

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 20

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: 05.07.2025

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

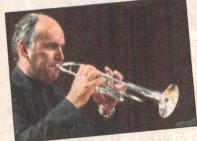
htr avec cahier français hotelrevue

14. Mai 2009

Nr. 20 Fr. 4.30 / € 2.90

AZA/JAA - 3001 Bern / Berner

www.htr.ch



Wein & Musik

Österreich verbindet zwei Künste: Wein und Musik. Und gedenkt des Komponisten

Josef Haydn.

Seite 13

Airport Zürich

Die Kündigung von Parkplätzen für zwei Busunternehmen verärgert die Zürcher Hoteliers.

Seite 2

Italien

Selbst in krisenresistenten Tourismushochburgen wie Florenz und Rom gehen die Logiernächte drastisch zurück.

Seite 3

Kuoni Schweiz

«Um die Kosten im Griff zu haben, mussten wir das Gesamtangebot verkleinern.»

Seite 5

Stefan Leser, CEO Kuoni Schweiz



Gantrischregion

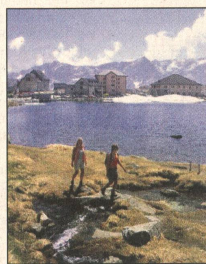
Die vielen Formen des Guggershörnli an der BEA

Morgen Freitag wird die BEA in Bern eröffnet. Für die Bewohner des Gantrischgebietes ist die diesjährige Ausgabe der Ausstellung in Bern einmalig: Sie dürfen ihre Region auf dem Freigelände beim Eingang vorstellen. Organisator Armin Fuchs hat die Präsentation eingefädelt. Ziel ist eine sanfte Tourismusförderung für das Gebiet um das Guggershörnli. Diesen Felsen gibt es an der BEA in einigen Ausführungen: als Mini-Guggershörnli zum Besteigen, in Teigwaren-Form und als Song. Wer Glück hat, gewinnt einen Helikopter-Flug rund um das echte «Hörnli».

Seite 14

Destinationsbildung

Im Gotthardgebiet machen vier Kantone gemeinsame Sache



Das Gotthardgebiet als touristische Einheit.

Das Gotthardgebiet will sich touristisch als Einheit vermarkten – über die Grenzen der vier betroffenen Kantone Graubünden, Tessin, Uri und Wallis hinweg. Zu diesem Zweck wird eine neue Destinationsmanagement-Organisation (DMO) aufgebaut, die Mitte 2010 den Betrieb aufnehmen soll. Der Tourismus ist laut Philippe Spoll, Geschäftsführer von Andermatt Gotthard Tourismus, der grösste und wichtigste der sieben Teilbereiche des Projekts San Gottardo.

Nicht zuletzt da sie sich einiges vom geplanten Resort von Samih Sawiris in Andermatt verspre-

chen, sind immer mehr Leistungsträger bereit, bei gemeinsamen Angeboten und Produkten mitzumachen und finanzielle Mittel beizusteuern. So sind etwa 60 Leistungsträger am neuen «Gotthardpass» beteiligt, der den Feriengästen im kommenden Sommer zur Verfügung stehen wird. Realisiert wurde unter anderem auch eine zentrale Buchungsplattform, die aktuell bei Andermatt Gotthard Tourismus angesiedelt ist. Zurzeit dient sie der Buchung von Pauschalangeboten, soll aber weiter ausgebaut werden.

Seite 4

Bildung motiviert

Die Mitarbeitenden aus dem Gastgewerbe sind, im Vergleich zu andern, weniger an Weiterbildung interessiert. Wer sich dazu aufrafft, ist im Job motivierter.

CHRISTINE KÜNZLER

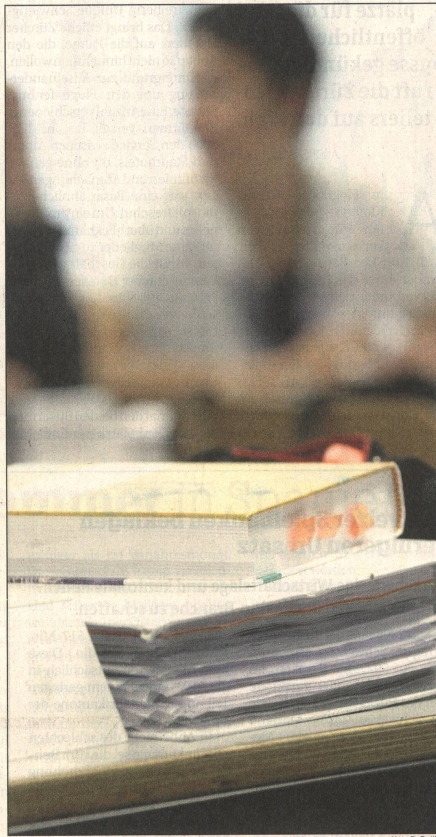
Die Mitarbeitenden aus dem Gastgewerbe haben wenig Lust an Weiterbildung. Im Vergleich zu anderen Branchen absolvieren sie am seltensten eine höhere Berufsbildung. Das zeigt die Statistik. Der Grund für das Desinteresse könnte sein, dass vielen Kadermitgliedern die Zeit zur Weiterbildung fehlt. Oder aber, dass der finanzielle Anreiz klein ist, denn der höhere Berufsabschluss wird nicht mit wesentlich mehr Lohn honoriert. Auch hier bildet das Gastgewerbe das Schlusslicht aller Branchen: Der Lohnunterschied zwischen Grundausbildung und höherer Berufsausbildung beträgt jährlich rund 5000 Franken. Zum Vergleich: Im Baugewerbe sind es 16 000 Franken.

Auch dem Hotel bringen gut ausgebildete Kadermitarbeiter finanziell wenig, dafür aber in anderer Hinsicht. «Die Motivation, die bei den Mitarbeitenden durch so eine Weiterbildung entsteht, ist nicht zu unterschätzen», sagt Katharina Schumacher, Personalverantwortliche beim «Hilton» in Basel. Ein MBA-Absolvent bringe frischen Wind in den Betrieb.

Die Auswahl an branchenspezifischen Weiterbildungen ist nicht riesig, doch spannend – und einige sind auch neu. An der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil sind die ersten sechs Weinakademiker diplomiert worden. Ab Herbst können sich dort Interessierte für den ersten Zertifikatslehrgang «The Science and Art of Coffee» einschreiben. Das Institut Universitaire Kurt Bösch in Sitten lanciert mit den Westschweizer Universitäten den ersten Master of Arts in Tourismuslehre. Disziplinierte Bildungswillige können sich per Fernstudium beim deutschen IST-Institut neu zum Fachberater Bio-Gastronomie weiterbilden.

Wer nur wenig Zeit für seine Weiterbildung aufwenden möchte, hat mehr Mühe, in der Schweiz branchenspezifische Angebote zu finden. Doch es gibt sie, bei hotelieriesuisse und an verschiedenen Hotelfachschulen.

Seite 7 bis 12



Weiterbildung bringt mehr Motivation als Lohn.

Alain D. Bollat

Kommentar

Wie die Mittelklasse auftrumpfen könnte



ELSBETH HOMMERIER

Eine viel befahrene Kantonsstrasse, kein Dorfzentrum weit und breit, einige verstreute Industriegebäude in der Nachbarschaft – das alles tönt nicht gerade einladend und ist sicher kein Traumstandort für ein Hotel. Und doch: Genau da steht ein Haus, das in Ratings immer wieder oben aufschwingt, das mit 70 Prozent eine gute Auslastung hat, das als Geheimtipp für so verschiedene Gästegruppen wie Seminare, Honeymooner, Geniesser, Durchreisende gilt. Das Hotel Bad Bubendorf ist eines der in der Schweiz

«Dreisternehäuser als Grenzgänger zwischen Basic und Luxus bieten eine grosse Chance.»

noch eher seltenen Beispiele, wie man mit einer gegliederten Symbiose zwischen Althergebrachtem und Design im Dreisternebereich erfolgreich geschäftlich kann. Diese Kategorie, als Grenzgänger zwischen Basic und Luxus, bietet gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten eine Chance.

Voraussetzung ist: Das Haus muss sich aus der grossen Masse herausheben, es muss sich klar positionieren im Markt. Zum Beispiel als Seminarhotel während der Woche und als gediegener Rahmen für Hochzeiten und Familienfeste am Wochenende. Dazu eine gepflegte Küche, welche in der Gaststube Wärschafes und im Gourmetlokal Exquisites aufsticht.

Solche Hotels können, wenn sie fantasievoll agieren und am Interieur nicht sparen, auch gute Preise verlangen. Vor allem, wenn sie den Gast auch noch herzlich umsorgen. Dann wird «Mittelklasse» zum grossen Trumpf.

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 20

MIRELA – wegweisende Backoffice-Gesamtlösungen von MIRUS und HOTELA.

MIRELA

www.mirela.ch

Aus der Region

Zürich

Logiernächte in Winterthur gestiegen



Swiss-Image

Mit 323 044 Logiernächten in der Region Winterthur verzeichnet Winterthur Tourismus ein Wachstum von 3,6% gegenüber 2007. Die Region ist überdurchschnittlich gewachsen. Entsprechend erhöht sich die Marketingtaxe von Fr. 2,50 generieren. Zudem erhöht sich im Jahr 2008 die Zusatzmittel durch partnerschaftliche Finanzierung von Projekten (+30%) und durch die Erträge am Informationsschalter im Hauptbahnhof Winterthur (+13%). sls

Kongresshaus Zürich hat sich gut behauptet



ZVG

Nach vier Spitzenjahren in Folge könnte sich das Kongresshaus Zürich trotz Einbussen im Saalgeschäft insgesamt erfolgreich behaupten. Der Gesamtumsatz von 18,993 Millionen Franken lag nur knapp 3,7 Prozent unter der Bestmarke des Vorjahres. Bei den Einnahmen aus Raumvermietung, Technik und Nebenleistungen wurden die Umsätze aus dem Vorjahr sogar nochmals um 7 Prozent übertroffen. Auch die Restaurants steigerten ihren Gesamtumsatz um 3 Prozent. sls

Graubünden

Rekordtage bei der Lenzerheide Bergbahnen AG

Dezember und Januar bescherten der Lenzerheide Bergbahnen AG Rekordtage. Am 2. Januar wurden 19 500 Personen im Skigebiet gezählt – das gab es noch nie. Im Februar und März allerdings verzeichnete das Unternehmen ein Minus von 21% respektive 6% gegenüber dem Vorjahr. Mit rund 854 000 Ersteintritten mussten sie aber nur einen leichten Rückgang von 0,39% hinnehmen. «Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden», sagt Rainer Flaig, CEO der Lenzerheide Bergbahnen AG. sls

Basel

Logiernächte im Baselbiet weiterhin im Plus

Mit einer Steigerung der Logiernächte im 1. Quartal 2009 von 50 800 auf 58 000 (+14%) verzeichnet die Baselbieter Hotellerie bei gleich bleibenden Kapazitäten weiterhin Zuwachszahlen im Vergleich zum Vorjahr. Dies obwohl das Bezugsjahr 2008 insgesamt ein ungewöhnliches Rekordjahr war. Für das zweite Quartal 2009 rechnet BaselLand Tourismus aber eher mit einer Stagnation oder mit einem leichten Rückgang. sls

Ungewisse Zukunft für Bus

Die Zürcher Flughafenbetreiberin Unique hat die Parkplätze für die zwei öffentlichen Hotelbusse gekündigt. Das ruft die Zürcher Hoteliers auf den Plan.

ANDREAS GÜNTERT

Am Flughafen Zürich-Kloten stehen Passagieren eine Vielzahl von Verkehrsmitteln zur Verfügung: Taxi, Bahn und seit Dezember auch ein Tram (htr vom 9.4.) verbinden den Airport mit der Zürcher Innenstadt; grössere Hotels im Flughafen-Einzugsgebiet stellen darüber hinaus eigene Shuttles zur Verfügung. Ein weiteres beliebtes und langjährig schon verkehrendes Transportmittel, der City-Hotelbus, steht nun allerdings auf der Kippe. Den zwei Busfirmen

SLS und Ben-Bus, die bis anhin nach einem fixen Fahrplan und zu fixen Preisen den Flughafen mit der Stadt verbunden haben, drohen durch einen Beschluss der Flughafenbetreiberin Unique Schwierigkeiten. Das bringt etliche Zürcher Hoteliers auf die Palme, die den Abbau so nicht hinnehmen wollen.

Hintergrund zur Auseinandersetzung um den Flughafenbus-Service: Eine Anzahl verschiedener Bus-Firmen versah bis ins Jahr 2003 den Service zwischen Airport und Stadthotels, oft ohne genaue Richtlinien und Abmachungen vor Ort, was eine Basar-ähnliche Atmosphäre schuf. Um ein professionelles und überblickbares Angebot für seine Mitglieder zu gewährleisten, wirkte die Geschäftsstelle des Vereins Zürcher Hoteliers ZHV seit Februar 2004 als Koordinationsstelle zwischen den Hotelbusbetreibern und dem kantonalen Amt für Verkehr. Per Ende Mai erlischt diese Vereinbarung nun, wegen Unzufriedenheit mit der Dienstleistungsqualität. Das hat Folgen: «Unique hat den beiden Busfirmen die zwei Parkplätze per Ende Mai



ZVG

Es ist ungewiss, ob ankommende Gäste auch künftig den Flughafen-Bus ins City-Hotel nehmen können.

gekündigt», bestätigt Unique-Sprecherin Sonja Zöchling. Der am Flughafen ausgehängte Bus-Fahrplan sei oft nicht eingehalten worden. Weil dies viele Reklamationen gebracht habe, die auch auf Unique abgefärbt hätten, wollte man die Zusammenarbeit mit den beiden Busfirmen SLS und Ben-Bus nicht fortsetzen, «weil deren Dienstleistung unseren hohen Qualitätsansprüchen nicht genügt hat.» Die beiden Bus-Unternehmen hätten aber weiterhin eine

Vorfahrtsbewilligung am Flughafen, verbunden mit der Möglichkeit, maximal eine halbe Stunde auf ankommende Gäste zu warten.

Für Peter Vogel, Inhaber des Stadtzürcher Comfort Inn Royal und Präsident des Vereins Zürcher Dreisterne-City-Hotels, eine ungenügende Lösung. Ohne festen Parkplatz sei kein vernünftiger Abhol-Service praktikierbar. Die Abfahrtsstermine ab den Stadthotels seien in der Regel eingehalten worden, Fahrplanprobleme habe es,

wenn überhaupt, am Flughafen gegeben, nimmt der Zürcher Hotelier die beiden Bus-Betreiber in Schutz. Seitens der Busfirma SLS sieht man das grundsätzliche Problem an einem anderen Ort: «Das Aufkommen bei einem Grossteil der Hotels ist ungenügend», sagt Marcel Engelmayer, Verwaltungsrat der SLS Limousinen Service AG, der betont: «SLS hat kein Pünktlichkeits- und kein Qualitätsproblem.» Vogel spricht von einem «viel genutzten Service». Dieser müsse aufrecht erhalten und dafür am Airport Zürich-Kloten mindestens ein Parkplatz zur Verfügung gestellt werden, fordert Vogel von Unique. Dazu hat der Präsident der Zürcher Dreisterne-City-Hotels der Flughafenbetreiberin eine Liste von 17 Zürcher Hotels zukommen lassen, die alle ihr Interesse an der Dienstleistung und am Hotelbus-Parkplatz am Flughafen bekunden. Vogel hofft auf ein Einlenken von Unique: «Denn wenn dieser Service abgebaut wird, geht eine wichtige Dienstleistung für Gäste und Hoteliers verloren.»

Schweizer Spielbanken beklagen geringeren Umsatz

Die schwierige Wirtschaftslage und kantonale Rauchverbote machen der Casino-Branche zu schaffen.

Im Jahr 2008 sank der Bruttospiel-ertrag der Schweizer Casinos um 2,7% auf 992 Mio. Franken. Im ersten Quartal 2009 verstärkte sich der Rückgang um 9,7%, wie der Schweizer Casino Verband (SCV) am Dienstag an einer Medienkonferenz erklärte. Zur Busse hätten die aktuell schwierige Wirtschaftslage, die Einführung kantonaler Rauchverbote und «der unkontrollierte Wildwuchs» von Pokerturnieren ausserhalb von Casinos beigetragen.

Die von den Casinos geleistete Spielbankenabgabe für das Jahr

2008 beläuft sich auf 517 Mio. Franken (Vorjahr 539 Mio.). Diese Mittel fliessen hauptsächlich in die AHV und zu einem geringen Teil an die Standortkantone der B-Casinos.

In Anbetracht der schlechten Konjunkturlage sei die vom Bundesrat angekündigte Erhöhung der Spielbankenabgabe für die A-Casinos «völlig unverständlich», so der SCV weiter. Der Verband werde sich deshalb «mit allen verfügbaren Mitteln» gegen die Erhöhung der Spielbankenabgabe wehren. dst

Parc Adula fördert Tourismus

Bis zum Jahr 2015 wollen vier Regionen im Tessin und Graubünden einen Nationalpark schaffen. 19 Gemeinden sind derzeit in das Projekt einbezogen.

ANTJE BARGMANN

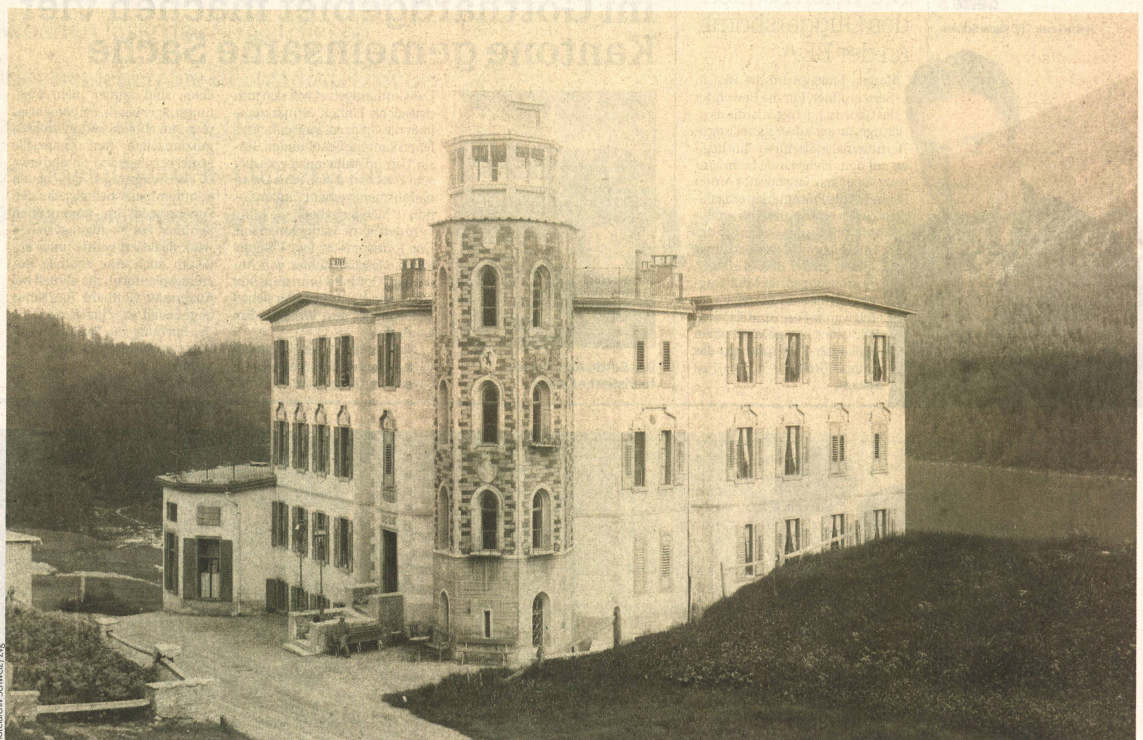
Während das Nationalpark-Projekt der Region Locarno durch den Ausstieg der Gemeinde Cevio einen schweren Rückschlag erlitten hat, kann die Arbeitsgruppe des «Parc Adula» eine neue Etappe ihrer Projektierung präsentieren. Im Rahmen einer Machbarkeitsstudie

haben sich die Vertreter der beteiligten Regionen auf die Aussengrenzen des geplanten Naturschutzgebietes Rheinwaldhorn (italienisch: Adula) geeinigt. Die Kern- und Randzone des Nationalparks soll 19 Gemeinden berühren und sich vom Tessiner Blenioal bis in die Bündner Gebiete Calancatal, Misoix und Survelva erstrecken. Dass dabei zwei Kantone und vier Sprachregionen einbezogen sind, gilt nach Worten von Koordinator Riccardo Tamoni als der grosse Pluspunkt des Projektes. «Endlich kann über die Grenzen hinweg ein Netzwerk zur Förderung des Naturschutzes und des Tourismus entstehen.» Bisher seien die Region-

nen trotz ihrer geographischen Nähe alles andere als eine Einheit. Befürchtungen, dass hohe Naturschutz-Auflagen die wirtschaftliche Entwicklung des Gebietes hemmen könnten, hält Tamoni für unbegründet. Nur im Kerngebiet entlang des Bergmassivs werde es ein Verbot für menschliche Eingriffe geben, in der Peripherie dagegen könne das Label «Parc Adula» den Wandertourismus fördern.

Letztendlich wird die betroffene Bevölkerung an der Urne über das Projekt abstimmen. Die Projektgruppe hofft, den Park bis zum Jahr 2015 vom Bund anerkennen zu lassen. Schweizweit gibt es bisher nur einen Nationalpark im Engadin.

Entrée: Wie hiess dieses Hotel (Foto um 1880)? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv



Hotel de Ville, Paris

Bei der Teilnahme an Wettbewerben ist die Teilnahme an anderen Wettbewerben ausgeschlossen. Die Teilnahme an Wettbewerben ist kostenlos. Die Teilnahme an Wettbewerben ist kostenlos.

«Bella Italia» stöhnt

Selbst in Tourismuszentren wie Florenz und Rom gehen die Hotelübernachtungen zurück. Touristiker fordern staatliche Interventionen.

GERHARD LOB

Die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel verbrachte dieses Jahr ihren kurzen Osterurlaub wie gewohnt auf der Insel Ischia. Die in Neapel erscheinende Tageszeitung «Il Mattino» feierte diesen Besuch tagtäglich mit grossen Berichten. Doch dieses Highlight konnte nicht darüber hinwegtäuschen, dass Italiens Tourismusbranche tief in der Krise steckt. Insbesondere die Zahl der Gäste aus dem Ausland ist rückläufig.

Drastischer Rückgang der englischen Gäste

Die von Federalberghi, dem italienischen Dachverband der Hotel- und Tourismusvereine in Rom, soeben veröffentlichten Zahlen sprechen klarst. Im Januar gab es gegenüber dem Vorjahr landesweit ein Minus von 7% an Hotellogiernächten, im Februar waren es -10% und im März gar -14,6%. Etwas gnädiger fiel der April mit einem Minus von 3% aus – Ostern sei Dank. Besonders markant ist der Rückgang bei Engländern (-45%), bei Skandinaviern (-25%) und Russen (-25%) und schliesslich den Deutschen (-20%). Und dies, obwohl viele Hotels ihre Tarife gesenkt haben. Die zwangsläufige Folge dieser Situation: Die Anzahl der Beschäftigten in der Hotellerie ist zurückgegangen. Nur ein kleines Trostpflaster ist die steigende

Präsenz von inländischen Touristen. Allerdings sitzt den Italienern im eigenen Land der Geldbeutel nicht mehr so locker, was auch an den hohen Preisen liegt.

Bis Ende 2009 könnten bis zu 100 000 Mitarbeiter im Fremdenverkehr ihren Job verlieren, warnt der Touristikerdachverband FederTurismo. Das seien doppelt so viele wie die in der Autoindustrie gefährdeten Stellen. In Italien sind 2 Millionen Menschen in der Tourismusindustrie beschäftigt.

Halbierung der Mehrwertsteuer gefordert

Selbst verwöhnte Tourismushochburgen wie Florenz oder Rom, die nie eine Krise kannten, klagen jetzt. In der Ewigen Stadt verzeichnet man im Jahr 2009 bisher einen Gästerrückgang zwischen 5 und 8%, wie Sergio Piscitello von Federalberghi Roma erklärt. Vier- und Fünfsternehotels sind dabei stärker betroffen als die Unterkünfte unterer und mittlerer Klasse. «Gäste aus den USA und dem Orient fehlen», so Piscitello. «Die Rezession hat den Tourismus stark getroffen», meint Bernabè Bocca, Präsident von Federalberghi-Conforturismo. Dieser Verband fordert seit Wochen ein staatliches Hilfspaket zur Stützung des Tourismus und insbesondere eine Halbierung der Mehrwertsteuer in der Tourismusbranche von 10 auf 5%, um mit Frankreich (5,5%) und Spanien (7%) konkurrieren zu können.

Immerhin einen kleinen Erfolg konnten die Interessensvertreter der Hotel- und Tourismusindustrie feiern. Anfang Mai hat Premierminister Silvio Berlusconi wieder ein Ministerium für Tourismus geschaffen. Geführt wird es von Michela Vittoria Brambilla. Der grosse Haken: Das Ministerium verfügt über kein Budget.

www.federalberghi.it



Auch im bisher sehr stark besuchten Rom tummeln sich weniger ausländische Touristen.

Katzenjammer in Spanien

Spanien galt über Jahre als europäischer Top-Aufsteiger. Doch jetzt hat die Finanz- und Wirtschaftskrise das Land umso stärker getroffen. Der Bau- und Immobiliensektor liegt darnieder. Und auch die Tourismuswirtschaft leidet. Der Wertverlust des Pfundes gegenüber dem Euro ist ausschlaggebend für das Ausbleiben der britischen Gäste. Aber auch die Deutschen sind Spanien nicht mehr so treu wie früher. Dabei machten Deutsche und Briten im vergangenen Jahr rund die Hälfte der 57 Millionen Besucher Spaniens aus. Allein im Februar kamen 23% Reisende

weniger als im Vorjahresmonat. Die kanarischen Inseln verzeichneten einen schlechten Winter. Und selbst in Mallorca blieben viele Hotels über Ostern geschlossen. Angesichts der düsteren Prognosen haben schon etliche Hoteliers das Handtuch geworfen. Gemäss einem Bericht des Internetportals welt.de stehen in Spanien mittlerweile fast 400 Hotels zum Verkauf.

Im Gegensatz zu Italien hat in Spanien die Regierung auf die zunehmende Flaute im Tourismusgeschäft reagiert. Laut dem Ministerium für Industrie, Tourismus und Handel sollen in Zukunft

drei Sparten im Fremdenverkehr gefördert werden:

«Turismo social europeo» will von dem auf 100 Millionen Gäste geschätzten Potenzial der 55- bis 75-jährigen reiselustigen Europäer profitieren.

«Privilege Spain» soll vor allem das Hochpreissegment und den Wellness-Tourismus fördern.

«Renove» schliesslich sieht Erneuerungen im Hotelgewerbe vor. Insbesondere im Viersterne-segment fehlen Kapazitäten. Bis 2011 sollen rund 2,4 Mrd. Euro in die Tourismusförderung fliessen, davon 758 Mio. noch in diesem Jahr.

Flexibler Kulturraum für Luzern

Bis im Jahr 2014 soll Luzern eine «Salle Modulaire», ein flexibel verstellbares Multimedia-Opernhaus, erhalten. Initiant ist der Lucerne-Festival-Intendant Michael Haefliger.

DANIEL STAMPFELI

Für Projektierung, Bau und Unterhalt der Salle Modulaire wurde auf Initiative von Michael Haefliger, Intendant von Lucerne Festival, im April 2008 die Stiftung Salle Modu-

lable gegründet. Der variable, multifunktionale Kulturraum soll für Musiktheater, klassische Oper und experimentelle Musik genutzt werden können. Dieser Kulturraum soll unter anderem für Veranstaltungen etablierter Luzerner Kulturstiftungen wie Lucerne Festival, Luzerner Theater, Luzerner Sinfonieorchester, Hochschule Luzern – Musik und den mit diesen verbundenen Organisationen und Veranstaltern zur Verfügung gestellt werden. Nach den Vorstellungen von Michael Haefliger soll eine Vernetzung zwischen Lehre und Praxis entstehen, da Ausbildung,

Forschung, Produktion und Performance auf einem gemeinsamen Musikcampus stattfinden würden. Mit der Realisierung möchte Haefliger den Bereich Musiktheater und Oper stärken in die Konzepte des Lucerne Festivals integrieren.

Die Partner der Salle Modulaire suchen nun gemeinsam mit der Stadt und dem Kanton Luzern nach einem geeigneten Standort.

«Die Salle Modulaire wird Luzern noch prominenter als Musikstadt positionieren.»

Marcel Perren
Tourismuskommunikator Luzern

Laut «Neuer Luzerner Zeitung» werden 23 mögliche Standorte überprüft. Wichtig ist dabei die

enge räumliche Verbindung zwischen der Salle Modulaire und dem geplanten Neubau der Musikhochschule. Eine speziell eingesetzte Standort-Task-Force wird vom Luzerner Bauökonom Walter Graf

präsidiert. Die Finanzierung der Errichtung der Salle Modulaire

ist durch die in Luzern ansässige private Rütli-Stiftung garantiert. Die Bausumme beträgt rund 100 Mio. Franken. Projektleiter der Salle Modulaire ist Jost Huwyler. In seiner Funktion ist er direkt dem Delegierten der Stiftung Salle Modulaire, Michael Haefliger, unterstellt.

Vom Projekt angetan ist auch der Luzerner Tourismuskommunikator Marcel Perren: «Die Salle Modulaire wird das einmalige Angebot der Festival-City Luzern perfekt ergänzen und Luzern noch prominenter als Musikstadt von Welt rang positionieren.»

Hotellerie mit 14 Prozent weniger Logiernächten im März 2009

Da Ostern heuer in den Monat April fiel, müssen März und April gemeinsam betrachtet werden.

Im Monat März dieses Jahres verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz insgesamt 3,1 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) einer Abnahme von 14 Prozent. Die ausländischen Gäste registrierten mit 1,8 Millionen Logiernächten einen Rückgang von 19 Prozent. Bei den inländischen Gästen war die Abnahme geringer: Mit insgesamt 1,3 Millionen registrierten Logiernächten betrug das Minus 5,9 Prozent. Die stärkste absolute Abnahme verzeichneten im März

2009 die deutschen Gäste mit einem Minus von 19,5 Prozent gegenüber März 2008. Nach Kontinenten betrachtet lagte Asien mit einem Plus von 8,1 Prozent deutlich zu. Dabei verzeichnete China die stärkste absolute Zunahme.

