Zen-

trum. Dazu brauche es verschiedene Massnahmen: Der Arbeitseinsatz sollte flexibilisiert und die Qualifikationsstruktur erhöht werden. Gleichzeitig gilt es, die Investitionstätigkeit zu erhöhen und Grössensparnisse zu realisieren. Eine weitere wichtige Handlungsachse zur Steigerung der Arbeitsproduktivität ist die Steigerung der Auslastung der Produktionskapazitäten. BAK Basel Economics ordnet einen Preissenkungsspielraum von 1,9 bis 4,8 Prozentpunkte.

...Koordinieren und aufeinander Abstimmen ebenfalls

Die Effekte der einzelnen Liberalisierungsschritte beim wirt-

schaftspolitischen Umfeld und die Strukturform durch die Tourismuswirtschaft selbst liefern alle einen Beitrag zur Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Schweiz. Ihre gesamthafte Wirkung lässt sich gemäss den Basler Wirtschaftsforschern hingegen nur dann maximieren, wenn sie koordiniert und aufeinander abgestimmt geplant und umgesetzt werden. Anstelle einzelner Massnahmen wäre daher die Formulierung eines eigentlichen Reformpakets mit möglichst verbindlichen Inhalten und Umsetzungszeitplänen (Reformagenda) zu bevorzugen.

Preise. Rabatte. Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotelleriesuisse, und Sepp Schellhorn, Co-Präsident der Österreichischen Hotelierversammlung, raten den Hoteliers ab, ihre Zimmer günstiger zu verkaufen.

Schweiz versus Österreich

Welches sind die Sorgen und Nöte der Schweizer und der Österreicher Hotellerie? Die Spitzenfunktionäre nehmen zur aktuellen Lage der Branche Stellung.

DANIEL STAMPFELI

Weder in der Schweiz noch in der Österreichischen Hotellerie sind zurzeit Anzeichen von Panik auszumachen. Dies bestätigen die Aussagen von Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse, und von Sepp Schellhorn, Co-Präsident der Österreichischen Hotelierversammlung. Beide raten ihren Mitgliedern davon ab, wegen der zu erwartenden rückläufigen Nachfragen die Zimmerpreise zu senken. Daraus würde eine Umsatzeinbusse resultieren, die kaum durch entsprechend mehr Gäste kompensiert werden könne. Viel entscheidender seien Investitionen in die Bearbeitung der Märkte.



Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse.



Sepp Schellhorn, Co-Präsident Österreichische Hotelierversammlung.

Wie ist die Stimmung zurzeit in der von Ihnen präsierten Branche?

Zurzeit ist die Stimmung an den meisten Orten noch gut. Es ist keine Panik feststellbar. Wolken sind zwar da, und es gibt höchstens einzelne Platzregen, aber noch keinen flächendeckenden Dauerregen. Die Stimmung der Gäste ist gut, und es wird nach wie vor gut konsumiert. Mehr Mühe haben bereits zum Beispiel die auf MICE ausgerichteten Hotels.

Für die Ferienhotellerie sind wir sehr optimistisch. Wir gehen davon aus, dass wir aufgrund der Krise nicht allzu viele Einbussen bei den Logiernächten haben werden. Die Stadthotellerie hingegen verzeichnet bei den Geschäftskunden überdurchschnittliche Rückgänge. Insgesamt sind wir optimistisch, da wir aufgrund des BIP-Rückgangs in Deutschland Logiernächte von unserem Hauptmarkt Deutschland hinzugewinnen werden.

Wie beurteilen Sie die Hotellerie im Nachbarland bezogen auf Rahmenbedingungen und Erfolg?

Österreich, das ich als ernst zu nehmenden Mitbewerber erachte, macht was die Qualität der Sach- und Dienstleistungen betrifft unbestritten einen guten Job. Auf der anderen Seite hat die österreichische Hotellerie noch einige Probleme vor sich, die wir bereits hinter uns haben. Österreich wird zum Beispiel zunehmend Mühe bekunden, deutschsprachige Mitarbeitende zu rekrutieren. Und mit einem sehr grossen Anteil an deutschen Gästen haben sie viel weniger Internationalität als die Schweiz; dies stellt ein Klumpenrisiko dar. Der Städtetourismus, welcher der Wachstumsmotor des Schweizer Tourismus ist, ist in Österreich mit Ausnahme von Wien weniger ausgeprägt.

Vor knapp zehn Jahren war die österreichische Hotellerie sehr stolz, dass sie die schweizerische überflügelt hatte. Damals hatten wir uns aber zu sehr auf den Lorbeeren ausgeruht, waren zu hochhäs und zu wenig demütig. Davon konnte die Schweizer Hotellerie profitieren. Den grossen internationalen Gästekuchen sichert die Schweiz besser ab als Österreich.

Man hört immer wieder, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis in der österreichischen Hotellerie besser ist als in der Schweiz. Was sagen Sie dazu?

Die Schweizer scheinen ein Problem zu haben, denn sie sind mit sich selbst viel strenger als andere mit uns oder wir mit anderen. Sie vergleichen meist eine gute Erfahrung im Ausland mit einer schlechten in der Schweiz; dies ist nicht fair. Vergleicht man ein gutes Produkt in der Schweiz mit einem in Österreich, stehen wir punkto Preis-Leistungs-Verhältnis mindestens gleich gut wenn nicht besser da.

Das sehen wir durchaus auch so. Aufgrund von Analysen wissen wir, dass wir das beste Preis-Leistungs-Verhältnis des Alpenraums haben. Wir sind am günstigsten, was sich aber leider nicht im wirtschaftlichen Erfolg niederschlägt.

Welches ist der grösste USP «Ihrer» Hotellerie?

Die Schweiz als Premium-Destination mit all ihren Vorzügen: Sicherheit, Zuverlässigkeit, Qualität, öffentlicher Verkehr, gute Erreichbarkeit, gute Flugverbindungen, Naturverbundenheit, Brauchtum, Image von Shopping und Modernität. Der grösste Vorteil der Schweizer Hotellerie ist demnach ihr Standort, die Schweiz.

Die Softfaktoren, das heisst die Kleinstrukturiertheit, die Familiengeführtheit, das Menschliche und das Persönliche. Im Vergleich mit der Schweiz sind die Unternehmerfamilien direkt vor Ort. Dies kann aber gleichzeitig Vor- und Nachteil sein.

In welchem Bereich hat die Hotellerie den grössten Nachholbedarf?

Wir haben hohe Lohnkosten, die wir realistischerweise nicht bekämpfen können. Diese müssen wir dafür einsetzen, um Wettbewerbsvorteile im Kampf um die besten Talente zu haben. Hohe Löhne bieten die Chance zur Rekrutierung der besten Leute in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich. Weiter müssen wir uns der eigenen Stärken besser bewusst sein. Wir müssen dem Gast jenes Erlebnis anbieten, welches er erwartet. Im Marketing müssen die Dienstleistungen gebündelt werden und sie müssen insbesondere besser kommuniziert werden. Wir dürfen unsere Kräfte nicht verzetteln. Das heisst Destinationsbildung und horizontale und vertikale Kooperationen.

Nachholbedarf haben wir beim Werben um internationale Gäste. Wir müssen den touristischen Kuchen vielfältiger aufteilen. Aufgrund unseres föderalistischen Systems haben wir grosse Schwächen. Wir haben neun Bundesländer und neun verschiedene Tourismusorganisationen. In Sachen Werbung auf dem internationalen Parkett gibt es keine klaren Strukturen. Einen grossen Nachholbedarf haben wir naturgemäss auch bei der Grösse unserer Anlagen und in der Strukturiertheit der Ferienhotellerie. Bisher haben die Österreicher viel zu sehr aus dem Bauch heraus gearbeitet und aus dem Bauch heraus finanziert. Das schwächt uns. In Sachen Finanzierung sind wir nicht so wendig wie die Schweizer Hoteliers.

Welches sind Ihre Hauptforderungen an die Politik?

Im Kampf gegen die Hochpreisinsel Schweiz bedarf es zwingend einer Liberalisierung. Wenn wir die zurzeit hohen Kosten senken können und so höhere Margen erzielen, werden mehr Hotels gebaut, wird in Innovationen und in Qualität investiert. Dazu muss der Staat die protektionistischen Handelshemmnisse wie zum Beispiel das Cassis-de-Dijon-Prinzip aufheben.

Es bedarf einer Konjunkturbelebung. Für die zusätzliche Bewerbung von Österreich stehen nur 4 Millionen Euro zur Verfügung, das ist für den Tourismus mit 180 000 Beschäftigten viel zu wenig. Das übliche Gesamtbudget beträgt rund 50 Millionen Euro. Wir fordern von der neuen österreichischen Regierung deutlich mehr. In Sachen Fachkräfte hat Österreich eine Inselelösung gesucht, indem es die neuen EU-Beitrittsländer Bulgarien und Rumänien nicht in den österreichischen Arbeitsmarkt integrieren möchte. Für internationale Gäste braucht es internationale Mitarbeiter. Weiter fordern wir, dass die grosse Steuerreform mit Steuererleichterungen für die Dienstleistungsbetriebe endlich umgesetzt wird.

Denken Sie, dass die Hoteliers wegen der aktuellen Wirtschaftslage ihre Preise senken werden?

Nein, wir haben kein Preisproblem. Ausserhalb des Yield-Managements bringen tiefe Preise bloss weniger Umsatz, da die Preisreduktion generell nicht durch entsprechend mehr Gäste kompensiert wird. Wichtiger ist, dass die Märkte bearbeitet werden und dass weiterhin in die Qualität investiert wird. Weder beim Marketing noch bei Unterhalt und Ersatz oder bei der Entwicklung der Mitarbeitenden darf gespart werden. Ist die Krise einmal überstanden, sind jene, welche die Preise nicht reduziert und ihre Leistungen weiter ausgebaut haben, besser positioniert.

Die österreichischen Hoteliers werden nicht in den Preiskampf einsteigen. Wir werden vielmehr am deutschen Markt agieren sowie uns gut auf den Winter 2009/10 vorbereiten und unsere Nahmärkte bearbeiten müssen. Wenn ich nur 10 Prozent mit dem Preis runtergehe, brauche ich 50 Prozent mehr Gäste. Das funktioniert nicht. Das ist ein Bankraub ohne Pistole. Die Wirtschaftlichkeit ist ganz entscheidend, um Kredite für Investitionen zu erhalten. Denn die Banken könnten die Wirtschaftskrise als Ausrede benutzen, um sich aus dem Tourismus zurückzuziehen.

Preise. Nachbarländer. Eine Umfrage in Österreich, Südtirol und Deutschland zeigt: Die Hoteliers verzichten auf Preissenkungen. Zumindest jetzt noch. Die meisten rechnen aber mit härteren Zeiten.

Preissenkung: keine Lösung

Österreichs Hoteliers stellt sich auf härtere Zeiten ein. Experten warnen aber davor, die Lage zu dramatisieren. Zur Nagelprobe dürfte der Sommer werden.

HERIBERT PURTSCHER

Ferien- und Stadthotels sind «zwei Paar Schuhe». Das bewährte sich auch in der aktuellen Situation. Während sich Erstere über eine ausgezeichnete Auslastung freuen, macht sich unter Stadthoteliers Nervosität breit. Sorgen macht vor allem der absehbare Rückgang an Geschäftsreisenden. «Es wäre naiv zu glauben, dass es keine Rückgänge gibt. Die Sommer-nachtungen könnten um zwei bis drei Prozent zurückgehen. Doch in Panik mit den Preisen herunterzugehen, wäre der falsche Weg», warnt Thomas Reizenhahn, Geschäftsführer der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV). «Es braucht noch Jahre, um einen Preis aufzubauen und wenige Sekunden, um ihn zu vernichten. Wir empfehlen, trotz Krise die Indexerhöhung weiterzugeben. Denn Energie, Finanzierung und Wareneinsatz steigen ebenfalls.»

Matthias Koch, der Geschäftsführer des Fachverbandes Hoteliers in der Wirtschaftskammer, liegt auf der gleichen Linie. «Wir müssen die Preise halten, über ein Mehr an Dienstleistungen das Produkt attraktiv genug machen und uns dem



Lieber ein Gratis-Garagenplatz als tiefere Preise: So lautet die Devise im Hotel Schick im österreichischen Wallsee.

Wettbewerb stellen. Die Devise kann nur lauten: Arbeiten am Produkt Österreich und am Produkt Hotel. Vom Image her können wir uns am besten aus der Krise herausarbeiten.»

Besser «goodies» abgeben als an den Preisen rütteln

In der Tagespresse jüngst kolportierte Preissenkungen der Stadthotellerie von 20 Prozent kann Reizenhahn nicht bestätigen: «In unseren Benchmark-Zahlen ist dies nicht zu sehen.» In der Preisdurchsetzung erwarten laut Umfrage immerhin 54 Prozent der 4- und 5-Sterne-Betriebe keine Veränderung. Der An-

teil der Optimisten, die auf bessere Preise setzen, ist allerdings von 35 auf 8 Prozent zurückgegangen.

«In der gegenwärtigen Situation sind wir kreativ gefordert. Alle, auch die Mitarbeiter, müssen Weltmeister in Kreativität werden», nennt Maria Fischbacher-Jaehner vom Schick Hotel in Wallsee im Tirol ihr Rezept. Lieber bei den «goodies» drauflegen, etwa in Form eines kostenlosen Garagenplatzes, als an den Preisen rütteln. Die Kunden seien zwar «preissensibel» und buchten noch kurzfristiger. Trotzdem brachten Dezember und Januar Umsatz-zuwächse um zehn und Übernachtungssteigerungen um fünf Pro-

zent. Der Umsatz pro Zimmer konnte um 13 Euro gesteigert werden. Auch der Februar sieht gut aus. «Wie der Sommer wird, traue ich mich aber nicht zu sagen.»

Keine Probleme, die jährlichen Preissteigerungen weiterzugeben, hat Manfred Furtner vom Furtner Lebensfreude Hotel, Pertisau am Achensee, im Tirol: «Ich komme soeben von den Messen in Zürich und Stuttgart. Dort herrschte beste Stimmung für Österreich. Es gab keine Anfragen nach Preissenkungen bei den Sommerangeboten.» Einem gewissen Druck auf die Preise bemerkt Furtner eher bei direkt anfragenden Gästen. «Hier wird ge-

zielt nach Rabatten gefragt. Aber darauf können wir individuell reagieren», meint er gegenüber der hotel revue htr. Wenig hält er von generellen Abschlüssen.

Bettenboom in Wien verschärft die Situation

Auch Michaela Reitterer vom Boutiquehotel Stadthalle Wien hält nichts von Preissenkungen und ist dafür, die Preise indexmässig anzupassen. So haben sich, wie die Chefin der ÖHV-Landesgruppe Wien argumentiert, die Kosten für den Wareneinsatz in Küche und Keller im Jahresvergleich um 3,5 Prozent erhöht, die sonstigen Aufwände

(Energie, Marketing, Verwaltung, Finanzierung) um 4,5 Prozent. «Jeder weitere Anstieg ist eine massive Belastung. Und bei der Finanzierung scheinen wegen der Bankenkrisen Verteuerungen unausweichlich», betont Reitterer. Erschwert werde die Situation durch den Bettenboom. Allein in Wien werden in diesem Jahr rund 7 Prozent mehr Hotelzimmer zur Verfügung stehen als 2008. Wenn dann Gäste ausbleiben, «wird die Suppe dünner», und die Preise kommen unter Druck. Gerade neu eröffnete Hotels sind meist noch ohne Stammklientel. Diese könnten dann die Ersten sein, die die Nerven verlieren.

Deutschland: «Preiskampf im 3- und 4-Sterne-Segment»

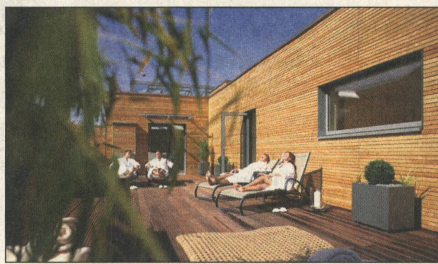
Hoteliers und Gastronomen in Deutschland beurteilen die Lage als ernst, aber nicht hoffnungslos. Aldi, Lidl und Tchibo lancieren derweil aber bereits Sonderangebote.

DIETER SCHÜTZE

Fritz Georg Dreesen vom Rheinhotel Dreesen in Bonn-Bad Godesberg und Präsident des Hotelverbandes Deutschland (IHA) betont: «Wir haben in unserem Hotel die Preise nicht gesenkt, mit Rabatten ist nichts aufzuhalten. Und im Verband sind im Moment alle noch guten Mutes, das kann sich aber in einem halben Jahr ändern.» Stefanie Heckel, Dehoga-Pressesprecherin, sieht das mit den Preissenkungen ähnlich: «Nur über Volumen zu verkaufen, ist problematisch.» Ausserdem prophezeit sie, dass «es künftig wohl weniger Fernreisen und dafür mehr erdgebundene Reisen gibt, von denen auch Deutschland profitiert.»

Firmen versuchen bereits, günstige Zimmer zu kriegen

Hans-Jörg Hechler, Chef der «Mühle» in Binzen, stellt bereits fest: «Natürlich versuchen Firmen jetzt günstige Zimmer zu kriegen. Aber wer stark ist, der hat das nicht nötig.» Er habe gerade in einer Karisierung seinen Leuten einge-



Gediegene Atmosphäre im Aldi-Hotel «Öschberghof».

schärft, dass die Krise als Chance begriffen werden müsse. «Der Gast will sich wohl fühlen, wir müssen uns einfach noch mehr Mühe geben.» Und die Grossen der Branche? Frank Heller vom Rocco Forte Hotel «The Charles» in München betont: «Wir senken nicht die Preise. Persönlicher und ausgezeichneter Service sowie ein hochwertiges Produkt dürfen nicht an Wert verlieren. Im 5-Sterne-Segment wird Preisstabilität herrschen, ich denke aber, dass im 3- bis 4-Sterne-Segment ein Preiskampf entsteht.»

Gerade dieses Segment begegnet der Krise auch mit neuen Vertriebswegen. Aldi, Lidl, Tchibo und das Internet kommen immer wieder zum Sonderangebot. Da gibt es «Kurzurlaub für 2 Personen mit drei Übernachtungen schon ab

19,90 Euro». Allein Lidl bietet Kurzurlaub in 700 Hotels deutschlandweit an. Hinter so manchem Preis verstecken sich aber verdeckte Kosten, ähnlich wie bei den Billig-Fliegern.

Aldi wirbt nicht nur mit Aktionen, sondern auch mit eigenem Hotel

Aldi kann aber auch anders: Das Aldi-Hotel «Öschberghof» bei Donaueschingen, ist mit einer Nettdurchschnittsrate von 106 Euro nicht gerade billig. Muss der Öschberghof auch nicht sein: Die Auslastung betrug 2008 rund 84 Prozent, wie Oliver Gade, stellvertretender Direktor, nicht ohne Stolz berichtet. Und dort finden nicht nur Tagungen von Aldi-Mitarbeitern statt. Auch Bayern München und der VfB Stuttgart schlagen dort schon mal ein Trainingslager auf.

Südtiroler stemmen sich gegen Preisrutsch

Freude über die gegenwärtige Situation, vermischt mit skeptischen Ausblicken auf Frühjahr und Sommer, überwiegen im Südtiroler Tourismus.

HERIBERT PURTSCHER



Das Hotel Cristallo im Pustertal.

Während Ankünfte und Übernachtungen im abgelaufenen Jahr weiter nach oben kletterten, scheint für die kommenden Monate Vorsicht angebracht. «Ich kann mir nicht vorstellen, dass die Wirtschaftskrise spurlos an Südtirol vorbeigehen wird. Wir sind schliesslich nicht nur eine Destination für gut betuchte Gäste», wird der Präsident des Südtiroler Hoteliers- und Gastwirteverbandes (HGV), Walter Meister, in den «Dolomiten» zitiert. «Verzeichnen wir bei unseren Hauptmärkten Deutschland und Italien Rückgänge von wenigen Prozenten, hätte dies bereits dramatische Auswirkungen.» Im Dezember war Südti-

rol so gut gebucht wie schon einige Jahre nicht mehr. Der Schneefall kam gerade zur rechten Zeit. Trotz des Rekordes von 27,7 Millionen Übernachtungen im Jahr 2008 warnt Südtirols neuer Tourismus-Landesrat Hans Berger vor Euphorie. Über die tatsächliche Gewinnentwicklung in den Betrieben sage die positive Bilanz noch wenig aus. Vor allem Hotels ausserhalb der Tourismuszentren hätten Schwierigkeiten, kostendeckend zu arbeiten.

«Viele Hotels werden hart an ihrer Grenze arbeiten müssen»

Diese Bedenken teilt auch der HGV. Viele Hotels werden «ganz hart an ihrer Grenze arbeiten müssen», befürchtet HGV-Pressesmann Nikolaus Stoll. Es könne passieren, dass sie preislich etwas zurückfahren müssen. Denn im Frühjahr und Sommer stehe Südtirol einer stärkeren Konkurrenz gegenüber als im Winter, die «Meeresdestinationen» drücken auf die Preise. Dennoch stemmen sich Hoteliers wie Hans Aichner vom 4-Sterne-Hotel Petrus in Reischach/Bruneck dagegen. «Mit den Preisen werde ich sicher nicht zurückgehen. Schliesslich steckt da eine entsprechende Leistung dahinter.» Natürlich rechne er, so Aichner, in nächster Zeit mit einigen Absagen. Vor allem die Mitarbeiter der deutschen Automobilindustrie sowie Urlauber aus Grossbritannien dürften sich rarer machen, doch könnte dieses Manko mit Gästen aus dem Nahbereich

ausgeglichen werden. Und wenn es jemand partout billiger haben wollte, dann finde er sicher die passende Kategorie für ihn.

«Wenn schon an der Preisschraube drehen – dann nach oben»

Auch Klaus Sanoner vom 5-Sterne-Hotel Adler in St. Ulrich im Grödnertal will nichts von generellen Preisnachlässen wissen. Natürlich würden die Preise immer wieder den Verhältnissen angepasst. Doch einmal festgelegte Preise seien fix, schiebt Sanoner möglichen Rabattjägern an der Reception oder am Telefon einen Riegel vor. Und Thomas Walch vom 4-Sterne-Hotel Cristallo in Toblach im Pustertal betont: «Die Touristen wissen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu schätzen.» Er verweist auf eine Untersuchung der Südtirol Marketing Gesellschaft, wonach die Gäste bereit wären, für die gebotene Qualität bis zu 20 Prozent mehr zu bezahlen. «Die Preise zu senken, bringt also gar nichts. Wenn schon drehen an der Preisschraube, dann nach oben», verweist Walch auf die über der Inflationsrate liegenden Kostensteigerungen von 5,5 Prozent für die Südtiroler Hotellerie.

Valentine
Fritzen Teilerwaser Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

liegenschaften

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

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

**Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe**

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Ergebnisoptimierung, z. B. 5% mehr Umsatz und 5% weniger Betriebskosten ergibt 30–50% Ergebniserhöhung
- Projektentwicklung/Projekt-optimierung zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit
- Rekrutierung einer Direktion, Mieter oder Betriebsgruppe, Marketingkonzepte, Vergleiche bei Rechtsstreitigkeiten u. a. m.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 1557 – 079 422 37 24
Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch



Wir verkaufen Ihnen Ideen...

... und den Betrieb in Muotathal, in einem der schönsten Erlebnisgebieten der Schweiz, mit einem super touristischen Umfeld dazu!

Umbau oder anderweitige Nutzung möglich.

Sind Sie interessiert? Dann fordern Sie unsere ausführlichen Verkaufsunterlagen an.



Herrengasse 7/9 | 6430 Schwyz
Telefon 041 817 71 70 | www.svito-ag.ch

Zu verkaufen in Lugano/Tessin!

Einmalige, charmante und stilgetreue HOTEL-ANLAGE direkt am Golfplatz!

- Grundstück 16000 m²
- Hauptanlage 980 m²
- 3 separate Liegenschaften als Hotelzimmer oder Personalhaus geeignet 580 m²
- Wunderschöner Park und Garten ca 13000 m²
- Swimmingpool usw.

Zum Ausbau/Umbau stehen noch 7600 m² zur Verfügung. Überbauung bis 10 m Höhe möglich.

FREI AB SOFORT

Fr. 8.000.000.–

Melden Sie sich bitte bei:
Britta Soldati +41 79 329 32 19
E-Mail: britta.co@swissonline.ch

Excellent property investment

Zu verkaufen an bester Lage in Films an der Talstation der Bergbahnen

EXKLUSIVES ****HOTEL

Investitionen: 13 Mio. Franken, VP 10,5 Mio. Franken.

Auskunft/Besichtigung: scanmatic@bluewin.ch

Einzigartige Gelegenheit!

WIR VERKAUFEN AN INVESTOR in der Zentral-Schweiz HOTEL-LIEGENSCHAFT

mit Ausbaumöglichkeit

ca. 6000m² Land, 65 Betten, Tages- & Spezialitäten-Restaurant unterteilbar, Konferenz-Räume, WG, Säli, Garten-Terrasse, Wirt-Wohnung, Personalzimmer, grosser Parkplatz, betriebsbereit.

VERKAUFSPREIS CHF 5.8 MIO

Solvente und kapitalkräftige Käufer melden sich bitte unter: HTR HOTEL REVUE, Chiffre Nr. 687, Postfach, Monbijoustr. 130, 3001 BERN

anzeigen

Restposten – ideal für ein Hotel

Bambus-Bademäntel von erstklassiger Qualität, kuschelweich und sehr saugfähig. Made by Santens. Verfügbare Grössen für beide Modelle: S, M, L, XL

57 Stk. Bademäntel mit Kragen Fr. 79.–/Stk. statt 175.–

Farben: champagne, pistache, stone

17 Stk. Kimono-Bademäntel Fr. 69.–/Stk. statt 169.–

Farbe: champagne

Bestellung: VCS-Boutique, Rubigenstrasse 79, 3076 Worb
Telefon 0848 612 612, service@vcs-boutique.ch

SIGMA SOLUTION

Immobilien · Treuhand · Consulting

Zu vermieten in Moutier

Discothek

Langjährig bekanntes und einziges Tanzlokal in der Gegend mit guter Stammkundschaft. 2 Bars, Galerie. Frisch renoviert und mit guter Infrastruktur.

