

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 48

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: 22.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 292 Stellenangeboten**



Kempinski

Das «Mirador Kempinski» auf dem Mont Pèlerin bietet Medical Wellness bei einmaliger Aussicht.
Seite 13

Igeho 2009

Fast so gut besucht wie vor zwei Jahren und mehr Besucher aus dem Ausland: Gestern Mittag ging die Gastgewerbemesse zu Ende.
Seite 2 und 6

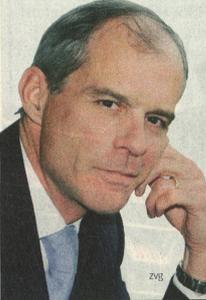
Ratgeber

Mitarbeitende sollen keine Tabletten an Hotelgäste abgeben. Denn für Folgeschäden kann das Hotel haften.
Seite 12

Hotel-Coach

«Die Direktoren müssen mir direkt rapportieren. Aber ins Tagesgeschäft werde ich nicht dreinreden.»
Seite 5

Rudolph Schiesser, Delegierter für das Hotel Les Trois Rois Basel und das Grand Hotel Bellevue Gstaad.



Für wen ist was echt?

Authentizität ist einer der grössten touristischen Trends und Gegenpol zur globalisierten Welt. Doch: Was genau ist wirklich echt?

CHRISTINE KÜNZLER

Isst der Ballenberg authentisch? Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid sagt ja, die GDI Trendforscherin Karin Prick sagt nein. Ist Interlaken oder Appenzell typischer für die Schweiz? «Beide sind es», findet Hansruedi Müller von der Uni Bern. Wenn auch auf andere Art. Ist nur authentisch, was traditionell ist? Nein, sagt die deutsche Tourismusprofessorin Felizitas Romeiss-Stracke. «Hochgradig echt ist auch ein Apple-Computer.» Das gelte auch für moderne Architektur. Genauso authentisch ist, was heute entsteht und heute benutzt wird, denn es ist aus einer gegebenen Situation der Wirtschaft oder der Technik dieser Zeit geschaffen und gewachsen.

Echt oder inszeniert? Oder sowohl als auch? Bei diesen Fragen scheiden sich die Geister. Nicht nur jene der Touristiker, auch jene der Gäste. Für den amerikanischen Autor bekannter Managementbücher, James H. Gilmore, ist Authentizität immer synthetisch gemacht, das heisst inszeniert.

Je nach Herkunftsland nehmen Gäste Authentizität unterschiedlich wahr. Der asiatische Gast will vor allem Berge wie die Jungfrau und das Matterhorn sehen, der Gast aus dem Nahmarkt interessiert sich auch für Gebäude zeitgenössischer Schweizer Architekten wie Botta, Zumthor oder Herzog & de Meuron. Touristiker, die mit Clés werben, begeben sich jedoch auf eine Gratwanderung: Der Rutsch in den Kitsch liegt nah.

Da hat es der Bundesrat einfacher: Er kann sich an Zahlen halten, um zu bestimmen, ob ein Produkt als «made in Switzerland» bezeichnet werden darf. Allerdings muss er die umstrittene Swissness-Vorlage erst noch durch das Parlament bringen. Das Herzstück dieser Vorlage sind präzise Regeln, die festlegen, unter welchen Voraussetzungen ein Produkt als «schweizerisch» bezeichnet werden darf.
Seite 7 bis 11



Das Hotel Astoria in Luzern: Die moderne Architektur von Herzog & de Meuron ist authentisch, weil sie aus der heutigen Zeit gewachsen ist.

Kommentar

Auch bei Mäzenen läuft es zuletzt übers Portemonnaie



DANIEL STAMPLI

Man kann es den Unternehmen, die ihr Geld ausserhalb der Hotellerie verdienen, nicht hoch genug anrechnen, dass sie tolle schweizerische Luxushotels aufrechterhalten. Sie investieren mit viel Herzblut und Leidenschaft grosse Geldsummen in die aufwendige Renovation, den Wiederaufbau und die Neupositionierung erstklassiger und oft historischer Hotelbauten.

Es wäre aber falsch anzunehmen, dass diese so genannten Mäzene über die getätigte Investition hinaus selbstverständlich bereit

«Freude am Hotel kommt erst auf, wenn der Betrieb auch wirtschaftlich floriert.»

sind, jedes Jahr à fonds perdu Geld für den Betrieb einzuschüssen. Denn Freude am Hotel kommt nicht nur durch den Besitz auf, sondern erst, wenn der Betrieb auch betriebswirtschaftlich floriert. Meist sind vermögende Leute auch exakt kalkulierende und wirtschaftlich denkende, ehrgeizige Menschen.

Also müssen die von ihnen eingesetzten Hoteldirektoren besorgt sein, dass sie die von anderen vergleichbaren Häusern erzielten Kennzahlen wie Brutto-Betriebsgewinn (GOP) im Sinne von Benchmarks auch erreichen.

In einem Hotel sollen vorab die Gäste glücklich sein. Aber auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist ein grosses Ziel. Ein Direktor, der gute Zahlen schreibt, ist rundum motiviert. Und diese Motivation leidet, falls er magere Zahlen erwirtschaftet.
Seite 5

Tessin

Italienische Steueramnestie hält Gäste fern

Der Tessiner Tourismus ärgert sich über die übertriebene Kontrollpraxis an der italienisch-schweizerischen Grenze, mit der der italienische Staat möglichen Schwarzgeldern auf Schweizer Konten auf die Schliche kommen will. Man befürchtet, dass den Italienern die Lust aufs Tessin so verdorben wird. Hotellerie und Gastronomie bangen um ihre Umsätze gerade im Hinblick auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft. Gabriele Beltrami von der Tessiner Sektion des Verbandes Gastro Suisse: «Auch wer nichts zu verbergen hat, verliert im Moment sicher die Lust auf einen Ausflug nach Lugano.» gsg
Seite 4

Tropenhaus Frutigen AG ist eröffnet



Alan D. Bollat

Zitronen in den Alpen: Wärme aus dem Berg macht's möglich.

Erstes Tropenhaus im Berner Oberland

Seit letzten Samstag ist das Tropenhaus Frutigen offen: Unter Glas werden tropische Früchte angebaut. Aber vor allem sollen Störe in Aquakultur auf den 2,5 Hektaren gezüchtet werden und deren Kaviar für den Umsatz werden. Eine Ausstellung und ein Restaurant runden das Ganze ab. Es gilt als ökologisch-pädagogisches Vorzeigeprojekt, wird doch Wärme von aus dem Lötschbergtunnel austretenden Wasser genützt, das sonst künstlich abgekühlt werden müsste, bevor es in die Kander fliesst. Das erste Tropenhaus dieser Art in der Schweiz erhält aber bereits im Frühling

2010 eine Schwester: Das Tropenhaus Wolhusen, das aus einem Pilot in Ruswil entsteht und den Schwerpunkt auf die Produktion tropischer Früchte setzt. Vermarkten tut man sich bereits gemeinsam: Unter gleichem Logo und der Website www.tropenhaus.ch. Coop ist jeweils Hauptpartner. Es könnten noch weitere Zentren dieser Art folgen: In Bodio im Kanton Tessin und im Erstfeld im Kanton Uri. Laut Peter Hufschmid, Präsident des Verwaltungsrates der Tropenhaus Frutigen AG, entstehen hier aber vor allem Fischzuchten. gsg
Seite 3

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



ANZEIGE

Il caffè!
Illycaffè AG
3800 Thailwil
www.illycafe.ch

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

HOREGO
Ihr Erfolg ist unser Ziel. Votre succès est notre objectif.
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.
Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

ADUNOeasy
das beste Zahlterminal finden:
www.aduno.ch

Ihr Yield-Management Partner.
t +41 31 302 70 90
www.hotelpartner.ch
HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

Aus der Region

Graubünden

Strahler wollen im Nationalpark Kristalle suchen



Im geplanten Nationalpark rund um den Adula wollen die Schweizer Strahler auch in Zukunft Kristalle und Mineralien suchen dürfen. Sie wehren sich gegen ein Verbot oder eine Einschränkung und fordern, in die Trägerschaft des **Parc Adula** eingebunden zu werden. Der Piz Scorboda oder der Piz Terri seien für die Strahler eine äusserst wichtige alpine Fundstelle, so die Schweizerische Vereinigung der Strahler, Mineralien- und Fossilien Sammler. **dst**

Erfolgreiche Kooperation mit Partnerbetrieben

Die Pauschalen «Via Engiadina», «Nationalpark Bike-Tour», «Engadin Scuol Mobil» und «Wellness-Inklusiv» verbuchen grosse Erfolge. Eine konsequente, enge Zusammenarbeit und die Spezialisierung auf naturnahe und mobile Ferien zeichnen die vier Kooperationen aus. Zu diesem Schluss kamen die Scuol Tourismus AG und die 26 teilnehmenden Partnerbetriebe aufgrund von gemachten Auswertungen. Sämtliche Kooperationen und Angebote dienen dem Ziel der Destination, sich als Modellregion für natur- und kulturnahe Ferien zu etablieren. **dst**

Davos: Aparthotel anstelle von Valbella-Klinik

Auf dem Areal der seit Ende 2004 geschlossenen Valbella-Klinik in Davos soll ein Aparthotel mit 120 bewirtschafteten Wohnungen gebaut werden. Laut der «Südschweiz» soll zu diesem Zweck die Klinik im Jahr 2010 abgerissen werden. Das Gesuch für den Abbruch und den Neubau soll demnächst bei der Gemeinde Davos eingereicht werden. Die Promotoren wollen mit dem Aparthotel «warme Betten» schaffen, die während des ganzen Jahres an Gäste vermietet werden sollen. Rund 50 Millionen Franken will man investieren. Geklärt werden muss aber noch, ob die geplante Umnutzung des in der Kurbetriebszone gelegenen Geländes rechters ist. **dst**

Davoser Bergbahnen planen Hotel

In Davos-Platz soll im Winter 2010/11 ein neues Hotel mit 108 Betten eröffnet werden, wie die «Südschweiz» schreibt. Das fünfgeschossige Hotel soll auf dem Areal des ehemaligen Restaurants Helvetia gebaut werden. Als Bauherrin tritt die in Davos ansässige Roger Kunz Immobilien AG auf, welche die Parzelle vor einigen Jahren erworben hat. Betreiben werde das Hotel die Davos Klosters Bergbahnen AG. Laut Verwaltungsrats-Präsident Carlo Scherrenleib soll das Hotel im 3-Sterne-Bereich positioniert werden. Einen späteren Kauf schliessen die Davos Klosters Bergbahnen nicht aus. **dst**

Nachhaltige Gespräche

Die Experten-Gespräche im Igeho-Forum waren dieses Jahr gut besucht. Ein wichtiges Thema war die Nachhaltigkeit.

GUDRUN SCHLENCZEK

Immer wieder zum Thema bei den unterschiedlichsten Talks werde die Nachhaltigkeit, konstatierte Fernsehmoderator und Gastronom Heinz Margot, der dieses Jahr die Igeho-Forumsgespräche leitete. «Nachhaltigkeit könnte künftig in der Hotelklassifikation mehr Gewicht erhalten als die Investition in ein Hallenbad», verdeutlichte Thomas Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung von hotelleriesuisse, beim Forumsgespräch zur Energieeffizienz im Gastgewerbe. Fast drei Viertel der Betriebehätten nämlich ein Energiesparpotenzial, gab Urs Jenny, Präsident des Vereins Enak (Energetischer Anforderungskatalog an Geräte für die Verpflegung

und Beherbergung), zu bedenken. Aber 80 Prozent der Gastronomen würden die Höhe ihres Stromverbrauchs nicht kennen. Dabei koste der Energieaufwand für die Zubereitung eines Menüs oft mehr als die gesamten Zutaten für eine Beilage, so der Energie-Fachmann. 40 Prozent des Energiebedarfs entscheide das Benutzerverhalten, 60 Prozent der Gerätekauf.

Zusammen mit Stromkonzernen wie der Berner BKW oder der Zürcher EWZ zeigte die Enak an der Igeho-Sonderpräsentation «Energieeffizienz» dem Messe-Besucher in «10 Minuten, wie im Betrieb 10 Prozent der Energie eingespart werden kann». Diese 10 Prozent brächten dem Schweizer Gastgewerbe eine Ersparnis von insgesamt 16 Mio. Franken, unterstrich Urs Jenny. Dieses Geld könne man

sinnvoller in Marketing oder in Innovationen investieren.

Dass Innovationen eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg sind, darüber war man sich mehr als einig beim Expertengespräch «Innovation im Tourismus», zu welchem die hotelrevue am letzten Montag an der Igeho einlud. Auseinander gingen die Ansichten darüber, als wie innovativ die Schweiz im internationalen Vergleich abschneide. Der diesjährige Milestone-Hauptpreisträger Harry

John von Montreux-Vevey Tourisme nannte Nespresso, Piccard und César Ritz als Schweizer Innovationsbeispiele, der letztjährige Gewinner des Milestone-Nachhaltigkeitspreises, Beat Anthamatten, schätzte dagegen den Schweizer Tourismus eher als «lauwarm» ein und warnte daher, Innovationen



«Der Energieaufwand für ein Menü ist oft teurer als die Zutaten für die Beilage.»

Urs Jenny
Präsident Enak



Igeho-Forum zum Thema Innovation: Es diskutierten die Milestone-Gewinner von 2008, Beat Anthamatten (l.), und 2009, Harry John (r., Hauptpreis) mit Elsbeth Hobmeier, Chefredaktorin der hotelrevue.

immer nur mit Hardware zu verbinden. Und die Chefredaktorin der hotelrevue, Elsbeth Hobmeier, verwies auf das innovative Weinmarketing in Österreich, wo fast jedes Restaurant sich mit österreichischem Wein profilierte.

Sowohl in Österreich als auch in der Schweiz kocht man im Gastgeberallgemein noch frischer: Das zeigte das am Igeho-Forum von der Grossopanal AG in Stans präsentierte Grossverbraucherpanel. Der deutsche Grosshandel erzielt bereits 20 Prozent des Umsatzes mit

Tiefkühlware, in den beiden Alpenländern sind es erst je rund 9 Prozent. Grund sei das Mehr an Systemgastronomen in Deutschland, die mehr Convenience einsetzen, erklärte Hauke Arns von der Geo-Marketing GmbH in Köln. Schweizer und Österreicher geben in der Gastronomie auch deutlich mehr Geld aus: Zwar zählt Deutschland rund zehnmal so viele Bewohner, der Umsatz des Grossverbrauchermarktes ist aber gerade viermal so gross, die Anzahl der Betriebe ein Fünftel.

Ständerat: Keine zusätzlichen Millionen für Schweiz Tourismus

Der Ständerat debattierte über das Bundesbudget 2010. Er blieb mehrheitlich auf der Linie des Bundesrates.

An der Budgetdebatte sei kein Antrag gestellt worden, die Bundes-subsidien von 47,75 Mio. Franken für Schweiz Tourismus um die von der Branche geforderten 12 Mio. zu erhöhen, erklärte Dominique de Buman, Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands STV auf Anfrage. Der Ständerat blieb beim Budget-vorschlag 2010 mit wenigen Ausnahmen auf der Linie des Bundesrats. Die Debatte geht am kommenden Montag im Nationalrat

weiter. Die Chancen stünden aber auch dort eher schlecht, dass für Schweiz Tourismus mehr Geld gesprochen werde, so de Buman: «Es besteht die Möglichkeit, dass ein individueller Änderungsantrag gestellt wird – dass dieser aber durchkommt, ist unwahrscheinlich.» Gestern debattierte der Nationalrat über die Lex Koller – entschieden wurde erst nach Redaktionsschluss. **rom**

Aktuelle Entscheide: www.htr.ch

Emmental neu organisiert

Ab Anfang 2010 wird die Tourismusförderung im Emmental neu organisiert und finanziert

DANIEL STAMPFLE

Ab dem 1. Januar 2010 ist der Verein Region Emmental die zentrale Organisation für den Tourismus im Emmental. Finanziert wird diese Aufgabe durch die Gemeinden, mit Geldern aus der Neuen Regionalpolitik (NRP) sowie Beiträgen von den touristischen Leis-

tungsträgern und Sponsoren, erklärte Markus Aebi, Ressortleiter Tourismus der Region Emmental, anlässlich des 10. Emmentaler Tourismusjubiläums. Das Emmental habe mit seiner schönen Landschaft, der intakten Natur und der Authentizität ein starkes touristisches Potenzial, so Aebi. Dieses gelte es nun auszuschöpfen.

Zurzeit werden die ersten Projekte realisiert. So wird momentan die neue touristische Website aufgebaut, welche auf Anfang 2010 unter www.emmental.ch online geht. Zudem wird es neu ein Call-Center geben, wo Gäste

unter einer zentralen Telefonnummer und E-Mail-Adresse Auskünfte zum touristischen Angebot im Emmental erhalten.

Für die operativen Arbeiten im Tourismus wird der neue Emmentaler Tourismuskoordinator zuständig sein. Dieser Posten wird ab 1. Februar 2010 von Christian Billau besetzt, zuletzt bei Leukerbad-Tourismus tätig. Der Verein Pro Emmental, welcher bisher für den Tourismus im Emmental zuständig war, stellt seine operative Tätigkeit auf Ende 2009 ein. Pro Emmental wird deshalb in einen Förderverein umgewandelt.

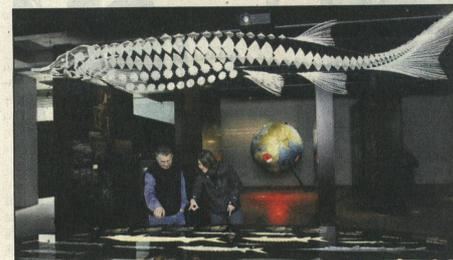
Entrée: Welches Hotel ist auf diesem Bild zu sehen? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv



Helvetia, Schweiz / DG



Essen in tropischem Ambiente: Bankette sollen die Hälfte des Gastronomieumsatzes beschieren.



Informative Ausstellung: Der Besucher erfährt, dass der Stör ein Knochenfisch ist und es ihn schon 200 Millionen Jahre gibt.

Die Tropen im Kandertal

In Anbetracht der Energieproblematik scheint ein Tropenhaus oder die Zucht wärmeliebender Störe im Berner Oberland kurios. Doch in Frutigen macht es Sinn, wie die Verantwortlichen an der Einweihung letzte Woche deutlich machten: Mit den vier Megawatt Wärme, die man dem 20 Grad warmen Wasserstrom aus dem Löttschbergtunnel jährlich entnehmen kann, bevor das Wasser dann mit 10 Grad in die Kander fliesst, hätte man zwar ganz Frutigen zweimal heizen können. Doch das wäre bei der Streusiedlung fünfmal teurer als ein Heizen mit Öl gewesen.

Aber gerade weil ein Tropenhaus im Kandertal so quer in der Landschaft zu liegen scheint, ist ihm die Aufmerksamkeit sicher: 80 000 Besucher erwartet man im Jahr, konservativ gerechnet. Potenzial hätte es für 180 000. Diese können sich auf ein lehrreiches Erlebnis freuen. «Ein ökologisch-pädagogisches Kraftpaket» nannte es beim Eröffnungsakt Andreas Rickenbacher, Regierungsrat des Kantons Bern.

Auf den rund 2,5 Hektaren soll nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus gewirtschaftet werden. Die Stör-Aquakultur steht für Nachhaltigkeit. Ausstellungshalle und Rundgang erklären, woher im Tropenhaus die Wärme kommt, wie sie genutzt wird, was gesunde Ernährung und nachhaltige Fischzucht heisst. Letztere bildet den Schwerpunkt des Ganzen. Denn Peter Hufschmid, treibende Kraft hinter dem Projekt und Präsident des Verwaltungsrates der Tropenhaus Frutigen AG, ist ein begnadeter Fischer. Bis zu 70 000 sibirische Störe in den Aussenbecken sind sein Ziel. 45 Tonnen Störfleisch und drei Tonnen Kaviar will man produzieren. Das wird so in zehn Jahren der Fall sein. Am Anfang werde der Fischverkauf gera-

Tropische Früchte und Störzucht mit der Wärme aus dem Berg: Das Tropenhaus Frutigen wird vom Kaviar leben.

GUDRUN SCHLENCZER



Bis 10 Tonnen tropische Früchte will man pro Jahr ernten.

de mal 1 Mio. Franken oder knapp ein Viertel des Gesamtumsatzes ausmachen, so Geschäftsführer Fritz Jost. Ist die Fischpopulation aufgebaut, soll allein der Verkauf von Kaviar, unter anderem auch in den Regalen des Hauptkantonärs Coop, drei Viertel des Umsatzes (Ziel: 12 Mio.) beschieren. Beliefert

wird auch die Gastronomie. Schon jetzt mit Premium-Produkten wie Stör-Pasteten aus der Küche des Tropenhauses. Einer der ersten Kunden für Pasteten sei der «Glockenhof» in Zürich, freut sich Gastronomieleiter Christian Krebs.

Nur vor Ort verarbeitet und gegessen werden die angebauten tropischen Früchte: Banane, Papaya, Guave, Mango, Karambole wachsen auf 1000 m² Gewächshausfläche. 10 Tonnen will man im Jahr ernten. Die restlichen 700 m² Gewächshausfläche dienen dem Anschauungsunterricht: Der Besucher kann rund 30 tropische Nutzpflanzen bewundern und dann – zugekauft – im Restaurant degustieren. An die 2 Mio. Franken Umsatz will Jost mit der Gastronomie (250 Sitzplätze) erzielen, die Hälfte davon mit Anlässen in tropischem Ambiente.



Kaviar aus der Region, das gibt's bald im Tropenhaus Frutigen.

Die Betten fehlen noch in Frutigen

Bis zu 15 000 zusätzliche Logiernächte in der Region erhofft sich Tropenhaus-Geschäftsführer Fritz Jost. Heute zählt Frutigen rund 130 000 Logiernächte, ein Grossteil in Gruppenunterkünften. Bei diesen sieht der Direktor Frutigen Tourismus, Arthur Grossen, auch das Potenzial. Doch das sind nicht die Gäste, die im Tropenhaus einen Stör-Dreigänger für 85 Franken speisen oder denen man ein Hotel-

Package verkaufen kann. Hotels gibt es nur im 2- bis 3-Sterne-Bereich. «Frutigen braucht zwingend ein neues Hotel», so Roland Huber von Adelsboden Tourismus. Ein 4-Sterne- oder ein Boutique-Hotel. Nur zu gerne, meint Grossen. Man habe Hotelketten früher schon angefragt, ohne Erfolg. Aber vielleicht öffne das Tropenhaus jetzt Türen, hofft Grossen. Huber: «Es ist der Beginn einer möglichen Tourismus-Ära.» gsg

Aus der Region

Ostschweiz

Neue 8er-Gondelbahn am Pizol



Die Pizolbahnen haben eine neue Zubringerbahn: die 8er-Gondelbahn Wangs-Pizol. Gestern wurde die Inbetriebnahme gefeiert. Die neue Bahn kann 1200 Personen pro Stunde transportieren. Die Mittelstation Maibenberg dient weiterhin mit einem Ein- und Ausstieg auf Seiten von Berg und Tal und ist neu auch Garagierungsplatz. Der Standort der Talstation bleibt «Birfläs». dst

In St. Gallen baut das Hotel Radisson Blu um

Anfang 2010 wird das Erdgeschoss samt Restaurant des «Radisson Blu» komplett umgebaut, schreibt das «St. Galler Tagblatt». Während vier Wochen bleibt der untere Stock geschlossen. Hotelgäste werden im zweiten Stock verplegt, wo Seminarräume in Frühstückszimmer und ein temporäres Restaurant umgewandelt werden. Neu gibt es zudem eine Hotelbar, die auch Einheimischen offen steht. In den Umbau wird gut 1 Mio. Franken investiert. dst

Zürich

Leitbild für das Seebecken findet Anklang



Das Leitbild für das Seebecken der Stadt Zürich stößt auf breite Zustimmung. Dies ergab die Vernehmlassung. Der Regierungsrat und der Zürcher Stadtrat haben das anschliessend überarbeitete Leitbild nun genehmigt. Kanton und Stadt Zürich setzen das Leitbild nun gemeinsam um. dst

Basel

Gastrobetreiber für Basler Friedhofkapelle

Der Gastronom Markus Engler wurde vom Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt als künftiger Betreiber der ehemaligen Friedhofkapelle in der Elisabethenanlage erkoren. Englers Konzept nennt sich «Café Kultur Bar Zum Kuss». Seit September 2008 ist Engler Chef der Basler Bar Acqua Annes Kuppel. Die Eröffnung der sanierten und umgebauten ehemaligen Friedhofkapelle ist für Ende 2010, Anfang 2011 geplant. dst

Schweizer reisen länger und weiter

Im Jahr 2008 verlängerten Herr und Frau Schweizer vermehrt Tagesreisen zu Kurzreisen mit Übernachtungen. Ferienreisen führten häufiger in ferne Gegenden.

DANIEL STAMPFLI
MIROSLAW HALABA

83,5 Prozent der in der Schweiz wohnhaften Personen haben 2008 mindestens eine Reise mit Übernachtungen unternommen, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) mitteilte. Pro Person waren es im Durchschnitt 3,2 Reisen mit Übernachtungen. Hinzu kamen 12,7 Tagesreisen pro Person. Zwischen 2003 und 2008 hat das BFS eine Verlagerung der Ta-

«Interessant wären Auswertungen mit mehreren Variablen, wie Alter und Geschlecht.»

Thomas Allemann
hotelleriesuisse

gesreisen hin zu Reisen mit Übernachtung festgestellt. Im 2008 seien vor allem kurze Privatreisen ins Ausland sowie Geschäftsreisen registriert worden. Diese Veränderung ging zu Lasten der Tagesreisen. Rund 45 Prozent aller Reisen

mit Übernachtungen der schweizerischen Wohnbevölkerung entfielen auf inländische Destinations-

nen. Von der anhaltenden Reise- und Freizeitfreudigkeit profitierten vor allem Deutschland und Österreich, aber auch weitere exotische Destinationen. Die Rangliste der meistbesuchten ausländischen Destinationen wird neu von Deutschland angeführt, gefolgt von Frankreich, Italien, Österreich.

Bei Privatreisen mit Übernachtungen wurden für Transport, Unterkunft, Verpflegung und Sonstiges im Schnitt 148 Franken pro Tag ausgegeben. Dies sind 31 Franken mehr als 2003 und 23 Franken mehr als 1998.

Dass diese Daten nun in Zukunft jährlich und nicht mehr wie bisher alle fünf Jahre erhoben werden sollen, freut die Vertreter der Tourismusorganisationen. Für Mila Trombitas, stellvertretende Direktorin des STV, schliesst die jährliche Statistik eine Lücke, insbesondere was das Gästeverhalten in der Schweiz betrifft. Thomas Allemann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotelleriesuisse, erachtet es als sinnvoll, das Reiseverhalten detaillierter mit mehreren Variablen auszuwerten, etwa nach Geschlecht, Alter und Ausgabeverhalten.

Hotel-Website in neuem Look

Der Hotel-Webführer swishotels.com wird noch attraktiver. Im Zentrum stehen neu spezifische Reisebedürfnisse der potenziellen Gäste.

DANIEL STAMPFLI

Die bisherige Auflistung des Hotelangebots, die eine Vielzahl an

Suchfunktionen beinhaltete und in erster Linie als Nachschlagewerk diente, weicht einer umfassenden Hotelplattform. Diese ist konsequent auf die Wünsche und Vorstellungen der Endkunden ausgerichtet und holt potenzielle Gäste möglichst zielgruppengerecht ab. Das neue Konzept stützt sich auf das Auswahlverfahren, welches der Gast in der Regel bei seiner Reiseplanung anwendet: Er definiert das Thema seiner Reise und gibt

einen genauen Zielort ein. Danach formuliert er seine Qualitätsansprüche an das Hotel, schaut sich die Detailinformationen an und wählt schliesslich das passende Hotel aus.

Derzeit sind rund 2150 Hotels nach verschiedenen Themen oder innerhalb 13 verschiedenen Regionen der Schweiz abrufbar. In einem nächsten Schritt sollen sämtliche Hotels in der Schweiz in das Portal integriert werden.

Die Schweiz von ihrer schönsten Seite.

swishotels.com ist nun auf die Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet.

Valentine's
Fleusen Tellerwägen Teigwarenkoher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

Aus der Region

Wallis

Erneut gute Wintersaison erwartet



Swiss-Image

Nach drei sehr guten Wintern, welche die höchsten Umsätze seit 20 Jahren brachten, rechnet der Walliser Tourismus-Direktor Urs Zenhäusern erneut mit einer guten Wintersaison 2009/10. Das Wallis erwartet weit über eine Million Gäste. Seit drei Jahren verzeichnet der Alpen Südkanton einen verstärkten Ansturm von Deutschschweizern. dst

Widerstand für Wassersport-Zentrum

Nach Vormeinung der Kantonalen Dienststelle für Umwelt darf die geplante Seen-Landschaft bei der A9-Autobahn-Raststätte in der Nähe von Raron nicht erstellt werden. Somit ist auch das beabsichtigte Wassersportzentrum auf dem Areal des Flugplatzes in Frage gestellt, wie der «Walliser Bote» schreibt. Sollten die Wakeboard- und Wettkampf-Seen definitiv nicht realisiert werden, so steigen die Chancen für die Fluggruppe Oberwallis, ihre Flugtätigkeit auf dem Flugplatz aufrechterhalten zu können. dst

Tessin

Brand verursacht Schaden im Hotel Castello del Sole

Im Fünfsternehotel Castello del Sole von Ascona ist am vergangenen Sonntag ein Brand ausgebrochen. Das Feuer entstand gegen Mittag in der Sauna der Suite Spa Onsernone im Neubau «Spa & Beauty», der noch bis Ende dieser Woche hätte geöffnet sein sollen. Das eigentliche Hotel ist schon seit dem 25. Oktober für die Wintersaison geschlossen. Die Eröffnung des Hotels im Frühjahr 2010 werde wie geplant erfolgen, teilte Direktor Simon Jenny mit. gl

Schweiz

Der 3. März ist letzter ST-Tag von Jürg Schmid



Swiss-Image

Der Termin des Abschieds von Jürg Schmid als Direktor von Schweiz Tourismus ist geklärt: Der Vorstand hat den 3. März 2010 als Schmidts letzten Arbeitstag festgelegt, bevor er zur SBB wechselt, wie ST-Präsident Jean-François Roth bestätigt. «Wir freuen uns, dass er bis dann als CEO für Mittelfristplanung und strategische Entscheide verantwortlich bleibt», sagt Roth. Ab 4. März 2010 wird Vizedirektor Urs Eberhard die interimistische Leitung übernehmen, bis ein neuer Direktor sein Amt antreten wird. eho

Bleiben Italiener weg?

Luganos Tourismusbranche fürchtet Auswirkungen der italienischen Steueramnestie. Auch das Gastgewerbe rechnet mit Einbussen.

ANTJE BARGMANN

Mit Sorge verfolgt Luganos Tourismusbranche die derzeitigen Auseinandersetzungen zwischen der Schweiz und Italien. Diese resultieren aus den Methoden, mit denen das Nachbarland seine Bürger dazu bringen will, mögliche Schwarzgelder auf Schweizer Konten ins Land zurückzuführen. Tessiner Gastwirte, Hoteliers und Einzelhändler fürchten im Moment, einen wichtigen Teil ihrer italieni-

schen Klientel zu verlieren. Denn auch Touristen aus dem südlichen Nachbarland, die gar nicht an den Finanzplatz gebunden sind, können sich durch die Kampagne abschrecken lassen.

Seit die vom italienischen Finanzminister Giulio Tremonti ausgereifte dritte Steueramnestie Mitte Oktober in Kraft getreten ist, machen immer wieder Meldungen von ausserordentlichen Kontrollposten der italienischen Finanzpolizei im italienisch-schweizerischen Grenzgebiet die Runde. Italienische Autofahrer würden gefilmt, wenn sie in die Schweiz einreisen, es seien sogar Agenten in Lugano gesichtet worden, die heimlich Bankkunden unter die Lupe nehmen. Der «Corriere del Ticino» weiss von einem Fall, bei dem der

Ehefrau eines Grenzgängers am Zoll das Portemonnaie abgenommen und nach EC-Karten oder anderen Dokumenten von Schweizer Bankinstituten durchsucht wurde. Alles Meldungen und Vor-

«Die Italiener scheinen sich allein durch die Einreise verdächtig zu machen.»

Gabriele Beltrami
Gastrosuisse Sektion Tessin

Beltrami von der Tessiner Sektion des Verbandes Gastrosuisse. «Auch wer nichts zu verbergen hat, verliert im Moment sicher die Lust auf einen Ausflug nach Lugano.» Die Gastwirte fürchten, daher schon kurzfristig einen Rückgang der italienischen Klientel zu erleben. Dass unter diesen Verhältnissen das Weihnachtsgeschäft leiden könnte, befürchten auch Luganos

Einzelhändler, die auf die italienische Kundschaft angewiesen sind. «Das was in Italien derzeit passiert, betrachten wir als medialen Terror», betont Mario Tamborini, Sprecher der Gewerbetreibenden in Luganos Zentrum. «Die italienischen Behörden wollen Druck ausüben – den Schaden trägt die Wirtschaft im Schweizer Grenzgebiet.» Er geht davon aus, dass es noch einige Monate dauern wird, bis sich die Lage wieder normalisiert.