Im Jahr 2008 fiel Ostern in den Monat März, 2009 hingegen in den Monat April. Für einen aussagekräftigen Vergleich der Nachfrageentwicklung sind laut BFS die Resultate von März und April daher gemeinsam zu betrachten. dst

Auch bei der Einreise am Airport zollfrei einkaufen

Die Duty-free-Shops in den Schweizer Flughäfen sollen auch für ankommende Passagiere geöffnet werden. Der Bundesrat hat beschlossen, das Vernehmlassungsverfahren zum Bundesgesetz über den Einkauf von Waren in Zollfreiläden auf Flughäfen zu eröffnen. dst

Cassis de Dijon: Ständerat bereinigt Differenzen

Die Wirtschaftskommission (WAK) des Ständerates konnte

beinahe alle Differenzen beim Bundesgesetz über die technischen Handelshemmnisse (THG) und beim Produktsicherheitsgesetz bereinigen. Insbesondere bei den Massnahmen zur Verhinderung der Inländerdiskriminierung folgte die WAK dem Entscheid des Nationalrates. dst/sda

Mehrwertsteuer: Totalrevision bereits Anfang 2010

Die Wirtschaftskommission des Ständerates (WAK) beantragt, die Totalrevision des Mehrwertsteuergesetzes bereits Anfang 2010 in Kraft zu setzen. Die WAK hiess das neue MWST-Gesetz oppositionslos gut. Einverstanden erklärte

sich die WAK, den Sondersatz von 3,6% für die Hotellerie um weitere drei Jahre bis Ende 2013 zu verlängern. dst/sda

Sunstar mit durchgezogenem Geschäftsjahr

In der Wintersaison 2008/09 ging die Anzahl der Logiernächte der Schweizer Sunstar-Hotelgruppe um 10,7% zurück, der Umsatz verminderte sich um 7,7%. Im per 30. April 2009 abgeschlossenen Geschäftsjahr erzielte Sunstar mit 293 800 Übernachtungen (-2,7%) und einem Umsatz von rund 45 Mio. Franken (-4,5%) das zweitbeste Resultat in der Firmengeschichte. dst

Aus der Region

Neuenburg

Chaux-de-Fonds und Le Locle vorgeschlagen

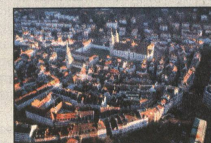


Swiss-Image

Der Internationale Rat für Denkmalpflege Icomos ist die beratende Fachkommission der Unesco für das Kultur- und Naturerbe der Welt. Er empfiehlt die Aufnahme der Stadtdenkmäler Uhrenindustrie La Chaux-de-Fonds und Le Locle in die Liste des Weltkulturerbes. Die definitive Entscheidung wird durch das Welterbekomitee am 22. bis 29. Juni 2009 in Sevilla getroffen. Das Welterbekomitee besteht aus 21 der 186 Mitgliedstaaten der Welterbekonvention. Die Schweizer Delegation wird zusammen mit Vertretern der beiden Städte in beobachtender Funktion an der Sitzung teilnehmen. sls

Ostschweiz

Hoteliers in St. Gallen senken Mitgliederbeitrag



zvg

An der Hauptversammlung des Hotelierevereins der Destination St. Gallen-Bodensee, wurde der Senkung des Mitgliederbeitrages von 30 auf 20 Rappen pro Logiernacht zugestimmt. Damit schaffen die Hoteliers interessantere Mitgliederbedingungen für ihre Partnerbetriebe. Mit jährlich 30 000 Franken beteiligen sich die 54 Mitglieder an SGBT-Conventions, dem Incoming-Büro welches die Weiterentwicklung des Tagungs-Kongress- und Eventtourismus in der Destination St. Gallen-Bodensee fördert. sls

Korrigendum

St. Moritz: Kein Stellenabbau in Luxushotels

Die beiden St. Moritzer Luxushotels Badrutts Palace und Kempinski bauen in dieser Sommersaison keine Stellen aus wirtschaftlichen Gründen ab, wie die htr hotelrevue von letzter Woche irrtümlich vermeldete («Hoteliers greifen zu Massnahmen»). Beide Hoteldirektionen betonen, dass sie ihren Mitarbeiterbestand wie üblich saisonbedingt reduziert haben. Das «Badrutts Palace» plant laut eigenen Aussagen «sogar einen Zuwachs im Vergleich zur Sommersaison 2008». Und das «Kempinski» bewegt sich «im Sommer 2009 auf dem Niveau von 2008». Wir bitten unsere Leserinnen und Leser, die Fälschung zu entschuldigen. ck

Valentine
Frittsen Heißwasser Teigwarenkoher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

Aus der Region

Zentralschweiz**Rigibahnen trotz
Rekordergebnis
Verlust**

Die Rigi-Bahnen verzeichnen im Geschäftsjahr 2008 ein Rekordergebnis von 14,64 Mio. Franken und einen doppelt so hohen Betriebserfolg von gut 777 500 Franken. Trotzdem weisen sie, wegen einer Sanierungsrückstellung von 2,15 Mio. Franken, einen Verlust in der Erfolgsrechnung von 696 148 Franken aus. sls

Nachruf**Gründer des
Zentrum Paul Klee
ist gestorben**

Maurice E. Müller, Gründer des Zentrum Paul Klee und berühmter orthopädischer Chirurg, ist am Sonntag im Alter von 91 Jahren gestorben. Professor E. Müller und seiner verstorbenen Gattin, Martha Müller-Lüthi, ist es zu verdanken, dass in Bern ein Paul Klee gewidmetes Kulturzentrum von internationaler Ausstrahlung realisiert werden konnte. sls

Destination Gotthard

Die vier Gotthard-Kantone machen touristisch gemeinsame Sache. Bis Mitte 2010 soll die geplante DMO betriebsbereit sein.

DANIEL STAMPELI

Bis Mitte 2010 wollen wir den Betrieb der neuen Destinationsmanagement-Organisation (DMO) San Gottardo aufnehmen können», sagt Philippe Sproll, Geschäftsführer Andermatt Gotthard Tourismus und Leiter des Bereichs Tourismus innerhalb des Projekts «San Gottardo». Am gesamten Raum- und Regionalentwicklungsprojekt, das bis im Jahr 2011 umgesetzt sein soll, sind die Kantone Uri, Graubünden, Tessin und Wallis beteiligt. Als grösster und wichtigster der sieben Teilbereiche erhalte der Tourismus entsprechend auch am meisten finanzielle Mittel, so Sproll.

Touristische Sommer- und Winterkarte im Einsatz

Zu den genauen Aufgaben, der Organisation und Finanzierung der DMO will sich Philippe Sproll noch nicht äussern. Vorgesehen sei dazu Mitte Juni eine Informationsveranstaltung.

Im Rahmen des Projekts San Gottardo wurden seit März 2008 über die Kantonsgrenzen hinweg schon mehrere touristische Initiativen umgesetzt und lanciert. So wurden für den Raum Gotthard eine touristische Sommer- und Winterkarte geschaffen. «Die Sommerkarte ist seit längerer Zeit bereits im Einsatz, die Winterkarte wird in einem Monat erscheinen und in der kommenden Wintersaison eingesetzt werden», erklärt Sproll weiter. In einer Auflage von 75 000 Stück hergestellt, werden die Karten an interessierte Touristen abgegeben und auch an Messveranstaltungen und bei Promotionsaktivitäten verteilt.

Immer mehr Leistungsträger sind beteiligt

Ebenso realisiert wurde in der Zwischenzeit eine zentrale Buchungsplattform für den Gotthardraum, welche zurzeit bei Andermatt Gotthard Tourismus angesiedelt ist und der Buchung von Pauschalangeboten dient. «Ziel ist der Ausbau für Buchungen von Hotel- oder Parahotellerieübernachtungen sowie Zusatzleistungen wie etwa Skitickets oder Skimiete. Ferien im Gotthardraum sollen aus einer Hand direkt online gebucht werden können», so Sproll.

Einen Schwerpunkt bildet auch die Entwicklung von Sommer- und Winterangeboten. Bereits im vergangenen Jahr seien Sommerprodukte gestaltet worden, gemeinsam mit rund 45 Leistungsträgern,



Swiss-Image

Im Gotthardraum sind die Kantone Graubünden, Tessin, Uri und Wallis gemeinsam am Werk.

davon rund 35 Hotels. Packages beinhalten wahlweise drei oder fünf Übernachtungen in den vier Teilregionen des gesamten Gotthardraums. Nebst den Hotelübernachtungen waren auch Ausflüge mit den Bergbahnen enthalten.

Im vergangenen Winter machten rund 50 Leistungsträger mit. «Da waren die Bergbahnen stark involviert», so Sproll. Enthalten war auch ein Gratispass für eine Nachbarregion.

Im kommenden Sommer nun kann auf den im vergangenen Jahr

gemachten Erfahrungen aufgebaut werden. Mit der Schaffung eines «Gotthardpasses» sollen die vielen einzelnen Angebote vereinfacht werden. Heuer beteiligen sich knapp 60 Leistungsträger. Bei drei oder fünf Übernachtungen ermöglicht der gratis abgegebene Gotthardpass, verschiedene Leistungen wie Bergbahnen, Transportunternehmen und Museen mit einer Vergünstigung von 50 Prozent zu beziehen.

Einer der Treiber für «San Gottardo» ist das von Samih Sawiris

geplante Resort in Andermatt. «Die verschiedenen Partner, die begeistert mitmachen und finanzielle Mittel beisteuern, erhoffen sich auch ein Zusatzgeschäft durch die Gäste, die dereinst im Resort in Andermatt ihre Ferien verbringen werden», so Sproll. An die 500 000 Franken, die dem Projekt San Gottardo dieses Jahr zur Verfügung stehen, steuern Leistungsträger und Tourismusorganisationen die Hälfte bei. Die andere Hälfte stammt von den Kantonen und der Neuen Regionalpolitik.



Die Kraft der Natur



NEU
mit Kaktusfeige
und Grüntee

natürlicher Fitnesstrainer

Grippe schlimmer als Krise

Bei einer Rezession will der Kunde tiefere Preise. Die Hochsaison bleibt aber teuer, meint der CEO von Kuoni Schweiz. Gefährlich für die Branche: Eine Grippe-Pandemie.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Stefan Leser, die Schweinegrippe beunruhigt die Welt. Sie auch?
Aus heutiger Sicht ist die Schweinegrippe ein Ereignis, das sich nur kurzfristig auswirkt. Falls sich die Grippewelle jedoch weiterentwickelt, wird es eine noch nie dagewesene Situation geben. Das psychologische Moment ist zurzeit sicher bedeutender als das effektive Gefahrenpotenzial.

Bleibt der Kunde jetzt lieber in der Nähe, um etwaigen Gefahren, ob Grippe oder Krise, aus dem Wege zu gehen?

Die Langstrecken-Reisen verlieren klar Marktanteile an die Kurzstreckenreise. Das schmälert unseren Umsatz, da der Reisepreis für eine Langstrecke anders ist als für eine Kurzstrecke. Der Grund liegt woanders: Wir mussten die Preise ja vor einem Jahr festsetzen, als der Rohölpreis noch relativ hoch war. Das hat die Langstrecken verteuert. Der Kunde will aber möglichst viel von seinem Urlaubsgeld haben und stellt den höheren Flugpreisanteil in Frage, wovon er wenig hat und nur länger im Flieger sitzen muss.

Was ist schlimmer für den Tourismus: Grippewelle oder Wirtschaftskrise?
Schlagzeilen über die Schweinegrippe haben nur kurzfristig einen negativen Einfluss. Hingegen wäre eine echte Pandemie für den Tourismus klar schlimmer als eine Rezession. Das psychologische Moment ist in unserer Branche extrem wichtig.

Schweiz Tourismus erwartet, dass der Kunde wieder vermehrt seine Ferien in der Schweiz verbringen wird. Und Sie?

Sicher wird das Reiseverhalten 2009 anders sein als in anderen Jahren. Es wird noch kurzfristiger gebucht werden. Ob der Kunde hier bleibt oder in die Ferne schweift, wird davon abhängen, wie es dem Kunden persönlich geht. Und wie sich die Preise im internationalen Tourismus entwickeln.

Hat die Schweiz im Preiswettbewerb überhaupt Chancen?

Fakten Schweiz schneidet bei Kuoni noch am besten ab

Der gebürtige Bayer **Stefan Leser** (42) übernahm 2007 die Leitung der Business-Unit Schweiz. Er ist Mitglied des Executive Board der Kuoni-Gruppe. Der Buchungsstand der **Kuoni-Gruppe** lag per 12. April 2009 23% unter Vorjahr. Die Division Style (Premium-/Spezialistenmärkte) schnitt 26% schlechter ab, die Schweiz mit einem Minus von 15% dabei am besten. Zur Effizienzsteigerung wird Kuoni weltweit die nächsten 3 Jahre 3 bis 4% der Stellen streichen, aber nicht in der Schweiz. gsg

Es gibt einen Trend zu Destinationen, die im Kopf des Kunden für «value for money» stehen – wie Tunesien, die Türkei, Griechenland. Ein Inlandurlaub ist bei gleicher Leistung einfach teurer.

Dann plant Kuoni nicht, das Angebot in der Schweiz auszubauen?
Das ist sicher ein Gedanken, den wir haben. Aber das sind keine kurzfristigen Überlegungen als Folge der aktuellen Konsumstimmung.

«Budgetsicherheit ist ein wichtiges Thema beim Gespräch mit dem Kunden.»

Stefan Leser
CEO Kuoni Schweiz

Wie sieht es aus mit nachhaltigem Reisen – oder ist jetzt allein der Preis entscheidend?
Diejenigen, die sich mit diesem Thema beschäftigen, tun das auch heute noch. Dieser Markt ist ganz wichtig für uns und keine Modeerscheinung. Das Ananea-Programm ist eine Antwort von uns auf dieses Bedürfnis.

Wie stark ist die Nachfrage punkto nachhaltigen Angeboten?
In etwa 10 Prozent der Dialoge mit dem Kunden spielt Nachhaltigkeit eine Rolle, aber das ist noch nicht buchungsrelevant. Wir haben nicht den Anspruch, hier grosse Umsätze zu erzielen. Wir wollen damit vor allem unsere Innovationskraft beweisen.

Was fragt der Kunden in Zeiten einer Wirtschaftskrise am ehesten nach?
Im mittleren Preisbereich wird All inclusive zunehmend verlangt. Zudem haben wir stark an den Kinderfestpreisen gearbeitet. So wollen wir dem Kunden Budgetsicherheit bieten. Das ist ein wichtiges Thema im Gespräch mit dem Kunden.

Wollen Sie die Preise senken, um den Kunden bei der Stange zu halten?

Wir senkten letztes Jahr mit dem Relaunch von Helvetic Tours die Kosten und dann auch die Preise bis zu 20 Prozent. Dieses Jahr konnten wir höhere Gestehungskosten durch weitere Einsparungen auffangen, so dass die Preise konstant bleiben. Wenn wir attraktive Preisangebote von Hoteliers bekommen, nützen wir das weiterhin.

Wie sieht es aus in der Hochsaison?
Bei kurzfristigen Anfragen zur Hochsaison präsentiert sich die Situation anders: Zu dieser Zeit sind die Kapazitäten oft ausgelastet. Da werden wir den einen oder anderen Kunden enttäuschen müssen. Denn um die Kosten im Griff zu haben, mussten wir das Gesamtangebot verkleinern. Wir wussten ja bereits letztes Jahr, dass die Konsumentenstimmung nach unten zeigen wird. Deshalb brauchen wir ein vernünftiges Volumen, das verkaufbar ist. Für diesen Sommer

Stefan Leser ist seit bald zwei Jahren Chef von Kuoni Schweiz.

haben wir darum die Flugkapazitäten um 15 Prozent gesenkt.

Muss sich der Hotelier auf härtere Preisverhandlungen gefasst machen?
Wir richten uns immer nach dem Marktpreis aus. Wir vergleichen die Angebote der Hoteliers punkto Preis und Leistung und gehen dann in Verhandlung.

Dann sind Schweizer Hoteliers bei Tour-Operators unter besonders hohem Preisdruck?
Der Preisdruck ist ähnlich wie in anderen Märkten. Der Preis der Schweizer Hotellerie muss sich so verändern wie bei vergleichbaren Produkten im Markt.

Wie gross ist der Einfluss der aktuellen Währungssituation?
Auf das Package des Tour-Operators hat das keinen Einfluss, denn die Preise werden ja ein Jahr im Voraus festgelegt. Einfluss hat das nur auf das, was der Kunde vor Ort noch zusätzlich ausgibt.

Mit welchem Ergebnis rechnen Sie für Kuoni Schweiz im 2009?
Dieses Jahr wird sicher kein Rekordjahr für uns. Unser Ziel ist, im Durchschnitt besser als der Gesamtmarkt abzuschneiden. Wenn der Markt mit 15 Prozent minus beim Umsatz abschneiden sollte, hoffe ich, dass wir besser sind.



Standpunkt

Destinationen investierten vermehrt ins Segment Golf



VICTOR ZINDEL

Eine Schlagzeile jagt die nächste, die Wirtschaftskrise bewegt den Globus. Schon längst hat sie viele europäische Länder zum Umdenken gezwungen. Auch der Tourismus ist betroffen. Reiseveranstalter, Hotels und weitere Unternehmen suchen nach Lösungen, wie sie ihr Personal trotz Rezession halten und die Qualität ihres Betriebs nicht merklich wegen geringerer Buchungsrückstände und Einsparungen leiden sollte. Nicht in allen Tourismussektoren sind die Buchungsrückgänge gleich. Der internationale Golf-

«Wenn sich der Golfer eines nicht nehmen lässt, dann seine Passion zum Golfsport.»

rismus schreibt nach wie vor positive Zahlen und scheint auch weiterhin der Krise zu trotzen. Tour-Operators diverser Länder bestätigen diese Entwicklung. Obwohl auch die weltweiten Flugbuchungen weiter rückläufig sind, fliegen Golfer nach wie vor zu ihrer gewählten Destination. Dies ist ein weiterer Grund, weshalb Tourismus- und Marketingverantwortliche vermehrt und gezielt auf dieses attraktive Segment setzen.

Wenn sich der Golfer eines nicht nehmen lässt, dann ist es seine Passion zum Golfsport. Und der Golfer geniesst dies meist mit Familie oder Freunden und liebt zudem die Abwechslung. Gerne entdeckt er die Welt. Für seinen Golfurlaub reist er im In- und Ausland durchschnittlich drei- bis vier Mal jährlich für fünf oder mehr Tage. Gegenüber dem Pauschalgast gibt der Golfer bis zu 4,8 Mal mehr für seinen Urlaub und vor Ort aus. Genau deshalb investieren auch in der Krise immer mehr Destinationen und Länder ins Golfsegment. Von Länderverantwortlichen bis hin zu den Tourismusministerien werden teils hohe Investitionen ins Golfbusiness getätigt. Immer noch entstehen neue Resorts und Golfanlagen an den schönsten Orten dieser Welt. Der Erfolg gibt ihnen Recht. Der qualitative Golf-tourismus ist auch in schwierigen Zeiten ein Garant für Erfolg.

Victor H. Zindel ist Inhaber und CEO der Zindel Golf GmbH in Malsfeld.

Wettbewerbsvorteile für die Schweizer Städte



DANIEL STAMPLI
REDAKTOR

Zum Thema Anstehen

In vielen europäischen Städten gehört das lange Anstehen für den Besuch von Sehenswürdigkeiten zum touristischen Alltag. Sei es das Kolosseum in Rom, die Uffizien in Florenz, der Louvre in Paris oder die Sagrada Família in Barcelona: Vor den Kassenhäuschen und den Eingangstüren bilden sich lange Personenschlangen und die Leute stehen sich geduldig die Beine in den Bauch. Seit dem Mauerfall vor zwanzig Jahren und mit dem Auf-

kommen der Low-Cost-Carrier sind die Touristenströme in Europas Metropolen Jahr für Jahr angewachsen. Auch die Schweizer Städte haben in den letzten Jahren mehr Besucher registrieren können. Und Letztere dürfen sich über die Tatsache freuen, dass touristisch interessante Orte oder Objekte in der Regel ohne vorheriges langes Schlangestehen besucht werden können. In dieser Hinsicht sind die Schweizer Städte äusserst besucherfreundlich. Ob das Jungfrau-Joch, das

«In der Schweiz lässt sich der Besuch von guten Restaurants zum Glück noch planen.»

Paul-Klee-Zentrum in Bern oder die Fondation Beyeler in Riehen bei Basel: in kürzester Zeit sind die Besucher am oder im Ort des Staunens. Und bei ganz grossen Ausstellungen, wie etwa der zurzeit in Basel stattfindenden Van-Gogh-Schau, besteht die

Möglichkeit, das Eintrittsticket nicht nur für den gewählten Tag, sondern auch für die geplante Eintrittszeit im Voraus zu organisieren. So entfällt das stundenlange zermürbende Schlangestehen. Auch vor den Restauranttüren kennt die Schweiz keine Menschenmassen, die während Stunden in stoischer Ruhe anstehen, bevor sie die hungrigen Mägen mit Genuss füllen können. Anderorts spielen sich andere Szenen ab. In Barcelona etwa weigern sich einige der angesagten

und bestens frequentierten Restaurants, Tische im Voraus zu reservieren: «Stehen Sie am besten eine halbe Stunde vor Türöffnung draussen an. Dann haben Sie mit grosser Wahrscheinlichkeit einen Tisch», lautet die Empfehlung der verwöhnten Gastronomen. «Und sonst stehen Sie einfach draussen an, bis ein Tisch frei wird.» So etwas ist in der Schweiz doch kaum vorstellbar. Hier lässt sich der Restaurantbesuch zum Glück noch planen. Dies zur Zufriedenheit aller.



«Meine Kinder sollen in der Natur gross werden, Gemüse aus dem eigenen Garten kochen und auch essen.»

Julia Roberts Schauspielerin

6

Ein echter Zürcher geehrt

Die Verleihung des **Zürcher Hotelier Preis** fand im Swissôtel statt. Freddy Burger und Jan Stiller wurden geehrt.

SIMONE LEITNER

Zum dritten Mal fand die Verleihung der beiden Preise «Jünger Zürcher Hotelier» und «Engagement Zürcher Tourismus» statt. Als Ur-Zürcher wurde Freddy Burger mit seinem Theater 11, dem Event-Lokal für Musicals und Theateraufführungen in Zürich Oerlikon, ausgezeichnet. Die Weitsichtigkeit und das unternehmerische Risiko des Initianten sowie das Wertschöpfungspotenzial des Theaters für den Tourismus wurden geehrt. Die Jury hat Jan Stiller vom Hotel Storchen in Zürich zum Nachwuchstalent gekürt. Seine berufliche Laufbahn sei beeindruckend.



Widder Hotel Zürich: **Jan E. Brucker** mit Gattin **Regula Brucker**.



In der Jury: **Anna Barbara Eisl**, PR-Beraterin, und **Maili Wolf**, Wolf Consulting.



Maria Büeler Zischler, Alden Hotel Splügen-Schloss, und «Jünger Zürcher Hotelier» **Jan Stiller**.



Jörg Rudolf von Rohr, Hotel Schweizerhof ZH, und **Martin Eltschinger**, Eltschinger Consulting.



Elmar Ledergerber, Präsident Zürich Tourismus, **Guglielmo L. Brentel**, Präsident hotelleriesuisse.



Peter Hilpert, Schwob & Co. AG, mit **Yves G. Dreyfus**, Hotel Baur au Lac.



Der Laudator, der Gewinner und der Präsident (v.l.): Stadtrat **Martin Vollenwyder**, **Freddy Burger**, Inhaber von Freddy Burger Management, und **Jörg Arnold**, Präsident der Zürcher Hoteliers, freuen sich.

Sesselrücken

Neuer Präsident für Rapperswil Zürichsee Tourismus

Am 12. Mai haben die Mitglieder von Rapperswil Zürichsee Tourismus **Patrick Mächler** zum neuen Präsidenten gewählt. Er tritt die Nachfolge von **Niklaus Rauch** an, der aus gesundheitlichen Gründen zurücktritt. Seit 2008 ist Mächler selbstständig führt die Werbeagentur admotion in Lachen.

Restaurant à l'Opéra Zürich: Chefwechsel am Herd

Das Restaurant à l'Opéra im Hotel Ambassador in Zürich hat mit **Tino Zimmermann** (Bild) einen neuen Küchenchef engagiert. Der 33-Jäh-



rige tritt in die Fussstapfen von **Peter Frickinger**, der in den Ruhestand tritt. Zimmermann arbeitet unter anderem im Restaurant Jöhrli's Talvo in Champfer. Zuletzt war er drei Jahre Küchenchef im Ayurveda-Hotel Fiderhof, Fider.

Wechsel an der Spitze des Restaurant Metropol

Patrick Schaffner übernimmt neu ab Mitte Mai die Geschäftsführung im Restaurant Metropol in Zürich. Er folgt auf **Maik Kunz**, welcher die Kramer Gastronomie und das Restaurant Metropol nach zwei Jahren verlässt. Patrick Schaffner schloss letztes Jahr mit dem dipl. Hotelmanager NDS HF ab und war zuletzt als Leiter Bankett und Events im Hotel Seedamm Plaza in Pfäfers tätig.

Zwei junge Gastgeber im Kursaal Bern

Christian Schwendimann ist neuer Gastgeber des Modern Chinese Restaurant Yü im Kursaal Bern. Der 25-Jährige arbeitet seit Dezember 2004 im Kursaal. Seit Januar führt er das Yü, davor war er als Stv. Gastgeber im Meridiano tätig. Sein Nachfolger dort ist **Daniel Leitner**. Der 23-Jährige arbeitet seit April 2006 im Meridiano.

Nicht ohne den passenden Wein

Nach dreijähriger Studienzzeit entlässt die Schweizer Sommelier-Fachschule Zürich 43 Absolventen. Durch gekonnt servierte Weine leisten diese einen wichtigen Beitrag zur Gastrowelt.

BARBARA ROELLI

Die Schweizerische Fachschule für Sommeliers und Weinkenner SFS ist eine unabhängige, private Schule in Zürich. Sie steht unter dem Patronat und der Fachaufsicht der «Association Suisse des Sommeliers Professionnels» (ASSP). In Zusammenarbeit mit Verbänden, Handel, Gastronomie und Fachschulen, stellt sie die Basis für eine zeitgerechte und praxisorientierte Ausbildung sicher. Folgende 19 Ab-

solventen des Lehrgangs 2005 sind nun Diplomierte Sommeliers SFS Professionell und Sommeliers SFS Consultant:

Amsler Sonja, Zürich; De Coulon Renata, Sisach; Dietrich Andrea, Liebfeld; Feusi Beatrice, Wertheim; Knopf Tina, Urtenen-Schönbühl; Koller Alice, Steinen-Schwyz; Krack Ulrich, Bad Dürkheim; Loose Steffen, Neuenhof; Mezoff Gabor, Madiswil; Müntener Gabriella, Nürensdorf; Negri Selina, Zollikofen; Russo Alberto,

Zürich; Rutz Nicole, Andelfingen; Schmid Doris, Zürich; Sorg Peter, Deidesheim; Steinke Marcel, Buchs; Weibel Verena, Herrliberg; Winkler Sacha, Seon; Wüest Freddy, Ballwil.

Folgende 24 Weinfachfrauen und Weinfachleute SFS des Lehrgangs 2007 erhielten ihr Zertifikat:

Asshauer Annette, Kilchberg; Brügger Philippe, Basel; Bykner Anke, Klostern; Danzelsen Fuchs Simone, Thayngen; Fiorina Diana, Thay-

ngen; Fleury Emmanuelle, Bern; Gsell Guido, Spreitenbach; Hilbert Björn, Schlieren; Köhler Andreas, Adliswil; Kramer Maja, Gächlingen; Laubscher Claudia, Belp; Marbacher Sarina, Schachen LU; Messerschmidt Maren, Dübendorf; Oertle Christian, Zürich; Putero Mira, Opfikon; Rieck Annette, Adliswil; Röösli Josef, Küssnacht; Samsoudin Dani, Riedt; Schönan Gregor, Auswil; Stillhart Edith, Mosnang; Sylva Fazil, Wädenswil; Tschanz Fanny, Zürich; Wanninger Ladina, Sta. Maria Val Mustair; Werner Heike, Hob am Neckar.

Aufsteiger Leo Maissen



Per September 09 übernimmt Leo Maissen die Direktion des Tschuggen Grand Hotels in Arosa. Der bisherige Vize von Dominic Bachofen (siehe nebenan) bewies im letzten Herbst interimistisch sein Können und arbeitet jetzt eng mit Bachofen zusammen. Der gebürtige Klostertaler kann eine Bilderbuchkarriere vorweisen: Nach der Hotelfachschule Luzern arbeitete er im Suvretta House St. Moritz, The Langham Hotel, im Widder und im Dolder Grand Hotel in Zürich sowie dem Four Seasons George V in Paris.

Umsteiger Dominic Bachofen



Dominic Bachofen's Zeit im Tschuggen Grand Hotel Arosa geht nach wenigen Monaten bereits wieder zu Ende: Ab Herbst 09 leitet er das Carlton Hotel St. Moritz und kehrt damit in jenes Haus zurück, dem er von 1999 bis 2004 bereits einmal als Direktor vorgestanden hat. Als «fliessender, interner Wechsel» innerhalb der Tschuggen Hotel Group übernimmt Bachofen damit die Stelle von Christopher Cox, welcher den «Carlton»-Umbau und die Wiedereröffnung geleitet hatte.

Gebraut wird seit 230 Jahren

Die Brauerei Schützengarten in St. Gallen feiert diese Woche ihr 230-jähriges Jubiläum. Und lanciert ein neues Weizenbier mit Namen «Weisser Engel».

BARBARA ROELLI

Die St. Galler Brauerei Schützengarten ist die älteste eigenständige Markenbrauerei der Schweiz. In internationalen Wettbewerben punktet sie immer wieder mit innovativen Bieren. Die neueste Kreation heisst «Weisser Engel». Das erste Fass dieses St. Galler Weizenbiers wird heute um 19 Uhr im St. Galler «Waa-



Christoph Kurer, Technischer Direktor Brauerei Schützengarten.

haus» durch die ehemalige Miss Schweiz Amanda Ammann angezapft und das Bier anschliessend degustiert.

Gegründet wurde die Brauerei Schützengarten 1779. Sie war Teil einer Wirtschaft, die zum Schiessstand der «Schützengesellschaft vor dem Platzthor» gehörte. Durch die Weltkriege ging die Zahl der Brauereien zurück. Dennoch stieg nach 1945 der jährliche Pro-Kopf-Konsum auf 77 Liter im Jahr 1970 (heute: 58 Liter). Überkapazitäten führten 1991 zum Ende des Bierkartells, was die Brauereien dem zunehmend globalisierten Wettbewerb aussetzen. Seither ist die Zahl der selbstständig gewerblichen Brauereien gesunken.

Neues Glück für Gastkönig Rudi Bindella

Still und leise hat Rudi Bindella zum Frühlingsbeginn seine grosse Liebe Barla geheiratet – doch erst im September, zur Feier beider runden Geburtstage, steigt mit Musik und Tanz im Restaurant Terrasse in Zürich eine ganz grosse Feie. Rudi Bindella führt in dritter Generation das Familienunternehmen, zu dem 33 Gastronomiebetriebe sowie ein Weingut gehören. Neben den bekannten Bindella-Restaurants sind dies die Santa-Lucia-Betriebe, die Spaghettifactorys, das «Conti», «Antinori», «Bianchi», «Terrasse» und «Terroir» in Zürich, das «Verdi» und «Kornhaus» in Bern und neu die legendäre Casa Bar in Zürich. Wenn da nur genügend Zeit fürs traute Glück zu zweit bleibt!

Bildung. Gastgewerbe. Weiterbildung ist bei Mitarbeitenden aus der Branche eher weniger gefragt. Vielleicht auch deshalb, weil dort die Wissensvermehrung nicht mit wesentlich mehr Lohn honoriert wird.



Wer viel blüffelt, wünscht sich nachher eine bessere Position mit mehr Lohn. Die Fotos für diesen «fokus» wurden in der Hochschule Luzern aufgenommen.

Bilder Alan D. Bissell

Lohn ist vor allem die Motivation

Besonders weiterbildungswillig ist das Gastgewerbe nicht. In der aktuell publizierten Statistik des Bundesamtes bildet die Branche das Schlusslicht. Gerade mal bei 14 Prozent erfolgte 2008 ein Übertritt in die höhere Berufsbildung, dabei waren es doppelt so viele Männer wie Frauen. Dass externe Weiterbildung bei Kadermitarbeitern der Schweizer Hotellerie nicht allzu hoch im Kurs liegt, bestätigte auch Beatrice Herrmann mit ihrer Dissertation an der Universität Bern: Bei den Befragten besuchten über die Hälfte keine Weiterbildungsmaßnahmen, in der Gesamtbevölkerung liegt der Anteil bei rund einem Viertel.

Hans Krebs, Besitzer des Grand Hotel Regina in Grindelwald, sieht als Grund vor allem ein «zeitliches Problem»: «Für das Kader ist es fast nicht möglich sich Freiraum für Weiterbildungen zu schaffen.» Zudem scheint für eine Person, die einen höheren Abschluss erwirbt, auch beim Lohn nicht viel rauszuschauen.



«Die Motivation, die durch so eine Weiterbildung entsteht, ist nicht zu unterschätzen.»

Katharina Schumacher
5-Sterne-Hotel Hilton Basel

Weder Betrieb noch Arbeitnehmer verdienen nach einer Weiterbildung unbedingt mehr. Der Ertrag ist höhere Motivation.

GUDRUN SCHLENCZEK

Wenn es um die Frage geht, was weitergebildete Mitarbeitende dem Betrieb bringen, sind es vor allem weiche Faktoren, die genannt werden. «Mitarbeiter-Qualifikation beeinflusst das Dienstleistungsdenken, steigert damit die Kundenzufriedenheit und so den Unternehmenserfolg», ist Peter Meier von Hotel & Gastronomie in Weggis überzeugt. «Die Motivation, die bei den Mitarbeitern durch so eine Weiterbildung entsteht, ist nicht zu unterschätzen», betont Katharina Schumacher, Personalverantwortliche beim «Hilton» in Basel.