Mietzins inkl. Inventar:

Fr. 4500.– + HK/NK

Tel. 034 423 90 45

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

Safrandorf Mund

Restaurant / Pension
Jägerheim

Zu vermieten

- Restaurant und Speisesaal
- Sonnterterrasse
- Gästebetten auf Wunsch

Sind Sie interessiert? Melden Sie sich bei:

Studer Doris, Mittelweg 36,
3942 Raron / Tel: 079 394 08 20
Email: doris_studer@hotmail.com
www.jaegerheim-mund.ch

Vendesi zona LOCARNESE

RISTORANTE PIZZERIA DANCING

259 posti interni, 120 posti terrazza
con posteggi.

Solo seri interessati 079 663 63 79

Hoteller mit langjähriger Erfahrung sucht im Tessin

Garni/Hotel/Motel

zur Pacht.
Interessenten melden sich bei htr hotel
revue, Chiffre 837, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

aus- und weiterbildung

4-wöchiger Intensivkurs Réception

für Ein- und Umsteiger an die Hoteliéception mit FIDELIO Front Office

20. April bis 15. Mai 2009 oder 5. Oktober bis 30. Oktober 2009

Verlangen Sie bitte unser Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homepage
www.hotelschule-loetscher.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Färblstrasse 18, 7270 Davos Platz - Fon 081 420 65 26 - E-Mail info@hotelschule-loetscher.ch

Sprachaufenthalte weltweit

Über 200 Top-Sprachschulen
mit Tiefpreisgarantie!

Tel. 044 211 12 32

www.boalingua.ch

Kauf und Verkauf

www.fred-siebenmann.ch

Vermittlung und Beratung von

Hotel- und
Gastroliegenschaften

MALLORCA

RESTAURANT

Café
Bar

mit großer Pächterwohnung

- 100 Aussensitzplätze
- 40 Innensitzplätze
- Eleganter Loungebereich
- Große Aussenbar
- Top Ausstattung von deutschem Designer
- Lange Pachtzeit
- Kapitalbedarf: VB 295000.– €

Freistehendes, im toskanischen Stil erbautes Haus mit Meerblick, direkt am Boulevard von Puguera, 2008 fertig gestellt und voll ausgestattet - Offener Kamin - Voll ausgestattete Küche - Sofort betriebsbereit - Qualifiziertes Personal möglich.

zu verpachten

Solvente Interessenten bitte melden unter: traumobjekt-mallorca@web.de

TRAUM
OBJEKT

Sichern wir gemeinsam die besten Nachwuchskräfte

Unsere Stellenvermittlung 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
hotellerieuisse und Gastrouisse

Die Berufe im Gastgewerbe
Schnupper- und Stellenvermittlung
Postfach, 3001 Bern
schnupper@berufe-gastgewerbe.ch
www.berufe-gastgewerbe.ch

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue



Espresso-Test

In Winterthur gibt es viele gute Kaffeebars. In sechs haben wir den Espresso getestet.
Seite 17

St. Moritz. Highlights. Grosse Anlässe wie das Gourmetfestival mit Safari und grossem Finale sind nur dank grosszügigem Sponsoring möglich. Durch die Hotels. Und Firmen, welche ihre besten Kunden dazu einladen.

Die Jagd von Küche zu Küche

Auf einer Safari in Afrika jagt man per Kamera. Auf der Gourmetsafari schlemmt man. Und fotografiert alles.

ELSBETH HOBBMEIER

Safari, Jagd auf die Big Five: Ein beliebter Sport in afrikanischen Steppen, wo man mit Ranger, Jeep und Kamera Löwe, Giraffe & Co. «jagt». St. Moritz hat eine winterliche Variante erfunden. Einen Abend lang jagt man von Fünfsterne- zu Fünfsternehotelsküche, in jeder Location ein Menügang eines Starkochs, ein gutes Glas Wein und eine nette Plauderei... und weiter geht's, per Minibus zum nächsten Hotel. Unser Ranger ist eine nette junge Frau namens Melanie, unsere Gruppe ist etwa 25 Personen stark, wir alle sind eingeladen von Valser Wasser/ Coca-Cola, dem grossen Hauptsponsor des Gourmetfestivals.

Erste Jagdstation ist die herrlich antike Küche des Hotels Kulm. Es ist wohl die letzte Gelegenheit für einen Augenschein – im Frühling wird sie, sagt Direktor Dominique Godat, für 6 Millionen renoviert. Der charmante Franzose Arnaud Lallement ist hier Gastkoch, mit Kulm-Chef Hans Nussbaumer serviert er am Küchentresen herrliche gefüllte Oursins (Seeigel) auf Champagner Schaum und einen kleinen Hummersalat. Smalltalk mit Champagnerglas in der Hand, dann geht's weiter ins Hotel Carlton. Dessen Küche verblüfft und begeistert: Mit tippig roter Verhüllung im Rampazzi-Style, extra für uns Safari-Jäger, mit einem prächtig gedeckten langen «Küchen»-Tisch und schliesslich mit der fantasievollen und dezent-scharfen Thunfisch-Variation. Gastkoch Thomas Martin und Küchenchef Alexander Kroll, beides Hamburger – «ich hab

mich mal bei ihm beworben, aber hatte keine Chance», flachst Kroll –, verstehen sich bestens, man würde noch länger bleiben. Aber Ranger Melanie drängt, wir müssen weiter.

Ins Grand Hotel Kempinski kommen wir via Lieferanteneingang. Kerzen weisen den Weg in die Küche zu Gastkoch Ivo Adam. Er serviert einen zarten Saibling mit raffiniertem Martini-Bianco-Gelee-Streifen und Randen-Garnitur. Nach einem «Werbespot» für sein Restaurant Seven in Ascona verschwindet Adam und wird nicht mehr gesehen – Pech für die Safari-Gäste, no pictures an dieser Jagdstation. Getröstet werden sie im Suvretta House, wo Direktor Vic Jacob formvollendet empfängt. Die Küche eine riesige Halle mit Scharen von Köchen, freundliche Atmosphäre um den mit 19 Punkten und zwei Sternen höchstdotierten Gastkoch Hans Stefan Steinheuer und Chef Bernd Ackermann. Fein ist auch der an improvisierten Kisten-Tischen servierte Hauptgang mit Reh in einer Ingwer-Senf-Kruste, begleitet von Sauerbraten und Pumpnickel-Soufflé. Coca-Cola-Chef Flavio Calligaris ist tief beeindruckt von der Perfektion in dieser Küche: «Vorne im Restaurant ist es so gediegen und hinter den Kulissen so zackig.»

Im Badrutts Palace Hotel delectiert man sich am überwältigenden Dessertbuffet von Chefpatissier Stefan Gerber und der von Maître Anthony persönlich betreuten Käsetafel. Hier darf man nun sitzen bleiben. Und die Meinungen zum Erlebten austauschen. Was war das Eindrücklichste? fragen wir in der Runde. «Der Saibling. Die Oursins. Und der Empfang im Suvretta», sagt Ralph Treuhardt, F&B im Tschuggen Arosa. «Maitre Anthony und sein Käse. Und der Fleischgang von Steinheuer», sekundiert Thomas Kubanek, F&B im Waldhaus Flims. «Der Wasabi-Thunfisch. Das Reh. Das Dessert... und das Mineralwasser», meint verschmitzt Gerd Kisslinger, Valser-Kundenberater.



Solch verlockende Desserts im Badrutts Palace Hotel setzten einen süssen Schlusspunkt hinter die begehrte Gourmetsafari.

Bilder Elsbeth Hobbmeier



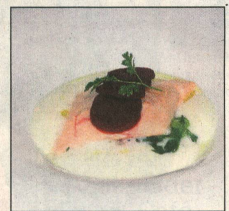
Freude Runde in der festlich dekorierten Carlton-Küche.



Gemütliche Stehtische in den Küchenhallen des Suvretta.



Augenschein in der nostalgischen Kulm-Küche – vor dem Umbau.



Ein zarter Saibling von Ivo Adam im Kempinski. Ohne Koch.

Ohne Sponsoring geht am Festival gar nichts

Exklusive Anlässe sind auf Sponsorengelder angewiesen. Am Gourmetfestival engagieren sich die Hoteliers sehr stark. Auch mit Bargeld.

SIMONE LEITNER

«Was in St. Moritz am Gourmetfestival ungewöhnlich ist, sind die Hoteliers, die den Event grosszügig mit Sponsoring unterstützen», sagt Erica Woehle, Managing Partner von Woehle Pirola Marketing und Kommunikation AG. Woehle ist neben der Pressearbeit auch fürs Sponsoring des Festivals zuständig. Das Engagement der Hoteliers lässt sich beziffern: Sie bestreiten die Hälfte der Sponsorengelder von über 350 000 Franken. Alle acht



Flavio Calligaris (l.) und Zoran Bogdanovic von Coca-Cola mit den Chefs Alexander Kroll (l.) vom «Carlton» und seinem Gast Thomas Martin.

Partnerhotels beteiligen sich nicht nur mit Leistungen (Beherbergung der Gastköche am Crew), sondern nehmen auch Bargeld in die Hand.

Grosser Anteil des jährlichen Marketingbudgets

«Auch die Hauptsponsoren stellen nicht ausschliesslich ihr Pro-

dukt zur Verfügung, sondern investieren auch Cash.» Das sei die Philosophie des Gourmet Festivals, so Erica Woehle. Für die Burgdorfer Leinenweberei Schwob geht die Rechnung auf: «Für uns ist das Gourmet Festival ein sehr wichtiger Anlass», sagt Peter Hilpert, Vorsitzender der Geschäftsleitung. So



Roland Bläsi (l.) und Peter Hilpert von der Schwob AG.

wird die Plattform im Engadin auch bestens genutzt: Die Tischtücher am Gala-Event auf dem zugefrorenen St. Moritzer See sponsert die Schwob AG. «Schön ist, dass in diesen Tischdecken das Logo des Gourmet Festivals eingewoben ist», freut sich Erica Woehle. Und «dass die Schwob AG die Tischwäsche

nach Gebrauch abholt und waschen lässt.» Die Firma Schwob investiert über 40 Prozent des jährlichen Marketingbudgets in verschiedene Sponsoring-Aktivitäten.

Valser ist Hauptsponsor

Auch Valser ist vom Engagement in St. Moritz überzeugt. Seit fünf Jahren ist Valser Partner und Hauptsponsor des St. Moritz Gourmetfestivals.

«Wir sind stolz darauf, zusammen mit Schweizer und Europäischen Entscheidungsträgern der First-Class- und Luxushotellerie diesen einzigartigen Anlass mitzuprägen und unseren Kunden damit eine Austauschmöglichkeit zu bieten», sagt Zoran Bogdanovic, General Manager Coca-Cola Beverages AG. Die Teilnehmerzahl sei ständig ge-

wachsen. «Am 16. Gourmetfestival 2009 begrüßten wir etwa 160 Gäste. Neu waren nebst vielen Geschäftspartnern aus der Schweiz auch Gäste aus Deutschland und Russland eingeladen», betont der General

Manager. Auch Valser ist dieser Event einiges wert und spart nicht an Geld: «Wir investieren ein Vielfaches des eigentlichen Sponsoringbetrages in die Umsetzung vor Ort. Wir wollen präsent sein und Valser für unsere Kunden und Partner erlebbar machen», so Zoran Bogdanovic. Sponsoring betrachtet Valser als wichtiges Kommunikations- und Dialogmittel. «Es ist dann für uns interessant, wenn wir die Markennamen und Swissness unseres Produktes transportieren können und eine Dialogplattform erhalten.»

«Was ungewöhnlich ist, sind die Hoteliers, die das Event grosszügig sponsorn.»

Erica Woehle
Woehle Pirola Marketing AG

Bilder: htr

St. Moritz. Gourmetfestival. Der starke Schneefall am letzten Wochenende brachte das Gourmetfestival-Finale und den ersten White-Turf-Rennsonntag in arge Verlegenheit. Beide fanden statt. Dank guter Organisation.

Finale auf dem See. Im Schnee.

Das Finale des Gourmetfestivals auf dem See ist eine organisatorische Glanzleistung. Martin Scherer kam mit viel Schnee und Gastköchen aus aller Welt zurecht.

ELSBETH HOBMEIER

Martin Scherer, haben Sie Schnee gern?
Ja. Sogar sehr. Ich bin berüchtigt als begeisterter Schneeschaufler. Das ist bei uns im «Schweizerhof» Chefsache!

Wie viel Schnee verträgt der zugefrorene See unter dem Festzelt fürs Gourmetfestival?
Dieses Jahr schneite es in den Tagen vor dem Event enorm stark, was zu einigen logistischen Problemen führte. Eine dicke Schneedecke auf dem See isoliert so stark, dass das Wasser weniger schnell gefriert und die Festigkeit an einigen Stellen nachlässt. Das Eis ist jetzt rund 40 Zentimeter dick, das ist normal. Aber aus Sicherheitsgrün-

den haben die Verantwortlichen des White Turf den Event-Bereich nicht freigegeben, weil die Zulieferung im Schnee nicht möglich war.

Wie sieht die Erfolgsrechnung jetzt, nach dem Festival 09, aus?

Das Finale auf dem See wurde erstmals auf den Freitagabend verlegt anstelle des Samstagmittags. Mit 360 Gästen erreichten wir einen etwas höheren Umsatz als 2008, blieben aber knapp unter dem gesteckten Ziel von 400 Leuten. Der Preis von 480 Franken pro Person ist stolz, aber umfasst alles, vom einmaligen Ort und dem Menü berühmter Chefs bis zur After-Party mit Zigarren und Edelbränden. Der einzige Nachteil der Abendveranstaltung: Der Service konnte nicht wie bisher von den Partnerhotels abgedeckt werden, deshalb engagierten wir die Salzburger Hotelfachschule.



«Wir setzen auf die Politik der leicht zu hohen Preise. Dies weckt die Begehrlichkeit.»

Martin Scherer
Mitorganisator Gourmet Festival

Welches ist die grösste logistische Herausforderung?

Acht Hotels, acht Chefs und acht Gastköche unter einen Hut zu bringen! Aber es hat alles gut geklappt.

Wie kommen die Starköche mit der speziellen Situation zurecht?

Eigentlich gut, einige realisierten wohl gar nicht, dass sie auf einem See kochen. Heute bieten wir ja auch eine perfekte Küche mit Umluft, Kombidämpfer und allen Schikanen; neu fliesst sogar das Wasser aus Tanks. Es ist und bleibt aber eine riesige Herausforderung, 360 Gerichte auf Mal perfekt hinzubringen. Allein für den Hauptgang waren 9 Handgriffe nötig, in 3 Linien arbeiteten gleichzeitig 45 Köche. Da wirken alle zusammen, ohne jeden Klassenunterschied.

Die Tische wirkten etwas trist, ganz ohne Kerzen, ohne Dekoration. Weshalb?

Wir haben schlicht nicht dran gedacht. Punkto Ambiente und Heizung können wir uns 2010 noch verbessern.

Die acht St. Moritzer Gourmetfestival-Hotels sind eine verschworene Gemeinschaft. Ist eine Erweiterung denkbar?

Eigentlich sind es neun, das Hotel Steffani pausierte heuer wegen Umbau. Wir lehnen immer wieder Anfragen von Hotels ausserhalb von St. Moritz ab – dies ist und bleibt unser Anlass.

Wollen Sie die vielen Sterne- und Punkteköche rund um St. Moritz nicht auch einbinden?

Nein, wir wollen die ursprüngliche Idee eines eigenen Anlasses nicht ausweiten. Zwischen den St. Moritzer Köchen und den von unseren Hotels berufenen Gast-Chefs entstehen wichtige Freundschaften und ein menschlich und beruflich befruchtender Austausch.

Wie ist die Preispolitik? Und wo liegt die Schallgrenze?

Wir setzen auf eine Politik der «leicht zu hohen Preise». Dies weckt eine gewisse Begehrlichkeit. Zudem sind die Aufwendungen ja auch enorm gross, für die respektablen Eintrittspreise wird viel geboten. Das Gourmetfestival hat seinen Preis – aber einzelne Events wie das Opening und die Kitchen-Party sind jeweils lange vor dem Anlass ausgebucht.



Neu als Abend-Event: Das Festival-Finale. 2010 wohl mit Kerzenlicht.

Zur Person Martin Scherer, Hotelier und Mitorganisator

Martin Scherer leitet seit Mai 2004 zusammen mit seiner Frau Yvonne Urban Scherer das 4-Sterne-Superior-Hotel Schweizerhof in St. Moritz. Es wurde 1898 von der «Comandit Actien Gesellschaft Hotel & Pension Suisse» erbaut und ist noch heute im Besitz der Familie von Gugelberg vom Schloss Salenegg in Maienfeld.

Fürs Gourmetfestival-Finale amtiert Martin Scherer als Organisator des Events im Zelt. eho

Fakten Noch nie hatte das Gourmetfestival so viele Besucher. Fast 400 Gäste nahmen am Finale auf dem See teil.

Zum ersten Mal fand die Gala Night – das Finale des St. Moritz Gourmetfestivals – auf dem zugefrorenen See am Abend statt. 360 Gäste liessen sich von den Spitzenköchen verwöhnen. Im Vorjahr waren es rund 300 angemeldete Besucher. Ein Novum am diesjährigen Festival: Das «Grand Gourmet Opening Cocktail» im Hotel Carlton war ausgebucht. «Das hat es noch nie gegeben», freut sich Erica Woehrlé, zuständig für die Pressearbeit und das Marketing des

Events. So ging letzte Woche das «erfolgreichste Gourmet Festival über die Bühne», Erica Woehrlé: «Die definitiven Zahlen sind zwar noch nicht bekannt, aber wir sind sehr zufrieden.» Spitzenzahlen melden auch die einzelnen Hotels: So kochte Vineet Bhatia, der erste indische Koch mit einem Michelin-Stern, im «Badrutts» jeden Abend bis zu 100 Menüs. Und im «Suvretta House» machte der deutsche Chef Hans Stefan Steinheuer Furore. els

Pferderennen auf (zu) viel Weiss

Höhere Preisgelder und mehr Sicherheit für Pferde und Reiter versprach der White Turf für 2009. Der erste Rennsonntag ertrank fast im Neuschnee.

ELSBETH HOBMEIER

Einige Stunden lang zitterten die Verantwortlichen des legendären White Turf, ob sie den ersten Rennstag gar absagen müssten. Heftige Schneefälle brachten im Oberengadin nicht nur den Verkehr zum Erliegen, sondern schufen auch auf der Rennbahn auf dem gefrorenen St. Moritzersee ein teilweise zu weiches Gelauf. Die Rennen wurden dann bis auf das abgesagte Skijöring-Rennen doch durchgeführt. Alle Rennen wurden aus Sicherheitsgründen auf 800 Meter verkürzt. Und die meisten Imbissstände und Bars blieben wegen



Kopf-an-Kopf-Rennen mit Sieger Star Pattern (2.v.r.) auf Mr. Minister.

der verunmöglichten Zufahrt geschlossen – das grosse Geschäft machte der Wurststand als einzige Verpflegungsstätte. Trotz all dieser Einschränkungen kamen rund 8000 Besucher auf die Bahn. Sie wetteten mit einem Totaleinsatz von 38239 Franken – knapp die

Halbte der 2008 beim ersten Rennen erzielten Einsatz.

An den kommenden beiden Sonntagen, dem 15. und 22. Februar, sind erneut mehrere Flach- und Trabrennen sowie je ein Skijöring geplant – mit totalen Preisgeldern von 400'000 Franken höher denn je.



Die Qualität der Kaffeesorte haben Sie in der Hand. Die Qualität Ihres Wasser ab sofort auch!

Davon schwärmen nicht nur Ihre Gäste, sondern auch Ihre Maschinen: BRITA PURITY Filtersysteme garantieren höchste Wasserqualität, einzigartiges Kaffee-Aroma und perfekten Maschinenschutz. Für Ihren langfristigen Erfolg im Kaffeegeschäft.

BRITA AG
Gassmatt 6
CH-6025 Neudorf/LU
Tel: +41 (0)41/932 40 27
Fax: +41 (0)41/930 30 74
info-ppd@brita.net
http://professional.brita.ch

BRITA
Professional

Stimmt alles? Alles okay!

Praktisch arbeiten konnte die Direktionsassistentin-Praktikantin nur wenig. Theoretisch hat sie aber im Spiezer Hotel Eden viel gelernt.

CHRISTINE KÜNZLER

Er kam nicht, George Clooney, und auch der Car mit den 50 Reisenden fuhr nicht vor. Dabei ist die Ausgangslage optimal: Der Hoteldirektor ist während zweier Tage ausser Haus, und die Teamleiterinnen mit der Direktionsassistentin-Praktikantin hätten sich beweisen können. Doch im Hotel Eden in Spiez ist während meines dreitägigen Praktikums als Assistentin des Hoteldirektors alles im grünen Bereich. Die Gäste sind zufrieden, was nicht wundert, denn die Hotelbesitzerin Lisbeth Mathys sorgt mit ihrer herzlichen Gästebetreuung dafür, dass den Menschen hier wohl ist.

Nichts Unerwartetes also, was das Team überdurchschnittlich fordert. Fast nichts, zumindest. Am Samstagabend, um 18.30 Uhr, ruft die Pianistin an, sie sei krank und könne heute nicht spielen. «Als Direktionsassistentin müssten Sie nun für einen Ersatz sorgen», erklärt die Empfangsleiterin Lisa Mühlemann. Oops! Es bleibt aber beim «müssen». Denn um die Aufgaben einer Direktionsassistentin wirklich übernehmen zu können, fehlen mir die Ausbildung an einer Hotelfachschule und die Erfahrung im Food & Beverage-Bereich.

Die Anforderungen an künftige «Eden»-Direktionsassistentinnen oder -assistenten sind hoch. «Sie hätten das Service- und das Küchenteam unter



Hannah Herzog im Gespräch.



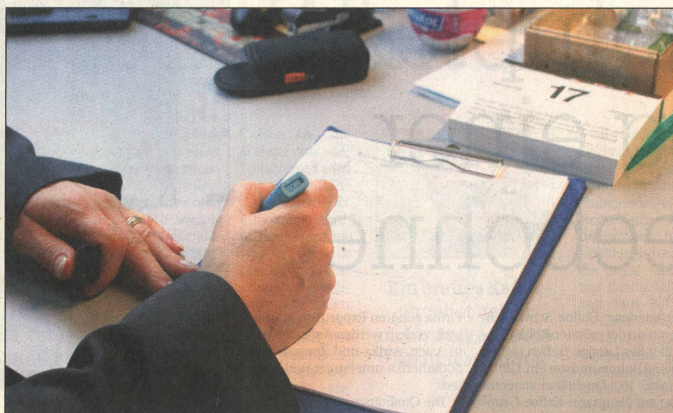
Besprechung mit dem Chef.

sich», erklärt Hoteldirektor Gerald Nowak. Er würde mir viel Verantwortung im F&B übertragen, weil «das kulinarische Erlebnis dem Gast lange in Erinnerung bleibe». Ich würde auch dafür sorgen müssen, dass der Umsatz stimmt. Ein «feu sacré» müsste ich mitbringen und ihn vertreten können, wenn er ausser Haus sei, so Nowak.

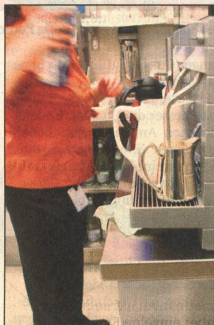
Von Geschirrbergen und Ei-Rückständen

Wichtig also, dass sich die Direktionsassistentin-Praktikantin einen Überblick verschafft. Steht die Schale mit dem Kuchen rechtzeitig in der Lobby? Wurde das Fondue, das zwei Gäste gestern auf der Terrasse genossen haben, über die richtige Kostenstelle abgerechnet? Sind die Hotelzimmer sauber, die Check-outs korrekt abgerechnet? Macht das Serviceteam seine Sache gut? Besprechung mit Küchenchef Patrick Gächter: Ein Ehepaar will Menüvorschläge für eine Familienfeier.

stage im hotel
Christine Künzler als
Direktionsassistentin



Lisa Mühlemann kontrolliert die Arrivée-Liste.



Hektik beim Sonntagsbrunch.

zum praktischen Einsatz: Es ist Not an der Frau, also muss die Direktionsassistentin-Praktikantin anpacken. Im konkreten Fall abwaschen im Back-Office beim Sonntagmorgen-Frühstück. Der Speisesaal ist gefüllt. Am langen Tisch brummt eine Geburtstagsgesellschaft. Die Leiterin Service Natascha Caminada und ihre Kollegin Kristine Seidenstücker verdienen an diesem Morgen eine Goldmedaille. Kein überflüssiges Wort, keine falsche Bewegung, um keine Zeit zu verlieren. Was die beiden leisten, ist enorm. Sie sind, sagen sie, froh um die Mithilfe der Direktionsassistentin-Praktikantin. Obwohl diese, noch nicht sattelfest, hier und da ei-



Letzter Schliff im Zimmer.

ner Anweisung bedarf. «Halt, die Eierbecher werden in der Küche gespült. Ei-Rückstände vertragen sich nicht mit den Gläsern.» Aha. Schmutziges Besteck und Essteller aussortieren, Plateau säubern, Kaffeemaschine überwachen, frischen Orangensaft aufs Frühstücksbuffet stellen, sich mal durchstrecken, weil der Rücken schmerzt. Wir arbeiten Hand in Hand. Es macht Spass, man sieht, was man getan hat. Das Erfolgserlebnis folgt bei der Auswertung des Gästefragebogens des Paares, das zum Geburtstags-Frühstück geladen hat: Es verteilt Höchstnoten.

Von Kontrollen, Qualität und stabilem Gefüge

Auf Kontrollgang mit Priska Von Ballmoos, Leiterin Hauswirtschaft. Sie nimmt die Qualitätssicherung ernst. Wir kontrollieren alle Arrivée-Zimmer, machen den Staubtest mit dem Finger, verifizieren den Ablauf in der Dusche, zählen Kleiderbügel nach. Alles stimmt: In



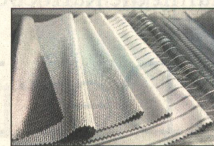
Der Kuchen steht bereit.

der Abteilung Hauswirtschaft läuft es, wie es sein muss.