Dass die italienische Steuerregulierung auch langfristige Folgen

für Luganos gesamte Wirtschaft haben wird, darüber herrscht in der Tourismusbranche kein Zweifel. Ein möglicher Rückgang der italienischen Bankkundschaft ist dabei nur ein Aspekt. «Wenn Luganos Bankinstitute Arbeitsplätze streichen müssen, dann gehen damit unsere Stammkunden verloren», sagt Gabriele Beltrami im Namen der Gastwirte. «Wir fürchten diesen Dominoeffekt. Denn vor allem die Lokale in der Innenstadt sind ganz eng an die Finanzbranche gebunden.»

1. Kann sich die italienische Steueramnestie negativ auf die Luganeser Hotellerie auswirken?

Derzeit herrscht grosse Sorge unter den Hoteliers. Denn es ist zu befürchten, dass der Bankenplatz Lugano für die Italiener an Attraktivität verliert und sie seltener in die Schweiz reisen. Derzeit erleben wir allerdings den gegenteiligen Trend. Im Oktober hat es einen Rekordwert an Buchungen aus Italien gegeben.

2. Also trägt die Kampagne der italienischen Steuerministers Früchte?

Das wissen wir natürlich nicht. Kein Hotelier fragt seine Gäste nach dem Grund ihres Besuches. Einerseits könnte das Oktoberergebnis die Hoteliers also freuen. Doch es sorgt auch für Beunruhigung. Was steckt dahinter? Wie wird es nächstes Jahr sein?



Nachgefragt
Marco Sorgesca

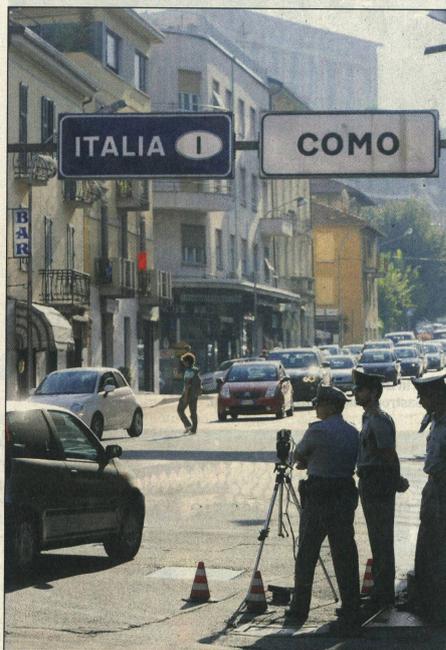
Funktion:
Direktor Lugano Turismo

3. Welche Bedeutung haben bisher die Italiener für die Hotellerie in Lugano?

Eines sehr grosse. Ihr Anteil übersteigt seit etwa einem Jahr sogar den der Deutschen – ein Punkt, der alle überrascht. Und ich bin überzeugt, dass nicht alle Italiener wegen der Banken kommen. Beliebte sind doch auch Wochenendausflüge ins Tessin.

4. Was kann denn Lugano den Italienern ausser Banken bieten, was diese nicht schon haben?

Das weiss man sofort, wenn man an einem typisch nebligen Tag durch die Ebene der Lombardei bis nach Mailand fährt. Bei den Anwohnern dieses dicht besiedelten Einzugsgebietes ist ein Ausflug in nur einer halben Stunde an die sonnigen Seen und ins Gebirge sehr beliebt. In Lugano lässt sich zudem exklusiv – und sicher – einkaufen. ab



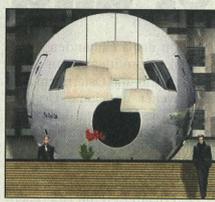
Wer von Italien in die Schweiz einreist, wird von den italienischen Behörden kontrolliert.

Anflug auf die Wohlfühlpiste

Das neue Fitness- und Wellness-Center im Sossol des Hotels Radisson Blu am Flughafen Zürich spricht sowohl Einheimische als auch Touristen und Transitgäste an.

ANDREAS GÜNTERT

«Nordamerikanische Flughäfen bieten oft gute Fitness-Einrichtungen.»



Blickfang des Fitness- und Wellness-Centers am Flughafen.

gen. In Dubai wiederum sind die Wellness-Behandlungen spitze.» So sieht Dominik Keller, Geschäftsführer der Thermalbad Zurich AG, das sportliche und rekreative Angebot an den Flughäfen dieser Welt. Selber will er nun die seltene Kombination aus Fitness und Wellness marktfähig machen. Am 28. November öffnet am Zürcher Flughafen im Untergeschoss des Hotels Radisson Blu das «Airport Fitness», 4,5 Mio. Franken hat der grosszügige Bau (2000 Quadratme-

ter) gekostet, als Hingucker dient ein nachgebautes Airbus-A320 Cockpit mit integriertem Whirlpool. 30 Angestellte werden sich in fernöstlich anmutenden Airline-Uniformen um die Gäste kümmern. Die Thermalbad Zurich AG, die das Airport Fitness betreibt, will in erster Linie die 24 000 Mitarbeiter am Flughafen sowie Gäste der umliegenden Airport-Hotels ansprechen. Daneben aber auch Transitpassagiere, die oft nur für wenige Stunden zwischenlanden.

Unter der Affiche «Transfer-Fit» erhalten diese für 49 Franken zwei Stunden Zutritt und werden mit Shirt, Trainerhose, Sportschuhen und Socken ausgestattet. Mit jährlich 22 Millionen Passagieren ist der Flughafen theoretisch ein erstklassiger Kundenlieferant. Ob und wie Passagiere wirklich anbeissen, muss sich aber erst noch zeigen. Im Businessplan wird fürs Erste mit zwei Dritteln Kunden aus der Umgebung und einem Drittel touristischem Aufkommen gerechnet.

Gütsch einen Schritt weiter

Die Realisierung des Umbaus und Ausbaus des Hotels Château Gütsch rückt näher. Die Bauherrin hat das Baugesuch eingereicht.

DANIEL STAMPFELI

Die Pläne der Arge Marques AG und Iwan Bühler Architekturbüro GmbH sehen für das traditionsreiche Luzerner Wahrzeichen zwei Erweiterungsbauteile vor. Diese sollen das vertraute Erscheinungsbild des weissen Soli-

tärs nicht tangieren. Die Inbetriebnahme des Hotels wird voraussichtlich ab dem Jahr 2012 etappenweise erfolgen. Das neue Boutique-Hotel soll über 60 Zimmer sowie 6 bis 8 Long-Stay-Apartements verfügen. Bereits 2008 wurde das Restaurant «Petit Palais» eröffnet.

Bezüglich der Gütsch-Bahn ist die Château Gütsch Immobilien AG als Bauherrin mit der Stadt Luzern im Gespräch. Der definitive Entscheid über eine Wiederaufnahme des Betriebs ist erst nach Vorliegen der Baubewilligung zu erwarten.



Das Hotel Château Gütsch soll ab 2012 wieder eröffnet werden.

Gemeinde bewilligt Sonderkredit für Reka-Feriendorf in Sörenberg

Damit steht dem Umbau der Hapimag-Hotelanlage in ein Reka-Feriendorf nichts mehr im Wege.

Die Gemeindeversammlung Flüthli-Sörenberg hat am Montag Abend ein klares Signal gegeben: Sie hat einen Sonderkredit von 1,5 Millionen Franken zum Kauf des heutigen Hapimag-Areals einstimmig genehmigt. Das Areal wird der Schweizer Reisekasse (Reka) im Baurecht zur Verfügung gestellt. Diese verpflichtet sich, das neue Ferienzentrum während mindestens 25 Jahren zu betreiben.

Der einstimmige Entscheid der Gemeinde freut Reka-Vizedirektor

André Dubois. «Uns ist wichtig, dass uns die Bevölkerung will. Wir bringen 50 000 Logjernächte pro Jahr. Das verändert einen Ort.» Noch ausstehend ist derzeit die Baubewilligung fürs geplante Hallenbad. Auch der Verkaufspreis für die Hapimag-Anlagen steht noch nicht fest. Dubois ist aber zuversichtlich, dass bis im Frühjahr alle Vertragswerke unter Dach sind. Ziel ist, das neue Reka-Feriendorf Sörenberg bereits an Weihnachten 2010 zu eröffnen. tl



«Wir haben klare Visionen»

Zwischen dem Hotel Les Trois Rois und dem Grand Hotel Bellevue sollen vermehrt Synergien genutzt werden. Für die Umsetzung ist Rudolph Schiesser verantwortlich.

Rudolph Schiesser steht neu an der Spitze der beiden Luxus-hotels von Thomas Straumann. Er muss dafür sorgen, dass sie besser rentieren.

DANIEL STAMPFEL

Rudolph Schiesser, neu sind Sie der starke Mann an der Spitze der beiden Fünf-Sterne-Superior-Häuser Les Trois Rois in Basel und Grand Hotel Bellevue in Gstaad. Was genau ist Ihre Aufgabe? Als Hotel-Profi nehme ich Thomas Straumann, der Besitzer beider Häuser ist, die Führungsverantwortung für die zwei Hotels ab. Denn es ist ablauftechnisch viel einfacher, wenn Thomas Straumann nicht an allen Sitzungen selbst teilnehmen muss. Er will mehr Zeit und Energie seinem Hauptgeschäft, der Medizintechnik, widmen können.

Die beiden General Manager sind ihnen direkt unterstellt. Wie gross ist ihre operative Freiheit noch? Die ist nach wie vor völlig gewahrt. Thomas und Ursula Straumann und ich haben klare Visionen und klare Ideen, und diese werde ich an die beiden Direktoren weiterleiten. Diese müssen dann die strategischen Vorgaben umsetzen und

mir direkt rapportieren. Aber ins Tagesgeschäft werde ich nicht dreinreden.

Vom bisherigen Direktorenpaar Ilse und Michel Wichmann im Bellevue hat man sich abrupt getrennt. Was haben sie sich zuschulden kommen lassen? Überhaupt nichts. Sie haben das Hotel seit April 2005 sehr gut geführt. Ganz spezifisch gegenüber dem Gast meisterten sie ihre Aufgabe hervorragend. Aber sie legten zu wenig profitorientiertes Denken an den Tag. Eine Hoteldirektion ist zwar nicht für die getätigte Investition verantwortlich, muss aber für das GOP und die entsprechenden Benchmarks geradestehen. Und diese Benchmarks wurden im Bellevue nicht erreicht. Übrigens wurden Wichmanns nicht fristlos entlassen, sondern freigestellt und figurieren nach wie vor auf der Lohnliste.

Sehen die Zahlen beim Les Trois Rois besser aus? Auch hier sind wir mit dem erreichten GOP nicht zufrieden. Deshalb wollen wir zwischen beiden Häusern Synergien nutzen.

Wo liegen diese? Bei den Finanzen, im Marketing und im Bereich Human Resources.

Zwei Hotels im gleichen Land müssen wir nicht wie zwei individuelle Privathotels führen. Im Gegenteil, man kann gewisse Dinge zusammenlegen.

Bei einem Mäzen ist doch der Gedanke der Rendite nicht derart entscheidend? Beim Führen von Hotels, welche sehr vermögenden Leuten gehören, braucht es ein komplettes Umdenken. Denn es ist sehr gefährlich zu

anderer Top-Häuser und da muss man sich schon fragen, wieso wir dies nicht auch schaffen.

«Auch vermögenden Leuten muss die Freude am Investment erhalten bleiben.»

Rudolph Schiesser
Hotelmanger

meinen, dass es gar nicht schlimm ist, wenn vermögende Personen immer wieder Geld einschliessen müssen. Das verleidet irgendeinmal allen. Diesen Leuten muss die Freude am Investment erhalten bleiben. Und diese Freude geht auch über das Portemonnaie. Deshalb muss ein Hotelbetrieb nicht nur ein gutes Gäste-Feedback und ein tolles Ranking in den Medien haben, sondern muss auch Geld einbringen.

Also ging Thomas Straumann die Geduld aus? So würde ich es nicht formulieren. Aber man kennt die Benchmarks

Sie wollen künftig die Strategieumsetzung sehr eng begleiten. Wurde die Strategie bisher zu wenig konsequent umgesetzt? Ja. Der kürzere Weg zwischen Delegiertem und den beiden Hoteliers ermöglicht die schnellere Umsetzung der Strategie. Ich sehe meine Aufgabe gegenüber der Hoteldirektion als Coach.

Wie soll das im Bellevue zu erarbeitende Restaurantkonzept aussehen? Thomas Straumann bereitet eine hervorragende Küche viel Freude. Dies zu erreichen ist sicher das Ziel. Die Ansprüche in Sachen Essen und Ambiente haben sich in den vergangenen Jahren in der Hotellerie verändert. Diesem Wandel müssen auch wir uns stellen.

Weshalb müssen Business- und Spabereiche gründlich analysiert werden? Der Seminarbereich mit den vorhandenen Konferenzräumlichkeiten muss verstärkt verkauft werden, insbesondere in der Zwischensaison. Man kümmerte sich hervorragend um die Stammgäste, hat aber den Verkauf nicht sehr aktiv betrieben. Wenn wir in der obersten Liga mitspielen wollen, muss auch der Spabereich auf dem neusten Stand sein. Es muss nun abgeklärt werden, was weltweit trendy ist und was die Gäste heute wünschen.

Standpunkt

Gute Hoteliers sind auch erfolgreiche Standortförderer



GUGLIELMO L. BRENTEL

Wir Hoteliers haben den schönsten Beruf, den es gibt. Beweis dafür sind die Warteschlangen an den Hotelfachschulen und die unzähligen Quereinsteiger, die den Traum des eigenen Hotels wahr machen wollen. Doch der Beruf des Hoteliers ist längst mehr, als für Dodo, Miami und Gluglu zu sorgen. Mit uns an den Standort gebunden Exportprodukt sind wir wie keine andere Branche abhängig vom Zustand und von der Entwicklung der Stadt oder der Region, in der unser Haus steht. Ein gut erhaltenes

«Die Befindlichkeit meines Standorts ist ein zentraler Erfolgsfaktor.»

Gebäude, tolle Einrichtung und die Erfüllung von Standards reichen für den Erfolg längst nicht mehr aus. Was unser Gast seinen Freunden weiter erzählt, sind seine Erlebnisse und Gefühle, die ihm in Erinnerung bleiben. Leider erzählt er vor allem die negativen Eindrücke, das liegt in der Natur von uns Menschen.

Schaffen wir es aber, positive Gefühle unvergesslich zu machen, haben wir wirklich gewonnen. Es sind die kleinen Aufmerksamkeiten oder die unerwartete Überraschung, welche den Gast glücklich machen. Zweifellos sind es unsere eigenen, kreativen Angebote und Leistungen, die in unserer schnelllebigen und hektischen Zeit emotionale Eindrücke hinterlassen.

Den Einflüssen unseres Standorts müssen wir in Zukunft viel grössere Beachtung schenken. Das sind zum Beispiel in der Stadt die Ladenöffnungszeiten oder in den Bergen die guten Schneeverhältnisse, die erst dank Beschneigungsanlagen möglich sind. Ob ich nun mit einem kleinen oder einem grossen, einem Luxus- oder einem Einsterhotel am Markt bin, die Befindlichkeit meines Standortes ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Wir Hoteliers müssen vermehrt und verstärkt zu engagierten Standortförderer werden und unsere Tourismus-Mitspieler mit ins Boot holen. Bewegen wir uns also, damit man unsere Anliegen erhört und tatsächlich umsetzt.

Guglielmo L. Brentel ist Präsident von hotellerieuisse

Die Weihnachtsbeleuchtung hat Hochsaison



REGULA WOLF
CREATIVE DIRECTOR

Zum Thema
Leuchtobjekte

Da hängen sie wieder. Leuchten nach Einbruch der Dunkelheit um die Wette. Ringeln sich um Bäume, überspannen Strassen zwischen Häusern, klettern über Fassaden, kompletieren einfältige Deckenspots, kringeln sich um jeden zweiten Balkon, laufen entlang von Dachgiebeln, baumeln an Strassenlaternen und hängen in jedem, absolut jedem Schaufenster: Die Weihnachtsbeleuchtung ist back. Es ist Saison.

Natürlich erhellen sie uns die kalten und dunklen Winterabende, sobald wir uns draussen bewegen. Wenn's regnet, glitzern sie besonders schön. Wenn's schneit, kommt definitiv Stimmung auf. Sie schüren die Vorfreude aufs Fest. Die Schattenseiten lassen wir mal links liegen. Schliesslich sparen wir das ganze übrige Jahr genügend Strom dank Sommerzeit und energieeffizienten Geräten. Da dürfen wir uns jetzt an der Ausbeute freuen. Obwohl – nicht immer gelingt der Dekospass so gut

«Rentiere auf dem Fenstersims – nicht überall gelingt das Spiel mit Licht gleichermassen.»

wie am Festival des Arbres et Lumières in Genf. Die Menschen in der Berner Bahnhofunterführung haben neuerdings einen leicht rosa angehauchten Teint, was an den roten Kugeln liegt, die da zu hunderten zwischen Glaskristallen und Blechsternen

unter den Deckenspots hängen. In der Rathausgasse der badischen Stadt Freiburg fehlt dieses Jahr die Beleuchtung ganz, weil immer mehr Franchiseläden dort ihr Geschäft betreiben. Deren Einnahmen reichen nicht für die Beteiligung am gemeinsamen Weihnachtsrummel. Führt dazu, dass die übrigen Geschäfte handgestrickt auftreten. Zürich diskutiert mal wieder über die Neonröhren. Die kann man bald ersteigern, die Bahnhofstrasse will wieder romantisch werden.

Völlig uneinheitliche Wirkung erzielen private Beleuchtungsstrategien. Zu kaufen gibt's inzwischen so ziemlich alles: Sterne in allen Grössen und Formen, Nikoläuse auf Rentieren, Hirsche und Krippen aus lauter Glühbirnen. Die stehen dann in den Vorgärten, hängen an Fenstersimsen, prangen auf den Dächern. Spätestens an dem Tag, an dem sie auf dem Dach meiner Nachbarn auftauchen, werde ich mit den Bewohnern ein ernstes Wörtchen reden.



«Im Hotel darf mein Hund Pego sogar im gleichen Zimmer schlafen, was ich ihm zu Hause nicht erlaube.»

Francine Jordi Schlagersängerin



Ecole hôtelière de Lausanne und hotellerieuisse luden zum «Alumni & Industry Networking Event». EHL-Direktor **Ruud Reuland** sprach zu den Gästen.

Die Branche traf sich an der Igeho



hotellerieuisse-Präsident **Guglielmo L. Brenti** im Gespräch mit **Tamara Pusknik** und **Thomas Emanuel**, beide von STR Global aus London (v.L.).



Martin Studer, Hoteller im Ramada Feusisberg-Einsiedeln, **Nicoletta Müller**, Direktorin «Meierhof» in Horgen, **Christian Dangel**, Radisson Blu Basel (v.L.).

Alle zwei Jahre grosses Netzwerken in Basel: Spätestens an der **Igeho** trifft sich, wer sich schon lange nicht mehr gesehen hat.

GUDRUN SCHLENCEK

Wer sich nicht bereits beim Rundgang durch die Hallen an der alle zwei Jahre stattfindenden Gastgewerbemesse in Basel über den Weg gelaufen ist, entdeckt sich spätestens bei einem der zahlreichen Events: So auch beim «Alumni & Industry Networking Event» von EHL und hotellerieuisse. Präsident Guglielmo L. Brenti rief in seiner Ansprache zu systematischem Benchmarking auf. Bezogen auf die Messe zeigte der Benchmark dieses Jahr ein gutes Bild. Die Aussteller sparten nicht, Nestlé Foodservice überraschte sogar mit einem Zirkuszelt.



Stolz auf die Umstellung auf Fair Trade: **Peter Hilpert**, Schwob AG.



Karin Alther, Max Havelaar, mit **Marc A. Bloch**, Direktor La Meuse.



Pistor (v.L.): **Hubert Koch**, **Bruno Uebersax**, **Markus Lötscher** (CEO).



Kadi AG: Marketingleiter **Christof Lehmann** und **Andrea Hunziker**.



Freude am EHL-Treffen: **Katrin Wolf**, Mövenpick Zürich Airport, **Gabriele van Uden**, Schweizerhof Zürich (v.L.).



Paul Petzold, **Oliver Hunziker** von Mirus und **Daniel Kuster**, Direktor Hotela, am Gemeinschaftsstand (v.L.).

Umsteiger Andreas Deuber



Der ehemalige CEO der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) übernimmt ab Februar 2010 die Funktion des Studienleiters Tourismus an der Fachhochschule Chur. Zuletzt war Andreas Deuber während zwei Jahren Verantwortlicher für Hospitality-Immobilien bei UBS Real Estate Advisory.

Aussteigerin Martha Hoppeler-Ziegler

Die Inhaberin der Stadtzürcher Hotels Ambassador und Opera hat die Betriebe an ihre Kinder übergeben. Der Verwaltungsrat besteht aus René Hoppeler (Präsident), seinen zwei Geschwistern Yvonne und Gabriele sowie Michel M. Favre. Rudolf Zehnder bleibt Direktor beider Häuser.



Die Familie Candrian und der Zirkus Conelli: Eine gute Partnerschaft



Auf 15 Jahre Zusammenarbeit stiessen die Candrian Catering AG und der Weihnachtszirkus Conelli in Zürich am Dienstag an. Unter dem Chapiteau: **Martin** und **Marga Candrian** mit Schwiegersohn **Olivier Schucht** (links), Tochter **Tina**, Sohn **Patrick**. eho

Die Arbeit von Ivo Adam wird von einem breiten Publikum honoriert

Das Restaurant «Seven Easy» in Ascona holte an der diesjährigen «Best of Swiss Gastro» den 1. Platz in der Kategorie «Trend» und wurde zugleich zum «Masters», das heisst zum Sieger über alle Kategorien, gekürt. Das Konzept: Pasta, Pizza, Grillspezialitäten und italienische Gourmetküche von Salvatore Frequento. Geschäftsführer aller drei «Seven»-Betriebe in Ascona ist Ivo Adam, der junge

Shootingstar unter den Schweizer Köchen. Er steht im «Ristorante Seven» am Herd. Dieses erreichte im Publikumsvoting den 3. Rang in der Kategorie «Gourmet». maz

Der 15-Punkte-Koch **Ivo Adam**.



Hotel Cube Savognin besetzt Posten des General Managers

Berny Huber (Bild) hat am 12. Oktober dieses Jahres die Position des General Managers im «Cube»



in Savognin übernommen. Der 39-Jährige war bereits für mehrere Restaurants in Toronto (Kanada) als General Manager tätig. Dazu kommen Stationen als Direktor in der Schweiz und Country Manager in Italien für einen Auto- und Limousinen-Service. Zuletzt zeichnete der Huber für die Leitung von 20 Jugendherbergen in der Schweiz verantwortlich. Huber absolvierte die Hotelfachschule in Luzern, studierte Betriebswirtschaft an der Concordia University in Montreal (Kanada), schloss einen MBA an der Graduate School of Business Administration in Zürich ab und verfügt über einen MBA-Titel der Hochschule für Technik und Wirtschaft.

Sesselrücken

Der «Delta»-Direktor verabschiedet sich aus dem Tessin

Thomas Steiner (Bild) tritt nach vier Jahren als Direktor des 5-Sterne-Parkhotel Delta in Ascona zurück. Der Absolvent der Salzburger Hotelfachschule in Bad Hofgastein und diplomierte Hotelmanager (NDS HF) verlässt das Tessin Ende Wintersaison in Richtung Südtirol. In welcher neuen Wirkungsstätte man ihn antreffen wird, steht noch nicht fest. «Die



Gründe für den Abgang sind familiärer Natur», sagt Steiner, der im «Delta» unter **Adrian Stalder** bereits das Amt des Vizedirektors bekleidete. Während Steiners Amtszeit konnte sich das «Delta» als hochstehendes Familienhotel profilieren. Es belegte im diesjährigen Hotel-Ranking der «Sonntags Zeitung» den 3. Platz bei den Familienhotels. Die Nachfolge sei noch ungeklärt, schreibt Steiner.

Führungswechsel im Marketing des «Seedamm Plaza»

Corinne Wyer (Bild) wird per Ende November neue Marketing-

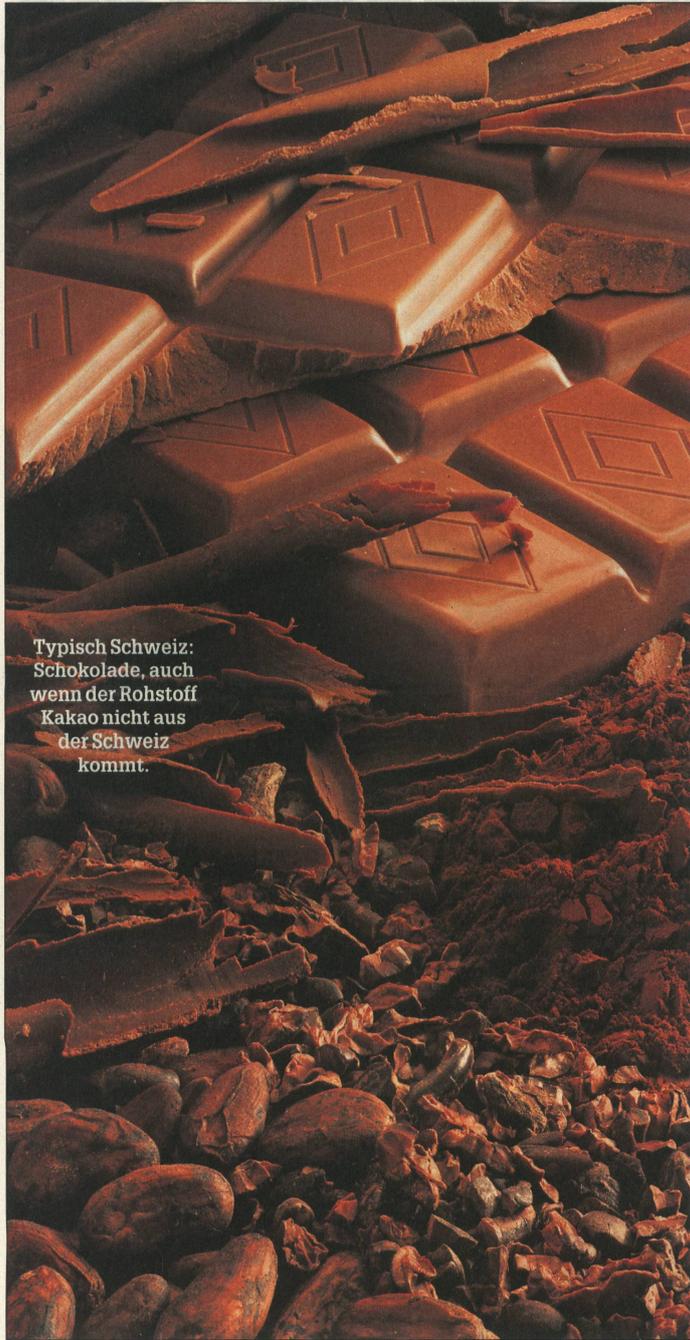


Leiterin des Hotels Seedamm Plaza in Pfäffikon. Wyer war Kommunikationsverantwortliche bei Lacoste Schweiz und Event Manager bei der UBS. Nun kehrt die Absolventin der Hotelfachschule Luzern nach 11 Jahren wieder ins Hotelgewerbe zurück.

Neue Leitung für die Domino Gastro AG in Pfäffikon/Basel

Renata Bäggli hat die Leitung der Domino Gastro AG übernommen, deren Seniorinhaber **Lukas Kunz** am 7. August dieses Jahres im Alter von 82 Jahren verstorben ist. Bäggli ist bereits seit 10 Jahren im Unternehmen tätig. maz

Authentisch. Produkt. Ob in der Industrie oder im Tourismus: Echtheit ist gefragt. Während die Touristiker ihr Produkt frei gestalten können, müssen sich Hersteller industrieller Produkte an das «Swissness»-Gesetz halten.



Typisch Schweiz: Schokolade, auch wenn der Rohstoff Kakao nicht aus der Schweiz kommt.

Besserer Schutz für Swissness

Wie viel «Schweiz» muss in einem Produkt drin sein, wenn «Schweiz» drauf steht? Der Bundesrat will strengere Regeln aufstellen und stösst damit auf Kritik.

Theres Lagler/Mathias Zaugg

Authentische Produkte und Qualitätsprodukte sind gefragt. Das zeigt nicht zuletzt der Umstand, dass Produkte mit dem Vermerk «made in Switzerland» im Ausland einen bis zu 20 Prozent höheren Verkaufspreis erzielen. Der Erfolg der Marke «Schweiz» hat aber auch seine Schattenseiten. So ist es vermehrt zu Missbräuchen gekommen. Um Trittbrettfahrer künftig auszubremsen, hat der Bundesrat das Markenschutzgesetz revidiert. Das Herzstück der so genannten «Swissness»-Vorlage, die der Bundesrat letzte Woche zuhänden des Parlaments verabschiedet hat, sind präzise Regeln, die festlegen, unter welchen Voraussetzungen ein Produkt als «schweizerisch» bezeichnet werden darf (siehe Fakten-Box).

Schweizer Fondue mit ausländischen Zutaten

Die Reaktionen auf diese Regeln sind sehr unterschiedlich. Während sich die Bauern freuen, dass bei verarbeiteten Nahrungsmitteln künftig 80 Prozent der Rohstoffe aus der Schweiz kommen müssen, wehrt sich die Lebensmittelindustrie dagegen. So hofft beispielsweise der Milchverarbeiter Emmi, dass die 80-Prozent-Regel im Parlament noch gelockert wird. Gemäss Stephan Wehrle, Mediensprecher von Emmi, gebe es beispielsweise gar nicht genügend Schweizer Wein für die Fertigfondue-Produktion. «Gleiches gilt – teilweise saisonal bedingt – auch für Fruchtgrundstoffe oder Cerealien», so Wehrle, der die 80%-Regel als «zu strikt» bezeichnet. In die gleiche Kerbe

schlägt auch die Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (Fial), die für Emmi und andere in dieser Angelegenheit lobbyiert. «Übertriebene Anforderungen an den Anteil der schweizerischen Rohstoffe laufen auf eine Benachteiligung des Werkplatzes Schweiz hinaus», schreibt die Fial zum Swissness-Entscheid des Bundesrats und argumentiert, dass die Nahrungsmittel-Industrie die Umsätze zunehmend im Ausland generiere und die Auslobbarkeit der Swissness gerade dort ein Vorteil sei.

Guetli und Bündnerfleisch

Eine Sichtweise, die Sara Stalder, Geschäftsführerin der Stiftung für Konsumentenschutz, nicht gefällt. «Die Produzenten argumentieren häufig damit, dass den ausländischen Konsumenten die Tatsache ausreicht, dass ein Produkt mit gutem Schweizer Handwerk hergestellt wurde. Die Schweizer

Fakten Strengere Regeln für Schweizer Produkte

Folgende Voraussetzungen müssen künftig erfüllt sein, damit ein Produkt die Marke Schweiz tragen darf.
Bei Naturprodukten muss der Ort der Ernte in der Schweiz liegen.
Bei verarbeiteten Naturprodukten (Lebensmittel generell) müssen mindestens 80% des Gewichts der Rohstoffe aus der Schweiz stammen. Ausnahmen erlauben es, insbesondere Rohstoffe, die in der Schweiz nicht vorkommen (wie Kakao), von der Berechnung auszuschließen.
Bei Industrieerzeugnissen (Maschinen, Messer) müssen mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen.
Bei Dienstleistungen muss sich der Sitz des Unternehmens sowie ein Verwaltungszentrum in der Schweiz befinden. tl

Konsumenten gehen aber davon aus, dass auch Schweizer Rohstoffe drinstecken.» Ein Dorn im Auge sind Sara Stalder auch Biscuit-Hersteller wie Hug und Kambly, die mit «Authentic Swiss Tradition» und «Suisse Excellence depuis 1910» werben, aber zahlreiche Rohstoffe aus dem Ausland beziehen. «Ich bin der Meinung, dass sie künftig 80 Prozent der Rohstoffe aus der Schweiz verwenden müssen, wenn sie ihr Produkt mit dem Label Schweiz auszeichnen wollen. Dass das Schweizer Kreuz auf die Verpackung gedruckt wird, ist eine freiwillige Entscheidung der Produzenten. Aber wer

«Wer das Schweizer Kreuz verwenden will, muss sich entsprechend anstrengen.»

Sara Stalder
Stiftung für Konsumentenschutz

es tun will, der muss sich entsprechend anstrengen.» Sorgen bereitet der Konsumentenschützerin, dass der Bundesrat in begründeten Fällen Ausnahmen gewähren will. So machen beispielsweise die Bündnerfleisch-Produzenten geltend, dass in der Schweiz nicht genügend Rindfleisch vorhanden ist und deshalb der Import aus Brasilien weiterhin nötig ist. Für die Stiftung für Konsumentenschutz ist das eine Täuschung der Konsumenten. Sie möchte, dass nur dort Ausnahmen erlaubt werden, wo der Rohstoff in der Schweiz gar nicht vorhanden ist, wie beim Kakao für Schokolade.