Auch Mitarbeitern, die gerade keinen Kurs besuchen, gebe es ein «gutes Gefühl» zu wissen, dass sie im Bedarfsfall vom Betrieb unterstützt werden. Zudem bringe gerade ein MBA-Absolvent frischen Wind in die Unternehmung, denn die Dozenten seien meist sehr nah am Puls der Praxis, und es entstehe ein Netzwerk, das auch dem Hotel nütze.

Rein finanziell schaut auch für den Betrieb wenig raus

Das Hilton Basel übernimmt die Kosten für eine Weiterbildung, verbunden mit Auflagen. «Die Investition in die Ausbildung wird über diese Auflagen nicht amortisiert», beurteilt Schumacher den wirtschaftlichen Nutzen: «Rein finanziell legen wir drauf.» Für Wirtschaftsprüfer Martin Eltschinger aus Thalwil ist für das Unternehmen selbst das Engagement und das Verhalten des Mitarbeitenden am Arbeitsplatz viel wichtiger als eine zusätzliche theoretische Ausbildung.

Zudem steigt nach einer Ausbildung die Gefahr, dass der Mitarbeitende die Branche verlässt. Gemäss einer Untersuchung des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus der Uni Bern vom 2008 ist auf Fachhochschulebene die Abwanderungsquote im Tourismus 20 Prozentpunkte höher als in der Gesamtwirtschaft. Bei der Höheren Berufsbildung liegt der Unterschied bei 13 Prozentpunkten.

Höhere Berufsbildung im Gastgewerbe weniger lohnrelevant

In keiner anderen Branche ist der Unterschied zwischen dem Jahreseinkommen von Personen mit Grundbildung und solchen mit höherer Berufsbildung so gering wie im Gastgewerbe – auf knapp 5000 Franken beziffert ihn die BFS-Statistik. Zum Vergleich: Im Baugewerbe sind es rund 16 000 Franken. Das könnte damit zusammenhängen, dass die Betriebe den Erfolg solcher Massnahmen in den wenigsten Fällen überhaupt messen. Gemäss der Studie von Beatrice Herrmann evaluieren 83,6 Prozent den Erfolg von Weiterbildungen nicht. Im Durchschnitt der Schweizer KMUs sind es nur 25 Prozent.

Grundbildung Beim Koch geht die Rechnung für den Betrieb nun auf

Während 2003 der Koch-Lernende dem Betrieb noch Nettokosten von 5000 Franken verursachte, hielten sich Aufwand und Ertrag gemäss einer Untersuchung der Forschungsstelle für Bildungsökonomie der Uni Bern im letzten Jahr die Waage. 88 000 Franken kostet eine dreijährige Koch-Ausbildung den Betrieb, genauso viel «produktive Leistung» wird auch wieder geerntet. Grund: Es wird weniger Zeit für «Unterricht» im Betrieb verwendet, dieser findet während der Arbeit statt. In dem

Betrag sind der Lehrlingslohn von 48 000 Franken für drei Jahre und alle Aufwendungen des Betriebes enthalten. Gerade beim Kochberuf sei eine ausgeglichene Bilanz wichtig, betont Stefan C. Wolter, Professor an der Forschungsstelle für Bildungsökonomie. Denn Köche würden, um weitere Berufserfahrungen zu sammeln, oft den Lehrbetrieb verlassen. «Deshalb ist es wichtig, dass sich die Ausbildung für den Betrieb selber refinanziert.» Das garantiere eine relativ hohe Ausbildungsbereitschaft seitens der Arbeitgeber. gsg

CHOICE HOTELS EUROPE

Erfolgreich mit Choice Hotels – bereits 10 x im Schweizer Hotelmarkt

In Zürich, Zug, Luzern, Interlaken, Chur, Cully, Genf (3), Egerkingen

www.choicehotels.eu

We'll see you there.

Choice Hotels Franchise GmbH • Telefon +49 (0)89 42 00 15 53 • development@choicehotels.de

www.dometic.ch

Das Dometic Hotel-Komplettprogramm

- Minibars
- Safes
- Komfortausstattung
- Weintemperaturschritte
- Tür-Schliesssysteme

Jetzt kostenlos Katalog anfordern!
info@dometic.ch

Dometic Switzerland AG
Riedackerstrasse 7a • 8153 Rümlang
Tel.: 0 44 81 87171 • Fax: 0 44 81 87191

Ihre Informationen auf den Punkt gebracht

Hotelinfo TV | Webseiten | Lobby Screen

ipeakinfosystems
www.ipeak.ch
Tel. 027 967 50 00
Mail: welcom@ipeak.ch

orbit
12.-15. Mai 2009 | Messezentrum Zürich

Besuchen Sie uns am Stand 40C

KASTLISTOREN
Ideen Design Kompetenz

Für mehr Gäste – bei jedem Wetter

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!

Kästli & Co. AG
Hühnerhubelstrasse 63
CH-3123 Belp-Bern
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch
info@kaestlistoren.ch

Bildung. Beratung. Bildung ist nicht nur Thema der Jungen, sondern auch um eine Karriere neu zu planen. Bei Quereinsteigern ist das Alter gegen oben offener. Das stellt die Bildungsberatung bei hotellerieuisse fest.

Rat für die Branche

Die Bildungsberatung hotellerieuisse hat alle Optionen des Gastgewerbes parat. Beobachtet wird unter anderem ein Trend zur Berufsmaturität. Das Nachwuchsmarketing fördert ihn.

KARL JOSEF VERDING

Wir spüren die Tendenz: Eine breite und gute Bildung bringt Sicherheit. Bildung ist nicht nur Thema der Jungen, sondern auch um eine Karriere neu zu planen. Und bei den Quereinsteigern ist das Alter gegen oben offener geworden», stellt Karin Ritschard von der Bildungsberatung im Nachwuchsmarketing bei hotellerieuisse fest. «Eine eigentliche Karriereberatung, also in Richtung der weiteren Laufbahn, kann sehr schwierig sein. Berufsberatungen in einem gewissen Rahmen sind aber für uns durchaus möglich.» Die Bildungsberatung setzt sich über alle möglichen Ausbil-



Darstellung: hotellerieuisse

dungen und Weiterbildungen ins Bild, die im Zusammenhang mit dem Gastgewerbe stehen. Die Bera-

tungs-Dossiers werden ständig aktualisiert. «Wir sind nicht wertend, sondern wir möchten eine objektive Beratung anbieten. Auch was die Ausbildungs-Abschlüsse betrifft, wollen wir umfassend informieren: Wo gibt es eidgenössische Abschlüsse; was ist nicht eidgenössisch, aber hat vielleicht eine hohe Branchen-Anerkennung – etwa im Barfach-Kursbereich, oder im Kursbereich allgemein, da ist die Palette extrem offen», betont Karin Ritschard. «Die Berufsmatur wird immer stärker zu einem Thema bei den Lernenden», stellt sie fest. Diese Option richtet sich an leistungsstarke Jugendliche, darunter solche, die das Ziel haben, weiterführende

Schulen in der Tertiärstufe zu absolvieren. hotellerieuisse fördert die Berufsmaturität. Mitgliederbetriebe, die Berufsmaturitäts-Lehrstellen schaffen und so den Lernenden die Erlangung der Berufsmaturität lehrbegleitend ermöglichen (BM1), erhalten eine Anschubfinanzierung in Form einer maximalen Pauschale von 2000 Franken pro Lernenden und Schuljahr. Oder, im Falle einer berufsbegleitenden Vollzeit-Berufsmatur (BM2): hotellerieuisse fördert die jungen Berufsleute unter gewissen Voraussetzungen mit einem einmaligen Stipendium in der Höhe von maximal 5000 Franken. Generell, so Karin Ritschard, sei bei der Berufsbildung, und

«Die Berufsmatur wird immer stärker zu einem Thema bei den Lernenden.»
Karin Ritschard
Bildungsberatung hotellerieuisse



Informieren kommt vor dem Studieren.

namentlich an den Hotelfachschulen, der Frauenanteil grösser geworden. Dies stellt die Hotelfachschule Thun fest. «Was in der Beratung ebenfalls spannend ist, sind Anfragen von Interessierten mit dem Alter 40+, die sich sagen, 'Ich arbeite noch einmal 20 Jahre – jetzt mach ich aber etwas völlig anderes, und in die Gastronomie wollen. Zum Teil sind sie sehr qualifiziert, aber es kann auch schwierig werden, den neuen Einstieg zu schaffen', sagt die Bildungsberaterin. Es tauchen aber auch Fragen aus dem Ausland betreffend Schweizer Bildungsabschlüsse und Schulen auf. «Zugleich interessiert die Frage der Anerkennung von ausländischen Bildungsabschlüssen in der Schweiz. Und auch: 'Was für eine Chance habe ich mit diesem Schweizer Abschluss im Ausland?'»

www.hotellerieuisse.ch › Beruf und Bildung › Bildungsberatung › www.berufe-gastgewerbe.ch

hotelfachschule thun IMPULS

IMPULSTAG 2009

für Mitarbeitende und (Nachwuchs-) Führungspersonen im Gastgewerbe

Thema 2009	Die Unmöglichkeit erfolgreich zu sein? Unternehmensführung unter schwierigen Bedingungen
Datum	Montag, 8. Juni 2009, ab 13.00 Uhr
Referierende	Prof. Dr. Hansruedi Müller, Direktor FIF Universität Bern Absolventen und Teilnehmende NDS HF Hotelmanagement
Kosten	CHF 160.- pro Person (beinhaltet das Seminar inkl. Pausengetränke sowie das Steh-Dinner inkl. Getränke)
Anmeldung/Detailprogramm	www.hfthun.ch

hotelfachschule thun

soul, passion & system
Mönchstrasse 37, 3600 Thun
Telefon 033 227 77 77

Welcher Lerntyp sind Sie?

Wie lernen Sie richtig? Das kommt ganz darauf an, welchem Lerntyp Sie angehören. Jeder hat eine andere Fähigkeit, Vokabeln zu büffeln und Lehrsätze auswendig zu lernen.

CHRISTINE KÜNZLER

Entweder Sie sind der visuelle Typ, der auditive, der kommunikative oder aber der kinästhetische Lerntyp: je nachdem können Sie Ihre Fähigkeiten beim Lernen anders nutzen.

Mögen Sie Grafiken, Zeichnungen oder Bilder, die etwas veranschaulichen? Gestikulieren Sie wild mit Armen und Händen, wenn Sie sprechen? Benutzen Sie Redewendungen wie «Das sieht gut aus»? Wenn ja, könnten Sie zum visuellen Typ gehören. Dann sollten Sie viel Lesen und für Sie Wichtiges anmarkern. Müssen Sie auswendiglernen, schreiben Sie den Text am besten selbst auf oder malen passende Skizzen neben die Notizen.

Der kommunikative und kinästhetische Lerntyp

Ein kommunikativer Typ sind Sie wohl dann, wenn Sie im Dialog mit anderen Dinge hinterfragen und sich mit einem Thema auseinandersetzen. Und Sie gerne andere dazu anregen, über eine Sache zu diskutieren oder sie gemeinsam zu erörtern. Sie fragen wohl auch öfters nach dem Warum und fordern Menschen auf, eine Sache mit anderen Worten zu erklären. Ihre Fähigkeiten können Sie nutzen, indem Sie Dinge offen hinterfragen, sich Diskussionsrunden und Lern-

gruppen anschliessen. Müssen Sie einen Text auswendig lernen, suchen Sie sich am besten einen Partner oder eine Partnerin, mit dem oder der Sie dann «Frage und Antwort» spielen.

Fassen Sie Dinge gerne an und probieren Sie Sachen selber aus? Brauchen Sie beim Zählen Ihre Finger? Falls Sie auch noch zu jenen Personen gehören, die Gebrauchsanweisungen nicht lesen, sondern gleich selber tüfteln und zudem öfters sagen «Das fühlt sich gut an», sind Sie wahrscheinlich ein kinästhetischer Lerntyp. Für Sie ist wichtig, Informationsverarbeitung mit Bewegung zu verknüpfen. Machen Sie Rollenspiele und nutzen Sie aktive Lernangebote wie zum Beispiel einen Naturerlebnisparcours.

Gut vorausgeplant lernt sich besser und einfacher

Jeder der vier Typen beherrscht seine eigene Lernstrategie besonders gut. Es macht jedoch Sinn, alle Strategien zu kombinieren. Wer möglichst viele Sinne anspricht, kann sein Wissen gedanklich verknüpfen.

Nebst dem individuellen, typenbezogenen Lernen gibt es noch allgemeine Voraussetzungen zu beachten. So soll wenn möglich immer am selben Arbeitsplatz gebüffelt werden. Dort soll nur herumliegen, was zum Lernen benötigt wird. In der Lernpause bitte den Platz wechseln. Pausen zu machen, ist wichtig und leistungsfördernd. Am besten fixieren Sie die Pausenlängen zum Voraus und sorgen dafür, dass die Pausen ruhig verlaufen. Welche Tageszeit zum Lernen die günstigste ist, finden Sie am besten selbst heraus. Günstig sind fixe Arbeitszeiten. Auch das körperliche Wohlbefinden ist wichtig. So ernährt man sich am besten ausgewogen und sorgt auch für genügend Schlaf und Bewegung.

Planen Sie Ihre Hausaufgaben, indem Sie festhalten, wie viele Stunden Sie wöchentlich für das Lernen aufwenden wollen. Klären Sie ab, wie lange Sie brauchen, um den gesamten Stoff einmal durchzulernt und wie viel Zeit Sie dessen Wiederholung mit Erstellung der Zusammenfassung und Checklisten kostet. (Quelle: www.marketing.ch)

Bildung. Kurse. Wer sich in kurzer Zeit im Bereich Management branchenspezifisch weiterbilden will, hat Mühe, passende Angebote zu finden. Die Weiterbildungen dauern tendenziell länger.

Mal wieder ein Management-Kurs gefällig? Die hotelrevue hat sich auf die Suche gemacht und eine Auswahl zusammengestellt.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Wer sein Wissen in Sachen Management auffrischen und nicht gleich eine umfangreiche Aus- oder Weiterbildung absolvieren will, hat – zumindest hierzulande und spezifisch fürs Gastgewerbe – keine sehr grosse Auswahl. Selbst Hotelfachschulen ergänzen ihr Portfolio nicht unbedingt mit Management-Kursen für jene Praktiker, die bereits eine gastgewerbliche Ausbildung mitbringen und einfach mal wieder Theorie Luft schnuppern wollen.

«Wir haben in der Vergangenheit versucht, fachvertiefende Seminare anzubieten. Doch der Erfolg war bescheiden, der Schweizer Markt ist für so ein Angebot einfach zu klein», konstatiert Peter Durrer, Vizedirektor der Hotelfachschule Luzern. Anders sieht es in Deutschland aus: IFH Deutschland beispielsweise bietet eine grosse Anzahl an Ein- oder Zwei-Tagesseminaren zu betriebswirtschaftlichen Themen an, die oftmals Teil einer Diplomalwegung sind und die man sich bei Bedarf an einen solchen anrechnen lassen kann.

Gefragt: EHL-Sommerprogramm und NDS-Hotelmanagement

Das gleiche Prinzip verfolgt hotelieriesuisse mit den «Leadership-Modulen», die eigentlich Bestandteil der Ausbildung zur eigenständigen diplomierten Führungsfachfrau sind. «In der Hotellerie soll



Alain D. Bollat

Mit Management-Kursen sich auf dem Laufenden halten: Zum Beispiel mit der Ausbildung zum Event-Manager, die an der Hochschule Luzern 22 Tage in Anspruch nimmt.

Lernen. Neben dem Job.

Kürzere Weiterbildungsmöglichkeiten für Hotellerie und Tourismus

Anbieter	Ort	Weiterbildung	Dauer	Kosten
Lausanne Hospitality Consulting www.ehl.edu	Ecole Hôtelière Lausanne	Sommer- respektive Winterprogramm	Sieben 3-Tage-Module	Pro Modul 2000 Franken
Hotelieriesuisse www.hotelieriesuisse.ch	Zürich-Oerlikon	5 Leadership-Module der Ausbildung zum/r Führungsfachfrau/-mann	3 Tage pro Modul	pro Modul 909 Franken
Hochschule Luzern weiterbildung.hslu.ch	Luzern Winterthur	Event-Management (Certificate of Advanced Studies CAS)	11 Mal Freitag und Samstag	5800 Franken
Hotelfachschule Thun www.acceuil-language.com	Thun	Fremdsprachenkompetenz für Hotellerie und Tourismus «accueil»	Zirka 20 Unterrichtsstunden	Kurs erst angedacht, braucht mindestens acht Teilnehmer
IST-Studieninstitut GmbH www.ist.de	Fernstudium Düsseldorf	Neue Kurse ab Herbst 2009: Fachberater BioGastronomie, Tagungs- und Kongresswesen, Ressortmanagement Wellness	Je 4 Monate; je ein 2-Tages-Seminar vor Ort	820 Euro
IFH Deutschland www.ifh-worldwide.com	Stuttgart (1) Frankfurt (2)	Beispiel: Yield im Veranstaltungs-Verkauf (1) Neues Seminar: Verkauf in rezeptions Phasen (2)	2 Tage (1) 1 Tag (2) (24.6.09)	920 Euro (1) 390 Euro (2)

Die Liste hat keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit

immer alles schnell gehen, für ein gutes Bildungsergebnis braucht es aber eine gewisse Zeit», gibt die Schulungsleiterin Weiterbildung

von hotelieriesuisse, Regula Fischer, zu bedenken.

Peter Durrer von der Hotelfachschule Luzern sieht aber noch einen

anderen Grund, warum Seminare und Kurse wenig Überlebenschancen haben: «Ein Kurs, der ein bis fünf Tage dauert, kann schon was bringen, ist aber schlussendlich nicht lohnrelevant, sondern maximal lohnrelevant». Darin orte Durrer auch die Motivation, sich gleich für einen Nachdiplomstudiengang, wie für einen executive Master (EMBA) oder einen Master of advanced Studies (MAS) einzuschreiben. «Ein MBA kann Türen für neue Positionen öffnen», resümiert Durrer.

Kein Wunder, ist das Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement (ehemaliges Unternehmenseminar) von hotelieriesuisse und der Hotelfachschule Thun, das anderthalb Jahre dauert, gut besucht: Der letzte Zyklus war mit 35 Teilnehmenden vollausgebucht.

Gut besucht ist auch das Sommerprogramm zu Finanzen, operativem Management, Leadership und

Strategie der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL): Letztes Jahr zählte man 92 Teilnehmer aus 29 Ländern. Aufgrund des grossen Echos bot die EHL dieses Jahr zum zweiten Mal auch ein Winterprogramm (23 Teilnehmer aus 10 Ländern).

Fernstudien sind günstig – zum Beispiel zum Golf-Manager

Ganz neu ist die Weiterbildung des IST-Instituts aus Deutschland zum Fachberater Bio-Gastronomie, die sich an Köche und Gastronomen richtet. Ebenso speziell die bereits gut eingeführten

Ausbildungen des Instituts im Golf-Management: Zum Beispiel zum Senior Golf-Manager/-in (FH). Diesen Hochschulabschluss kann man in 18 Monaten, via Fern-

studium plus fünf Viertagesblockkurse, erwerben. Der Kostenpunkt: 4980 Euro. Fernstudien haben nicht nur den Vorteil des orts- und zeit-unabhängigen Lernens, sondern sind eben meist auch preislich interessant. Das IST-Institut zählt aktuell 3000 Studierende, davon sind rund 5 Prozent aus der Schweiz.

«Ein Kurs kann was bringen, ist aber schlussendlich nicht lohnrelevant.»

Peter Durrer
Vizedirektor Hotelfachschule Luzern

Ein Preisvergleich lohnt sich auf jeden Fall, und deutsche Angebote sind nicht per se günstiger: Ein Zweitägeseminar kostet bei der IFH in Deutschland umgerechnet rund 1400

Franken. Die Leadership-Module von hotelieriesuisse sind wesentlich günstiger, und die EHL-Module sind etwa gleich teuer (siehe Tabelle).

ANZEIGE

Neuer Master im Tourismus

ANZEIGE

Ausgehend von einer Idee der Westschweizer Universitäts-Konferenz, lanciert das IUKB in Sitten ab Oktober einen Master of Arts in Tourismuslehre.

KARL JOSEF VERDING

«Tourismus ist nicht nur ein Phänomen der Ökonomie und des Managements: Viele andere Dimensionen – kulturelle, soziologische, historische, geographische, politische, umweltliche – sind mit im Spiel und müssen interdependent behandelt werden», sagt Professor Stéphane Nahrath, Direktor des Fachbereichs Tourismus des Institut Universi-

taire Kurt Bösch (IUKB) in Sitten. Das IUKB lanciert in Zusammenarbeit mit den Westschweizer Universitäten einen Master of Arts in Tourismuslehre / Masterinterdisciplinaire en études du tourisme (MIT) mit Studienbeginn ab Herbst 2009. Die Einschreibefrist endet am 30. Juni 2009; bis jetzt liegen 15 Bewerbungsdossiers zur Einschreibung für das viersemestrige Studium vor.

«Tourismusfragen von heute sind nur interdisziplinär verständlich»

Nahrath umriss gegenüber der hotel revue, warum es bei dieser Premiere eines universitären Tourismus-Studiengangs geht: «Wir behaupten nicht, dass wir die Einzigen sind. Sondern, dass wir mit der

interdisziplinären Perspektive etwas Neues zu diesem Themenbereich beitragen werden. Wir sind überzeugt, dass man die grundlegenden Fragen des Tourismus von heute und von morgen nur durch eine komparative, interdisziplinäre und internationale Perspektive verstehen kann.» Nahrath stellt als Beispiel die folgende Frage: «Warum haben sich die Bergstationen im Wallis so verschieden entwickelt – bei gleicher Raumordnungspolitik?»

«Bestehende Synergien werden voll zum Tragen kommen»

Die Idee des MIT-Studiengangs kommt von den Westschweizer Universitäts-Rektoren, der Conférence universitaire de Suisse occi-

dentale CUSO des Jahres 2007. Sie wurde vom damaligen Staatssekretär für Bildung und Forschung, Charles Kleiber unterstützt. Für das Wallis und die Westschweiz sei dieser Master of Arts eine Gelegenheit, um sich auf Bundes- und auf internationaler Ebene als Forschungs- und Ausbildungszentrum im Tourismusbereich zu profilieren, heisst es in einer Erklärung der Initiatoren: «Die bestehenden Synergien in Forschung und Lehre zwischen IUKB, der Schweizerischen Tourismusfachschule und dem Institut für Wirtschaft und Tourismus der Fachhochschule Westschweiz Wallis in Siders werden voll zum Tragen kommen.»

www.iukb.ch/mit

www = wish worldwide workingplaces

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

Informationsabend: Montag, 15.6.09, 18.30 – 20.00 Uhr Internationale Schule für Touristik Anmeldung: istinfo@ist-zurich.ch oder rufen Sie uns an.

Internationaler Schule für Touristik
International School of Tourism Management
Ecole Internationale de Tourisme
Josefstrasse 59, 8005 Zürich,
Tel. 044 440 30 90, www.ist-zurich.ch

Mehr Buchungen über die eigene Homepage!

„Innovatives Online Marketing in der Hotellerie“ kann Internet-Kennern sowie Internet-Neulingen zum besseren Internet-Erfahrung und zu höherem Umsatz über die eigene Webseite verhelfen.

Buch mit DVD ab sofort erhältlich! <http://kuettel.biz>

NEU.

Bildung. Schulung. Die Rezidor Hotel Group hat ein umfassendes internes Schulungsprogramm. Damit will sie ihre Mitarbeitenden an die Häuser binden und die Kontinuität sichern.

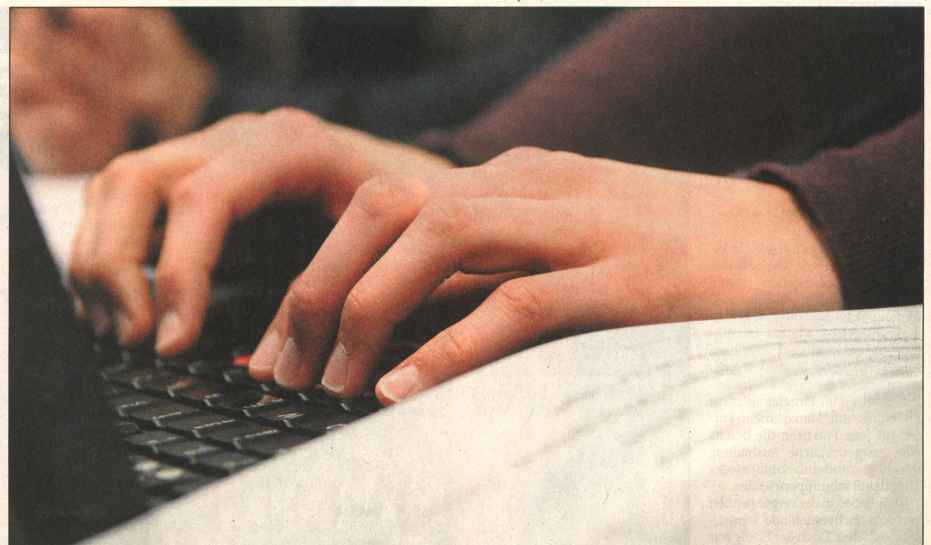
Bildung und Karriere in-house

Die Redizor Hotel Group schult ihre Mitarbeiter in der internen Business School. Damit setzt sie auf Beständigkeit.

BARBARA ROELLI

Die Hotelgruppe Rezidor setzt auch in schwierigen Zeiten auf Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden: Das international tätige Unternehmen bietet alle internen Programme konstant an und startet sogar mit neuen Initiativen. Besonderen Wert legt Rezidor dabei auf Verkaufsschulungen. «Die Mitarbeiter müssen wissen, wie man die besten Deals aushandelt und die Buchungen unter Dach und Fach bringt», sagt Jan Spooren, Direktor People Development. «Selbstverständlich werden die erlernten Fähigkeiten, vor allem in der momentan schwierigen Wirtschaftslage, immer wichtiger.» Zurzeit wird in der unternehmenseigenen Business School – der internen Lernplattform auf Kader-

ebene – auf den Business-Management-Kurs fokussiert: Führungskräfte sollen dabei im Verkauf noch besser geschult werden. So soll mit Geschäftspartnern wie Reisebüros mehr Umsatz generiert werden. Erfahrungsgemäss hätten solche Trainings einen direkten Einfluss



Alain D. Bollat

Wissen intern weitergeben und behalten: 95 Prozent der General Manager bei Rezidor sind innerhalb des Unternehmens aufgestiegen.

auf die Rendite des Unternehmens, so Spooren. Seit die Business School 1996 lanciert wurde, bildet Rezidor sein Personal intern weiter. The Business School@Rezidor, wie sie seit 2006 genannt wird, fördert Personen auf dem Level der Abteilungsleitung und höher – wie General Managers. Entstanden ist die Schule aus dem Bedarf an strukturierter Ausbildung und Entwicklung. Als 2002 die Hotelkette mit Marken wie Park Inn verstärkt wurde, nahm dies Rezidor zum Anlass, ein eigenes General Manager Certification Training einzuführen. Dabei werden Department Heads von Mentoren – erfahrenen General Managern – betreut und zu General Managern ausgebildet. Die

sen April wurde ein neues Management-Development-Programm lanciert, womit Supervisors zu Abteilungsleitern aufsteigen. Heute sind 95 Prozent ihrer General Manager innerhalb der Rezidor Group aufgestiegen, erläutert Jan Spooren. «Es ist ein Erfolg für das Unternehmen, wenn wir unser Wissen intern weitergeben und behalten können.» Dies zeige sich auch gegen aussen: «Langjährige Mitarbeiter können die Kontinuität der Marken nur verstärken.»

«Langjährige Mitarbeiter können die Kontinuität der Marken nur verstärken.»

Jan Spooren
People Development Rezidor

Die Business School wird regelmässig in verschiedenen Rezidor-Hotels in Europa, im mittleren Osten und Afrika durchgeführt. Sie dauert ein bis zwei Wochen, findet während der Arbeitszeit statt und wird vom Unternehmen finanziert.

Geleitet werden die Kurse durch interne Ausbilder oder externe Fachspezialisten. 2008 haben 1200 Personen an neun Schulungen teilgenommen. Dieses Jahr werden 800 bis 850 Teilnehmer zu vier Anlässen erwartet: Der erste fand im Januar in Dublin, der zweite im April in Zürich statt, und der nächste ist im Juli in London geplant.

Für alle Mitarbeiter, die neu zu Rezidor stossen, ist der Besuch verschiedener Kurse obligatorisch. Dazu gehört etwa die Orientierung über den Brand, das Unternehmen und seine Philosophie. Aufbauend auf den Basis-Kursen bietet Rezidor massgeschneiderte Trainings für alle Levels (das People-Development-Programm ist auf fünf Stufen aufgebaut). Um eine hohe Kaderposition bei Rezidor zu erreichen, wird die Teilnahme der Business School vorausgesetzt. Die Eignung dafür muss durch den jeweiligen General Manager bestätigt werden.

Für alle Mitarbeiter, die neu zu Rezidor stossen, ist der Besuch verschiedener Kurse obligatorisch. Dazu gehört etwa die Orientierung über den Brand, das Unternehmen und seine Philosophie. Aufbauend auf den Basis-Kursen bietet Rezidor massgeschneiderte Trainings für alle Levels (das People-Development-Programm ist auf fünf Stufen aufgebaut). Um eine hohe Kaderposition bei Rezidor zu erreichen, wird die Teilnahme der Business School vorausgesetzt. Die Eignung dafür muss durch den jeweiligen General Manager bestätigt werden.

Für alle Mitarbeiter, die neu zu Rezidor stossen, ist der Besuch verschiedener Kurse obligatorisch. Dazu gehört etwa die Orientierung über den Brand, das Unternehmen und seine Philosophie. Aufbauend auf den Basis-Kursen bietet Rezidor massgeschneiderte Trainings für alle Levels (das People-Development-Programm ist auf fünf Stufen aufgebaut). Um eine hohe Kaderposition bei Rezidor zu erreichen, wird die Teilnahme der Business School vorausgesetzt. Die Eignung dafür muss durch den jeweiligen General Manager bestätigt werden.

Führungsfachfrau/-mann

mit eidg. Fachausweis

Ausbildung mit Schwergewicht Dienstleistungsbranchen insbesondere Hotellerie, Gastronomie, Tourismus

5 Module im **Lehrgang Leadership**: Sozialkompetenz erweitern und das eigene Führungsverhalten weiter entwickeln. Mit Zertifikat Leadership SVF.

10 Module im **Lehrgang Management**: betriebswirtschaftliche Themen verständlich und stufengerecht. Mit Management-Diplom AKAD, gleichwertig zum Zertifikat Management SVF.

Mit diesen Ausweisen und mit mindestens einem Jahr Führungspraxis sind Sie zur eidg. Berufsprüfung zugelassen und können den Titel «Führungsfachfrau/-mann mit eidgenössischem Fachausweis» erwerben.

Start zum Lehrgang Leadership: 22. Juni 2009
Durchführungsort: AKAD Zürich

Ein Kooperationsprojekt AKAD Business, Zürich und Weiterbildung hotelleriessuisse, Bern

Anmeldung,
Administration, Information:
hotelleriessuisse Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 01
Telefax 031 370 42 62
weiterbildung@hotelleriessuisse.ch
www.hotelleriessuisse.ch/weiterbildung



AKAD BUSINESS



hotelleriessuisse
Swiss Hotel Association

Nachdiplom schliesst Lücken

Bastian Hofmann absolviert das Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement von hotelleriessuisse. Weiterbildung ist ihm wichtig.

CHRISTINE KÜNZLER

Ende Jahr wird Bastian Hofmann die Verantwortung für das elterliche Hotel, das «Stella» in Interlaken, übernehmen. Das nötige Rüstzeug dazu holt er sich zurzeit im HF Hotelmanagement NDS von hotelleriessuisse. Es ist das einzige Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule. Im NDS geniessen Hotellers eine Management-Ausbildung, in der neben den betriebswirtschaftlichen und marketing-orientierten Kenntnissen insbesondere die persönlichen wie die sozialen Kompetenzen gefördert werden. Für Bastian Hofmann optimal: «Damit kann ich mich auf die Hotel-Übernahme vorbereiten.» Hofmann hat anders als viele seiner Hotellers-Kollegen keine Hotelfachschule absolviert. Er hat einen

anderen Berufsweg gewählt: Kochlehre, Servicelehre und dann KV-Lehre im elterlichen Betrieb. «Jetzt noch eine Hotelfachschule zu absolvieren, macht wenig Sinn, da ich das ganze Basiswissen bereits gesammelt habe», sagt er. Das Nachdiplomstudium vermittelt ihm also genau das, was ihm noch fehlt.

