Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 6

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: 21.07.2025

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

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
D05
02071
30

htr
11. Februar 2010
Nr. 6 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch

avec cahier français
hotelrevue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 295 Stellenangeboten**

St. Moritz
Das 17. Gourmet Festival wird von den Organisatoren als eines der bisher erfolgreichsten bezeichnet.
Seite 13 bis 15

Mediation
Die Touristiker von Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden sprechen sich aus.
Seite 3

Gratis-ÖV
Die Zürcher Hoteliers möchten ein kostenloses ÖV-Ticket für jeden Übernachtungsgast. Es wird verhandelt.
Seite 2

ST Italien
«Es ist uns gelungen, die Schweiz in kurzer Zeit bei vielen Italienern als Reiseziel in Erinnerung zu rufen.»
Seite 5 und 21

Tiziano Pelli, Direktor ST Italien

Branche wird grün

Fotolia

Eine prosperierende Wirtschaft im Einklang mit der Natur: Das ist das Ziel der Nachhaltigkeit.

Die Nachhaltigkeits-Charta ist mehr als ein Lippenbekenntnis: Der Schweizer Tourismus-Verband reicht beim Bund fünf Projekte ein.

THERES LAGLER

Am Ferientag in Luzern vor knapp einem Jahr haben 26 Verbände, Regionen und Destinationen die Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus unterschrieben. Seither war zum Thema nicht mehr viel zu hören, was nicht heisst, dass nichts passiert ist. Der Schweizer Tourismus-Verband (STV), der die Koordination wahrnimmt, hat soeben eine Evaluation vorgenommen, die aufzeigt, wo die einzelnen Unterzeichner bei ihren Nachhaltigkeits-Bemühungen stehen. Zudem hat er zwei runde Tische organisiert, an denen sich eine Kerngruppe auf fünf Projekte einigte, die ausgearbeitet werden sollen. An erster Stelle steht der Aufbau eines Evaluationstools, das den Nachhaltigkeitsbegriff für touristische Anbieter konkretisieren soll. Die einzelnen Branchen sollen messbare Kriterien erhalten, die Benchmark-Vergleiche ermöglichen. Die weiteren Projekte: ein Online-Werkzeugkasten, Weiterbildungs-Module, die Prüfung von Kompensationsmöglichkeiten für die eigenen CO_2-Emissionen und die Ausgestaltung von nachhaltigen Angeboten. «Wir werden beim Staatssekretariat für Wirtschaft vorsprechen, um eine Finanzierung der Projekte über Innotour abzuklären», bestätigt STV-Vizedirektorin Mila Trombitas.
Seite 3

Raiffeisen-Aktion

Zum halben Preis Genf und Waadt besuchen

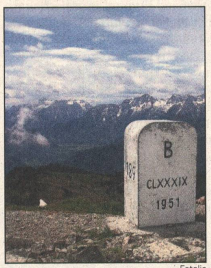
1,6 Millionen Raiffeisen-Mitglieder werden vom 1. Mai 2010 bis 30. April 2011 die Möglichkeit haben, die Kantone Genf und Waadt touristisch kennenzulernen. Und zwar mit einem 50-Prozent-Rabatt auf Hotelübernachtungen, beim Benützen des öffentlichen Verkehrs und einem grossen Angebot an Ausflügen. Bei der Aktion der schweizerischen Bankengruppe werden über hundert Hotels mitmachen, vom Bergchalet bis zum 5-Sterne-Haus. Die beiden Westschweizer Kantone erwarten aufgrund des Sonderangebotes zwischen 80 000 und 100 000 Wochenend-Übernachtungen. dst/eda
Seite 20

Grenzüberschreitende Kooperationen

Der Blick über den Tellerrand macht schlauer und bringt Geld

Tourismusdirektoren von Schweizer Städten treffen sich mit Kollegen aus ganz Europa in einer Marketingkooperation, Schweizer Köche kochen in fernen Ländern, regionale Tourismusorganisationen schnüren mit ihren Nachbarländern Packages und Alpen-Destinationen spannen zusammen: Touristiker schaffen damit hilfreiche Netzwerke. Der Wissens-Transfer und der Austausch mit Gleichgesinnten bringe sehr viel, sagen sie. Nicht nur für sie persönlich, auch fürs Business. Wer an einem grenzüberschreitenden Interreg-Projekt teilnimmt, profitiert auch noch von EU-Geldern. Wie der Kanton Graubünden, der an die 20 Interreg-Projekte in der Pipeline hat.

Eine Möglichkeit, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen, bieten Partnerschaften mit einer Schwester-Stadt oder -Destination. Luzern hat mehrere solcher Verbindungen. Nicht alle sind gleich erfolgreich. Jene mit Chicago wirkt sich touristisch relevant aus. Und Gstaad profitiert auf diese Weise von Darmstadt: Leserreisen der lokalen Medien füllen in beiden Orten die Hotelbetten. ck



Fotolia

Kooperation über die Grenzen hinweg erweitert den Horizont.

Seite 7 bis 12

Kommentar

Und jetzt, bitte, nicht gemütlich zurücklehnen

ELSBETH HOBMEIER

Es war schön, das «neue» Gourmet Festival St. Moritz auf der Corviglia. Wärmer als im zugigen Festzelt auf dem See, intimer und festlicher. Gäste und Sponsoren lobten den Berg und trauerten dem See kaum nach. Und die Organisatoren schwärmen bereits vom «Festival der Superlative».