Kreuz mit dem Schweizer Kreuz: Auch Uhren-Branche protestiert

Bei den Industriegütern schlägt der Bundesrat vor, dass 60 statt 50 Prozent der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen sollen. Doch was als Schutz für Schweizer Unternehmen gedacht ist, stösst auf wenig Gegenliebe. «Wir wären künftig gezwungen, Gehäuse und Zifferblätter in der Schweiz zu einem vier- bis zehnmal so hohen Preis einzukaufen», betont etwa Ronnie Bernheim von der Mondaine-Gruppe. Das verteidigt die Uhren, ohne dem Kunden einen Mehrwert zu schaffen. Von einer unnötigen Belastung spricht auch die Promotionsgesellschaft Swiss Label, die 400 Unternehmen vertritt.

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

ANZEIGE

Authentisch. Destinationen. Interlaken und Appenzell: Unterschiedlicher könnten die Destinationen nicht sein. Und doch sind beide authentisch, sagt Hansruedi Müller. Jede auf ihre Art.

Oberländer Miniaturschweiz

Für ausländische Gäste ist Interlaken das perfekte Abbild der Schweiz. Die Authentizität der Destinationen lebt von landschaftlichen Reizen und modernen Infrastrukturen.

ROBERT WILDI

In der Hochsaison ist Interlaken fest in ausländischer Hand. Über drei Viertel der Feriengäste tragen keinen Schweizer Pass. Aus Asien, Indien, den USA, dem arabischen Raum oder aus Grossbritannien stammen die meisten von ihnen. Sie kommen vor allem aus einem Grund nach Interlaken: Um «Swissness» zu erleben. «Der ausländische Gast erwartet in Interlaken eine Miniatur-Schweiz, so wird ihm die Destination von seinen Landsleuten angekündigt», sagt der Interlakner Tourismusdirektor Stefan Otz. Tatsächlich hat Interlaken alles zu bieten, wofür die Schweiz auf der Welt bekannt und beliebt ist: Intakte Landschaften mit grünen Wiesen, Kühe, saubere Seen, ein imposantes Bergpanorama, luxuriöse Hotels, Confitüren mit Schweizer Schokolade, Schmuckläden mit Schweizer Uhren und so weiter.



Interlaken bietet schweizerische Werte wie Berge, Seen, Wiesen, und für Nostalgiker Pferdekutschen.

Swiss-Image

Authentisch auch das kosmopolitische Element Interlakens

Für Otz ist Interlaken deshalb auf jeden Fall authentisch. «Die ausländischen Gäste erwarten ein Bild, das sich ihnen hier bestätigt.» Damit dies auch künftig so bleibt, hat Interlaken Tourismus unlängst den Slogan «Interlaken – Pure Swissness» offiziell eingeführt. Bei allen touristischen Angeboten, die neu kreiert werden, soll dieser Aspekt immer von wesentlicher Bedeutung sein.

Dass die Wahrnehmung Interlakens bei Schweizer Gästen vermut-

lich eine andere ist, stellt Otz nicht in Abrede. Für inländische Besucher widerspiegeln Interlaken ein Stück weit sicher den alpinen Massentourismus. Er sei allerdings nicht der Meinung, dass die Internationalität Interlakens, verbunden zum Beispiel mit dem Bau von modernen Kongressinfrastrukturen, dem Begriff Authentizität zwingend zuwiderlaufe. «Auch das kosmopolitische Element von Interlaken kann durchaus als authentisch verstanden werden.» Dennoch: Mit der raschen Entwicklung des Ortes sei die Authentizität im Dorf kern-

Interlakens ein Stück weit verloren gegangen. Mit baulichen, unter anderem verkehrsberuhigenden, Massnahmen soll dieses Manko in den nächsten Jahren behoben werden, so Otz.

Fachmeinung: Interlaken – Inbegriff für typisch Schweizerisches

Der Authentizitätsgrad von Interlaken wird von Fachleuten differenziert analysiert. Hansruedi Müller, Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) an der Universität Bern, bezeichnet etwas als authentisch, das

«gewachsen, echt und damit unverwechselbar» ist. Die internationale Berner Oberländer Destination vermittele für ihn, aus der Nähe betrachtet, vielleicht weniger Authentizität als andere, urchigere Ortschaften. «Aus einer gewissen Distanz gesehen, ist Interlaken aber sehr wohl der Inbegriff von typisch Schweizerischem», so der Tourismusprofes-

«Aus Distanz gesehen, ist Interlaken der Inbegriff von typisch Schweizerischem.»

Hansruedi Müller
Tourismusprofessor

sor. Die Authentizität werde in Interlaken insbesondere durch eine eindrückliche Landschaft vermittelt. Dass Interlaken für den damit erzielten globalen Erfolg heute einen gewissen Tribut zollen müsse, sei unumstritten. Um die grossen Besuchermassen zu bewältigen, müssten moderne Infrastrukturen errichtet werden, die teilweise im

Kontrast stehen zur natürlichen Umgebung. Die Positionierung von Interlaken und damit auch die Botschaft von Authentizität seien heute stark nach aussen gerichtet, so Müller. «Die Herausforderung von Interlaken besteht nun darin, den Besuchern die echten authentischen Werte und Qualitäten der Destination immer wieder ins Bewusstsein zu rufen.» Im Laufe der Zeit könne sich aber auch Tourismuskultur durchaus den Status «authentisch» erarbeiten. «Das Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken ist ein gutes Beispiel dafür.»

ANZEIGE

Neu Jet-Cut

Frischhaltefolie
glatt, faltenfrei und blitzschnell!

Jet-Cut und Jet-Cut mit Reserve
die revolutionäre Frischhaltefolie
jetzt bei Ihrem CC- und Belieferungspartner

Appenzell: Gelebte Kultur

Im Appenzellerland basiert das gesamte touristische Angebot auf der eigenen Tradition und dem lokalen Brauchtum. Was nicht authentisch ist, wird erst gar nicht angeboten.

ROBERT WILDI



Ein typisches traditionelles Haus in Appenzell.

Mit einem breiten, authentischen «Appenzeller»-Dialekt beantwortet die Dame bei Appenzellerland Tourismus eingehende Anrufe. Bereits die ersten Silben machen klar, mit wem man es zu tun hat. «In unserer Aussprache steckt viel Herzblut», sagt sie und meint es wohl auch so. Sie wirkt authentisch. Genau so, wie sich die ganze Destination Appenzellerland den Besuchern präsentieren möchte.

Dass dies gelingt, davon ist Sandro Agosti überzeugt. «Das Appenzellerland ist, verglichen mit anderen Destinationen, sehr authentisch und kann sich über diese Eigenschaft wirkungsvoll positionieren», sagt der Geschäftsführer von Appenzellerland Tourismus. Brauchtum und Tradition hätten in beiden Halbkantonen einen enorm hohen Stellenwert und würden von

der Bevölkerung wie von der Politik und Wirtschaft gelebt.

Appenzell, der Hauptort Innerrhodens, liegt in der Talmulde der Sitter, von grünen Hügeln umrahmt. Die Einbettung in die landschaftliche Umgebung wirkt genauso authentisch wie lokale Gepflogenheiten. In Appenzell wird bis heute die traditionelle Landgemeinde durchgeführt. Im Museum Appenzell wird die Vielfalt der heimischen Kultur und ihrer Historie in zwei Gebäuden aufgearbeitet und dokumentiert. Auch das touristische Angebot wird in Appenzell wie im gesamten Appenzellerland eng mit den alltäglichen Bräuchen und Traditionen verknüpft. So werden Besuche bei Kunsthandwerkern, Silberschmiedern oder Biber-Bäckern angeboten. Bei Familien sehr beliebt sind Besuche auf Appenzeller Bauernhöfen.

Bei Immobilien wie Hotels oder Ferienanlagen wird im Appenzell peinlich genau darauf geachtet, einheimische Materialien und Stoffe zu verwenden. So wurde etwa das neue Reka-Feriendorf in Urnäsch

aus einheimischem Holz und weiteren lokalen Bausubstanzen gefertigt. Agosti: «Dieses Vorgehen ist ein wichtiger Bestandteil unserer Authentizität.»

Auch für Hansruedi Müller, Direktor vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, basiert die Authentizität des Appenzellerlands auf einer «gebauten und gelebten Kultur». Anders als kosmopolitische Destinationen wie St. Moritz oder Interlaken sei Appenzell als Tourismus-Standort viel stärker in der näheren Umgebung verankert und viel weniger auf Wachstum ausgerichtet. «Damit konnte sich die Destination ihre Echtheit bewahren», sagt Müller. Denn Authentizität habe ihren Ursprung meistens in der Alltagskultur, Küche, Bekleidung, Folklore oder Architektur und werde nicht speziell für die «Ferienkultur» hergestellt. Die Aufgabe von Appenzellerland Tourismus sei es aber dennoch, diese Fülle von authentischen Werten zwar einflusslos, aber noch stärker zu vermarkten.

Authentisch. Umfrage. Neun Schweizerinnen und Schweizer sagen, was für sie persönlich typisch Schweiz ist. Die Umfrage zeigt: Authentisch sind vor allem gängige Schweiz-Clichés wie Berge, Qualität und Bahnen.

«Qualität, Berge und Käse»

«Was ist für Sie authentisch schweizerisch?»

Acht Personen aus der ganzen Schweiz sagen, was für sie Echtheit bedeutet.

ANTJE BARGMANN

Reto Meissner, Leiter Marketing-Kommunikation, Schweizerische Bundesbahnen (SBB):

«Für mich ist authentisch schweizerisch das Streben nach Qualität und Perfektion. Dies mit dem stillen Stolz auf die Errungenschaften, ohne sich gross damit zu brüsten. Also mehr Sein als Schein!»

Bruno Huggler, Wallis Tourismus, Vizedirektor und Leiter Gästemarketing:

«Typisch schweizerisch sind für mich die einmalige Naturlandschaft und die Berge, die wir noch stärker in den Vordergrund stellen müssen. Die Entwicklung mit den regionalen Naturparks hilft uns dabei. Nirgends auf der Welt gibt es eine solche Vielfalt auf so kleinem Raum und so viele Kontraste. Auch Kultur und Brauchtum sind typisch und authentisch. Regionale Produkte wie Wein, Trockenfleisch, Käse sind authentisch. Sie sind Teil der Region und vermitteln deren Geschmack. Wir wollen das Ferienerlebnis noch stärker mit dem Genuss der regionalen Produkte verbinden.»

Gaudenz Thoma, CEO von Graubünden Ferien:

«Typisch schweizerisch sind unsere kleinen und feinen Orte, wo sich Fuchs und Steinbock gute Nacht sagen, zum Beispiel das Schellen-ursli-Dorf Guarda. Typisch schweizerisch ist eine Fahrt mit dem Bernina Express durch intakte Natur- und Kulturlandschaften in den pünktlichen und sauberen Panora-

mawagen der Rhätischen Bahn. Typisch schweizerisch sind natürlich auch «Züri Gschnätzlets», Rösti und Bündnerplättli. Und typisch schweizerisch ist auch das friedliche Zusammenleben der vier Sprachregionen und Kulturen.»

Hans Schorno, Medienverantwortlicher, Victorinox AG:

«Unser Sackmesser ist für mich das nationale Symbol schlechthin. Es ist wie die Schweiz eher klein, ist so vielseitig wie die Schweiz, funktioniert so gut wie die Schweiz, und alle Menschen die ich kenne lieben es – wie die Schweiz.»



«Ich sehe die Sonnenterrasse vom Stanserhorn und köstliche Alpenmakrönl vor mir.»

Fabienne Huber
Stanserhorn-Bahn

Fabienne Huber, Marketing Manager, Stanserhorn-Bahn:

«Authentisch schweizerisch sind für mich die Berge – und die Weitsicht, die sie uns ermöglichen, wenn wir ihre Gipfel erklimmen. In unserem kleinen Land kommen wir dank ihnen hoch hinaus. Wenn ich an meine Heimat denke, sehe ich die Sonnenterrasse vom Stanserhorn, traditionelle Musik und köstliche Alpenmakrönl vor mir.»

Stefan Pfister, Marketing-Mitarbeiter, Jungfrau-Bahnen Management AG:

«Rösti und Bratwurst sind für mich authentisch schweizerisch. Auch dass wir Schweizer oftmals viel zu bescheiden sind. Wir dürfen und müssen unsere Stärken im internationalen Umfeld entscheidender aufzeigen. Die solide Arbeitsweise der Schweizer bürgt für eine hohe Qualität – dies ist aus meiner Sicht ebenfalls typisch schweizerisch.»



«Wir müssen die Berge noch stärker in den Vordergrund stellen.»

Bruno Huggler
Wallis Tourismus

Eva Winters, Marketing, Frimbourg Tourisme et Région:

«Was für mich authentisch schweizerisch ist, kann ich mit drei kurzen Stichworten sagen: Unsere Berge, unsere traditionellen Feste und Kostüme und die Schweizer Uhrmacherkunst.»

Patrick Lardi, Vizedirektor und Leiter der Abteilung Marketing



Ballenberg/M. Gyger/zvg
Eine Häusergruppe aus dem Berner Mittelland im Ballenberg.

und Kommunikation, Ticino Turismo:

«Für mich macht die Landschaft mit ihren Bergen und Seen die authentische Schweiz aus. Dazu gehören die Hüttenwarte, die wissen, wie sie Wanderer mit ihren Legenden verzaubern. Auch thematische Verkehrsverbindungen, wie der Wilhelm Tell Express und der Bernina Express, sind authentisch. Sie zeigen die unberührte Natur und gelten als wahre Wunderwerke der Technik. Als authentisch empfinde ich auch den Mythos um das Gotthardmassiv der alten Ei-

«Typisch schweizerisch sind Orte, wo sich Fuchs und Steinbock gute Nacht sagen.»

Gaudenz Thoma
Graubünden Ferien



die Mobilität, die Verbindung zwischen Schweiz und Europa und gleichzeitig auch die Geschlossenheit der Schweiz.»

senbahntrasse und dem zukünftig längsten Tunnel der Welt. Als Mittelpunkt der Nord-Süd-Verbindung symbolisiert der Gotthard

Himmlisch fruchtige Dessertkreationen.



Mango-Blutorangen-Becher
85 g

Himbeer-Aprikosen-Becher
85 g

Definition Was heisst authentisch?

Das Thema Authentizität ist seit den 1970er-Jahren Gegenstand soziologischer und soziopsychologischer Tourismusforschungen. Authentizität steht für echt im Sinn von original. Im touristischen Kontext also: Echtheit von Erfahrungen, Erlebnissen, Orten, Plätzen, Szenarien, Natur, Sehenswürdigkeiten, Architektur, Gegenständen (Souvenirs, Kunstwerke, Speisen, Getränke...), folkloristischen Darstellungen (Trachten, Brauchtum), Kultur, Tradition, Lebensart der Einheimischen, Interaktionen zwischen Gästen und Einheimischen sowie für Un-

terwechselbarkeit der Ferienerlebnisse.

Eine als authentisch bezeichnete Person wirkt echt, sie vermittelt ein Bild von sich, das beim Betrachter als real, urwüchsig, unverbogen, ungekünstelt wahrgenommen wird. Dabei muss es sich nicht notwendigerweise um die realen Eigenschaften des Betrachteten handeln, sondern es können auch Zuschreibungen des Betrachters diese Eindrücke verursachen, die etwa auch Teil einer gelungenen Inszenierung darstellen können. (Quellen: Johannes Kepler, Uni Linz, Wikipedia).

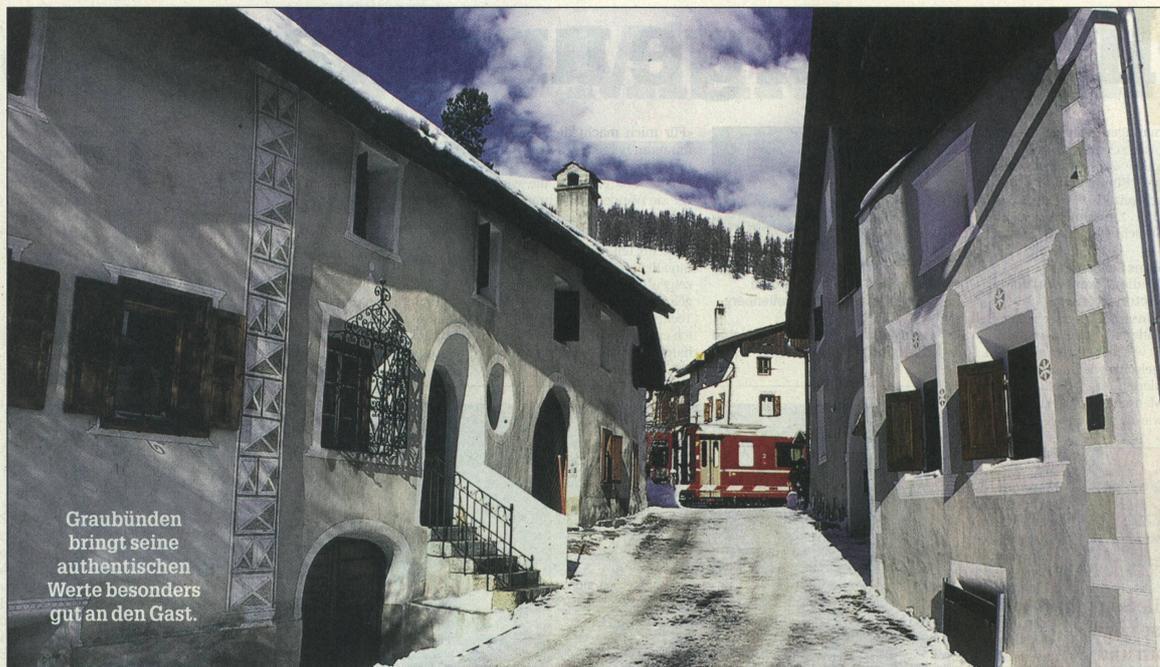


**ROMER'S
HAUSBÄCKEREI AG**

Convenience-Sortiment für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detailisten

Neubruchstrasse | Postfach 55 | 8717 Benken SG | Telefon 055 293 36 36 | Fax 055 293 36 37 | info@romers.ch | www.romers.ch

Authentisch. Märkte. Echtes und Typisches suchen in der Schweiz alle Feriengäste, sagt Jürg Schmid. Authentizität bedeutet aber für die Gäste aus dem Nahmarkt etwas anderes als für jene aus dem Fernmarkt.



Graubünden bringt seine authentischen Werte besonders gut an den Gast.

Swiss-Image

wenn auch schöner, rühriger und lüpfiger Anlass. Authentisch ist er nicht, denn im Albisgüetli gab es diese Art von Folklore historisch nicht.» Für ihn sind «Brauchtum und Wertewie Zuverlässigkeit, Qualität, Pünktlichkeit und Bescheidenheit typisch schweizerisch. «Aber auch der ganze Premiumbereich gehört mit dazu. All diese Werte widerspiegeln sich im Produkt Schweiz.»

«Authentizität», sagt Schmid, «ist einer der ganz grossen touristischen Trends in einer Welt, die durch die Globalisierung immer gleicher wird. Einkaufsstrassen auf der ganzen Welt gleichen sich immer mehr an. Das Ursprüngliche, das Echte gewinnt daher touristisch an Bedeutung.» Er sieht Authentizität denn als «Riesentrumpf, über den die Schweiz verfügt.» Allerdings spielten noch nicht alle Tourismusdirektoren diese Karte adäquat aus. «Teilweise wird dieser Vorteil noch zu wenig genutzt. Einige Touristiker fördern die Cliché-Authentizität so, dass sie leicht ins Kitschige kippen kann.» Seine Sache gut macht seiner Ansicht nach das Bündnerland: «Der Markenauftritt ist allgemein sehr gut, er bringt die bündnerischen Werte optimal herüber. Und auch die rätoromanische Kultur und Sprache ist authentisch.»

Für den Deutschen ist typisch Schweiz anders als für den Asiaten

Wie nimmt der Gast Authentizität wahr? Echtheit, sagt Schmid, sei für alle Herkunftsmärkte gleichermaßen wichtig. «Nur wird Authentizität nicht von jedem Markt gleich interpretiert. Aber auch der Deutsche, Franzose oder Italiener, die Gäste unsere Nachbarmärkte, suchen das Authentische: Die urchige Hütte, die Berge und all die anderen typischen Dinge, die zur Schweiz gehören.» Je näher das Herkunftsland liege, desto mehr sei der Gast auf der Suche nach den typisch schweizerischen Werten, so Schmid. So setze sich der Gast aus dem Nahmarkt mit der zeitgenössischen Schweizer Architektur auseinander, die ja auch authentisch sei. «Er interessiert sich für Architekten wie Zumthor und Botta. Der chinesische Gast indes reist nicht in die Schweiz, um sich deren Architektur anzusehen.» Je weiter weg der Herkunftsmarkt liege, desto clichéhafter sei die Vorstellung vom typisch schweizerischen, gibt er zu bedenken. «Die Asiaten suchen in der Schweiz den bekannten Berg, den Bernhardiner, die Trachten.»

Clichés ja, aber originell

«Authentizität ist einer der ganz grossen Trends», sagt Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus. «In einer Welt, die immer gleicher wird.»

CHRISTINE KÜNZLER

Wir tun alles für perfekte Winterferien», heisst es im neuesten TV-Spot von

Schweiz Tourismus. Die Szene: Eine Alphütte, die auf Vordermann geräumt wird. Das Hirschgeweih an der Wand, die Fonduegabeln und die knarrenden Fenster bekommen den letzten Schliff. Im portablen Radio läuft poppige Musik. Die wird aber bei Auftauchen der ersten (japanischen?) Gäste auf volkstümlich umgeschaltet. Alles ist perfekt authentisch, so wie es sein sollte. Typisch Schweiz, eben.

Der Werbespot, der die aufgesetzte Echtheit auf witzige Art auf die Spitze nimmt, widerspiegelt für Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid Authentizität, «das, was einem Land typischerweise zugeordnet werden kann». Echt deshalb, weil es diese Hütte, die im

Werbespot zu sehen ist, tatsächlich gibt: Sie steht auf der Alp Vops ob der Lenzerheide. Und weil der echte Hüttenwart Donat Malär selber im TV-Spot – er ist auf www.my-switzerland.com unter «Winter» aufgeschaltet – mitspielt. «Klar spielen wir mit Clichés, aber auch mit Humor. Witzig dargestellt, sind Clichés nicht kitschig, sondern sie können zum



«Echtheit ist für alle Herkunftsmärkte gleichermaßen wichtig.»

Jürg Schmid
Schweiz Tourismus

Schmuzzeln bringen und Sympathien wecken», gibt Schmid zu bedenken. «Wenn der Bernhardiner im Spot vor der Hütte sitzen und mit dem Kopf wackeln würde, wäre das kitschig. Doch der Hüttenwart im Spot füllt das Fässchen des Hundes mittels eines langen Schlauchs mit Schnaps: Die Szene ist humorvoll dargestellt und vermittelt eine Au-

thentizität, die greift.» Clichés in der Tourismuswerbung findet Schmid ganz okay. «Wenn sie originell verpackt sind.»

«Das Ursprüngliche und Echte gewinnt touristisch an Bedeutung»

Ein Folklore-Anlass im Albisgüetli, das Freilichtmuseum Ballenberg: Sind sie authentisch? Jürg Schmid: «Ein Ballenberg-Museum ja, denn es steht an einem Ort, wo das ländlich Traditionelle zu Hause ist, auch wenn nicht alle Häuser aus dieser Gegend stammen. Doch sie sind alle echt, also unverfälscht. Der Ballenberg ist für mich ein Begegnungspunkt des Authentischen.» Das Folklorekonzert im Albisgüetli indes ist für ihn ein «gesuchter,

Die inszenierte Echtheit

Nach dem amerikanischen Autor James H. Gilmore ist «Authentizität immer synthetisch gemacht». Das heisst: Authentizität ist inszeniert.

CHRISTINE KÜNZLER

Der amerikanische Bestsellerautor James H. Gilmore («Authenticity: What Consumers Really Want») sagte an der 5. European Marketing- und Sales-Konferenz in Zürich der Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) unter anderem: «Was nicht authentisch ist, muss authentisch gemacht werden.» Unsere ganze Welt sei in ihrer Erscheinung vom Menschen erschaffen, Authentizität sei daher immersynthetisch gemacht. Gilmore sieht deshalb einen neuen Wirtschaftssektor, die «Erlebniswirtschaft», ein neuer Zweig, der erinnerungswürdige Ereignisse herstellt, also Authentizität erschafft. Doch je

mehr die Welt inszeniert sei, desto stärker kaufen Konsumenten auf der Basis von realen Wahrnehmungen», Karin Frick vom GDI erklärt seine Aussage anhand eines Kosmetikprodukts: «Der Konsument will nicht mehr eine Schönheitscreme in siebenfacher Verpackung, er will das unverpackte Produkt.»

Nach Gilmore und Pine hänge der Erfolg einer Marke in Zukunft davon ab, ob sie als «real» oder als «fake», als «authentisch» oder «inauthentisch» wahrgenommen werde. «Das nackte Produkt wird wichtiger als die Verpackung und rückt daher auch im Marketing in den Vordergrund, respektive das Marketing rückt wieder näher an die Basis und ans Produkt», sagt Karin Frick.

Authentizität wie sie Gilmore versteht, ist immer künstlich Ge-

schaffenes. Authentizität wie sie die meisten Menschen verstehen, bedeutet Echtheit, Original, Ehrlichkeit und Tradition (siehe auch Seite 9).

«Eine Tradition kann weiterentwickelt, darf jedoch nicht entfremdet werden. Fondue mit Wasabi

beispielsweise ist nicht authentisch», sagt Karin Frick. Authentisch ist für sie indes, was der Gast im appenzellischen Hotel Hof Weissbad vorfindet: Einheimisches Personal, das sie auf «appezzölisch» begrüsst. Mit Authentizität nichts zu tun, vielmehr mit Themen, hat ihrer Ansicht nach das Freilichtmuseum Ballenberg und das Restaurant «Schnuggebock» in Teufen, wo zwar die Einrichtungen original aus der damaligen Zeit stammen, heute jedoch nicht mehr zeitgemäss seien.

«Eine Tradition kann weiterentwickelt, darf jedoch nicht entfremdet werden.»

Karin Frick
Gottlieb Duttweiler Institut

Landfrauen kochen urchig

Die Küche der Landfrauen ist gefragter denn je. Sie ist eine urchige, ungekünstelte und meist auch authentische Küche.

CHRISTINE KÜNZLER

«Wir haben nie mit einem so grossen Erfolg gerechnet», sagt Trudi Brühlhart, Pressesprecherin von «Redaktion Landfrauen kochen»: Das Rezeptbuch zur Fernsehserie «SF bi de Lüt – Landfrauenküche» ist zurzeit ausverkauft. Es muss nun in der dritten Auflage nachgedruckt werden. Weshalb die Landfrauenküche plötzlich so gefragt ist, weiss Trudi Brühlhart nicht genau. Sie vermutet, dass nun auch die urbane Bevölkerung auf den Geschmack der bäuerlichen Küche gekommen ist. «Die Bücher sind schon vor der TV-Sendung gut gelaufen. Sie wurden jedoch hauptsächlich innerhalb der Landfrauenverbände abgesetzt.» Früher waren



Schmackhaftes Dessert.

sie nur beim Verlag selber zu beziehen, jetzt sind sie auch in den Buchhandlungen zu kaufen.

«Als Kurt Thönnies in seinem Verlag «Landfrauen kochen» 1996 das Berner Landfrauen-Kochbuch herausgab, rechnete er wohl nicht damit, dass diese Bücher je so erfolgreich sein würden», sagt Trudi Brühlhart.

Intzwischen hat es Thönnies auf 23 Landfrauen-Kochbücher aus verschiedenen Kantonen gebracht. Die zwei neuesten sind jene aus den Kantonen Wallis und St. Gallen. «Das Schaufhauser Buch wird nächstes Jahr erscheinen. Dann fehlen noch die Kantone Glarus, Jura und Aargau», so Trudi Brühlhart. Aus der Romandie gibt es das Buch der Waadtländer Bäuerinnen. Weitere sind vorläufig keine geplant.

Authentizität ist bei den Landfrauen-Rezepten ebenfalls ein Thema, hält Trudi Brühlhart fest. «Gefragt sind Rezepte mit Zutaten, die um das Haus herum wachsen.» Aber es gibt auch Ausnahmen: «Ab und zu ist auch ein Curry-Rezept dabei.» Die Rezepte stammen allesamt von den Landfrauen, die sie teilweise von ihren Müttern, Grossmüttern und Urgrossmüttern überliefert bekamen. «Einige dieser Rezepte werden leicht angepasst. Mit Schmalz beispielsweise kocht man heute nicht mehr.» Dadurch sei die Landfrauen-Küche insgesamt etwas leichter geworden.

Authentisch. Tourismus. Authentizität als Gegenbewegung zur Globalisierung: Gerade im Urlaub suche der Gast nach dem, was es nur in einem Ort oder nur bei einem Menschen findet, sagt Felizitas Romeiss-Stracke.

Lokal statt global

«Ein Apple-Computer ist hoch authentisch.» Dies sagt die deutsche Tourismusforscherin Felizitas Romeiss-Stracke.

CHRISTINE KÜNZLER

Felizitas Romeiss-Stracke, ist die Schweiz ein Land authentischer Orte und Menschen?
In den Ballungsräumen ist die Schweiz genauso so global wie andere Regionen in Mitteleuropa. In Alpentälern wie dem Goms ist Authentizität jedoch noch zu finden.

Was ist für Sie original schweizerisch?
(Lacht). Das kann ich Ihnen so nicht sagen. Da müsste ich länger darüber nachdenken. Ich habe keine Clichés im Kopf, wie Alphörner und Käse.

Schokolade oder Fondue?
Nein, es ist ja alles globalisiert oder kosmopolitisiert. Vielleicht Qualität. Die Schweiz hat ja un-

ter Hansruedi Müller schon früh das Qualitätslabel eingeführt.

Der Tourismus braucht Echtheit. Sehen Sie das auch so?
Eindeutig. Und zwar als Gegenbewegung zur Globalisierung. Gerade im Urlaub will man zurück zu den Wurzeln. Zu etwas, was es nur an einem Ort oder bei einem Menschen gibt. Auch Heimat spielt dabei eine grosse Rolle.

Wird Authentizität von den Gästen auch als solche wahrgenommen?
Eine Gretchenfrage. Aus Sicht der Kulturkritiker verstehen die Gäste darunter Kitsch. Ich denke jedoch, die Empfindlichkeit gegenüber oberflächlichen Inszenierungen steigt. Denn wir leben in einer Gesellschaft der Bilder, die Menschen werden anspruchsvoller.

Ein Beispiel einer oberflächlichen Inszenierung?
Die Almdörfer, die in Österreich wie Pilze aus dem Boden schießen. Keins ist ein wirkliches Dorf. Es sind lediglich sehr gemütliche Holzhäuser, in denen man schön wohnen kann.

Schliesst Echtheit jegliche Inszenierung aus?
Nein. Schauen Sie sich den Markusplatz in Venedig an: Der Platz ist echt, jedoch eine gekonnte städtebauliche Inszenierung.

Was vor 100 Jahren authentisch war, ist es heute nicht mehr...

Authentizität wird oft mit früher gleichgesetzt. Was Anfang des 19. Jahrhunderts entstanden ist, so steht und benutzt wird, empfinden wir als hochgradig authentisch. Doch was heute entsteht und heute

benutzt wird, ist ebenfalls authentisch.

Darf Echtes auch modern interpretiert sein?
Es muss. Wir können uns ja nicht selbst musealisieren. Authentisch ist etwas, was aus einer gegebenen Situation der Wirtschaft oder der Technik dieser Zeit geschaffen wird. Ein Apple-Computer ist also hoch authentisch.

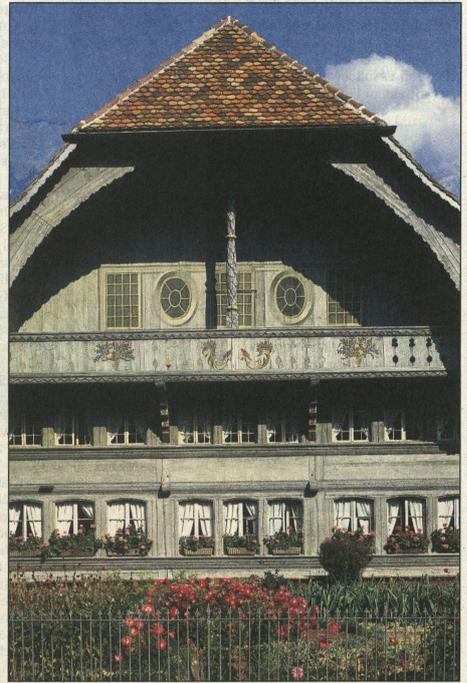
Darf's an bestimmten Orten auch mal Disney sein?
Wenn es so perfekt gemacht ist wie Disney, ist es okay. Disney wird leider meist mit Oberflächlichkeit und kommerzieller Inszenierung gleichgesetzt, doch wir können von ihnen lernen: in der Perfektion der Inszenierung. Disney ist raffiniert in den Abläufen, in der Farbwahl und kümmert sich um die Menschen.