«Eine sehr spannende Ausbildung», zieht er Bilanz. «Der Stoff wird ausführlich bearbeitet und stark mit der Praxis verknüpft.» Er lerne viel, sowohl von den Dozenten als auch von seinen Mitstudenden. «Die wichtigsten Tipps und Tricks erhalte ich im Gespräch mit meinen Kollegen, während dem Mittagessen oder an der Bar», sagt Hofmann. «Was ich zu hören bekomme, kann ich dann mit meiner eigenen Erfahrung verknüpfen.»

Seit zwei Jahren arbeitet er im elterlichen Betrieb. Sich weiterzubilden habe für ihn einen hohen Stellenwert. «Die Kontinuität der Schweizer Hotellerie steht und fällt mit der Ausbildung.» So liege ihm die Nachwuchsförderung ganz besonders am Herzen. Und er wünsche sich, dass das Image der gastgewerblichen Berufe, wie Servicemitarbeitende, gefördert werde. «Dazu trägt eine gute Ausbildung viel bei.»

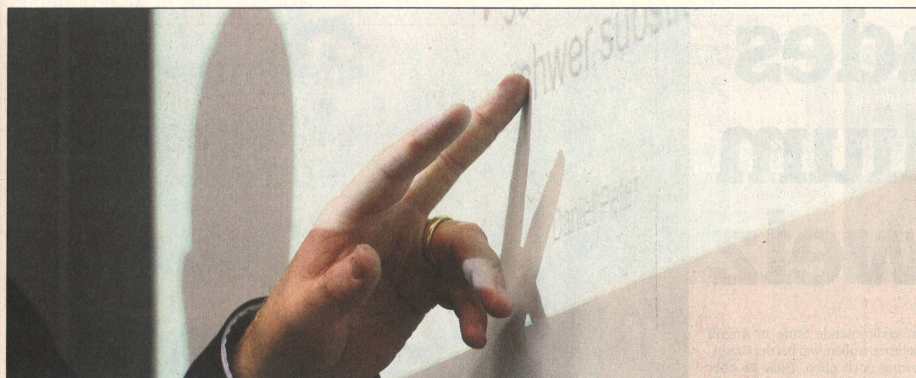
Seine nächste Weiterbildung, wenn er in Juni 2011 das NDS abschliesst, hat er sich auch noch das Wirtepatent.



«Der Stoff wird ausführlich bearbeitet und stark mit der Praxis verknüpft.»

Bastian Hofmann
Hotel Stella

Bildung. Europa. Ein EU-Projekt soll die unterschiedlichen Ausbildungswege für Berufe in der Tourismusbranche national wie international vergleichbar machen. Ob die Schweiz am Projekt teilnehmen wird, ist offen.



In den EU-Ländern soll die Grundbildung im Tourismus auf einen Nenner gebracht werden. Damit der österreichische Mitarbeitende im Gastgewerbe den gleichen beruflichen Rucksack an den Arbeitsplatz mitbringt wie der spanische oder der polnische.

Alan D. Boillat

Auf einem Nenner

Tourismusberufe sollen in Europa vergleichbar werden. Ein Pilotprojekt.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Das EU-Projekt Ecvet-Tour für Tourismus und Mobilität soll die unterschiedlichen Ausbildungswege zu Berufen der Tourismusbranche national wie international vergleichbar machen. Ziel ist, ein ähnliches System wie es mit den ECTS-Punkten gemäss

Bologna-Reform auf Universitäts-ebene Praxis ist, nun für den dualen Bildungsweg einzuführen. Ecvet steht für «European Credit System for Vocational Education and Training» und bezeichnet das europäische Leistungspunktesystem zur Berufsbildung. Erstmals wurden im Mechatronik-Bereich (Quer-

schnittberufe im Ingenieurwesen) die Kompetenzprofile für Berufe international vergleichbar gemacht wurden. Nun steht als zweite Pilotbranche für europaweite Angleichungen in der Grundbildung der Tourismus auf der Liste. Vier Länder haben sich für das Vorprojekt unter der Leitung der Universität Salz-

burg verpflichtet, nämlich Spanien, Deutschland, Polen und Österreich. Die Schweiz wurde noch nicht angefragt, sollte aber mittelfristig auch einbezogen werden, meint Projektleiterin Sandra Strobach von der Uni Salzburg. In einem ersten Anlauf wird die Angleichung zwei Grundbildungen des Gastgewerbes betreffen: Hotel- und Gastgewerbeassistent/-in (HGA), wie man sie in Österreich nennt, und Koch/Köchin.

Das zweijährige EU-Projekt soll Tourismusberufe vereinheitlichen

Im Bereich der Tourismusberufe fehlen solche Möglichkeiten zur Vergleichbarkeit von Qualifikationen bis dato völlig. Das soll sich nun ändern. Mit dem internationalen Kick-off-Meeting des Projekts Ecvet-Tour im Dezember 2008 erfolgte der Startschuss für ein zweijähriges EU-Projekt an der Universität Salzburg zur Untersuchung von Kompetenzprofilen in Tourismusberufen in unterschiedlichen europäischen Ländern.

Ziel des Projektes ist es, die Ausbildungsformen von Tourismusberufen zu ergründen, um sie dann im europäischen Vergleich aufeinander abzustimmen. Denn gerade in einer Branche wie dem Tourismus, der von grenzüberschreitendem Jobwechsel geprägt ist, sei es

besonders wichtig, die jeweiligen Qualifikationen zu standardisieren und international vergleichbar zu machen ist man bei Ecvet-Tour überzeugt.

Konzept soll 2010 stehen – bis zum EU-Gesetz kann's aber noch dauern

Bis Ende 2010 wollen die Universität Salzburg und ihre Projektpartner die internationale Vergleichbarkeit der Kompetenzen in den beiden Lehrberufen und Vorschläge für die Verbesserung der Durchlässigkeit zwischen den verschiedenen Ausbildungsformen ausarbeiten. Das soll ermöglichen, dass die erworbenen Qualifikationen in den unterschiedlichen Ausbildungsformen standardisiert angerechnet werden können und zwischenstaatlich

anerkannt werden.

Die Ergebnisse von Ecvet-Tour sollen im Herbst 2010 in Saalfelden präsentiert werden. Aufgrund der Ergebnisse soll dann der gesetzliche Rahmen auf EU-Ebene geschaffen werden, über welchen die Mitgliedsländer anschliessend abzustimmen haben. Manuela Hufnagel von Ecvet-Tour wagt noch keine Prognose anzustellen, wann die europaweite Umsetzung für eine einheitliche Grundbildung bei den Gastgewerbeberufen Fakt sein könnte. Eins ist aber klar: Der Weg dieses Vorhabens ist ein langer.

Manuela Hufnagel
Ecvet-Tour in Salzburg

«Man will für die Tourismusberufe ein System wie die ECTS-Punkte auf Uni-Ebene.»

Hotel-Handelsschule hotelleriesuisse

Fünf Stern-Ausbildung

Die Minerva bietet in Zusammenarbeit mit hotelleriesuisse eine kaufmännische Grundbildung für die Branche Hotel-Gastro-Tourismus (HGT) an.

Vollständige Berufsausbildung

Die attraktive, praxisnahe Ausbildung richtet sich an Jugendliche, die auf schulischem Weg einen Lehrabschluss erreichen wollen, oder junge Erwachsene, die eine Zusatzausbildung oder eine Zusatzqualifikation im kaufmännischen Bereich anstreben. Von Vorteil ist ein besonderes Flair für Fremdsprachen. Internationale Sprach- und Informatikdiplome sind Bestandteile der Ausbildung.

«Internationale Sprach- und Informatikdiplome sind Bestandteile der Ausbildung»

Attraktive Bildungsziele

Nach dem ersten Schuljahr, welches die kaufmännischen sowie die hotelspezifischen Grundlagen für die Ausbildung legt, absolvieren die Studierenden ein Praktikumsjahr in einem Hotelbetrieb. Zum Abschluss dieses zweiten Ausbildungsjahres wird die Diplomprüfung HotelsekretärIn hotelleriesuisse abgelegt. Nach dem dritten Schuljahr folgt der eidg. Lehrabschluss Kauffrau/Kaufmann B-/E-/M-Profil. Im Anschluss an die Ausbildung gibt es

verschiedene Anschlusswege für eine Karriere im Hotel- und Tourismusbereich aber auch in Richtung Berufsmaturität/Fachhochschulen sowie Hochschulen.

Simply bilingual at Minerva

Nach dem Motto «Soviel Englisch wie möglich, soviel Deutsch wie nötig», wird ein grosser Teil der wichtigsten Fachbereiche an der Hotel-Handelsschule bilingual von hotelleriesuisse zweisprachig unterrichtet. Dabei bleibt das Lernen von fachlichen Inhalten vorrangiges Ziel. Durch den Gebrauch des Englischen als Unterrichtssprache wird einerseits der praxisbezogene Wortschatz erweitert, andererseits eine gewisse Selbstverständlichkeit im Umgang mit der englischen Sprache erreicht.

Die Vorteile

- ★ von hotelleriesuisse lizenziert
- ★ praxisnah
- ★ professionelles Praktikumsmanagement
- ★ auch bilingual mit internationalen Perspektiven

Minerva, Bahnhofstrasse 74, 5001 Aarau
Telefon 062 836 92 92, aarau@minervaschulen.ch

Minerva, Genfergasse 3, 3011 Bern
Telefon 031 960 96 96, bern@minervaschulen.ch

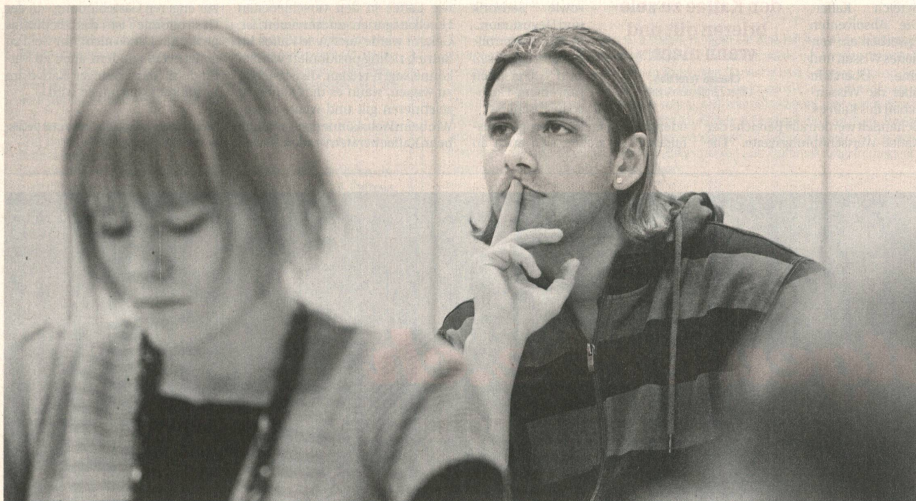
Minerva, Murbacherstrasse 1, 6003 Luzern
Telefon 041 2111 21 21, luzern@minervaschulen.ch

Minerva, Scheuchzerstrasse 2, 8006 Zürich
Telefon 044 368 40 20, zuerich@minervaschulen.ch

Aarau Baden Bern Burgdorf Luzern Zürich

www.minervaschulen.ch

Vorteil
MINERVA
Eine Schule der Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz



Bildung. Hochschule. Wein und Kaffee an der Hochschule studieren? Das ist in der Schweiz möglich. Die ersten sechs Weinakademiker haben bereits ihr Diplom in der Tasche.

Umfassendes Wein-Studium in der Schweiz

Vor wenigen Tagen erhielten die ersten sechs Absolventen des Schweizer Lehrganges zum Weinakademiker ihr Diplom. Diese sechs Weinprofis aus den Bereichen Handel, Gastronomie und Wein- und Weinwirtschaft haben die anspruchsvolle Ausbildung in der Mindestdauer von zwei Jahren abgeschlossen. Zusammen mit ihnen beträgt die Anzahl der Schweizer, die diesen Titel tragen, erst 28. Ihre 22 Vorgänger mussten sich noch entscheiden, ob sie die Ausbildung in Österreich oder (ab 2002) in Deutschland absolvieren wollten.

Die Basis ist in Wädenswil, einzelne Blöcke finden im Ausland statt

In die beiden Nachbarländer mussten auch die frischgebackenen Weinakademiker reisen: Die ersten und die abschliessenden Seminareinheiten und die Prüfungen werden zwar an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

ZHAW in Wädenswil durchgeführt, aber einzelne Blöcke der berufsbegleitenden Ausbildung finden in der Weinakademie im österreichischen Rust, in der Fachanstalt Geisenheim im deutschen Rheingau und in Brixen im Südtirol statt. Dazu kommen Besuche bei Winzern in

Der Titel Weinakademiker garantiert präzises Weinwissen. Kürzlich wurden die ersten Absolventen des Schweizer Lehrganges diplomiert.

RENATE DUBACH

verschiedenen Ländern: «Wir wollen immer den aktuellen Praxisbezug herstellen», sagt Josef Schuller, der Direktor der Weinakademie Österreich und Österreichs einziger Master of Wine dazu.

Die Weinakademie ist Partner der ZHAW für die Weinakademiker-Ausbildung. Sie ist für die operative Durchführung zuständig. Der britische Wine & Spirit Education Trust WSET vergibt die internationale Lizenz. Der ursprünglich englische Titel der

Weinakademiker heisst «Diploma in Wines and Spirits» – die Ausbildung hat sich weltweit etabliert und gilt als Vorstufe zur renommierten Master-of-Wine-Qualifikation.

Ob die sechs frischgebackenen Schweizer Weinakademiker auch die nächste, noch viel schwieriger

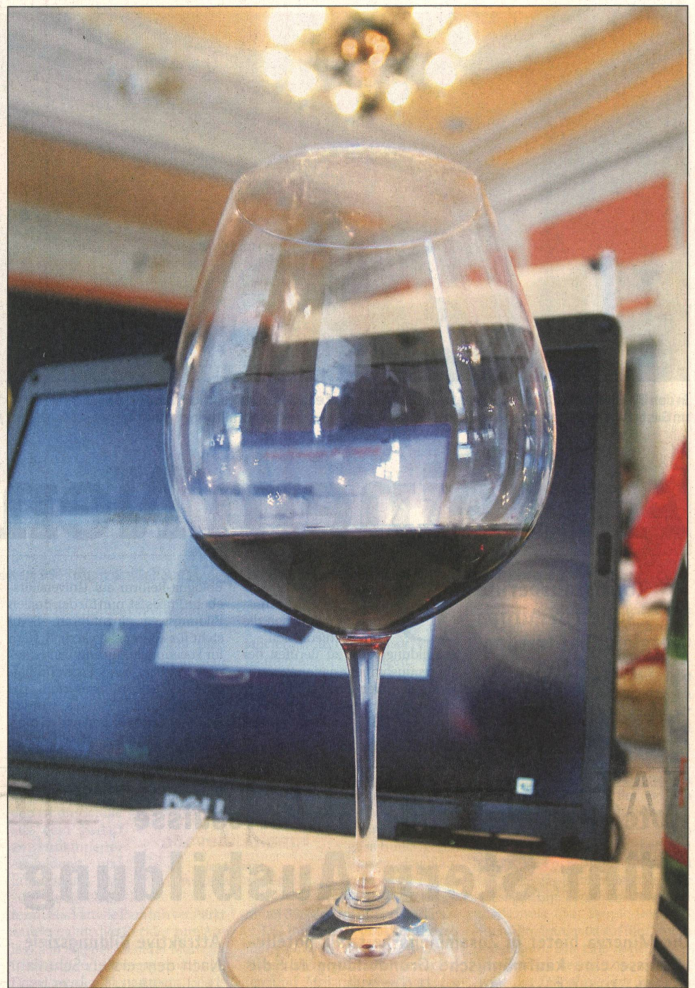
zu erklimmende Stufe in Angriff nehmen wollen, war bei der Graduierung noch offen. Dass sie aber während der zweijährigen Ausbildung viel gelernt, degustiert und ihr Weinwissen umfassend ausgebaut haben, bestätigten alle.

Es braucht viel Disziplin und lebenslanges Weiterlernen

Einer der sechs, Adrian Baumgartner, der als Weineinkäufer für eine Weinhandelsfirma arbeitet, meinte: «Man kann doch seinen Kunden nicht sagen: «Dieser Wein ist gut, ich habe ihn gern». Heute muss man schon etwas mehr drauf haben. Mit dieser Ausbildung und dem Titel bin ich gut positioniert.» Das bestätigten Markus Segmüller, der die Ausbildung 2005 in Österreich abschloss, und der neue Weinakademiker Roger Graf, der bei einem Weinhändler die Gastronomiekunden betreut. Graf meinte, es hätte viel Selbstdisziplin erfordert, täglich 30 bis 60 Minuten für das Studium aufzubringen. Die Kosten für den Kurs sind in der Schweiz etwas höher, nämlich 8350 Franken. In Deutschland bezahlt man 4200 Euro, in Österreich 3600 Euro.

Mit dem Titel ist das Thema Weinakademiker für die Absolventen noch nicht abgeschlossen: Sie sind im «Club der Weinakademiker» organisiert und verpflichten sich zu einem Ehrenkodex, der auch permanente Weiterbildung vorsieht.

www.weinakademie.at



Auch viel degustieren gehört zur Weinakademiker-Ausbildung.

Alan D. Bollat

Neues Studienfach ist kein kalter Kaffee

Kaffee ist Thema eines neuen Lehrganges in Wädenswil. Dies ist eine Premiere an einer Schweizer Hochschule.

CHRISTINE KÜNZLER

Der neue Kaffee-Lehrgang an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil umfasst 26 Präsenztage. Zusätzlich müssen die Absolventen mit 282 Stunden für das Selbststudium

um zuhause rechnen. Die Unterrichtssprache ist Deutsch, nach Bedarf Englisch. Abschliessen können die Studierenden den modular aufgebauten Lehrgang mit dem Titel CAS Certificate of Advanced Studies «The Science and Art of Coffee». Der erste Kurs beginnt am 16. Oktober 2009 und endet am 21. Mai 2010.

Entwickelt worden ist diese schweizweit erste Kaffee-Weiterbildung an der Hochschule in Zusammenarbeit mit der Swiss SCAE und Exponenten der Schweizer Kaffeebranche, wie Adelfo Bernini, Direktor der Blaser Trading AG. Leiter des

Lehrganges ist Chahan Yeretizian, Dozent für allgemeine und analytische Chemie an der ZHAW. Zuvor

for schte er 12 Jahre lang bei Nestlé. Er war auch Forschungsleiter im Bereich Kaffee. Die Absolventen erwerben ein vertieftes Wissen und eine Übersicht über die Wissenschaft des Kaffees. Behandelt werden alle Bereiche der Kaffee-Wertschöpfungskette. Die

Hauptthemen: Ursprung und Ausbreitung; Rohkaffee; Röstkaffee; Chemische Aspekte; Kaffeezubereitung; Ökonomie; Marketing; Gesundheit; Zukunft des Kaffees sowie Sensorik und Degustation.

«Es ist wichtig zu wissen, wann es den Kaffee zu zelebrieren gilt und wann nicht.»

Chahan Yeretizian
Leiter Zertifikatslehrgang

oder mit einer gleichwertigen Ausbildung. Sie richtet sich auch an

Leute aus der Gastronomie. «Wir wollen Menschen ansprechen, die eng mit Kaffee arbeiten, aber keine eigentlichen Kenntnisse in diesem Bereich haben», sagt Yeretizian. Behandelt werden auch Themen wie wann Kaffee welche Rolle spielt und wie Kaffee in den verschiedenen Hotelkategorien zu servieren ist. Gelernt werde auch, wie Kaffee im Betrieb richtig positioniert werden könne, sagt Yeretizian. «Es ist wichtig zu wissen, wann es den Kaffee zu zelebrieren gilt und wann nicht.» Wie beim Wein könne der Gast auch beim Kaffee beraten werden. «Zu ei-

nem Zitronenkuchen passt ein anderer Kaffee als zu einem Schokoladenkuchen», so Yeretizian. «Eine solche Servicequalität zu bieten, ist ein grosser Gewinn». Mehr Verständnis für ein Produkt führe zu einem besseren Service und damit zur engeren Gästebindung. «In der Gastronomie ist das Bedürfnis gross, mit Kaffee nicht nur Geld zu generieren, sondern auch zu verhindern, dass weniger Kaffee im Restaurant konsumiert wird.»

Der Lehrgang kostet 9800 Franken. Für Details: www.icbc.zhaw.ch

ANZEIGE

berufe-gastgewerbe.ch

mit Schnupper- und Lehrstellenvermittlung



Wurst-Koch

Im Imbisslokal des deutschen Starkochs Holger Stromberg gibt's gesunde Currywürste.
Seite 16



Im historischen Haydn-Saal von Schloss Esterházy in Eisenstadt ertönen dieses Jahr zu Ehren des grossen Komponisten, der vor 200 Jahren gestorben ist, zahlreiche Konzerte.

Bilder zvg



Wein ist Musik. Und Natur.



Österreich und seine Weinvielfalt.

Wein im Glas und Musik im Ohr

Vor 200 Jahren ist Josef Haydn gestorben. Österreich gedenkt 2009 seines grossen Komponisten. Und verbindet zwei Künste: Wein und Musik.

ELS BETH HOBMEIER

Wein und Musik haben viele Gemeinsamkeiten. Auch das Vokabular, mit dem man einen guten Wein oder ein Musikstück zu beschreiben versucht, gleicht sich frappant: Temperamentvoll, spritzig, perlend, elegant, gehaltvoll...

Diese Gemeinsamkeiten fielen auch Willi Klingler, dem Direktor des Österreichischen Weinmarketing, und dem Musiker Josef Vejtuda vom Concerto Classic Wien auf. Und weil ganz Österreich heuer ohnehin in eine grosse Josef-Haydn-

Euphorie verfällt mit dutzendweise Haydn-Veranstaltungen, beschlossen die beiden, das «Rendezvous Wein & Musik» zu lancieren.

Es handelt sich dabei um zwei CDs mit klassischer Musik. In der ganzen grossen Palette ist Haydn zwar nur einmal vertreten. Er befindet sich in guter Gesellschaft mit Mozart, Bizet, Mendelssohn, Schubert, Bach, Brahms, Tschaikowsky & Co., alle interpretiert vom Concerto Classic Wien. Das Spezielle an diesem Angebot ist eine Begleitbroschüre, welche acht der wichtigsten österreichischen Weinsorten vorstellt und zu jeder Sorte drei Musikstücke vorschlägt. Der geneigte Wein- und Musikfreund macht es sich gemütlich, legt die CD ein und schnuppert an seinem Weinglas – und entscheidet dann ganz für sich selber, in welchem Musikstück er die Aromen im Glas am deutlichsten wiederfindet. Oder in welchem Wein er den Rhythmus der Musik entdeckt. Hat er sich entschieden, kann er seine Wahl auch per Internet (www.oesterreichwein.at) ankreuzen. Damit nimmt er an einem Gewinnspiel teil

und erhält Einblick ins aktuelle Rating.

Statt Wine & Dine für einmal Wein & Klassik

Eine neue Sicht- und Verbindungsweise von zwei Künsten, welche durchaus auch Thema eines gastronomischen Weinabends sein könnten: Statt Wine & Dine mal Wein & Klassik. Werfen wir einen Blick auf den Stand des aktuellen Ratings: Zum leichten und spritzigen Gelben Muskateller aus der Südburgenmark perlt die 4. Symphonie von F. Mendelssohn am perfekt-



Das Leithagebirge im Burgenland und seine aktiven Winzer.



Einmalige Weinlandschaft am schilfsaumten Neusiedlersee.

testen. Mendelssohn liegt auch zum frischen und eleganten Grünen Veltliner aus Niederösterreich weit vor seinen Mitkonkurrenten Haydn und Bizet. Den brillanten und temperamentvollen Riesling aus der Wachau untermauert Bachs Brandenburgisches Konzert und liegt knapp vor Schumanns 3. Symphonie. Unentschieden ist die Lage

beim pikanten steirischen Sauvignon blanc: Prokofiev, Dvorák und Tschaikowsky teilen sich die Stimmen exakt auf. Zum charmanten roten Zweigelt aus dem Kampal gesellen sich sowohl Brahms und Schubert gerne, während dagegen beim feurigen Blaufränkisch aus dem Südburgenland Brahms' Ungarischer Tanz eindeutig als Lieb-

ling punktet. Bleibt das süsse Finale mit einem Traminer vom Neusiedlersee: Über diesem flüssigen Gold tanzt gekonnt «Die Libelle» als Polka Mazur von Joseph Strauss. Dieses musikalisch-ökologische Experiment bietet zugleich Hör- und Gaumenfreuden und kann dem Weinfreund neue Horizonte eröffnen.

Viel Neues am Leithagebirge und Neusiedlersee

Nicht nur in den Musiksälen Österreichs, sondern auch in seinen Weinregionen tut sich einiges. Ein Geheimtipp ist dabei das Leithagebirge westlich des Neusiedlersees. Auf seinen Kalk- und Schieferböden wachsen komplexe Weissweine, vor allem Chardonnay und Grüner Veltliner. Bei den Roten dominiert der noble, feurige Blaufränkisch, der hier schlank, mineralisch und elegant auftritt. Vom nahen Neusiedlersee kommen dagegen Süssweine, welche den Ruf dieser Gegend in alle Welt getragen haben – bekannt sind vor allem die legendären Trockenbeerenauslesen vom Weingut Kracher.

Website Weintourismus online und neu auf dem Handy

Seit kurzem bietet Österreich Weinmarketing einen Weinreiseführer «zum Mitnehmen» speziell fürs Mobiltelefon. Wenn man in einem Weingebiet unterwegs ist und spontan wissen will, wo der nächste Heurige, wo das lustigste Weinfest, wo ein guter Winzer zu finden ist, tippt man www.aufzumwein.at/mobil ein. Geliefert werden alle aktuellen Events und eine grosse Auswahl an Winzer- und Gastroressourcen samt Telefonnummer direkt aufs Handy. So ist der direkte Einkauf beim Winzer, der Besuch eines Top-Heurigen und auch die Übernachtung auf einem Weingut auch spontan organisierbar. Seit einem



Reisen wo der Wein wächst.

Jahr ist die Website www.aufzumwein.at aufgeschaltet, jetzt kommt neu der mobile Infodienst dazu.

Die wichtigsten Weinbaugemeinschaften Österreichs liegen alle in der Gegend von Wien: Nördlich der Hauptstadt findet sich Niederösterreich, das grösste Qualitäts-

weinbaugelände mit so klingenden Namen wie Wachau, Kamptal und Carnuntum. Sein Aushängeschild ist der pfeifrige Grüne Veltliner und der Riesling, der immer noch als König der Weissweine gilt.

Im Süden Wiens, im Burgenland hart an der Grenze zu Ungarn, wachsen die körperreichsten Rotweine Österreichs. Und das Gebiet um den Neusiedlersee bringt weltberühmte Süssweine hervor. Ganz im Süden gegen Slowenien hin liegt die Steiermark mit ihren rassistischen Sauvignon blanc, dem aromatischen Traminer und dem lieblichen Muskateller, welche hier teilweise an extrem steilen Lagen wachsen.

Österreicher lieben Österreicher Wein. Andere auch.

Der österreichische Wein befindet sich weiterhin im Aufwind. Der Export 2007, auch er ein Rekord, wurde 2008 bereits wieder übertroffen, und zwar sowohl bei der Exportmenge wie auch beim Exporterlös. Die Österreichische Weinmarketinggesellschaft (ÖWM) bestätigt für das Jahr 2008 eine Gesamtmenge von 59 Mio. Liter (+5,7%) zu einem Gesamtwert von 111 Mio. Euro (+6,8%). Beim Export von Flaschenweinen, wertmässig bereits 87 Prozent der Gesamtausfuhr, liegen die Steigerungen noch höher.

«Unser erklärtes Ziel ist eine weitere Forcierung der Flaschenweinexporte», sagt Willi Klingler, Ge-



Willi Klingler, Direktor ÖWM.

schaftsführer der ÖWM. Und als Fernziel nennt er eine Gesamtexportmenge von 70 Mio. Liter.

Klingler sieht klar in Sachen Österreich-Wein: «Unsere Nachteile sind kleine Mengen, wenig international bekannte Marken, wenig Grossbetriebe», zählt er auf. Aber

fügt auch gleich die Vorteile seines Weinlandes an: «Wir sind eine kulinarische Kulturlation. Und wir setzen auf Natur statt auf Globalisierung». Mit 16 Prozent Bioweinen hält Österreich derzeit den Weltrekord in dieser Sparte.

Auch im Inland festigt der einheimische Wein seine Stellung, vor allem in der Gastronomie, welche weiterhin der wichtigste Absatzmarkt bleibt. Zurzeit lanciert die ÖWM eine neue Marktstrategie: Im Vordergrund steht die Marke Österreich-Wein, erst danach genannt wird die Herkunftsregion. Und Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g. U.) erhalten eine rot-weissrote Banderole.

Ein Hörnli in vielen Formen

Das Guggershörnli reist vom Gantrisch an die BEA nach Bern. Und dies gleich in verschiedenen Ausführungen. Dank Armin Fuchs aus Thun.

RENATE DUBACH

Das ursprüngliche Guggershörnli besteht aus einem bewaldeten Hügel, auf dem ein steiler Nagelfluh-Felsen sitzt. Das 1283 Meter hohe Horn befindet sich oberhalb des Dorfes Guggisberg, 12 Kilometer südlich von Schwarzenburg im Kanton Bern. Spaziergänger besteigen den charakteristischen Felsen bequem auf einer Holzterrasse und geniessen eine phänomenale Rundschau.

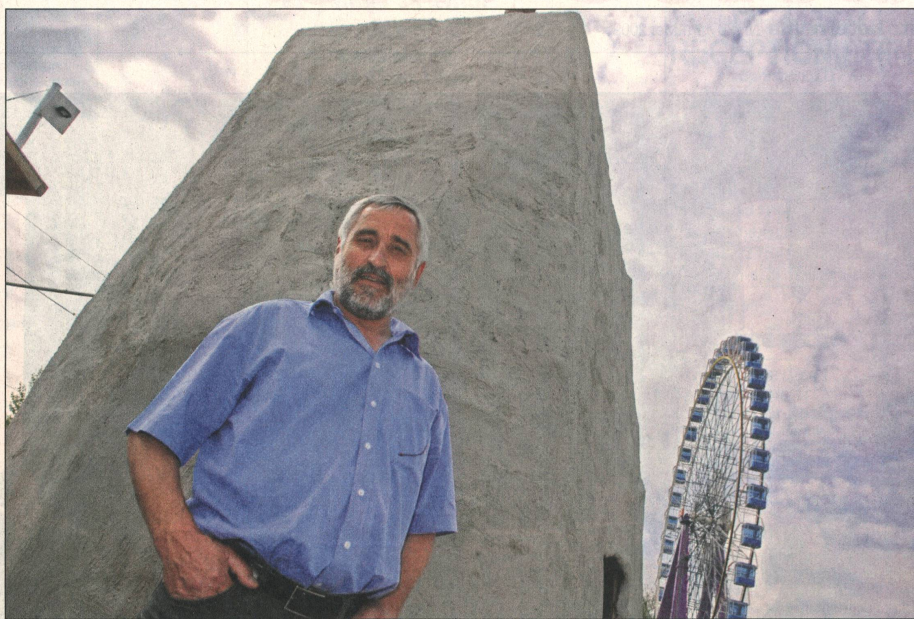
Ab morgen Freitag kann man ein zweites Guggershörnli besteigen,

ebenfalls über eine Holzterrasse. Dieser Fels ist allerdings ein Nachbau und nur sechs Meter hoch. Von der Plattform sieht man direkt auf ein kleines Gantrisch-Dörfchen hinunter und, falls man seinen Blick schweifen lässt, auf das Gelände der BEA-Expo, komplett mit Ausstellungshallen und Riesenrad.

Falls man einen Feldstecher mitgebracht hat, könnte man sehen, dass den Gästen im Restaurant des Gantrisch-Dorfes etwas merkwürdig geformte Teigwaren – Guggershörnli eben – serviert werden. Und wenn gerade gesungen wird auf dem Dorfplatz, könnte es gut sein, dass der brandneue Guggershörnli-Song zu hören ist. Zurück auf den Boden gelangt man schwingend am Stahlseil einer Tyrolienne.