Besprechung mit Lisa Mühlemann: Liegt es drin, ein paar Zimmerkontingente für die Coop-Aktion freizugeben? Wir entscheiden uns dafür. Sie verschafft sich einen Überblick über den Reservationsstand der nächsten Tage, damit sie ihre Leute richtig einteilt. Weiss der Hauswart, dass morgen das Dampfbad eingeschaltet werden muss? Die Kontrolle zeigt: alles ok. Lisa Mühlemann ist eine routinierte Teamleiterin.

Jetzt zu Hannah Herzog, der Leiterin Administration und Finanzen. «Wenn sich der Lohn einer Mitarbeiterin verändert, würde ich das mit Ihnen besprechen», erklärt sie mir. Sie weiss, wie der Karen läuft. «Sie müssten», sagt sie, «als Ansprechpartner grundsätzlich Ruhe ins Gefüge bringen.» Hmm, denke ich, mit so guten Teamleiterinnen dürfte Direktor Gerald Nowak schon jetzt auf ein stabiles Gefüge bauen können.

Innovationspreis für Création Baumann



An der Heimtextil-Messe in Frankfurt wurde die neue Kollektion Silver&Steel des Langenthaler Unternehmens Création Baumann mit dem AIT Innovationspreis für die hohe architektonische Qualität ausgezeichnet. Die textiltechnische Innovation von Silver&Steel ist eine neue Technologie der Stahlbeschichtung auf der Rückseite von Textilien. Diese waschbaren, stahlbeschichteten Stoffe verringern den Lichteinfall, die Wärmestrahlung, sowie die Anfälligkeit für Knicke und Brüche.

Die Merkur-Confiserien mit neuen Standorten

Die Merkur Confiserien AG startet ihre schweizweite Eröffnungsreihe neuer Standorte mit zwei neuen Schokoladebutiquen in Genf. Nach dem Auftakt an der Rue Tour-de-l'Île folgen in den nächsten Monaten Eröffnungen in Lausanne, Grindelwald, Bern und Basel. Merkur blickt auf eine über 100-jährige Tradition zurück: 1905 gegründet, gehört das Unternehmen seit 2004 zum Glarner Familienunternehmen Confiserie Läderach AG.

Pfeiffertextil übernimmt Standard Textile

Per 1. Januar 2009 hat die Pfeiffertextil AG in Schindellegi sämtliche Aktivitäten der Standard Textile GmbH in Mollis übernommen und damit auch 10 Arbeitsplätze gesichert. Gleichzeitig hat sie eine strategische Allianz mit der Spinnerei & Weberei Rüderswil AG gegründet. Für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Wäschereien entsteht so ein wichtiges Unternehmen, das in die Dachorganisation Swisstextil Holding AG integriert wird.

Ted Scapa eröffnet an der Lenk ein Café

Der Künstler Ted Scapa wird Wirt: An der Lenk im Berner Oberland wird er im ehemaligen Hotel Hirschen «Scapa's Café und Galerie» eröffnen. In der früheren Kegelbahn wird der Zeichner seine Werke ausstellen und Workshops durchführen. Als Geschäftsführer-Duo konnte Scapa laut verschiedenen Schweizer Medienberichten zwei bekannte Männer einspannen: Roland Wüthrich, ehemaliger Chef des Berner Konzertlokals Bierhübeli, und den «Berner-Bär»-Chefredaktor Matthias Mast. rd

Dézaley, die Perle am Genfersee

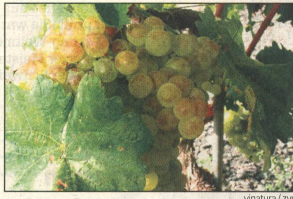


Geny's

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

Die Wurzeln der Familie Monachon im Lavaux gehen bis ins 18. Jahrhundert zurück. Im Laufe der langen Zeit haben Monachons das besondere Eigenart des Terroirs in den Weinen der Domäne zum Ausdruck. In der sechsten Generation bewirtschaftet Pierre Monachon, im Nebenamt Gemeindepräsident von Rivaz, die Weingärten. Es scheint, dass er ein angeborenes Gefühl für seine Reben hat und die Kunst beherrscht, ihnen die besten Eigenschaften zu entlocken, um aussergewöhnlich reine Weine zu produzieren.

Die Hauptsorten, die in der Cave de Derrey jeu gekeltert werden, sind zu 75 Prozent Chasselas (Saint-Saphorin und Dézaley). Dazu kommen Pinot noir, Gamay, Merlot, Gamaret, Garanoir, Syrah, Diolinoir und Sylvaner. Pierre Monachon trat die Nachfolge seines Vaters 1990 mit dem Ziel an, mit seinen Weinen internationales Ansehen zu erreichen. «Dazu, muss man überdurchschnittliche Weine produzieren», sagt er. Er hat in den letzten 15 Jahren unter anderem auch mit dem «Merlot Saint-Saphorin Lauriens Terravin» im In- und Ausland hohe Beachtung erworben. Auf die hohe Qualität seines Merlots angespro-



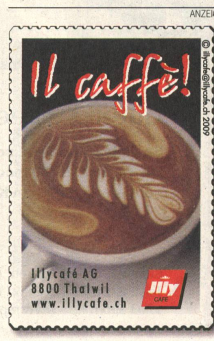
Pierre Monachons Herz schlägt für Chasselas-Trauben.

chen, meint der Winzer: «Ein Hauptgrund dafür ist das Mikroklima, das an den Steillagen rund um Saint-Saphorin an den Gestaden des Genfersees herrscht.» Dazu kommen aber auch die Kompetenz und das Verständnis des Winzers, der sich stets bemüht, die Harmonie zwischen den Rebstöcken und den Böden zu gewährleisten. Das Wohlergehen der Reben hat für ihn denselben Stellenwert wie ein ausgeglichenes Ertragsmanagement.

Merlot hat in der Waadt keine Tradition. Pierre Monachon hat sich nach intensiven Bodenun-

tersuchungen und im Wissen, dass das Klima passt, entschlossen, einige Parzellen mit Merlot-Rebstöcken zu bepflanzen. Das Resultat hat alle Erwartungen übertroffen. Blind verkostet, würde man die Herkunft des 2003 Merlot Saint-Saphorin von Monachon nicht im Waadtland suchen. Schon der erste Schluck hat Biss und erweist sich saftig am Gaumen. Dank den feingliedrigen Tanninen zeigt er Charme, feines Extrakt, eine bemerkenswerte Harmonie und Eleganz sowie einen reifen schwarzbeigen Abgang. Dieser komplexe Wein versteht sich blendend mit einem Kalbsfriskasse nach Grossmutterart (à la crème), denn erspricht denselben Dialekt.

Das Herz von Pierre Monachons schlägt jedoch für den Chasselas. Regelmässig erzeugt er elegante und harmonische Weine, die zu den feinsten der Zone gehören. Auf der steil abfallenden Flanke des Dézaley gelegen, sind seine Weingärten für einen bemerkenswerten Wein prädestiniert. Der 2007 Dézaley von der Cave de Derrey jeu in Rivaz mit mineralischer Frische, saftiger Frucht, ausgeprägtem Duft und verführerischem Charakter, ist ein mustergültiger Repräsentant der Appellation. Er kommt in Begleitung eines Käsesoufflés vorteilhaft zur Wirkung.



Kaffee. Grüne Bohnen. Die Qualitätsmanagerin Gloria Pedroza erklärt, was alles unternommen werden muss, damit die Kaffeebohnen in optimaler Qualität beim Röster ankommen.

Der komplexe Weg einer Kaffeebohne

Kaffee Fans interessieren sich dafür, was für Bohnen in ihrer Tasse gelandet sind. Gloria Pedroza leitet die Qualitätskontrolle einer der grössten Rohkaffeeimporteure der Schweiz.

RENATE DUBACH

Gloria Pedroza mustert Rohkaffeebohnen. In diesen Tagen beginnt in vielen Kaffee exportierenden Ländern die Hochsaison, die Verschiffungsperiode. Im Muster- und Degustationszimmer von

InterAmerican Coffee Schweiz in Zug, einem der grössten Rohkaffeehändler des Landes, treffen täglich 40 bis 50 Bohnenmuster ein. Gloria Pedroza ist Qualitätsmanagerin dieser zur Neumann-Kaffee-Gruppe Hamburg gehörenden Firma, sie empfängt die Pakete aus aller Welt. Im Musterzimmer riecht es wunderbar, eine Assistentin röstet kleine Mengen von Bohnen, exakt nach Kundenangaben. Gloria Pedroza und zwei weitere Degustatorinnen verkosten ihn anschliessend. «Frauen sind sensorisch etwas sensibler», sagt die Qualitätsmanagerin, «das ist für uns wichtig». Denn der Kaffee muss genau so schmecken, wie er bestellt worden ist. InterAmerican Coffee importiert nicht nur Rohkaffee für grössere Kunden, bei einer Mindestbestellung von einem Sack, das sind etwa 60 Kilogramm, kommen auch kleinere Kunden auf die Rechnung. Zur

Firma gehören Exportfirmen weltweit, zudem werden Kaffeeplantagen in Asien, Afrika und Zentral- und Südamerika unterstützt und beraten.

Die Qualitätsmanagerin erklärt, was sich an den blassen Bohnen erkennen lässt. Aufgrund von Farbe, Grösse und dem sogenannten Center Cut, der kleinen Trennlinie in der Mitte, kann man sagen, was für eine Sorte es ist, ob die Bohnen gewaschen sind oder nicht und ob sie aus einem Anbaugebiet einer höheren oder tieferen Lage stammen.

Beim einen Muster handelt es sich um grössere, grüne Bohnen mit einem weisslichen, eher geschlossenen Cut – es sind gewaschene Arabica-Bohnen aus einem höher gelegenen Gebiet, sie werden vermutlich eine höhere Säure aufweisen. Das andere Muster dürfte angenehm süsslich schmecken, es sind gelbliche Bohnen mit einem



Die Qualitätsmanagerin Gloria Pedroza schlürft konzentriert Kaffee.

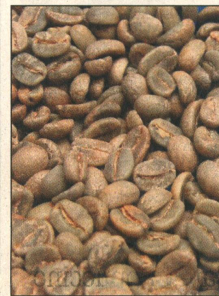
Bilder Renate Dubach

orangenen Cut; es sind ungewaschene Arabica-Bohnen.

Je härter und dichter die Bohne, desto besser die Qualität. In tiefer gelegenen Anbaugebieten haben die Bohnen eine kleinere Dichte, und damit eine etwas weniger komplexe Aromatik. Auch die Bodenzusammensetzung spielt eine wichtige Rolle – ähnlich wie bei Weinreben.

Vom Pflücken bis zum Rösten ist jeder Schritt enorm wichtig

«Kaffee ist Geschmackssache», sagt die Expertin, «wir haben einen grossen Spielraum bei der Verarbeitung, auch mit der Röstung kann man noch viel erreichen.» Die Wissenschaft fängt allerdings schon lange vor dem Rösten an: erst werden die Bohnen fermentiert, gewaschen, getrocknet, geschält, sortiert und gelagert. Vom Pflücken bis zum Export vergehen ein paar Monate. «Die Bohnen müssen sich nach der Ernte etwas ausruhen, sonst schmeckt der Kaffee aufgrund der Frische ein bisschen grasig», sagt



Gelbliche Bohnen, orange Linie: ungewaschene Arabica-Bohnen.

Pedroza. Die Fermentation sollte nicht zu lange dauern, sonst schmeckt der Kaffee wie überreife Früchte. Und bei der Lagerung muss der Feuchtigkeitsgehalt der Bohnen stimmen: sind sie zu trocken, kann sich das negativ auf den Geschmack auswirken, die Bohnen können bei der Verarbeitung schneller brechen.

Sind die Bohnen zu feucht, kann sich Schimmel bilden und der Alterungsprozess tritt schneller ein. Wenn aber bei den Stadien vor der Röstung alles richtig gemacht wurde, kann man die Bohnen ziemlich lange lagern. «Es ist landesabhängig, aber man könnte den Kaffee sicher bis zu drei Jahre lagern, ohne dass es zu grossen Qualitätseinbüssen käme», erklärt Christian Cvrtjak, der beim Zürcher Unternehmen für den Handel zuständig ist. Wenn der Kaffee geröstet ist, sollte er idealerweise innert zwei bis drei Wochen verbraucht werden, denn er verliert kontinuierlich an Geschmack.

Wir gehen zu den vorbereiteten Gläsern. Von jedem Muster werden etwa 150 Gramm geröstet und in sechs Tassenportionen separat gemahlen. Heisses Wasser kommt dazu, Gloria Pedroza rührt erst an jedem Glas, dann verkostet sie schnell die ganze Serie. «Beim Kaffeeverkosten muss man schlürfen», erklärt sie lachend. Bei ihr tönt das so, als ob man ein dickes Blatt Papier schnell entzweissen würde. Bei diesem Cup-Tasting wird der Kaffee nach Säure, Körper und Geschmack beurteilt. Wenn er nicht dem definierten Profil entspricht, muss man sich mit dem Kunden einigen oder mit dem Exporteur abklären, was unternommen werden kann.

Man sollte zum Kaffee eine Geschichte erzählen, wie beim Wein

«Wir tun sehr viel dafür, dass die Qualität des Rohkaffees stimmt», sagt Pedroza. «Der letzte Schritt, die Zubereitung im Restaurant oder zu Hause, ist enorm wichtig.» Sie ist froh, dass sich die Konsumenten allmählich dafür interessieren, was in die Kaffeetasse kommt: «Gourmet- und Terroirkaffee wird immer wichtiger, man braucht Kaffee nicht mehr bloss als Weckmittel, man lernt

«Zu einem gehobenen Restaurant passt doch ein Durchschnittskaffee nicht.»

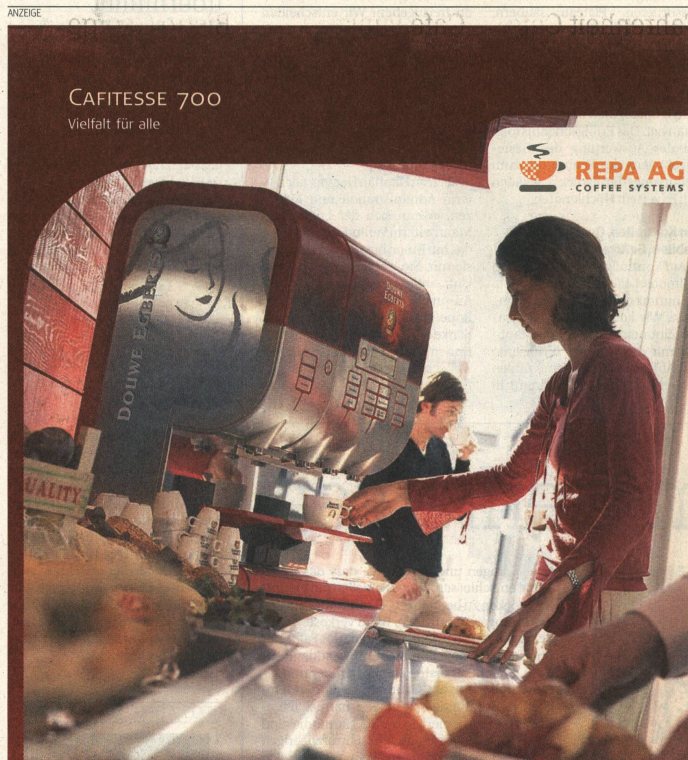
Gloria Pedroza
Kaffee-Expertin

ihn zu geniessen.»

Die Gastronomie könnte hier mehr tun, die Angestellten, die Kaffee zubereiten, gut ausbilden lassen beispielsweise. Aber auch die Gäste darüber informieren, was sie vorgesetzt bekommen, eine Geschichte dazu erzählen, wie beim Wein. «Zu einem gehobenen Restaurant passt doch ein Durchschnittskaffee nicht, da müsste man sich schon etwas mehr anstrengen, und den Gästen etwas Besonderes bieten», hält Gloria Pedroza fest.

Zur Person Die sensorisch begabte Kaffee-Expertin

Die 30-jährige Gloria Pedroza kam «eher zufällig» zum Kaffee, wie sie sagt. Sie wuchs in Guatemala auf und absolvierte dort eine kaufmännische Ausbildung bei der Neumann Kaffee Gruppe NKG. Pedroza stellte fest, dass sie sensorisch begabt war und wurde Qualitätsmanagerin. Nach einhalb Jahren in Mexiko, lebt sie seit 5 Jahren in der Schweiz und leitet heute die Abteilung NKG Quality Service, die Rohkaffee aus der ganzen Welt prüft. Sie war SCAE-Cup-Tasting-Weltmeisterin 2006, Schweizer Meisterin 2007 und dritte der Schweizer Meisterschaften 2009. rd



CAFITESSE 700
Vielfalt für alle

REPA AG
COFFEE SYSTEMS

Guter Kaffee in seiner schönsten Form

So viele Menschen, so viele unterschiedliche Geschmäcker: Die Cafitesse 700 macht nicht nur einen guten Eindruck, sondern auch guten Kaffee und feinste Schokolade.

Repa AG
Talstrasse 29
5703 Seon
Telefon 062 775 07 07
Telefax 062 775 06 06
www.repa.ch



impressum

htr hotel revue

Die Schweizer Pachtzeitung

für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme

Gegründet/Fondé 1892

Herausgeber/Editeur hoteliersuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Elisabeth Hobmeier/eh

Stellvertreter: Miroslav Halabala/mh

Redaktion: Theres Lagler/Berger/lt (Resortleitung

aktuell); Christine Künzler/kj (Resortleitung

fokus); Renate Dubach/dy (Resortleitung dolce

vita); Miroslav Halabala/mh (Resortleitung cahier

français); Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk

Simone Leitner Fischer/sl; Laurent Missbauer/lm;

Daniel Stampfli/dst; Gudrun Schlenczek/gsg;

Karl Josef Verding/kjv

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb

Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo

Korrektur: Paul Le Grand

Praktikant: Barbara Roelli/br

Online Redaktion: Melanie Roth

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Natalie

Allesch, Beatrice Gertschen

Verlag Leitung: Barbara König;

Assistentin: Delia Piscopo; **Stelleninserate:**

Angela Di Renzo, Patricia Nobis Wyss,

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,

Béda-Urs Schönenberger

Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF-begabtag 2007/08,

verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289;

(Druckauflage: 18 000)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30; Jahresabonnement Fr. 145.-;

ISSN: 1424-0440

Kontakte Adresse: Monbijoustrasse 130,

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

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

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable.

Kaffee. Espresso und Nespresso. Sehr streng schauten zwei Kaffee-Experten einigen Winterthurer Baristas auf die Finger. Sie bewerteten das Resultat in der Tasse. Und: Nespresso-Kaffee findet man in immer mehr Hotels.

Ein Kaffeetest in Winterthur

Sechs im Test Espresso ist nicht einfach Espresso. Mit zwei Kaffee-Experten testete die hotelrevue die Winterthurer Kaffeequalität.

RENATE DUBACH

Die Wahl für diesen Kaffeetest ist auf Winterthur gefallen, weil diese Stadt über einige – aber nicht zu viele – gute Kaffeebars verfügt. Man kann sich im Laufe eines Tages einen Überblick über die vorhandene Kaffeekompetenz machen. Das ist das Ziel der htr-Redaktorin, die dazu von zwei Kaffee-Experten begleitet wird: Von Armin Luginbühl, Vorstandsmitglied der

Schweizer Vereinigung der Specialty Coffee Association of Europe (SCAE) und Inhaber der Kaffeezentrale in Uster. Und von Kurt Bauer, der 2005 Schweizer Barista-Meister war und seit drei Jahren Head Judge bei den Schweizer Barista-Meisterschaften ist.



«Mit gutem Kaffee lässt sich auch heute noch gutes Geld verdienen.»

Armin Luginbühl
Kaffee-Experte

Testobjekt:

Espresso aus Halbautomaten

«Bei einem Espresso kann man am besten beurteilen, wie gut der Kaffee und seine Zubereitung ist. Bei einem Cappuccino kann man mit der Milch einen nicht so guten Kaffee etwas verbessern», sagt Bauer, und so entschlossen wir uns am

anderen auch die Confiere Vollenwiler, die wir nach einem kurzen Blick auf den neuen Vollautomaten und einem etwas längeren auf die verlockend aussehende Patisserie, wieder verlassen. «Le ciel bleu» öffnet erst am späteren Nachmittag und fällt auch weg.

Und im Café Kafisatz an der Spitalgasse 1 wird uns erst ein Espresso mit der Café-crème-Mischung serviert, weil die Mühle für die Espresso-Mischung ausgetrieben ist. Das finden wir etwas merkwürdig, aber der nachgereichte Espresso mit der «richtigen» Mischung ist wirklich nicht genussbar.



«Ein breites Kaffeeangebot heisst nicht, dass auch die Qualität stimmt.»

Kurt Bauer
Kaffee-Experte

Im «Kafisatz» wird Schwarzbach-Kaffee verwendet, also gute und teure Qualität. Es wäre sicher besser gewesen, einfach zu sagen: «Heute können wir leider keinen Espresso anbieten». Wir verzichten darauf, dieses Café zu bewerten.

kompetenz.»

«Wenn sich der Wirt oder die Wirtin dazu entscheiden könnte, eine für den Kaffee zuständige Person zu bestimmen, wäre das sicher besser», ergänzt Armin Luginbühl. «Diese wäre dann die Ansprechperson für den Maschinenhersteller

und den Kaffeeröster, und das käme der Qualität des angebotenen Kaffees zugute.»

Die Kaffeekompetenz könnte noch optimiert werden

Tatsächlich haben wir einige Unbeholfenheit, vielleicht auch etwas Gleichgültigkeit an unserem Testtag angetroffen. Beispielsweise kann man Kaffee regelrecht «vernichten», wenn man die Tasse vor Gebrauch mit heissem Wasser ausspült. Einerseits verwässert das Restwasser in der Tasse den Espresso, andererseits macht es das Getränk heisser als gewünscht (65 Grad Auslaufftemperatur ergibt die gewünschte Trinktemperatur von 55 Grad).

Diesen und viele andere Tipps gibt es an den laufend angebotenen Barista-Kursen der SCAE. Man braucht nicht Barista zu sein, um daran teilnehmen zu dürfen. Bloss leidenschaftlicher Kaffee fan.



Manta Bar

Untertor 17. Maschine: La Cimbali M32, zweigruppig, 2 Mühlen. Illy-Kaffee. Preis: Fr. 4.30.

Diese Kaffeebar entspricht dem italienischen Original. Die Espresso kommen in professioneller Barista-Qualität daher, mit Wasser und verpacktem Gutzli. Temperatur und Menge stimmen, die Crema ist gut, der Arbeitsplatz sauber. Der Kaffee hat eine schöne Süsse. Die Mischung besteht zu 100 Prozent aus Arabica-Kaffee, deshalb hat der Espresso eine leichte Bitternote. Die Expertenmeinung: Hier wurde das Beste aus dem Kaffee heraus geholt.

Café Cappuccino

Obergasse 14. Maschine: Simonelli, dreigruppig, 3 Mühlen. Kaffee: Ferrarri. Preis: Fr. 3.90.

In diesem Café herrscht eher Kaffeehaus- als Kaffeebar-Atmosphäre, also Italianità mit Schweizer Einschlag. Die Espresso werden mit Wasser und einer Haselnuss im Schoggiemantel serviert. Der Kaffee ist etwas zu viel Kaffee, der einen nicht identifizierbaren Fremdgeruch hat. Im Gaumen ist er eher flach, mit einer leicht bitteren Note. Vielleicht liegt es am Bohnengut? Die beiden Kaffee-Experten finden, der Kaffee habe Verbesserungspotenzial und sein Preis im oberen Segment sei nicht gerechtfertigt.

Café-Bar Alltag

Unterer Graben 25. Maschine: La Cimbali M32, zweigruppig, 2 Mühlen. Henauer-Kaffee. Preis: Fr. 4.30.

Die Kaffees werden mit Wasser und der Schoggihaselnuss serviert. Es herrscht gemütliche Kaffee-/Teehausatmosphäre. In der Tasse ist etwas zu viel Kaffee, der einen nicht identifizierbaren Fremdgeruch hat. Im Gaumen ist er eher flach, mit einer leicht bitteren Note. Vielleicht liegt es am Bohnengut? Die beiden Kaffee-Experten finden, der Kaffee habe Verbesserungspotenzial und sein Preis im oberen Segment sei nicht gerechtfertigt.

Fahrenheit Café

Steinberggasse 65. Maschine: La Cimbali M32, zweigruppig, 2 Mühlen. Sirocco Kaffee. Preis: 4 Franken.

Im schönen Lokal, das sich abends in eine Bar verwandelt, gibt es Wasser und ein Schoggi-Täfelchen zum Espresso. Die süsse Schokolade kontrastiert mit dem eher bitteren Kaffee, der eine hohe Säure aufweist. Das kommt wohl von einer zu langen Durchlaufzeit, denn das Langsamprodukt liege im besseren Segment, habe eine dunkle Röstung und wäre in Ordnung, erklären die Experten und wünschen dem Café mehr Kaffeekompetenz.

Café Punkt

Stadthausstrasse 53. Maschine: La Cimbali, zweigruppig, 2 Mühlen. Kung Kaffee. Preis: 4 Franken.

Hier gibt es ein Espresso ohne «Beilagen». Im Café riecht es extrem gut, aber nicht nach Kaffee, sondern nach den Fruchtwaren, die frisch gebacken auf der Theke stehen. In der servierten Tasse ist zu viel Kaffee, er ist nicht sehr aromatisch, eher bitter, ohne Süsse – vermutlich zu hell geröstet. Die Bohnenbehälter über den Kaffeemühlen sind aus klarem Glas und stehen direkt unter den Lichtquellen: Das bekommt den Kaffeebohnen natürlich nicht.

Bistro George

Grünenstrasse 45. Maschine: La Cimbali, dreigruppig, 2 Mühlen. Kaffee Henauer. Preis: 4 Franken.