Die deutsche Tourismusprofessorin Felizitas Romeiss-Stracke hat verschiedene touristische Fachbücher verfasst. Heute doziert sie an der Architektur-Fakultät der Universität München und am MCI Innsbruck. Zudem betreibt sie die Plattform Tourismus-Architektur www.tourismusarchitektur.de.



«Die Empfindlichkeit gegenüber oberflächlichen Inszenierungen steigt.»

Felizitas Romeiss-Stracke
Tourismusprofessorin



Ein typisches Madiswiler Haus. Das Haus steht im Ballenberg, ist aber original. Inszeniert oder echt? Wenn inszeniert, dann gut.

Swiss-Image

ANZEIGE



SCHWEIZ - SPANIEN - CHINA - USA

7 GUTE GRÜNDE | FÜR EIN STUDIUM IN LES ROCHES

- Personalverantwortliche der Branche haben Les Roches unter die besten 3 Einrichtungen weltweit im Bereich Hospitality Management für eine internationale Karriere gewählt (TNS, UK, Global Research - 2007)
- Anerkannt durch die Swiss Hotel Association
- Nach Universitätsstandards akkreditiert durch die New England Association of Schools and Colleges (NEASC), USA
- Ein breitgefächertes Angebot für Programme mit einer Dauer von 1-4 Jahren (Swiss Hotel Association Diploma, Bachelor Degree and MBA)
- Studenten aus über 80 Ländern
- Austauschprogramme zwischen dem Les Roches Campus in der Schweiz, in Spanien, in China und in den USA
- Durchschnittlich 3 Praktikumsangebote pro Student

**BEWERBEN SIE SICH JETZT
FÜR DEN STUDIENBEGINN
IM JANUAR 2010!**

Informationen und Beratung unter:

Enrollment Management Department
Rue du Lac 118
CH - 1815 Clarens - Switzerland

Tel : +41 21 989 26 00
Fax : +41 989 26 45
E-Mail: info@lesroches.edu

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LAUREATE
INTERNATIONAL UNIVERSITIES

WWW.LESROCHES.EDU

Neue Bücher

Die Finanzen in der Hotellerie im Griff haben

Das vorliegende Fachbuch stützt sich mit seinen Erläuterungen auf die aktuellen Bedürfnisse aus der Praxis in der schweizerischen Hotellerie ab. Es soll sowohl dem Praktiker in seinem Führungsalltag als



auch dem Studierenden viele nützliche Tipps über die finanzielle Führung vermitteln. Neben den modernsten Benchmarkzahlen sind Praxisfälle mit aktuellen Beispielen zu Aufgaben und Lösungen dargestellt. **dst**

Martin Eltschinger: **Finanzmanagement Hotellerie**, 772 Seiten, Fr. 150.–, erhältlich über consulting@eac-eltschinger.ch

Beruflichen und persönlichen Erfolg planen

Sowohl jungen Berufsleuten als auch «alten Füchsen» der Gastronomiebranche wird wertvolles Wissen über Teamwork, erfolgreiche Kommunikation, zwischenmenschliche Beziehungen, Stress-



management, Weiterbildung usw. vermittelt. Ansprechende Texte und Illustrationen garantieren ein angenehmes Lesevergnügen. Leere Seiten stehen zum Notieren von Gedanken, Ideen und Kommentaren zur Verfügung. **dst**

Martin Probst: **Die etwas andere Menüplanung**, 236 Seiten, Fr. 34.50, 978-3-837-074062

Bitte keine Medikamente

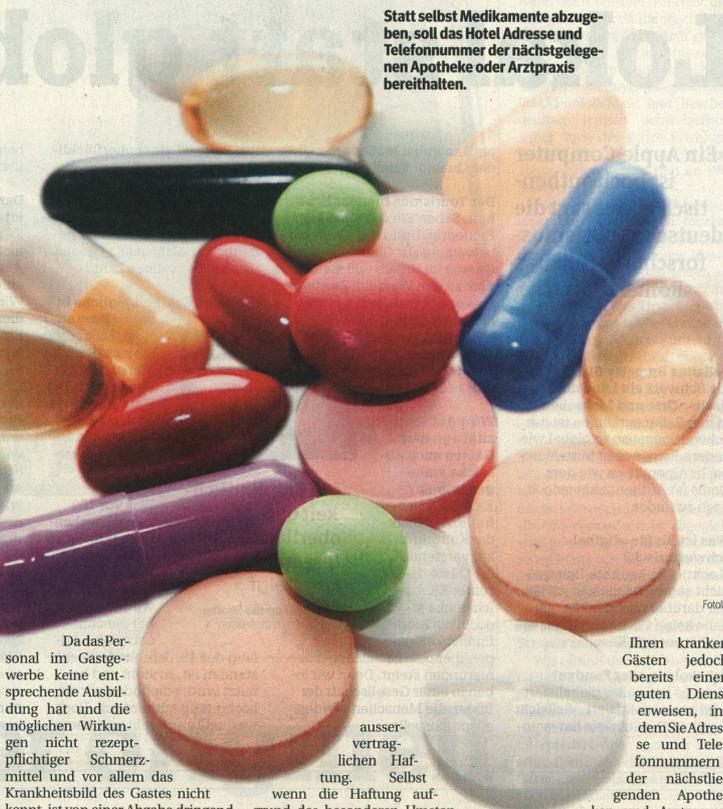


ARIANE BESSIRE
RECHTSBERATUNG
HOTELLERIE/SUISSE

Frage: Haftet das Hotel bei Abgabe von Schmerzmitteln an Hotelgäste, falls durch die Einnahme des Schmerzmittels Komplikationen hervorgerufen werden? Deshalb haben wir keine Hausapotheke bei uns im Hotel, die Nachfrage nach Schmerzmitteln – besonders Kopfschmerztabletten – ist jedoch gross. **D. K. aus R.**

Antwort: Es ist absolut korrekt, dass Sie in Ihrem Hotel keine Hausapotheke für die Gäste führen. Gemäss dem Heilmittelgesetz dürfen Medikamente (sowohl rezeptpflichtige als auch solche ohne Rezept) ausschliesslich von entsprechend ausgebildeten Personen abgegeben werden (Art. 24 und 25 HMG). Das Personal im Gastgewerbe fällt nicht darunter. Grund für diese strikte Regelung im Heilmittelgesetz sind unter anderem Stoffe, die in scheinbar harmlosen Schmerzmitteln vorkommen. Immer mehr Leute reagieren auf einzelne Stoffe im Schmerzmittel, vor allem im Zusammenhang mit der Dosierung und in Verbindung mit anderen Medikamenten allergisch, ohne dies jedoch vorher zu wissen. So kann beispielsweise Aspirin in Verbindung mit anderen, blutverdünnenden Medikamenten eine verheerende bis tödliche Wirkung haben. Auch das beliebte Schmerzmittel Paracetamol kann in Zusammenhang mit anderen Medikamenten, die denselben Wirkstoff enthalten, aufgrund zu hoher Dosis gesundheitsschädigend sein.

Dem Gastgewerbe fehlt die entsprechende Ausbildung
Bei der Abgabe des Schmerzmittels sollte daher die Fachperson stets fragen, ob der Kunde noch andere Medikamente einnimmt und ihn über sein Krankheitsbild befragen.



Da das Personal im Gastgewerbe keine entsprechende Ausbildung hat und die möglichen Wirkungen nicht rezeptpflichtiger Schmerzmittel und vor allem das Krankheitsbild des Gastes nicht kennt, ist von einer Abgabe dringend abzuraten.

Hotel kann für den Gesundheitsschaden haftbar gemacht werden

Treten bei einem Gast aufgrund des eingenommenen Schmerzmittels, das Ihr Personal ihm abgegeben hat, Komplikationen auf, die beim Gast gesundheitliche Folgen oder sogar dessen Tod zur Folge haben, kann Ihr Betrieb haftbar gemacht werden. Die Haftung richtet sich nach der

Statt selbst Medikamente abzugeben, soll das Hotel Adresse und Telefonnummer der nächstgelegenen Apotheke oder Arztpraxis bereithalten.

ausservertraglichen Haftung. Selbst wenn die Haftung aufgrund des besonderen Umstandes, dass der Gast das Schmerzmittel verlangt und selbst eingenommen hat, herabgesetzt würde, ist nicht auszuschliessen, dass Ihr Betrieb für einen Teil des Schadens aufzukommen hat. Da es sich dabei oft um hohe Gesundheitskosten handelt, lohnt es sich für ein Hotel nicht, dieses Risiko einzugehen.

Daher rät hotelleriesuisse, keine Medikamente, welcher Art auch immer, an Gäste abzugeben. Sie können

Ihren kranken Gästen jedoch bereits einen guten Dienst erweisen, indem Sie Adresse und Telefonnummer der nächstliegenden Apotheke und Arztpraxen bereithalten. Ideal ist natürlich, wenn Sie über einen «Hotelarzt» verfügen, an welchen sich die Gäste direkt wenden können.

Haben Sie Fragen?

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

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 Hobmeier/eho

Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/SlS

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus), Simone Leitner Fischer/SlS (Ressortleitung

dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français); Eugenio D'Alessio/eda; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef Verdling/kjv

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adbl

Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo

Korrektorat: Paul Le Grand

Volontär: Mathias Zaugg

Online Redaktion: Melanie Rott/rom

Verlag

Leitung: Barbara König

Assistentin: Monika Hausmann

Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs

Wys

Geschäftsanzwäger: Michael Müller,

Béda-Urs Schönenberger

Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF-beglaubigt 2008/09

verkaufte Auflage: 10 732; Gratisauflage: 769

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30; Jahresabonnement Fr. 145.–

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Adresse:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

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

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable

Mit Spezialisten das Erfolgspotential ausschöpfen:

Beraternetzwerk hotelleriesuisse

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

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Starköche unter sich
Das «Grandes-Tables»-Treffen bietet kulinarisches Netzwerken auf höchstem Niveau.
Seite 17

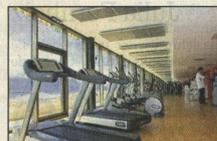


Gekannt in Szene gesetzt: die Aussicht vom Mont Pèlerin, auf die man auch beim Bad im Pool nicht verzichten muss.

Fakten Neue Suiten, neue Räume, neuer Generaldirektor

Seit 1. November 2009 leitet der gebürtige Venezianer Paolo Sanavia (54) als Generaldirektor das 5-Sterne-Hotel Le Mirador Kempinski Lake Geneva auf dem Mont Pèlerin. Sanavia folgt auf Eric Favre, der das Haus nach fast zehn Jahren verlassen hat. Der neue Direktor wechselte vom Kempinski Giardino di Costanza in Sizilien und kann auf 37 Jahre Erfahrung in der Hotellerie verweisen.

Das Haus auf dem Mont Pèlerin wurde von September 2008 bis Juli 2009 für 50 Mio Franken renoviert, aus- und umgebaut. eho



Fitnessraum mit Tageslicht und Weitsicht.



Das Badezimmer der 190 m² grossen Duplex Deluxe Suite.

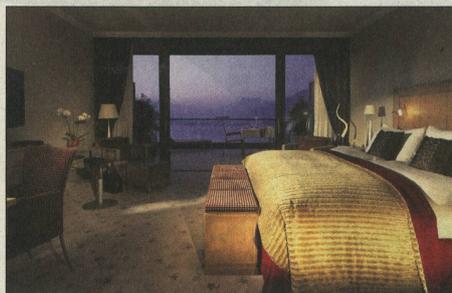
Wellbeing mit Weitblick

Das besondere Konzept Das «Mirador Kempinski» auf dem Mont Pèlerin setzt auf Medical Wellness. Das medizinische Zentrum wurde renoviert, die Spa-Suite ist demnächst fertig.

ELSBETH HOBBMEIER



Behandlung im Givenchy Spa – in der neuen, privaten Day Spa Suite mit Hamam, Sauna, Whirlpool und Massagen für zwei.



Jede der 45 neu gestalteten, grosszügigen Junior-Suiten verfügt über eine eigene Terrasse mit Blick auf den Genfersee.



Blick in die Royal Suite, besonders beliebt bei arabischen Gästen.

Die eigene Geschichte weist als roter Faden auch in die Zukunft des Hotels Mirador Kempinski. Denn bereits im Gründungsjahr 1904 wurde das Haus als «Etablissement Médical de Mon Repos» erbaut, war also sozusagen ein Vorläufer der Schweizer Spas. Angeboten wurden damals spezielle Luftkuren, und wohlhabende Patienten kamen von weither und suchten im milden Mikroklima über dem Genfersee Genesung.



«Wir positionieren uns als luxuriöses Haus im Medical-Segment. Hier liegt die Zukunft.»

Paolo Sanavia
Directeur General Mirador Kempinski

Aus dem «Mon Repos» wurde im Lauf der Jahrzehnte «Le Mirador», aus dem Sanatorium wurde ein luxuriöses Fünfsternehaus. Geliebt ist der «Médical»-Gedanke, der als Medical Wellness und Wellbeing gepflegt wird. «Viele unserer Gäste kommen für eine Kur, sie bleiben im Schnitt eine Woche», sagt Franzisca Maag, Sales & Marketing Assistentin, auf die Frage nach

dem Gästesegment. Dies kann aber im Sommer durchaus auch eine grosse arabische Familie sein, welche im angenehmen Schweizer Klima die Gesundheit prüfen und pflegen lassen will – und dann mit Vorliebe die 250 Quadratmeter grosse Royal Suite mit zusätzlichen Zimmern belegt. Rund 15 Prozent der «Mirador»-Gäste kommen aus dem arabischen Raum, einen weiteren grossen Anteil stellen auch Russen und Deutsche, 50 Prozent der Gäste sind jedoch nach wie vor aus der Schweiz.

Schon unter der Leitung des Direktorenpaars Eric und Claudia Favre genoss das «Mirador Kempinski» einen hervorragenden Ruf in Sachen Medical Wellness. Besonders gefragt sind die Ernährungsberatung, Protein-diäten, medizinische Checks, Zell-



Sogar die Behandlungsräume bieten Blick auf Berge und See.

erneuerungskuren des medizinischen Leiters Alex Ohlenschläger sowie die Behandlungen im Dentalzentrum. Anfang November übergaben die Favres Schlüssel und Verantwortung an ihren Nachfolger Paolo Sanavia und geniessen jetzt einen Erholungsurlaub in Südamerika, bevor sie sich neuen, zurzeit noch unbekanntem beruflichen Zielen zuwenden.

Die Mirador-Wellbeing-Suite soll Anfang 2010 bezugsbereit sein. Speziell im Medical-Wellness-Bereich bringt Generaldirektor Sanavia viel Erfahrung mit, hat er doch im sizilianischen «Kempinski Giardino di Costanza» ein Spa mit medizinischem Zentrum aufgebaut und



Das «Chalet» mit seiner rustikalen Küche bei der Bergstation des Funiculaire du Mont Pèlerin ist gemütlich und entsprechend gut belegt.

zum Blühen gebracht. Diesen Drive kann er nun weiterhin einsetzen: Das für 50 Millionen Franken umgebaute und diesen Sommer wiedereröffnete «Mirador» auf dem Mont Pèlerin legt ebenfalls grösstes Gewicht auf den Bereich Wellbeing. Renoviert und auf den neuesten Stand gebracht wurde nicht nur der gesamte Wellnessbereich, das medizinische Zentrum und das Spa

Givenchy, neu eingerichtet wurde zudem eine Day Spa Suite mit Sauna, Hamam, Jacuzzi für zwei Personen, welche die Privacy bevorzugen. Nicht mehr fertig auf die Eröffnung wurde die geplante «Mirador-Suite», welche auf 320 Quadratmetern jeden Wellbeing-Luxus bieten soll. «Anfang 2010 wird sie aber bezogen werden können», verspricht Franzisca Maag. Es soll die



Das Gourmet-Lokal «Le Trianon» hat neu 15 GM-Punkte und 1 Stern.

erste solche Luxussuite an der Riviera der Romandie sein.

Zum neuen Verwöhnprogramm zählen auch die 45 grosszügigen Junior-Suiten, der Eingangsbereich, die Terrassen und das neue Frühstückrestaurant, welche alle einen spektakulären Blick über See und Berge bieten. Soeben einen Michelin-Stern und 15 Gault-Millau-Punkte ergattert hat das Gourmetlokal «Le Trianon» mit Küchenchef Sylvain Trincat, während sich das gemütliche, einige Schritte weiter vorn bei der Funiculaire-Station gelegene «Chalet» nach wie vor als Publikumsrenner bestätigt.

McDonald's erhält einen grünen Anstrich

Die Fastfood-Kette McDonald's verabschiedet sich von ihrem auffälligen Logo: Statt auf rotem Grund wird das gelbe M künftig vor einem grünen Hintergrund prangen. Auf der Autobahnraststätte Kölliken im Kanton Aargau werde Mitte Dezember die erste Filiale mit der neuen Farbgebung eröffnet, so McDonald's-Schweiz-Sprecherin Nicole Schöwel. Es ist das 148. Restaurant der Fast-Food-Kette in der Schweiz. Schritt für Schritt erhielten in Zukunft auch alle bestehenden Restaurants ein grün-gelbes Kleid. Mit dem neuen Farbkonzept möchte McDonald's seine nachhaltige Qualitätsstrategie sichtbar machen. Die farbliche Neuausrichtung betrifft nicht nur die Schweiz, sondern wird in ganz Europa umgesetzt. *fee*

Beste Schweizer Réceptionistin: Julia Fernholz

Alle Jahre wieder treffen sich die Vize-Direktoren und Chefs de Réception der Schweizer 4- und 5-Sterne-Hotels, um im Rahmen ihrer Generalversammlung den besten Nachwuchs-Réceptionisten zu küren: Heuer ist es Julia Fernholz vom Hotel Beau-Rivage Genf. Sie wird im Januar 2010 in Madrid am internationalen Wettbewerb die Schweiz vertreten. *fee*

www.aicr.ch



Arne's

Arne van Grondel (54) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Vor 3 Jahren wanderte er aus nach Sardinien. Der Fischfachmann schreibt für die htr einmal pro Monat eine Kolumne.

ANZEIGE

Der Leidensweg der Languste

Kann Genuss sein, was aus Leiden kommt?

Die Languste – das Symbol der «Haute Cuisine» – ist delikat und begehrt und jeher etwas ganz Besonderes. Die Languste gehört zweifelsohne zum Feinsten vom Feinen, sie ist die absolute Delikatesse schlechthin, die in aller Welt von Feinschmeckern geschätzt wird. Mit ihrem herrlichen, bissfesten und ausgesprochen weissen Fleisch sind Langusten von einer wunderbaren Zartheit. Und mit ihrem fein aromatisch, süsslichen Geschmack sind sie das Beste, was uns das Meer schenkt.

Die Languste ist zudem eine köstliche Delikatesse, die ganz besonders auf die kommenden Festtage immer wieder gerne aufgetragen wird. Zu Beginn der Festtage erreicht der Konsum Hochsaison, dann wird stets neu Gewagtes ausprobiert, damit der Hauch des Exklusiven dieser begehrten, teuren Delikatesse, kulinarisch hochgehalten werden kann.

Einmal gefangen, werden die Langusten in einer mit Meerwasser gefüllten Anlage zwecks späterer Weiterverarbeitung gekühlt gehalten. Diese Lagerung ist alles andere als artgerecht: Die Einzelgänger werden mit ihren Artgenossen auf engstem Raum gehalten. In diesem Zustand müssen sie sozusagen bewegungslos und ohne Futter ausharren, bis die lebenden Tiere für den Transport bereitgestellt werden. Verursacht durch das beilege Eis sind sie längst apathisch und benommen, aber ihre Immobilität wird fälschlicherweise allgemein mit Kälteschlaf verwechselt. Schliesslich erreichen die Tiere, übereinander gestapelt und eng zusammengepfercht, erschöpft ihre letzte Destination.

Das Ende der qualvollen Leidenszeit endet im Kochtopf. Fragwürdige Behauptungen, dass bei der Languste, durch Sieden im kochend heissen



Langusten im Kochwasser sterben lassen, das ist für die Tiere reine Qual.

Wasser der sofortige Tod herbeigeführt werden kann, sind ein Mythos und halten sich hartnäckig. Dass dem nicht so ist, belegen fundierte Studien und eindeutige wissenschaftliche Erkenntnisse aus dem aktuellen Forschungsstand. Heutzutage gibt es keine stichhaltigen Gründe mehr, Langusten am «Leben» zu lassen, bis sie endlich gekocht werden. Der Verkauf lebender Langusten ist und bleibt unnötig. Die einzige akzeptable Lösung, die den Langusten – und natürlich auch allen anderen Krustentierarten – unnötige Qualen erspart, liegt auf der Hand: Betäubung und Tötung gleich nach dem Fang.

Dass es aber auch anders geht, beweist die Technik der humanen Tötungsart von «Crustastun», die bereits so weit entwickelt und marktreif ist, dass das Betäubungsgerät von verantwortungsbewussten Fischereiverarbeitungsbetrieben weltweit eingesetzt werden kann.

Der Crustastun basiert auf einem Forschungsprogramm der Universität Bristol und des Silsoe Research Institute und wurde von Studham Technologies entwickelt. Die Grundidee ist einfach: Die Krustentiere werden mit

Strom in weniger als einer Sekunde betäubt. Während der Betäubung tötet der Strom die Tiere innerhalb von wenigen Sekunden, indem er ihr zentrales Nervensystem vollständig zerstört. Anschliessend werden die Krustentiere verarbeitet und sofort eingefroren. Jetzt muss die geniale Erfindung nur noch überall angewendet und umgesetzt werden.

Frisch aus dem Meer – besser kann eine Languste nicht schmecken. Aber in diesen Genuss sollten nur die unmittelbaren Küstenbewohner kommen dürfen. Alles andere ist ein Kompromiss zu Lasten des Tieres. Gefrierware ist zwar keine Alternative zu frischen Produkten, doch dank der modernen Gefriertechnik machen selbst die grössten «Frische-Fanatiker» Zugeständnisse, wenn es um die exzellente Qualität gefrorener Langustenprodukte der Extraklasse geht. Ohne dabei in den Verdacht zu geraten, Tiefkühlware zu sehr zu propagieren, können so auch Gourmets im Binnenland am Genuss teilnehmen und die Leckerbissen geniessen.

Aufhorchen lassen zudem die grossen Anstrengungen von zwei Fischereien auf der anderen Seite der Erdkugel, die «Western Australian Rocks» in Australien mit dem MSC-Label und die «Leigh Fisheries» der «Lee Fish Group» in Neuseeland mit dem FOS-Label, welche sich beide für eine bestandserhaltende Fischerei einsetzen. Beide Fischereien wurden ausgezeichnet und zertifiziert, weil sie ihre Langustenfischerei nachhaltig bewirtschaften und vorbildlich mit den natürlichen Ressourcen im Einklang mit der Natur umgehen.

Somit bleibt zu hoffen, dass die Verantwortlichen aus der bestandserhaltenden Fischerei ihre lobenswerten Anstrengungen auch in der artgerechten Verarbeitung in Betracht ziehen, umsetzen und schliesslich gemeinsam vorantreiben. Zum Wohle des Tieres.

tela macht aus jedem Tisch ein Kunstwerk.

Eine Verkuppelung mit Folgen



**Das besondere Paar
Sein Kollege und ihr
damaliger Chef hat
sie zusammenge-
führt – mit Erfolg:
Andrea und Peter
Hegglin-Manser vom
Hotel Restaurant
Ochsen Menzingen.**

FRANZISKA EGLI

Es begann damit, dass sie überhaupt nicht Feuer und Flamme war. Das sei aber ein ganz toller Typ, versuchte sie ihr Chef von seinem Freund zu überzeugen. Er habe gar schon eine eigene Beizl, zückte er einen weiteren Trumpf – ein Argument, das sie so wenig überzeugte wie einst die Aussicht auf ein Leben auf dem Land. «Wenn ich etwas nicht wollte», sagt Andrea Hegglin, «dann selbstständig werden».

Trotzdem gewährte die damalige Praktikantin dem Fremden, mit dem sie verhandelt werden sollte, Unterschlupf in ihrem leerstehenden Appenzellerhaus, während er beim Aufbau des Pubs «Sherlock» half. Aber viel mehr, beteuert die St.Gallerin heute und lacht, wusste sie mit dem Verkuppelungsversuch nichts anzufangen. Bis sie beide das Zepter selbst in die Hand nahmen.

«Als Dank für die Übernachtungsmöglichkeit», führt sie die Geschichte zum Happy End, «lud er mich zum Znacht ein.» Und Peter Hegglin, der damals vor allem mit dem Wiederaufbau des elterlichen «Ochsen» beschäftigt war, gefiel ihr:

Seine Ehrlichkeit, ohne Machogehabe, das hat ihr imponiert. Zudem sah er auch noch gut aus. Sie lacht, und ihn dünkt, er habe sich in der Tat charmant bedankt. Das war im Jahr 1992, er war 30, sie 24, und er fügt eindeutig-zweideutig an, er sei danach ein paar Mal vom zugerischen Menzingen nach St. Gallen gereist.

«Ich bin nicht der Typ, der um 3 Uhr aufsteht, um auf dem Markt einkaufen zu gehen.»

Peter Hegglin
Hotel Restaurant Ochsen, Menzingen

**Der Liebhaber süsser Speisen
liebäugelte zuerst mit Konditor**

Der Gasthof Ochsen Menzingen, das war sein Elternhaus. Hier wuchs er auf, bis seine Eltern den Gasthof verpachteten und sich nur noch um die Metzgerei nebenan kümmerten. Das Gastgewerbe behagte Peter Hegglin seit jeher «vor allem auch des Genusses wegen»: Er sei nicht

der Typ, der um 3 Uhr aufstehe und auf dem Gemüsemarkt einkaufen gehe. Der Liebhaber süsser Speisen liebäugelte zuerst mit Konditor, bevor er sich für Koch entschied.

Dann verschlug es ihn nach Zürich, nach Crans-Montana, nach Luzern, nach Lausanne, schliesslich an die Hotelfachschule

Zürich.

«Als dann der «Ochsen» frei wurde, war klar, dass er ihn in vierter Generation übernehmen würde, so wie sein Bruder die Metzgerei übernommen hat. Der alte Gasthof wurde

abgebrochen und unter seiner Regie ein neuer aufgebaut, mit zehn Zimmern und mittlerweile sehr beliebten Rösti- und Cordon-bleu-Spezialitäten.

Andrea Hegglin, die in einer einfachen Quartierbeiz aufgewachsen ist und während ihrer Kennenlernphase noch an der Hotelfachschule Luzern war, hat bei der «Ochsen»-Eröffnung ein gutes Jahr später bereits tatkräftig mitangepackt. Aber im Gegensatz zu ihm war für sie nichts klar. Da war noch diese Unruhe. Sie musste noch anderes erleben, bevor sie

endgültig in das 4300-Seelen-Dorf zog. «Ich verstand sie so gut», sagt Peter Hegglin. Aber sie erinnern sich, wie im Dorf getuschelt wurde. Ist sie da? Ist sie nicht da?

Als sie schwanger wurde, nahm ihnen das jede Entscheidung ab

Ihnen war's egal, sie wussten um ihre Bande. Zwei Jahre war sie im Hotel Des Balances in Luzern tätig, «eine super Zeit», schwärmt sie, bevor sie schwanger wurde, was ihnen die Entscheidung abnahm: Sie wusste, nun war es an der Zeit, in den «Ochsen» zurückzukehren. Er wusste, er konnte nun um ihre Hand anhalten. «Kinder», dünkt ihn, «beenden jede Suche». Ihre eigenen, 9 und 11 Jahre alt, wachsen

auf wie sie beide, im Gastgewerbe.

Aber im Gegensatz zu vielen Familienbetrieben sind Hegglin nicht im Dauereinsatz, sie haben jährlich vier Wochen Ferien und seit jeher mit Küchenchef und Chef de Service ihre Stellvertreter. Eine Schulstunde war sein Schlüsselerlebnis: Das durchschnittliche Höchstalter eines Wirts betrage 53 Jahre, hiess es, und er wusste, «das kann's nicht sein». Und daran halten sie sich heute noch.

Die Serie **Gastpaaire** erzählen ihre Geschichte erscheint jeweils in der letzten Htr des Monats

Sie wusste von Beginn weg: Wenn sie ihn heiratet, heiratet sie auch den «Ochsen»: Andrea und Peter Hegglin-Manser. Bilder: PVS

Neue Bücher

Effektiv: 80 Rezepte, und alle im Glas serviert



Sie muss man kaum mehr vorstellen: Tanja Grandits, Chefin des legendären Restaurant Stuck in Basel und seit diesem Jahr stolze Trägerin eines Michelin-Sterns. Ihr neues Buch aber schon: «Alles klar», das sind 80 Rezepte (fotografiert von Michael Wissing) von Amuse-Bouches über Suppen und Hauptgängen bis zu Desserts, die allesamt im Glas präsentiert werden. Dank verschiedenen Schichten erzielt man tolle Effekte wie auch besondere Geschmacksergebnisse. Das Buch zeigt aber nicht nur, wie Gerichte im Glas effektiv präsentiert werden, sondern auch, wie direkt darin mariniert, gegart, geschmort oder gebacken werden kann. Das Glas eignet sich besonders gut für das langsame Garen von Fleisch und Fisch.

Tanja Grandits, **Alles klar. Im Glas gekocht – im Glas serviert**, AT Verlag, 200 Seiten, Fr. 39.90

Unkompliziert: einfache Rezepte vom 3-Sterne-Koch

Auch er ist wirklich kein unbeschriebenes Blatt: Guy Martin, Küchenchef des Pariser Restaurants

Le Grand Vefour, der 2000 gleich drei Michelin-Sterne erhielt. Sein neues Kochbuch nun heisst bescheiden «A la carte. Mit Freunden kochen und geniessen» und enthält 50 Rezepte «vom Aperitif bis zum Dessert». Dabei legt er mit seinen Rezepten das Gewicht nicht auf ausgefeilte Menüfolgen, sondern auf die Freude am unkomplizierten Beisammensein. Die Kreationen – von einer simplen Omelette über belegte Brötchen bis zum Orangensalat – sind für wirklich jede Gelegenheit gedacht und im Handumdrehen zubereitet.

Guy Martin, **A la carte. Mit Freunden kochen und geniessen. 50 Rezepte von Aperitif bis Dessert**, Werd Verlag, 143 Seiten, Fr. 34.–

Buonissimo: eine Liebeserklärung an die Küche Siziliens



«Diese 80 Familienrezepte sind ein kleiner Teil des Kochrepertoires meiner Mutter Maria, die, wie meine ganze Familie, in dem kleinen Dorf Militello in Val di Catania geboren wurde», erzählt Cetina Vicenzino. Cetina, Marias Tochter, hat mit viel Liebe und ebenso viel Stil die traditionsreichen Rezepte aus der echten sizilianischen Küche gesammelt, zubereitet und sehr schön bebildert: von Parmigiana Catanese (Auberginenaufbau) über Pani Cottu (Brotsuppe) und Virduri o'furnu (Ofengemüse) bis zu Cassata (sizilianische Torte). Da-

sesorten, Käseproduktion, Käsewanderrouden und Schaukäsereien. Ein Booklet verrät zudem Ausflugstipps und Wanderrouten. fee



zu gibt's Geschichten von Giusi Vicenzino und Menüs für Familienfeiern und jahreszeitliche Feste.

Cetina Vicenzino, **Mamma Maria! Familienrezepte aus Sizilien**, Christian Verlag, 224 Seiten, Fr. 42.90

Käsige: die Schweizer Käsekarte für jede Gelegenheit

Die Schweiz mit ihren über 450 Sorten ist stolz auf ihre Käsevielfalt, und auch die Kartografie ist ein typisch schweizerisches Handwerk. Da lag es auf der Hand, die beiden Markenzeichen miteinander zu verschmelzen: Auf der von Hallwag und Switzerland Cheese Marketing kreierten Swiss Cheese Map erfährt man alles über Schweizer Käse, Kä-



Schweizer Käsekarte 1:303 000, Hallwag Klümmerli+Frey, Fr. 19.80

www.swisstravelcenter.ch

**Jetzt bestellen!
Michel in AKTION**

**-.10 günstiger
20cl Glas**

**-.15 günstiger
33cl PET**

**-.20 günstiger
75cl Glas**

**-.20 günstiger
1L Glas**

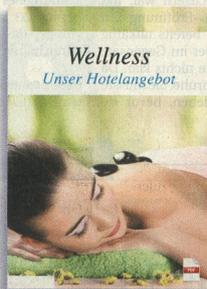
Michel®

Aktion vom 01.12. - 18.12.2009 bei Ihrem Getränke-Grossisten

Die Hotellsuchmaschine



Ab sofort Hotelfinden! www.swisshotels.com



Wellness
Unser Hotelangebot



Familie
Unser Hotelangebot



Kongress
Unser Hotelangebot

Je einfacher der Gast das findet, was er sucht, desto glücklicher wird er sein, desto lieber bucht er direkt im Hotel. Deshalb geht hotelleriesuisse jetzt neue Wege. Der Einstieg über Themenbücher macht das Hotelfinden leicht.