Sanfte Tourismusförderung für das «Engadin des Kantons Bern»

Die Idee für Felsen-Nachbau, Teigwaren und Song hatte Armin Fuchs. Der Thuner, der in Ottenleu- enbad ein Ferienhaus besitzt, und dort «im Laufe der Jahre sehr viel



Gantrisch-Fan Armin Fuchs vor dem noch nicht ganz fertigen Guggershörnli-Nachbau auf dem BEA-Gelände.

Kraft geholt hat», wie er sagt, möchte der Region etwas zurückgeben. Den 25 Kilometer langen Gantrisch-Panoramaweg hat er letztes Jahr mit Freiwilligen zusammen erneuert. Jetzt möchte er das Gebiet bekannter machen: «Es ist ein wunderbares Naherholungsziel, so etwas wie das Engadin des Kantons Bern.»

Die Gelegenheit dazu bot sich, als dem Förderverein der Region Gantrisch von der BEA-Leitung angeboten wurde, sich an der Berner Ausstellung zu präsentieren. Der Förderverein beratschlagte, berechnete ein Budget und stellte fest, dass er frühestens 2011 bereit sei für die Präsentation. «Eine solche Chance muss man doch packen», ruft Armin Fuchs und erzählt, dass ihm die Nachricht von der Absage letzten November eine schlaflose Nacht einbrachte.

Am folgenden Morgen hatte er das fixfertige Konzept für einen 1000 Quadratmeter grossen Stand, das er den BEA-Verantwortlichen vorlegte. Diese sagten vorbehaltlos zu, und Fuchs machte sich auf die Suche nach Mitstreitern und Sponsoren. Beides fand der 61-Jährige, der sein eigenes Geschäft vor zwei Jahren seinem Sohn übergab, schnell: Die BEA spendete 50000 Franken, gleich viel wurde anonym übergeben und den Rest bringt die Vermietung der 17 Häuschen des Gantrisch-Dorfes ein, die je 3000 Franken kosten. Gemietet werden sie vom Verkehrsverband, von Kössern, den Gantrisch-Frauen und Kunsthandwerkern. Ihnen allen hat Armin Fuchs klar gemacht, dass es

nicht darum geht, möglichst viele Produkte zu verkaufen: «Es geht um sanfte Tourismusförderung, um die Vermarktung der ganzen Region.»

Deshalb hat Fuchs etwa 700 Leute organisiert, die während den zehn BEA-Tagen auf dem Dorfplatz auftreten: Trachtenfrauen, Treibler, Tänzer, eine Steelband, Guggemusigen, der Jodlerclub, Rock'n'Roller, die Musikgesellschaft Belp und Schulkinder, die das Vreneli-Schauspiel aufführen.

Vreneli-Sonntag an der BEA

Im Gantrisch-Restaurant stehen Guggershörnli auf der Karte. «Erfunden» hat die «andersrumgebogenen» Teigwaren natürlich auch Armin Fuchs. Fünf Tonnen hat er bei der Obwaldner Pasta Röthlin AG herstellen lassen, etwa zweieinhalb Tonnen werden an der BEA ver-

schickt, der Rest wird in den Geschäften und Restaurants in der Region Gantrisch verkauft oder serviert. Ein Teil des Gewinns geht an das Vreneli-Museum in Guggisberg.

Mit dem Vreneli hat Armin Fuchs besonderes vor: Am Sonntag, dem 17. Mai, wird der Vrenelitag gefeiert. Frauen in Tracht, die Vreneli-Vereine, Vreneli oder ähnlich heissen und dies beweisen können, dürfen gratis an die BEA, erhalten ein Guggershörnli-Zmittag und die Chance, ein Goldvreneli zu gewinnen. Fuchs rechnet optimistisch mit dem Aufmarsch von 500 Vrenelis.

Damit die Gantrisch-Region auch nach der BEA unterstützt wird, hat Fuchs den Verein Guggershörnli gegründet. Wanderwege wird er auch weiter bauen. Langweilig wird es dem Mann wohl nie.

www.guggershornli.ch

Für knapp 5 Franken erhält man ganz viele Guggershörnli – in Teigwarensform.

ANZEIGE

Jetzt bestellen! Michel in AKTION

-10 günstiger 20cl Glas

-15 günstiger 33cl PET

-20 günstiger 75cl Glas

-20 günstiger 1L Glas

80 Jahre Michel 1929-2009

Aktion vom 04.05. - 22.05.2009 bei Ihrem Getränke-Grossisten

BEA 2009 Mit Schweizer Fleisch und dem Universum

Das «Grüne Zentrum» der BEA ist jedes Jahr ein Genuss für die Sinne, mit seinen Inseln mit Früchten, Gemüse und Pflanzen. Heuer steht das Schweizer Fleisch im Mittelpunkt. Wie bedeutend dieses Nahrungsmittel ist, zeigt ein Rundgang durch Wiesen und Weiden, zu Bauernhof und Schafmetzgerei. Jungmetzger bieten ausserdem einen Einblick in das Training für die Metzger-Weltmeisterschaft. Und eine Neuheit sollte man testen: Die neue BEA-Wurst.

Zu den Attraktionen gehören rund 600 Zwei- und Vierbeiner, die an der Berner Ausstellung zu Gast sein werden. Bei den Kühen wird die gefleckte Normande ihren grossen Auftritt haben, die beliebte Rasse mit geflecktem Farbleid und weisem Kopf. Wie immer gibt es eine Fleckvieh-Eliteschau und die Wahl der Miss BEA am 22. Mai. Besonders für kleine Tierfreunde sind die Pferde, Schweine, Kaninchen, Hühner und Vögel ein besonderes Erlebnis. Und weil das Gastland dieses Jahr Universum heisst, kann man

auch Extraterrestrisches erleben. Im Besonderen sieht man in einer Sonderschau, was die Universität Bern in der Weltraumforschung in den letzten 40 Jahren seit der ersten Mondlandung vollbracht hat.

An der BEA kann man auf den Spuren der Astronauten wandeln und die Milchstrasse bestaunen, man kann Mars- und Mondlandschaften entdecken und einen echten Mondstein von Nahem betrachten. Sonne, Mars und Kometen kön-

nen besucht werden, und auch eine Landung auf dem Mond steht auf dem Programm.

Die diesjährige BEA/Pferd dauert vom 15. bis zum 24. Mai. Sie ist täglich von 9 bis 18 Uhr geöffnet, die Degustation von 10.30 bis 19.30 Uhr, am letzten Tag bis 18.00 Uhr. Tageskarten kosten 15 Franken, eine Dauerkarte 32 Franken. rd

Informationen und Tagesprogramme: www.beapferd.ch



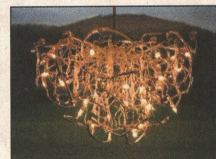
Auch für aufmerksame Ziegen spannend: Die BEA.



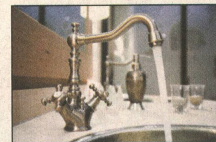
Die beiden Suiten «Cristallo» und «Platino» bieten auf 64 und 70 Quadratmetern hohen Komfort, viel Design und auch Überraschung.



Stylisch: Die Zimmer im neuen Anbau des Hotels.



Sanftes goldenes Licht für grosse Momente.

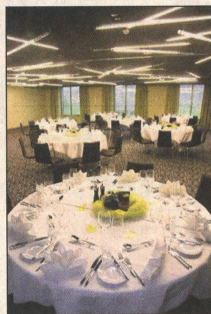


Moderne Badezimmer mit antikem Flair.

So liess er die Geschichte des historischen Ortes von Künstlerinnen hand auf die Wände des Neubaus schreiben, mit Pinsel und Farbe, drei Monate brauchte sie dafür.

Punkten mit einem Giro d'Italia in der Osteria

Grossen Erfolg hat Tischhauser nicht nur mit dem Hotel, das regelmässig Auszeichnungen einheimst, wie der Titel «Trendsetter Nr.1» im soeben erschienenen Restaurantführer «Basel geht aus». Auch die «grösste Gartenbeiz» der Region, vom Gartengestalter Enea designt, ist mit ihren 250 Plätzen ein Renner. Und die Osteria Tre (14 Gault-Millau-Punkte) gilt als eines der besten Gourmetlokale weitherum. Das Menü, ein «Giro d'Italia» mit zehn Gourmandisen, wird von den Mitarbeitern als Ess-theater gestaltet. Sobald sich der Kellner vor dem Tisch aufpflanzt und zu seinem «Abbiamo...» ansetzt, hebt sich der «Vorhang» zum nächsten Gang.



Einer der Säle, die für Hochzeiten und Seminare alles bieten.

gestartet, behaglich und futuristisch zugleich. Auf jeden Fall weit mehr, als man in einem 3-Sterne-Superior-Haus auf Anhieb erwarten würde.

«Wir wollten Alt und Neu deutlich akzentuieren, dieses Miteinander ist das Motto unseres Hauses», bestätigt Roland Tischhauser.

«Kuren» fürs Gemüt

Das besondere Konzept Das Hotel Bad Bubendorf hat sich als Designhotel bestens positioniert. In Verbindung mit gelebter Tradition.

ELSBETH HOBMEIER



Bad Bubendorf: Denkmalgeschütztes Haus mit modernem Anbau.

Am Anfang war eine Heilquelle. Diese wurde 1641 erstmals urkundlich erwähnt. An die Scharen, die der Solebäder wegen im 19. Jahrhundert nach Bad Bubendorf pilgerten, erinnert noch ein Gemälde im Restaurant des heutigen Hotels Bad Bubendorf. Inzwischen bietet der Ort zwar keine Badekuren mehr – man hat sich eher auf genussvolle «Kuren» für Gaumen und Gemüt verlegt.

Roland und Eveline Tischhauser führen und besitzen dieses Haus – zusammen mit Felix Suhner – seit 1999. Die sofort in Angriff genom-

menen Umbauarbeiten gipfelten 2007 in einem modernen Erweiterungsbau von 9000 Kubikmetern. Darin finden sich 26 Designzimmer, zwei romantische italienische Suiten – «Cristallo» und «Platino» – ein grosser Tagungsbereich, die Beauty- und Fitnesszone sowie die Bar und das italienische Gourmet-Restaurant Osteria Tre.

Ein verglaster Durchgang verbindet Alt und Neu

Die Symbiose zwischen dem historisch bedeutungsvollen Haus – hier tagten die Anführer des unzufriedenen Landvolks und er-

zwungen 1833 die Trennung in die beiden Basler Halbkantone – und dem stilvoll designten Erweiterungsbau ist beeindruckend. Der Gast wandelt über einen verglasten Durchgang vom einen in den anderen Teil. Die Handschrift ändert dabei deutlich: Hier 27 historische Zimmer mit viel Holz, die «Wirtschaft zum Bott» und der beliebte Wintergarten. Dort gestylte Korridore mit grossen, leuchtenden Zimmernummern und einem Teppich, der wie ein Kiesboden wirkt. Und dann die Zimmer: Sie sind ein Aha- und Oho-Erlebnis, perfekt gestylt, mit edlen Materialien aus-

Neue Bücher

Spezialitäten: Wenn das Beste gerade gut genug ist

Salame al Cinghiale aus Italien, Alphonso-Mangos aus Indien, Balik-Räucherlachs aus der Schweiz, Salzwiesenlamm aus Frankreich –



Thomas und Florian Fischer-Fabian haben dort recherchiert, wo gewisse Lebensmittel zu den Besten ihrer Art gehören, den Originalschauplätzen. Das Ergebnis ihrer Recherche ist die «Gourmet-Bibel. Die besten Delikatessen der Welt», ein sehr schönes, sorgfältig gebundenes Buch rund um den guten Geschmack und mit Empfehlun-

gen von Sternekoch Eckart Witzigmann oder Feinkosthändler Michael Käfer: In 55 Kapiteln präsentieren die Gebrüder Fischer-Fabian, die beide bei deutschen TV-Stationen tätig sind, edle und ausgesuchte Produkte aus aller Welt, berichten über Historie und Hintergründe, stellen die Menschen hinter den Produkten vor und bieten exklusive Warenkunde und Insiderwissen.

Florian und Thomas Fischer-Fabian: **Die Gourmet-Bibel. Die besten Delikatessen der Welt**, Goldmann Verlag, 352 Seiten, Fr. 43.90.

Tausende Rezepte: Monument der spanischen Kochkunst

Auch bei diesem Kochbuch war ein Duo am Werk: Ines und Simone Ortega, Mutter und Tochter. «1080 Rezepte» ist zudem nicht neu, sondern gilt seit Jahrzehnten als der spanische Küchen-Bestseller. Nun wurde er überarbeitet und modernisiert, ist aber weiterhin ein wah-

res Monument von einem Buch (es wiegt fast zweieinhalb Kilo). Das überrascht nicht, denn das Ziel von Mutter und Tochter – beides Rezeptautorinnen – war, ein Werk

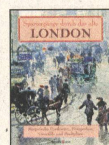


zu kreieren, das so umfassend ist, dass es jedes andere Kochbuch überflüssig macht: Der spanische Koch-Schinken bietet alles, was die klassische mediterrane und die bürgerlich-bodenständige, spanische Küche hergibt: Eintöpfe und Suppen, Frittiertes und Soufflés, Wild und Innereien, Simples und Ausgedügeltes. Ergänzt werden die Rezepte mit 450 bunten Illustrationen vom spanischen Grafiker Javier Mariscal. Das Buch ist auch in Englisch erhältlich.

Ines und Simone Ortega: **1080 Rezepte**, Pardon Verlag, 976 Seiten, Fr. 64.90.

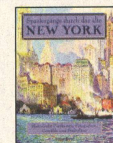
Zeitreisen in die Metropolen New York und London

Städtereise in die Vergangenheit? Das ist möglich, dank den prächtigen Buchbänden «Spaziergänge durch das alte London» und «Spaziergänge durch das alte New York». Stimmungsvoll, aber informativ laden diese beiden Bücher zu einer speziellen Zeitreise, einer Touristenführung ins 19. und 20. Jahrhundert. Anhand atmosphärischer Aquarelle der Künstler Rose Barton, Frederick Child Hassam, Williams Louis Sonntag Jr., William



Merritt Chase sowie Colin Campbell Cooper wird das einzigartige Flair zweier glanzvoller Metropo-

len eingefangen. Die farbenfrohen Aquarelle geben die Möglichkeit, das London und New York der damaligen Zeit kennenzulernen. Jedes Gemälde wird dabei von zeitgenössischen Fotografien, alten Stadtplänen, Postkarten, Erinnerungsstücken und Tickets sowie von einem Begleittext eingerahmt, die das Bild in seinen zeitgenössischen Kontext einbetten. In der Einleitung gibt's zudem Hintergrundinformationen, Kuriositäten und Anekdoten, die zusätzlich ein Bild der Weltstädte, der Epoche und ihrer Menschen skizzieren. fee



Francis Morrone: **Spaziergänge durch das alte New York**, M. A. Evans, D. Boyle, S. Green, C. Linman und R. Barton: **Spaziergänge durch das alte London**, Bassermann Verlag, jeweils 176 Seiten, je Fr. 34.90.

Österreich ist zu Gast in Zürcher Tram

Bis am 4. Juli zieht das Österreich-Tram in Zürich seine Runden und verwöhnt seine Gäste mit allerlei Schmankerln: Während der zweistündigen Stadtrundfahrt gibt es ein 3-Gang-Menü mit passenden österreichischen Weinen. Anschliessend kann der Gast selber Hand anlegen und im Restaurant Metropole lernen, wie man einen original Alt-Wiener Apfelstrudel zubereitet. Das Spezialtram mit 42 Plätzen fährt jeweils donnerstags, freitags und samstags und startet um 17.30 Uhr beziehungsweise 20.25 Uhr beim Bellevue.

www.bz.ch

Ausstellung rund um das Schweizer Sackmesser

Das **Taschenklappmesser mit dem Schweizerkreuz**, einst Werkzeug der Soldaten,



ist heute weltweit als «Swiss Army Knife» bekannt. Zum 125-Jahr-Jubiläum des Messerherstellers Victorinox zeigt das «Forum der Schweizer Geschichte» in Schwyz ab 16. Mai die Sonderausstellung «Das Sackmesser – ein Werkzeug wird Kult». Sie dauert bis am 18. Oktober.

www.sackmesserkult.ch

Seeländer Gemüsepfad neu gestaltet



Der **Gemüsepfad**, der zwischen den drei Jurasen – dem Bieler-, Murten- und Neuenburgersee – liegt und vor zwanzig Jahren von den Seeländer Gemüseproduzenten im Grossen Moos angelegt wurde, ist vollständig neu gestaltet worden: Mit neuen Tafeln und einer leicht angepassten Route. Ob zu Fuss, auf Inlineskates oder per Velo, ob Tomaten, Gurken, Kopfsalat, Spinat oder Bohnen – der Gemüsepfad ist für Gross und Klein ein beliebtes Ausflugsziel.

www.gemuese.ch

195 Weine am «Jardin des Vins» in Sion

Auch dieses Jahr haben sich wieder 13 Kellereien des Walliser Hauptorts Sitten zusammengesetzt, um die Vielfalt der im Zentralwallis erzeugten Weine an einem gemeinsamen Anlass zur Geltung zu bringen: am «Jardin des Vins», dem «Garten der Weine», der heuer am 22. und 23. Mai jeweils von 10 bis 20 Uhr im Domaine bourgeois des Iles de Sion stattfindet. Nicht weniger als 195 Weine können an diesem «Garten der Weine» degustiert und natürlich an Ort und Stelle gekauft und gleich mitgenommen werden. Um die besten Crus des Zentralwallis zu begleiten, stehen auch zwei gastronomische Bereiche mit Walliser Produkten zur Verfügung. fee

www.jardin-des-vins.ch

Schritt für Schritt Schlemmen im Engadin

Kaum woanders ist das kulinarische Angebot so gross wie in Engadin St. Moritz, wo zwischen Maloja und Zernei rund 300 Restaurants ihre Köstlichkeiten feilbieten. Nach der Fernsehkocheendung «al dente» vom 11. Mai, die Engadiner Spezialitäten gewidmet war, gibt es Anfang September auch «Schlemmer-Reisen» der Rhätischen Bahn mit Fernsehköchin Sibylle Sager und Fernseh-Sommelier Alberto Russo. Wer gut zu Fuss ist, kann sich auf der «Via Gastronomica» auf verschiedenen langen Wanderungen von Gang zu Gang durch ein Engadiner Menü bewegen. fee

www.engadin.stmoritz.ch

Marthalers «Waldhaus»- Theater auf 3Sat



Christoph Marthalers Theaterstück für das Hotel Waldhaus in Sils-Maria wird am Berliner Theaterfest als Film gezeigt. Denn das Stück, das der Zürcher Regisseur eigens für das Fünfsternehaus geschrieben hat, lässt sich auf keiner anderen Bühne als im Waldhaus inszenieren. Der Film von Sarah Derendinger über Marthalers «Das Theater mit dem Waldhaus» läuft am 16. Mai in Berlin und wird live auf 3Sat übertragen. Der Film ist als DVD erhältlich. Marthaler schrieb das Theaterstück anlässlich des 100 Jahre-Jubiläums des Hotels. br

175 Jahre Bier-Brauerei Eichhof

Die 1834 gegründete Luzerner Brauerei feiert dieses Jahr ihren 175. Geburtstag. Eichhof expandierte ab den 1960er-Jahren schrittweise auch ausserhalb der Zentralschweiz und baute gleichzeitig das Weingeschäft auf. Seit August 2008 gehört die Eichhof Getränke zur Heineken Switzerland AG. Bereits 1883 wurde das erste Bier in Flaschen abgefüllt. Zum Jubiläum braut Eichhof ein spezielles Produkt: Das Lagerbier für kurze Zeit im nostalgischen Eichhörnchen-Look und in einer der alten Holzkisten nachempfundenen 12er-Verpackung erhältlich. Es hat auch spezielle Bauch-, Rücken- und Halsetiketten. rd

US-Fluglinie für Haustiere startet im Juli



Pet-Airways, eine Fluglinie, in der Hunde und Katzen nicht im Gepäckabteil mitreisen, sondern in der Kabine, fliegt ab 14. Juli von einem kleinen Flughafen bei New York nach Washington, Chicago, Denver und Los Angeles. Ein einfacher Flug kostet 149 Dollar. Geflogen wird mit einer umgebauten Beech 1900. In der Kabine werden Zwinger für insgesamt 50 Katzen und Hunde verstaub. Zwei Piloten und ein Pet-Attendant sorgen für den reibungslosen Flug. rd



Nach einem Rezept von Holger Stromberg ohne künstliche Zusätze hergestellt: die Currywurst.

Currywurst mit Stil

**Gutes Essen für alle
ist dem Münchner
Starkoch Holger
Stromberg wichtig.
Deshalb hat er eine
Wurstbude eröffnet.
Sein Motto: Beste Zu-
taten, keine Chemie.**

NATHALIE KOPSA

Bereits als Kind soll er in der Restaurantküche seiner Eltern in Waltpop mit Aufschnittsmaschinen und Fleischwölfen gespielt haben. Holger Stromberg, der Überflieger unter Deutschlands Sterneköchen, mit Hang zum Multitasking: Er ist Koch aus Leidenschaft und Vollblutunternehmer. Stromberg hat Stationen in mehreren Sternerestaurants durchlaufen, bis er im Alter von 23 Jahren als jüngster Koch Deutschlands mit seinem ersten Michelin-

Stern ausgezeichnet wurde. Mit 30 gründet er sein eigenes Catering-Unternehmen in München, eröffnet das Lifestyle-Restaurant «G-München» und die Koch-Lounge «Koung» und übernimmt zusammen mit dem Partner und Kollegen Stefan Manier auch noch den elterlichen Betrieb, das «Gasthaus Stromberg». Der ehemalige Wortführer der

Kochvereinigung der «Jungen Wilden» ist aber auch einer, der sich berufen fühlt, Dinge zu verändern. Er sieht seinen Beruf nicht nur als Mittel zum Zweck, sondern auch als eine Art kulinarische Mission. Stromberg will einen Beitrag zur Esskultur des kleinen Mannes leisten. Und dem steht die Currywurst nun einmal näher, als Steinbutt und Gänseleber.

Deshalb ist der heute 37-Jährige seit kurzem auf neuen gastronomischen Pfaden unterwegs. In einem alten Pförtnerhäuschen, im Münchener Stadtteil Ramersdorf, hat der Starkoch eine Currywurstbude, das «Curry73» eröffnet. Die Currywurst gilt für viele als das geheime Nationalgericht der Deutschen.

Holger Stromberg kommt aus dem Ruhrpott, dem Bermuda-Dreieck des deutschen Bergbaus und der Stahlindustrie, wo man die herzhaften, gegrillte Schweinswurst, die mit einer würzigen Sauce auf Ketchupbasis und einem Schuss Curry serviert wird, besonders gerne isst – ungesund aber lecker.

**Auch Fastfood kann gut
und gesund sein**

Nun hat Stromberg den Fastfood-Klassiker auf seine Art neu aufgelegt: Als «Wurst ohne Reue». Die Würste werden nach Strombergs eigenem Rezept von einer Münchener Grossmetzgerei und einem Bio-Metzger aus der Region hergestellt, unter Verzicht auf künstliche Zusätze wie Phosphate und Geschmacksverstärker.

Gegrillt wird auf dem Lava-Stein, und die Pommes werden in gesunden Rapsöl frittiert. Bestes Tomatenpüree, Rohrohrzucker und Essig sind die Grundlage für die hausgemachte Spezialsaucen. «Volksnah, ehrlich und durchdacht» sei das Konzept, so Stromberg: «Ich wollte keinen Pseudo-Bio-Imbiss, sondern eine Currywurstbude, so authentisch aber vor allem so gesundheitlich unbedenklich wie nur möglich, eröffnen.» Aus Strombergs Sicht ist

**Holger Stromberg mit dem
Angebot in seinem Imbiss.**



Fastfood grundsätzlich nichts Schlechtes, sondern eine Frage der Einstellung: «Mein Bestreben ist «FastGoodFood». Das funktioniert, bedarf aber der intensiven Auseinandersetzung mit jedem Detail eines Konzepts. Die meisten Fastfood-Ketten beschäftigen sich ausschliesslich mit der Maximierung ihres Geschäftsergebnisses. Das ist fahrlässig und unverantwortlich, leider aber nicht strafbar.»

**Schon jetzt sind zwei weitere
Outlets geplant**

Offene Worte, die zeigen dass der Koch das «Curry73» nicht als ein weiteres geschäftliches Standbein nutzt, sondern als eine Art Feldversuch mit sozialer Komponente: «Ich will gute Lebensmittel für Menschen, jedes soziale Schicht erreichbar machen.»

Aber ist «guter» Fastfood nicht eine Illusion? Stromberg sieht

das nicht so: «Auf gar keinen Fall. Auf die Zutaten und die verwendeten Lebensmittel kommt es an. An dem Begriff schnell serviertes Essen ist ja nichts schlecht oder gar ungesund.» Jetzt, da für Holger Stromberg das Konzept von «Curry73» aufgegangen ist, und der Wunsch der Kunden seine Erwartungen erfüllt hat, will er mit «Curry73» auf Expansionskurs gehen. Zwei weitere Outlets sind bereits in Planung. Eines steht für ihn fest: «Curry73 wird nicht mein letztes «FastGoodFood»-Konzept sein.»

Zur Person Er mag Kochen, Fussball und Fernsehen

Holger Stromberg, als Spross einer Gastronomenfamilie 1972 geboren, wurde nach seiner Ausbildung und Stationen bei Harald Wohlfahrt und anderen, 1999 mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Seit 2008 kocht Stromberg für die deutsche Fussball-Nationalmannschaft. Er ist in TV-Sendungen wie «Kerner kocht» (ZDF) oder «Unter Volldampf» (VOX) aufgetreten. Bei «Zeit-online» ist er Co-Autor der Weblog-Kolumne «Nachgeschlagen». nk

Die Museen im Reisefieber

**Nächsten Sonntag,
am internationalen
Museumstag, laden
200 Schweizer Muse-
en zum Reisen ein.**

RENATE DUBACH



Das Plakat zum Museumstag passt zum Abstimmungssonntag.

«Auf Entdeckungstour ins Museum», heisst das Motto des Museumstages, das von rund 200 Insti-

tutionen aufgenommen wurde. Die Besucher werden am 17. Mai mit vielen speziell organisierten Aktivitäten überrascht. Kinder können ihre Koffer packen, Souvenirs sammeln, Postkarten gestalten, Ferienfotos schießen und unterwegs fremde Kulturen und vergangene Zeiten kennen lernen. Erwachsene erwarten bisher nie ausgestellte Reise- und Tourismusdokumente aus den Sammlungen, Exkursionen in die Umgebung der Museen, Konzerte und Lesungen.

Reisen bedeutet oft auch, Museen zu besuchen. Gerade in den Städten können Museen Touristenmagnete sein. Museen haben eine Doppelrolle: Sie tragen zum Angebot von Kultur und Kunst für bildungswillige Einheimische bei, gleichzeitig stellen sie auch eine Attraktion für Gäste dar. Diese Doppelfunktion der Museen wird im Rahmen des internationalen Museumstages beleuchtet.

Seit Januar 2009 ist der Verband der Museen der Schweiz VMS auch

Mitglied von Schweiz Tourismus, das Ziel ist die beiderseitige Nutzung von Synergien.

Die Schweiz als international anerkanntes «Land der Museen»? Die Universität Bern hat eine Studie zum Museumstourismus verfasst. Unter dem gleichen Thema steht das Bodensee-Symposium des Internationalen Museumstages vom 18. bis 20. Juni in Lindau.

Museumstag-Programm und weitere Infos:
www.museumstag.ch

Die bissige Flugbegleiterin



Sarah's

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

Ein Langstreckenflug ist eine absolut unlustige Angelegenheit. Festgezurret mit einem Sitzgurt, der den gleichen Grauton aufweist, wie das Gesicht, ein flauendes Gefühl im Magen von der braunen Flüssigkeit, die in Flughäfen unter der Bezeichnung «Kaffee» verkauft wird – und in Erwartung von Essen, das so salzig ist wie das Tote Meer, von schwächlichen Plastikgabeln und unaufhörlichen Will-Smith-Filmen während der nächsten zwölf Stunden.

Falls man via Los Angeles fliegt, werden die Augen gescannt und die Fingerabdrücke genommen, damit man für sechs Transitstunden über amerikanisches Linoleum schreiten darf. Um Beschwerden über harte Plastiksitze abzufangen, werden Tütenfruchtsaft und Kekse angeboten, die jemand in einer Schachtel gefunden hat, die in den 1970er-Jahren übrig gelassen wurde. Bis man in den nächsten Langstreckenflug eingeschleust wird, fühlt man sich extrem unlustig.

Aber wenn es eine todsichere Methode gibt, einem die Stimmung komplett zu verderben, dann ist es die Behandlung durch eine Flugbegleiterin, wie ich sie kürzlich hatte. Sie war vom Typ, der seit Geburt fliegt, inzwischen alles gesehen hat, alles weiss und alles hasst. Dieser Typus ist für die Menschheit, was ein Rottweiler für die Hundewelt ist; die Laune variiert von kratzbürstig bis zu «Ich beiss Dir den Arm ab, wenn Du es wagst, ein Glas Wasser zu verlangen».

Es ist eine Sache, kurz von einem Rottweiler bedient zu werden, der Menschen hasst und soeben mit einer Dose Wella Haarspray gekämpft hat. Es ist aber eine ganz andere Sache zu wissen, dass er die nächsten zwölf Stunden lang durch die Sitzreihen patrouillieren wird. Unser ganz privater Rottweiler beobachtete uns mit grimmiger Genugtuung, als wir wie Gefangene ins Flugzeug schlurften und uns in das bisschen Privatsphäre hinein zwängten.

Als das Flugzeug startete, torkelte der Rottweiler durch den Gang. Vielleicht hatte sie in der Bordküche experimentiert um festzustellen, wie schwach ein Whisky mit Soda sein konnte, bevor sich die Passagiere über den Mangel an Geistigem beklagten? Es hätte allerdings auch das Gewicht des Haarsprays sein, das sie aus dem Gleichgewicht brachte.

«Jetzt schon ein stürmischer Flug?», witzelte ein Geschäftsmann törichterweise. Die Bemerkung brachte ihm einen solch stechenden Blick ein, dass er sich in die Sicherheitsbestimmungen vergrub. Nachdem der Rottweiler mit den Schwimmwesten und Sauerstoffmasken gerungen hatte, wie mit automatischen Waffen, befahl er dem unglücklichen Witzbold aufzustehen und den Passagieren zu erklären, wo sich die nächsten Notausgänge befanden. Er bestand die Prüfung nicht. Sie beschimpfte ihn.

Es ist interessant, wie schnell sich das menschliche Benehmen an unangenehme Bedingungen anpasst. Was tut man in Anbetracht eines Wachhundes ungewisser Gesinnung? Soll man schreien, fluchen und drohen? Nein, man versucht, ihn zu beruhigen – so wie auf unserem Zwölf-Stunden-Flug, der eine Ewigkeit dauerte.

Der Rottweiler wurde allmählich etwas von unseren braven «Bitte schön» und «Dan-



Ein Langstreckenflug ist meist ein unlustiges Ereignis.

ke schön» erweicht. Nachdem sich die Passagiere stundenlang unterwürfig benommen hatten, vergass die Flugbegleiterin ihren Schlimme-Frisur-Tag und die Tatsache, dass

sie Schwachköpfe, die sie verachtete, Essen servieren musste. Aufgrund von Nervosität und den erforderlichen Anstrengungen hatte niemand ein Auge zugetan. Die Schuhe wa-

ren an den Füßen, die Sitzrücken aufrecht geblieben, und in der Kabine herrschte die angespannte Atmosphäre eines Prüfungsraumes. Während der letzten Stunde in dieser Hölle glitt der Rottweiler mit rosa Lippen und frisch geputzten Reisszähnen durch die Gänge. Jemand getraute sich, ein Kompliment zu machen: «Sie sehen so frisch aus!», stammelte er und blickte sie durch rot geäderte Augen an. «Wie machen Sie das bloss?»

Können Sie sich einen Wachhund vorstellen, der selbstgefällig grinst? Dann werden Sie verstehen, was für ein merkwürdiger und erschreckender Anblick dies war. «Dreissig Jahre fliegen – Ich liebe es!», lächelte der Rottweiler abern, mit etwas, das man als Flirt-Versuch hätte einstufen können.