Im Bistro des Fotomuseums wird der Espresso mit Wasser und einem Crème-Häfel serviert. Die Modetasse gefällt den Experten nicht; Sie komme dem Kaffee nicht entgegen, sei zu dünnwandig, zu schmal, einfache Espressoassette lautet das Expertenverdict. In der Nase hat man aber schöne Kaffeegerüche, nichts Negatives und die Crema hält lange an. Die Aromatik im Gaumen hält sich dann in Grenzen, es gibt etwas Süsse, aber auch Bitterkeit.



Bilder Renate Dubach

Eine Kapsel macht Karriere. What else?

Seit George Clooney Nespresso trinkt und dafür wirbt, ist der Lifestyle-Kaffee noch populärer. Doch ganz jung ist das Kapselsystem nicht mehr.

SIMONE LEITNER

Nespresso steht für Lifestyle und Coolness. Und seit George Clooney für Nespresso wirbt, ist der Sexappeal des Kapselkaffees weltweit gestiegen. Doch neu ist das System nicht. Bereits 1970 erfand die Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung von Nestlé die Kaffee kapsel mit frisch gemahlenem Kaffee und das geeignete Verfahren zur Kaffee-Extraktion unter Druck.

1986 wird die Nespresso AG als 100-prozentige Tochter der Nestlé-Gruppe im Schweizer und italienischen Markt eingeführt. Das ist

lange her. Heute ist Nespresso weltweit etabliert und fokussiert immer mehr auf die Hotellerie.

Vor allem in den letzten Jahren findet der Gast öfters im Hotelzimmer eine Nespresso-Maschine vor. «Wir haben seit 2006 eine Kooperation mit Nespresso», sagt Peter Kämpfer, Direktor des Park Hotel Weggis. Er bestätigt, dass die Kaffeemaschine im Zimmer sehr beliebt sei. Die Gäste hätten auch keine Probleme, das System ohne Erklärung zu nutzen.



Kaffee aus der Kapsel: Seine Qualität ist konstant.

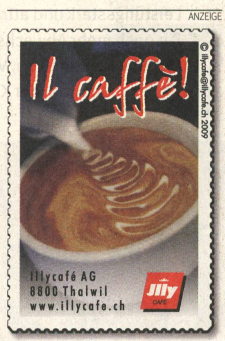
Da hat Nespresso offenbar gute Aufklärungsarbeit geleistet. Auch Relais & Châteaux verfolgt mit Nes-

presso seit 2005 gemeinsame Wege. Seit 2006 ist Nespresso zudem der exklusive Kaffeelieferant von Radisson und wird in mehr als 170 Hotels in 48 Län-

dern Europas, des Mittleren Ostens sowie Afrikas angeboten.

Auch Spitzenköche bekennen sich zu Nespresso: Heston Blumenthal, Chef des berühmten Restaurants «The fat duck» in Bray, das mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet ist, konnte der Qualität des Nes-

presso-Kaffees nicht widerstehen. Der Pionier der britischen Küchenchefs serviert seinen Gästen ausschliesslich Kaffee aus der Kapsel.



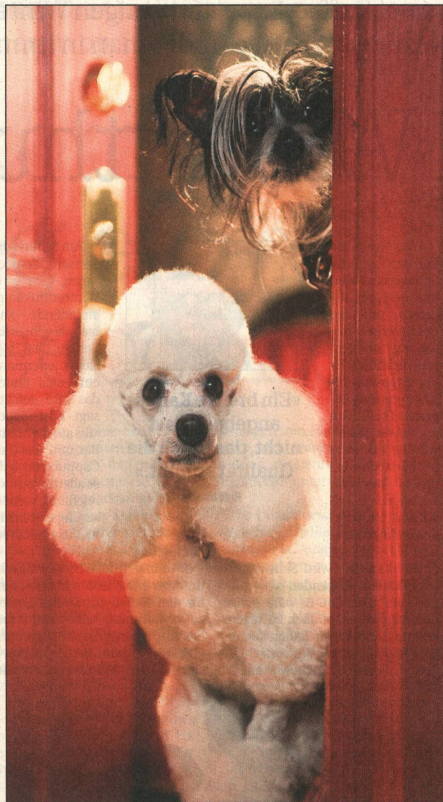
Neues Café La Perla in Celerina

Seit kurzem gibt es im Zentrum von Celerina ein Café mit Bistro, Stüwa und Lounge. Im «La Perla» werden vor allem saisonale Spezialitäten aus der Gegend angeboten. Geschäftsführer Andrea Brenn und Küchenchef Marcel Alder sind davon überzeugt, dass sie aus dem neuen Café einen Treffpunkt im Oberengadin machen können.

Russische Wochen im «Storchen»



Sakuski Buffet, Stroganina, Soljanka, Borschtsch, Lapscha, Pojarski, Vareniky – wem bei diesen Wörtern das Wasser im Mund zusammenläuft, oder wer sich nichts darunter vorstellen kann, der ist in der Rotisserie des «Storchen» in Zürich gut aufgehoben. Bis am 1. März finden im Hotel an der Limmat **Russische Wochen** statt. Küchenchef Fredi Nussbaum wird während dieser Zeit von Sergej Molokin, dem Koch der russischen Botschaft in Bern, tatkräftig unterstützt. Letzten Donnerstag wurde die Eröffnung gefeiert, mit 70 Gästen, einem spektakulären Vorspeisenbuffet, typischen Gerichten, Musik des Moskauer Scherzo-Quartetts und natürlich ein paar Gläschen Wodka. rd



Die Abenteuerkomödie «Hotel for Dogs» bringt nicht nur Menschen zusammen. Auch bei diesen Hauptdarstellern funkt es gewaltig.

So schön kann ein Hundeleben sein

Im Film «Hotel for Dogs» wird das Hundchen zum Herrchen. Die witzigen Vierbeiner amüsieren als verwöhnte Gäste auch den Nicht-Hundefan.

BARBARA ROELLI

Die Abenteuerkomödie «Hotel for Dogs» von Walt Disney lebt von schnellen Schnitten, feuchten Schnauzen, treu dreinblickenden Augen und einer reichen Palette an Hunderassen. In einer amerikanischen Grossstadt fristet das verwaiste Geschwisterpaar Andi (Emma Roberts) und Bruce (Jake T. Austin) ihr Leben bei den verhassten Pflege-Eltern. Einziger Lichtblick ist ihr heissgeliebter Terrier Friday, den sie vor ihnen verstecken müssen.

Eines Tages geraten die Geschwister in das leerstehende Hotel «Francis Duke». Die ehemalige Edelherberge strotzt nur so von Kronleuchtern, Damasttapeten und antiken Polstermöbeln. Andi und Bruce finden hier nicht nur das ideale Versteck für Friday, sondern

auch drei Strassenhunde. So nehmen sich die Jugendlichen auch dieser Vierbeiner an und machen sich zur Aufgabe, sämtliche besitzlose Hunde der Stadt vor den Fängen der «Animal Control» zu retten. Im Hotel richten sie für ihre haarigen Freunde eine regelrechte

schine, das vergoldete Pissoir und die lange Speisetafel, an der das ganze Rudel per Fliessband den Futternapf vor die Schnauze befördert bekommt. Im Auto-Simulator weht dem Hund der Fahrtwind um die Ohren, und im Snack-Automat gibt's Lederschuhe zum Draufbeissen. Als das Versteck auffliegt, geht das Chaos erst richtig los.

Obwohl das Kinder-Movie teils etwas langatmig wirkt, mögen die dressierten Hauptdarsteller auch den Nicht-Hundefan zu beeindrucken. Und der hundefreundliche Hotelier findet darin einige Ideen, auch wenn nicht alle gleich ernst zu nehmen sind: Sei's das Hunde-Spa mit Shiatsu-Massage, der Schönheitssalon mit Maniküre oder die Hunde-Lounge mit Live-Musik.

Auf den Hund setzt man in der Hotelbranche schon länger; dabei mehr oder weniger luxuriös: So bietet etwa das Olde Towne Pet Resort in Virginia neben diversen Spa-Treatments auch Gourmet-Snacks und Limousinen-Service. Bodenständiger tönt das Angebot des «Hundehotels Sommerau» im schweizerischen Trüllikon: Hier erleben «Fido» und Co. im Bauernhof-Ambiente ohne Schnickschnack ihre Ferien. Sie erhalten Familienanschluss und werden altersgerecht spazieren geführt.

«Hotel for Dogs» läuft seit letzter Woche in den Kinos vieler Schweizer Städte.



Der passende Hundelift: Hotelgäste auf dem Weg in die Zimmer.



Bruce (Jake T. Austin) und Andi (Emma Roberts) mit Hotelgästen.

Wellness-Oase ein. Der 11-jährige Bruce ist ein begabter Tüftler und erfindet diverse Maschinen, um den Grundbedürfnissen der Vierbeiner gerecht zu werden. So schmunzelt man als Zuschauer über die Sieben-Tage-Futterma-

ANZEIGE



Evolution Plus: Noch mehr Auswahl auf Knopfdruck

Lust auf ein breiteres Angebot an Kaffeespezialitäten? Dann ist die Evolution Plus das Richtige für Sie. Bestechend in Form und Design. Leistungsstark und attraktiv. Wahlweise mit Kühleinheit und integriertem Milchschaum oder dem neu entwickelten Autosteam Pro. Für noch mehr Abwechslung und perfekten Milchschaum auf Knopfdruck. Ergonomische Bedienungseinheit Pre-Selection Plus aus Glas mit 16 Vorwahltasten. Vier Ebenen auf dem grossen Grafikdisplay für bis zu 32 individuell programmierbare Getränkekreationen. Im gleichen Look: der Kühlschrank KE320 für den Milchvorrat. Eine überzeugende Lösung für anspruchsvolle Kunden.

Franke Kaffeemaschinen AG
Franke-Strasse 9
4663 Aarburg
Fon 062 787 36 07
Fax 062 787 30 10
www.franke-cs.com

FRANKE

The art of excellent coffeemaking

COFFEE
SYSTEMS

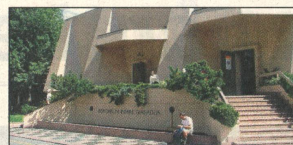
cahier français

htr hotelrevue No 7 / 12 février 2009



Golf de Sierre

L'extension du golf sierrois a été exemplaire, tant pour le tourisme que pour la nature.
Page 20



Tourisme culturel

Martigny Tourisme entend davantage miser sur la culture et la Fondation Gianadda.
Page 23



Les études commandées par hotelleriesuisse ont permis de comparer les prix suisses avec ceux des pays voisins.

Les coûts sont au cœur du débat

Le tourisme suisse n'est pas assez compétitif par rapport à celui des pays voisins.

Les coûts jouent un rôle clé.

MIROSLAW HALABA

Avec ses 37 millions de nuitées, le tourisme suisse a bouclé l'année 2008 sur un résultat record. Toutefois, pour obtenir une croissance à long terme capable de supporter les variations conjoncturelles, comme celles qui sont attendues pour cette année, il doit renforcer sa compétitivité internationale en termes de prix. C'est le constat qu'a fait hotelleriesuisse sur la base,

notamment, de deux études qu'elle a commandées, l'une à l'institut BAK Basel Economics, l'autre au bureau Hanser et Partner SA, à Zurich. Ces études, dont les résultats ont été présentés lundi à Berne, montrent que le niveau des coûts oblige la branche «à appliquer une politique des prix très désavantageuse pour la compétitivité». Ce qui a permis au président d'hotelleriesuisse, Guglielmo Brentel, de ré-

péter: «En Suisse, nous n'avons pas un problème de prix, mais un problème de coûts».

Trois scénarios pour faire baisser les coûts

Le tourisme suisse a, certes, amélioré sa situation, au cours des dernières années. «Entre 2000 et 2007, les désavantages, en termes de prix, ont diminué de 13 points», a expliqué Christian Hunziker, écono-

miste au BAK. Comparés, toutefois, à ceux de l'Autriche, d'Allemagne, d'Italie et de France, les prix suisses restent 12% plus élevés. Deux facteurs sont à l'origine de cette situation: les coûts salariaux (26% plus haut que chez les voisins européens) et les coûts des marchandises (+16%).

Le BAK estime que notre pays pourrait corriger ces désavantages en améliorant les conditions cadres et en procédant à des réformes structurelles de l'économie touristique. L'institut a analysé trois scénarios qui pourraient apporter des améliorations.

La suppression complète des barrières à l'importation pour l'industrie agro-alimentaire – scénario «libre-échange» – pourrait réduire de 1,4% les différences de prix existant avec les pays limitrophes. Si l'on ajoutait à ce scénario la dérégulation sur le plan des transports, des télécommunications, de l'énergie et de l'agriculture, le potentiel de réduction serait de 5,2%. L'augmentation de la productivité – troisième scénario – pourrait se solder par une diminution des prix de 1,9 à 4,8%, selon que l'on accorde ou non des hausses salariales.

Nécessité d'améliorer les conditions cadres

hotelleriesuisse, comme le BAK, d'ailleurs, est d'avis qu'il faut intervenir sur plusieurs axes, car les actions interagissent les unes avec les autres. Un de ces axes est le niveau politique.

Les résultats de l'analyse du BAK confortent l'association faîtière de l'hôtellerie suisse dans «sa volonté de dérégulation, de libéralisation et de politique d'ouverture conséquente», a expliqué, en substance, son directeur Christoph Juen. Et de citer, notamment, l'introduction

unilatérale du principe du «Cassis de Dijon», l'autorisation des importations parallèles en Europe, hotelleriesuisse entend s'engager fortement pour un accord de libre-échange avec l'Union européenne (UE) dans l'agriculture et l'industrie agro-alimentaire.

Christoph Juen a rappelé aussi

l'importance d'un climat fiscal attrayant, hotelleriesuisse salue, dès lors, la réforme de la TVA et plaide en faveur d'un taux unique «aussi bas que possible». La libre circulation des personnes est, à ce titre, aussi essentielle: avec l'UE, mais aussi avec des pays qui ne sont pas membres de l'UE.

Les champs d'action des entreprises hôtelières

Une autre action d'intervention est l'action de l'hôtelier sur sa propre activité. L'offre hôtelière traditionnelle n'étant plus suffisante, il convient aujourd'hui de l'enrichir. «Il est bon de s'interroger sur les raisons pour lesquelles les gens voyagent», a déclaré Guglielmo Brentel. Pour le président d'hotelleriesuisse, l'hôtellerie de loisirs doit désormais s'efforcer d'offrir à ses hôtes «une expérience globale», alors que l'hôtellerie d'affaires doit grouper ses prestations.

Interrogé sur les conséquences du ralentissement économique pour l'hôtellerie, Guglielmo Brentel s'est déclaré relativement confiant. «Notre branche est mieux préparée à traverser la crise qu'il y a encore cinq ans», a-t-il dit. Pour lui, les difficultés ne toucheront pas tous les segments de la même manière. Les plus touchés devraient être le tourisme d'affaires et l'hôtellerie urbaine.

Voir également le cahier Fokus

Hôtels de loisirs: compétitivité accrue

Les hôtels de loisirs suisses sont parvenus, ces derniers temps, à améliorer leur compétitivité par rapport à l'étranger. Sont avant tout concernés: les quatre étoiles et les hôtels de luxe.

MIROSLAW HALABA

Depuis l'année 2000, les différences de prix et de coûts entre la Suisse et l'étranger tendent à diminuer. Le

mouvement est, toutefois, lent. Cette bonne nouvelle, c'est l'étude du bureau zurichois Hanser et Partner SA (BHP) qui l'a apportée.

Commandée par hotelleriesuisse et présentée lundi, en même temps, que l'étude de l'institut BAK-Basel Economics, ce travail de recherche a analysé les prix et les coûts dans les hôtelleries alpines autrichiennes, italiennes et suisses.

L'amélioration de la situation, a expliqué, Jürg Kuster, le responsable du projet, a toutefois concerné avant tout les hôtels suisses de

quatre et de cinq étoiles. Ils doivent cette situation à leur bonne structure. Le prix des chambres de ces hôtels se situe dans la même fourchette que 80% des hôtels du segment de prix moyen en Autriche et en Italie, notent les auteurs de l'étude.

Ce constat est notamment valable pour l'hôtellerie wellness quatre

étoiles et pour l'hôtellerie pour famille quatre étoiles. L'étude relève, d'autre part, que les hôtels de trois et quatre étoiles helvétiques sont parvenus à compresser leur frais de financement et à les ramener au niveau de leurs concurrents autrichiens.

La situation est, en revanche, très différente pour les hôtels trois étoiles. Ceux-ci enregistrent un désavantage en termes de prix pouvant aller jusqu'à 40%.

Les trois-étoiles suisses enregistrent un désavantage en termes de prix pouvant aller jusqu'à 40%.

Ces hôtels constituent de petites structures qui n'ont pas de possibilité de développement ou de diversification. L'étude souligne que ces trois étoiles connaissent un peu partout les mêmes difficultés, qu'ils soient suisses, autrichiens ou italiens.

Elle a aussi constaté que les établissements suisses ont réussi à maintenir leur marge brute d'autofinancement (cash-flow), contrai-

rement aux hôtels autrichiens et italiens qui ont accusé «de nets reculs» dans ce domaine.

Pour le président d'hotelleriesuisse, Guglielmo Brentel, les hôtels trois étoiles ont toutefois aussi des atouts à faire valoir. Et de citer notamment: l'authenticité et l'individualité. De taille moyenne, ils peuvent, par ailleurs, proposer à leurs hôtes «une ambiance décontractée» et jouer le rôle de lieu de rencontres.

Voir également le cahier Fokus

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Innovations happy
Visitez notre catalogue à feuilleter!

happy systems™
Ah! Si j'avais un lit happy.

www.happy.ch

Des nouveaux hôtes? Vous les trouverez chez nous!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

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

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

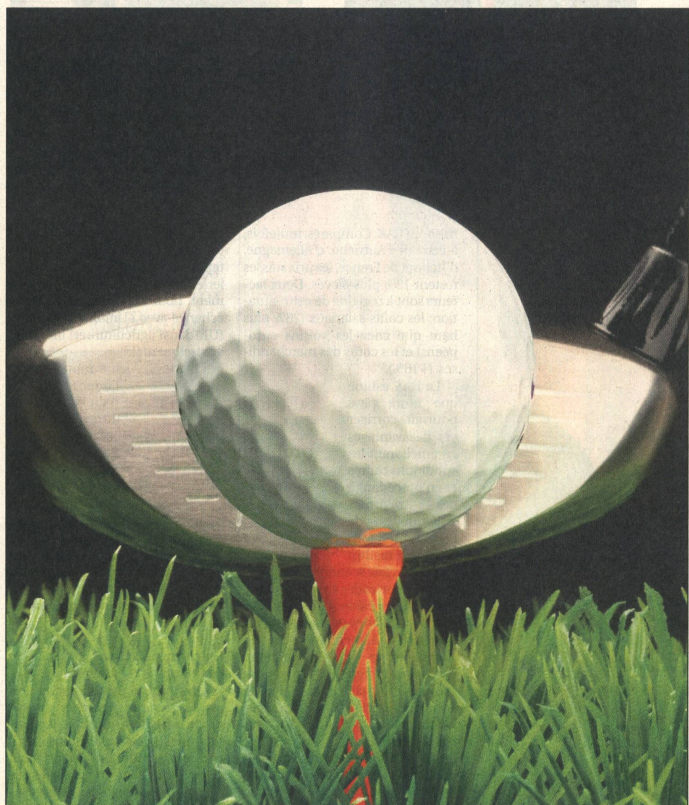
stars & hotels
Swiss Hotel Film Award

www.swiss-hotelfilmaward.ch

BRITA Professional

PURITY C – la solution flexible

Sierre: un golf exemplaire



Selon Marie-Thérèse Sangra, du WWF Valais, l'extension du golf de Sierre a permis de trouver les «meilleures solutions de compromis pour les golfeurs, le tourisme et la nature».

La date est fixée: les golfeurs pourront tester dès le 13 juin le 18 trou sierrois. Les aménagements sont presque terminés et, «il n'y a plus qu'à attendre que le gazon pousse», se réjouit le président du Golf Club, Jean-Claude Renggli, soulagé car il les a décomptés: il s'est écoulé pas moins de 1977 jours entre la présentation du projet d'extension du 9 trous aux autorités sieroises et l'autorisation de bâtir délivrée l'été dernier. Cinq ans et demi jalonnés par les procédures avec la Ville et l'Etat du Valais, les discussions avec les organisations écologiques et un référendum populaire suivi d'une votation.

Un résultat exemplaire grâce, aussi, aux organisations de la nature

L'extension de 26 à 53 hectares a tout de même pu se faire et s'il est une chose qu'en définitive, Jean-Claude Renggli ne regrette pas, ce sont les tractations avec les organisations de la nature et la convention qui en est sortie. Les compensations nature à charge du Golf Club s'élèvent à un million de francs, sur un coût total d'un peu plus de six millions de francs de travaux.

«Ces compensations sont des plus-values qui renforcent l'attractivité du golf», explique-t-il. «Nous

Le 18 trous de Sierre s'ouvrira au mois de juin. Les compensations écologiques liées à son extension offrent une véritable plus-value.

GENEVIÈVE ZUBER

avons rendu à la nature une bande de quatre hectares en bordure du Rhône, créé un sentier pédestre pour les promeneurs et soigné l'arborisation sur le golf même. Les golfeurs se contentent de moins en moins de taper des balles, l'environnement doit également leur procurer une émotion.»

Le parcours se déroule en pleine nature et sous le signe de l'eau, entre le fleuve, les quatre goulles, les deux lacs et les canaux qui le jalonnent, et, dans trois ou quatre ans, lorsque la végétation aura poussé, on prendra la pleine mesure de la dimension paysagère de notre golf qui sera, j'en suis sûr, exemplaire en Suisse. Pour sa part, Marie-Thérèse Sangra, du WWF Valais, salue

également le résultat, mais aussi la manière: «Les choses commencent à changer en Valais et le golf de Sierre a valeur d'exemple: tous les partenaires se sont assis à la même table pour trouver les meilleures solutions de compromis pour les golfeurs, le tourisme et la nature.»

Le Valais doit attirer davantage de golfeurs

Avec ce 18 trou, la destination golfique Valais renforce son offre, qui comprend en tout neuf sites (Crans-Montana, Verbier, Sion, Sierre, Loèche, Riederalp, Zermatt et Obergesteln). Mais dans cet «Eldorado du golf», l'offre n'est-elle pas surabondante? Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme, estime que, au contraire, quelques golfs supplémentaires, des 18 trous dans le Haut surtout, seraient bienvenus pour l'image du Valais: «Les vrais golfeurs veulent des 18 trous.»

L'exploitation d'un golf coûtant cher, le défi, pour le golf de Sierre comme pour la plupart des autres, est d'attirer de nouveaux membres et des touristes bien sûr. Et tant Urs Zenhäusern que Giusy Abatellmarco, président de l'Association valaisanne de golf, sont d'accord sur ce point: il faut renforcer aussi bien le marketing que les produits du type Sleep & Golf par exemple.

Valable du 2 au 20 février 2009
chez votre dépositaire de boissons.



L'énergie naturelle

**Action spéciale
commander
maintenant**



Fraîcheur naturelle



Les épreuves de ski et de snowboard des 4es Jeux d'hiver internationaux des écoliers se dérouleront aux Rochers-de-Naye.

Photos 100

Cinq cents écoliers logeront à l'hôtel

Les Jeux internationaux des écoliers se dérouleront sur la Riviera du 19 au 22 février. Les quelque 500 participants logeront tous à l'hôtel et non pas dans des dortoirs.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

La Riviera vaudoise accueillera pour la première fois les Jeux internationaux des écoliers. Venus des cinq continents, plus de 500 jeunes athlètes de 12 à 15 ans sont attendus. Ils sont accompagnés de 300 coaches et entraîneurs et représenteront 41 délégations. C'est la quatrième fois que de telles

joutes sont organisées pendant la saison hivernale.

Six disciplines sportives dont le ski, le patinage et le curling

Les jeunes athlètes en découvriront dans des épreuves fraternelles de ski, de snowboard, de ski de fond, de curling, de patinage artistique et de ski-orientation sur les sites des Pléiades, des Rochers-de-Naye, de Lausanne et de Sion. Dans un premier temps, c'est dans la localité de Château-d'Ex que les organisateurs avaient prévu d'organiser les épreuves attribuées à Sion (le patinage artistique), mais des incompatibilités techniques ont mené à ce déplacement en Valais.

Cette compétition, qui réunit des délégations de villes et non de nations, verra – autre première – des participants venus d'Accra, la capitale ghanéenne, et de Nairobi. Pour la petite histoire, ces derniers sont sur la Riviera depuis trois semaines déjà, dans le but d'appren-

dre à... skier. Au budget des organisateurs: un million de francs, pour la moitié assumés par les communes de Vevey et de Montreux et des sponsors, dont les grands partenaires touristiques et hôteliers, sous le haut patronage du CIO. Car ce seront bien des hôtels qui accueillent les délégations: le Montreux Palace pour ce qui est des di-

rigeants, l'Hôtel Helvétie et l'Eurotel Riviera pour les adolescents.

Tous les déplacements se feront avec les transports publics

La plupart du temps, les repas seront pris en commun à la salle omnisports de Montreux ou au 2m2c (le Centre des congrès de Montreux). Ils sont pris en charge

Plus de 32 000 enfants, âgés de 12 à 15 ans, ont pris part jusqu'ici aux Jeux internationaux des écoliers

C'est à un professeur de Slovénie, qui faisait alors partie de la Yougoslavie, que l'on doit la création en 1968 des Jeux internationaux des écoliers. Neuf villes participèrent à la première édition à Celje, en Slovénie. Cette première réussie encouragea d'autres organisateurs.

Deux ans plus tard, c'est la ville d'Udine, en Italie, qui mettait sur pied la deuxième édition de ces

Jeux internationaux des écoliers. Dès lors, plusieurs autres villes, dont Graz (Autriche), Darmstadt (Allemagne), puis Genève et Lausanne, accueillirent les délégations du monde entier.