Wie Hotelfinden funktioniert, erleben Sie ab sofort online – oder auch über ein iPhone-Programm.



Rollstuhlgängig
Unser Hotelangebot



Design & Lifestyle
Unser Hotelangebot



Gourmet
Unser Hotelangebot



Unikat
Unser Hotelangebot



Hotelführer
Alle Mitgliederhotels



Choice of
Tanja Frieden

Hier eine erste Vorschau: neun Beispiele für die Themenbücher, unter anderem «Boarder Hotels» ausgewählt von Tanja Frieden. Weitere ganz persönliche Hotelbücher sind in Vorbereitung.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Tisch-Runde der Besten

Nur die besten Starköche dürfen in den «Grandes-Tables»-Club. Bei ihren Treffen werden Karrieren geschrieben.

PATRICIA BRÖHM

Es ist ein wenig wie bei einer Königsaudienz: Die geladenen Gäste treten in den grossen Saal von Paul Bocuse' Abbaye de Collonges-au-Mont-d'Or. Da sitzt der Hausherr, auf einer Bühne, in einem thronartigen Sessel, unbeweglich wie eine Wachsfigur. Und die berühmten Küchenchefs aus aller Welt, die meisten von ihnen selbst Träger von drei Michelin-Sternen, stehen geduldig Schlange, um den 83-Jährigen zu begrüssen, ein paar Worte zu wechseln, für ein Erinnerungsfoto zu posieren. Der grosse alte Mann der französischen Haute Cuisine hat zum Gala-Diner geladen, zum Abschluss des diesjährigen Jahrestreffens von «Les Grandes Tables du Monde Traditions & Qualité», wie sich ein wenig sperrig die Vereinigung internationaler Spitzenköche nennt, deren prominentestes Mitglied Bocuse ist. Die Ballung an besten Häuptern

Fakten Die Grossen der Schweizer Gourmet-Küche

Die Schweizer Mitglieder des Les Grandes Tables du Monde Traditions & Qualité: Denis Martin, Restaurant Denis Martin/Vevey; Didier de Courten, Restaurant Didier de Courten/Sierre; André Jaeger, Restaurant Die Fischerzunft/Schaffhausen; Philippe Chevrier, Restaurant Domaine de Château-Vieux/Satigny; Bernard Ravet, Restaurant L'Ermitage/Vufflens-le-Château; Philippe Rochat, Restaurant L'Hôtel de Ville/Crissier; Horst Petermann, Restaurant Petermann's Kunststube/Küsnacht; Gérard Rabaey, Restaurant Pont de Brent/Brent. pb



Aus aller Welt strömten sie zum diesjährigen Jahrestreffen nach Lyon: Die Vereinigung der «Les Grandes Tables du Monde Traditions & Qualité» zählt nur die weltbesten Sterne-Köchinnen und Sterne-Köche.

dürfte an diesem Abend in Lyon einmalig sein: Von französischen Kochlegenden wie Georges Blanc, Michel Guérard oder Michel Trama bis zu jungen Talenten wie Yannick Alléno vom Le Meurice in Paris oder Anne-Sophie Pic, die als einzige Frau in Frankreich drei Sterne ihr Eigen nennt und im Frühjahr ein Restaurant im Hotel Beau Rivage in Lausanne eröffnete.

Hier passiert kulinarisches Networking auf höchstem Niveau

Sogar aus Schweden, Japan, den USA und von der Insel Bali sind Kollegen angereist. Auch die Schweiz ist mit mehreren Mitgliedern vertreten. «Dies ist eine einmalige Gelegenheit, sich mit Kollegen aus aller Welt auszutauschen», sagt Denis Martin vom gleichnamigen Restaurant in Vevey. Und Horst Petermann von den «Küsnachter Kunststube» ergänzt: «Es ist die exklusivste Vereinigung weltweit, für uns ist es eine Ehre, dass wir dazu gehören.»

Les Grandes Tables du Monde Traditions & Qualité wurde 1954 von sechs Pariser Gastronomen gegründet und umfasst heute rund

150 Spitzenrestaurants auf drei Kontinenten. Die Mitglieder dieses wohl elitärsten Kochclubs der Welt fühlen sich höchster Qualität verpflichtet und sehen sich ansonsten, wie Heiner Finkbeiner, Patron der «Schwarzwaldstube» im süddeutschen Baiersbrunn, es formuliert, vor allem als ein «lockerer Freundeskreis von Gleichgesinnten». Das Aufnahmeverfahren ist jedoch streng geregelt: Nur wer von drei Paten vorgeschlagen und vom Führungsgremium gebilligt wird, ist dabei. Und wer qualitativ nachlässt, dem legen die anderen irgendwann diskret den Austritt nahe, ein Schicksal, das in diesem Jahr den Elsässer Emile Jung vom Strassburger «Au Crocodile» getroffen hat.

Bei Paul Bocuse wird an diesem Abend kulinarisches Networking auf höchstem Niveau betrieben. Man knüpft Kontakte, vermittelt sich gegenseitig Mitarbeiter und Stammgäste. Fragt man die jüngeren Küchenchefs nach ihren Karrierestationen, so fallen häufig die gleichen Namen. Die Pfade der internationalen Spitzengastronomie laufen immer wieder in einer

Handvoll Restaurants zusammen, allen voran bei Paul Bocuse, Alain Ducasse, Georges Blanc, Michel Guérard. Und natürlich in der «Auberge de l'Île» der Familie Haerberlin im elsässischen Illhäusern.

Der Sohn von Paul Bocuse ist Präsident der Vereinigung

Vater Paul war eine französische Kochlegende, heute hält Sohn Marc im 43. Jahr ununterbrochen die drei Sterne der Familie. Da ist es nur folgerichtig, dass die Mitglieder von Les Grandes Tables du Monde Marc Haerberlin auch in diesem Jahr wieder zu ihrem Präsidenten gewählt haben. Politisch geschickt ist es zudem, denn die alte Rivalität zwischen den Chefs aus Paris und Lyon wird so elegant umgangen – als Elsässer steht Haerberlin ausserhalb der beiden Grosslager der französischen Haute

Immer noch im Mittelpunkt und vorne dabei: Paul Bocuse.

Cuisine. Und er findet die richtigen Worte, demensich alle anschliessen können. Mit dem von Les Grandes Tables du Monde herausgegebenen Führer, sagt er, «wollen wir den Appetit wecken und dazu einladen, auf Reisen zu gehen und die grössten Küchenchefs rund um die Welt kennenzulernen.»

Nicht einfach «Flûtes», sondern «Ficelles»

Der Schweizer Feingebäck-Spezialist Kambly wartet mit einem neuen Apérogebäck auf: «Les Ficelles». Diese luftigen gedrehten Flûtes bestehen aus hochwertigen Ingredienzien und gibt's in drei Varietäten: «au fromage, aux lardons et aux légumes», «aux olives vertes et noires» sowie «aux tomates et fines herbes». fee



Niederlage für Vacherin Mont-d'Or

Der «Krümmenwiler Försterkäse» verletzte den AOC-Schutz des «Vacherin Mont d'Or» nicht, weist das Bundesverwaltungsgericht eine Beschwerde ab: Der Försterkäse sei trotz Holzreifen-Verpackung klar als solcher bezeichnet, eine Irreführung sei ausgeschlossen. Der Käsestreit zwischen der Käseerei Diriwächter und der Interprofession du Vacherin Mont-d'Or dauert bereits fünf Jahre. fee

Amuse-Bouche Ein Schweizer Chalet mitten in London



Das Swissôtel The Howard in London hat im Innenhof des eleganten Hotels an der Themse ein «typisch schweizerisches Chalet» eröffnet. Dieses steht eigentlich zur Miete für Firmenanlässe oder Privatpartys in den Wintermonaten zur Verfügung. An jedem Dienstagabend jedoch ist es für die Allgemeinheit geöffnet und bietet Fondue, Schweizer Spezialitäten und Weine. fee

www.swissotel.com

Sinkende Sterne im Süden

Die Schweizer Kochkunst hat im Guide Michelin 2010 gesamtthaft an Sternen zugelegt. Doch es gibt auch Verlierer, vor allem im Tessin.

GERHARD LOB

Die Anzahl 3-Sterne-Restaurants bleibt mit zwei Häusern im soeben erschienenen Guide Michelin 2010 auf dem Niveau der Vorjahre. 13 Lokale dürfen sich mit zwei Sternen schmücken. Und 69 Restaurants dürfen noch einen Stern an ihren Eingang hängen. Die Gourmet-Bibel hat ein neues 2-Sterne-Restaurant und acht neue 1-Sterne-Adressen auf die Liste genommen. «Mit insgesamt 101 Sternen ist die Schweiz das Land mit den meisten Michelin-Sternen pro Einwohner», heisst es in der offiziellen Pressemitteilung.

Doch bei allem Jubel geht fast unter, dass es auch Verlierer gibt.



Hat einen von zwei Sternen verloren: «La Bellezza» in Ftan.

Insgesamt sieben Häuser haben einen Stern verloren. Hart traf es das Tessin: Das «Motto del Gallo» in Taverna sowie die «Conca Bella» in Vacallo mussten ihren einzigen Stern abgeben. «Die beiden Restaurants im Tessin sind die einzigen, die den Stern aus qualitativen Gründen verloren haben», präzisiert zudem der Schweizer Michelin-Sprecher Tony Staub.

«Katastrophe für das Image der Restauration im Tessin»

Unter Gastrotechnikern stiess vor allem die Abwertung von «Conca Bella» auf Unverständnis. «Erst ein Jahr zuvor hat das Lokal unter dem jungen Koch Gian Luca Bos einen Stern erhalten, jetzt wurde es

schon wieder abgewertet: Dieses Jo-Jo überrascht sehr», sagt Rocco Bianchi, Gastrotechniker des «Corriere del Ticino».

Auch Carlito Ferrari, der als «Grimod» in der Tageszeitung «La Regione» zeichnet, kann den Entschluss nicht nachvollziehen. Er hat sogar einen Protestbrief an Michelin geschrieben. Von einer «Katastrophe für das Image der Restauration im Tessin» spricht Alberto Dell'Acqua, Herausgeber der Fachzeitschrift «Gastronomie & Tourisme». Er hat mit Ticino Turismo Kontakt aufgenommen. Das Tessin hat von fünf 1-Sterne-Restaurants nur drei behalten: «Orico» in Bellinzona, «Ecco» in Ascona, «Santabondio» in Sorengo. «Bedenkt man, dass das «Ecco» vier Monate im Jahr geschlossen ist, haben wir eigentlich nur noch zwei-einhalb Sterne», so Dell'Acqua.

Bei vier weiteren Restaurants in der Schweiz wurde ein Stern wegen Schliessung oder Betreiberwechsel gestrichen: «Parc des Faux-Vives» in Genf, «Kuriger's Paux»

in Bad Ragaz (SG), «Piz Umbrail» in Müstair (GR) und «Adler» in Fläsch (GR). Das Restaurant «La Bellezza» in Ftan (GR) hat einen von zwei Sternen verloren – bleibt also trotz Einbusse ein Sternelokal.

Chef-Köche dürfen sich nach den Gründen erkundigen

Warum ein Restaurant einen Stern verliert, wird nicht öffentlich gemacht. «Der Guide Michelin steht im Dienst der Reisenden, nicht der Küchenchefs», betont Tony Staub. Allerdings könnten sich die Chefköche mit der Redaktion in Verbindung setzen und individuell Infos erhalten.

Sternen-Jo-Jo? Gian Luca Bos vom «Conca Bella».

ANZEIGE

brecom

Ihr Partner für Entertainment, Inhouse-Kommunikation und Energie-Management

Entertainment und Inhouse-Kommunikation
Gäste-Internet
Hotel-TV-Geräte
Zulieferung TV-Signal
Energie-Management

Brecom Betriebs AG | Neumühlstrasse 42 | Tel. 041 711 85 52
CH-8406 Winterthur | office@brecom.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 –
teilen Sie uns Ihre
Anforderungskriterien mit**

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Verbesserung vom Betriebs-
ergebnis mittels Marketingmass-
nahmen mit neuen Angeboten und
Erschliessung neuer Märkte
- Organisation von Betriebsüber-
gaben und Nachfolgeregelungen
- Vermittlung bei Rechtsstreitig-
keiten zwischen den Parteien
- Projektentwicklung / Projektopti-
mierung zur Verbesserung der
Wirtschaftlichkeit und Finanzie-
rungskonzepte
- Rekrutierung von Direktionen,
Geschäftsführungen, Kader, An-
schluss an eine Betriebsgruppe
- Individuelle Beratungen

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

189-2237

 Zu vermieten
per 1.02.2010
modernes, gut gelegenes

**Restaurant - Bar
„El divino“**

in Ennenda/Glarus

Miete CHF 1'500.00

Montinvest AG ☎ 033 251 19 90
www.quadrag.ch info@quadrag.ch

472-2561

Verkauf infolge weitsichtiger Nachfolge-
regelung in bekanntem Zentralschweizer
Winter- und Sommertouristenort, mit gu-
ter Verkehrsanbindung, unmittelbar ne-
ben Skilift, an sonnenreicher Lage, sehr
gut unterhaltener und bestgeführter

*****HOTEL- &
RESTAURATIONSBEREICH
mit Wellnessbereich**

25 Doppelzimmer, SPA-Bereich, Restau-
rant 60 Sitzpl., Tagungsräume, Lingerie,
Ausbaureserve, renommiertem Betrieb,
sehr gute Umsatzzahlen, beste Referen-
zen. Evtl. könnte Verkäufer Betrieb
noch einige Jahre in Pacht übernehmen.
VP Fr. 4,5 Mio.
Anfragen unter Chiffre P 025-543385,
an Publicitas SA, Postfach 48,
1752 Villars-sur-Glâne 1.

4852-2629

anzeigen

**Wir suchen einen solventen Finanzpartner mit der professionellen
Fokussierung für eine Business-Strategie, die mit nachweisbarer
100%iger Sicherheit den Weg in die Zukunft aus dem bestehenden
internationalen Wirtschaftsdesaster führt!**

Verhandlungssumme in Sfr.:
1. Etappe Sfr. 250.000.–
2. Etappe Sfr. 250.000.–
3. Etappe Sfr. 300.000.–

Es werden nur solvente, potenzielle Partner eingehendst über sämtliche
relevanten Details anlässlich eines allumfassenden Meetings berücksichtigt.

Seriöse Interessenten sind gebeten unter dem Codewort «Megalight» sich zu
melden bei:

IMS International Marketing & Sales Company
Repräsentationsbüro Schweiz, Säntisstrasse 3a, 8008 Zürich,
Electronic, Light, High Levelled Consumer Goods Department
E-Mail bknoch@sunrise.ch, Tel. 0041 (0)44 261 07 37/0041 (0)76 494 66 96
Credit Suisse, Sfr. CH66 0483 5150 2182 8100 0
Credit Suisse, € CH32 0483 5150 2182 8200 0

4950-2687

aus- und weiterbildung

24. GastroForum Der Event für Fachfrauen
für die Frau 2010 aus Hotellerie, Gastronomie
und Tourismus

Genüsse
und andere
gastrophile Gefahren

10. bis 14. Januar 2010
Hotel Schweizerhof, Lenzenerheide

GastroSuisse Berufsbildung
T 0848 377 111 / F 0848 377 112
weiterbildung@gastrouisse.ch

GASTRO SUISSE

4860-2636

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

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

cahier français

htr hotelrevue No 48 / 26 novembre 2009



Valais

Les restaurants d'altitude font leur révolution. Coup de projecteur sur le phénomène. **Page 21**



Haute gastronomie
Les Grandes Tables du Monde viennent de fêter leurs 55 ans d'existence. **Page 23**



En 2008, la population résidente en Suisse a voyagé davantage à l'étranger qu'en 2003.

Alain D. Bollat

Statistiques

Tourisme journalier en recul en 2008

En 2008, la population résidente suisse a entrepris près de 100 millions de voyages, soit un peu plus qu'en 1998, mais moins qu'en 2003. C'est ce qui ressort de l'enquête de l'Office fédéral de la statistique (OFS) sur le comportement en matière de voyages. Il est apparu, qu'entre 2003 et 2008, les voyages d'une journée (12,7 par personne) ont reculé au profit des voyages avec nuitées (3,2 voyages). Ces derniers ont progressé de 2,2 millions pour atteindre le total de 20 millions. L'enquête montre aussi que les Suisses ont fait davantage de séjours à l'étranger. C'est surtout l'Allemagne et l'Autriche, ainsi que les destinations plus éloignées qui ont bénéficié de cet intérêt. L'Allemagne est devenue ainsi la première destination étrangère, devant la France, l'Italie et l'Autriche. La durée des voyages en Suisse s'est, quant à elle, élevée l'an passé à 3,6 nuitées en moyenne et celle des voyages à l'étranger à 15,6 nuitées, a révélé aussi l'enquête. mh

Le tourisme mieux saisi

La statistique touristique s'améliore. La réalisation, désormais annuelle, de l'enquête sur les habitudes des Suisses en matière de voyage, constitue un pas en avant apprécié.

MIROSLAW HALABA

Mieux connaître le tourisme pour mieux agir sur l'offre est un souhait permanent et maintes fois exprimé par les professionnels de la branche.

Les chiffres à disposition – en particulier, ceux de la statistique de l'hébergement – satisfont partiellement ce souhait. Des améliorations sont encore attendues.

Le processus est lent, mais il est en marche. On en veut pour preuve l'information communiquée vendredi par l'Office fédéral de la statistique (OFS) lors de son traditionnel séminaire d'automne sur le tourisme. Elaborée jusqu'ici tous les cinq ans, soit en 1998, en 2003 et en 2008, l'enquête sur « le comportement en matière de voyages de la population résidente suisse », dont les résultats partiels 2008 ont été diffusés également vendredi, se fera désormais annuellement.

« Cette annualisation permettra d'augmenter le potentiel d'analyse », a indiqué Marc Gindraux, le chef de la section mobilité de l'OFS. Elle permettra aussi à la Suisse de

mieux s'intégrer dans le processus d'harmonisation et d'échange des données sur le plan européen, un processus qui illustre la mise en œuvre des accords que notre pays a signés avec l'Union européenne dans le domaine des statistiques.

Consacrée à la demande, cette enquête des habitudes des Suisses en matière de voyages est intéressante à plus d'un titre. Elle donne des informations sur les facteurs socio-démographiques – tels que la taille

des ménages, leur revenu, leur lieu de résidence, l'âge, le sexe, les professions des enquêtés, les raisons de ne pas voyager –, ainsi que des informations sur les voyages: mode de transport, durée du séjour ou encore la forme d'hébergement.

Pour la branche touristique, cette annualisation de l'enquête est une bonne initiative. Ses représentants présents vendredi à Neuchâtel n'ont pas manqué de le faire savoir. « C'est très important pour la branche, car nous ne pouvons saisir l'activité

touristique qu'à travers la consommation », a souligné Karl Koch, du service « tourisme » du Seco. Il s'est réjoui notamment que l'on en sache désormais plus sur le comportement des seniors. « On parle partout de cette catégorie de touristes, mais il ne figure pas dans les statistiques », a-t-il ajouté.

Pour Mila Trombitas, directrice adjointe de la Fédération suisse du tourisme (FST), cette statistique annuelle comble une lacune, en particulier, ce qui a trait au comportement des hôtes à l'intérieur du pays. « C'est important pour les offices du tourisme qui pourront ainsi adapter leur offre de mobilité en connaissance de cause », a-t-elle indiqué. Membre de la direction et responsable du domaine « politique économique et social » d'hotellerie-suisse, Thomas Allemann s'est aussi réjoui de l'initiative de l'OFS qui



« Cette initiative illustre l'importance que l'OFS attache à notre secteur. »

Thomas Allemann
hoteliersuisse

L'amnistie fiscale italienne inquiète les Tessinois

A Lugano, les milieux touristiques craignent les effets de la campagne d'amnistie fiscale italienne. Tour d'horizon.

ANTIE BARGMANN

A Lugano, les acteurs du tourisme suivent avec inquiétude la guerre fiscale italo-helvétique. Ils s'émue-

vent des méthodes utilisées par Rome pour inciter ses ressortissants à rapatrier l'argent noir prétendument placé en Suisse.

Des informations alarmantes circulent

Depuis que le grand argentier transalpin, Giulio Tremonti, a lancé, à la mi-octobre, la 3e offensive d'« amnistie », des informations circulent au sujet de contrôles extraordinaires de la garde financière, de ca-

méras infrarouges installées aux douanes pour filmer les plaques d'immatriculation des Italiens pénétrant en Suisse et même d'agents en civil enquêtant sur les clients des banques en territoire helvétique.

« Les Italiens ont le sentiment d'être traités en suspects, ne serait-ce que par le simple fait d'entrer en Suisse », note Gabriele Beltrami, de GastroSuisse, que ces bruits et incidents énervent. « En ce moment, même celui qui n'a rien à cacher n'a

plus envie d'une escapade à Lugano ». A court terme, les restaurateurs craignent un reflux des clients italiens. Et les commerçants luganais ont peur que dans ce climat de suspicion, les ventes de Noël en pâtissent.

Car même les touristes transalpins qui ne sont pas liés à la place financière peuvent être intimidés par la campagne du fisc italien. « Ce qui se passe en Italie est une forme de terreur médiatique », juge Mario



La frontière italo-helvétique est désormais sous surveillance.

Tamborini, le porte-parole des commerçants de Lugano. « C'est toute l'économie de la zone frontalière helvétique qui fait les frais des pressions italiennes. Et il faudra peut-être des mois jusqu'à ce que la situation se normalise ».

A Lugano, on est convaincu que la régulation fiscale italienne aura des répercussions à long terme sur l'économie de la ville. Dans cette affaire, un recul possible de la clien-

tèle italienne des banques n'est qu'un aspect du problème. « Si la place financière luganaise doit supprimer des postes, nous perdrons aussi nos habitués, par effet domino », remarque Gabriele Beltrami, au nom des restaurateurs.

Les hôteliers se posent des questions

En octobre, étrangement, d'hôtellerie luganaise a enregistré un taux de réservations records, révèle Marco Sgorza, le directeur de Lugano Turismo. « Mais alors que les hôteliers devraient se réjouir, ils ne parlent que de l'inquiétude que suscite l'« amnistie fiscale italienne, car d'autres questions se profilent déjà: que va-t-il réellement advenir? »

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un article de la page 4

En bref

Suisse

Une nouvelle présentation du guide des hôtels

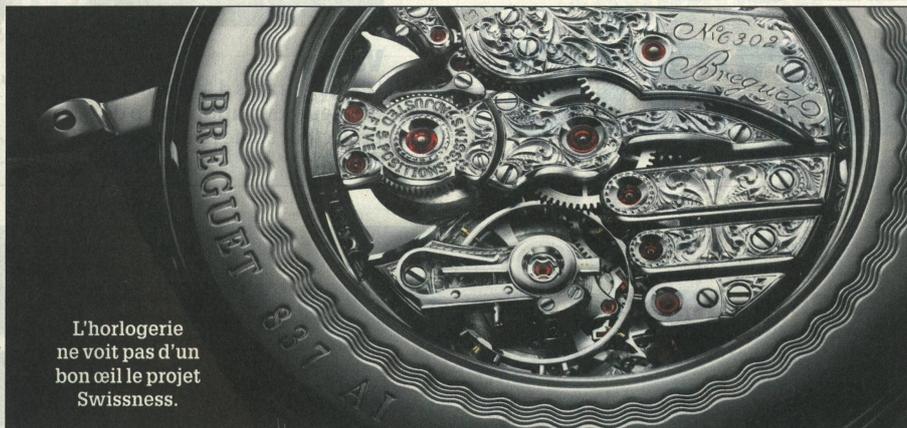
hotellerie suisse a lancé sur internet une nouvelle présentation du guide des hôtels. A l'adresse www.swiss-hotels.com, l'internaute pourra trouver l'hôtel de son choix selon un nouveau concept. Comme l'explique l'association faitière de l'hôtellerie suisse, le client définit désormais le thème, indique la destination, puis formule ses exigences de qualité. Des brochures thématiques - wellness, hôtels pour familles, par exemple - servent de point de départ à la recherche. Destinée particulièrement aux jeunes, la brochure «Tanja Frieden's Choice», présente ainsi un choix d'hôtels établi par la championne olympique de snowboard de 2006. Actuellement, 2150 hôtels sont répertoriés et accessibles selon les différents thèmes ou par région. Le guide des hôtels en ligne est de ce fait «le portail hôtelier le plus complet de l'hôtellerie suisse», indique l'association faitière. mh

Alpes vaudoises

Pistes de Villars et des Diablerets bien cotées



Les pistes de ski de Villars-Gryon et des Diablerets occupent une position enviable dans le nouveau guide hivernal «SkiGuide 2010» édité par le grand Automobile-Club d'Allemagne, ADAC. En effet, les domaines skiables des Alpes vaudoises arrivent en deuxième position au classement des domaines particulièrement bien adaptés aux enfants et à la clientèle familiale. La première place a été attribuée au domaine de Stubaial dans le Tyrol. Dans la catégorie «ski alpin», c'est le domaine de Zermatt/Breuil-Cervinia-Valturnanche qui est classé en première position. mh



L'horlogerie ne voit pas d'un bon œil le projet Swissness.

Une loi critiquée

Jusqu'à quel point un produit estampillé marque suisse doit-il être suisse? Le Conseil fédéral établit des règles strictes, qui provoquent des protestations.

THERES LAGLER/MATHIAS ZAUGG

Les produits authentiques et de qualité sont très prisés. Et ce d'autant plus qu'à l'étranger, la plus-value sur les produits «made in Switzerland» peut représenter jusqu'à 20% du prix de vente. Mais ce succès a aussi ses zones d'ombre. Pour freiner la multiplication des abus, le Conseil fédéral a révisé la loi sur la protection des marques. Le cœur du projet, appelé «Swissness» ou «Suisseitude», que le Conseil fédéral a approuvé la semaine dernière à l'attention du Parlement, est un ensemble de règles précises. Elles établissent dans quelles conditions préalables un produit ou une prestation de service peuvent être qualifiés de suisses (lire l'encadré). Tandis que les paysans se réjouissent des 80%

de matières premières de provenance suisse que doivent contenir les produits naturels transformés, l'industrie alimentaire s'en offusque. Emmi juge cette règle trop stricte. Ainsi, selon son porte-parole Stephan Wehrle, «il n'y a pas assez de vin indigène pour la production de la fondue prête à l'emploi». Dans la même veine, la Fédération de l'industrie alimentaire suisse écrit: «Des exigences exagérées quant à la part en matières premières suisses désavantagent notre place industrielle, alors que l'industrie alimentaire réalise une part croissante de son chiffre d'affaires à l'étranger.»

Produit réalisé avec des matières premières indigènes

Un point de vue que ne partage pas Sara Stalder, directrice de la Fondation pour la protection du consommateur: «Les producteurs prétendent souvent qu'à l'étranger, le fait qu'un produit soit fabriqué par l'artisanat suisse suffit au consommateur. Mais le consommateur helvétique part du principe qu'il est aussi réalisé avec des matières premières indigènes.»

Autres sujet de mécontentement: que des fabricants de biscuits comme Hugobou Kamblly se proclament avec «Authentic Swiss Tradition», mais se fournissent pour une bonne part en matières premières à

l'étranger. «S'il veut étiqueter leurs produits avec l'indication de provenance «Suisse» et la croix suisse, qu'ils appliquent à l'avenir la règle des 80%». Sara Stalder se soucie aussi que le Conseil fédéral n'accorde l'exception de la disponibilité qu'à des cas vraiment fondés, le cacao pour le chocolat, par

exemple, et non pour ce qui constitue, à ses yeux, une «tromperie du consommateur»: la viande séchée des Grisons avec du bœuf brésilien.

Pour les produits industriels, le Conseil fédéral propose que 60%, au lieu de 50%, des coûts de production soient à l'avenir réalisés en Suisse. Critique de Ronnie Bern-

1. Quel regard portez-vous sur le projet Swissness?

Un regard positif pour une démarche technique qui s'inscrit dans la consolidation d'une image suisse générale dont le tourisme représente l'un des principaux acteurs et bénéficiaires. La plus-value liée à la suisse n'est pas discutée pour notre «secteur d'exportations invisibles».

2. Quels sont les avantages de la «marque suisse» en proposant en quelque sorte une porte d'accès de qualité «orientée valeurs fondamentales».

Il renforce la notoriété d'outils tournés vers l'image positive d'un pays qui dispose d'une réputation de situation inouïe: la splendeur de ses paysages qui font de tous temps l'unanimité chez les visiteurs.



A chaud
Francis Scherly

Formation: Francis Scherly est docteur en sciences économiques. Il enseigne à l'Institut de tourisme, à Lausanne. Il est par ailleurs consultant en tourisme.

Des règles plus strictes pour les produits suisses

A l'avenir, pour prétendre porter la marque suisse, un produit devra remplir les conditions suivantes: pour les produits naturels, le lieu de la récolte doit être en Suisse. Pour les produits naturels transformés (de manière générale, les produits alimentaires), 80% au moins du poids des matières premières qui composent le produit doivent provenir de Suisse. Les exceptions prévues permettent d'exclure du calcul en particulier les produits naturels qui n'existent pas en Suisse, comme le cacao. Pour les produits industriels (machines, couteaux), 60% au moins des frais de production du produit doivent être réalisés en Suisse. Pour les prestations de service, l'entreprise doit avoir son siège en Suisse et doit être réellement administrée depuis notre pays. tl

heim, du groupe Mondaine: «Nous serions alors contraints d'acheter en Suisse des boîtiers et des cadrans à des coûts 4 à 10 fois plus élevés, ce qui augmenterait le coût des montres sans apporter de plus-value au client.» Déjà on s'interroge sur ce qui va rester du projet Swissness après les débats au Parlement.

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un article de la page 7

3. La marque suisse est-elle bien exploitée?

Depuis plusieurs années, l'une des forces de frappe incontestée de notre organisation touristique fut l'engagement performant, reconnu et envié de ses compétences internet. Tout cela s'est traduit par la montée en puissance de stratégies de marketing optimales dans lesquelles la marque suisse a joué un rôle déterminant.

4. Que faut-il protéger dans le tourisme helvétique?

La perception de la Suisse à l'étranger reste rassurante. Mais il faut cesser de se prendre la tête, nous ne sommes plus «uniques». Nous devons offrir toujours davantage de qualité, de sécurité, de plus-value, de fiabilité et d'organisation, en jouant sur la déclinaison moderne et festive de nos valeurs traditionnelles... eda

Plus d'itinéraires culturels

Via Storia met en place une stratégie globale pour le patrimoine culturel. Associée à l'offre de SuisseMobile, cette dernière devrait doter le tourisme helvétique d'un nouvel atout inédit.

MIROSLAW HALABA

La présentation, mardi à Yverdon-Bains, d'un nouveau Magazine des itinéraires culturels consacré à la Suisse romande, a été, pour Via Storia, un bon prétexte pour expliquer ce qui est en train de se mettre en place dans le domaine du patrimoine culturel. Chargée de valoriser les itinéraires culturels, cette institution planche, en effet, depuis deux ans sur une stratégie globale qui doit réunir sous le même toit, la valorisation et la sauvegarde du patrimoine culturel, la promotion des spécialités régionales des produits du terroir et la formation scolaire. «Nous avons constaté, indique le directeur de ViaStoria,

Hanspeter Schneider, qu'il y a bien des concepts isolés, à l'image du projet de protection des allées d'arbres, mais qu'une stratégie globale en matière de patrimoine culturel faisait défaut.»

Tous les partenaires ayant été aujourd'hui trouvés, tels que les Hautes écoles pédagogiques, le Musée suisse des transports et Pro Patria, pour le volet didactique, le projet peut aller de l'avant. «D'ici cinq ou six ans, il devrait être en place», assure Hanspeter Schneider.

A la base du projet figurent les douze itinéraires culturels nationaux - en Suisse romande, la ViaJura ou la ViaSalina, par exemple - élaborés par ViaStoria, grâce à l'inventaire des voies de communi-

cation historiques de la Suisse (IVS) qui s'est achevé en 2003. A ceux-ci s'ajouteront, ces prochaines années, quelque 250 à 300 itinéraires régionaux.

Tant les premiers que les seconds bénéficieront, si ce n'est pas déjà le cas, de relations avec l'offre de produits régionaux ou de documents pédagogiques revêtant une identité commune.

Pour Hanspeter Schneider, ce projet est particulièrement prometteur pour le tourisme helvétique, puisqu'il est question de l'associer à SuisseMobile. «La combinaison des deux offres permettra à la Suisse de se doter d'un énorme USP, SuisseMobile proposant la mobilité douce et ViaStoria le contenu culturel», dé-



«Combinées, les offres SuisseMobile et ViaStoria constitueront un énorme USP.»