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

ANZEIGE

Doppel oder nüt.



Doppelbrot
vorgebacken



impressum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung
für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé 1892

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Hübner/leh.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung
aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung
fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce
vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier
français); Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk;
Theres Lagler Berger/lt; Simone Leitner Fischer/
sl; Laurent Missbauer/lm; Gudrun
Schlenker/sk; Karl Josef Verding/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontärin: Barbara Roelli/br.

Online Redaktion: Melanie Roth.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Natalie

Alesch, Beatrice Gertschen.

Verlag Leitung: Barbara König;

Assistentin: Delia Piscopo; **Stelleninserate:**
Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,
Béla-Urs Schönenberger.

Druck: Böhler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2007/08,
verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289;
(Druckauflage: 18 000).

Verkaufspreise (inkl. MwSt.): Einzelnummer
Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–.

ISSN: 1424-0440

Kontaktadresse: Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und
Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable.



**ROMER'S
HAUSBÄCKEREI AG**

Convenience-Sortiment für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detailisten
Neubuchstrasse | Postfach 55 | 8717 Benken SG | Telefon 055 293 36 36 | Fax 055 293 36 37 | info@romers.ch | www.romers.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**, wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 erfolgreich bearbeiteten Betrieben.
- **Projektentwicklung/Projekt-optimierung** zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit
- **Rekrutierung einer Direktion**, Mieter oder Betriebsgruppe, Marketingkonzepte u. a. m.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

189-96

Pacht oder Kauf

Gasthaus Viamala
7432 Zillis / GR



Unsere langjährige Wirtin
Marianna Patscheider sucht eine neue Aufgabe.

**Wir suchen eine/n
Pächter/-in oder Käufer**

Das gemütliche Gasthaus verfügt über
- 65 Plätze (Restaurant 35 + Sali 30 / abtrennbar)
- dazu eine neue grosse, sonnige Terasse, 45 Plätze
- PW- und LW- Parkplätze grosszügig vorhanden

Auf zwei Etagen stehen Zimmer zur Verfügung (Ausbau
möglich für Hotel-Zimmer oder Wohnungen).
Übernahme nach Absprache.

Auskünfte/Bewerbungen an: Valentin Luzi, 7432 Zillis
Tel. 081 650 02 60 / 079 431 88 33.

2261-1278



GASTROBADEN DI CHIARA

Vermittlung von Gastronomieobjekten
Postfach 6079 – 5406 Baden-Rüthof
www.gastrobaden.ch – info@gastrobaden.ch – Tel. 056 535 55 83

Gastroobjekt des Monats:
Restaurant / Take Away in Frick AG
56 Innen- und 30 Aussenplätze
Mietzins CHF 5000.–
Kaufpreis Gross- und Kleininventar CHF 156000.–

Weitere interessante Gastroobjekte auf www.gastrobaden.ch. Falls
Sie einen Nachmieter suchen oder Ihre Gastroliegenschaft verkaufen
möchten, begleiten wir Sie gerne diskret und professionell.

2318-1316

Ihr Schritt in die Selbständigkeit?

Unser Café-Restaurant mit Charme und gemüthlicher Atmosphäre, 2003 komplett renoviert und neu möbliert, befindet sich mitten im Dörfern eines mittelalterlich-historischen Tourismusortes im Kanton Aargau. Wir suchen den/die geeignete(n)

Pächter, Pächterin oder das Pächter-Ehepaar

welche den gut etablierten Gastronomiebetrieb umsichtig, mit Herz und betriebswirtschaftlicher Kompetenz führt. Das Café-Restaurant verfügt über 52 Innen-Sitzplätze, einen gediegenen Wintergarten mit 24 Sitzplätzen sowie eine traumhafte Gartenterrasse für 40 Personen. Ein Saal für gut 70 Personen kann zum Restaurant hin geöffnet oder autonom genutzt werden. Mit zwei zusätzlichen Konferenzräumen bietet das Café-Restaurant für Familien- und Firmenanlässe sowie Seminare hervorragende Voraussetzungen.

Der Pachtzins ist günstig, da uns in erster Linie an einem gut geführten Betrieb für Einheimische und Feriengäste liegt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir lassen Ihnen gerne eine Dokumentation zukommen.

**CHIFFRE 2309-1312 R 122-782808 an Publicitas S.A.,
Postfach 0048, 1752 Villars s/Glâne 1**

2309-1312

Le mardi 30 juin 2009, à 11 h, au Chemin du Crêt, 1025 ST-SULPICE, il sera procédé à la vente aux enchères publiques des immeubles propriétés des masses en faillite KLUVERS Antony, anc. St-Sulpice, act. Cossonay et S.I. MOYETTE SA, Av. du Léman 1, 1025 St-Sulpice, à savoir:

COMMUNE DE ST-SULPICE

HOTEL-RESTAURANT «Le Débarcadère» et VILLA HÔTELIÈRE

Parcelle RF no 35, fo 13, au lieu dit
«Ch. du Crêt 7», Bâtiment commercial,
et jardin, surface totale 1500 m²
Estimation fiscale RG 1992 Fr. 3 313 000.–
Valeur incendie 2007 (ind. 113) Fr. 5 397 568.–
Estimation de l'office selon expert Fr. 3 760 000.–

Extrait des mentions:
Accessoires Fr. 1 088 486.–; estimation de l'office: Fr. 34 720.–
Accessoires Fr. 97 000.–; estimation de l'office: Fr. 1 305.–

Estimation de l'immeuble, y compris les mantions d'accessoires: Fr. 3 796 025.–

et

Parcelle RF no 36, plan folio 13,
au lieu dit «Av. du Léman 1» Habitation,
garage et jardin, surface totale 1490 m²
Estimation fiscale RG 1992 Fr. 812 000.–
Valeur incendie 2008 (ind. 113) Fr. 1 046 064.–
Estimation de l'office selon expert Fr. 1 600 000.–

Ces deux parcelles seront vendues en bloc.

Il s'agit du complexe hôtelier à l'enseigne «Hôtellerie Le Débarcadère», inscrit dans la chaîne «Relais et Châteaux» et exploité jusque'en 2007. L'établissement comprend un restaurant de catégorie 3 étoiles avec jardin d'hiver d'une cinquantaine de places et terrasse, d'un bar-club de 30 places, d'un hall de réception, d'un petit salon, de douze chambres d'hôtel avec salle de douches ou salle de bains.

Un passage souterrain de liaison à été créé avec la villa hôtelière, parcelle RF no 36.

Situation:

Ces deux immeubles se trouvent au port de St-Sulpice, en face du débarcadère de la C.G.N. et de l'Abbaye, monument historique de style roman d'importance nationale. L'emplacement est de premier ordre avec vue magnifique et imprenable sur le lac Léman et les Alpes. Le terrain est pratiquement plat, l'endroit est tranquille.

Les aménagements extérieurs sont constitués d'une place d'accès à l'entrée de l'hôtel et d'un parking de 12 places à l'arrière du bâtiment. A l'avant une terrasse attenante au jardin d'hiver et du hall d'accueil de l'hôtel sur le côté est, délimitée de la rue publique le long du port par une clôture en bois et une haie.

L'ensemble des documents utiles, conditions de vente, états des charges et rapports d'expertises sont à la disposition des amateurs sur le site www.vd.ch/opt, rubrique «vente aux enchères».

Des visites auront lieu les 28 mai et 2 juin 2009 à 14 h UNIQUEMENT SUR INSCRIPTION PREALABLE à l'adresse électronique suivante: info:opma@vd.ch

1110 Morges, le 8 mai 2009
OFFICE DES FAILLITES DE MORGES-AUBONNE
Tél. 021 803 90 50

2327-1318

Zu vermieten

*** Hotel-Restaurant Rothorn in Visperterminen

renommiert Betrieb, optimale Lage direkt neben der Sesselsbahn

21 renovierte Zimmer
Speisesaal, Gartenterrasse, Carrozet

Pacht / Miete möglich ab Wintersaison 09,
es besteht die Möglichkeit, den Betrieb zu erwerben.

Interessanten melden sich unter 027 946 71 63
www.hotel-rothorn.ch

2375-1348



Unsere Kundin ist eine verantwortungsvolle, reife und solvente Persönlichkeit und eine sportlich aktive Naturliebhaberin. Als geborene Gastgeberin will sie sich ihren Lebensraum erfüllen und sich im Frühling 2010 ernsthaft und mit voller Kraft der neuen Herausforderung stellen: Auf diesen Termin suchen wir in ihrem Auftrag den

gepflegten Kleinbetrieb in Miete oder Pacht

Langfristig, mit Option für käufliche Übernahme.

Dabei denkt sie an ein sonnig und ruhig gelegenes kleines Hotel-Garni / Hotel-Restaurant oder an eine beschauliche Pension in einem touristisch gut erschlossenen Berggebiet der Schweiz, vorzugsweise im Kanton Graubünden, im Berner Oberland oder im Wallis. Vielleicht liegt ihr Traumbetrieb aber auch in einer anderen Schweizer Gegend, evtl. in einem idyllischen Dorf oder Weiler, an einer bekannten Wanderroute oder direkt am See.

Mit Know-how, seriöser Arbeit und Enthusiasmus will sie sich der neuen Aufgabe voll und ganz widmen und freut sich schon jetzt, ihre künftigen Gäste als leidenschaftliche Köchin und herzliche Gastgeberin willkommen heissen und verwöhnen zu dürfen.

Bitte senden Sie Ihre schriftlichen Offerten an:

HoReGa Zürich GmbH
Mario Gubser, GL
Bergellerstrasse 12
8049 Zürich

2390-1317

anzeigen

**MEHR UMSATZ
dank LIVE MUSIK
Wir zeigen wie !!!
079 222 23 23
www.multi-kulti.ch**

2290-1301

aus- und weiterbildung

KOMPAKTES WEINWISSEN
FÜR GASTROPROFIS

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

START DER KURSE
KURS 3 2009/2010
Montag, 12. Oktober 2009
KURS 4 2010
Montag, 6. September 2010

WEITERE
INFORMATIONEN?
GastroSuisse
Berufsbildung
8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@gastro Suisse.ch
www.gastro Suisse.ch

Mit international anerkanntem
Zertifikat WSET® Level 3
10 Seminare, 1/2 Prüfungstag,
berufsbegleitend, CHF 2'990.–

GASTRO - SUISSE

Sprachaufenthalte

Top Angebote von
Annemarie + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

113-47

Aus www.jobs.htr.ch wird neu www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

cahier français

htr hotelrevue No 20 / 14 mai 2009



Arabian Travel Market
La clientèle du Moyen-Orient ne devrait pas diminuer cet été en Suisse romande.
Page 21



Rocco Forte Hotels
Les hôtels de Rocco Forte, dont le Richmond de Genève, ont adapté leurs coûts avec la crise.
Page 22



Alan D. Boillot

Le nombre de places d'apprentissage ne connaît pour l'instant aucune diminution dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

Il n'y a pas eu de recul

Les apprentissages résistent bien à la crise. La bourse des places d'apprentissage d'hôtellerie-suisse a même enregistré une hausse.

HÉLÈNE KOCH

Alors que l'on observe une forte baisse des annonces d'offres d'emploi dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration du fait de la crise, le nombre de places d'apprentissage dans la branche ne connaît pour l'instant aucune diminution. Au contraire, comme en témoigne la bourse des places d'apprentissage commune à hôtellerie-suisse et GastroSuisse*.

Baromètre de la branche, cette bourse enregistre même un regain d'intérêt, cela aussi bien de la part des entreprises que de la part des

jeunes à la recherche d'une place d'apprentissage.

L'offre ne correspond pas toujours à la demande des apprentis

Au mois d'avril de cette année, le nombre de places annoncées sur cette bourse en Suisse alémanique était ainsi un peu plus élevé que celui de la période correspondante de l'année passée. Et la tendance est similaire du côté des candidats: «Nous avons eu davantage de demandes de renseignements de la part des jeunes», note Karin Ritschard, responsable du marketing de la relève d'hôtellerie-suisse pour la Suisse alémanique.

«Nous avons un peu plus de places que l'année passée», con-

firme Anne-Lise Martin, responsable de la bourse des places d'apprentissage pour la Suisse romande. Et ce n'est là que la partie visible du marché: «Certains établissements n'ont pas besoin de diffuser leurs offres d'apprentissage par le biais de notre bourse car ils sont déjà très sollicités», confirme Nicolas Dévaud, responsable du marketing de la relève pour la Suisse romande. En fait, de nombreuses offres n'apparaissent jamais nulle part. C'est typiquement le cas lorsque le contact a bien passé avec un jeune venu faire un premier stage, et à qui le patron promet de le prendre en apprentissage à l'issue de sa scolarité.



«Certains établissements sont très sollicités pour des places d'apprentissage.»

Nicolas Dévaud
Responsable du marketing de la relève

A l'issue des deux premiers Explor'hotel en Suisse romande, par exemple, certains avaient clairement une place toute trouvée pour le futur, tant ils se sont distingués par leur enthousiasme et leur débrouillardise lors de cette semaine de découverte. A l'inverse,

soit les apprentis soit les entreprises omettent parfois de signaler qu'ils ont trouvé chaussure à leur pied et que la place est donc pourvue. Mais surtout, l'offre ne coïncide pas toujours avec la demande. Au niveau des métiers tout d'abord. Pour les employés de commerce, il y a ainsi

Une formation plus poussée

Avec le passage de la durée de tous les apprentissages de deux à trois ans, le nombre de places a un peu diminué. «Les entreprises qui forment deux ou trois apprentis en même temps sont moins nombreuses et nous perdons quelques places car il y a moins de tournus», explique Anne-Lise Martin, responsable de la bourse des places d'apprentissage pour la Suisse romande.

Cela dit, cet effet est maintenant «stabilisé», estime Karin Ritschard, responsable chez hôtellerie-suisse

du marketing de la relève pour la Suisse alémanique. La réforme date en effet de 2005, si bien que son impact s'est avant tout fait sentir jusqu'en 2007. Actuellement, quelque 5000 entreprises ont l'autorisation de former des apprentis dans les professions de l'hôtellerie et de la restauration, dont 1200 en Suisse romande et 800 au Tessin.

De plus, l'impact sur l'image des métiers de la branche est tout à fait positif, avec les changements de titres qui ont accompagné cette réforme. Le terme de spécialiste en

restauration a par exemple remplacé celui de sommelier. «Les jeunes sont fiers de porter ces titres», relève Anne-Lise Martin. Et concrètement, une formation sur trois ans ouvre la porte de la maturité professionnelle, ce qui n'était pas le cas avant. Ce sont aussi de formations plus complètes.

On en veut pour exemple avec les spécialistes en hôtellerie: «Avant, ils pratiquaient seulement l'économie ménagère alors que maintenant, il y a une partie organisation de séminaires», note Anne-Lise Martin. hk

* www.formation-hotel-resto.ch

hôtellerie-suisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Innovation happy

Climat de sommeil optimal grâce à Amicor™
Pure et Hypersoft.

www.happy.ch



Ah! Si j'avais un lit happy.

Les meilleures actions de professionnels pour des professionnels

Plus d'informations sous
www.tex-e-shop.ch

PFEIFFER
TEXTIL

Ein Unternehmen der SWISSTEXTIL HOLDING AG
Chaltenbodenstr. 26 • 8834 Schindelfeld (SZ)
Tel. 044 786 81 00 • www.pfeiffertextil.ch

Des nouveaux hôtes? Vous les trouverez chez nous!



CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre «hotel specials» sur www.swisshotels.com

hôtellerie-suisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hottelieresuisse.ch



Des lits vides? Faites-le nous savoir!



Votre «hotel specials» sur
www.swisshotels.com

hôtellerie-suisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hottelieresuisse.ch



PURITY C - la solution flexible



<http://professional.brita.ch>

ANNONCE



Litho: Detail AG

Ein Inserat erreicht die Leserinnen und Leser überall.

Doch das ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Bettina Klossner und Laurie Morard. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. www.schweizerpresse.ch



SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

Arabes au rendez-vous



Un instantané au stand suisse: sous le regard de Salvatore Di Mare (Hôtel Bristol, Genève, à l'arrière plan), Harry John (MVT, à g.) et Walter Loser (mandaté par Lausanne Tourisme) en discussion avec des visiteurs.

L'Arabian Travel Market (ATM) a fermé ses portes à Dubai. Les prestataires suisses sont revenus avec un bon sentiment pour l'avenir du marché arabe.

MIROSLAW HALABA

En dépit de la crise économique qui les touche à des degrés divers, les clients arabes devraient être presque aussi nombreux cette année en Suisse que durant les saisons précédentes. Les impressions recueillies par quelques-uns des vingt prestataires suisses, emmenés par Suisse Tourisme, qui ont participé la semaine dernière à l'Arabian Travel Market (ATM) à Dubai, sont favorables pour l'avenir du marché arabe, marché qui a généré 405 000 nuitées l'an passé en Suisse. Avec ses 2100 exposants et ses quelque 14 000 visiteurs, l'ATM, dont c'était la 16^e édition, est une source d'informations précieuses pour prévoir son évolution.

Il serait faux de dire que la crise économique et financière n'était pas perceptible à Dubai. Participant de la délégation suisse, le directeur de Genève Tourisme, François Bryand, a constaté que de nombreux chantiers de constructions immobilières – un sur deux, dit-on – étaient arrêtés. Très présent au salon durant les dernières années, le secteur immobilier a occupé cette fois une place bien plus modeste. «L'ATM est redevenu, en quelque sorte, une foire touristique», note Harry John, directeur de Montreux-Vevy Tourisme.

Ceci dit, les raisons d'être optimistes pour le tourisme arabe en Suisse n'ont pas manqué. «Les économies des pays du Golfe affichent toujours une croissance de 2,5%. La demande pour l'Europe en général, ainsi que pour la Suisse et pour Genève en particulier, était

bien présente», indique François Bryand. Pour lui, les clients arabes seront au rendez-vous ces prochains mois et aux Fêtes de Genève. Et de citer un indice révélateur et de bon augure: «Chez Swiss, les réservations pour cet été sont bonnes et chez Kuwait Airways les vols sont complets depuis le mois de février», souligne le directeur de Genève Tourisme.

Harry John, de son côté, affiche un «optimisme réaliste». Le taux de fréquentation mesuré l'an passé devrait, selon lui, se maintenir cette année. Le problème principal ne sera pas les effets de la crise économique, mais le Ramadan qui débutera le 20 août. «Les clients ne viendront que jusqu'à cette date, ce qui raccourcira la saison. Par chance, on constate cependant aussi que des familles viennent désormais en février et en avril».

Thomas Allemann, responsable des ventes à Crans-Montana Tourisme, est aussi optimiste: «Nous touchons surtout une clientèle arabe aisée qui continuera à voyager.» Pour lui aussi, le problème

«Le Ramadan est une chance pour les hôteliers qui offrent des prestations adéquates.»

Jörg Krebs
Suisse Tourisme

majeur réside dans les dates du Ramadan, des dates qui seront encore plus défavorables l'an prochain. «Durant cette période, les gens aiment sortir le soir et attendent donc que les boutiques soient ouvertes plus longtemps», note-t-il.

Responsable de la délégation suisse à Dubai pour le compte de Suisse Tourisme, Jörg Krebs voit dans cette fête religieuse un «grand défi». «Cette fête, dit-il, est une chance pour les hôteliers qui offriront à leurs hôtes arabes des prestations compatibles avec le Ramadan.» Genève Tourisme a ainsi déjà élaboré une liste de ce type de prestations proposé par les hôtels genevois. Pour le reste, Jörg Krebs est aussi optimiste pour le marché arabe. «Très optimiste», dit-il même, rappelant qu'au premier trimestre, ce marché a enregistré une hausse des nuitées de 5,8%.

Plusieurs actions promotionnelles permettront d'assurer un suivi à l'ATM. Parmi elles figurent le Swiss Travel Mart qui débute ce soir à Lucerne et auquel ont été invités une vingtaine de voyageurs arabes.

En bref

Suisse

Nuitées hôtelières en sensible baisse en mars

Les nuitées hôtelières ont sensiblement reculé durant le mois de mars. L'Office fédéral de la statistique note toutefois qu'il faut tenir compte du fait que les fêtes de Pâques ont eu lieu cette année en avril alors qu'elles tombaient en mars l'an passé. Toujours est-il que les nuitées se sont élevées à 3,1 millions, soit une baisse de 14% par rapport à mars 2008. La demande étrangère a diminué de 19% à 1,8 million de nuitées et la demande indigène de 5,9% à 1,3 million. Le plus fort recul absolu (-25%) est à mettre sur le compte de la clientèle allemande. mh

Le Gruyère AOC vise un public «jeune et actif»



L'Interprofession du Gruyère AOC a lancé une nouvelle campagne de promotion destinée à un public cible «jeune et actif». Cette campagne recourt au «teasing», un message publicitaire que l'on découvre en plusieurs étapes. Elle utilise le slogan «La vraie nature, ça calme» et renvoie les intéressés au site www.ca-calme.com où ces derniers peuvent participer à un concours. Une campagne télévisée est aussi prévue. mh

Pour des paysages mieux protégés

Une meilleure orientation des paiements directs à l'agriculture, telle que le souhaiterait le Conseil fédéral, serait de nature à renforcer la protection du paysage. C'est l'avis exprimé par la Fondation suisse pour la protection du paysage (FP). Celle-ci salue, en particulier, l'idée d'introduire «des contributions à la qualité du paysage». Ces contributions auraient notamment pour effet d'entraîner l'«uniformisation» et la «banalisation» des paysages et de les préserver. mh

Valais

Une destination en devenir franchit une étape



La destination valaisanne Verbière-Saint-Bernard vient de franchir une nouvelle étape dans sa création avec la présentation de son logo. Conçu pour être «facilement identifiable», ce dernier veut transmettre le positionnement et les valeurs de la destination. «L'étoile valaisanne redynamisée lui confère une connotation d'excellence, tout en évoquant le mouvement, donc le sport», a indiqué le comité de création. mh

L'accueil est l'arme secrète des banques

Avec leur multilinguisme et leur expérience de la gestion, les diplômés des écoles hôtelières sont bien placés pour décrocher un emploi dans une entreprise bancaire. L'accueil y prend par ailleurs de plus en plus d'importance.

MICHEL BLOCH

«L'accueil, l'arme secrète des banques», tel était le sujet de la table ronde organisée vendredi passé par INTEHL (l'Institut d'innovation et d'entrepreneuriat à l'Ecole hôtelière de Lausanne) avec, comme experts, plusieurs banquiers renommés et Olivier Toubian, directeur des rédactions de Private Banking et PME Maga-

zine. Etudiants, professionnels de la banque et du marketing étaient venus nombreux pour écouter les débats et poser des questions et la salle était comble.

Le personnel bancaire doit savoir mettre à l'aise la clientèle

Que retenir des différentes interventions? Il ressort que, plus que jamais, les clients des banques sont sensibles, non seulement à l'expertise de leur interlocuteur, mais aussi à son aptitude à dialoguer avec eux, à son savoir-vivre en matière d'accueil, à sa capacité à leur parler d'autres choses que d'argent et également, comme le souligne Thierry Lombard, associé gérant de Lombard Odier, Banquiers privés, à les écouter. Pour connaître les besoins de leurs clients, les collaborateurs et collaboratrices des banques doivent savoir mettre à l'aise leurs interlocuteurs,

s'intéresser réellement à eux. Tout à fait logiquement, le client va privilégier celui avec lequel une relation de qualité s'est nouée.

Les diplômés des écoles hôtelières sont bien placés dans cette course à l'emploi. A une époque où les banques recrutent moins, ils ont des qualités à mettre en avant. Leur multiculture et souvent leur multilinguisme, les nombreux stages effectués qui leur ont permis de se sensibiliser à la fois avec le monde de l'entreprise et avec les besoins d'une clientèle exigeante, leur expertise en matière d'accueil (ils savent que l'on ne peut pas faire une deuxième première bonne impression...), leur sens du service, constituent autant d'atouts.

«Le client est par essence irrationnel et les compétences sociales sont très appréciées», précise Alexandre Zeller, CEO de HSBC Private Bank (Suisse) SA. Leur

capacité à gérer leur communication verbale comme leur communication non verbale, leurs gestes et leurs attitudes les font apprécier des clients.

Les diplômés des écoles hôtelières bénéficient d'importants réseaux

Le relationnel et l'aptitude à se constituer des réseaux à l'extérieur comme à l'intérieur de la banque,

souligne Manuel Leuthold, responsable de l'UBS en Suisse romande, constituent des conditions indispensables au succès. L'expertise technique est une nécessité. Les banquiers ont en face d'eux des interlocuteurs très compétents. La complexité des produits implique qu'ils disposent d'une excellente formation financière, qui peut s'acquérir en cours d'emploi en interne ou à l'extérieur, en sachant qu'un minimum de connaissances est déjà

acquis dans les disciplines de gestion en cours d'études. Pour les cas complexes, le diplômé devra être capable d'en saisir les contours pour montrer au client qu'il a compris son besoin et aussi pour faire intervenir ensuite un expert du domaine à qui il saura expliquer la problématique.

Le banquier doit pouvoir transférer ses connaissances, complète Pascal Traller, membre de la direction de la banque CIC Suisse SA. Par ailleurs, l'aptitude à travailler en équipe est indispensable souligne Gaëtan de Longeaux, membre de la direction du Crédit Agricole Suisse. Le client place la barre très haut. Il est de plus en plus mobile. Le banquier devra ainsi apporter des réponses claires et pertinentes s'il veut le fidéliser. Enfin, les experts insistent sur la nécessité de tisser des relations dans une optique à long terme.



«Les compétences sociales sont très appréciées dans les milieux bancaires.»

Alexandre Zeller
CEO de HSBC Private Bank (Suisse)

pertinentes s'il veut le fidéliser. Enfin, les experts insistent sur la nécessité de tisser des relations dans une optique à long terme.



Les hôtels du groupe Rocco Forte, dont le Richmond à Genève, vont notamment développer les contrats de personnel à durée déterminée.

Les mesures de Rocco Forte face à la crise

Le groupe Rocco Forte a modifié sa stratégie pour faire face à la crise économique. Il a diminué ses coûts sans affecter le service. Un défi pour l'hôtellerie de luxe.

VERONIQUE TANERG

Lorsque j'ai commencé à construire la Rocco Forte Collection, il y a onze ans, on ne parlait pas de coût. On avait deux préoccupations: le service et faire venir les clients», a expliqué Rocco Forte, devant la British Swiss chamber of commerce, à Genève, le 6 mai, à l'Hôtel Richmond. «Nous avons obtenu une solide réputation dans la qualité du service. Mais, l'an dernier, nos ventes ont plongé de 20%. Nous avons dû nous préoccuper de nos coûts.»

Ce capitaine de l'industrie hôtelière de luxe a donc lancé un vaste

programme d'économie. Il n'a imposé qu'une seule mesure: la réorganisation du département des ventes et du marketing. Jusqu'à l'an dernier, chacun des établissements disposait de sa propre force de vente. Ses commerciaux voyageaient fréquemment sur les marchés importants, notamment les Etats-Unis ou la Russie. Ce qui occasionnait des frais importants. «Dans

«Nous allons notamment adapter notre staff de gouvernantes en chambre.»

Patrick Mossu
Dir. de l'Hôtel Richmond de Genève

ce nouveau modèle de vente, chaque hôtel dispose d'un collaborateur qui vend localement la collection. Nous les appelons des «farmers» car ils doivent pousser les clients locaux vers les autres hôtels de la Collection», explique Patrick Mossu, le directeur général du Richmond. De plus, le groupe a décidé d'ouvrir des bureaux régionaux sur les marchés importants où il n'a pas

d'hôtel, comme les Etats-Unis. Si le nouveau modèle de vente a été imposé par la direction, les autres mesures d'économie sont en revanche venues des hôtels. En effet, Rocco Forte a sommé ses directeurs de lui faire des propositions pour réduire les coûts. Et si une proposition semblait efficace, elle serait appliquée aux autres hôtels du groupe, de St-Petersbourg à Florence en passant par Genève. «Nous avons proposé de réduire le nombre de réceptionnistes», note Patrick Mossu. «Auquel cas, les clients ne seraient plus accompagnés en chambre. Mais cette propo-

sition a été refusée car la valeur ajoutée de l'accompagnement en chambre l'a emporté sur une mesure d'économie.»

Compter sur un personnel qui soit plus flexible

Pour mieux s'adapter aux fluctuations de la demande, les hôtels vont développer les contrats à durée déterminée. Certes, c'était déjà le cas dans le secteur du service avec les extras embauchés pour les banquets ou les cocktails, mais les employés temporaires seront plus nombreux dans d'autres secteurs. «A Genève, le remplissage de notre hôtel varie beaucoup entre l'hiver et l'été. De novembre à février, c'est très calme, les week-ends aussi. Nous allons adapter notre staff de gouvernantes en chambre. Une partie aura un contrat à l'année et une autre partie aura un contrat pour les mois d'été, par exemple de mai à septembre», relève Patrick Mossu.

Reste que la Rocco Forte Collection pourrait faire de sérieuses économies en harmonisant le nom de ses établissements qui ont actuellement tous une dénomination différente. «Tous mes hôtels sont différents. Contrairement à la concurrence, nous voulons maintenir une identité locale, un hôtel qui reflète la ville dans laquelle il est implanté», assure Rocco Forte.

«Promouvoir la marque à l'intérieur des établissements»

«Nous assurons la promotion de la marque à l'intérieur des établissements», renchérit Richard Power, membre de la direction de la Rocco Forte Collection et responsable de la marque. «Tous nos hôtels doivent suivre les instructions du manuel sur l'utilisation du logo.»

Pour prouver que cela fonctionne bien, Richard Power attrape le sachet de sucre posé sur une table à l'Hôtel Richmond. Sur fond blanc, le sigle rouge RF (avec un R écrit à l'envers, de gauche à droite) apparaît clairement. «Dans les chambres, nous avons entre vingt et trente articles qui arborent la marque. Ce qui rappelle à nos clients qu'ils sont bien dans un établissement de la Collection.» Les e-mails ont également été harmonisés au sein du groupe, et dans les GDS, chaque hôtel affiche d'abord son appartenance à Rocco Forte. Pour continuer d'avoir sa place dans un marché en crise, une petite chaîne d'hôtel doit cependant avoir une stratégie différente des autres. «Nous avons réussi à réduire nos coûts pour faire face à la crise», assure Rocco Forte. «Cela nous permettra de faire davantage de bénéfice quand l'économie repartira.»

Vins vaudois: un Salvagnin peut en cacher un autre

Tout vin rouge vaudois au bénéfice d'une appellation d'origine contrôlée (AOC) a le droit de s'appeler Salvagnin. Trois grandes caves cependant ont décidé de le codifier.

PIERRE THOMAS

Au comptoir des bistrot et dans les rayons des supermarchés, lieux de prédilection de ce vin rouge vaudois, un Salvagnin pourra désormais en cacher un autre. L'un, ordinaire, l'autre répondant à des critères sinon de qualité, du moins d'homogénéisation. On revient donc à une notion à l'origine de cette appellation, il y a un demi-siècle: une commission de dégustation appréciait les échantillons en

fonction d'un vin-témoin. Seuls étaient mis sur le marché les vins s'approchant de cet étalon.

Le «nouveau Salvagnin» contient au minimum 50% de gamay

Aujourd'hui, les œnologues de Schenk, Uvavins et Hammel – les trois plus grandes caves de La Côte – ont mis au point un cahier des charges. Ce «nouveau Salvagnin» contient au minimum 50% de gamay, 20% de gamaret ou de garanoir et 10% de pinot noir. Le but est de revaloriser des vins de cépages, parfois bradés sur le marché en «gamay romand», par exemple. «Mieux vaut vendre du Salvagnin à 6 ou 8 francs la bouteille que du gamay romand à 3,95 francs», explique Thierry Waltz, le patron de la coopérative Uvavins. Quant à Thierry Ciampi, œnologue chez Schenk SA, il définit le profil de ce vin rouge, «coloré, fruité, avec

une trame tannique présente, un vin à boire dans le plus de circonstances possibles». D'ici quatre ans, les trois promoteurs espèrent que toutes les caves vaudoises mettant en marché du Salvagnin se rallieront à leur panache rouge. Sur leur site internet, www.salvagnin.ch, ils ont remplacé le vert de l'écusson vaudois par le vermillon...