Une double première a eu lieu en 1994. Cette année-là, les Jeux furent organisés pour la première fois en dehors de l'Europe, à Hamilton, au Canada. Il y eut également pour la première fois

des Jeux d'hiver, organisés à Celje, en Slovénie.

Plusieurs villes ont depuis lors accueilli les Jeux à trois reprises, dont Genève et Darmstadt. A ce jour, 29 villes de 21 pays ont organisé 44 Jeux, dont trois d'hiver comme c'est le cas cette année sur la Riviera. Plus de 32 000 enfants, âgés de 12 à 15 ans, y ont participé jusqu'ici en représentant 74 pays de tous les continents. jje

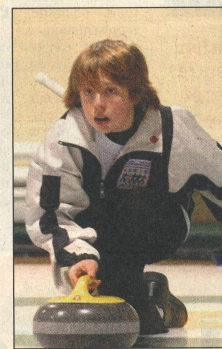
par deux traiteurs de la région. Autre particularité: tous les déplacements se feront en transports publics, une volonté des organisateurs de positionner la manifestation dans le respect du développement durable.

Au-delà des épreuves sportives, les jeunes qui viendront sur la Riviera vaudoise – dont beaucoup pour la première fois – auront l'occasion de découvrir la région et de visiter notamment le Musée olympique et le Château de Chillon. Autant dire que, pour Montreux-Vevey Tourisme, c'est une aubaine. «Un enfant heureux dans la région» y précise-t-on, «est certainement le touriste adulte de demain, sans compter que les re-

Les participants des Jeux internationaux des écoliers logeront tous dans des hôtels de la Riviera.

tombées en matière d'espace presse ne seront pas négligeables.»

Une centaine de bénévoles ont été recrutés dans toute la région. L'arrivée des délégations aura lieu le 18 février dans la journée, leur départ est prévu le 23 février.



Le curling sera l'une des six disciplines au programme.

En bref

Genève

Telecom: quota de chambres restitué aux hôteliers



Du fait de la crise, Telecom 2009 s'annonce mal. Au point que la Chancellerie d'Etat genevoise a récemment écrit aux hôteliers pour restituer une partie du quota de 8500 chambres bloquées pour cette manifestation. «A la même époque de l'année en 2003, tout était quasi loué, alors que ce n'était pas une édition extraordinaire, contrairement à 1995 et 1999», relève Robert Hensler, chancelier du canton de Genève. Seules 2000 chambres sont louées à l'heure actuelle. hk

Vaud

Lavaux: projet de coordination des manifestations

Sous l'égide de Montreux-Vevey Tourisme, le Lavaux vient de lancer un «vaste» projet de coordination des manifestations. Les premiers jalons ont été posés lors d'une séance qui a réuni une trentaine de représentants des organisations intéressées, lit-on dans le dernier bulletin d'information de Montreux-Vevey Tourisme. L'idée est de les rassembler autour de deux dates phares afin de permettre au Lavaux de proposer des événements qui reflètent sa notoriété. L'objectif est de réaliser ce projet pour 2010, indique encore l'office du tourisme. mh

Berne

Vins de l'Etat de Berne: nouvelle catégorie



Les spécialités de vin rouge, y compris le vin en barrique, seront admis pour la première fois aux concours des vins de l'Etat de Berne 2009. Le jury, dans lequel siège le conseiller d'Etat Andreas Rickenbacher, se prononcera le 19 juin. Pour la première fois également, la région du lac de Thoun et les autres régions du canton pourront participer à cette épreuve dont les lauréats pourront utiliser le label «Vin de l'Etat de Berne 2009» à des fins de marketing. mh

Arc jurassien

Quelque 2500 personnes au premier SnowUp

Les organisateurs du premier SnowUp, qui a eu lieu le week-end dernier dans le Jura bernois et dans le Jura, se sont déclarés «satisfaits» de la fréquentation, a relevé la presse régionale. Quelque 2500 personnes se sont livrées aux plaisirs des sports d'hiver sur le modèle des SlowUp, ces journées dédiées à la mobilité douce. mh

Le projet du Lac-Noir a été modifié

Les futurs Bains de la Singine seront construits beaucoup plus près du lac, avec une architecture complètement revue, topographie oblige. Autre changement, le financement, désormais entièrement privé.

HELENE KOCH

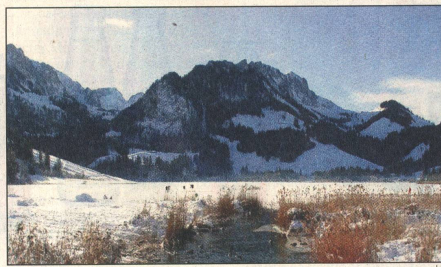
Changement d'emplacement et donc d'architecture: en quelques mois, le projet des Bains du Lac Noir a été complètement modifié. Conséquence de ces bouleversements, l'ouverture de ce centre de wellness ne se fera pas l'automne prochain (htr du 3 avril 2008). «Il faudra compter deux ans, au moins», explique Jean-Marc Schu-

wey, architecte au bureau Beat Baeriswyl. Un allongement du délai qui s'explique notamment par le fait qu'il faut recommencer à zéro toutes les démarches concernant les permis de construire.

Le projet a en effet totalement changé, à commencer par l'endroit où se construiront les bains. Et cela malgré la mise à disposition d'un terrain par la commune de Planfayon. «C'était un emplacement favorable par rapport aux facilités accordées par la commune, mais moins géographiquement», relève Jacques Dumoulin, le directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme. L'emplacement initialement prévu était en effet situé à environ 2 km du lac, alors que le nouveau se trouve directement sur les rives du Lac Noir. En revanche, l'architecture des bâtiments doit être entièrement revue car on passe d'un ter-

rain plat à un terrain ayant une pente assez marquée. Le bâtiment qui abritera le centre de wellness et les bains sera construit directement à côté de l'hôtel restaurant Primerose. Il a également pris de l'importance.

Des appartements de vacances, quatre ou cinq, y seront inclus. Il y aura également deux ou trois surfaces commerciales en plus, soit pour des magasins, soit pour des services, comme un coiffeur par exemple. «Ce n'est pas encore défini», note Jean-Marc Schuwey. Dans la foulée, le projet est également devenu entièrement privé. Il manquait en effet encore 4 millions de francs au niveau du financement sur lesquels le canton de Fribourg devait encore se prononcer. Le conseil d'Etat a finalement refusé cette somme. Le comité d'initiative des Bains du Lac Noir s'est



Le centre de wellness sera construit directement sur les rives du lac.

alors tourné vers la société immobilière Neuter AG. «Cette société a davantage de moyens pour investir dans ce projet», explique Adolf Kaeser, directeur de l'office du tourisme du Lac Noir et membre

du comité d'initiative. Ce nouveau financement, entièrement privé, a aussi comme conséquence que les Bains du Lac Noir sortent du cadre de la nouvelle politique régionale (NPR).

De la harpe au petit-déjeuner

La harpiste de l'Hôtel Bristol, à Genève, entraîne tous les matins les clients encore endormis dans une ambiance féerique.

ALEXANDRE NICOLIN

Chaque matin, la magie opère! Si parfois, sa harpe lâche des gerbes de lumière, Ingrid Viguière distille le plus souvent ses notes en vagues sereines et en arpèges délicats. Et la salle se réveille en douceur. Salvatore di Mare, le directeur général de l'Hôtel Bristol, évoque la gestation du projet.

«Au milieu des années nonante, j'ai eu l'occasion de séjourner à l'Hôtel Métropole de Moscou. Chaque matin, une harpiste prenait place sur un podium pour jouer. Elle portait chaque jour une nouvelle robe. Il y avait une dimension majestueuse qui m'avait beaucoup impressionné. C'est à cette époque qu'a



«Il se tisse un lien particulier entre nos habitués et notre harpiste qui joue tous les jours.»

Salvatore di Mare
Directeur de l'Hôtel Bristol à Genève

germé l'idée d'avoir une harpiste dans mon établissement. Je me suis dit: dès que je pourrai, je le ferai et je l'ai fait!»

La harpiste se produit tous les matins entre 7h30 et 9h30

Cette idée confère au Bristol une signature originale. «Notre harpiste est citée dans 90% des retours-clients que nous avons. Il se tisse un lien particulier entre nos habitués et notre harpiste. Il faut dire qu'elle est toujours là! Elle joue 365 jours par an. Même à Noël. Tous les matins», s'enthousiasme Salvatore di Mare. Et c'est vrai qu'il faut suivre la cadence. Tous les jours de la semaine, la musicienne se produit entre 7h30 et 9h30, «sauf le dimanche, où je ne commence qu'à huit heures. C'est le jour de ma grasse matinée hebdomadaire», plaisante Ingrid Viguière. Grasse matinée? No-

tion peut-être un peu exagérée. Résidant en France voisine, Ingrid doit tout de même mettre le réveil à 6h30!

Cours, répétitions, orchestre, représentations privées etc... Ingrid Viguière est une artiste professionnelle aux multiples casquettes. Son engagement à l'Hôtel Bristol revêt cependant un



L'Hôtel Bristol, à Genève, permet à ses clients de prendre leur petit-déjeuner en écoutant une harpiste professionnelle.

Photos Alexandre Nicolin

caractère particulier et, à travers toutes ces années, elle y est toujours fidèle et ne se fait que très rarement remplacer. Quitte à se battre avec son agenda! «Il y a sept ans que j'ai commencé à me produire ici», confie-t-elle. «J'étais alors étudiante et il était très important pour moi d'avoir un salaire fixe. Ce poste

m'accompagne depuis longtemps et m'a beaucoup aidé.»

Une «si bonne idée» qui n'a pas encore été copiée

Jouer pour une clientèle matinale requiert une adaptation primordiale. «Je suis à 10% du volume potentiel de l'instrument. Sinon, ce

serait beaucoup trop fort», sourit Ingrid Viguière. Une des principales difficultés a consisté à monter un répertoire. En effet, la harpe est un instrument aux doigts si complexes qu'il ne permet pas vraiment le déchiffrement à vue. «Au début, je n'avais qu'un programme de 45 minutes que je jouais trois fois d'affi-

lée», précise-t-elle. Aujourd'hui, elle a cinq heures de partition dans les doigts! Malgré le nombre des années, Salvatore di Mare ne semble absolument pas lassé de sa harpiste. Bien au contraire, il avoue, tout en s'en réjouissant, «ne pas bien comprendre pourquoi personne n'a copié une si bonne idée».

Une réponse pour chaque client.

La qualité suisse, depuis 80 ans!

1929-2009
80
Michel



Avec Michel, vous répondez toujours aux attentes de vos clients. Pas étonnant lorsqu'on sait que l'assortiment et la qualité suisse Michel satisfont les amateurs de jus de fruits depuis 1929. Surprenez régulièrement vos clients grâce à une qualité supérieure, la qualité Rivella. Pour rendre la vie plus fruitée.

Le tourisme culturel est le principal atout de Martigny

L'Office du tourisme de Martigny mettra désormais mieux en valeur son très riche patrimoine culturel.

EMMANUEL MANZI

L'Office du tourisme (OT) de Martigny remet en exergue l'art et la culture de la cité comme principales attractions touristiques. Plus



«Nous avons choisi d'intensifier notre promotion sur l'art et la culture.»

Fabian Claivaz
Directeur de Martigny Tourisme

Pour ce faire, Martigny et son patrimoine culturel seront promus par le biais de Suisse Tourisme et Valais Tourisme qui participeront à la Bourse internationale du tourisme, à Milan, du 19 au 22 février, et au salon touristique «Le Monde», à Paris, du 18 au 22 mars.

Un nouveau forfait «art et culture» sera lancé au mois d'avril

A partir du mois d'avril, l'OT de Martigny lancera un nouveau forfait «art et culture» comprenant une nuit d'hôtel, une entrée à la Fondation Gianadda, une bouteille de vin de la cuvée de la fondation et le catalogue de l'exposition «Rodin érotique», jusqu'au 14 juin, et de celle de «Courbet et Picasso», du 19 juin au 22 novembre. Fabian Claivaz estime que cette opération devrait inciter les touristes à séjourner à Martigny plus longtemps et donc leur permettre de visiter les autres musées et attractions de la ville.

Cet été, le petit train touristique allongera son parcours. En outre,

tous les dimanches de juillet et août, ses passagers pourront effectuer un parcours gourmand qui comprend l'apéritif au Château de La Bâtie, le repas à l'ancien Moulin Semblanet et le dessert au Musée et Chiens du Saint-Bernard.

Tous les ronds-points de la ville sont ornés d'une sculpture

Lorsque le touriste parcourt les rues de la ville, il découvre très vite que les ronds-points sont ornés d'une sculpture. «C'est l'une des seules villes en Suisse qui possède cette particularité», précise Fabian

Claivaz. La dimension artistique est tellement omniprésente en ville que «nous la qualifions de capitale culturelle pour le Valais», note Fabian Claivaz, en mettant en évidence le mot «art» qui compose Martigny! Cela est d'autant plus justifié que le parc de la Fondation Gianadda comporte 35 sculptures d'artistes tels

que Rodin, Chagall ou Niki de Saint Phalle.

Non content d'attirer les amateurs d'art, Martigny suscite aussi

Cet été, Martigny accueillera le Tour de France cycliste

C'est le cyclisme qui va le plus promouvoir la ville de Martigny cette année. Avec le passage du Tour de France et l'arrivée d'une étape, le dimanche 19 juillet, à Verbier. Cette arrivée sera suivie d'un jour de repos et, le lendemain, du départ de l'étape suivante depuis Martigny. A l'occasion de ces trois jours, la ville d'Octodure et toute la vallée d'Entremont seront en fête, avec concerts et combats de reine, décorations et animations. Un tel événement attirera les foules et les médias du monde entier.



Martigny a plusieurs atouts culturels à faire valoir: la Fondation Gianadda, son parc de sculptures avec ici une Nana de Niki de Saint Phalle, mais également le musée consacré aux chiens Saint-Bernard, pour ne citer que trois exemples.

l'intérêt de la clientèle plus élargie des familles avec son récent Musée et Chiens du Saint-Bernard, ouvert en 2006 dans un ancien arsenal, non loin de la Fondation Gianadda.

Ce musée consacré a déjà accueilli 100 000 visiteurs. «Son succès s'explique par le capital sympathie que les chiens Saint-Bernard exercent auprès des enfants», note Fabian Claivaz. «Il s'explique aussi du fait que tant de vies humaines ont été sauvées par de tels chiens dans les Alpes.»

La Fondation Pierre Gianadda a attiré à Martigny plus de huit millions de visiteurs en trente-et-un ans.

Incontestablement, la Fondation Pierre Gianadda est, de manière permanente, la principale attraction touristique de Martigny. Elle a accueilli 110 expositions, des dizaines de concerts de musique classique. En trente-et-un ans, elle a attiré plus de huit millions de visiteurs. Avec un record d'affluence de 48 000 entrées

pour l'exposition de Van Gogh en 2000. Cette même année, Martigny enregistrait un autre record avec 153 000 nuitées hôtelières. Nombreux sont les touristes qui, de toute la planète, viennent à Martigny uniquement pour une exposition. La Fondation Pierre Gianadda est le deuxième plus important musée de Suisse après la

Fondation Beyeler à Bâle. Elle a été créée par Léonard Gianadda en mémoire de son frère Pierre, décédé en 1976 dans un accident d'avion. Elle a ensuite ouvert ses portes en 1978 sur l'emplacement où furent découvertes des ruines romaines, ce qui a donné lieu, entre autres, à un musée archéologique.

La saga du sauvetage de l'Hôtel Cristal

Le Cristal a failli être transformé en appartements de vacances à Grimentz. Cet hôtel trois-étoiles a néanmoins pu rouvrir ses portes à Noël. Un soulagement pour toute la station.

GENEVIÈVE ZUBER

Grimentz: une station valaisanne des plus cotées. Si la para-hôtellerie y est en constant développement, le secteur hôtelier se réduit quant à lui à 200 lits sur près de 5000. Deux cents lits, Cristal compris. Cet hôtel est en effet l'un des deux seuls établissements trois étoiles qui il reste là-haut. Il avait mis la clé sous le paillasson dans le courant de l'été

dernier, avant de rouvrir, le 19 décembre.

La capacité hôtelière du Cristal sera doublée

Dans la région, la satisfaction est d'autant plus grande que le repreneur, le groupe anglais Gardian Care, qui possède des maisons de retraites et plusieurs hôtels, a également acheté le terrain adjacent et s'est engagé à lancer, dans les deux ans, la construction d'un immeuble de logements de vacances avec service hôtelier. Une première pour Grimentz qui n'offre

Le repreneur construira un immeuble adjacent qui proposera des appartements avec un service hôtelier.

pas encore cette formule d'accueil, une formule d'avenir dans les Alpes. La capacité hôtelière du Cristal, avec 26 chambres aujourd'hui, est ainsi appelée à doubler.

En attendant, le Cristal, qui date des années nonante, a été partiellement rénové. De plus, le restaurant, fermé depuis deux ans, a rouvert au public. Le sauvetage de l'hôtel est une véritable saga.

Il appartenait jusqu'à l'année dernière au promoteur annivard bien connu, Urban Kittel: «On reproche aux promoteurs de s'en mettre plein les poches, alors que le tourisme a

besoin de l'hôtellerie. C'est pour cette raison que j'ai construit deux hôtels, dont le Cristal. Mais je ne suis pas gestionnaire d'hôtels et c'est pour cela que j'ai décidé de le vendre.»

Urban Kittel précise avoir vendu le Cristal à perte, mais «je ne regrette rien car son exploitation va ainsi se poursuivre et l'acquéreur va injecter des moyens financiers de l'ordre de 6 à 7 millions de francs dans l'extension prévue.»

La crise pourrait attirer des investisseurs étrangers

Chargé de trouver un acheteur, John Möderle, de la société genevoise Silsila, explique que cette vente a été une course d'obstacles et qu'il s'en est fallu de peu pour que, faute d'aboutir, l'établissement soit transformé en appartements de vacances.

Un premier acquéreur, un groupe anglo-suédois avait été trouvé, mais le moratoire Cina sur la vente aux étrangers, entré en vigueur peu après, a coupé court à la transaction. Puis, Gary Hartland, de Gardian Care, se porte acquéreur. «Un groupe pesant 200 millions de



Menacé dans un premier temps d'être transformé en appartements de vacances, le Cristal conservera son statut hôtelier.

livres sterling et sans dettes», précise John Möderle. Ce dernier raconte qu'il a fallu passer près d'un an en négociations diverses entre la recherche de financement auprès des banques et l'obtention du non-assujettissement à la Lex Koller pour le terrain. «Heureusement que le vendeur et l'acquéreur étaient patients. Mais ces démarches sont trop longues et le tourisme risque ainsi de perdre des investisseurs.»

Et pour John Möderle, ce serait dommage car, par les temps qui courent, les biens touristiques immobiliers en Suisse sont particulièrement attractifs pour la sécurité et les valeurs qu'ils représentent. Et l'hôtellerie dans le Val d'Anniviers, du fait de son sous-développement quantitatif, serait un créneau porteur pour ces investisseurs. Comme quoi, la crise pourrait même avoir du bon.



«Le Suisse compare souvent une bonne expérience à l'étranger avec une mauvaise chez lui. Ce n'est pas juste.»

Guglielmo Brentel (Page 10)



Les étudiants du programme de bachelor en «hautes études en hôtellerie et professions de l'accueil» viennent de recevoir leur diplôme. Ils étaient cent trente à avoir eu cet honneur.

Photos Jean-Pierre Rutti / iStock

EHL: remise de diplômes

Deux cérémonies de promotion ont animé le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne. 169 étudiants ont été diplômés à cette occasion.

MIKOŚLAW HALABA

La session d'automne 2008 de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) s'est terminée, ces derniers jours, par deux cérémonies de promotion pleines de vitalité et de convivialité, comme il se doit. Jeudi dernier, 39 étudiants sur les 50 inscrits ont reçu leur certificat attes-

tant qu'ils avaient suivi avec succès le programme de «gestion d'exploitation hôtelière». Cette formation intensive comprend deux semestres sur le campus et un stage de six mois en entreprise, au terme duquel ils recevront leur diplôme.

Dans son allocution, le directeur général de l'école, Ruud Reuland, a invité, notamment, les nouveaux diplômés à «apprendre à se connaître», à «identifier leurs forces», mais aussi à «être eux-mêmes». «Montrez que vous êtes volontaires et responsables et que vous êtes prêts à rendre des comptes», a-t-il déclaré aussi.

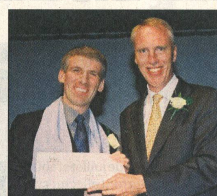
Bien que la situation économique actuelle soit préoccupante, Ruud Reuland a tenu à rappeler que les perspectives de développement de l'hôtellerie internationale sont «très positives». Il a relevé

aussi l'importance qu'a prise la notion de développement durable. Celle-ci ne peut désormais pas laisser indifférent les cadres de la branche hôtelière.

Une semaine auparavant, ce sont les étudiants du programme de bachelor en «hautes études en hôtellerie et professions de l'accueil» qui avaient reçu le diplôme tant convoité. Cent trente étudiants sur 133 ont été distingués lors de cette cérémonie. Ce programme de bachelor – programme le plus demandé – bénéficie d'une double accréditation, soit celle de «Haute école spécialisée» (HES), délivrée par la Confédération, et celle de «Bachelor of Science in International Hospitality Management», délivrée par la New England Association of Schools and Colleges (NEASC) aux Etats-Unis.



F. Lafayette Driessens (NL), major de prom. (bachelor), B. Voegelin (Hotela, à dr.) et R. Reuland (EHL).



Enrico Scipionato (I), major de promotion (diplôme) et Ruud Reuland (à dr.), directeur général de l'EHL.



Prix Esprit (bachelor): Marcos Cadena (SUI/MEX) et Catia Hofmann (Parmigiani) et B. Willi (EHL, à dr.).



Prix Esprit (diplôme): Anais Bouyon (F, au centre) avec Arlette Walter et Bertrand Willi (EHL).



Les diplômés du programme de «gestion d'exploitation hôtelière» au terme de leur parcours académique.

D'une langue à l'autre

Hôteliers satisfaits après les votations du 8 février



Alan D. Bollat

La branche de l'hôtellerie, qui avait milité en faveur de la reconduction et de l'extension de la libre circulation entre la Suisse et l'UE, a accueilli avec satisfaction le fait que la majorité du peuple suisse ait voté dans ce sens le 8 février. «Si cela n'avait pas été le cas, cela aurait été fatal pour nous», relève Urs Bühler, le directeur du Bellevue Palace de Berne. La majorité de son personnel étranger provient en effet d'Allemagne et du Portugal.

Im

Comparaison Suisse-Autriche: interview croisée

Guglielmo Brentel, président d'hôtellerie suisse, et Sepp Schellhorn, co-président des hôteliers autrichiens, ont participé à une interview croisée où ils comparent les forces et les faiblesses de l'hôtellerie dans leurs pays respectifs. Le premier estime que si l'on compare un bon hôtel suisse à un bon hôtel autrichien, l'hôtel suisse s'en sort avec un rapport prix-prestations au moins aussi bon, si ce n'est meilleur. Sepp Schellhorn n'est pas du même avis: «Nous avons le meilleur rapport prix-prestations de tout l'arc alpin», affirme-t-il.

Im

L'importance des sponsors au Gourmet Festival

Si le Gourmet Festival de Saint-Moritz connaît beaucoup de succès, il le doit également à ses sponsors. Parmi ces derniers figurent notamment huit hôtels qui soutiennent la manifestation non seulement avec des prestations en nature mais également financièrement. Il en va de même pour les fournisseurs, à commencer par les eaux minérales Valser et par la maison Schwab SA de Berthoud, spécialisée dans le tissage de toiles et l'entretien des textiles. C'est par ailleurs avec ses nappes qu'ont été dressées les tables du repas de gala qui s'est déroulé sur le lac gelé de Saint-Moritz.

Im

L'excellent Merlot du Dézaley de Pierre Monachon

Lorsqu'il a succédé à son père, Pierre Monachon, représentant de la sixième génération de Monachon dans le Dézaley, s'était fixé comme but d'offrir à ses vins une reconnaissance internationale. Pour cela, il lui fallait produire des vins au-dessus de la moyenne. Son Merlot de 2003 en fait incontestablement partie. Distingué par les Lauriers d'or de Terravin, cet excellent Merlot est notamment caractérisé par une harmonie remarquable. On relèvera toutefois que le cépage principal vinifié par Pierre Monachon reste le chasselas. Celui-ci représente 75% de sa production.

Im

Léman sans frontière se met à la commercialisation

Consacré jusqu'ici à la promotion de ses membres, l'association Léman sans frontière commercialisera également leurs produits.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Après plus de dix années consacrées exclusivement à la promotion de ses membres, Léman sans frontière franchit un nouveau pas. Dès ce printemps, elle commercialisera leurs produits. Pour Thierry Gicquel, chargé du projet, l'objectif est de «développer une offre de séjours touristiques complémentaires aux produits habituels».

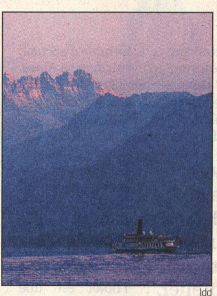
Léman sans frontière travaille ainsi actuellement à l'élaboration de 100 produits touristiques transfrontaliers: 60 excursions et 40 sé-

jours, chacun impliquant obligatoirement des partenaires suisses et français. Pour 2009, entre 10 et 15 produits devraient être commercialisés via la mise en place d'un module de vente en ligne sur le site www.infoleman.org et en créant un réseau de revendeurs, hôteliers, restaurateurs, autocaristes et tour-opérateurs.

«C'est une offre complémentaire aux réseaux actuels», précise Thierry Gicquel. Elle comprendra des excursions journalières et s'adressera tant à des congressistes bénéficiant d'une journée de loisirs qu'à des touristes individuels. Au budget et pour une période de trois ans, Léman sans frontière a inscrit une somme de 1,5 million de francs assurés pour 41% par autofinancement (les cotisations de ses 40 membres), par les sources institutionnelles (les can-

tons et départements) ainsi que, pour 42% par le programme Interreg IV financé par l'Union européenne et la Confédération. C'est ce programme triennal Interreg, dont les projets de l'association bénéficient pour la troisième fois, qui, manifestement, a été l'élément déterminant de cette nouvelle phase; la décision est intervenue en novembre de l'an dernier.