Hanspeter Schneider
Directeur de ViaStoria



Avenches est en bonne place dans le nouveau magazine.

clare-il. On notera que le magazine, présenté à Yverdon, est le septième et l'avant-dernier de cette série. Celle-ci permis à ViaStoria de présenter les douze itinéraires culturels nationaux. Il est probable que les prochaines publications soient consacrées aux itinéraires régionaux, indique Sandro Benedetti, chef de projets de ViaStoria en Suisse romande. Le concept n'est toutefois pas encore arrêté.

Nouveau

Jet-Cut

Film fraîcheur
lisse, sans plis et ultra rapide!

Jet-Cut et Jet-Cut avec réserve
le Film fraîcheur révolutionnaire
maintenant chez votre CC et fournisseur



Le nouveau restaurant Chetzeron, au-dessus de Crans-Montana, ouvrira ses portes le 1er décembre.

terroir et les ambiances free-ride, le réseau se caractérise aujourd'hui par la variété de l'offre. «En six ans, le rapport qualité-prix des restos d'altitude de Verbier a grimpé de 33 à 57%», note Eric Balet. Le domaine skiable est passé à environ 2000 places à l'intérieur et à près de 5000 en terrasse. Toutefois, «les jours de pointe, où plus de 18000 skieurs sont sur les pistes, ça ne suffit pas».

La qualité et la diversité de l'offre se sont améliorées

Sur le domaine skiable de Crans-Montana-Aminona (CMA), la qualité et la diversité de l'offre en restos d'altitude, une vingtaine au total comme à Verbier, se sont aussi «beaucoup améliorées, bien que certains établissements restent mieux cotés que d'autres», explique



L'établissement mise sur l'espace et la sobriété.

Morte, ainsi que la cabane des Taulles. L'animation, comme la table et les infrastructures, font l'objet d'un soin nouveau. Les «after» au Bar 7, dans une tente au bas des pistes, «marchent très fort», se réjouit Alexandre Latrille, du marketing CMA, tandis que le restaurant des Violettes, devenu en partie gourmet l'hiver dernier, inaugure cet hiver un free-flow avec plats minutes.

Une réalisation architecturale exemplaire

A Crans-Montana, la saison hivernale sera marquée par l'ouverture du restaurant Chetzeron, une réalisation architecturale exemplaire, à 2112 mètres d'altitude, signée par Collectifarchitectes, un jeune bureau emblématique d'un souffle qui gagne du terrain en Valais: pas de kitsch ni de faux vieux, mais de l'espace, de la lumière, de la sobriété et des matériaux nobles et indigènes.

Le patron, Sami Lamaa, mise sur une cuisine alpine inventive avec une carte des vins à la hauteur. Un moine venu d'Extrême-Orient a procédé à une analyse feng shui pour organiser l'espace. Au bar, les services à café sont des œuvres colorées que le client peut acheter au profit d'une œuvre d'entraide. Dédié au calme et à la sérénité, le Chetzeron ouvrira le 1er décembre.



Une terrasse nichée à 2112 mètres d'altitude.

que Arthur Clivaz, directeur de CMA. Sur le Haut-Plateau comme à Verbier, la majeure partie des restaurants sont en mains privées, tandis que la société de remontée mécanique intensifie stratégiquement ses efforts de mise à niveau de ses propres établissements.

Par effet d'entraînement, les investissements sont soutenus dans les deux catégories. Ainsi, par exemple, CMA a investi deux millions en deux ans pour développer et mettre à jour ses établissements sur la ligne des Violettes, à la Plaine-

Les restos des cimes muent

Le monde des restaurants d'altitude se transforme. Verbier et Crans-Montana illustrent bien cette évolution. Enquête.

GENEVIÈVE ZUBER

C'est un trend plus ou moins général dans les Alpes: les restaurants d'altitude riment de moins en moins avec bunkers à skieurs et usines à frites. Comme l'explique Eric Balet, directeur de Téléverbier, «aujourd'hui, pour assurer la compétitivité d'un domaine skiable, il faut des pistes et des installations performantes, mais aussi un réseau de restaurants, bars et buvettes attrayant».

L'univers des établissements d'altitude change pour répondre aux nouvelles attentes en matière gastronomique, de confort et d'espace d'une «clientèle vieillissante, entre 30 et 50 ans, et avec davantage de moyens».

Du Chalet Blanc, un club privé très haut de gamme où les spaghettis sont à plus de 50 francs, aux pizzerias en passant par les plats du

En bref

Suisse

Détérioration de la marche des affaires attendue

Les perspectives dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration ne sont guère favorables. L'enquête du Centre de recherches conjoncturelles de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich montre que les entreprises s'attendent au cours des six prochains mois «à une nouvelle détérioration de la situation». Pour le quatrième trimestre, 26% des entreprises interrogées prévoient de réduire leurs effectifs et 6% seulement envisagent de les augmenter. A noter que 80% des sociétés n'envisagent pas de modifier leurs prix. mh

Neuchâtel

Le Mycorama en difficulté financière

Exploitant à Cernier (NE) le seul site européen consacré aux champignons, la Fondation Mycorama connaît une situation financière nécessitant un assainissement. Pour ce faire, elle envisage de vendre son bâtiment, voire de se dissoudre. Elle note que le Mycorama, qui avait ouvert ses portes en octobre 2007, «n'a pas obtenu les moyens financiers suffisants pour se donner le temps de faire connaître un projet aussi spécifique et pour assumer financièrement son propre bâtiment». mh

AMONG THE TOP 3 HOSPITALITY MANAGEMENT SCHOOLS IN THE WORLD

Les Roches
INTERNATIONAL SCHOOL OF HOTEL MANAGEMENT

POURQUOI | LES ROCHES?

- Les professionnels de l'industrie classent "Les Roches" parmi les 3 meilleures écoles hôtelières au monde pour une carrière internationale (TNS, UK, Global Research - 2007)
- École reconnue par l'Association "Hotelleriesuisse"
- Accréditée au niveau universitaire par "New England Association of Schools and Colleges" (NEASC)
- Grand choix de programmes académiques de 1 à 4 ans (Swiss Hotel Association Diploma, Bachelor Degree et MBA)
- Environnement de travail international avec plus de 80 nationalités représentées sur le campus
- Possibilités de transfert dans le monde entier entre les campus "Les Roches" en Suisse, en Espagne, en Chine et aux États-Unis
- 3 offres de stage offertes en moyenne par étudiant

PLACES ENCORE
DISPONIBLES POUR LA
RENTÉE DE
JANVIER 2010

Pour de plus amples informations,
veuillez vous adresser à :

Enrollment Management Department
Rue du Lac 118
CH - 1815 Clarens - Switzerland
Tel : +41 21 989 26 00
Fax : +41 989 26 45
E-Mail : info@lesroches.edu

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LAUREATE
INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Dans l'attente de la neige



Le Valais touristique, comme ici à Derborence, attend la neige.

Swiss-Image

Ne pas déranger!
Je regarde
Samsung.



L'objectif principal de chaque hôtelier est d'offrir à ses clients un séjour d'excellence avec un service et une ambiance de première classe. La nouvelle série 4 d'Hôtel-TV LCD de Samsung complète l'équipement de vos chambres d'hôtel. C'est grâce à sa technologie innovante et son design moderne qu'elle crée une telle ambiance. Plusieurs informations sur hotel.samsung.ch

SAMSUNG

Même si la neige n'est pas encore au rendez-vous, Valais Tourisme est confiant pour la saison d'hiver.

MIROSLAW HALABA

Saison 2009/2010 L'offre s'est enrichie

C'est une offre enrichie dont profiteront cette saison les hôtes du tourisme valaisan. Comme le fait remarquer, en effet, Urs Zenhäusern, le directeur de Valais Tourisme, des investissements importants ont été consentis dans le domaine des remontées mécaniques. Et de citer, notamment, les stations de Zinal, de Verbier, de Riederalp, de Bellwald ou encore de Zermatt qui toutes ont amélioré leurs installations en prévision de la nouvelle saison. mh

O n est encore loin des bonnes conditions d'enneigement qui avaient prévalu l'an

passé en novembre déjà. Cela n'empêche pas Valais Tourisme de se montrer confiant pour la saison hivernale. «Les stations ouvrent, dans l'ensemble, leurs portes vers le 12 décembre. Il peut encore se passer beaucoup de choses d'ici là», indique son directeur, Urs Zenhäusern.

Selon les informations obtenues par ses services, «l'état des réservations est bon pour Noël, Nouvel An et Carnaval». «Comme la demande est plus forte que l'offre durant ces périodes, les gens réservent d'une année à l'autre. Ce qu'ils ont fait pour cette année aussi. Nous n'avons pas senti la crise», explique-

t-il. La situation économique difficile ne manquera toutefois pas d'avoir des effets. «Ce qui nous fera le plus mal, ce sera le recul de la clientèle britannique, qui représente 6% des nuitées», note Urs Zenhäusern.



«L'état des réservations est bon pour Noël, Nouvel An et Carnaval.»

Urs Zenhäusern
Directeur de Valais Tourisme

La promotion pour la présente saison hivernale s'est faite dans le cadre d'une stratégie à moyen terme. Le Valais profitera, en tout cas, cet hiver aussi de l'effet Lötschberg.

«Nous avons aujourd'hui bien plus de Zurichois qui viennent en Valais qu'avant l'ouverture du tunnel de base», commente Urs Zenhäusern. L'engouement pour le Valais n'a toutefois pas été sensible que dans le canton de Zurich. Les hôtes argoviens ou d'autres cantons de Suisse alémanique sont aussi présents en plus grand nombre.

Le Jura veut renforcer l'attrait de l'étang de la Gruère

Le canton du Jura entend revaloriser l'étang de la Gruère avec deux objectifs principaux: accroître le potentiel touristique et préserver les richesses naturelles.

EUGENIO D'ALESSIO

Avec près de 100 000 visiteurs par année, l'étang de la Gruère, aux Franches-Montagnes, est le site le plus visité du Jura. Mais l'exploitation touristique de cette tourbière classée réserve naturelle en 1943 tarde à décoller.

Marier tourisme et protection de l'environnement

Pour redresser la barre, tous les acteurs concernés, la commune de Saignelégier, Jura Tourisme, l'Association régionale Jura-Bienne et le canton, notamment, ont créé, à la mi-novembre, une charte destinée à mettre en valeur cette perle verte. Ce projet ambitieux vise à marier développement touristique et protection de l'environnement.



L'étang de la Gruère est le site le plus visité du Jura.

Alain D. Bollat

La charte prévoit en effet deux zones distinctes. La première, dans le secteur de la Theurre, à l'entrée du site, devrait abriter les activités touristiques à proprement parler, avec un nouveau parking et le centre d'accueil évoqué par Philippe Flotiront. La seconde, baptisée «sanctuaire», couvrirait la tourbière et ses abords, avec une promenade aménagée et un parcours nature.

Un investissement de l'ordre de 10 millions de francs

Le gouvernement jurassien envisage de soumettre ce projet au parlement en 2011. Les investissements pour l'étang de la Gruère devraient figurer dans la planification financière 2012-2015. Selon les premières projections, ce projet de revalorisation devrait coûter entre 5 et 10 millions de francs.

Pour mémoire, l'étang de la Gruère touche quatre communes: Saignelégier, Le Bémont, Montfaucon et Tramelan. Sa surface totale s'étend sur 120 hectares, dont 56 de tourbière. Le site peut se prévaloir d'une flore et d'une faune exceptionnelles. Son passé remonte aux années 1500.

Aux yeux de Philippe Flotiront, le directeur de Jura Tourisme, il s'agit en priorité d'«amener de la valeur ajoutée.» Et d'expliquer: «Les visiteurs affluent en masse vers l'étang de la Gruère, mais ils manquent les structures touristiques qui leur permettraient de consommer. L'idée est donc de créer, à l'extérieur du site, un espace de détente où les gens pourraient boire un verre ou acheter un souvenir.»

Mais, avertit Philippe Flotiront, «cet effort de développement touristique ira de pair avec le respect du cachet réserve naturelle de l'étang de la Gruère, qui sera notamment mieux balisé.»

Le raout des grands chefs

Les Grandes Tables du Monde ont fêté récemment leurs 55 ans. Un moment d'intense émotion chez Paul Bocuse dans son antre de Collonges-au-Mont-d'Or.

PATRICIA BRÖHM

Fondées en 1954, les Grandes Tables du Monde Traditions et Qualité comptent quelque 150 établissements aux quatre coins de la planète. L'accès y est cependant strictement réglementé: trois parrainages accordés par des membres qui présentent le dossier à l'assemblée générale.

Un petit air d'audience royale

Moment d'émotion, fin octobre, lors du dîner de gala qui a réuni les meilleures toques du monde à l'occasion de leur assemblée générale annuelle et des 55 ans de l'associa-

tion, chez Paul Bocuse, à l'Abbaye de Collonges-au-Mont-d'Or. Et un petit air d'audience royale à l'entrée du restaurant: une longue file, composée en majorité de chefs trois étoiles, attendait patiemment de pouvoir saluer le maître de céans, 83 ans, le membre le plus éminent de l'association.

Parmi eux, des chefs légendaires ou des jeunes talents tels Yannick Alléno du Meurice, à Paris, ou Anne-Sophie Pic, seule Française à avoir acquis une troisième étoile et qui a ouvert un restaurant au Beau-Rivage Palace, à Lausanne.

Des pairs arrivés de tous les continents. De Suisse en particulier, représentée par plusieurs membres. «C'est une occasion unique de s'entretenir avec des confrères du monde entier», souligne Denis Martin, du restaurant homonyme à Vevey. «C'est l'association la plus select du monde et un honneur pour nous d'y appartenir», ajoute Horst Petermann, du Kunststuben, à Küssnacht. Cette soirée permet d'ex-

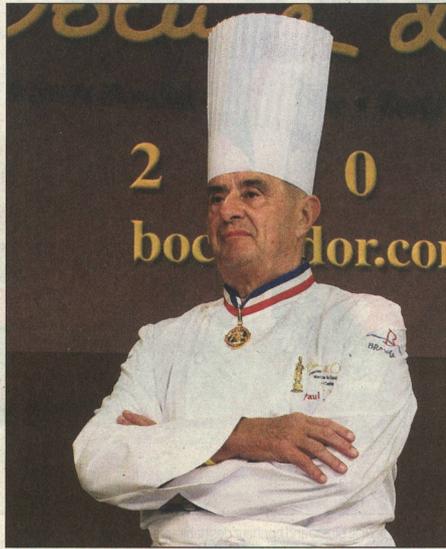
ploiter un réseau au plus haut niveau, de nouer des contacts, de recruter des collaborateurs.

Les mêmes noms reviennent souvent

Quand on interroge les jeunes chefs sur leur carrière, ce sont souvent les mêmes noms qui sont évoqués. Les rôles de la haute gastronomie internationale sont toujours tenus par une poignée de restaurants, et avant tout, par Paul Bocuse, Alain Ducasse, Georges Blanc, Michel Guérard. Et par l'Alsacien Marc Haeberlin, de l'Auberge de l'Ill, à Illhäusern, reconduit cette

année encore à la présidence des Grandes Tables du Monde. Un président qui a trouvé les mots justes: «Nous voulons éveiller l'appétit et, par là, inviter au voyage à la découverte des terroirs inconnus, des produits authentiques et sélectionnés et des plus grands chefs.»

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 17



Paul Bocuse, le membre le plus éminent des Grandes Tables du Monde.

«Nous voulons inviter au voyage à la découverte des terroirs inconnus.»

Marc Haeberlin
Président Grandes Tables du Monde

Découvertes

Un sommelier suisse bientôt à l'honneur

L'hôtel-restaurant le Montrachet, en Bourgogne, remet à l'honneur un prix institué en 1988. Cette distinction récompensera, pour l'édition 2010, un sommelier œuvrant dans un restaurant helvétique. Les participants seront évalués sur trois critères: leurs connaissances des vins de Bourgogne, la qualité de la carte des nectars de l'établissement où ils travaillent et leur capacité à proposer des accords mets/vins. Le jury, composé de professionnels de la branche et de journalistes, se réunira en janvier. Le vainqueur sera désigné au printemps 2010. eda

Un bilan réjouissant pour Vinifera

Le 37^e marché international du vin Vinifera, qui a pris fin dimanche dernier à Bienne, a connu un succès pétillant. Durant une dizaine de jours, une trentaine d'exposants ont comblé les envies de découverte de quelque 4000 dégustateurs. Invités d'honneur cette année, l'Espagne et le Portugal ont eu l'occasion de faire connaître la variété et la qualité de leurs nectars. Quant aux vignerons du lac de Bienne, ils ont, comme chaque année, animé la manifestation avec un stand richement garni. eda

Le «caviar alpin» investit Frutigen

Fruits tropicaux et élevage d'esturgeons avec de l'eau chaude des Alpes: la Maison tropicale de Frutigen pérennisera son existence grâce au «caviar alpin».

GUDRUN SCHLENZCEK

Une Maison tropicale et un élevage d'esturgeons: voilà qui peut sembler incongru dans l'Oberland ber-



Alain D. Bollat

Manger dans une ambiance tropicale, c'est désormais possible à Frutigen.

nois. Et pourtant, grâce à l'eau chaude provenant du tunnel du Lötschberg, à Frutigen, le sens de cette démarche se dévoile. A 20 degrés, cette eau ne pouvait être déversée dans la Kander en raison des dangers pour la faune et la flore. C'est donc pour éviter de refroidir artificiellement cette eau que la Maison tropicale a été réalisée.

Production respectueuse de l'environnement

Sur les quelque 2,5 hectares, la production doit être compatible avec la protection de l'environnement et des espèces. La salle d'exposition et la visite guidée expliquent d'où vient la chaleur de la

Maison tropicale, comment elle est utilisée, ce que veut dire une alimentation saine et une pisciculture durable.

Peter Hubschmid, l'instigateur du projet, entend élever jusqu'à 70 000 esturgeons sibériens dans les bassins extérieurs et produire 45 tonnes de chair d'esturgeon ainsi que trois tonnes de caviar. Ce sera fait dans 10 ans. Au début, la vente de poisson devrait rapporter un million de francs, soit un quart du chiffre d'affaires total, selon le directeur, Fritz Jost. Quand la population d'esturgeons aura atteint son plafond, la vente de caviar seule, entre autres dans les rayons de l'actionnaire principal Coop, devrait

représenter les trois quarts du chiffre d'affaires (objectif: 12 millions).

Dix tonnes récoltées par année

Les fruits tropicaux cultivés dans des serres, sur 1000 mètres carrés, seront préparés et mangés sur place: bananes, papayes, goyaves, mangues, caramboles. Dix tonnes seront récoltées par année. Le visiteur peut admirer environ 30 plantes, les acheter et les déguster au restaurant. Kurt Jost veut aussi exploiter l'organisation d'événements dans l'ambiance tropicale du site.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article en page 3



IGD

Après six mois de réflexion, le restaurant des Dents Vertes de Vounet, au-dessus de Charmey (FR), a rouvert ses portes le samedi 21 novembre. La capacité de la salle du rez a été portée de 110 à 220 places, alors que celle de la terrasse est passée de 78 à 124 places. Les travaux ont coûté 2,5 millions de francs. eda

Immense choix des appareils gastro!

FUST

voire partenaire pour consultation, livraison, montage et service des appareils gastro!

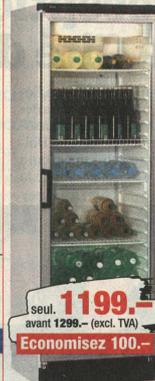
Profitez de la possibilité de location!

- Garantie de prix bas de 5 jours (détails www.fust.ch)
- Toujours des modèles d'exposition et occasions avec de super rabais

Location sur tous les appareils!
*Durée min. de location: 3 mois

Réfrigérateur à boissons

NOVAMATIC KSUF 371-IB
• Capacité utile 351 litres
• H/L/P: 185 x 60 x 60 cm
• Verrouillable



seul. **1199.-**
avant 1299.- (excl. TVA)

* Location par mois fr. 66.- (incl. TVA) No art. 1108321

Armoire à vin climatisée

NOVAMATIC KSWF 765-IB
• 2 zones de température réglable chacune séparément 5°C jusqu'à 22°C
• Pour env. 113 bouteilles de 0,75 litre



seul. **1578.-**
avant 1764.- (excl. TVA)

* Location par mois fr. 84.- (incl. TVA) No art. 1108360

Réfrigérateur CNS

Electrolux KSU RS06RX1F
• Capacité utile 600 litres
• Température: -2°C jusqu'à +10°C
• H/L/P: 200 x 72 x 78 cm



seul. **2974.-**
(excl. TVA)

* Location par mois fr. 157.- (incl. TVA) No art. 198153

Laver la vaisselle en 2 minutes!

NOVAMATIC BHC 433.1
• Dimension de panier: 40 x 40 cm
• Hauteur de passage: 27,5 cm
• 2 programmes



seul. **3345.-**
avant 3624.- (excl. TVA)

Economisez 279.-

* Location par mois fr. 177.- (incl. TVA) No art. 106616

BE: EUROFust Biel/Bienne, 032 344 16 00 **FR:** Villars-sur-Glâne, 026 409 71 51 **JU:** Courrendlin, 032 436 15 60 **GE:** Genève, Rue de Rive, 022 817 03 80, Genève, La Paille, 022 308 17 27, Genève, Centre Commerciale, 022 304 82 60, Meyrin, 022 783 20 00, **NE:** La Chaux-de-Fonds, 032 924 54 24, Marin, 032 756 92 40 **VD:** Ecublens, 021 695 25 30, Romanel-sur-Lausanne, 021 643 09 70, Vevey, 021 923 09 50 **VS:** Conthey-Sion, 027 345 39 85, Visp-Eyholz, 027 948 12 40.

Autres succursales Fust téléphone 0848 559 111 (tarif local) ou www.fust.ch.

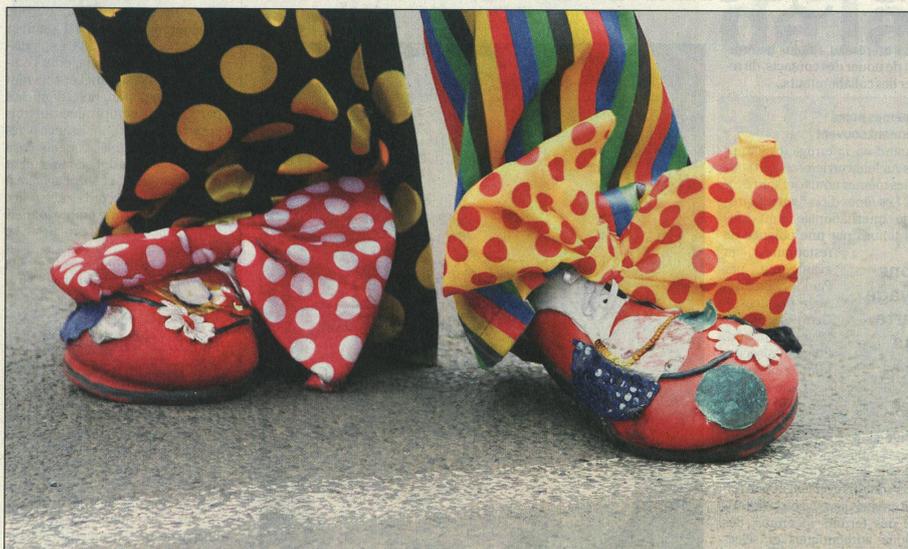
Fust
gastro
professional

Aussi chez Fust: collectionner superpoints.



«Une entreprise hôtelière ne doit pas seulement satisfaire ses clients, mais également rapporter de l'argent.»

Rodolph Schiesser (Page 5)



Les clowns animeront les rues de la calviniste Genève, pour le plus grand bonheur des habitants et des touristes.

Photos Fotolia

«Que Genève Tourisme s'associe à nous et désigne le cirque comme thème au cœur des Fêtes de Genève constitue un plus», se réjouit Youri Messen-Jaschin.

Outre les cirques traditionnels tels Knie, Nock, Starlight, qui assureront le spectacle comme chaque année, la ville sera prise d'assaut par des petites compagnies et des artistes qui feront d'elle la capitale mondiale du cirque. Tous les arts du cirque seront représentés. Pour toucher un public très large, «60% des spectacles seront gratuits»,



s'enthousiasme Youri Messen-Jaschin.

Un patron des Fêtes qui se montre enthousiaste

Christian Colquhoun, directeur des Fêtes de Genève, ne cache pas son enthousiasme à s'associer à l'événement: «Il est difficile d'estimer les retombées qu'il peut générer en termes de nuitées. Par contre, au niveau de l'image, c'est très fort. Il n'y a qu'à voir Monaco qui associe son image à celle du cirque depuis des années.» Et de poursuivre: «Le cirque fait rêver. C'est la magie, le mystère. Et ce, sans frontières et sans langages. C'est parfait pour une ville cosmopolite comme Genève.»

Pour ajouter au faste de l'événement, La Poste va lancer au printemps un timbre «Le Monde du

Les gens

Carole Bouquet, ambassadrice des Relais & Châteaux



L'actrice et vigneronne française Carole Bouquet assumera durant l'année 2010 le rôle d'ambassadrice des Relais & Châteaux. Elle succède à l'écrivain Douglas Kennedy. Elle a préfacé le nouveau guide du groupement. Parmi les nouvelles inscriptions au guide figure, en qualité de 29^e établissement suisse, le Restaurant Lampart's à Hägendorf (SO). On notera encore que lors du dernier congrès des Relais & Châteaux, qui s'est tenu à mi-novembre à Biarritz, Jaime Tapies a été réélu à la présidence du groupement pour quatre ans. mh

En bref

Les contours du Musée Charlie Chaplin dévoilés



Les initiateurs du futur Musée Charlie Chaplin, qui devrait ouvrir ses portes en 2012 à Corsier-sur-Vevey, ont présenté lundi ses contours détaillés de leur projet. Les documents serviront à la mise à l'enquête publique qui durera jusqu'au 21 décembre. Ils contiennent notamment des représentations imagées du parcours scénographique. L'investissement prévu est de 50 millions de francs. Il comprend notamment la construction, sur le Domaine de Ban, qui a été le lieu de résidence de Charlie Chaplin, d'un hall d'exposition. mh

Le cœur du cirque va battre à Genève

En 2010, le monde du cirque sera non seulement le thème des Fêtes de Genève, mais régnera également sur la ville durant toute l'année. Aperçu.

ALEXANDRE NICOU LIN



Les numéros d'équilibre, un classique du cirque.

A six semaines de son lancement, «Le Monde du Cirque Genève 2010» donne déjà des frissons: un budget de 4,5 millions, nonante partenaires culturels, seize communes genevoises impliquées, la promesse de 365 spectacles en 365 jours, des artistes et des cirques de 34 pays, une centaine de chapiteaux. De la grosse affaire, pour sûr. «Le Monde du Cirque», label déposé par son organisateur Youri Messen-Jaschin, n'en est pas à son coup d'essai. Une première édition s'était déroulée à Lausanne en 1987. Un franc succès, puisque la manifestation avait attiré 485 000 spectateurs. Puis, à la faveur des engagements de Youri Messen-Jaschin, elle fut mise entre parenthèses, puis sombra un peu dans l'ou-



Acrobaties, charme et féerie, un cocktail vitaminé qui sera servi gratuitement tout au long de l'année 2010 à Genève.

bli, jusqu'à ce que, il y a quatre ans, l'homme à la baguette magique ne s'active pour lui insuffler à nouveau la vie. La plus belle des nouvelles étant tombée voici trois semaines:

Cirque Genève 2010». Mais motus et bouche cousue, Youri Messen-Jaschin ne peut rien révéler...

www.mondeducirque.ch

Le merlot Quattromani 2007 présenté en avant-première au Lausanne Palace

Le célèbre vin tessinois, concocté par un quatuor de vigneron de choc, a joué les stars dans l'hôtel vaudois.



Une quintette à la fête (de gauche à droite): Claudio Tamborini, Angelo Delea, Jean-Jacques Gauer, Guido Brivio et Feliciano Gialdi.

La nouvelle cuvée du merlot Quattromani 2007 a été dévoilée en première à la mi-novembre au Lausanne Palace. Des personnalités de renom telles que le directeur du cinq-étoiles lausannois, Jean-Jacques Gauer, et le directeur de l'Office du tourisme du Tessin, Marco Solari, ont assisté à cet événement. Le merlot Quattromani est le fruit de la collaboration entre quatre viticulteurs passionnés, Guido Bri-

vio, Angelo Delea, Feliciano Gialdi et Claudio Tamborini. Associé depuis 10 ans, ce quatuor est leader de la branche viticole tessinoise, avec une production totale de quelque deux millions de bouteilles. Le Quattromani est élevé en barriques pendant vingt mois et aiguisé pendant six mois en bouteille afin d'être apprécié à sa juste valeur. Outre son rayonnement national, il est connu hors de nos frontières. eda

La reine des réceptionnistes œuvre dans la Cité de Calvin

Le Trophée Bucherer 2009 récompensant le «meilleur jeune réceptionniste» est revenu à Julia Fernholz, du Beau-Rivage, à Genève.

EUGENIO D'ALESSIO

C'est le samedi 21 novembre, à Genève, dans le cadre fastueux du Crowne Plaza, le plus grand hôtel du pays, que s'est déroulée la 15^e édition du Trophée Bucherer, une compétition visant à dénicher le «meilleur jeune réceptionniste».

Quinze candidats convoitaient la couronne sous le regard expert d'un jury composé notamment de Peter Grossholz, le responsable de la formation continue à hotellerie suisse, et de Fabio Corti, le directeur de la section tessinoise de l'organisation faitière des hôteliers. Julia Fernholz,

qui œuvre au Beau-Rivage, à Genève, a remporté le titre. Elle a devancé Nadja Weidner, de Swissôtel Zurich, et Rahel Bren, du Dolder Grand, un établissement qui également pignon sur rue dans la

de 39 points sur 40 possibles. Elle a également brillé dans l'épreuve du jeu de rôle, où les candidates étaient confrontées à un couple de clients pour le moins exigeants... Auréolée de son titre na-



L'impératrice des réceptionnistes suisses, Julia Fernholz, est entourée de ses dauphines Nadja Weidner (à gauche) et Rahel Bren.

ville des bords de la Limmat. D'origine allemande, la reine des réceptionnistes suisses s'est distinguée dans les questions théoriques, avec un score remarquable

tional, Julia Fernholz va pouvoir participer au David Campbell Trophy, qui désignera le «meilleur réceptionniste» de la planète, du 13 au 17 janvier 2010 à Madrid.

Un chalet suisse aménagé au centre de Londres



Le groupe hôtelier Swissôtel affirme son identité helvétique. Un exemple récent de cette politique est l'aménagement d'un chalet suisse dans le Swissôtel The Howard, établissement situé au centre de Londres. Ce chalet, d'une surface de 92 m², peut accueillir jusqu'à 250 personnes. Il peut être loué par des entreprises ou des privés pour des réceptions de fin d'année. Le mardi, il est à disposition du public. Il propose des fondues, des spécialités et des vins de provenance suisse. Le «Swiss Chalet» est ouvert jusqu'au 31 mars. mh

Kadernachwuchs (w/m)

weitere Jobs unter www.migros.ch

Entscheidend ist Ihr Potenzial!

Die Gastronomie der Migros Ostschweiz ist im Aufwind. Um den Erfolg sicherstellen zu können, suchen wir junge (idealerweise 23-28 Jahre) und engagierte Kadernachwuchsteile, die den Wunsch haben, innerhalb einer individuellen Laufbahnplanung spannende und herausfordernde Leitungsfunktionen zu übernehmen. Wir suchen nach Vereinbarung

Kadernachwuchs (w/m), für die Zielfunktion Leiter/in Restaurant, Region Thurgau und Schaffhausen, Zürcher Oberland sowie Winterthur

Ihr Aufgabengebiet

In einem auf Sie zugeschnittenen Laufbahnplan werden Sie auf die zukünftigen Anforderungen eines(r) Restaurantleiters/in vorbereitet. In einem 2 bis 3-jährigen Ausbildungs-Programm lernen Sie die Bereiche der Migros-Gastronomie kennen und werden dabei bestens auf die entsprechende Zielfunktion vorbereitet.

Unsere Anforderungen

- Grundbildung im Bereich Gastronomie, z.B. Koch, Hotelfachassistent/in usw.
- Weiterbildung Niveau eidg. Fachausweis oder die Bereitschaft, diesen zu absolvieren
- Mehrjährige Berufserfahrung nach Lehrabschluss zwingend
- Erste Führungserfahrung
- Dienstleistungs- und gastgeberorientiertes Denken und Handeln
- Hohe Sozialkompetenz
- Teamorientierte Persönlichkeit
- Kontaktfreude und Kommunikationsfähigkeit
- Überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft
- Hohe Mobilitätsbereitschaft mit Zug oder Auto (Einsätze finden an verschiedenen Standorten statt)

Wir bieten

Die Migros bietet die besten Arbeits- und Anstellungsbedingungen im schweizerischen Detailhandel!