Le Salvagnin est en fait une «anti-dôle» vaudoise

Au fond, le Salvagnin est aux Vaudois ce que la Dôle est aux Valaisans: le vin rouge le plus connu, loin devant des appellations. Un sondage MIS-Trend, vieux de cinq ans, attribuait 4% de notoriété spontanée au vin vaudois et 65% d'opinions positives quand on demandait aux personnes interrogées si elles connaissaient le Salvagnin. Mais c'est aussi, de par sa

composition, l'anti-Dôle: le rouge valaisan contient au moins 50% de pinot noir et si la palette des cépages complémentaires a été ouverte, une minorité de gamay. L'inverse donc du «nouveau Salvagnin».

«A part La Côte, aucune région vaudoise ne peut prétendre écouler à grands volumes du vin rouge sous une AOC», explique Thierry Waltz. Sur les 8 millions de litres de vins rouges vaudois produits bon an, mal an, la moitié est écoulée sous le nom de Salvagnin. Le vignoble vaudois s'est aussi grandement modifié: en 15 ans, de 1993 à 2008, la surface de chasselas a diminué de 12,5%, de 20% en gamay aussi, mais a augmenté de 17% en pinot noir et passé de 6 à 220 hectares en gamaret et garanoir. Pourtant, il y a plus de vingt ans qu'aucune campagne publicitaire n'a parlé de ce «produit de niche» (à peine 4% du vin rouge



A part La Côte, ici un vignoble des environs de Nyon, aucune région vaudoise ne peut écouler de grands volumes de vin rouge sous une AOC.

consommé en Suisse). Avec l'appui de l'Office des vins vaudois (OVV), une campagne va donc démarquer, dévisée modestement à 55 000 francs, surtout à destination de la Suisse allemande. Elle préludera à la nouvelle campagne d'image des vins vaudois, promise pour l'automne par Nicolas Schorderet, le secrétaire général de l'OVV.

L'idée principale est de montrer que le Salvagnin va, à table, avec à

peu près tous les plats, des sushis aux fromages (et pas seulement suisses...). Tiens: les sushis et les fromages sont aussi les ingrédients qui s'acquièrent fort bien avec le chasselas, dont le vignoble vaudois est le leader mondial. Au moins, le consommateur, avec la grâce des agences de publicité, a le choix: à lui de trancher entre le vin blanc et le vin rouge... pourvu que ce soit du vaudois!

L'essor de l'œnotourisme

L'œnotourisme ne cesse de se développer. Tour d'horizon dans les trois plus importants cantons viticoles du pays: le Valais, Vaud et Genève.

EUGENIO D'ALESSIO

Le premier Salon international de l'œnotourisme se tiendra à Lyon du 15 au 17 mai. Branche économique à part entière en France, où l'offre est florissante (routes du vin, dégustations, visites de caves, séjours avec hébergement au cœur du vignoble), cette filière fait son nid à l'ombre des ceps helvétiques. Conscients d'évoluer dans un marché d'avenir, les professionnels de la vigne et du tourisme se mobilisent pour renforcer l'attractivité de notre patrimoine viticole.

Le Valais, qui est le plus grand canton viticole du pays (5100 hectares), a très vite pris le taureau par les cornes. Le Conseil d'Etat s'est engagé dès juin 2007 dans une politique de soutien financier et logistique à l'œnotourisme. «Le potentiel de développement du secteur saute aux yeux, même si les possibilités d'hébergement chez le vigneron restent rares», explique Malvine Moulin, responsable du projet œnotourisme à la Chambre valaisanne d'agriculture. L'ouverture, prévue courant mai, de chambres d'hôtes au domaine de la famille Caroz (www.collinedeval.ch), à Sierre,

Lyon: un invité valaisan au Salon de l'œnotourisme

Du 15 au 17 mai, Lyon vivra au rythme du premier Salon international de l'œnotourisme. Celui-ci réunira une centaine d'exposants. Parmi les invités étrangers figure notamment la maison valaisanne Giroud Vins (Sion). Cette cave ultramoderne organise des visites axées sur la découverte des techniques de vinification et des produits du terroir valaisan. Elle dispose d'une œnothèque et d'un espace d'accueil (conférences, séminaires, banquets). ed

comblera en partie cette lacune. Selon Urs Zenhäusern, l'œnotourisme a une importance stratégique. C'est tellement vrai que le directeur de Valais Tourisme travaille en étroite collaboration avec ProVins, le géant de l'économie viticole locale, et l'Interprofession de la vigne et du vin.

Un chemin du vignoble qui permet de découvrir 180 encaveurs

Inauguré en 2007, le Chemin du vignoble (www.cheminduvignoble.ch), qui serpente sur 66 km entre Martigny et Loèche, est une perle touristique. Avec ses trois itinéraires (pédestre, cyclable et routier), il traverse 24 communes et permet de découvrir 180 encaveurs. «Le Chemin du vignoble est surtout fréquenté par les randonneurs le week-end. Pour attirer davantage de monde, nous allons créer des forfaits touristiques comprenant des dégustations et des visites guidées», révèle Camille Greset-Dit-Grisel, responsable du projet.

Avec son vignoble de 3800 hectares connu loin à la ronde, le canton de Vaud veut lui aussi saisir la balle au bond. L'œnotourisme est l'une des pièces maîtresses du développement du tourisme et de la viticulture, deux domaines qui vont de pair», juge Nicolas Schorderet, secrétaire général de l'Office des vins vaudois. «C'est un pion essentiel dans toute stratégie touristique. Il n'y a pas, selon moi, de vacances réussies sans découverte de la richesse viticole d'une région», renchérit Charles-André Ramseier, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud.

A l'image de la grande traversée de Lavaux (www.lavaux.com), la Route du vignoble de La Côte (www.routeduvignoble.ch), entre

Morges et Genève, figure parmi les principales attractions œnotouristiques vaudoises. Elle regroupe 150 membres et s'est spécialisée dans le tourisme d'affaires (80% des clients sont des entreprises). En 2008, elle a accueilli près de 4200 personnes, alors qu'elles étaient 1400 en 2006. Sur cette période, le chiffre d'affaires a pour sa part bondi de 175% à 500 000 francs. Friande de nouveaux projets, la Route du vignoble va se lancer en fin d'année dans le commerce électronique, avec un site internet qui proposera des vins et des produits du terroir.

Genève disposera en 2010 d'une maison du terroir

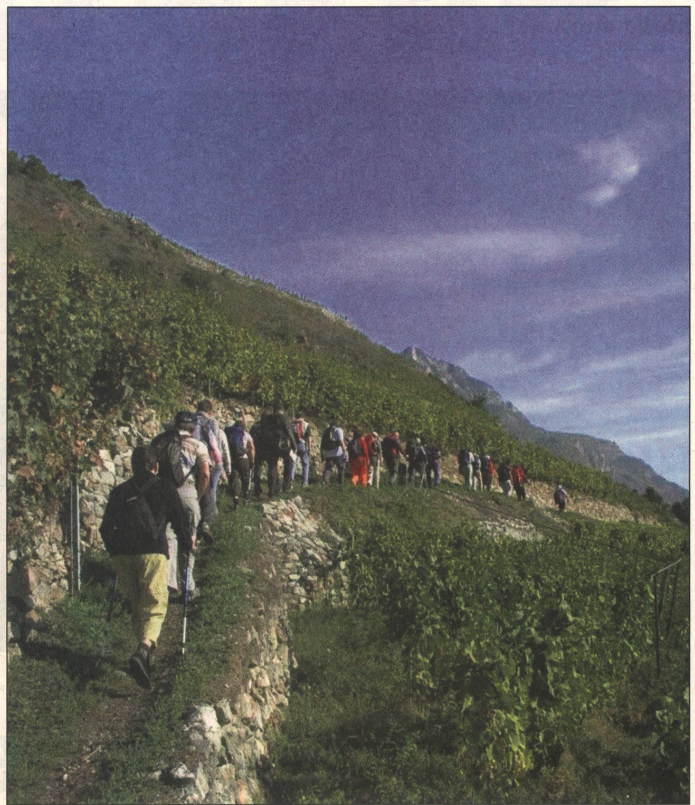
Quant au canton de Genève, qui compte une surface viticole de 1300 hectares, il ne reste pas les bras croisés. «En pleine expansion, l'œnotourisme est un atout de choix pour mettre en valeur la campagne genevoise, le canton étant trop souvent associé à son centre urbain», note Denis Beausoleil, le directeur de l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (Opag). Dans cet esprit, les sept kilomètres de la Balade viticole de Dardagny (www.dardagny.ch) sont ponctués de panneaux explicatifs sur les cépages, les travaux de la vigne et la faune. Et, en mai 2010, le canton disposera à Lully d'une Maison du terroir qui regroupera les locaux techniques du domaine viticole de l'Etat de Genève, la cave expérimentale de la station de viticulture et d'œnologie cantonale ainsi que les bureaux de l'Opag. Cette centralisation permettra de rationaliser la promotion de la viticulture et de l'œnotourisme genevois.

* www.vinomedia.fr

Le succès des «caves ouvertes»

Dans le canton de Neuchâtel, qui compte 600 hectares de vignes, le tourisme viticole se porte à merveille. Les 1er et 2 mai, les journées Caves ouvertes ont attiré la foule, confirme Jérôme Longaretti, responsable du marketing à Neuchâtel Tourisme. Et de préciser: «L'œnotourisme est un secteur très important pour le canton. Les visites de caves avec dégustations sont des activités particulièrement appréciées». Le sentier

viticole de l'Entre-deux-Lacs, à Cressier, et la Route du vignoble, entre Le Landeron et Vaumarcus, raviront les passionnés de viticulture. Pour sa part, le vignoble du Vully (150 hectares à cheval entre Vaud et Fribourg) dévoile ses charmes au gré de trois sentiers viticoles de renom. Enfin, au cœur du vignoble du lac de Biennet (220 hectares), le sentier didactique entre Douanne et Gléresse donne un bel aperçu de la richesse viticole de la région. ed



En Valais, le Chemin du vignoble serpente sur 66 kilomètres, entre Martigny et Loèche.

131

ANNONCE

Commandez! Michel en ACTION

-.10 en moins 20cl verre

-.15 en moins 33cl PET

-.20 en moins 75cl verre

-.20 en moins 1L verre

80th Michel

Cent millions pour Beaulieu

Le centre de congrès et d'exposition de Beaulieu à Lausanne fera l'objet d'un vaste programme de modernisation. 100 millions de francs seront investis.

MIROSLAW HALABA

Beaulieu, le Centre de congrès et d'exposition de Lausanne, est promis à un bel avenir. Mardi, en effet, la Fondation de Beaulieu a pu annoncer que le site serait modernisé et dynamisé.

Le projet «Beaulieu 2020» prévoit un investissement de 100 millions de francs, dont 55 millions seront financés par le canton de Vaud et la ville de Lausanne, sous réserve d'approbation par le Grand Conseil



Le site de Beaulieu devrait gagner en importance.

et le Conseil communal. Les travaux porteront principalement sur la reconstruction, d'ici 2011, des Halles Sud et la rénovation, entre 2012 et 2015, des Halles Nord. Parallèlement, le site devrait accueillir un hôtel d'affaires financé par des investisseurs privés. Ces travaux s'inscrivent dans la «suite logique»

de ce qui avait été fait depuis le début des années 2000 pour rénover le site.

Pour ses responsables, Beaulieu doit renforcer sa compétitivité à l'échelle nationale et internationale. Pour atteindre cet objectif, une déclaration d'intention a été signée prévoyant l'intégration de Beaulieu Exploitation SA dans MCH Group. Né de la fusion des sociétés de foires de Bâle et de Zurich, ce groupe, qui organise annuellement quelque 40 à 50 foires et salons, prendra une part majoritaire au capital de Beaulieu Exploitation.

Cette opération lui permettra de renforcer son activité en Suisse romande et d'élargir son offre sur le marché suisse. Pour René Kamm, le CEO de MCH Group, elle donnera naissance à un «triple national: Bâle, Zurich et Lausanne».



«Le jury du «Prix des hôteliers zurichois» a effectué un très bon choix en récompensant Jan Stiller.»

Maria Büeler Zischler (Page 6)

24



C'est une ambiance de ce type que connaîtra dans quelques jours Forum Fribourg.

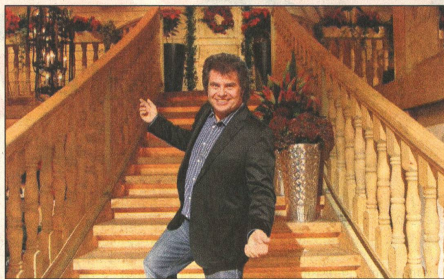
Photos ip-media/ldd

En «prime time» et en direct depuis Fribourg

Dans dix jours, Fribourg vivra à l'heure de la musique populaire. L'émission télévisée «Musikantenstadt» fera escale dans ses murs.

MIROSLAW HALABA

Béat Kunz, directeur de Forum Fribourg et d'Espace Gruyère, et Duri Mathieu, son directeur des ventes et du marketing, ont décroché la timbale. Le 23 mai, Forum Fribourg accueillera la célèbre émission télévisée de musique populaire, type «Schlager»: «Musikantenstadt».



Andy Borg sera l'animateur vedette de l'émission.

Cette émission sera diffusée en direct, à 20 h 15, soit en «prime time», sur SF1 (Suisse allemande), ORF (Autriche), ARD

(Allemagne). Et comme elle se déroule en Suisse romande, elle aura les honneurs non pas de la TSR2, mais, pour la première fois, bien

de TRS1. Au total, ce sont quelque 6,6 millions de téléspectateurs qui s'impregneront de l'atmosphère fribourgeoise.

Cette manifestation est une aubaine pour le tourisme régional. «Celui-ci pourra se présenter dans un film d'une durée de six minutes qui sera diffusé durant l'émission», indique Nicolas Zapf, directeur de Fribourg Tourisme. La région, dit-il, aura aussi une ambassadrice célèbre dans les milieux de la musique populaire allemande et autrichienne: Géraldine Olivier, une chanteuse originaire de Marly, la grande commune de l'«agglomération» fribourgeoise.

L'hôtellerie régionale profitera, bien entendu, aussi de cette émission et, ceci, directement. Depuis 11 mai, 120 techniciens sont à Fribourg pour aménager un chalet,

installer les tables pour les spectateurs et monter des gradins, explique Duri Mathieu. S'ajouteront, ultérieurement, quelque 240 personnes, dont les membres des groupes musicaux participant à l'émission.

La manifestation a une forte cote de popularité et pas seulement dans les régions germanophones. «Les 3500 places pour la répétition générale du vendredi et pour l'émission du samedi ont été louées en trois quarts d'heure», indique Duri Mathieu. Et d'ajouter: «75% des demandes sont venues de Suisse romande.»

L'offre faite par Forum Fribourg pour accueillir l'émission tombait très bien. Les organisateurs de l'émission cherchaient une grande salle située ni à Zurich, ni à Bâle, une ville où ils étaient déjà allés deux fois.

D'une langue à l'autre

Le tourisme italien est frappé de plein fouet par la crise



Le tourisme italien est touché lui aussi par la crise. Celle-ci n'épargne même pas les «grosses cylindres touristiques» telles que Florence ou Rome. Sur l'ensemble de l'Italie, les hôtels ont dû composer en mars avec un recul des nuitées de 14,6% par rapport à 2008. Pour faire face à cette crise, les hôteliers ont demandé à l'Etat de ramener le taux de TVA de 10 à 5%. Celui-ci est de 5,5% en France. lm

Page 3

Le CEO de Kuoni s'exprime sur la situation actuelle

La récession qui sévit actuellement n'est pas sans conséquences pour Kuoni. Au 12 avril, ses réservations avaient baissé de 23% par rapport à 2008. Stefan Leser, le CEO de Kuoni, ne pense pas pour autant que les Suisses vont davantage rester chez eux cette année, comme l'a pronostiqué Suisse Tourisme. «Il y a en effet des destinations, comme la Tunisie, la Turquie et la Grèce, où nos clients sont convaincus d'en avoir davantage pour leur argent que s'ils effectuaient des vacances comparables en Suisse», estime Stefan Leser. lm

Page 5

Sion: un master interdisciplinaire en tourisme



Alain D. Bolla

Le cahier «Fokus» passe en revue différentes possibilités de formation dans le domaine du tourisme. L'Institut universitaire Kurt Bösch, à Sion, proposera pour la première fois cet automne un master interdisciplinaire en études du tourisme. Ce master est élaboré en collaboration avec l'Université de Lausanne (UNIL) et d'autres universités de Suisse romande. lm

Page 9

En Autriche, la viticulture rime avec la culture

En cette année du 200e anniversaire de la mort du compositeur autrichien Josef Haydn, l'Office des vins autrichiens fait rimer viticulture avec culture, en l'occurrence la culture musicale. Deux CD de musique classique proposent ainsi des morceaux qui se prêtent à être écoutés en dégustant des vins bien précis. Les grands vins et la musique classique possèdent par ailleurs beaucoup de points communs. A commencer par les adjectifs qui les décrivent: vif, élégant, plein de tempérament... lm

Page 13

Un chef parisien à l'EHL

Eric Frechon, le chef triplement étoilé des cuisines de l'Hôtel Le Bristol à Paris, était récemment de passage à l'Ecole hôtelière de Lausanne pour un événement exclusif.

MICHEL BLOCH

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), avec le concours de la manufacture Audemars Piguet, a organisé un événement peu banal à la fin du mois d'avril. Une trentaine de personnes ont en effet eu l'opportunité d'intégrer une «brigade d'un jour» pour créer, dans les cuisines de l'EHL, un menu gastronomique sous la houlette d'Eric Frechon et d'une partie de son équipe venue tout

spécialement de Paris. Rejoints par leurs conjoints, les invités ont ensuite pris l'apéritif autour de l'établissement de la célèbre marque, avant de déguster dans la bonne humeur les plats élaborés dans l'après-midi.

Velouté d'asperges blanches et petits pois, makis de langoustines et foie gras au nori recouvert d'un bouillon infusé à la citronnelle, cabillaud au plat et mi-cuit au chocolat avec une glace à la vanille de Bourbon. Le tout était accompagné d'un Chardonnay «La Colombe» Réserve 2007 de Raymond Paccot à Féchy, d'un Gamaret 2007, fût de chêne de chez Christian Dugon à Bofflens et d'un superbe La Part des Anges, Clos des Pins de Marc Ramu à Dardagny. Un vrai régal synonyme d'expérience culinaire réussie pour les cuisiniers d'un jour!



Avec ses «cuisiniers d'un jour», Eric Frechon (à dr.), venu expressément de Paris, a préparé un événement culinaire exclusif dans les cuisines de l'EHL.

Cet événement exclusif, mis notamment en place par le groupe «Le plein d'idées», confirme la volonté d'entreprises différentes, véhiculant des valeurs voisines,

d'associer leurs forces afin de consolider leur image. Quant aux invités, ils ont relevé le professionnel de tous les intervenants chez les différents partenaires.

Gastro Neuchâtel: Michel Vuillemin a été réélu

Exclu de GastroSuisse pour ses positions, notamment en matière de formation obligatoire des cafetiers, Michel Vuillemin a été réélu la semaine dernière à la présidence de Gastro Neuchâtel par 47 voix et 10 bulletins blancs, a révélé le quotidien «L'Express». Michel Vuillemin a fait recours contre son exclusion et se défendra lors de l'assemblée des délégués de GastroSuisse qui aura lieu le 19 mai à Stans. mh

UNESCO: appui pour deux villes neuchâteloises

ICOMOS, l'organisation consultative de l'UNESCO, a recommandé d'inscrire les villes neuchâteloises de La Chaux-de-Fonds et du Locle sur la Liste du patrimoine mondial. mh

stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotel revue Nr. 20 / 14. Mai 2009

Der grösste Stellenmarkt
Le principal marché
de la branche
Auftritts Ausgabe Nr. 21
erscheint am Mi. 20. 5. 2009
Anzeigenschluss: Fr. 15. 5. 09, 12.00 Uhr

Veränderungen beginnen hier htr stellenrevue

www.hoteljob.ch

htr hotel revue

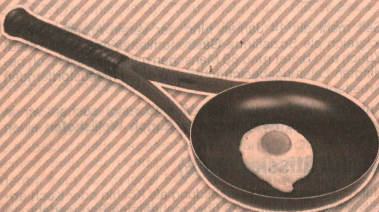
GASTROSUISSE
JOB SERVICE
SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN!
WIR VERMITTELN!
Küchenchefs für Top-Stellen.
Servicemitarbeiter
für Stadt und Land.
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90, E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse-jobservice.ch

www.gastrojob.ch
Topjobs und Gastrojobs - ganze Schweiz
GastroJob
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2-6
Svizzera italiana	6
International	-
Stellengesuche	6
Suisse romande	6
Marché international	-
Aus- und Weiterbildung	6

WORK & GSTAAD IN GSTAAD & WORKS FOR YOU



Roger Federer, hat hier Tennis gespielt. Und
Emmylou Harris Gitarre. Jetzt suchen wir weitere
Leute, die bei uns ihr Talent unter Beweis stellen.
Im Job und in der Freizeit. Willkommen in Gstaad!

Look for the best hotel jobs:
www.youngstaad.ch

Sie sind unser Gastgeber!



Das vielfältige Unterhaltungsangebot, die exzellente Gastronomie und die malerische Lage am Ufer des Vierwaldstättersees – nur drei aus vielen weiteren Gründen, weshalb das Grand Casino Luzern als eines der attraktivsten Casinos der Schweiz gilt. Die Grand Casino Luzern Gastro AG ist eine Tochterfirma der Grand Casino Luzern Gruppe. Sie betreibt die Bankettabteilung vom Apéro bis zum VIP-Abendessen, Firmen- und Vereinsanlässe, Seminare von 80 bis 500 Personen sowie im Sommer das Restaurant Seegarten. Zusätzlich gehört sie zu den führenden Catering-Unternehmen in der Schweiz und sorgt für das kulinarische Wohl der Gäste an kleinen und grossen Events.

F&B Manager (m/w) 100% per 1. Juli 2009 oder nach Vereinbarung

Als F&B Manager (oberes Kader) sind Sie für die Leitung des gesamten F&B Bereichs Catering, Bankette sowie Restaurationen verantwortlich und gewährleisten eine effiziente und erfolgsorientierte Führung in Bezug auf Wirtschaftlichkeit und Kundenorientierung. Für die Umsetzung steht Ihnen ein gut eingearbeitetes, kompetentes und erfahrenes Team zur Verfügung. Sie akquirieren Neu- und betreuen bestehende Kunden, überwachen den Einkauf Food&Beverage, Non-Food Artikel sowie das Lagerwesen und sind für das F&B Controlling inkl. Kassawesen verantwortlich. Sie verarbeiten sämtliche administrativen Arbeiten in den genannten Bereichen und gestalten in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Teamleitern die Angebotsgestaltung sowie die Personalplanung.

Sie sind eine starke Führungspersönlichkeit, die das Team mit Respekt und Professionalität führt. Sie erkennen die Verantwortlichkeiten in Ihren Bereichen und delegieren kooperativ an die bestehenden Teamleiter, um unsere Qualitäts- und Leistungsphilosophie zu gewährleisten und umzusetzen.

Um die hohen Anforderungen zu erfüllen, bringen Sie eine höhere Weiterbildung in der Gastronomie sowie mehrjährige, erfolgreiche Branchenpraxis mit entsprechender Führungserfahrung mit. Vor allem in den Bereichen Bankette und Catering blicken Sie auf eine fundierte Berufserfahrung zurück. Bei den anspruchsvollen Verhandlungs- und Verkaufsgesprächen setzen Sie Ihre sehr guten kommunikativen und verkäuferischen Fähigkeiten ein. Sie arbeiten genau, strukturiert und besitzen die Fähigkeit, Ihren Mitarbeiterinnen klare Ziele zu setzen sowie Aufgaben und Kompetenzen zu übergeben. Ihre hohe Sozialkompetenz, Initiative, Belastbarkeit und Durchsetzungsfreudigkeit machen Sie zu einem Vorbild in Ihrem Team.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau Sibylle Gautschi Weiss, Leiterin Personal, freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto.

GRAND CASINO LUZERN GASTRO AG
Personalabteilung, Haldenstrasse 6, Postfach, 6002 Luzern
Tel.: 041 418 56 56
recruiter@grandcasinoluzern.ch
www.grandcasinoluzern.ch



Für einen anspruchsvollen Saisonbetrieb im Kanton Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/in

Wir stellen uns eine Persönlichkeit vor, die frontorientiert ist und über eine solide Aus- und Weiterbildung im Gastgewerbe verfügt. Für die anspruchsvolle Aufgabe sind einige Jahre Berufserfahrung nötig.

Ein Team von bis zu 30 Mitarbeitern ist zu führen und als Gastgeber wird man mit unterschiedlichsten Herausforderungen konfrontiert. Somit sind Organisationstalent und gute EDV-Kenntnisse eine Grundvoraussetzung.

Wir bieten Ihnen ein spannendes Umfeld, selbstständiges Arbeiten und sehr gute Konditionen an.

Zuschriften unter Chiffre 2381-1349 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

VG Valentino Gastronomie AG

Für unser Ristorante Celina im Herzen von Bern
suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Service/Stellvertretender Geschäftsführer (m/w)

Sie arbeiten aktiv an der Front und übernehmen Stationen sowie die Stellvertretung des Geschäftsführers bei dessen Abwesenheit. Sie sind verantwortlich für Ihr Serviceteam und mitverantwortlich für das aufmerksame Verkönnen und Beraten unserer anspruchsvollen Gäste. Sie haben Eigeninitiative, verfügen über ein gepflegtes Auftreten, arbeiten gerne selbstständig in einem gut frequentierten Lokal und behalten auch in hektischen Zeiten die Ruhe. Zudem sprechen Sie fließend Deutsch.

Wir freuen uns auf Ihr komplettes Bewerbungsportfolio:

Ristorante Celina AG, Herr Carlo Fehlmann,
Spitalgasse 2, 30111 Bern
Telefon 031 311 37 37, E-Mail: email@celina-be.ch

Weitere interessante Stellen unter: www.vgag.ch

HOTELBERN Das Hauptstadthotel

Für unser lebhaftes Stadtnachrestaurant «7-Stube» im Zentrum von Bern suchen wir nach Übernehmung eine/n

Servicefachangestellte/n

Sie haben bereits Erfahrung im Service, sind flexibel und motiviert, verfügen über gute Deutschkenntnisse und haben Spass an einer nicht unhektischen Arbeit in einem jungen Team.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann sind Sie die Fachkraft, die optimal in unseren Betrieb passt.

Frau Sarah Riner freut sich auf Ihre
Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Zeughausgasse 9, CH-3011 Bern, Telefon +41 (0)31 329 22 22
hotelbern@hotelbern.ch, www.hotelbern.ch

Auf den 1. Oktober 2009 suchen wir für das in

Küssnacht am Rigi geeignete
Restaurant Engel
einen

Pächter oder ein Pächterpaar

Wo einst unsere Vorfahren ihre Tagsatzungen abhielten und Goethe logierte, haben Ihre Vorgänger nach der erfolgreichen Restaurierung vor 6 Jahren hervorragende Aufbauarbeit geleistet. Heute geniessen das Restaurant mit seinen historischen Räumen im Herzen von Küssnacht einen hervorragenden Ruf für eine gepflegte und kreative Gastronomie.

Die nach neuesten Erkenntnissen konzipierte Gastro-Küche mit den peripheren Einrichtungen garantiert einfache und sinnvolle Betriebsabläufe.

Die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des auf 2 Stöcken angeordneten Restaurantbetriebes (Ratssaal mit ca. 28 Plätzen, Goethe-Stube mit ca. 50 Plätzen, Restaurant mit ca. 40 Plätzen, Bar mit 20-50 Plätzen) rufen nach einer engagierten Betriebsleitung.

Selbstverständlich bieten wir Ihnen faire Pachtverhältnisse. Vor allem aber sind wir gespannt auf Ihre Idee, wie Sie das Lokal führen möchten. Dabei hilft Ihnen die aktuelle Homepage des Engel: www.engel-kuessnacht.ch.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Einfache Gesellschaft 4 Engel

Herr Stefan Kaiser
Postfach 261
6403 Küssnacht am Rigi
stefan.kaiser@metallplan.ch
041 854 80 80



✂ ✂ ✂ ✂ ✂ ✂ ✂ ✂

WIRTEPRÜFUNG!

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 67B, 8048 Zürich

Name: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Beruf: _____ Alter: _____

Tel.: _____ Htr: _____

Nachfolgeregelung gesucht

Infolge Strategiewechsels der Inhaber wird für einen modernen und bestens eingerichteten Gasthof im Raum Bern-Thun eine langfristige Nachfolgeregelung gesucht. Im Pacht- oder Gerantenverhältnis bieten wir der aktiven und unternehmerisch denkenden Persönlichkeit die Chance, den bestehenden Umsatz von Fr. 2,0 Mio. auszubauen und Ihre Vorstellungen umzusetzen. Ausserst attraktive Bedingungen, ein komplettes Inventar ohne Investitionsbedarf sowie ein treuer Kundenstamm werden Ihnen helfen, den bereits gut laufenden Betrieb weiter zum Blühen zu bringen. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie uns bitte Ihre kompletten Unterlagen unter Chiffre 2294-1305 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern zu. Diskretion wird zugesichert.

Auf die Sommersaison 2009 (Mitte Juni bis Oktober) und die Wintersaison 2009/10 suchen wir noch qualifiziertes Personal für die Küche und den Service.

Unsere Gruppe betreibt 2 Restaurants mit Bedienung und ein Selbstbedienungsrestaurant (mit Zimmer) im Gebiet «Weisse Arena Flims-Laax-Falera».

Küche:
Küchenchef/in
(Alleinkoch/-köchin)
Köche/-in
Küchengehilfe/-in
Rôtisseur

Service:
Chef de Service
Chef de Rang
Kellner
Serviceangestellte

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Startgels AG, zu Händen U. Grand,
Bergrestaurant Startgels,
7017 Flims-Dorf,
E-Mail: startgels@bluewin.ch
Auskünfte: U. Grand, 0041 81 911 58 48
Fax 0041 81 936 72 13

Schloss Wartegg ist in den letzten zehn Jahren zu einem für Qualität und Nachhaltigkeit bekannten Haus geworden. Unser Haus im Englischen Park mit Demeter-Garten bewirbt 25 Zimmer mit 44 Betten, ein à-la-carte-Restaurant mit Terrasse und den Bankettsaal mit bis zu 70 Plätzen. Unsere Küche verbindet beste Genussqualität und sehr hohen handwerklichen Standard mit der Bio-Knospe.

Wir suchen ab sofort:

eine/n einsatzfreudige/n Chef de Partie Tournant
(Hauptverantwortung: Entremetier) in Jahresstelle

eine/n flexible/n, deutschsprachige/n Servicemitarbeiter/in
in Jahresstelle (auch Teilzeit möglich)

Freundliche, aufmerksame Persönlichkeiten, die gerne in kleinem Team, in angenehmer Atmosphäre arbeiten; im Restaurant oder bei Anlässen im Speisesaal. Erfahrung im gepflegten Speisesevice ist wünschenswert.

Sie verfügen über eine solide Ausbildung und einige Jahre Berufserfahrung in ähnlicher Position. **Sie sind bereit und interessiert Neues zu lernen und Ihre Erfahrungen auf kollegialer Basis einzubringen. Und Sie freuen sich auf die Arbeit in einem kompetenten Team.**

Ich freue mich auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto.

Christoph Minssen, Leitung Hotel & Kultur, Schloss Wartegg,
9404 Rorschacherberg, Telefon 071 858 62 62 schloss@wartegg.ch wartegg.ch

hotel · restaurant · kultur

SCHLOSS WARTEGG

9404 Rorschacherberg

Die Schweizer Reisekasse Reka mit Sitz in Bern ist eine Nonprofit-Organisation, welche durch Herausgabe von Reka-Zahlungsmitteln und die Vermittlung/Vermietung von über 2'500 familienfreundlichen Ferienwohnungen in der Schweiz und im nahen Ausland erfolgreich tätig ist.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für den Bereich Reka-Ferien eine sprachgewandte, verantwortungsbewusste und engagierte Persönlichkeit als

Junior-Produktmanager Ausland

Ihre Hauptaufgaben: Mit attraktiven Produkten (Ferienwohnungen und Familienhotels im Mittelmeerraum) und optimaler Kundeninformation helfen Sie mit, unsere führende Position für Familienferien zu festigen. Sie selektieren und evaluieren neue Angebote, pflegen Kontakte zu bestehenden Partnern, verhandeln mit Leistungsträgern familienfreundliche Preise und Konditionen aus, erstellen Kalkulationen und sind für die Katalogausschreibungen verantwortlich. Ausserdem sind Sie in Ihrem Bereich Ansprechperson für unsere Vermietungszentrale. Sie helfen zudem mit, das Auslandprodukt gemäss der Strategie 2012 neu zu positionieren und zu vermarkten.