Créée en 1996 par douze partenaires soucieux de mutualiser leurs ressources, Léman sans frontière compte aujourd'hui 40 membres, des musées, des sites touristiques mais aussi des transporteurs. Elle a notamment créé en 2004 la première base de données touristiques franco-suisse, puis l'a enrichie et en a assuré la compatibilité. Au cours des ces trois dernières années, elle a beaucoup développé ses activités via les TIC (technolo-



Léman sans frontière s'apprête à passer la vitesse supérieure.

gies de l'information et de la communication), un moyen qu'elle compte bien mettre en œuvre pour le bénéfice de son réseau de vente.

Valais: prix pour un membre de notre rédaction

La Communauté Information-Valais a désigné les premiers lauréats de son concours destiné aux médias. Parmi eux figure Laurent Missbauer, membre de la rédaction de l'hotel revue, distingué pour un article paru dans le magazine «Sports et loisirs» et consacré aux pionniers de l'hôtellerie dans le Haut-Valais. Le jury, était placé sous la conduite du directeur de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern. mh

Disciples d'Escoffier à Genève: deux lauréats suisses

La 2e Rencontre des disciples d'Escoffier a vu triompher à Genève deux Suisses. Le 1er Trophée d'art culinaire international est revenu à Franck Giovannini (Hôtel-de-Ville, Crissier) et le 2e Concours gastronomique jeune talent à Juan Jenacio Gomez Vara (Auberge de l'Onde, Saint-Saphorin). mh

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche
Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotel revue Nr. 7 / 12. Februar 2009

AG
ACTIVE GASTRO ENG

The «little big city»

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in
bestausgewiesene Hotel- und
Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber
Telefon 044/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
gabriela.weber@newchallenge.ch
www.newchallenge.ch

**Karriereplanung
beginnt hier
htr stellenrevue**

www.jobs.htr.ch

htr hotel revue

Inhalt / Sommaire

Direktion/Kaderstellen	2-3
Deutsche Schweiz	2-9
Svizzera italiana	10
International	-
Stellengesuche	10
Suisse romande	10
Aus- und Weiterbildung	10
Demands d'emploi	10

MAMA AFRICA
Flavours of South Africa

Südafrika in Zürich West

Seit mehr als einem Jahr ist das Restaurant Mama Africa die Adresse für südafrikanische Küche, Wein und Lebensfreude. Nach der intensiven Eröffnungsphase verlässt uns die heutige Stelleninhaber um sich einer neuen Aufgabe zu stellen. Wir suchen deshalb per 1. Mai 2009 oder nach Vereinbarung einen belastbaren Unternehmer als

Geschäftsführer

Du hast einen Bezug zu Südafrika und zur afrikanischen Kultur. In einem Team, zusammengestellt aus Mitarbeiter verschiedenster Regionen und Kulturen, zu arbeiten fällt dir leicht und macht dir Spass. Durchsetzungsvermögen, unternehmerisches Handeln und Zuverlässigkeit sind weitere zwingende Eigenschaften, die du mitbringen solltest. Kochlehre Hotelfachschule und Erfahrungen als Geschäftsführer runden dein Profil ab.

In einer gesunden Unternehmung, mit top motivierten Mitarbeitern bieten wir dir eine **grosse Herausforderung**.

Wenn dich diese klar leistungsorientierte, anspruchsvolle und vielseitige Stelle interessiert, und du etwas bewegen willst, dann melde dich noch heute. Deine ausführlichen Bewerbungsunterlagen sende bitte an:

Outback Company AG, Personalabteilung, Michael Schibli,
Industriestrasse 25, 8604 Volketswil, Tel. 044 826 02 30
michael.schibli@outback-lodge.ch www.mamaafrica.ch

Einzigartig: Privater Aperitif an Bord der Yacht des Hotels...

...oder relaxen am eigenen Strand! Sie kombinieren richtig: Die fantastische See Lage – absolut ruhig und doch nur wenige Gehminuten ins Zentrum der City resp. nur einen Katzensprung zu einer der grösseren CH-Metropolen – ist ein echter USP. Die exklusiven Deluxe-Zimmer und wunderschönen Suiten mit Seeblick – von Designern mit viel Liebe zum Detail gestaltet – suchen ihresgleichen. Die eleganten F & B-Outlets auf hohem Niveau ziehen Gourmets von weither an! Fühlen Sie sich ebenfalls angezogen? Dann sollten Sie dieses Bijou möglichst rasch kennenlernen.

Dank perfektem Dienstleistungsmix, idyllischer Lage, hohem Bekanntheitsgrad und zauberhaftem Ambiente hat sich dieses kleinere Unternehmen bestens im Markt etabliert. Was jetzt noch fehlt sind Sie: Eine starke Persönlichkeit **«Typ Gastgeber»**. Mit feinem Gespür für Kundenbedürfnisse und dem Blick für das Ganze stellen Sie die hohen Ansprüche an Qualität und Wirtschaftlichkeit sicher. Entsprechend grosszügig geplante Investitionen zur weiteren Optimierung und Vergrößerung der Infrastruktur bilden die Grundlage dazu.

Hoteldirektorin / Hoteldirektor

für ein aussergewöhnlich charmantes Boutique-Hotel 5-Sterne Superior

Für diese spannende und langfristig angelegte «Hands-On» Manager Position benötigen Sie einen Leistungsausweis als Direktor oder Vizedirektor; vorzugsweise mit den Schwerpunkten Marketing & Rooms Division. Aber auch in Sachen HR, Admin & Finance können Sie jederzeit Akzente setzen. Idealerweise sind Sie vertraut mit Umbauten/Neueröffnungen. Rhetorisch sind Sie fit; sprachlich auch; D/F/E sind ein absolutes Must.

Sie sind selbstbewusst, abgeklärt, kommunizieren brillant auf allen Ebenen und sehen eine an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Wenn Sie eine ganzheitliche Herausforderung suchen und betriebswirtschaftlich auf der Höhe sind, sollten wir uns unbedingt kennen lernen. Für den Erstkontakt reicht uns Ihr Lebenslauf mit Foto via Mail oder Ihr Anruf. Falls Sie Randzeiten bevorzugen bzw. ausserhalb der Büroöffnungszeiten anrufen möchten, erreichen Sie mich auf Mobile +41 79 402 53 00.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 · Fax 044 802 12 07
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

PER ANFANG MAI ODER NACH VEREINBARUNG
SUCHEN WIR FÜR UNSER *****SELFNESS-HOTEL
EINE/N

LEITER/IN EMPFANG

MIT VIEL MOTIVATION UND CHARME

IHRE HAUPTAUFGABEN

- Coachen des Front Office Teams
- Verantwortung über das Reservationswesen
- Kontrolle und Bearbeitung der Gästekorrespondenz D/E/F
- Gästebetreuung
- Zusammenarbeit mit Reisebüros und Touroperators

SIE BRINGEN MIT

- Freude am Umgang mit Mitarbeitenden und Gästen
- Führungserfahrung und eine kfm. Grundausbildung
- Offenheit, Ehrlichkeit und Flexibilität
- Eigeninitiative und übernehmen gern Verantwortung
- Kommunikativ und belastbar
- Sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse in Wort und Schrift

WIR BIETEN IHNEN

- Jahresstelle
- Grosse Entscheidungsfreiheit
- Abwechslungsreiche Tätigkeiten
- Möglichkeit zur Persönlichkeitsentwicklung und Verwirklichung eigener Ideen

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, zögern Sie nicht, uns ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto zukommen zu lassen. Um weitere Informationen über unser Hotel zu erhalten, besuchen Sie uns doch im Internet unter www.eiger-grindelwald.ch oder rufen Sie uns an.

***Selfness Hotel Eiger
Margrit Egger · Postfach 92
CH-3818 Grindelwald
Tel. +41 (0)33 854 31 31
Fax +41 (0)33 854 31 30

Eiger
SELFNESS HOTEL
GRINDELWALD
Leben bewegt

BEREST AG

Erfolg!

Wir sind eine erfolgreiche Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz und suchen Sie:

junge Gastro-Profis m/w

als Geschäftsführer o. Stellvertreter.

Sie helfen tatkräftig mit, einen unserer trendigen Gastronomiebetriebe erfolgreicher zu führen.

Sie sind aufgestellt, frisch, dynamisch, verantwortungsbewusst, engagiert und zählen Durchhaltevermögen und Durchsetzungsvermögen ebenso zu Ihren Stärken wie das Aufspüren von neuen Trends und das Veranlassen von tollen Anlässen.

Für diese Positionen suchen wir Branchenfachfrauen/-männer. Der Bereitschaft für frontorientierte Arbeitseinsätze, auch ausserhalb von Bürozeiten, stehen interessante Verdienstmöglichkeiten gegenüber.

Wer wagt gewinnt! Rufen Sie mich an oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen:

Roland Högger
BEREST AG
r.hogger@berest.com
www.berest.com

Thannerstrasse 30 · 4009 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59

hotel chesa ROSATSCH
www.rosatsch.ch

Das einzigartige 4**** Hotel mit 36 Zimmern, zwei Restaurants, einer Bar und der Gartenterrasse direkt am Inn.

Sind Sie Gastgeberin aus Leidenschaft? Haben Sie das Gespür fürs Geschäft und organisieren Sie gerne? Gehören Reservationsmanagement, Fremdsprachen (D/E) und Führungsstärke zu Ihren Kompetenzen? Sind sie gerne Vorbild und übernehmen Sie gerne Verantwortung?

Auf Frühling/Sommer 2009 suchen wir eine

Chef de Réception

die auf diese Fragen mit einem überzeugten Ja antwortet.

Dank Ihrer guten Fachausbildung und einigen Jahren Erfahrung beherrschen Sie das Front Office System Fidelio (Suite 8) oder sind gewillt, es zu erlernen. Sie sind eine geschickte Verkäuferin und haben den Ehrgeiz, eine optimale Belegung zu erreichen. Die tägliche Korrespondenz und das Reservationshandlung fallen Ihnen leicht. Die Herausforderung, das 8-köpfige Beherbergungsteam (Récep-tion, Etage und Portier) zu führen, nehmen Sie gerne an. Dank Ihrer sozialen Kompetenz und Ihrer Belastbarkeit coachen Sie die Mit-arbeitenden souverän.

Sie teilen mit uns den Sinn für hohe Qualität, ehrliche Gastfreundschaft und persönliche Gästebetreuung und setzen alles daran, die Erfolgsgeschichte unseres beliebten Hauses weiterzuführen. Wenn Sie sich in dieser anspruchsvollen und faszinierenden Aufgabe sehen und sich vorstellen können, mehrere Jahre im Engadin zu leben, sind Sie für uns die richtige Partnerin.

Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Hotel Chesa Rosatsch
Direktion: Ueli Knobel
7505 Celerina/St. Moritz
direktion@rosatsch.ch

InnBAR



Die drei etablierten Namen Nelson Pub, SAM'S Pizza Land und HAN Mongolian Barbecue sowie die zwei innovativen Konzepte Lady Hamilton's Public House und Piri Piri Chili Hühnchen bilden die erfolgreiche Gastronomie-Dachmarke its1world.

its1world vereint britische (Nelson Pub, Lady Hamilton's Public House), amerikanisch-italienische (SAM'S Pizza Land), mongolische (HAN Mongolian Barbecue) und portugiesische (Piri Piri Chili Hühnchen) Gastronomiekultur zu einem einzigartigen Ganzen.

Verschiedenartiger könnten unsere Konzepte nicht sein. Alle zeichnen sich jedoch durch das hohe qualitative Niveau in den Bereichen Service, Sauberkeit und Rohprodukte aus.

Für unser Restaurant **HAN Mongolian Barbecue in Thun** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

GeschäftsführerIn mit Wirtepatent

Sie bringen eine abgeschlossene Berufsausbildung in der Gastronomie mit sowie einige Jahre Berufserfahrung. Wir legen Wert auf Flexibilität, gute Deutschkenntnisse sowie ein ordentliches und gepflegtes Auftreten. Sie haben Freude am Umgang mit Menschen, sind aufgeschlossen gegenüber neuem und sind bereit Verantwortung zu übernehmen.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Stelle in unserem Betrieb. Falls Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns Sie kennen zu lernen. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an:

HAN Thun AG
Sarah Mombelli, Beatengasse 11, Postfach 2026, 8021 Zürich
Tel. 044 216 90 16, personal@its1world.ch, www.its1world.ch

914-533

Für ein sehr gepflegtes, im Markt bestens positioniertes ****-Superior-Hotel im Grossraum von Zürich gelegen suchen wir per Mai 2009 oder n. V. einen

Direktor (m)

Unsere internationale, anspruchsvolle Kundschaft sowie unsere Mitarbeiter verdienen nur die beste Dienstleistungsqualität und Führung.

Ihr Aufgabengebiet:

- selbständige Führung des Hotelbetriebes
- Ausbau des Marketings, Repräsentation des Betriebes nach aussen
- Kostenmanagement sowie betriebswirtschaftliches Handeln
- mitarbeiterorientierte Personalführung

Ihr Profil:

Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine kommunikative, innovative Führungspersönlichkeit zwischen 28 und 35 Jahren, welche sich durch professionelles und verbindliches Auftreten auszeichnet.

- ausgeprägtes S&M-Wissen, Kenntnis des ZH-Marktes
- vertraut mit GDS-Distributionskanälen
- vertraut im Umgang mit EDV der neuesten Generation sowie Fidelio
- Sprachen D (Muttersprache), Englisch, weitere Fremdsprachen von Vorteil.

Eine interessante und vielseitige Tätigkeit sowie ein spannendes Umfeld erwarten Sie. Haben wir Ihr Interesse geweckt? So freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto unter Chiffre 927-543 **htr hotel revue**, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

927-543



Einmalige Herausforderung mit Aussicht Überzeugen Sie uns als kreativer „Stockhorn“-Gastgeber!

Das ganzjährig erreichbare Stockhorn (Voralpengipfel auf 2190 müM) lockt mit seiner unverwechselbaren Aussicht auf 200 Alpen- und Juragipfel und den Wanderwegen entlang der Bergseen zahlreiche Tagesausflügler an. Wir suchen zur Nachfolgeregelung spätestens per 1. April 2009 einen erfahrenen

Leiter Gastronomie & Gastgeber (m/w)

Ihre Passion für die Dienstleistung und herzliche Gastfreundschaft aus der Front, Kreativität im Angebot und teamorientierte Führung zweier Betriebe mit saisonal schwankender Nachfrage lässt Sie autorisieren. Sie bringen als gewinnende, initiative und praxisorientierte Persönlichkeit ein grosses Organisationstalent, solide betriebswirtschaftlich geprägte Betriebsführung sowie mehrjährige Führungserfahrung mit. Sie bringen idealerweise einen Abschluss als eidg. Betriebsleiter HFP oder eidg. dipl. Hôtelier-Restaurateur HF (Hotelfachschule) mit.

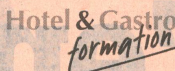
Wir erwarten: Freundliche, teamorientierte und kontaktfreudige Art, Bereitschaft für flexiblen und engagierten Einsatz in den Bergen, mündliche Sprachkenntnisse in französisch und englisch. Allrounderfähigkeiten und Gastronomiepatent sind erforderlich.

Wir bieten Ihnen ein motivierendes und abwechslungsreiches Tätigkeitsgebiet mit zwei Ausflugsrestaurants in einem gut positionierten und nachhaltig erfolgreichen Unternehmen. Unser Büro unterstützt Sie bei allen administrativen Arbeiten und im Marketing.

Wir freuen uns, Sie näher kennen zu lernen. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne unser Geschäftsleiter Fritz Zsch. Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen richten Sie bis 20.2.2009 an:

Stockhornbahn AG
Z. Hd. Verwaltungsverrat
3762 Erlenbach i.S.
Tel. 033 681 21 81
www.stockhorn.ch
info@stockhorn.ch

955-567



by
Hotel & Gastro Union Zürich
GASTROZÜRICH
CAFETER VEBAND ZÜRICH
Zürcher Hoteller

Das Ausbildungszentrum Wädenswil ist Ort der überbetrieblichen Kurse (ÜK). Alle Lehrlinge in den Bereichen Küche, Restauration und Hotellerie vertiefen hier die Grundlagen ihres Handwerks. Dazu führen unsere InstruktorInnen und Instruktores jährlich 150 Tageskurse für über 1650 Lehrlinge durch. Unser lebhaftes W&Bi sucht auf April 2009 (oder nach Übereinkunft) im Hauptamt einen

Geschäftsführer (m/w)

mit mindestens 40 Jahren Lebenserfahrung.

Wenn Sie die MS-Office-Palette sowie Access tatsächlich beherrschen, bewältigen Sie die ganze Kursadministration ohne Stress. Ihr Verständnis von Dienstleistung schliesst auch häufige einfache administrative Routinearbeiten mit ein. Mit Ihrem Organisationstalent sichern Sie reibungslose Abläufe. Ihre Erfahrung und Intuition lassen Sie sicher entscheiden, wo es das verständnisvolle Gespräch braucht und wo ein klares, abschliessendes Wort. Den richtigen Ton im Umgang mit Lehrlingen, Lehrpersonen, Lehrbetrieben und Ämtern finden Sie leicht, nicht zuletzt, weil Sie selber in unserer Branche den wesentlichen Teil Ihrer Lehr-, Wander- und Erfolgsjahre verbracht haben.

Belegen Ihre Arbeitszeugnisse und Referenzen, dass Sie ein Organisationstalent sind und dass Sie Ihre Energie effizient für das Problemlösen einsetzen? – Dann sind wir an Ihrer Bewerbung sehr interessiert. Mehr Informationen gibt Ihnen gerne Frau Elisabeth Spycher. Senden Sie Ihr Dossier bitte bis zum 28. Februar 2009 an Hotel & Gastro formation Zürich, Ausbildungszentrum W&Bi, z.Hd. Frau E. Spycher, Seestrasse 69, 8820 Wädenswil. Wir danken Ihnen für Ihr Interesse.

930-545



Das **Crystal Hotel **** Superior**, mitten im Herzen von St. Moritz, gehört zu den Small Luxury Hotels of the World. Es verfügt über 71 Zimmer mit 136 Betten, das Ristorante Grissini, die Crystal Piano Bar und das Wellfit sowie Konferenz- und Bankettmöglichkeiten.

Wir suchen ab Mitte April 2009 oder nach Vereinbarung für eine langfristige Zusammenarbeit in Jahresstelle eine administrativ starke Persönlichkeit als:

Direktionsassistent/Sekretär (m/w)

Ihr Profil:

- Hotelfachschulabschluss oder vergleichbare Ausbildung
- Erfahrung im Bereich Personaladministration
- Fremdsprachen: Englisch, Italienisch, weitere Sprachen von Vorteil
- Führungspersönlichkeit mit unternehmerischem Denken, verantwortungsbewusst, hoch motiviert, sozialkompetent, diskret, selbstständig
- Software: Mirus, Abacus, Hogatex, Key's, Word, Excel

Ihre Aufgaben:

- Komplettes Personalwesen für ca. 60 Mitarbeiter
- Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung
- Sekretariat für F&B und Direktion
- Duty Management

Die kompletten Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:

Persönlich
c/o Marlene Beer, Direktion
Crystal Hotel
7500 St. Moritz
Tel. 081 836 26 11, Fax 081 836 27 21
m.beer@crystalhotel.ch



933-548



Romantik Seehotel
Küsnacht am Zürichsee

Das Romantik Seehotel Sonne Küsnacht**** Superior besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer feinen Wellness-Fitnessoase direkt am Zürichsee. Unsere vielfältige und anspruchsvolle Gastronomie besteht aus folgenden Abteilungen: Restaurant Sonnengalerie mit bedienter Terrasse, Gaststuben und Selbstbedienungs-Garten, 4 Bankett- und Konferenzräume für bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Ab Mai 2009 suchen wir einen ausgewiesenen

F & B-Verantwortlichen

Sie sind ca. 30 Jahre alt, verfügen über einen Abschluss einer Schweizer Hotelfachschule und einige Jahre Berufserfahrung in ähnlichen Betrieben. Für diese ausbaufähige Kaderposition bringen Sie Verkaufs- und Planungsgeschick, Kreativität sowie Belastbarkeit mit.

Als F&B-Verantwortlicher obliegt Ihnen die Führung des Bankett- und F&B-Büros mit 3 Mitarbeitern. Daneben sind Sie auch stark im operativen Tagesbusiness involviert. Die Planung und Organisation der verschiedenen F&B-Aktionen sowie das F&B-Controlling liegen ebenfalls in Ihrer Verantwortung.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie an: Romantik Seehotel Sonne Küsnacht-Zürich, René Grüter & Catherine Julien Grüter, Hoteller, Gastgeber, Seestrasse 120, 8700 Küsnacht-Zürich, Tel: 044 914 18 18 oder per E-Mail an: home@sonne.ch; www.sonne.ch



952-558

Erfahrenes Hotelier-Ehepaar sucht die neue Herausforderung ab 2011!

Erfahrenes, frontorientiertes Gastgeber-Ehepaar mit hoher Dienstleistungsbereitschaft und Organisationstalent sucht per Anfang 2011 oder nach Vereinbarung in der Nordwestschweiz einen umsatzstarken Hotelbetrieb im Pacht- oder Mietverhältnis. Wünschenswert wäre ein Ganzjahresbetrieb mit ca. 3-4 Mio. Fr. Umsatz. Bevorzugt wird ein gut frequentiertes 3***- oder 4****-Ferien- oder Businesshotel mit ca. 50-70 Zimmern, verbunden mit einer starken Restaurations- und Bankettmöglichkeit. Bevorzugte Lage in den Kantonen AG/BS.

Umsatzstarkes 3***- oder 4****-Hotel im Pacht- oder Mietverhältnis

Eine erfolgreiche berufliche Karriere, verbunden mit entsprechender Erfahrung und Praxis in der 3***- sowie 4****-Hotellerie, zuletzt als langjähriger Pächter eines 3***-Business-Hotels, wird vorgewiesen. Hohe Belastbarkeit und Führungsstärke, verbunden mit der Flexibilität und Erfahrung im Umgang mit einer internationalen Kundschaft sowie die entsprechenden Umgangsformen, sind selbstverständlich.

Erste Kontaktaufnahme ist erbeten unter Chiffre 326-92 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

326-192



Das Hotel Kreuz & Post ist ein 4-Sterne-Haus im Zentrum von Grindelwald.

Um unsere internationalen Gäste zu verwöhnen, suchen wir Sie als unseren motivierten und charmanten

Chef de Réception w/m

Sie verfügen über Know-how und Erfahrung im Privatgast- und Gruppengeschäft und sind bei uns verantwortlich für die optimale Belegung, die organisatorischen Belange der Réception und natürlich den herzlichen Empfang vor all unseren Gästen.

Sie haben Praxis in EDV (Fidelio) und Freude am abwechslungsreichen Réceptionsalltag, dann sind Sie bei uns genau richtig.

Wir bieten Ihnen eine attraktive Jahresstelle und freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett
CH-3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92 / www.kreuz-post.ch

949-554



Die Sommersaison 2009 am Vierwaldstättersee

Für unser direkt am See gelegenes ****Stern-Ferien-Hotel suchen wir für die Sommersaison freundliche, gepflegte und zuverlässige MitarbeiterInnen.

Empfang

Réceptions-Sekretärin
(D/F/E/ Fidelio)

+Küche

Chefs de partie m/w
Pâtissier/ère
Commis de cuisine

Restaurant

Servicefachangestellte m/w

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen, um einen Termin für ein Vorstellungsgespräch vereinbaren zu können. Der Eintritt kann auf anfangs April oder nach Übereinkunft erfolgen.

Hotel Beau-Rivage
6353 Weggis am Vierwaldstättersee
Dorly und Urs-Peter Geering
Telefon ++41 (0)41 392 79 00
uog@beaurivage-weggis.ch
www.beaurivage-weggis.ch

Mitglied von
SELECTION
SUISSE
Vereinigung führender Vierster-Hotels in Familienbesitz

959-562

Brienz Rothorn Bahn AG
Hotel Rothorn Kulm
Postfach, CH-3855 Brienz
Tel. +41 33 952 22 11

BRIENZROTHORNBahn

Für die kommende Sommersaison (Juni-Oktober) suchen wir zur Ergänzung unseres Teams motivierte und flexible Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unseren lebhaften Hotel- und Restaurationsbetrieb auf dem Brienzler Rothorn.

- (Jung) Küchenchef m/w
- Sous-Chef m/w
- Koch m/w
- Chef de Service m/w
- Service-Mitarbeiter (m/w)
- Buffet, Office- und Hausangestellte m/w
- Allrounder (m) / Aushilfen m/w

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen. Für Auskünfte steht Ihnen unser Geschäftsführer, Herr Peter Bieri, gerne zur Verfügung.
Tel. +41 41 488 14 20
e-mail: peter.bieri.com@bluewin.ch

29.50 m. a. M.
Arbeiten wo andere
Ausflüge machen

www.brienzrothornbahn.ch

Arosa

Für die Betriebsführung und Überwachung eines Beherbergungsbetriebes suchen wir per 1. August 2009 oder nach Vereinbarung

Betriebsleiter oder Betriebsleiterin

Unser Betrieb liegt im Ferienort Arosa im Kanton Graubünden.

Der Betrieb versteht sich als Ort der Begegnung für Familien, Jugendliche, Einzelreisende und Kursbesucher. Der Betrieb wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Die Einarbeitung der Betreuung ist gewährleistet.