Wir suchen frische und qualitätsbewusste Mitarbeitende, die gemeinsam mit uns die Zukunft der Migros erfolgreich mitgestalten. Zudem bieten wir die Möglichkeit, in einem innovativen Unternehmen ein Kadernachwuchsprogramm zu absolvieren und eine interessante Stelle zu übernehmen:

- attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Günther Lamp, Leiter Verkaufssparte Gastronomie, Tel. 071 493 23 10, gerne zur Verfügung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige **Online-Bewerbung** unter www.migros.ch/DE/Stellen/stellenboerse.

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Cornelia Willi, Personelles

MIGROS

Die Gastronomiegruppe



Wir sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschen Schweiz sowie mehr als 1700 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für die von uns im Auftrag geführte

Cafeteria im schweizerischen Landesmuseum

Museumstrasse 2, 8006 Zürich

suchen wir per sofort eine

Cafeterialeitung (w/m)

Ihre Aufgaben: Zu Ihren Aufgaben gehören hauptsächlich die operative Führung des Betriebes, die Weiterentwicklung des bestehenden Konzeptes sowie das Erledigen allgemeiner administrativer Arbeiten. Im Sommer produzieren Sie circa 40 Mittagessen und Erstellen die Mitarbeiterzeitsplanung von 2 Mitarbeitenden. Ebenfalls sind Sie für die Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheit im Betrieb verantwortlich.

Ihr Profil: Wir suchen eine frontorientierte, flexible Person, welche bereits über sehr gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse und fundierte Erfahrung in ähnlicher Funktion verfügt. Zudem besitzen Sie eine Kochausbildung oder haben sich sehr gute Kochkenntnisse angeeignet. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Dienstag bis Sonntag.

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZFV-Unternehmungen
Füllestrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch



SCHLOSS LAUFEN | ERLEBNIS AM RHEINFALL

HALTEN SIE HOF VOR SCHLOSS LAUFEN

Ein Märchen wird wahr: Für den Februar 2010 suchen wir für das Erlebnis Schloss am Rheinfall einen/eine

LEITER ODER LEITERIN SNACK

der/die im vorgelagerten Besucherzentrum die Herzen und Gmäulen der Besucher erobert. Als Gastgeber/Gastgeberin ohne Fehl und Tadel beweisen Sie Ihre Vielseitigkeit an der Kasse, im Service und in der Küche. Gemeinsam mit Ihrer kleinen Hofgarde kämpfen Sie für das Wohl der Besucher. Zu Ihrem Reich gehört die schöne Terrasse mit 250 Plätzen. Hochzeitsgesellschaften, Oldtimer-Enthusiasten, Workshoper, Businessgesellschaften, Gourmets, Kulturinteressierte, Familienausflüger oder Wandervögel zählen auf Ihr Organisationstalent für die unterschiedlichsten Anlässe. Überzeugen Sie uns mit Ihrer Bewerbung.

SV (Schweiz) AG | Reto Gerspacher
Memphispark, Wallisellenstrasse 57 | CH-8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0) 43 814 14 46 | reto.gerspacher@sv-group.ch



Das Spital Schwyz ist ein mittelgrosses Akutspital und für die medizinische Grundversorgung im Einzugsgebiet Schwyz zuständig. Die Verpflegung hat für Patienten, Besucher, Veranstaltungsteilnehmer und Mitarbeitende eine zentrale Bedeutung. Wir sind Gastgeber und suchen per 1. April 2010 eine kompetente und motivierte Persönlichkeit als

Küchenchef/in 100%

Das traditionelle und saisonale Speiseangebot unseres Hauses wird geschätzt wie auch die ernährungsbewusste mediterrane Küche, welche wir in allen Bereichen täglich anbieten. Kombinieren Sie Kreativität mit Qualität und kochen Sie mit Leidenschaft? Sind Sie innovativ und schätzen ein starkes Team?

In dieser Position sind Sie für folgende Aufgaben verantwortlich

- Angebotsplanung für Patienten, Mahlzeitendienst, Personalrestaurant und Mythen-Café
- Führung des gesamten Küchenteams
- Ausbildung der Lernenden
- Aktive Unterstützung der operativen Abläufe (Produktion/Fertigung/Service)
- Konsequente Umsetzung der Qualitäts- / Hygienestandards und dem Lebensmittelgesetz

Sie bringen mit

- Berufserfahrung als Küchenchef mit entsprechender Fachausbildung
- Zusatzausbildung als Diätkoch/Diätköchin vorteilhaft
- Weiterbildung als Berufsdiplomer
- Gute Arbeitstechnik und Kenntnisse der gängigen IT-Arbeitsmittel
- Organisationstalent und Führungsqualitäten
- Offenheit, Flexibilität und Qualitätsbewusstsein

Wir bieten Ihnen moderne und zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Eine abwechslungsreiche und herausfordernde Tätigkeit in einem marktorientierten Unternehmen wartet auf Sie! Möchten Sie mehr erfahren? Maria Schöpfer, Leiterin Hotellerie, T 041 818 40 57 steht Ihnen gerne für ergänzende Auskunft zur Verfügung.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:
Spital Schwyz · Personaldienst · Waldeggrasse 10 · 6430 Schwyz
esther.roethlisberger@spital-schwyz.ch
www.spital-schwyz.ch

In guten Händen.



Blausee

Naturpark. Hotel. Spa. Restaurants.
Alpine Bio-Forellenzucht. Shop.

...werden Sie

Chef de Service

im erfolgreichen Restaurant Blausee!

Sie besitzen eine sehr gute fachliche Ausbildung, können eine mittlere Brigade motivierend als Vorbild führen, sind Gastgeber und Verkaufstalent. Wein und Gault Millau-Punkte bringen Sie ins Schwärmen. Sie kommunizieren auch in Französisch und Englisch und Sie sind ein Organisationstalent. Den „Spagat“ zwischen Bankett- und à la Carte-Geschäft beherrschen Sie und Sie behalten den Überblick, wenn deutlich mehr als 100 Gäste verköhnt werden wollen. Auch das Wort „Event“ löst bei Ihnen Begeisterung aus. Schlicht, wir suchen die neue starke Stütze an der Front in unserem wunderschönen Betrieb.

Eine Stelle, die ebensoviel Entwicklung zulässt wie Sie Verantwortung, Loyalität und Sozialkompetenz verlangt. Werden Sie ein wertvolles Mitglied des Kaderteams. Sind Sie diese Persönlichkeit, die unser motivierendes Umfeld bereichert? Schauen Sie rein auf www.blausee.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!
Inge Gander

Hotel Restaurant Blausee 3717 Blausee
033 672 33 33 www.blausee.ch



Restaurant zur Schäferstube

3906 Saas Fee

Für unser traditionsreiches und urchiges Restaurant suchen wir für kommende Wintersaison

Servicemitarbeiter/innen
und
Köche

meeting point
morenia
SAAS-FEE

Topmodern und mitten im Skigebiet suchen wir noch

Köche

Wenn Sie interessiert sind, in einem der schönsten Wintersportorte mit viel Schnee und Sonne zu arbeiten, erwarten wir Ihre Bewerbung an:

Waldhüs Bodmen
z. Hd. Martin Beutler, 3906 Saas Fee
Tel. +41 27 957 20 75

E-Mail: morenia@bluewin.ch

Seminarhotel GERZENSEE

Das Seminarhotel Gerzensee ist ein Haus der Stiftung der Schweizerischen Nationalbank, ausgezeichnet mit dem Q11 und liegt inmitten einer einmaligen Landschaft. Wir verfügen über 54 Hotelzimmer, Seminararräumlichkeiten, Restaurants und eine Vielzahl von Freizeitmöglichkeiten in und um das Hotel. Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per 1. Februar 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Reception (w/m) 100%

In dieser spannenden Funktion sind Sie für die Leitung und Organisation des Empfangs verantwortlich. Sie führen Monats- und Jahresabschlüsse durch und übernehmen Receptionsschichten. In Ihrer Führungsaufgabe sind Sie für ein Team von vier Mitarbeitenden zuständig und deren Arbeitseinsatzplanung sowie der Durchführung von Qualifikationsgesprächen. Sie gewährleisten der Direktion einen konstanten Informationsfluss bezüglich Buchungs-, Reservations- und Auslastungsstand. Eine professionelle und dienstleistungsorientierte Betreuung der Gäste und die Verantwortung über die Debitoren, der ausgehende Post sowie die Büromaterialverwaltung runden Ihre vielseitige Tätigkeit ab.

Ihr Profil

- Ausbildung als Receptionist/in oder KV-Ausbildung
- Stilischer in Deutsch, gute Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch
- Erfahrung in einer ähnlichen Position
- Gute PC- und Hotelsoftwarekenntnisse
- Hotelfachschulabschluss von Vorteil

Wir bieten

- Permanente Aus- und Weiterbildung
- Spannendes Umfeld
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Seminarhotel Gerzensee
Andrea Müller, Stv. Hotel Direktorin
Dorfstrasse 2
3115 Gerzensee
www.seminarhotelgerzensee.ch managed by SV



Betty Bossi

aldente

Betty Bossi Verlag AG

Betty Bossi macht Appetit. Wir entwickeln die kulinarische Kompetenz laufend weiter und verfeinern unser Erfolgsrezept mit immer neuen Zutaten. Inspiriert, innovativ und kreativ. Deshalb ist Betty Bossi die Nummer 1 in der Schweiz, wenn es ums Kochen und Geniessen geht.

Für unsere Kochschule suchen wir per 1. Februar 2010 eine/n

KOCHKURSLEITER (w/m), 80%

Betty Bossi bietet Knacknüsse.

- Durchführen und Leiten von Kochkursen und Kochevents
- Unterstützen der Kochschulleiterin in allen Belangen
- Organisation und Planung von Kochkursen/Kochevents
- Kursentwicklungen
- Diverse administrative Arbeiten im Bereich der Kochschule

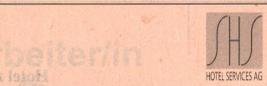
Betty Bossi setzt Rüstzeug voraus.

- Erfahrung im Leiten von Kochkursen
- Hohe kulinarische Fach- und ausgeprägte Sozialkompetenz
- Didaktische Fähigkeiten und angenehme Umgangsformen
- Sympathisches und sicheres Auftreten
- Flexibel und begeisterungsfähig
- Exakte und selbstständige Arbeitsweise
- Stilsicheres Deutsch, in Wort und Schrift
- PC-Kenntnisse (MS-Office)
- Organisationstalent

Betty Bossi hat für Sie angerichtet.

- Abwechslungsreiche und gestaltbare Arbeit
- Zentraler Arbeitsplatz in Zürich-Enge
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen

Interessiert? Dann bewerben Sie sich bitte online auf www.ringier.ch.
Ringier AG, Beatrice Diethelm, Junior-Personalverantwortliche,
Telefon 044 259 63 87



SHS Hotel Services AG erbringt Dienstleistungen für Hotelbetriebe auf höchstem Niveau.

Wir suchen im Raum St. Gallen Mitarbeiter für

- Nachtreinigung 50%**
- Stewarding 50%**

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto per Mail an claude.lachat@cowa.ch



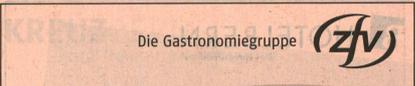
Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Wintersaison eine/n

Servicefachangestellte/n

für unser Hotel-Restaurant in Zermatt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Fam. Perren Käthy & Christian
Tel. 027 966 29 44, Fax 027 966 29 55
E-Mail: cheminee@zermatt.ch
Internet: www.hotelcheminee.ch



Wir sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschen Schweiz sowie mehr als 1700 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für das von uns im Auftrag geführte

Restaurant Indigo

Seestrasse 39, 8700 Küsnacht
suchen wir per Mitte Januar 2010 eine

Betriebsleitung mit Kochfunktion (m/w)

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die operative Führung des Betriebes, die Weiterentwicklung des Restaurantkonzeptes, die aktive Mitarbeit bei der Menüproduktion, die Wochenmenüplanung, die Erledigung der Bestellungen, die Einsatzplanung sowie die Führung und Schulung von 3 Mitarbeitenden verantwortlich. Zudem gehören die Bearbeitung diverser administrativer Aufgaben, die Einhaltung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsvorschriften sowie die Inventarisierung zu Ihren Arbeiten.

Ihr Profil: Wir suchen eine kommunikative und innovative Gastgeberpersönlichkeit, welche über eine Ausbildung als Koch verfügt. Nebst guten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen bringen Sie Front- und Führungserfahrung mit und haben bereits in ähnlicher Funktion gearbeitet. Selbstständigkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein sind für Sie ebenso keine Fremdwörter. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag von 06.30 - 16.00 Uhr, sind aber bei Spezialanlässen flexibel und einsatzbereit.

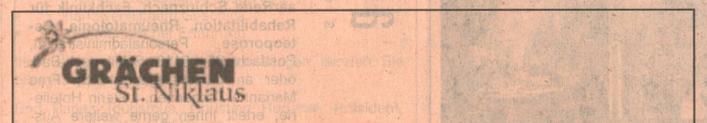
Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Wenn Sie Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit - wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Letzterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZfV-Unternehmungen

Mühlebachstrasse 86, Postfach, 8032 Zürich
T +41 44 388 35 35, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch



Grächen - der familienfreundliche Ort mit 299 1/2 Sonnentagen liegt auf einer Sonnenterrasse in der Nähe von Zermatt und geht zusammen mit der touristischen Destination Grächen / St. Niklaus in der Organisation und Marktbearbeitung neue, im öffentlichen und touristischen Bereich innovative Wege. Die wichtigen Leistungsträger (Tourismusverein, Bergbahnen, Gastrobetriebe der Gemeinde) legen ihre operativen Einheiten und finanziellen Mittel in der „Unternehmung Grächen“ zusammen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Marketingassistent/-in

Ihre Hauptaufgaben:

- Betreuung der Homepage und Internetplattformen
- Mitarbeit in der Animation und Events
- Weiterentwicklung E-Marketing
- Administrative Arbeiten im PR-Bereich

Ihr Profil:

- Kaufm. Grundausbildung
- Erfahrung in der Animation oder im Event-Bereich
- Gute Informatikkenntnisse

Es erwartet Sie eine vielseitige Tätigkeit mit viel Eigenkompetenz in einem modernen, teamorientierten Umfeld.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse und Foto) bis zum **4. Dezember 2009**.

Unternehmung Grächen
Grächen Tourismus
Dr. Berno Stoffel
3925 Grächen
Telefon 027/955 60 60
E-Mail: info@graechen.ch



Sport- und Seminarhotel Minster
8842 Unterberg

Gesucht
2 ServicemitarbeiterInnen
100% Pensum
Saisonstelle (15.12.2009 bis
30.04.2010)

Lächeln Sie gerne, haben Freude am Gastkontakt, sind aufmerksam und fachlich auf dem neusten Stand? Dann melden Sie sich noch heute.

Wir freuen uns, Sie oder Euch kennenzulernen und erwarten Ihren Kontakt oder Ihre Bewerbung.
Fam. H. und S. Jäger
055 414 62 00
info@sporthotel.minster.ch
www.sporthotel-minster.ch



Gesucht per 1. Januar oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte 100% in Jahresstelle

Sind Sie motiviert und flexibel?

So sind Sie die richtige Person für unser Haus. Wir bieten einen modernen und zeitlichen Betrieb und jedes 2. Wochenende frei.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung

Falken am Rotsee
E. Bühlmann
Luzernerstr. 50, 6030 Ebikon



SCHLOSS LAUFEN ERLEBNIS AM RHEINFALL

VERWANDELN
SIE SCHLOSS
LAUFEN IN EINEN
PALAZZO!

Ein Märchen wird wahr: Nächsten Frühling suchen wir für das Erlebnis Schloss am Rheinfall einen/eine

**GASTGEBER/GASTGEBERIN
ALS CHEF DE SERVICE**

Hoch über dem Rheinfall verwöhnen Sie die Besucher mit einer Prise sonniger Italianità und mediterraner Leichtigkeit! Souverän motivieren Sie Ihr Team im À-la-carte-Restaurant mit Terrasse zu Höchstleistungen und bereiten so zwei bis 1000 Gästen unvergessliche Momente. Ob Hochzeitsgesellschaften, Oldtimer-Enthusiasten, Workshoper, Businessgesellschaften, Gourmets, Kulturinteressierte, Familienausflügler oder Wandervögel - bei Ihnen fühlen sich alle wohl und verabschieden sich mit einem «Arrivederci» bis zum nächsten Mal im Erlebnis Schloss am Rheinfall. Überzeugen Sie uns mit Ihrer Bewerbung.

SV (Schweiz) AG | Reto Gerspacher
Memphispark | Wallisellenstrasse 57 | CH-8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0) 43 814 14 46; reto.gerspacher@sv-group.ch

HOTELBERN
Das Hauptstadthotel

Für unseren lebhaften Business- und Seminarbetrieb im Herzen von Bern suchen wir nach Übereinkunft zur Ergänzung unseres Küchenteams

**Sous Chef Saucier
Chef Pâtissier
Commis Pâtissier
Commis de Cuisine**

Wir erwarten eine fundierte Ausbildung sowie eine entsprechende Berufserfahrung. Kreativität, Belastbarkeit in hektischen Zeiten und Freude am Beruf sind weitere Voraussetzungen. Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann schicken Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen z.H. Herrn Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef.

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

Wir haben was Sie suchen.....!

Viele offene Stellen müssen besetzt werden. Für die Wintersaison aber auch für Jahresstellen haben wir viele interessante Angebote.

- Direktions- oder Betriebsassistent**
- Commis de Cuisine, Chef de Partie**
- Pâtissier**
- Service, Chef de Rang**
- Réceptionist/in** (Sprachen E, F, I + evtl. RU)

Haben Sie Interesse? Für weitere Angaben stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und freuen uns von Ihnen zu hören.



Gastro S Howald GmbH
Hauptstrasse 47
4105 Biel-Benken
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 061 465 80 80

Weitere Angebote unter www.gastro-s.ch

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte, einmalige Ambiance. Wir verfügen über 40 Hotelzimmer und 14 Seminarräume sowie eine Eventhalle für 200 Personen, ein Restaurant und eine Bar. Inmitten von einzigartigen Kunstwerken, eingebettet in der Natur und doch in Stadtnähe geniessen unsere anspruchsvollen Gäste internationale Gerichte mit saisonalen Akzenten sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter.

Zur Unterstützung unseres Teams der Anlasskoordination suchen wir per 4. Januar 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

Anlass- und Sales-Koordinator/-in

Sie bieten unseren Kunden qualifizierte Unterstützung, von der Planung und Durchführung der Anlässe bis zur professionellen Betreuung vor Ort. Ebenso gehört auch die Sicherstellung der Kunden- und Gästezufriedenheit dazu. Das Reservations- und Buchungssystem «Protel» unterstützt Sie in dieser Tätigkeit.

Zudem unterstützen Sie die Geschäftsleitung beim Ausbau unserer Salesabteilung. Von der Betreuung unseres aktuellen Kundenstammes bis zur Akquisition neuer Kunden werden Sie als Saleskoordinator eine grosse Verantwortung tragen.

Mit Professionalität und Herzlichkeit beraten und besuchen Sie unsere anspruchsvollen, internationalen Kunden. Diese Aufgabe erfordert gute Umgangsformen, hohe Belastbarkeit sowie Eloquenz und Flexibilität.

Ihr Profil

- Erfahrung in der Anlass- und Seminar- und Koordination und im Bereich Sales (Hotelfachschule von Vorteil)
- sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse (mündlich und schriftlich)
- Verantwortungsbewusstsein und Freude am selbstständigen Arbeiten
- Teamfähigkeit

Wir bieten

- hohe Eigenständigkeit
- spannendes und herausforderndes Umfeld
- gute Sozialleistungen
- Weiterentwicklungsmöglichkeiten

Haben wir Sie neugierig gemacht?! Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Seminarhotel Bocken
Stephan Schue
Hotel Manager
Bockenweg 4
8810 Horgen
stephan.schue@bocken.ch
www.bocken.ch

managed by SV



Hotel zum Storchen

Der Storchen ist ein traditionelles ****Superior Hotel mitten im Herzen von Zürich am Ufer der Limmat gelegen. Es verfügt über 67 elegante Zimmer und Suiten (108 Betten), ein à la carte Restaurant „Rôtisserie“ mit grosser Terrasse, die Storchen-Bar, ein italienisches Stehcafé „Barchetta“ und ein Gartencafé „Boulevard“. Einen gediegenen Rahmen für geschäftliche und familiäre Anlässe – bis 120 Personen – bieten die verschiedenen Banketträumlichkeiten.

Zur Unterstützung der Leiterin Hauswirtschaft suchen wir per sofort eine/n

Stv. Leiter/in Hauswirtschaft

Diese abwechslungsreiche Stelle ist für eine junge, aufgestellte und flexible Persönlichkeit zugeschnitten. Sie arbeiten exakt, sind belastbar und bereit, Verantwortung zu tragen. Ihre Muttersprache ist Deutsch. Sie haben gute Französisch- und Englischkenntnisse sowie eventuell eine fachspezifische Weiterbildung und/oder bereits einige Jahre Berufserfahrung.

Als Stv. Leiterin Hauswirtschaft unterstützen Sie die Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin in allen Belangen und übernehmen bei deren Abwesenheit Ihre Stellvertretung. Eine hohe Sozialkompetenz und Belastbarkeit sind dabei ein „MUST“. Zudem sind Sie verantwortlich für das Bestellwesen im Buffet/Office Bereich, die Lehrlingsbetreuung, die Überwachung der Reinigung, Mitarbeiterschulungen sowie für das quartalsweise Erfassen des Non-Food Inventars.

Ebenfalls suchen wir zur Unterstützung des Hauswirtschaft-Teams eine

Etagengouvernante

Sie verfügen bereits über Erfahrungen im Bereich der Hauswirtschaft, haben Durchsetzungsvermögen und sind bestrebt, dass „hinter den Kulissen“ alles rund läuft. Als Etagengouvernante sind Sie verantwortlich für die Kontrolle der gereinigten Zimmer, Beaufsichtigung und Koordination der Etagenmitarbeiterinnen sowie der Lingerie, Blumen- und Pflanzenpflege, Gästewäsche, sowie Bestellung und Kontrolle der auswärtigen Wäsche.

Wenn Sie eine dieser interessanten und lehrreichen Stellen interessiert und oben genannte Eigenschaften auf Sie zutreffen, freut sich unser Personalfach, Herr Jan-Andreas Stiller auf Ihr komplettes Bewerbungsossier.

Hotel zum Storchen
Am Weinplatz 2
8001 Zürich
044 227 27 27
stillers@storchen.ch



Experience Matters

Die Kundenzufriedenheit bei unseren Dienstleistungen ist sehr hoch. Dies verdanken wir unseren motivierten Mitarbeitenden, erstklassigen Produkten und gehobenen Serviceleistungen.

American Express Travel ist eine der grössten Reise- und Dienstleistungsorganisationen der Welt. Unser Geschäftsstrategie ist erfolgreich und die stetige Expansion erfordert neue, begeisterungsfähige Mitarbeitende. Für unsere Agentur im Zürcher Seefeld, Abteilung «Concierge Services», suchen wir deshalb Sie als

Persönlicher Concierge

Wir sehen Sie als Persönlichkeit mit ausgeprägter Kundenorientiertheit und einem hohen Grad an Dienstleistungsbewusstsein. Als «persönlicher Concierge» unserer anspruchsvollen Kundschaft erfüllen Sie individuelle Wünsche. Sie verfügen über einen KV-Abschluss oder gleichwertige Ausbildung, eine sehr gute Allgemeinbildung, haben grosses Organisations- und Verkaufstalent sowie ein breites Interesse an Sport, Kultur und Gastronomie – und dies weltweit. Besitzen Sie gute Umgangsformen, beherrschen Deutsch, Englisch und Französisch in Wort und Schrift, dann sollten Sie uns umgehend kontaktieren! Fundierte MS Office Anwenderkenntnisse setzen wir voraus.

American Express bietet Ihnen mehr

Als Global Player bietet American Express Travel mehr als einen spannenden Job: Unser internationales Netzwerk ermöglicht Ihnen Kontakt und Austausch mit anderen Ländern und Kulturen. Mitarbeiter-/Teamförderung ist bei uns zudem kein blosses Schlagwort, sondern gelebte Unternehmenskultur. Und für das Tüpfelchen auf dem «i» sorgen Gratis-Kreditkarte, vergünstigte Travellers Cheques, sehr gute Sozialleistungen, ein attraktives Mitarbeiter-Anerkennungsprogramm sowie Reisevergünstigungen.

Möchten auch Sie «part of the winning team» sein? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an.

American Express Int. Inc.
Seefeldstrasse 214, 8034 Zürich
Martles Haldi, Tel. 044 385 64 78
martles.b.haldi@aexp.com

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.americanexpress.com/jobs



aaReha
S C H I N Z N A C H

Wir sind eine anerkannte Fachklinik im Aargauischen Mittelland und behandeln stationäre und ambulante Patienten aus den Bereichen Rheumatologie, Orthopädie und Neurologie. Daneben betreiben wir ein gut eingeführtes Osteoporose-Zentrum.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort eine

Hotelfachassistentin oder gut qualifizierte Mitarbeiterin für die Hotellerie
100%-Pensum

für den Einsatz im Etagentend und im Speisesaal. Diese Stelle beinhaltet nur selten Spätdienst (bis 20.00 Uhr). Einsätze an Wochenenden sind im Turnus zu leisten.

Sind Sie zuverlässig, flexibel und an selbständiges Arbeiten gewohnt? Dann sind Sie vielleicht unsere neue Mitarbeiterin.

Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an die aaReha Schinznach, Fachklinik für Rehabilitation, Rheumatologie, Osteoporose, Personaladministration, Postfach 65, 5116 Schinznach-Bad, oder an personal@aaReha.ch. Frau Marianne Tschannen, Leiterin Hotellerie, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte (Telefon 056 463 85 11).

Schloss Wülflingen

Wir möchten unseren Gästen eine noch bessere Dienstleistung bieten, dafür brauchen wir Sie als

Mitarbeiter/in im Büro

- Für folgende Aufgaben sind Sie verantwortlich:
- Telefonische Reservationsen entgegennehmen und Bankettanfragen bearbeiten
 - Führen sämtlicher Korrespondenz für Bankette, Debitoren und das Restaurant
 - Verarbeiten der Tagesabrechnungen, Stockkontrolle und Bargeldeinzahlung
 - Diverse Büroarbeiten für den Geschäftsführer erledigen
 - Mithilfe im Mittagsservice bei hohen Gästefrequenzen

Was wir von Ihnen erwarten:

- Freude am Gastgewerbe und am Umgang mit Menschen
- Sehr gute Schweizerdeutschkenntnisse und gute Englischkenntnisse mündlich
- Sicheres Schreiben von Briefen
- Überzeugendes Auftreten am Telefon und bei Gästen im Restaurant
- Flair für Zahlen
- Gute Kenntnisse in Word und Excel

Was wir Ihnen bieten:

- Mitarbeit in einem innovativen, jungen Team
- Ein sehr schönes Arbeitsumfeld
- Eine gute Entlohnung
- Arbeitszeiten in der Regel von Montag bis Freitag ab 9 Uhr morgens bis ca. 16 Uhr (70-100%-Arbeitspensum möglich)
- Möglichkeiten für Weiterbildung
- Eintritt nach Vereinbarung

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre handschriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Adresse:

Schloss Wülflingen
Herr Georges Gisler, Wülflingerstr. 214, 8408 Winterthur
Mehr über unser aussergewöhnliches Restaurant am Stadtrand von Winterthur erfahren Sie auf unserer Homepage www.schloss-wueflingen.ch

gurten

Rauf aus der Stadt!

Traumjob auf dem Gurten!

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Chef de Partie 100%
Commis de Cuisine 100%
in den Restaurants **Bel Etage** und **Tapis Rouge** und im Bankett

Sie sind gelernte/r Köchin/Koch und bringen bereits Erfahrungen im À-la-carte-, Selbstwahl- und Bankettbereich mit. Sie sind eine engagierte und aufgestellte Person mit Erfolgswillen, und wenn hartnäckiges Pflegen von «Kleinigkeiten» zu Ihren Stärken gehört, freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Genossenschaft Migros Aare
Klubschulen / Freizeit / Michel Jegerlehner
Industriestrasse 20, Postfach 16
3321 Schönbühl

michel.jegerlehner@gmaare.migros.ch
Einsendeschluss: 4. Dezember 2009
Details zu diesem Job: www.gurtenpark.ch

4876-284

Wir suchen ab 15. Dezember 2009

Servicemitarbeiter/in

mit Erfahrung in Jahresstelle

Wenn Sie gerne in einem kleinen Team arbeiten, flexibel, aufgestellt und freundlich sind, würden wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung freuen.



Hotel Jägerhof, Familie Victor Perren, 3920 Zermatt
Tel. 027 966 38 00 • jaegerhof@zermatt.ch • www.jaegerhofzermatt.ch

4875-284

Swiss School of Tourism and Hospitality



Für die **Gastgewerbliche Fachschule Graubünden** (Berufsbildung) in Chur suchen wir ab anfangs 2010 oder nach Vereinbarung eine Mitarbeiterin / einen Mitarbeiter für die

Praktikumsbetreuung und Administration

In dieser Funktion beraten und begleiten Sie Auszubildende während der dreijährigen Berufslehre zur/zum Hotel- und Gastrofachfrau/-mann und während ihrer Praktika. Sie pflegen intensive Kontakte zu den Praktikumsbetrieben sowie zu Ämtern und Organisationen. Weiter assistieren Sie dem Schulleiter in administrativen und schulischen Belangen. Nebst der vertrauensvollen Betreuung unserer Lernenden unterrichten Sie allgemein bildende Fächer (ca. 20% Pensum).

Sie

- > verfügen über eine fundierte Ausbildung (eine abgeschlossene Hotel-fachschule sowie vorzugsweise ein paar Jahre Berufserfahrung)
- > handeln und verhandeln zielorientiert und können sich gut durchsetzen
- > sind eine flexible, kommunikative, teamfähige, selbstständige und belastbare Persönlichkeit mit organisatorischem und diplomatischem Geschick
- > verfügen über ein stilvolles Deutsch (mündliche Französischkenntnisse sind von Vorteil)
- > sind mindestens 30 Jahre jung
- > reisen unter anderem auch gerne für uns an Messen und zu Betrieben
- > bringen idealerweise Erfahrung in der Personalberatung und -betreuung mit

Wir

- > bieten Ihnen eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Position mit viel Gestaltungsspielraum in Ihrem Arbeitsbereich sowie zeitgemässe Infrastrukturen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an Marco Haas, Leiter Betriebswirtschaft. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen der jetzige Stelleninhaber, Raimund Steinmair (081 255 12 21), gerne zur Verfügung.

SSTH Schweizerische Schule für Touristik und Hotellerie AG
Commercialstrasse 19, Postfach, 7007 Chur, Tel. +41 (0)81 255 11 11,
marco.haas@ssth.ch, www.ssth.ch

4883-282

BAD RAGAZ spa village.ch

Auf Frühjahr 2010 wird das vollständig erneuerte Freibad beim Giessenpark in **Bad Ragaz** neu eröffnet.

Wir suchen per 1. April 2010 oder nach Vereinbarung

Pächterin/Pächterpaar

für den Betrieb u. die Bewirtschaftung des

Campingplatzes/Giessenparkbades/Restaurants

In dieser Pacht eingeschlossen sind der Betrieb und die Bewirtschaftung des Campingplatzes (Ganzjahresbetrieb), des Giessenparkbades (Sommermonate) und des dazugehörigen Restaurants (ganzes Jahr) mit 60m² im Innenbereich und 120m² im Aussenbereich und 120m² im Badebereich.

Für diese abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Aufgabe suchen wir eine Persönlichkeit mit

- Erfahrung in der Führung v. Restaurants
- Fremdsprachenkenntnissen (F, E, I)
- handwerklichem Geschick
- kaufmännischer Erfahrung

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis **10. Dezember 2009** an

Bad Ragaz Tourismus, Christian Hummel, Präsident,
Malezweg 3, 7310 Bad Ragaz

4876-281

Unser Free-Flow Restaurant im Jelmoli Zürich - City - The House of Brands bietet verschiedene nationale und internationale Gerichte von bester Qualität. Für die Herstellung dieses breiten Angebotes suchen wir per 1. Januar 2010 eine/n motivierte/n und teamfähige/n

Produktionskoch/-köchin 100 %

Sie sind für die Zubereitung der saisonalen Gerichte sowie für die Präsentation im Free-Flow verantwortlich und agieren auch an der Front. Dabei gehen Sie gerne auf die Bedürfnisse der Gäste ein und legen Wert auf eine professionelle Bedienung sowie einen zuvorkommenden Umgang.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch/Köchin. Zudem sind Sie selbstständiges Arbeiten gewohnt, wirken aber auch gerne in einem grossen Team und behalten in hektischen Momenten den Überblick.

Wir bieten neben einem äusserst attraktiven Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Zürich auch geregelte Arbeitszeiten (Öffnungszeiten des Warenhauses).