Anforderungen: Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung im Tourismus, bringen eventuell Erfahrung im Bereich Produktmanagement in einem Reisebüro und Tour-Operating mit, verfügen über sehr gute Fremdsprachenkenntnisse (F/I/E, Spanisch von Vorteil). Sie sind gewohnt, selbstständig und zielorientiert zu arbeiten, zeichnen sich durch Verhandlungsgeschick und innovatives Denken aus, sind bereit sich überdurchschnittlich zu engagieren und schätzen die Arbeit in interdisziplinären Teams.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

reka:reka
SCHWEIZER REISEKASSE
Reka-Ferien
Bruno Fläcklin
Leiter Marketing/Verkauf
Neugasse 15, 3001 Bern

031 329 66 33, bruno.flaecklin@reka.ch, www.reka.ch

Schönried BE

Für unseren vielseitigen
Restaurationsbetrieb

HORNEGLI

suchen wir für die
kommende Sommersaison
ab 20.6.09 eine

ALLROUNDERIN

60%
(Service, Buffet, Lingerie)
Kost und Logis vorhanden
Bewerbungen mit Foto an
bmogliazzi@bluewin.ch

Dringend gesucht

Für unser lebhaftes Pub sowie unsere Bar im Kanton Solothurn suchen wir dringend:

Junge bzw. jungebliebene, dynamische und flexible

– **Servicemitarbeiter/in**
sowie

– **Stellvertreter/in für die Geschäftsführung**
mit aktiver Mitarbeit

Wenn Sie Lust haben, in diesem jungen, dynamischen und doch ein bisschen verrückten Team mitzuarbeiten, würden wir uns über Ihre aussagekräftigen und kompletten Bewerbungsunterlagen freuen.

Auf Wunsch kann eine Personalunterkunft gestellt werden.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:
Hr. Thomas Guder, Marktstrasse 9, 8853 Lachen
t.guder@bluewin.ch

LIMMATHOF RENGGERGUT MEDIACAMPUS

Seit mehr als 14 Jahren führt der Verein Arbeitskette erfolgreich als Sozialfirma Gastronomiebetriebe in der Stadt Zürich und bietet rund 80 Menschen mit einer psychisch bedingten Leistungsbeeinträchtigung einen herausfordernden Arbeitsplatz.

Auf Juni 2009 (oder nach Vereinbarung) suchen wir in unserem Rest. Renggergut in Zürich Wollishofen einen gelerntem

Koch/Pâtissier (80%)

Haben Sie eine Grundausbildung als Köchin oder Koch absolviert und verfügen Sie über mehrjährige Berufserfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie? Arbeiten Sie gerne in der kalten Küche und stellen Süssspeisen her? Sie haben vielleicht schon erste Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit leistungsbereinigten Mitarbeiter/innen gesammelt (keine Bedingung)? Verfügen Sie zudem über ein hohes Mass an ausgewiesener sozialer Kompetenz? Dann sind Sie unsere Frau/unsere Mann! Wir sind ein sozial engagierter Arbeitgeber mit einem aufgestellten, motivierten und jungen Team. Wir bieten Ihnen dem Verantwortungsbereich entsprechende Kompetenzen und viel eigenen Gestaltungsspielraum zur Erreichung unserer Zielsetzungen.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:
Rest. Renggergut, Renggerstr. 68, 8038 Zürich oder
elektronisch an: m.scherrer@arbeitskette.ch.
Weitere Informationen zum Verein Arbeitskette finden Sie unter www.arbeitskette.ch

Das Haus zum Seewadel ist eine öffentliche Institution der Gemeinde Affoltern am Albis im Bereich der Langzeitpflege von betagten Menschen.

„Wir betreuen und pflegen rund 80 Bewohnerinnen und Bewohner nach dem Bezugspersonenprinzip und führen unser Haus nach Grundsätzen von Offenheit, Eigenverantwortung und interdisziplinärer Zusammenarbeit. Wir definieren uns als lernende Organisation!“

In der Küche vom Haus zum Seewadel bereiten wir täglich für die Bewohnerinnen und Bewohner, für externe Gäste der Cafeteria und für Mitarbeitende bis 300 Mahlzeiten zu. Nach Bedarf werden Diät- oder Diabetikermenus angeboten.

Ab 1. Juli 2009 oder nach Vereinbarung suchen wir einen oder eine

Küchenchef/in als Teamleiter/in Verpflegung 80-100%

Die Hauptaufgaben:

- praktische und organisatorische Küchenführung mit einem Team von 6 Mitarbeitenden und 3-4 Lehrlingen oder Praktikanten
- Planung und Sicherstellung einer frischen, saisongerechten, abwechslungsreichen und den Bedürfnissen älterer Menschen angepassten gesunden Verpflegung
- Gestaltung und Gewährleistung eines attraktiven Speiseangebotes in der öffentlichen Cafeteria
- Überwachung sämtlicher Produktionsstellen, zuverlässige Bereitstellung und ansprechende Präsentation aller Mahlzeiten
- Einhaltung der Hygiene, Sauberkeit und Ordnung in allen Bereichen, sowie Einhaltung von Massnahmen bezüglich Arbeitssicherheit
- Menüplanung und -kalkulation, Wareneinkauf, Bestellwesen, Wareneingangskontrolle
- Lehrlingsbegleitung und Ausbildung
- Zusammenarbeit mit den übrigen Diensten im Heimbetrieb

Die Anforderungen:

- Abgeschlossene Berufsausbildung als Koch
- Weiterbildung als Heimkoch, Küchenchef oder in Personalführung
- Ausbildung und Erfahrung in der Diätik, insbesondere für die Verpflegung von Betagten
- Mehrjährige Berufserfahrung in der Führung von Küchenbetrieben
- Weiterbildung und Erfahrung in der Lehrlingsausbildung

Wir bieten Ihnen einen vielseitigen, interessanten und anspruchsvollen Arbeitsplatz in einem motivierten Team. Ein angenehmes Arbeitsklima, attraktive Anstellungsbedingungen sowie ein Arbeitsplatz direkt an der S9/S15 (30 Min. ab Zürich HB) runden unser Angebot ab.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung bis 29.5.09 an folgende Adresse: Haus zum Seewadel, „TL Küche“, Personaladministration, Obere Seewadestrasse 12, 8910 Affoltern am Albis oder per Mail an srika.elsener@affoltern-am-albis.ch. Für Fragen stehen Ihnen die Bereichsleiterin Hotellerie, Frau Andrea Pedrett oder unsere Personalverantwortliche, Frau Erika Elsener gerne zur Verfügung unter Tel. 043 322 74 74.



Haus zum Seewadel
Wohnen und Pflegen
Gemeinde Affoltern am Albis

STIFTUNG



KLOSTER DORNACH

Für unseren stillvollen Gastronomiebetrieb in Dornach suchen wir Sie zur Verstärkung unseres Küchenteams als

Sous-Chef (m/w)

Sie sind aufgestellt, engagiert, verantwortungsbewusst und es macht Ihnen Spass, mit Fisch und Fleisch unwiderstehliche Köstlichkeiten zuzubereiten. Ein Bankett mit anspruchsvollen Gästen zu verwöhnen, bereitet Ihnen ebenso viel Vergnügen wie die Teller im A-la-carte Restaurant schmackhaft zu präsentieren. Es bereitet Ihnen Freude, Ihre eigenen Ideen im Team einzubringen und Sie behalten auch in hektischen Zeiten die Ruhe und Übersicht.

Wir erwarten für diese Position einen Fachmann mit abgeschlossener Kochlehre und mehreren Jahren Berufserfahrung.

Bei Fragen gibt Ihnen Geschäftsführer Freddy Buess gerne Auskunft unter 061 701 12 72 oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Stiftung Kloster Dornach
Amthausstrasse 7, 4143 Dornach
www.klosterdomach.ch

Für unser Geriatriespital und Alters- und Pflegeheim in Basel mit 330 Plätzen suchen wir ab 1.6.2009 oder nach Vereinbarung eine/n



Gruppenleiter/in Reinigungsdienst 80%

Sie übernehmen die Führung und Begleitung eines Reinigungsteams von ca. 15 Mitarbeitenden. Sie arbeiten aktiv mit und sind für die Sicherung der Qualitätsstandards verantwortlich. Wir erwarten eine abgeschlossene Ausbildung und Berufserfahrung im Bereich Hotellerie oder Hauswirtschaft, Führungs- und Sozialkompetenz, Organisationstalent, perfekte Deutsch- und PC-Kenntnisse.

Desweiteren suchen wir ab sofort einen

Putzequipe-Mitarbeiter 100% (m)

mit Erfahrungen in ähnlichen Einrichtungen oder in der Hotellerie, mit guten Umgangsformen sowie guten Deutsch- und PC-Kenntnissen.

Nähere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Anita Roellinger, Leiterin Hauswirtschaft, Tel.: 061 266 99 11, Mail: a.roellinger@adullam.ch

Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen richten Sie bitte an: Adullam-Stiftung Basel, Mittlere Strasse 15, Postfach, CH - 4003 Basel. Weitere Informationen: www.adullam.ch

Mitglied der Basler Privatspätler-Vereine

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Wir suchen auf Anfang Mai oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/n

für den gepflegten Speiseservice, mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche.

Wenn Sie ein/e Gastgeber/in mit viel Herz sind, dann finden Sie in unserem Gasthof Rössli eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service?

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.



Gasthof Rössli
9524 Zuzwil bei Wil
071 944 11 33
www.roessli-zuzwil.ch



2312-100



Wir sind Markt- und Innovationsführer im Bereich Table Top für die Gastronomie und die Spezialisten für Speiseverteilungssysteme (Grossküchenlogistik für Spitäler, Heime und Bankette).

Infolge eines Karriereschrittes unseres Vertreters für das Gebiet Bern suchen wir eine kontaktfreudige und zielstrebige Persönlichkeit als

Verkaufsprofi im Aussendienst

Eine gastronomische Grundausbildung und nachweisbare Verkaufserfolge sind unabdingbare Voraussetzungen für diese anspruchsvolle Aufgabe.

Sie sind zwischen 28 und 40 Jahre alt und die ganze Woche voll reisebereit.

Wenn Sie gerne selbstständig arbeiten und Verantwortung übernehmen, dann sind Sie bei uns richtig. Es erwarten Sie absolut leistungsgerechte Anstellungsbedingungen in einem motivierten und gut eingespielten Team, das sich darauf freut, Sie in jeder Beziehung zu unterstützen.

Wir bieten zudem einen gut eingeführten Kundenkreis mit Entwicklungsmöglichkeiten, fortschrittliche und leistungsgerechte Anstellungsbedingungen, Geschäftswagen usw.

Mit Interesse erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Berndorf Luzern AG
Frau Dagmar Michel
Grossmatte Ost 24, 6014 Littau
dagmar.michel@berndorf.ch

www.berndorf.ch

2317-1022



3818 Grindelwald
im Zentrum direkt neben
Bergbahn First

Wir suchen auf Juni für die kommende Sommersaison in heimeliges Spezialitätenrestaurant mit guter, anspruchsvoller Stammkundschaft netze, freundliche und kontaktfreudige

Servicefachangestellte
fach- und sprachkundig

sowie
aufgestellte

Buffetochter

Es freuen sich auf Ihre Bewerbung:
R. und A. Gruber-Abegglen
Tel. 033 853 42 42
Fax 033 853 42 88
E-Mail: altpost@grindelwald.ch
www.altpost-grindelwald.ch

2379-1032

Das Seniorenzentrum Naters, bestehend aus der Alterssiedlung Sancta Maria und dem Regionalen Alters- und Pflegeheim St. Michael bietet 146 Bewohnerinnen und Bewohnern ein Zuhause mit Pflege und Betreuung. Das Wohl der Bewohnerinnen und Bewohner steht im Mittelpunkt all unserer Bemühungen.

Für die Leitung unserer Küche suchen wir eine(n) ausgewiesene(n)

Küchenchef/in (100%)

In dieser Kaderposition sorgen Sie für das leibliche Wohl unserer Bewohner, Gäste und Mitarbeitenden.

Ihr Profil:

- Spital- und Heimkoch / Gastronomiechef mit eidg. Fachausweis erwünscht
- Berufserfahrung in der Gemeinschaftsverpflegung erwünscht
- Hohe Sozialkompetenz
- Führungserfahrung
- Belastbar
- Eigeninitiative und kreativ

Unser Angebot:

- Verantwortungsvolle Kaderposition
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- Modern geführter Gemeinschaftsverpflegungsbetrieb
- Attraktive Arbeitszeiten

Fühlen Sie sich angesprochen?

Wir stellen Ihnen das neue Umfeld gerne vor. Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Herr Reinhard Venetz gerne zur Verfügung (Telefon 027 922 49 60).

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis 4. Juni 2009 an:
Direktion Alterssiedlung Sancta Maria - Regionales Alters- und Pflegeheim St. Michael, Breitenweg 3, 3904 Naters

2304-1035



**IHRE ZUKUNFT ERWARTET SIE...
in einem der aussergewöhnlichsten
Seminarhotels der Schweiz!**

Im Seminarhotel Unterhof harmonisieren geschichtsträchtige Mauern und modernes Design in reizvollem Kontrast. 5 multifunktionale Plenarräume, 12 Gruppenräume sowie 88 Gästezimmer bieten eine erstklassige Infrastruktur für Seminare und Bankette bis 100 Personen. Das à la carte Restaurant Fischerstube (40 Plätze) mit seiner "Rheipromenade" (130 Plätze) garantieren kulinarische Höhenflüge.

In dieses inspirierende Umfeld suchen wir eine engagierte und erfahrene

SALES & MARKETING FACHFRAU 80%

Mit viel Leidenschaft und Begeisterung sind Sie für die umsichtige Planung und erfolgreiche Umsetzung aller Sales- und Marketingaktivitäten unseres Seminarhotels verantwortlich. Mit gezielten Massnahmen gelingt es Ihnen, die bereits gute Marktposition durch proaktive Kundenbetreuung und -akquise in der Region Schaffhausen/Winterthur/Zürich zu festigen und weiter auszubauen.

Bei der Durchführung von Kunden-Events beweisen Sie Organisationstalent - Kreativität und Effizienz bei der Pflege und Weiterentwicklung unserer bestehenden Sales- und Marketinginstrumente. Für diese verantwortungsvolle Aufgabe erwarten wir:

- > Kaufmännische Ausbildung und Weiterbildung im Bereich Sales & Marketing oder abgeschlossene Hotelfachschule
- > Mehrjährige Berufserfahrung in ähnlicher Position, vorzugsweise in der Seminarhotellerie
- > Sprach- und Wortgewandtheit in Deutsch und Englisch sowie sehr gute IT-Kenntnisse

Überzeugen Sie durch ein gewinnendes, selbstbewusstes Auftreten mit hoher Kundenorientierung und sind es gewohnt selbstständig, kreativ und qualitätsbewusst zu arbeiten?

Dann erwartet Sie eine spannende und nicht alltägliche, herausfordernde Aufgabe!

Nathalie Borel, Verantwortliche HR, freut sich auf Ihre aussagekräftige Bewerbung.

Seminarhotel Unterhof Schaffhauserstrasse 8, CH-8253 Diessenhofen Tel +41 52 646 38 11 www.unterhof.ch

2321-1033

DIE STELLE

KOCH/KÖCHIN

Beschäftigungsgrad 100%

Wir sind ein führendes Privatspital und legen grossen Wert auf höchste Qualität in allen Bereichen.

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und bringen mehrere Jahre Berufserfahrung aus der gehobenen Hotellerie mit. Sie sind kreativ, qualitätsbewusst und flexibel. Nebst selbstständiger, exakter und speditiver Arbeitsweise schätzen Sie die Arbeit im Team.

Wir bieten Ihnen eine sorgfältige und strukturierte Einarbeitung, einen attraktiven Arbeitsplatz und ein angenehmes Arbeitsklima. Stellenantritt nach Vereinbarung.

Weitere Auskünfte:

Franz Zettel, Küchenchef, Telefon 031 300 87 37 (direkt) oder Telefon 031 300 88 11 (Zentrale).

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an die Abteilung Personalwesen. (personalwesen@lindenhofspital.ch)

Wir freuen uns auf Sie!



**LINDENHOF
SPITAL**

ROTKREUZSTIFTUNG FÜR KRANKENPFLEGE
BREMgartenstrasse 117
Postfach • 3001 BERN
www.lindenhofspital.ch

Wir können auf vieles verzichten, aber nicht auf Sie!

2300-1340

Der Landgasthof zum Löwen in Nänikon (Nähe Uster und Zürich) möchte sein Team verstärken. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie oder Commis de cuisine

Wir verwöhnen (16 Gault&Millau) unsere Gäste mit asiatisch-mediterranean Küche, mit viel Fisch und regionalen Produkten.

Samstagmittag, Sonntag und Montag Restaurant geschlossen.

Bis 6 Wochen Betriebsferien. Sehr gute Aufstiegsmöglichkeiten.

Stephan Stalder, Zürichstrasse 47
8606 Nänikon

Bewerbungen:
info@loewen-naenikon.ch
www.loewen-naenikon.ch

2349-1035



*****Hotel Roter Turm
Solothurn
15 Gault Millau**

Für unseren lebhaften Betrieb suchen wir nach Vereinbarung

Restaurant-Fachfrau/-mann

Stellenbeschreibung unter
www.rotorturm.ch «Stellenangebote»

- Sie verfügen über:
- den Fähigkeitsausweis oder sehr gute Fachkenntnisse
 - Muttersprache Deutsch oder sehr gute Deutschkenntnisse

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Anita u. Peter Basler
Hauptgasse 42, 4500 Solothurn
Tel. 032 622 96 21, info@rotorturm.ch

2348-1036



**Hotel Maria
Sils-Maria**

Ferienhotel im Engadin sucht

Réceptionist/Hotel- sekretärin

in Jahresstelle ab anfangs Juni oder nach Vereinbarung.

KV- oder gleichwertige Ausbildung und Italienisch- oder Englischkenntnisse von Vorteil.

Sind Sie eine einsatzfreudige, flexible, aufgestellte Person und lieben den Umgang mit Menschen, freuen wir uns über Ihre Bewerbung mit Unterlagen.

Frau K. Moekli, Hotel Maria,
7514 Sils-Maria
Tel. 081 832 61 00, Fax 081 832 61 01
E-Mail: info@hotel-maria.ch

2346-1038



Ausbildung mit Weitblick!

Wir sind eine internationale Tages- und Internatsschule (275 Schüler) mit Schweizer Gymnasium (eidgenössisch anerkannte Matura), International Baccalaureate (IB) Diploma, zweisprachiger Primarschule (D/E) und zweisprachigem Kindergarten.

Für die Gemeinschaftsverpflegung in unserer Schule suchen wir zur Unterstützung des Küchen-Teams per August 2009 einen/eine

Koch/Köchin (Stv. Küchenchef) ca. 80%, 10 Wochen Ferien im Jahr

Ihre Hauptaufgaben:

Sie unterstützen den Küchenchef in allen Bereichen. Sie sind mitverantwortlich für einen reibungslosen Ablauf der Gemeinschaftsverpflegung während des Schulbetriebes.

Sie motivieren und führen das kleine Küchenteam in Abwesenheit des Küchenchefs und arbeiten sauber und effizient.

Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch und idealerweise bereits Erfahrungen in der Gemeinschaftsverpflegung
- Durchsetzungsvermögen bei der Führung von Mitarbeitern
- Jung (zwischen 22 und 30 Jahre), motiviert und kreativ, belastbar und flexibel
- Bereitschaft für Abend- und Wochenendeinsätze
- Führerausweis Kat. B
- Gute Deutschkenntnisse sind Bedingung, Englischkenntnisse von Vorteil.

Sie sind teamfähig und motiviert, in der wunderschönen Natur auf dem Zugerberg zu arbeiten. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit in einem zukunftsorientierten Betrieb.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Institut Montana Zugerberg
Frau Heidi Walliser
6300 Zugerberg oder an
heidi.walliser@montana-zug.ch

Für allfällige Fragen wenden Sie sich an Herrn Herbert Reichmuth, Leiter Hotellerie, Tel. 041 729 11 77
www.montana-zug.ch

2300-1340

2300-1339

2300-1339

dolce vita – wo Genuss Grossgeschrieben wird 10 Wochen lang für CHF 25.00

Geniessen Sie das dolce vita 10 Wochen lang
für CHF 25.00! Oder beziehen Sie die htr hotel revue
gleich im Jahresabonnement für CHF 145.00
und sparen so 30% gegenüber dem Einzelverkauf.
Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.
Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion/Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleiter/in Jugendherberge Le Bémont	Region Neuchâtel/Jura	J2072
Leiter Controlling & Finanzen	Region Basel	J2204
Stv. Storemanager/-in	Region Zürich/Schaffhausen	J2217

Verkauf/Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter/in Tourismusbüro	Region Graubünden	J2086
Leiter/in Reservation und Verkauf.	Region Ostschweiz	J2281
Marketingassistent/in 80-100%	Region Basel	J2290
Sales Representative (m/w)	Region Basel	J2300
Sales Manager/in	Region Basel	J2295

Kaufmännisch/Finanzen/HR/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Büchhalter/-in	Region Zürich/Schaffhausen	J2074
HR-Leitung	Region Zürich/Schaffhausen	J2224
Sachbearbeiter/in	Region Basel	J2081

Réception/Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
RéceptionsmitarbeiterIn	Region Bern	J2203
Front Office Manager	Region Zürich/Schaffhausen	J2222
Réceptionist/in - Zermatt (Jahresstelle)	Region Oberwallis	J2228
Stv. Chef de réception	Region Ostschweiz	J2284
RéceptionistIn	Region Zürich/Schaffhausen	J2303
Empfang / Administration	Region Zürich/Schaffhausen	J2223

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter Einkauf (m/w) interims	Region Basel	J2291
Director of Food & Beverage	Region Zürich/Schaffhausen	J2219
Einkäufer/in	Region Basel	J2302
F & B Controller w/m	Region Zürich/Schaffhausen	J2082

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Pâtissier mit Gourmet-Erfahrung	Region Basel	J2297
Küchenchef	Region Zürich/Schaffhausen	J2221
einen Koch/eine Köchin und eine Servicefachperson mit Anleitungs- und Qualifizierungsaufgaben je 80%	Region Zürich/Schaffhausen	J2071
Jungkoch gesucht (direkt am Paradeplatz)	Region Zürich/Schaffhausen	J2225
Küchenchef ab Mitte Juni 2009 (Savognin)	Region Graubünden	J2226
Souschef	Region Bern	J2230
Chef Pâtissier w/m	Region Zürich/Schaffhausen	J2085
Souschef	Region Bern	J2233
Executive Sous-Chef	Region Basel	J2231
Diätkoch/köchin	Region Basel	J2292
Küchenchef w/m (100%)	Region Zürich/Schaffhausen	J2279
Chef de Partie	Region Bern	J2218
Alleinkoch	Region Zürich/Schaffhausen	J2282
Chef de Partie / Commis de Cuisine	Region Mittelland (SO, AG)	J2209
Koch / Heimkoch (m)	Region Ostschweiz	J2285
Küchenchef (m/w)	Region Basel	J2293
Chef de partie (w/m)	Region Basel	J2298
Küchenchef (m/w)	Region Basel	J2299

Service/Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Stellvertretender Geschäftsführer w/m	Region Zürich/Schaffhausen	J2084
Chef de Service (m/w)	Region Mittelland (SO, AG)	J2280
Chef de Service	Region Zürich/Schaffhausen	J2220
Servicefachangestellte w/m	Region Zürich/Schaffhausen	J2278
Tagungsbetreuer/in	Region Basel	J2301
Serviceangestellte / Servicefachangestellte	Region Ostschweiz	J2286
Restaurationsfachfrau/-mann - Servicemitarbeiter	Region Mittelland (SO, AG)	J2210
Servicefachangestellte/r - ServererIn (Samnaun)	Region Graubünden	J2227

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante (Lugano, Tessin)	Tessin	J2229
Houskeeper - Housekeeperin	Region Mittelland (SO, AG)	J2213
Housekeeping Manager	Region Zürich/Schaffhausen	J2202

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B266	barkeeper	31	CH	per sofort	D E
B245	Concierge / Hotelfachmann	30	D	per sofort	
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	A	per sofort	D E
B199	Hoteldirektion oder Dir. in Parahotellerie	44	CH	per sofort	D E
B247	Hoteldirektor	56	CH	per sofort	D E
B259	Koch oder etwas anderes als Hilfskraft	22	CH	per sofort	DIETWAS F & E
B257	Organisation und Administration, Gästebetreuung, Service,	50	D	per sofort	D
B260	Praktikum (z. B. Réception)	20	CH	per sofort	D E
B109	Receptionistin	21	CH	per sofort	D E
B273	Réceptionistin	24	CH	per sofort	D E
B157	Restaurantleiter/Betriebsassistent/Stv.Geschäftsführer	31	D	per sofort	D E S/R
B138	Restaurantleitung	37	CH	per sofort	D E
B276	Restaurationsleiter,Maitre d'hotel,chef de service	47	MA	per sofort	D E
B248	Rezeptionistin	25	ch	per sofort	D E SPANISCH

1 Referenznummer - Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)
3 Alter - Age
4 Nationalität - Nationalité
5 Eintrittsdatum - Date d'entrée
6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 11.05.09. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Wo sich Angebot und Nachfrage trifft
htr stellenrevue – der grösste Stellenmarkt der Branche

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation
Telefon 031 370 42 37
inserate@htr.ch

Sunneziel



Unser schön gelegenes, privates Seniorenzentrum Sunneziel in Meggen ist ein Daheim für rund 130 Gäste. Täglich servieren wir unseren Bewohnerinnen und Bewohnern am Mittag und am Abend saisonale und abwechslungsreiche, appetitanregende Menüs.

Wir suchen einen versierten Chef de Partie per 1. Juli 2009 oder nach Vereinbarung

In unserer Küche arbeiten wir mit Frischprodukten und gehen auf die individuellen Wünsche unserer Gäste ein. Nebst dem Tagesmenü offerieren wir auch noch eine kleine Speisekarte und verschiedene Diäten.

Ihr Profil

- Erfahrung als Chef de Partie in gehobener Küche oder im Heim und Spital
- Sie arbeiten selbständig und zielorientiert
- Sie haben den Lehrmeisterkurs absolviert und arbeiten gerne mit Lehrlingen zusammen
- Sie sind interessiert an Weiterbildung (Berufsprüfung oder Sie haben diese schon)

Unser Angebot

- Innovatives Umfeld mit hohen Ansprüchen an die Ernährung
- Geregelte Arbeitszeiten
- Jedes zweite Wochenende frei
- Gut eingerichtete Küche
- Mitsprachemöglichkeit bei der Menü-Gestaltung

Eintritt

- Spätestens anfangs August

Kontakt und Auskünfte für Fragen oder Bewerbungen
Seniorenzentrum Sunneziel, www.sunneziel.ch
Thomas Tellenbach (Küchenchef)
Moosmattstrasse 5
6045 Meggen
041 377 69 80
thomas.tellenbach@sunneziel.ch

Suisse romande

Le Palais Oriental

cherche

1 cuisinier (saveurs d'Iran, Liban, Maroc)

Qualifié/e, jeune, dynamique.
Faire offre manuscrite:
Le Palais Oriental
Quai Ernest-Ansermet 6,
1820 Montreux 2

Pour notre restaurant (style brasserie, trattoria) sur la Riviera, nous recherchons un

RESPONSABLE DE SERVICE

Pour compléter une équipe jeune et dynamique.

Profil souhaité

- formation professionnelle dans le secteur du service
- plusieurs années d'expérience dans la restauration
- capacité à diriger une équipe de 6 à 10 personnes tout en participant à la bonne marche de l'entreprise
- sens des responsabilités
- aspect irréprochable
- excellentes connaissances F&B
- flexibilité, intérêt et motivation
- connaissance des langues (français, anglais, italien, allemand)

Nous attendons avec plaisir votre dossier de candidature complet qui devra comprendre une photographie récente (seuls les dossiers complets seront pris en compte).

Offres sous chiffre 2341-1324 à htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Svizzera italiana

HOTEL INTERNATIONAL, LUGANO

80-Zimmer, renommiertes zentralgelegenes

3-Stern Hotel sucht ab sofort:

RECEPTIONIST(IN)

Sprachen: I,D,F,E

Als fachlich kompetente Persönlichkeit verfügen Sie über Berufserfahrung und gute Fidelio-Kenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Zeugnissen, Lebenslauf und Foto.
Fam. Schmid, Hotel International au Lac
Via Nassa 68, 6901 Lugano
Tel: 091/ 922 75 41, Fax: 091/ 922 75 44
e-mail: schmid@hotel-international.ch

Stellengesuche

Jetzt die Aushilfe für Ihre Mitarbeiter koordinieren

Qualifizierter Kochprofil:

Als Aushilfe frei für Ferien, Krankheit, Militär, ganze Schweiz.
Anfragen unter Tel. 079 232 51 64

Stellenvermittlungen



DOMINO GASTRO

Personal – Vertraut
www.domingogastro.ch
Tel. 055 415 52 80
personal@domingogastro.ch
für Bewerber kostenlos.

Hotel Brienz



Das familiär geführte 3****-Panoramahotel am See mit 26 modern ausgestatteten Zimmern, seinen Restaurants mit spezieller und kreativer Fischküche, ausgezeichnet mit dem «Goldenen Fisch»...

...sucht per sofort oder nach Vereinbarung für die Sommersaison junge (20- bis 30-J.), qualifizierte, sprachgewandte

RESTAURANTFACHFRAU/-MANN

mit abgeschlossener Ausbildung als Refa oder Gafa.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, dann freuen wir uns über Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Fam. Beat Wettach
CH-3855 Brienz
Telefon 033 951 35 51
www.hotel-brienz.ch
info@hotel-brienz.ch

Restaurant de l'Aigle Noir

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für unser gepflegtes Speiserestaurant mit historischen Sälen per sofort oder nach Vereinbarung qualifizierte/n

Servicefach-angestellte/n

Sonntag und Montag frei
Falls Sie in einem jungen, dynamischen Betrieb mitarbeiten wollen, senden Sie uns Ihre Unterlagen oder rufen Sie uns an, damit wir Ihnen den zukünftigen Arbeitsplatz vorstellen können

D. + S. Frauendiener
Rest. De l'Aigle Noir
Rue des Alpes 10 1700 Fribourg
Tel. 026 322 49 77
E-Mail:
restaurantaiglenoir@bluewin.ch
www.aiglenoir.ch

Aus- und Weiterbildung

**GASTRO-UNTERNEHMER
AUSBILDUNG
IN DREI STUFEN.
BERUFSBEGLEITEND.**

**MIT AUSBILDUNGS-CHECKS
NOCH BIS 31. DEZEMBER 2009**

Profitieren Sie von der Seminarvergünstigung* von Fr. 500.- für G2 und von Fr. 700.- für G3 und bestellen Sie heute noch die detaillierten Unterlagen

GASTRO SUISSE
Gastro-Unternehmerausbildung
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Telefon 0848 377 111
Telefax 0848 377 112
weiterbildung@gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch

*Seminarvergünstigung dank Qualifizierungsinitiative für den touristischen Arbeitsmarkt, unterstützt durch das Staatssekretariat für Wirtschaft seco

Aus www.jobs.htr.ch wird neu www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

IMPRESSUM

htr 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: hotelleriesuisse, 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: Elisabeth Hohnheier

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 Wyrss

E-Mail: inserate@htr.ch / www.hoteljob.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) |
| – Stellenangebote / Offres d'emploi: | Fr. 1,50 (exkl. MwSt. / sans TVA) |
| – Stellengesuche / Demandes d'emploi: | Fr. 1,50 (exkl. MwSt. / sans TVA) |
| – Zuschlag Aufschaltung 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. 21/2009	Nr. 22/2009	Nr. 23/2009	Nr. 24/2009
– Ausgabe	20. 5. 2009	28. 5. 2009	4. 6. 2009	11. 6. 2009
– Erscheint				
– Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr	Fr. 15. 5. 2009 12.00 Uhr	Fr. 29. 5. 2009 8.00 Uhr	8. 6. 2009

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2007/08 / contrôlé 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.