Was erwartet Sie:

- Der Betrieb ist ein Zweisaisonbetrieb Sommer und Winter
- Er besteht aus 130 Betten, Lounge/Bar, Restauration, Sauna
- Der Verkauf wird zentral geführt über eine Verkaufszentrale
- Eine 3-Zimmer-Wohnung steht zur Verfügung
- Mitarbeiterzimmer sind vorhanden
- Entlohnung der Verantwortung entsprechend

Was erwarten wir von Ihnen:

- Sie haben Sinn und Geist für junge Gäste
- Erfahrung in der Gastronomie ist ein Muss
- Ihre Kochkenntnisse lassen sich zeigen
- Auf Ihre Englischkenntnisse können sich Ihre Gäste verlassen
- Ihr Einsatzwille ist wirklich gefordert

Fühlen Sie sich von der ausgeschriebenen Stelle angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

Anschrift: Waldhotel AG, Verwaltung
Tomelstrasse
7050 Arosa

Pächter-Paar

gesucht für das gepflegte Speise-restaurant **Sonne in Trimmis**, 7 km von Chur. 50 Plätze in 2 gediegenen Räumen. Beste Infrastruktur, Gartenterrasse, PP, Kleininventar. Ideale Konditionen. Grosse Chance für junges Pächter-Paar.

Mehr Informationen unter
Tel. 081 284 59 19
Invag@bluewin.ch
www.immobiliën-invag.ch



Für unser **neues Restaurantkonzept** suchen wir auf **anfangs Juni** in **Jahresstelle**

Koch/Köchin Service-Mitarbeiterin

Sie arbeiten gerne in einem kleinen Team und zeigen Ihr Können unseren Gästen.

Frau oder Herr Spescha freuen sich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel Spescha
7078 Lenzerheide
Tel. 081 385 14 24
info@hotel-spescha.ch

Sommersaison 2009 in Zürich

Statt Kurortluft einmal die Atmosphäre einer internationalen Handelsmetropole schnuppern. Für unser am See, im schönsten Park der Stadt gelegenes und von Gästen aus aller Welt frequentiertes Haus, suchen wir für die Sommersaison 2009 (von Ende April bis Ende September) ausgewiesene Fachleute 9 oder 8 als:

Koch, Chef de Partie
Garde manger
mit Erfahrung im À-la-carte-Geschäft.

Tournant mit Erfahrung auf allen Posten im À-la-carte-Geschäft.

Commis de cuisine
mit Lehrabschluss

Commis pâtissier
mit Lehrabschluss

2. Chef de Service

9 bevorzugt, gute Deutschkenntnisse, Anfangs-Chef de Service willkommen.

Servicefachangestellte/r
deutsch sprechend, mit Erfahrung im À-la-carte-Service und Direktinkasso.

Buffetmitarbeiter/in deutsch sprechend, mit Erfahrung am Buffet.

Guter, leistungsorientierter Verdienst. Auf Wunsch Unterkunft im eigenen Personalhaus. Arbeitsbewilligungen für EU- und EFTA-Bürger erhältlich. Bewerben Sie sich für Ihren persönlich und beruflich erfolg- und abwechslungsreichen Sommer 2009 schriftlich oder telefonisch bei

Frau D. Hohl oder Herrn J.-P. Wältli.



H. & P. Hohl AG, Postfach, 8034 Zürich
Tel. 044 422 25 21, Fax 044 422 25 58
E-Mail restaurant@fischstube.ch, Internet www.fischstube.ch



Die Ferien- und Tourismusdestination Savognin / Bivio und Albulasucht per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen

Product Manager/In Parc Ela

welche(r) die neu geschaffene Stelle und das Angebot im grössten Naturpark der Schweiz auf- und ausbaut und bereit ist, Aussergewöhnliches zu leisten um Erfolg zu haben.

Sie sind überzeugt vom natur- und kulturnahen Tourismus. Sie bringen eine solide Aus- und Weiterbildung sowie Praxis im Tourismus, im Verkauf und im Marketing mit. Sie freuen sich auf eine herausfordernde und vielseitige Aufgabe. Sie haben ein ausgesprochenes feines Gespür und gute kommunikative Fähigkeiten im Umgang mit den verschiedenen Anspruchsgruppen. Sie sind eine souveräne, offene und flexible Persönlichkeit mit einer gesunden Portion Standfestigkeit.

Ihre Hauptaufgaben und Verantwortlichkeiten sind:

- Konzeption und Umsetzung des touristischen Marketings und der Werbeaktivitäten für den künftigen Naturpark Parc Ela
- Aufbau und Gestaltung von natur- und kulturnahen Angeboten im Parc Ela
- Koordination mit touristischen Leistungsträgern im ganzen Parc Ela
- Projektmanagement von der Planung bis zur Nachkontrolle für sämtliche touristischen Aktivitäten des Produkts Parc Ela
- Organisation und Durchführung von Events und Sponsoring Aktivitäten

Ein gut eingespieltes Team wird Sie während und nach der Einarbeitung kompetent und engagiert unterstützen.

Wollen Sie gemeinsam mit uns den Parc Ela als ein wichtiges touristisches Standbein unserer Region stärken? Dafür benötigen Sie viel Herzblut und einen überdurchschnittlichen Einsatz. Dann ist die Ferienregion Savognin - Bivio - Albulavielleicht auch bald Ihr Ziel.

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis 8. März 2009 an:

Savognin Tourismus im Surses, Markus Compaj, Direktor, 7460 Savognin. Weitere Informationen zur Region finden Sie unter: www.savognin.ch oder www.parc-ela.ch

Für allfällige Fragen stehe ich Ihnen unter (Tel. 081 659 1608) gerne zur Verfügung.



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akuthospital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

Im grossen Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen,
125 Betten und 200 Mitarbeiter

Für die Betreuung unserer Patienten im Speisesaal, im Garten sowie im Damensalon suchen wir zur Verstärkung unserer Service-Brigade per sofort und per 1. April einen

Chef de rang

&

Commis de rang für Spätdienst

(oder Demi-chef de rang)

100%-Pensum

Zur Ergänzung unserer Kochbrigade suchen wir per 1. April einen

Chef de partie

100%-Pensum

Können Sie sich vorstellen, in einer der führenden Kliniken, mit privater Trägerschaft, zum Wohle der Patienten tätig zu sein und sich in einem traditionellen Ambiente wohlfühlen? Dann lesen Sie weiter...

Was erwarten wir?

Ein gutes Fachwissen für den professionellen und reibungslosen Arbeitsablauf. Sie sind zwischen 25 und 40 Jahre alt, haben eine gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen sowie eine abgeschlossene Berufsausbildung. Ein bis zwei Jahre Berufserfahrung sind ebenfalls Voraussetzung. Fremdsprachen im Service sind von Vorteil.

Was bieten wir?

Ein aufgestelltes Team, angenehme Arbeitsbedingungen bei einer geregelten 42-Stunden-Woche sowie fortschrittlichem Personalmanagement. Im Service Abenddienste im Sommer bis 22 Uhr und im Winter bis 21.30 Uhr, Arbeitszeiten in der Küche von 8.30 bis 13.15 Uhr und von 16.20 bis 20 Uhr. Bei Bedarf stellen wir Ihnen eine Dienstwohnung oder ein Personalzimmer mit Blick zum See, ca. 5 Gehminuten vom Arbeitsort entfernt, zur Verfügung.

Für telefonische Auskünfte betreffend der Servicestellen verlangen Sie bitte Herrn Harry van Eeuwijk, Maître d'hôtel, und für die Stelle in der Küche Herrn Xaver Wenninger, eidg. dipl. Küchenchef, oder seinen Stellvertreter, Herrn Roberto Dotta.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte vollständig mit Lebenslauf, Passfoto, Zeugnissen an:

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG
Tel. 052 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

Built in 1858

Arosa
BERGBAHNEN

Unsere vier Gastronomiebetriebe im Schneesportgebiet von Arosa und die zwei Beherbergungsbetriebe im Dorf erbringen für das Wohlbefinden unserer Gäste vielfältige Dienstleistungen in hoher Qualität. Manchmal geht es hektisch zu und her - Langeweile kommt keine auf. Für die frei werdende Stelle suchen wir nach Vereinbarung eine/n

kaufmännische MitarbeiterIn für die Gastro-/Hotelbetriebe
(Pensum 100 %)

Sie sind Ansprechpartner und Hilfeleister für die kaufmännischen Tätigkeiten der Gastronomie- und Hotelbetriebe und arbeiten eng mit dem Bereichsleiter Gastronomie und den Betriebsleitern zusammen. Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören:

- kaufmännische Unterstützung für die Gastronomiebetriebe im Schneesportgebiet und die Beherbergungsbetriebe im Dorf (Kontrolle und Verarbeitung der Tagesabschlüsse und Monatsabschlüsse, interne Verrechnungen, Bargeldverkehr)
- Mithilfe in der Personaladministration (Personalmarketing, Ausfertigung der Arbeitsverträge nach L-GAV 98, Arbeitsbewilligungen einholen)
- Koordination im Rechnungswesen der Gastrobetriebe (Kreditoren- und Debitorenbewirtschaftung mit der Buchhaltungsgemeinschaft)
- Mithilfe bei der Bewirtschaftung der Liegenschaften (Zimmer- und Studiozuweisungen, Wohnungsübergaben und -übernahmen)
- Protokollführung der Teamstützungen und allgemeiner Schriftverkehr
- Springereinsätze als Aushilfe in den Gastrobetrieben

Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung oder eine abgeschlossene Berufsausbildung mit kaufmännischer Weiterbildung und haben schon etwas Berufserfahrung gesammelt. Sie sind pflichtbewusst und diskret, arbeiten zuverlässig und setzen auch in hektischen Momenten die Prioritäten richtig. Sie verfügen über gute Umgangsformen. Erfahrung in MS-Officeprogrammen wird ebenso vorausgesetzt wie die Bereitschaft für einen erhöhten Arbeitseinsatz während der Wintersaison.

Wir bieten Ihnen einen herausfordernden Wirkungskreis mit vielfältigen Tätigkeiten in einem besonderen Arbeitsumfeld mit moderner Infrastruktur. Ihnen steht ein Team zur Seite, das Sie während der Einarbeitung begleitet und auch nachher tatkräftig unterstützt.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis spätestens Ende Februar 2009. Für Einzelheiten kontaktieren Sie Andy Abplanalp, Leiter Gastronomie/Beherbergung, Telefon 079 631 87 67 (andy.abplanalp@arosa-bergbahnen.ch). Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

Arosa Bergbahnen AG
Seeblickstrasse
7050 Arosa

Quality.
Our Passion.

Ristorante „La Scala“ Rapperswil

www.lascala.ch

Per 1. März 2009 oder nach Vereinbarung
suchen wir:

einen Chef de Rang

Sie haben Erfahrung in der À-la-carte-Restaurations.
Sie sind flexibel, belastbar, freundlich und gepflegt.
Sie sind 20 bis 40 Jahre alt und können unsere
anspruchsvolle Kundschaft verwöhnen.

Wir bieten Ihnen einen angenehmen Arbeitsplatz mit
Aufstiegsmöglichkeit sowie eine gute und den Anfor-
derungen entsprechende Entlohnung.
Bei Interesse und den entsprechenden Qualifikationen
freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung
mit Foto an:

Ristorante „La Scala“

Sonia Francabandiera, Marktgasse 23, 8640 Rapperswil
www.lascala.ch / E-Mail: admin@lascala.ch

950-557

BERGBAHNEN • HOTELS • KONGRESSE
STELSTE ZAHNRADBAHN DER WELT



Die PILATUS-BAHNEN mit der steilsten Zahnradbahn der Welt
und dem «Berg voller Möglichkeiten» bieten ihren Gästen aus der
Schweiz, Europa und Übersee das ganze Jahr ein vielseitiges Ange-
bot an Freizeiterlebnissen. Auf 2132 m ü.M. werden in den herrlich
gelegenen Hotels Bellevue und Pilatus-Kulm nicht nur die Ausflugs- und
Hotelgäste verwöhnt, sondern auch hervorragende Möglichkeiten für
Tagungen, Familienfeste und Events aller Art und Grösse geboten.

Zur Verstärkung unseres Hotel- & Gastronomieteams auf Pilatus Kulm
sowie Restaurants Krienseregg/Fräkmüntegg/Chalet suchen wir für die
Sommersaison 2009 – ab April/Mai oder nach Vereinbarung bis Oktober/
November 2009 – Mitarbeitende, die unseren Gästen ein einmaliges Frei-
zeiterlebnis bieten wollen:

- JUNGKÖCHE mit abgeschlossener Berufsausbildung
- HILFSKÖCHE MIT ERFAHRUNG
- RESTAURATIONSFACHMITARBEITENDE mit abgeschlossener
Berufsausbildung

Weitere Informationen zu diesen Stellen finden Sie unter www.pilatus.ch/
stellenangebote. Alle unsere Mitarbeitenden die auf Pilatus Kulm arbeiten
sind bereit, zirka zweimal pro Woche oben zu übernachten. Wochenend-
arbeit und flexible Arbeitseinsätze machen Ihnen nichts aus.

Unser Angebot: Wir bieten Ihnen eine befristete Anstellung, bei der
Selbstständigkeit und Eigenverantwortung gefragt sind. Es erwarten Sie ein
offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer dynamischen Unternehmung
sowie ein aussergewöhnlicher Arbeitsplatz auf 2132 m ü.M. mit vorwie-
gend Tagdienst.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige und schriftliche Bewerbung mit Foto
an Ruth Ott, Leiterin Personal (Adresse siehe unten). Auch vollständige
Online-Bewerbungen an ruth.ott@pilatus.ch sind willkommen.

928-544

PILATUS-BAHNEN • Hotels Bellevue & Pilatus-Kulm
Schlossweg 1, CH-6010 Kriens/Luzern
Tel. +41 (0)41 329 11 11 • Fax +41 (0)41 329 11 12
E-Mail: infos@pilatus.ch • Internet: www.pilatus.ch



AMBASSADOR HOTEL OPERA ZÜRICH

Herzlichen Dank allen unseren Mitarbeitern

für ihren tollen und langjährigen Einsatz.
Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiter und freuen uns jeden Tag,
gemeinsam unsere Gäste glücklich zu machen.

Möchten auch Sie in Zukunft mit uns arbeiten? Und suchen Sie
per Mitte März oder April 09 eine abwechslungsreiche, selbst-
ständige und verantwortungsvolle Stelle als

Réceptionistin

den Umgang mit netten Gästen aus aller Welt, attraktive Ar-
beitszeiten mit 5 Wochen Ferien, Weiterbildungsmöglichkeiten
und aufgestellte Kollegen/-innen und

Sie lieben das Besondere...

Die beiden renovierten Erstklass-Business-Hotels Ambassador
und Opera sind auf dem neuesten Stand. Dank tollen Mitarbeitern
und bester Lage im Herzen von Zürich sind wir das bevorzugte
«home away from home» für unsere Gäste aus aller Welt.

Wir suchen Sie: eine junge, motivierte Frau, mit Erfahrung an der
Réception eines ähnlichen Betriebes und mit guten CH/D-, E-,
evtl. F-Kenntnissen.

Wir bieten Ihnen: Bessere Anstellungsbedingungen, als
man/frau im Jahr 2009 erwarten kann, mit Weiterbildungsmö-
glichkeiten.

Gerne stellen wir Ihnen diese interessante Stelle persönlich vor
und freuen uns auf Ihre Unterlagen oder direkte Kontaktnahme:

Hotels Ambassador und Opera
Martin Spycher, Stv. Direktor
Falkenstrasse 6
8008 Zürich
Tel. 044 258 98 98
www.ambassadorhotel.ch

958-501



KAUFLEUTEN RESTAURANTS

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n
motiviert/e/n

Chef de Service für die Anlass- & Bankettabteilung – 100%

Aufgaben:

Als Chef de Service Bankett sind Sie verantwortlich für die
Vorbereitung (Mise en Place) sowie reibungslose
Durchführung unserer Bankett- und Seminaranlässe bis
1000 Personen.

Anforderungsprofil:

Um dieser anspruchsvollen Aufgabe gewachsen zu sein,
bringen Sie eine abgeschlossene Ausbildung (Hotelfachschule
o. Ä.) und einige Jahre im Veranstaltungs- und Bankettbereich
mit. Ein freundliches, offenes und kompetentes Auftreten,
vorbildliche Umgangsformen und ein gepflegtes äusseres
Erscheinungsbild sind für Sie genauso selbstverständlich wie
überdurchschnittliche Einsatzbereitschaft, uneingeschränktes
Qualitätsdenken und die Liebe zum Detail.

Idealerweise sprechen Sie Schweizerdeutsch und haben sehr
gute Englischkenntnisse.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns Ihre
aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen an:

KAUFLEUTEN RESTAURANTS
Sharon Oh
Pelikanplatz
8001 Zürich
personal@kaufleuten.com

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen!

979-575

HRS Human Resource Services

Suche & Selektion von Führungskräften
und Fachspezialisten
Executive Search Assessments

Weinhandel

Unser Auftraggeber ist ein modernes, erfolgreiches und marktfüh-
rendes Unternehmen, das sich im Handel und Verkauf von Spitzen-
weinen auf dem Schweizer Markt etabliert hat. Um die Kunden noch
besser beraten und betreuen zu können, suchen wir eine jüngere,
dynamische Persönlichkeit als

Kundenberater Zürich-Stadt

mit Gebietsverantwortung, die den Bereich der Hotels, Restaurants
sowie die Grossisten optimal betreut.

Als kompetenter Ansprechpartner für die erwähnten Absatzkanäle
betreuen Sie Ihre Kunden mit einem exklusiven Sortiment ausländi-
scher Spitzenweine und erarbeiten für jeden Kunden eine markt-
gerechte Lösung. Ihren Aktivitäten sind keine Grenzen gesetzt. Sie
organisieren Degustationen und Promotionen mit Unterstützung
des Backoffice in Ihrem Verkaufsgebiet selbständig.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe wenden wir uns an Persönlich-
keiten mit **Verkaufserfahrung** im Weinhandel oder im Getränke-/
Gastrosektor, vorzugsweise im zürcher Stadtgebiet. Ausgeprägte
Teamfähigkeit, Selbstständigkeit, Eigenmotivation und Ausdauer,
ein gepflegter Auftritt sowie Flair sich in den entsprechenden Krei-
sen zu bewegen, setzen wir voraus. Auch für einen Sommelier mit
Pioniergeist, ausgeprägtem Verkaufsflair, Fleiss und Einsatzwille ist
die Aufgabe geeignet.

Alter: bis 40 Jahre

Wohnort: Zürich

Neben der äusserst interessanten Aufgabe, der exklusiven Produkt-
palette, dem Telefon-Marketing-Support bietet Ihnen unser Auf-
traggeber eine Stelle entsprechende Entlohnung und Freiraum
für Ihre persönliche Entwicklung. Ein Geschäftswagen wird Ihnen
ebenfalls zur Verfügung gestellt.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit
der Projektnummer 08.03. Weitere Informationen geben wir Ihnen
gerne anlässlich eines persönlichen Gesprächs.

HRS Human Resource Services
Rosshofgasse 7, 4051 Basel
Telefon 061 261 45 20, E-Mail basel@hrs-network.ch
www.hrs-network.ch

961-563

MEIELISALP

BEGEGNUNG MIT AUSSICHT...

Arbeitsplätze mit Aussicht!
Persönliche und fachliche Entwicklung!
Möchten Sie zum Wohl unserer Gäste beitragen?

Für die Sommersaison 2009 suchen wir:

- Réceptionist/in
- Serviceangestellte
- Chef de Service m/w
- Koch mit zusätzlicher Verantwortung
- Hauswirtschaftsangestellte
- Praktikanten m/w

Wenn Sie Menschen mögen und Ihre Gaben in einem
lebhaften, christlichen Betrieb einsetzen möchten,
erhalten Sie gerne weitere Informationen von
Thomas Bettler.

Wir freuen uns auf Sie!
Tel. 033 847 13 41, 3706 Leissigen am Thunersee

742-443

LIMMATBRÜCKE

Restaurant Limmattbrücke

Raum Limmattal Kt. ZH

Für unser gutbürgerliches Restaurant mit grosser Gar-
tenwirtschaft, ca. 150 Sitzplätze, suchen wir als Ergän-
zung in unser junges Team auf kommenden April oder
nach Vereinbarung eine/n fachlich versierte/n

Service-Fachmitarbeiter/in mit Fähigkeitsausweis
für eine

Saison- oder Jahresstelle

Sehr gute Deutschkenntnisse, eine aufgeweckte, ausge-
glichene Art ist für diese Tätigkeit die Voraussetzung.
Wir bieten Ihnen eine interessante und selbstständige
Tätigkeit und den Fähigkeiten entsprechende Entlohnung.

Ruhetage:
Mai-Sept.: Samstag
Okt.-Apr.: Samstag und Sonntag
Kost und Logis im Haus möglich.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, erwarten wir gerne
Ihre Bewerbung.

Robert Schneider
Restaurant Limmattbrücke
Niederholzstrasse 2
8951 Fahrweid
Tel. 0041 44 748 12 50
E-Mail: info@limmatbruecke.ch
Net: www.limmatbruecke.ch

972-570

Schwellenmätteli Restaurants Riviera Bern

An unvergleichbar romantischer Lage an der Aare
liegen die Schwellenmätteli Restaurants. Für das
attraktive Flussrestaurant Terrasse, das unverwech-
selbare italienische Restaurant Casa und die Ver-
anstaltungs-Lounge suchen wir junge, aufge-
stellte und qualifizierte Mitarbeiter.

TEAMLEADER/IN SERVICE

Starke Gastgeberin mit Führungserfahrung für
Sommersaison oder Jahresstelle

SERVICEMITARBEITER/IN

Jahresstelle, Teilzeit oder Sommersaison

BARMITARBEITER/IN

für die Sommerbar auf der Aareplattform,
auch Teilzeit und nur für Sommersaison möglich

BUFFETMITARBEITERIN

Teilzeit oder Aushilfe

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit
Foto und nehmen gerne mit Ihnen Kontakt auf.

Corina Bründler – Schwellenmätteli Restaurants,
Riviera Restaurants SA, Dalmazquai 11, 3000 Bern 13
T 031 350 5008, www.schwellenmaetteli.ch

960-576

Berufsschulen Samedan

Infolge Pensionierung des jetzigen Pächters suchen wir auf August 2009

Pächter/Pächterpaar

für die Mensa der Berufsschulen Samedan

Geboten werden:

- Gut gehender Betrieb (Selbstbedienung)
- Mensa ist betriebsbereit eingerichtet
- Interessante Pachtbedingungen
- Geregelte Öffnungszeiten während des Schulbetriebs
- Selbstständige Tätigkeit

Verlangt werden:

- Einfache, gute Küche
- Flair im Umgang mit Jugendlichen und Gästen
- Einsatzbereitschaft und Freude

Bewerbungen bis zum **10. März 2009** an das Rektorat der Gewerbeschule, 7503 Samedan

Auskunft: G. Voneschen, Rektor, Telefon 081 852 50 71, george.voneschen@berufsschule-samedan.ch

985-580

Spezialklinik für:

Kardiologie/Medizin
Pneumologie
Schlafmedizin
Psychosomatik

Barmelweid
KLINIK

Die moderne Spezialklinik Barmelweid, eingebettet in eine wunderschöne Landschaft oberhalb von Aarau, ist ein Akutspital und eine Rehabilitationsklinik mit 130 Betten. Die zum Bereich Hotellerie / Facility Management gehörende Abteilung Gastronomie Küche ist für die Zubereitung der Mahlzeiten für die Patienten und der Cafeteria zuständig.

Das Gesundheitswesen befindet sich im steten Wandel und die Klinikgastronomie hat sich in den letzten Jahren sichtbar entwickelt. Um die gesetzten Ziele zu erreichen – unseren Patienten, Mitarbeitenden und Gästen, eine gesunde, ausgewogene und individuelle Ernährung anzubieten – suchen wir auf den 1. Mai 2009 oder nach Übereinkunft einen jungen, engagierten und selbstständigen

Diätkoch für die kalte Küche 100 % (m/w)

Verfügen Sie über ein gutes Dienstleistungsverständnis, sind teamfähig, und haben Freude, unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen? Sind Sie bereit, ein innovatives Küchenteam, das Wert auf frische Produkte und Qualität legt, mit Ihrem Wissen und Engagement zu unterstützen? Weisen Sie eine abgeschlossene Diätkochlehre auf und haben überdies in der Hotel- oder Restaurationsgastronomie 1-2 Jahre Berufserfahrung sammeln können? Dann bieten wir Ihnen eine interessante Tätigkeit in einem modernen Umfeld und einer freundlichen Arbeitsatmosphäre.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung an:
Klinik Barmelweid AG, Personaldienst, 5017 Barmelweid.

Detaillierte Informationen erhalten Sie durch Herrn Alexander Zubler, Leiter Gastronomie Küche, alexander.zubler@barmelweid.ch, Tel. 062 857 24 08.

Besuchen Sie uns auf unserer Homepage: www.barmelweid.ch

918-535

Teamleiterin/Teamleiter Cafeteria 90%

Die orthopädische Uniklinik Balgrist mit angegliedertem Paraplegikerzentrum betreibt 147 Betten und ist allseits bekannt für hervorragende medizinische Leistungen. Die Cafeteria ist im Eingangsbereich ein Treffpunkt für Besucher, Patienten und Mitarbeitende. In der Funktion als Teamleiter/in umfassen Ihre Hauptaufgaben: Führung der Mitarbeiterinnen, Mithilfe beim Verkauf des Warenangebotes, Service und sämtliche dazugehörigen Arbeiten, Einkauf von Kioskartikeln, Lieferschein- und Rechnungskontrolle sowie Sicherstellung einer gepflegten Präsentation und Dekoration. Sie unterstützen uns auch bei internen Anlässen. Beste Voraussetzungen für die erfolgreiche Stellenbesetzung sind: Restaurationsfachfrau/-mann EFZ oder Verkäuferin/Verkäufer mit Lehrabschluss, einige Jahre Berufs- und Führungserfahrung, sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift; Französisch und Englisch sind von Vorteil. Die Cafeteria ist 7 Tage pro Woche geöffnet, deshalb sind Flexibilität und Wochenendeinsätze selbstverständlich. Der Umgang mit Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen sollte Ihnen Spass bereiten. Team- und Kommunikationsfähigkeit sind wichtig und auch Humor soll seinen Platz haben. Die Stelle kann ab 1. Mai oder nach Vereinbarung besetzt werden.

Einsatzbereit? Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an: Uniklinik Balgrist, Personaldienst, Forchstrasse 340, 8008 Zürich. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau V. Hanselmann, Leiterin Restauration, Tel. 044 386 15 13, gerne zur Verfügung.