Bei Interesse senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:
Jelmoli AG, Christina Veloudios, Postfach 3020,
8021 Zürich

Jelmoli
THE HOUSE
OF BRANDS

www.jelmoli.ch

4876-286



Wir sind ein erfolgreiches und zukunftsorientiertes Tourismus- und Transportunternehmen und sind mitten im Alpenraum von Zermatt (Gornergrat) via Andermatt bis Disentis und Göschenen aktiv. Als Erlebnisbahn vermitteln wir unseren Kunden unvergessliche Momente und Eindrücke einer Reise mit dem Glacier Express in einer einzigartigen Gebirgslandschaft durch die Alpenwelt.

Für die Bearbeitung unserer Märkte finden Sie in unserem gut eingespielten Team eine interessante Aufgabe als

Mitarbeiter/in Verkaufsförderung/PR

Nach gezielter Einarbeitung sind Sie verantwortlich für die Betreuung der Key Accounts und das Sales Management. Mit entsprechender Reisetätigkeit sind Sie zudem für die Kommunikation der Produkte der Matterhorn Gotthard Bahn, des Glacier Express und der Gornergrat Bahn zuständig. Die Mitarbeit bei PR- und Kommunikation zählen zu Ihren weiteren Aufgaben.

Für diese anspruchsvolle Funktion erwarten wir einen Abschluss einer Tourismusfachschule oder eine gleichwertige Ausbildung mit entsprechenden Kenntnissen. Idealerweise verfügen Sie zudem über fundierte Erfahrungen in Marketing und Kommunikation. Sehr gute Sprachkenntnisse (d,e,f) und redaktionelle sowie konzeptionelle Fähigkeiten zählen ebenfalls zu Ihren Stärken.

Sie sind kreativ, reisefreudig und schätzen die Zusammenarbeit im Team, dann würden wir Sie gerne kennen lernen.

Für einen ersten Kontakt steht Ihnen Kurt Kimmig, Leiter Personal, gerne zur Verfügung (027 927 71 90 / kurt.kimmig@mgbahn.ch).

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an
Matterhorn Gotthard Bahn
Personal, Nordstrasse 20, 3900 Brig

KREUZBERN hotel/restaurant/kongress

Für unser Dreisterne-Kongresshotel im Zentrum der Stadt Bern mit 103 Zimmern, 2 Restaurants, einer Bar sowie 9 Seminar- und Banketträumen suchen wir per **1. Januar 2010** oder nach Vereinbarung

eine/n Réceptionist/in (50%)

mit kaufmännischer Berufserfahrung für unser Empfangsteam.

Zu Ihren Aufgaben gehören: Check-in, Check-out, Gästebetreuung, Reservationsverwaltung, Kassawesen, Debitorenverwaltung und Korrespondenz.

Sie sind eine aufgestellte Persönlichkeit, kennen sich aus im Umgang mit anspruchsvollen Gästen und arbeiten gerne in einem Team. Wenn Sie auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf bewahren und die gängigen Fremdsprachen (D/E/F, Italienisch oder Spanisch von Vorteil) sprechen, dann freuen wir uns Sie kennenzulernen.

Ihre Bewerbungsunterlagen (mit Bild) senden Sie bitte an:
Hotel Kreuz Bern AG
Susanne Gfeller, Direktionsassistentin
Zeughausgasse 41, 3011 Bern, Tel. 031 329 95 95
E-Mail: gfeller@kreuzbern.ch Homepage: www.kreuzbern.ch

4889-384

RAUM FÜR

Restaurant Schloss Wülflingen

Wir möchten unseren Gästen einen noch besseren Service bieten, dafür brauchen wir Sie als

Chef de Service

Für folgende Aufgaben sind Sie verantwortlich:

- Herzliches Betreuen der Gäste vom Empfang bis zur Verabschiedung
- Leiten einer mittleren Servicebrigade
- Kellnerabrechnungen, Stockkontrollen, Bestellungen, Arbeitspläne
- Telefonische Reservationen entgegennehmen und Bankettanfragen bearbeiten

Was wir von Ihnen erwarten:

- Freude am Gastgewerbe
- Sicheres Auftreten vor den Gästen
- Freude am Umgang mit Menschen
- Erfahrung im gehobenen Speiseservice
- Gute Weinkenntnisse
- Englisch- und Französischkenntnisse mündlich

Was wir Ihnen bieten:

- Mitarbeit in einem innovativen, jungen Team
- Ein sehr schönes Arbeitsumfeld
- Eine gute Entlohnung
- Möglichkeiten für Weiterbildung
- Eintritt nach Vereinbarung

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre handschriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Adresse:

Schloss Wülflingen
Herr Georges Gisler, Wülflingerstr. 214, 8408 Winterthur

Mehr über unser aussergewöhnliches Restaurant am Stadtrand von Winterthur erfahren Sie auf unserer Homepage www.schloss-wueflingen.ch

4884-385

BelleVue

für unsere neuöffnung "bellevue-ittgen" im frühjahr 2010 suchen wir motivierte und talentierte mitarbeitende mit erfahrung in der gastronomie. es erwartet sie ein innovatives und kreatives gastronomie-konzept im ballungsraum bern-wankdorf.

per februar 2010 oder nach vereinbarung suchen wir:

betriebsassistent/in 100%

praxiserfahrung / hotelfachschulabschluss

junior sous-chef 100%

kochlehre / praxiserfahrung à la carte / meeting & bankett

servicemitarbeiter/in 100%

abgeschlossene berufslehre oder berufserfahrung

commis de cuisine 100%

abgeschlossene berufslehre

stewarding / hilfskoch 20%

praxiserfahrung stewarding / hilfskoch

praktikanten & serviceaushilfen

wenn sie sich angesprochen fühlen und sie die nötigen qualifikationen mitbringen, dann senden sie uns bitte per post oder via email ihre kompletten unterlagen inklusive referenzen und einem aktuellen bild.

anna sterchi - ossobukko ag - brunngasse 27 - 3011 bern
work@ossobukko.ch - 031 311 51 23

OSSOBUKKO

weitere unternehmen der ossobukko ag

FRÜSCHLUFT
HEBLER GESSNER

RESTAURANT
SASSAFRAZ

ruhm-service

fugu
KÜEBER

4883-283

4843-285



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

RAUM FÜR VISIONEN



Seit über hundert Jahren gehören wir zu den besten Adressen der Luxushotellerie im Machtzentrum der Schweiz; und das nicht allein für unsere Gäste sondern auch für Sie, als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter. Heute pflegen wir unsere Traditionen, echte Gastfreundschaft und das permanente Streben nach Perfektion in der Collection mit 4 führenden Häusern der Schweiz.

Wir bieten einen innovativen, einzigartigen Arbeitsort mit Potenzial für eine engagierte, initiative Persönlichkeit als:

Vizedirektor (m/w)

ab Februar 2010 oder nach Vereinbarung

Sie arbeiten eng mit der Direktion zusammen und sind direkt für den F&B Bereich zuständig.

Diese anspruchsvolle Position verlangt profundes Fachwissen mit Erfahrung im F&B Bereich, einen Hotelfachabschluss, gute Kenntnisse der deutschen, französischen und englischen Sprache, Führungserfahrung in der 5*Hotellerie, unternehmerisches Denken sowie Freude unser innovatives Unternehmen stetig weiterzuentwickeln. Ausserdem sind Sie eine frontorientierte, kreative, flexible und belastbare Persönlichkeit mit einer lösungsorientierten Arbeitsweise.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

BELLEVUE PALACE
Bern

Kochergasse 3-5, 3000 Bern 7
Direktor, Urs Bühler, Telefon 031 320 45 45
direktion@bellevue-palace.ch, www.bellevue-palace.ch



VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION




Ein malerischer Garten, die sanften Wellen des Lago Maggiore, Kulinarik auf höchstem Niveau und paradisiische Ruhe - das sind die Komponenten des Erfolgs für das Hotel Eden Roc in Ascona. Innovativer Gästeservice ist eine verinnerlichte Konstanz für das 180-köpfige Team unseres eleganten Fünfsternehauses; zu dem wir auch Sie gerne zählen würden.

ASCONA PUR

Möchten Sie in der Sonnenstube der Schweiz leben und arbeiten?

Wir bieten einen spannenden sowie abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einem jungen und dynamischen Team.

Zur Unterstützung unseres Front Office-Teams suchen wir ab Anfang 2010 engagierte und motivierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in folgenden Positionen:

RESERVATIONS MANAGER
RECEPTIONS-/ RESERVIERUNGSMITARBEITER

Mehr über diese Positionen erfahren Sie auf www.tschuggenhotelgroup.ch.
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche, aussagekräftige Bewerbung.

HOTEL EDEN ROC
Felix Carliani-Gilmer
Via Albarola 18 • CH-6812 ASCONA
Tel. +41 (0)91 785 7171 • Fax +41 (0)91 785 7143
www.edenroc.ch • hr@edenroc.ch

VIRTUOSO
MEMBER OF TSCHUGGEN HOTEL GROUP

KOHLMANN'S
essen und trinken

Persönlichkeiten gesucht!

Unser neu eröffnetes KOHLMANN'S – essen und trinken mit 140 Innen- und 135 Aussenplätzen ist überraschend regional und frech bürgerlich. Für diesen Betrieb im Herzen von Basel, im Stadtcasino am Barfüsserplatz, suchen wir per sofort junge (20 bis 35 Jahre), kreative und gut ausgebildete Persönlichkeiten, welche die Chance nutzen möchten, ein wichtiger Teil eines starken, motivierten und aufgestellten Teams zu sein. Wir erwarten sehr gute Deutschkenntnisse. Ein gepflegtes äusseres Erscheinungsbild sowie gute Umgangsformen sind unerlässlich.

Koch/Köchin
Restaurationsfachmann/-frau (Aushilfe)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:
KOHLMANN'S - essen und trinken
Stefan Styger, Geschäftsführer, Steinenberg 14, 4001 Basel
www.kohlmanns.ch - kohlmanns@gastrag.ch

Hotel Vorab

Für unsere Pizzeria suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Service-Mitarbeiter/in (Saison- oder Jahresstelle)

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ihre Bewerbung erwartet gerne:

Hotel Vorab
z. H. Herrn G. R. Meiler
7017 Flims Dorf

Seegasthof Schiff
Kesswil



Seegasthof Schiff, das trendige Gourmetrestaurant im Rosendorf in Kesswil direkt am Bodensee sucht

Küche:

- Jungen kreativen Küchenchef (ab 10. Februar 2010)
- Jungkoch für die Sommersaison (ab 1. März 2010)

Service:

Restaurationsmitarbeiter/in (ab 1. April 2010)

Sind Ihre Qualitätsanforderungen genauso hoch wie unsere? Lieben Sie die Herausforderungen und das selbständige Arbeiten?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Seegasthof Schiff
Erica Beer, Geschäftsführerin
Hafenstrasse 28
CH-8593 Kesswil

info@seegasthofschiff.ch

hoch hinaus

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Stellvertretende(r) Verkaufsführer(in) 100%

Ab Januar 2010 suchen wir einen leidenschaftlichen Verkäufer auf Champions League Niveau. Wenn Ihnen Werte wie Empowerment, Do-how und Wertschätzung wichtig sind, dann sind Sie bei uns richtig.

Die Aufgabe bietet herausfordernde Verkaufsaufgaben. Für den Geschäftsbereich Kommunikationstrainings pflegen Sie Firmenkunden, entwickeln sie weiter und gewinnen neue Zielkunden dazu. Sie führen den Verkaufsprozess von der Bedarfsklärung über das Erarbeiten der Lösungsvorschläge bis zum Vertragsabschluss und der Projektübergabe an die Trainer. Während der Abwesenheit des Verkaufsführers stellen Sie seine Stellvertretung sicher.

Sie arbeiten effizient und sind erfahren im Kundenkontakt. Clever verhandeln macht Ihnen Spass. Es motiviert Sie, Kunden zu verblüffen und zu überzeugen. Wenn das auf Sie zutrifft, dann freue ich mich auf Ihre Bewerbung.

Ralph Hübacher
Shoot for the moon. Even if you miss it you will land among the stars.

Huobmattstrasse 5 CH-6045 Meggen/Luzern Tel ++41 41 379 77 70 www.nzp.ch ralph@nzp.ch

Das Zentrum Seeburg betreibt als eines der ersten integrativen Hotels der Schweiz in Wilderswil das Jungfrau Hotel. Zusätzlich zum konventionellen Hotelbetrieb werden auch betreute Gruppen- und Individualferien für Gäste mit psychischem oder geistigem Handicap angeboten.

Aufgrund eines internen Stellenwechsels suchen wir eine

Gouvernante/Hotelfachfrau 90-100%

Ihre Aufgaben

- Leitung der Hauswirtschaft und des Servicebereichs sowie praktische Mitarbeit in allen Bereichen
- Führung der Mitarbeitenden
- Ausbildungen in den Bereichen Hauswirtschaft, Hotellerie (berufl. Massnahmen IV)
- Arbeitsagogeisches Anleiten und Fördern von Klienten
- Umsetzung und Kontrolle der Hygienrichtlinien

Ihr Profil

- Abgeschlossene Ausbildung als Hotelfachfrau/Hotelfachassistentin
- Mehrjährige Berufserfahrung im Hotelbereich
- Belastbarkeit, Flexibilität, Selbstständigkeit und kommunikative Fähigkeiten
- Gute PC-Anwenderkenntnisse
- Fahrausweis Kat. B erwünscht

Unser Angebot

- Vielseitige und herausfordernde Aufgabe in einem integrativen Hotelbetrieb
- Branchenübliche Besoldung und Sozialleistungen
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit mit anderen Bereichen des Zentrums Seeburg
- Interne Schulungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Weitere Auskünfte erhalten Sie

- von der Institutionsleitung, Frau Ruth Eichenberger (Tel. 033 845 84 00)
- oder auf unserer Homepage www.seeburg.ch

Ihre Bewerbung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen und Foto an: Zentrum Seeburg, Frau Ruth Eichenberger, 3807 Iseltwald

ZENTRUM SEEBURG

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch
Maintenant aussi en français.

La plate-forme emplois pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.
Novatrice, moderne et fonctionnelle.
Grâce à elle, les rencontres sur le marché du travail deviennent plus conviviales.

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
Geschäftsführer	Region Zürich / Schaffhausen	J7640
Betriebsassistenten/in.	Region Graubünden	J7538
Schweizer Wirtepaar	Region Zentralschweiz	J7400

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales & Marketing Manager (w/m)	Region Mittelland (SO,AG)	J7548
Kundenberater im Aussendienst	Region Neuchâtel/ Jura	J7655

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Financial controller (Malediven)	International	J7492

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Front Office Manager/in (Luxury river cruise liner)	International	J7404
Rezeptionist	Region Bern	J7535
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich / Schaffhausen	J7687
un/e réceptionniste confirmé/e F-E (A)	Region Neuchâtel/ Jura	J7641
Rezeptionist/in (Luxury river cruise liner)	International	J7409
LeiterIn Réception/Administration	Region Ostschweiz	J7537
Hotelsekretär(-in)	Region Ostschweiz	J7576
RezeptionistIn	Region Zürich / Schaffhausen	J7415
Chef de Réception	Region Bern	J7663
Front Office Managerin	Region Graubünden	J7522
Persönlichkeit an unsere Rezeption	Tessin	J7555
Rezeptionistin	Region Bern	J7554
Front Office Manager (w)	Region Zentralschweiz	J7540
Stv. Chef de Réception (w/m)	Region Zürich / Schaffhausen	J7654
Stv. Chef de Réception	Region Zürich / Schaffhausen	J7399

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Abteilungsleiter Molkerei/Brot/Früchte/Gemüse	Region Zürich / Schaffhausen	J7577

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de cuisine - London	International	J7525
Küchenchef/in (Luxury river cruise liner)	International	J7406
Commis de cuisine	Region Bern	J7482
Metzger oder Koch als Fleischverkäufer	Region Bern	J7499
Restaurant Manager mit Kochfunktion (w/m)	Region Bern	J7497
Chef de partie - Surselva	Region Graubünden	J7507
kreative/r Chef Pâtissier/ière	Region Basel	J7516
Diätkoch/köchin	Region Zürich / Schaffhausen	J7517
Küchenleiter (m/w)	Region Ostschweiz	J7520
Köchin/Koch mit Führungsverantwortung	Region Zürich / Schaffhausen	J7380
Sous-chef	Region Bern	J7523
Chef de partie	Region Graubünden	J7485
Commis de cuisine	Region Bern	J7526
Chef Gardemanger	Region Graubünden	J7527
Chef pâtissier/ Gardemanger	Region Zürich / Schaffhausen	J7536
Chef de partie (England - London)	International	J7543
Demi-chef de partie (England - London)	International	J7544
Chef Pâtissier	Region Bern	J7556
Erfahrener Chef de partie/Sous chef	Region Zentralschweiz	J7557
Sous-chef (Luxury river cruise liner)	International	J7562
Jungkoch	Region Graubünden	J7560
Demi-chef patissier (England - London)	International	J7561
Chef de partie (Luxury river cruise liner)	International	J7564
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J7567
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J7568
Demi-chef de partie (Luxury river cruise liner)	International	J7570
Chef de cuisine	Region Waadt/ Unterwallis	J7574
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J7569
Demi-chef patissier (Luxury river cruise liner)	International	J7572
Chef de partie	Region Bern	J7481
Sous Chef	Region Zürich / Schaffhausen	J7579
KüchenchefIn	Region Zürich / Schaffhausen	J7581
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J7583
Commis de cuisine (Luxury river cruise liner)	International	J7625
Sous-chef	Region Zürich / Schaffhausen	J7627
Chef de partie (England - Basingstoke)	International	J7628
Commis de cuisine w/m	Region Zürich / Schaffhausen	J7629
Chef de partie	Region Bern	J7630

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	Region Basel	J7639
Demi-chef de partie	Region Bern	J7632
Commis de cuisine	Region Bern	J7633
Commis de cuisine w/m	Region Zürich / Schaffhausen	J7635
Pâtissier w/m	Region Zürich / Schaffhausen	J7637
Küchenchef	Region Zürich / Schaffhausen	J7644
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J7647
Koch für temporäre Einsätze in Zürich	Region Zürich / Schaffhausen	J7673
Sous Chef	Region Bern	J7659
Chef de Partie (m/w)	Region Zürich / Schaffhausen	J7669
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J7677
Commis de Cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J7671
Thai-Koch	Region Zürich / Schaffhausen	J7686
Commis pâtissier (England - London)	International	J7679
ambitionierte/r Chef de Partie	Region Basel	J7695
Chef de Partie m/w	Region Graubünden	J7682
Chef de partie	Region Ostschweiz	J7692
Demi Chef de Partie Tagesstelle	Region Basel	J7696

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistent/in Restaurant & Bar Manager/in (Luxury river cruise)	International	J7403
Chef de Service	Region Zürich / Schaffhausen	J7580
Service Mitarbeiter/in	Region Zürich / Schaffhausen	J7413
Restaurantmanager/in (England - Dunkeld)	International	J7693
Chef de Service (w/m)	Region Zürich / Schaffhausen	J7665
Betriebsassistenten (m)	Region Zürich / Schaffhausen	J7402
Chef de rang	Region Oberwallis	J7524
Demi-chef de rang	Region Bern	J7563
Chef de rang	Region Oberwallis	J7650
Chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J7565
Chef de rang	Region Zürich / Schaffhausen	J7648
Demi-chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J7571
Service Mitarbeiter für Frühstücksdienst	Region Bern	J7653
Chef de service	Region Bern	J7660
Servicefachgestellte	Region Bern	J7661
Service Mitarbeiter (m/w)	Region Zürich / Schaffhausen	J7666
Demi-chef de rang (England - Newick)	International	J7573
Servicefachgestellte w	Region Oberwallis	J7575
Chef de rang	Region Bern	J7521
Servicefachgestellte/ Chef de rang	Region Zürich / Schaffhausen	J7582
Service-Angestellten (w/m)	Region Zürich / Schaffhausen	J7586
Servicefachgestellte/r	Region Zürich / Schaffhausen	J7396
Commis de rang (Luxury river cruise liner)	International	J7624
Chef sommelier/sommelière (England - Colerne)	International	J7626
Commis de rang	Region Zürich / Schaffhausen	J7395
Chef de rang m/w	Region Zürich / Schaffhausen	J7688
Bankettleiter (w/m)	Region Zürich / Schaffhausen	J7667
Bar Manager/in / Geschäftsführer/in	Region Basel	J7670
Commis sommelier/sommelière (England - Colerne)	International	J7690
Chef de Service (m/w)	Region Zürich / Schaffhausen	J7634
Commis de rang	Region Waadt/ Unterwallis	J7678
junge/r und motivierte/r Chef de Service	Region Basel	J7502
Koch w/m	Region Zürich / Schaffhausen	J7636
Sommelier /Sommelière	Region Graubünden	J7503
Restaurant & Bar Manager/in (Luxury river cruise)	International	J7407
Service Mitarbeiter/in	Region Oberwallis	J7643
Servicefachgestellte (m/w)	Region Mittelland (SO,AG)	J7519
Restaurationsfachfrad / -mann	Region Mittelland (SO,AG)	J7518
Service Mitarbeiter/in 80%	Region Zürich / Schaffhausen	J7638
Commis de rang	Region Graubünden	J7691
Sommelier (Luxury river cruise liner)	International	J7681
Chef de rang (Irland - Castlebaldwin)	International	J7532
Servicefachprofis (50-100%)	Region Basel	J7501
Commis de rang	Region Oberwallis	J7646
Servicefachprofis (50-100%)	Region Basel	J7500
Serviceverantwortliche Tagesstelle	Region Basel	J7496
Chef de Service und Servicefachgestellte	Region Zentralschweiz	J7493
Servicefachgestellte (m/w)	Region Bern	J7651
Commis de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J7545
Servicefachgestellte mit Réceptionsablösung	Region Bern	J7652
Chef de rang	Region Waadt/ Unterwallis	J7553
Demi-chef de rang	Region Zürich / Schaffhausen	J7649
Restaurantmanager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J7487
Restaurantmanager/in (Qatar - Doha)	International	J7486
Commis de rang (England - Newick)	International	J7484
Barmaid 80%	Region Bern	J7657
Servicecaushilfe	Region Bern	J7658
Jungkoch	Region Bern	J7662

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.

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Service & Sommelier	Region Mittelland (SO.AG)	J7559
Serviceaushilfe	Region Zürich/ Schaffhausen	J7672
Chef de rang	Region Waadt/ Unterwallis	J7694

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Operative/r Eventleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7578
Commis de bar (England - Newbury)	International	J7483
Barmitarbeiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J7541
Commis de bar	Region Oberwallis	J7506
Mâitre d'hôtel	Region Genf	J7642
Barmitarbeiterin (w)	Region Graubünden	J7668

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Stv. Gouvernante 80%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7566
Housekeeping Manager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J7680
Housekeeping Manager/in (Luxury river cruise liner)	International	J7405
Gouvernante	Region Zürich/ Schaffhausen	J7689

Beauty / Wellness / Fitness / Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Wellness & Spa Leiterin	Region Zentralschweiz	J7494

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Management trainee (England - Scotland)	International	J7645
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Praktikant/in Service	Region Oberwallis	J5291
Praktikant/in Service	Region Graubünden	J5290
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5425
Employé/e de commerce HGT	Toute la suisse	J5427
Kaufmann/-frau HGT	Ganze Schweiz	J5423
Spécialiste en hôtellerie	Toute la suisse	J5426
Restaurationsfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5421
Spécialiste en restauration	Toute la suisse	J5424
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5337

Express Stellengesuche

	1	2	3	4	5	6
B709	Bar		20	CH	per sofort	
B713	Bedienungspersonal Hotelbetrieb/Tourismus		44	BG	per sofort	D F R U
B27	Chef de rang		45	IT	per sofort	D F I E
B51	Diverse Möglichkeiten		52	CH	per sofort	D F E
B32	F&B, FO		41	IT	per sofort	D F I E
B636	GF/BL/Pächter/Gerant		42	DE	per sofort	D F E
B742	Hotelfachfrau/Gouvernante		25	CH	per sofort	D F E S
B666	Im Bereich Gastro. NUR Tagesschicht		29	CL	per sofort	D E
B756	Kaufmännische Angestellte, Projekt Managerin		45	DE	per sofort	D E F
B310	Kellner		27	FR	per sofort	D F E
B753	Kellner		47	SK	per sofort	D E
B308	Koch		40	ES	per sofort	D F E
B759	Koch/Chef de service		47	CH	per sofort	D F E S
B743	Küchenchef		38	CH	per sofort	D E R U
B748	Leiterin Hauswirtschaft / Masseurin		40	DE	per sofort	D F I
B741	Marketing- und Verkaufleiterin/Eventmanager		42	CH	per sofort	D F I E S
B752	Nachtportier		57	CH	per sofort	D F I E
B313	Praktikum als Koch		22	CH	per sofort	D
B754	Rezeptionistin		32	CH	per sofort	D F I E
B723	Réceptionistin		21	CH	per sofort	D F E S
B701	Réception / KV / Portier / Night-Auditor		28	DE	per sofort	D F E
B103	Restaurantfachfrau		29	DE	per sofort	D F E
B687	Rezeption		19	CH	per sofort	D F E
B338	Rezeptionistin, Empfangsdame oder Hostess		33	UK	per sofort	D E S K
B196	Service		37	SK	per sofort	D E S K
B354	Serviceangestellte/ Barmitarbeiterin		23	DE	per sofort	D F E T R
B761	Service Bar		41	DE	per sofort	D E
B329	Servicefachangestellter/Chef de service		52	AT	per sofort	D F E
B694	Service/Küchenhilfe/Reinigung		46	CH	per sofort	D I
B525	Service, Küche, Wellness, Reception,		17	AT	per sofort	D I E
B341	Service oder Küche		41		per sofort	D

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 23. 11. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

☆☆☆☆

Au Parc Hotel

Famille Surchat Propriétaire

Fribourg

Hôtel 4**** 136 lits, 2 restaurants, 1 bar, 1 dancing,
11 salles de conférences, service traiteur, boutiques.

POSTES DISPONIBLES

RÉCEPTIONNISTE

Responsable du bon fonctionnement opérationnel
et administratif du département.

Votre profil : Au bénéfice d'une formation et d'une expérience de
quelques années dans un poste similaire,
Vous possédez un savoir-faire informatique (Word, Excel.)
Maîtrise des langues allemande et anglaise.
Autres langues un atout

Entrée : Janvier 2010 ou à convenir

Merci nous envoyer votre candidature à :

Au Parc Hôtel - Rte de Villars 37

1700 Fribourg

026 / 429 56 56

denise.gallandat@auparc-hotel.ch

Best Western

Hôtel Strasbourg

Genève

Rue Pradier 10 – 1201 Genève

Hôtel genevois de *** supérieur, situation centrale,
nous recherchons pour compléter notre équipe, entrée
immédiate ou à convenir:

Assistant(e) de direction Réceptionniste (secrétaire de réception) Portier de nuit Stagiaire réception

Ces postes sont destinés à des personnes possédant un
excellent sens de l'organisation, du travail en équipe. Motivées
et dynamiques ces personnes devront être aptes à prendre des
initiatives et posséder un savoir faire en informatique/bureau-
tique. Les candidats doivent également maîtriser parfaitement
le français et l'anglais. Salaire adapté aux exigences du poste
avec beaucoup de possibilités.

Si vous correspondez à ce profil, n'hésitez pas à nous faire
parvenir votre dossier complet avec photo.



...ankommen und daheim sein...

Führendes ****Ferienhotel in Familienbesitz
am Lago Maggiore
sucht für die Sommersaison von März bis
Oktober 2010

Hotelsekretär/in / Réceptionniste/in (m/w)

Muttersprache Deutsch, mit guten Italienisch-Kenntnissen

Sie haben einige Jahre Berufserfahrung, sind mehrsprachig,
flexibel, verfügen über gute PC-Kenntnisse (Microsoft
Office, Hogatex), haben gute Umgangsformen und
sind ein Organisationsfan.

Wir bieten Ihnen ein angenehmes, familiäres Betriebsklima,
geregelt Arbeitszeiten und gute Verdienstmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
Hotel Tobler, Via Collina, 6612 Ascona, Tel. 091 785 12 12
www.hotel-tobler.ch, info@hotel-tobler.ch

Svizzera italiana



Für die kommende Saison 2010 mit
Stelleneintritt März/April suchen wir
folgende Mitarbeiter/innen:

Service-Restaurant Brigade: Chef de Rang Servicefachangestellte Servicepraktikanten/-in

Küche:

Vertretung Küchenchef
Chef Tournant
Chef Saucier
Chef Entremetier
Chef Gardemanger
Commis de cuisine

Romantik Hotel, CH-6612 Ascona
Castello Seeschloss, Piazza Motta
Tel. +41 (0) 91 791 01 61
Fax +41 (0) 91 791 18 04
www.castello-seeschloss.ch
hotel@castello-seeschloss.ch



Le **Service de la restauration** est chargé d'assurer une
alimentation et un service parfaitement adaptés aux demandes de
ses clients : c'est une mission qui exige à la fois rigueur et souplesse
d'esprit, ainsi qu'une grande écoute et un professionnalisme
particulier. Pour compléter notre équipe, nous recherchons un-e :

Cuisinier-ère diététicien-ne

Activités principales :

- Préparation de mets chauds et froids, normaux et diététiques.
- Encadrement du personnel de production/entretien.
- Participation à la formation des apprentis.

Exigences du poste :

- CFC de cuisinier et de cuisinier diététicien indispensables.
- A l'aise dans les tâches de production et de gestion des matières
premières.
- Appliquer le principe d'auto-contrôle (ODA).
- Etre capable de s'adapter à une grande brigade.

Date d'entrée : date à convenir

Renseignements : M. Rensch, tél. 021 314 58 44

Si vous êtes intéressé-e par un nouveau défi professionnel,
n'hésitez pas à nous faire parvenir votre dossier complet à
l'adresse figurant ci-dessous :

**Direction de la Logistique Hospitalière du CHUV,
Ressources Humaines, réf. VD1066
Mont-Paisible 18 - 1011 Lausanne**

Cahier des charges disponible sur : www.chuv.ch

...einfach fantastische "Aussichten"!

Hotel an fantastischer Aussichtslage über dem
Lago Maggiore, inmitten mediterraner
Parkanlage mit 52 Zimmer und Appartements.
Modernes à la carte Restaurant und rustikales
Tessiner Grotto mit total 180 Sitzplätzen. Für
die kommende Saison 2010 suchen wir per 1.
März oder nach Vereinbarung

Sous Chef

...der/die seinen/ihren Beruf nicht nur liebt,
sondern auch liebt.

Service Mitarbeiter/in

...für die/den der Gast nur König ist.
...die/der seine Italienischkenntnisse vertiefen
möchte.

Kinderbetreuung & Allrounderin

...die/der unsere kleinsten Gäste mit
ihrer/seiner fröhlichen Art und tollen Ideen für
sich gewinnt.

Interesse? www.campagnola.ch. Gerne
erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen:
La Campagnola, Hotel-Ristorante-Grotto,
Direktion, 6575 S. Nazzaro-Vairano

Stellengesuche

Fundiertes Know-how ist alles

war stets die Wegweisung der vergangenen 10 Jahre.

Der Beginn meiner akribisch zielgerichteten Sinngabe meiner
beruflichen Karriere begann mit einer Lehre in einem 5-Stern-
Hotel als Koch. Die erfolgreiche Abschlussprüfung war der
erste Baustein auf dem Weg zum Ziel. Anschliessend habe ich
sehr anspruchsvolle Aufgaben in der Küche und in der «Food
& Beverage»-Beschaffung mit Erfolg verbracht und so faktisch
den Weg zu höherer Ausbildung geebnet.

Heute verfüge ich über das eidg. anerkannte Diplom des Hotel-
managers und freue mich auf eine anspruchsvolle Herausfor-
derung im Hotelfach.

Deutsch und Englisch perfekt. Ich freue mich auf die Stunden
der ersten Kontakte. swisshotelmanagement@gmail.com

Stellenvermittlungen



www.hotelcareer.fr

www.horesto.ch

Offres et recherches d'emploi
sur 2 portails de recrutement spécialisés
pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch



DOMINO GASTRO

Personal – Vertrout
www.dominogastro.ch
Tel. 055 415 52 80
personal@dominogastro.ch
für Bewerber kostenlos.

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in
guten Hotels der ganzen Schweiz für
qualifiziertes Hotelpersonal.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotella.ch

IMPRESSUM

htr hotel revue – 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:

Morbijoustrasse 150, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Holmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Hausenberger

Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Monika Schäumann, Patricia Nobs Wyls

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:

– Ausgabe Nr. 49/2009

– Erscheint 3.12.2009

– Anzeigenschluss Mo. 12.00 Uhr 30.11.2009

Nr. 50/2009

10.12.2009

7.12.2009

Doppelnummer

Nr. 51/52/2009

17.12.2009

7.1.2010

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

WEMF-beglaubigt 2007/08 / contrôlés REMP 2007/08, verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 092, Gratisauflage / tirage gratuit: 1289

(Druckauflage / tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden.
Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck
bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte.
Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.