**uniklinik
balgrist**
KOMPETENZ IN BEWEGUNG

984-579



Dorfstrasse 39 - vis-à-vis Bahnhof - 6300 Engelberg
Telefon 041 637 29 18

Wir suchen für unser Café-Restaurant (Tagesbetrieb) auf die Sommersaison freundliche, sprach- und fachkundige

Servicemitarbeiterin

Unsere Gäste verwöhnen wir mit saisonalen Tages- und À-la-carte-Gerichten sowie hausgemachter Patisserie.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Jörg und Annagret Geiger
Café Désiré
6300 Engelberg
Tel. 041 637 29 18
E-Mail: cafe.desire@bluewin.ch

975-573

Hotel Wellenberg – the place of individuality

Wir suchen für unser gepflegtes First Class ****Hotel Wellenberg mit 45 Zimmern, in der Altstadt von Zürich gelegen, auf anfangs März oder nach Vereinbarung einen

Supervisor Housekeeping (w)

Sie sind eine jüngere Persönlichkeit (bis 23) mit abgeschlossener HOFA-Lehre und können sich gut vorstellen, ein kleines Team zu leiten. Sie sind gepflegt, kommunikationsfreudig und gerne bereit, zusätzliche Verantwortung zu übernehmen. Sprachen D/E.

Eine spannende Herausforderung und ein junges Team erwarten Sie. Ich freue mich auf Ihre Bewerbung und stehe Ihnen bei Fragen jederzeit gerne zur Verfügung.

HOTEL WELLENBERG
René Hälg, Direktor
Niederdorfstrasse 10
8001 Zürich

haelg@hotel-wellenberg.ch
www.hotel-wellenberg.ch

926-541

Auf Februar/März 2009 suchen wir fachkundige Mitarbeiter mit Flair und Freude am Gastgewerbe.

Sie sind motiviert, in einem gepflegten Gildenbetrieb (14 Punkte Gault Millau) mitzuarbeiten, lieben den kreativen Umgang mit saisonalen Frischprodukten, arbeiten gerne im Team und sind auch in hektischen Zeiten belastbar und ruhig.

- Sous-Chef / Saucier
- Chef de partie

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Hotel/Restaurant Linde
CH-8840 Einsiedeln
Silvio & Geri Nussbaumer
Telefon +41 55 418 48 48
Web: www.linde.einsiedeln.ch
Mail: hotel@linde.einsiedeln.ch



945-553

Top of Bad Ragaz Das sind wir!



Auf Sie wartet eine neue Herausforderung, eine nicht alltägliche Stelle in einem traditionellen Schloss mit internationaler Kundschaft. Bei uns sind folgende attraktive Arbeitsplätze ab sofort oder nach Vereinbarung neu zu belegen.

Entremetier w/m
Jungküche w/m
Hotelfachangestellte (HOFA)
Servicefachangestellte
Küchenangestellter
(für Office und kalte Küche)

Suchen Sie einen teamorientierten Arbeitsplatz, bei dem Selbstständigkeit und Kreativität gefragt sind?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.
Rufen Sie uns an, Tel. 081 302 40 47 oder
info@schloss-wartenstein.ch

Schreiben Sie ganz einfach an:
HOTEL SCHLOSS WARTENSTEIN
Postfach 164
7310 BAD RAGAZ

916-534

PUTZFRAU GESUCHT

Wir suchen Sie, die gerne im Nebenerwerb (bis 80 Stellen%) in fest zugeteilten Privatwohnungen die Putzarbeit erledigt. Wenn Sie in der Woche 3 Stunden oder mehr Zeit haben, und Ihnen das Putzen einer Wohnung Spass macht, dann schreiben Sie uns: 271-160

PUTZFRAUENVERMITTLUNG.CH AG
Hardturmstrasse 253, 8005 Zürich

Für unser ****Garni Hotel in Grindelwald suchen wir per 1. April 2009 oder nach Vereinbarung junge

• GAFA / Allrounderin

Wir erwarten eine abgeschlossene Ausbildung, gute Englisch- und Französischkenntnisse und die Bereitschaft, vor Ort zu wohnen.

Schriftliche Bewerbungen an:
Kirschhofer AG, Personalabteilung
Postfach 453, 3800 Interlaken

962-564

BAHNHOF RESTAURANTS BASEL



Für unseren lebhaften Betrieb im Bahnhof Basel SBB suchen wir per 1. April 2009 oder nach Vereinbarung einen

Jungkoch (m/w)

Sie (20-25 Jahre alt) verfügen über eine erfolgreich abgeschlossene Lehre und möchten Ihre Fähigkeiten an einem vielseitigen und anspruchsvollen Arbeitsort anwenden. Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:

BERCHTOLD GASTRONOMIE AG
Herr Nicolas Ott
Centralbahnstrasse 14
4002 Basel
www.bahnhofrestaurants.ch

925-542

Unsere Catering-Firma betreut die attraktiven Dreiseen-, Aare- und Eventschiffahrten der BSG-Flotte sowie die Brasserie Joran in Biel am See. Für die Saison 2009 (ab April oder nach Übereinkunft bis Oktober) bieten wir folgende abwechslungsreiche Voll- oder Teilzeittellen:

TeamleiterInnen/ServicemitarbeiterInnen Köche/Hilfsköche/Reinigungs-Office

BIELERSEE
gastro



Bielensee-Gastro AG, Barbara Stähli, Badhausstr. 1a
2501 Biel, 032 329 88 22, www.bielensee.ch
oder per E-Mail an: gastro@bielensee.ch

903-526



Wir sind der grösste Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Ferienwohnungen, Wellness- & Spa-Abteilung, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Seminar- & Bankett-Bereich.

Zur Ergänzung unserer Führungscrew suchen wir eine/n

Chef de Service m/w

Wir stellen uns eine kommunikative und frontorientierte Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht. Sie überzeugen uns durch ihr Organisationstalent und die Liebe zum Detail. Sie sind verkaufsorientiert, führungsstark und verfügen über eine grosse Fachkompetenz. Ihre Muttersprache ist Deutsch, mündliche Französisch- und Englischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen in einem interessanten und lebhaften Umfeld eine abwechslungsreiche Aufgabe sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Beatrice Bucher, Telefon +41 41 825 50 20, Beatrice.bucher@shp.ch

955-559

SWISS HOLIDAY PARK
Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG - CH-6443 Morschach - Telefon +41 41 825 50 50
info@shp.ch - www.swissholidaypark.ch



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



BÜRGENSTOCK
HOTELS & RESORT

Die Bürgenstock Hotels & Resort sind ein einzigartiges Hoteldorf im Herzen der Zentralschweiz, 450 Meter über dem Vierwaldstättersee. Durch die Einzigartigkeit unseres Resorts begeistern wir unsere Gäste und unsere Mitarbeiter/innen gleichermaßen.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per März/April oder nach Über-einkunft:

**Gouvernante für Park Hotel
F&B / Leiter Aussenbetriebe
Trainingsmanager
Souschef
Chef de partie/Pâtissier
Servicefachangestellte
Réceptionsmitarbeiter
Portier
Zimmermädchen**

Wir bieten eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem dynamischen Team und ein hohes Mass an Selbstständigkeit. Fühlen Sie sich bereit für eine Zukunft auf dem Bürgenstock? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

BÜRGENSTOCK HOTELS AG
Heike Bühlmann, Personalverantwortliche
6363 Obbürgen, Telefon +41 41 612 99 10 (montags und mittwochs)
hr@buergenstock-hotels.ch www.buergenstock-hotels.ch

GRAND RESORT Bad Ragaz

AUF DEM WEG

ZUM FÜHRENDEN RESORT EUROPAS!

Wir begegnen dem Zeitgeist der Zukunft und führen die historisch gewachsene Tradition unseres Resorts in eine neue Epoche. Die einmalige Kombination von Luxushotel, Gastronomie, Wellness, Gesundheit, Business und Golf machen uns unverwechselbar und einzigartig. Gastfreundschaft heisst für unser motiviertes und engagiertes Team ein Mehr an Lebensqualität in einem grosszügigen Ambiente zu bieten. Durch einen Service von erlesener Aufmerksamkeit machen wir dadurch für unsere Gäste das «Hier sein ist herrlich» zum einmaligen Erlebnis. Im Moment suchen wir:

GRAND HOTELS

Réceptionist/in	Köche Asienrestaurant
Büder	Servicefachmitarbeiter/in
Concierge	Frühstückservice-
Etagengouvernante	mitarbeiter/innen (Teilzeit)
Etagenportiers	Barfachmitarbeiter/in
Zimmermädchen	Officemitarbeiter
Leiterin Kinderhort	Roomservicemitarbeiter/in

TAMINA THERME

Mitarbeiter/innen:	Saunameister/in
- Empfang/Kasse	- Teamleiter/in
- Bad-/Saunaaufsicht	- Badaufsicht
- Restauration	

Wir freuen uns auf Ihre (elektronische) Bewerbung.

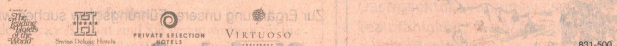
Detaillierte Informationen zu aufgeführten Stellen sowie weitere Stellenangebote finden Sie unter:
www.resortragaz.ch/de/service/karriere

Martin Hefti / Personalleiter
Für Fragen: Tel. +41 81 303 27 22
karrieren@resortragaz.ch

Grand Resort Bad Ragaz
7310 Bad Ragaz, Switzerland

www.resortragaz.ch

GRAND HOTEL QUELLENHOTEL & SPA SUITES ***** GRAND HOTEL HOF RAGAZ ***** TO B. WETTERING & SPA
MEDICAL HEALTH CENTRE KURSAAL BUSINESS & EVENTS GOLF: 18-HOLE PGA CHAMPIONSHIP COURSE
9-HOLE EXECUTIVE COURSE TENNIS COURTS TAMINA THERME CASINO BAD RAGAZ



Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals ausgezeichnet, unter anderem im Jahr 2007 zum Hotel des Jahres GaultMillau und letztmals im 2008 von der Sonntagszeitung als Ferienhotel Nr. 1 in der Schweiz. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 17 GaultMillau Punkten bewertet. Der exklusive SPA-Bereich verfügt über eine Fläche von 2500m². Den Gästen werden 38 luxuriöse Suiten und Junior-Suiten sowie 43 Zimmer angeboten. Der einzigartige Resort umfasst 14ha.

GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2009. SAISONDAUER VOM 3. APRIL BIS 25. OKTOBER!

Folgende Stelle ist durch eine kompetente Fachfrau mit Erfahrung in der 5* Hotellerie zu besetzen:

HOUSKEEPING

2. Etagengouvernante

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.



«GAULTMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA

TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18

www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch



Die 38 exklusivsten Luxushotels der Schweiz

www.swissdeluxehotels.com

Für unseren kleinen Gastronomiebetrieb im Zürcher Seefeld suchen wir per 1. März oder nach Vereinbarung eine

Servicemitarbeiterin
(50-60%, Mo.-Fr. Mittagsservice)

mit Erfahrung. Es erwartet Sie ein junges, aufgestelltes Team. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder E-Mail an Herrn Senn, Bar Restaurant Seehof, Seehofstrasse 11, 8008 Zürich oder reception@seehof.ch.

921-538

Für unser ***90-Betten-Hotel im Herzen von Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine fröhliche

Réceptionistin

Arbeiten Sie gerne in einem kleinen Team, sind sprachgewandt und bringen Fidelity- und Berufserfahrung mit, dann sind Sie genau unsere zukünftige Mitarbeiterin.

Wir freuen uns auf Ihre Kurzbewerbung an: Hotel Astor AG, Weinbergstrasse 44, 8006 Zürich.

684-395



Lust auf einen heissen Sommer in der **Fischerbucht am Brienzersee, Berner Oberland?** Wir haben folgende sonnige Jobs für junge, aufgestellte Leute:

Service (deutschsprachig) ab März/April
Serviceangestellte (m/w)
Sefa (m/w)
Serviceaushilfen (m/w)
Refa Lehrling (m/w)
Buffetmitarbeiter (w)

Küche ab März/April
Sous-Chef (m/w)
Chef de Partie (m/w)
Commis (m/w)
Praktikant (m/w)
Officemitarbeiter (m/w)

Infos unter Telefon 079 342 1378 oder im (Fischer-)Netz
www.dulac-iseltwald.ch

803-476



Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

INTERLAKEN



Wir suchen
per April oder
nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/r
mit Erfahrung

Koch / Köchin
kreativ und selbständig

Hilfskoch /
Officemitarbeiter

Wir freuen uns auf Ihre
Bewerbung mit den
üblichen Unterlagen.

Café de Paris, 3800 Interlaken
Alex Auderset, Marktplatz 14
tel 033 821 69 10

922-539

SV

catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste.

Für das Schiffcatering Thunersee suchen wir für die **Sommersaison 2009** per **1. Mai 2009** oder nach Vereinbarung:

Leiter Küche/Koch/Hilfskoch (w/m)

Logistiker-Chauffeur (w/m)

Das **Schiffcatering auf dem Thunersee** umfasst 1 Salon-Dampfer und 8 Motorschiffe mit total rund 1'600 Restaurationsplätzen und ist für das gesamte Catering vom kleinen Motorschiff mit 60- bis zum 400-plätzigem Luxus-Liner für Grossanlässe und Events verantwortlich.

Auf den Kursschiffen werden die Gäste mit einem abwechslungsreichen und saisonal wechselnden à la carte Angebot verpflegt. Zudem werden regelmässig Caterings bei Charterfahrten durchgeführt.

Ihr Profil

- Teamfähig
- Flexibel und belastbar
- Stresserprobt und qualitätsbewusst
- Gute Deutschkenntnisse

Wir bieten

- Dynamisches Team
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistung

Weitere Auskünfte: Philippe Derché, Küchenchef, Telefon +41 33 334 52 37 oder www.sv-group.ch
Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

SV (Schweiz) AG
Schiffcatering Thunersee
Postfach
CH-3600 Thun

964-566

**Wo sich Angebot
und Nachfrage trifft**
htr stellenrevue –
der grösste Stellenmarkt
der Branche

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

Mit einem einzigen Telefon 18 Franken sparen? Das sind ja ganz neue Seiten!

Bestellen Sie jetzt ein Schnupperabo der rundum neuen htr hotel revue und zahlen Sie für 10 Wochen inspirierenden Journalismus und aktuelle Stellenangebote nur gerade Fr. 25.– statt Fr. 43.–. Sie sparen mit jeder Ausgabe Fr. 1.80 gegenüber dem Einzelverkauf. Am besten noch heute anrufen: **Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch.**

www.htr.ch

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Wöchentlich mit Stellenangeboten

Express-Stellenvermittlung Service de placement express

Tel. 031 370 42 79

Fax 031 370 42 23

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.–, während 1 Jahr für Fr. 600.– (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.–, pour 12 mois: fr. 600.– (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
2732 Koch	51	IE	LEG	sofort	D/E		Deutsch-CH
2736 Küchenchef	45	AT	L-EG	sofort	D/E		
2738 Koch/Allrounder	20	CH		sofort	D/E		ZH
2739 Küchenallrounder	31	CH		sofort	D/E/F		Deutsch-CH
2741 Sous-chef/Kü/chef	28	CH		April	D/F/I		Tessin
2744 Koch	63	DE	B	sofort	D		ZH
2745 Koch	23	CH		sofort	D/E/F		Inner-CH/ZH
2754 Koch/Sous-chef	41	CH		sofort	D		Interlaken
2755 Küchenchef	46	CH	Mai		D/I		AG/LU/GR
2759 Kü/chef/Alleinkoch	39	DE	L-EG	sofort	D/E/I		LU/BE/VS/GR
2764 Commis de cuisine	20	DE	B-EG n. Ver.		D		Gehobene Küche
2765 Koch/w	29	CH		sofort	D		Luzern+Umgeb.
2766 Küchenchefin	29	CH		sofort	D/F		Bern+Umgeb.
2769 Küchenhilfe	37	IT	B	sofort	D/I		TüBE-Oberl.
2773 Pâtissier/Gardemanger	39	CH		März	D		Bern+Umgeb.
2777 Küchenchef	46	CH	Mai		D/I		AG/GR
2782 Alleinkoch/Kü/chef	61	DE	C n. Ver.		D/E/F/I		Basel/Nordwest-CH

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
2733 Kellner	59	CH		sofort	D/I		BE
2737 Service/w	19	CH		sofort	D/E/F/I		GR
2740 Sefa/Bardame	23	CH		April	D/E/F/I		Ausland
2743 Kellner	62	CH		sofort	D/E/F/I		ZH

1

1	2	3	4	5	6	7	8
2746 Buffet/Küche/Allrounderin	50	CH		sofort	D		BE/LU
2747 Sefa	38	CH		sofort	D		BE
2748 Chef de Service	35	DE	B	sofort	D/E/I		Ost-CH
2749 Chef de Service/Sefa	39	IT	C	sofort	D/E/F/I		GR/GE
2751 Chef de rang/Sommelier	58	IT	L	sofort	D/E/F/I		TU/GR
2756 Restaurantleiter/Gastgeber	60	CH		n. Ver.	D/E		Zentral-CH
2757 Kellner	62	CH		sofort	D/E/I		ZH/BE/AG/LU
2760 Chef de Service/w	51	AT	L-EG	Mai			zus.m.2761
2761 Barman/Barchef	54	AT	L-EG	Mai			zus.m.2760
2763 Service/w	69	CH		April	D/E		Bodensee/SG
2768 Sefa	28	CH		sofort	D/E/F/I		Bern-Thun
2774 Sefa	49	ES	L-EG n. Ver.		D/E/F/I		BE-Oberl./ZH-Oberl./VD
2776 Kellner/Chef de Service	37	CH		n. Ver.	D		Bern
2779 Buffet/Service/w	35	HU	C	sofort	D/E		LU/ZG/OW/WW
2781 Sefa	21	CH		April	D/E/F		ZH/TG

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
2750 Réceptionniste	27	FR	L-EG	April	E/F/I		TV/VS
2752 Réceptionspraktikantin	22	CH		n. Ver.	D/E/F/I		GE
2753 Réceptionsist/Concierge	33	FR	L-EG	sofort	D/E/F/I		West-CH
2758 Réceptionspraktikant	25	CH		April	E/I		Zürich
2767 Réceptionspraktikant	28	SK	B	April	D		SO/BE

1

1	2	3	4	5	6	7	8
2771 Allrounder/Empfang/Service	44	DE	L-EG	März		D/E/F/I	VS/BE/SZ/ZH/SG
2772 Réceptionniste	25	CH		Juni		D/E/F/I	ZH/TG/SH/60-80%
2775 Betriebsassistent/Leiter	45	IT	B	n. Ver.		D/E/F/I	ZH
2778 Chef de réception	44	CH		sofort		D/E/F	Interlaken+Umgeb.

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
2734 Hauswirtschaftsleiterin	30	DE	C	sofort	D/E/F		SO/BE/AG/Heim/Spital
2742 Zimmerfrau	25	BR	B	sofort	D/I		BE
2762 Zimmerfrau/Allrounderin	39	CH		April	D/F/I		max. 60%/Bern
2780 Hilfskraft/Ungerier/w	24	RS	B	sofort	D		Bern+Umgeb.

- 1 REFERENZNUMMER – Numéro des candidats
- 2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
- 3 Alter – Age
- 4 Nationalität – Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

981-577

Stellenbewerbung | Candidatur

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der htr hotel revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans htr l'hotel revue.

Bewerbungstalon | Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle/Emploi souhaité:

Arbeitsbewilligung/Permis de travail:

Art des Betriebes/Type d'établissement:

Name/Nom:

Strasse/Rue:

Geburtsdatum/Date de naissance:

Telefon privat/No de téléphone privé:

Bemerkungen/Remarques:

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch/Allemand: Französisch/Français: Italienisch/Italien: Englisch/Anglais:

(1 = Muttersprache/Langue maternelle, 2 = gut/bonnes, 3 = mittel/moyennes, 4 = wenig/faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren/Mes trois derniers emplois:

Betrieb/Etablissement:

Ort/Lieu:

Eintrittsdatum/Date d'entrée:

Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐

Bevorzugte Region/Région souhaitée:

Vorname/Prénom:

PLZ/Ort/NPA/Lieu:

Nationalität/Nationalité:

Telefon Geschäft/No de téléphone professionnel:

Funktion/Fonction:

Dauer (von/bis)/Durée(de/à):

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum/Date:

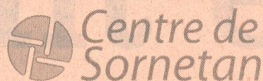
Unterschrift/Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: ☐ Ja ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui ☐ Non

Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:

htr hotel revue, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / jobs@htr.ch



Le Centre de Sornetan, qui dépend des Eglises réformées Berne-Jura-Soleure, a pour mission d'être un lieu d'accueil, de rencontre et de formation. Situé dans un magnifique cadre naturel au cœur du Jura historique, il met au concours le poste ci-dessous:

Directeur du Centre de Sornetan poste à 100%

Le poste recouvre les tâches suivantes:

- responsable de la gestion commerciale et financière de l'établissement
- organisation et planification du fonctionnement du Centre
- marketing
- gestion de l'entretien des immeubles
- secrétariat de l'association

Les exigences sont les suivantes:

- formation hôtelière ou commerciale
- expérience dans la direction d'un établissement hôtelier
- esprit d'initiative
- ouverture à la spiritualité protestante
- maîtrise de l'allemand et bonnes connaissances en suisse allemand et anglais
- maîtrise des outils informatiques usuels

Le titulaire sortant, M. Jean-Louis Jabas, se tient à disposition des personnes intéressées (Centre de Sornetan, 2716 Sornetan, ☎ 032 484 95 35)

Notre site: www.centre-desornetan.ch

Appartement de fonction à disposition.

Entrée en fonction: 1^{er} juin 2009 ou à convenir.

Les postulants accompagnés d'un curriculum vitae et d'une lettre précisant les motivations sont à adresser au Comité du Centre de Sornetan, Le Rondet 2, 2716 Sornetan jusqu'au 28 février 2009 dernier délai.

Le cahier des charges est à disposition à l'adresse susmentionnée ou jabas@centredesornetan.ch

934-549



Hôtel 4**** 136 lits, 2 restaurants, 1 bar, 1 dancing,
11 salles de conférences, service traiteur, boutiques.

POSTES DISPONIBLES

UNE(1)ERERE RÉCEPTIONNISTE

Responsable du bon fonctionnement opérationnel et administratif du département.

Votre profil: Au bénéfice d'une formation et d'une expérience de quelques années dans un poste similaire,
Vous possédez un savoir-faire informatique (Word, Excel.)
Maîtrise des langues allemande et anglaise.
Autres langues un atout

Entrée: Février 2009 ou à convenir

Merci nous envoyer votre candidature à:

Au Parc Hôtel - Rte de Villars 37
1700 Fribourg

026 / 429 56 56

denise.gallandat@auparc-hotel.ch

924-540



HOTEL RESTAURANT ARCADIA
6612 Ascona

beim Golfplatz und Lido, 10 Min. von der Piazza entfernt. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Sommersaison 2009 (März-Oktober) eine

ServicemitarbeiterIn

für unser Restaurant mit Terrasse.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Familie M. Bolz
Hotel Arcadia
Via Patrizia 47
6612 Ascona
Tel. 091 791 1015
www.arcadia.li
info@arcadia.li

499-298



HOTEL CASA BERNO ASCONA

Für die Sommersaison 2009
(ca. Mitte März bis Ende Oktober)

suchen wir für unser ****-Ferienhotel an einmaliger Lage mit Panoramansicht auf den Lago Maggiore und die Berge rund um Ascona folgende aufgestellte und qualifizierte Mitarbeiter/innen:

Administration: Empfangssekretärin
mit guten Fremdsprachenkenntnissen (D/E/F)

Réceptionspraktikantin
mit guten Fremdsprachenkenntnissen (D/E/F)

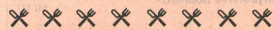
Restaurant: Servicefachangestellte (à la carte und Halbpension)

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto an:
Bruno Caratsch, Direktion
Hotel Casa Berno
6612 Ascona

E-Mail: b.caratsch@casaberho.ch
www.casaberho.ch



Aus- und Weiterbildung



- ✱ Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Führung. Interessiert?
- ✱ Senden Sie noch heute den
- ✱ Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG

Badenerstrasse 678, 8048 Zürich
Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____ 564-340 Htr

Stellengesuch

Ich, w, 25, Schweizerin suche ab sofort für Februar/März oder nach Vereinbarung Stelle als

Barangestellte

Habe Erfahrung in dieser Branche und spreche gut Englisch.
Tel. 079 534 10 06

974-572

Sommersaison im Tessin

Osteria della Posta, 6827 Brusino Arsizio. Direkt am Luganersee

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Sommersaison 2009, Mai bis Ende Oktober

eine/n Servicefachangestellte/n und

einen Commis de cuisine

Italienische Grundkenntnisse im Service sind von Vorteil.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Rico Rapelli
Osteria della Posta
Lungolago
6827 Brusino Arsizio
Tel. 091 980 24 80

932-547

Stellenvermittlungen



DOMINO GASTRO
Personal - Vertrait
www.dominogastro.ch
Tel. 055 415 52 80
personal@dominogastro.ch
für Bewerber kostenlos.

468-208

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotella.ch

361-201

IMPRESSUM

hotelrevue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: hotellereuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Hobsmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger

Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Delia Piscopo, Patricia Nobs Wysz

E-Mail: inserate@htr.ch / www.jobs.htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.70 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenausschreibungen / Offres d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Zuschlag Aufschlag Internet: 1 Wo. Fr. 50.-, 2 Wo. Fr. 70.-, 1 Mt. Fr. 100.- (pro Anzeige)
- 1 GzD bis Freitag vor Erscheinen möglich - weitere GzD kosten pro Auszug Fr. 30.-

Termine:

	Nr. 8/2009	Nr. 9/2009	Nr. 10/2009	Nr. 11/2009
- Ausgabe	19. 2. 2009	26. 2. 2009	5. 3. 2009	12. 3. 2009
- Erscheint	16. 2. 2009	23. 2. 2009	2. 3. 2009	9. 3. 2009
- Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr			

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2007/08 / contrôlés REMP 2007/08, verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 092, Gratisauflage / tirage gratuit: 1289 (Druckauflage / tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.