Das freut. Und doch: Ein wehmütiger Blick von oben auf den zugefrorenen See blieb. Und die Erinnerung an das spezielle Gefühl, unter sich nur Eis und viel Wasser zu wissen. Vielleicht wären die beiden Erlebnisse zu koppeln: Apéro auf

«Vielleicht wären Berg und See zu koppeln? Oben Dîner, unten Mitternachtstrunk?»

dem See, in Moonboots und Abend-Outfit, dann Transfer auf den Berg zu den Köchen? Oder, umgekehrt, oben das Dîner und später unten ein Mitternachtstrunk on the rocks?

Das sind nur Ideen. Aber innovative Gedanken bewahren vor gemütlichem Zurücklehnen. Und wenn wir schon beim Wunschkonzert sind: Wie wäre es, wenn jeder Gastkoch in «seinem» Hotel auch dem Mittagsgast zwei, drei nette kombinierbare Gerichte anbieten würde? Die Restaurants sind ja ohnehin offen, die Küchenteams im Einsatz, die Rezepte fürs meist ausgebuchte Abendmenü eingespielt. Eine solche mittägliche Lightversion würde das Festival noch mehr Gästen öffnen und weitere Kreise ziehen. Das wäre doch eine Überlegung wert, oder?
Seiten 13 bis 15, 24

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
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch

9 771662 334000 06

ANZEIGE

«Mirela heisst für mich:
Dem administrativen Mitarbeiteraufwand ein Schnippchen schlagen.
Übersichtlich, transparent, unkompliziert,
gibt Sicherheit punkto Sozialversicherungsleistungen,
Lohnabrechnungen und Arbeitszeitkontrollen.»

@MIRELA
www.mirela.ch

Claudia Zürcher-Künzi, Parkhotel Schloss Hünigen, Konolfingen

Schweizerische Nationalbibliothek NB
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN
Biblioteca naziunala svizra BN

Aus der Region

Zürich

Zürich Tourismus mischt bei Wahlen mit

Swiss-Image

Für die Zürcher Stadtwahlen am 7. März hat **Zürich** Tourismus eine Internetplattform lanciert. Dort empfiehlt die Organisation Kandidaten zur Wahl, die sich für den Tourismus einsetzen. Auf www.ztextra.ch/wahlplattform sind über 80 Kandidaten mit Bild und Werdegang aufgelistet, inklusive einem Fragebogen zu tourismuspolitischen Themen. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus werde zu wenig wahrgenommen, so Frank Bumann, Direktor von Zürich Tourismus. Insgesamt kandieren 1160 Personen für ein politisches Amt in der Stadt Zürich. saz

Das Hallenstadion als Kongresszentrum

Das Zürcher Hallenstadion erhält ein neues Raumkonzept. In Zusammenarbeit mit Holiday Inn, Swissôtel, Courtyard by Marriott und Renaissance kann das Hallenstadion als mittelgrosser Kongressraum umfunktioniert werden. Im «Forum Hallenstadion» können so von 600 bis 3300 Personen Platz finden. Bei Shows mit Stehplätzen passen bis zu 4500 Menschen in den Raum. Mit dem Kongressbüro von Zürich Tourismus wird eng zusammengearbeitet. Im Grossraum Zürich sind heute nur Kongresse bis mit 1700 Personen durchführbar, teilt die AG Hallenstadion mit. saz

Wallis

Luxus-Anlage wird noch nicht gebaut

Die Bauarbeiten für das Luxus-Resort «Mirax» in Aminona verzögern sich. Die Walliser Regierung hat eine Beschwerde von WWF, Heimatschutz sowie der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz gutgeheissen. Die Bauarbeiten sollten nicht sofort ausgeführt werden, wenn sich die Wiederherstellung später als unverhältnismässig erweisen sollte, argumentiert der Staatsrat. Die Beschwerdeführer wehren sich gegen die Entscheide des Gemeinderates von Mollens, der die Anlage bewilligt hat. Mirax plant ein Resort mit 2500 Betten für 400 Millionen Franken. saz

Betrüger locken Touristen in die Schweiz

Englische Touristen standen in Verbier vor einem leeren Grundstück – statt wie vor dem übers Internet gebuchten Luxuschalet. Laut dem lokalen Tourismusbüro lockten Internetbetrüger diese Saison schon mehrere Male Gäste mit falschen Versprechen in die Schweiz. Im jüngsten Fall von Verbier meldeten sich die Touristen auf ein Inserat auf www.skichalet-verbier.com und bezahlten die Miete im Voraus. Die Seite ist mittlerweile blockiert. Laut Schweiz Tourismus haben sich solche Betrügereien in den letzten Jahren auch anderswo ereignet. saz

Wünsche an Politiker

Die Zürcher Hoteliers schnuppern Frühlingsluft. In ein altes Anliegen – ein kostenloses ÖV-Ticket für jeden Übernachtungsgast – kommt offenbar Bewegung.

ANDREAS GÜNTERT

Die Wertschöpfungs-Kraft, die der Zürcher Tourismus entfacht, ist erstaunlich: 35 000 Jobs im Tourismus. 5,4 Milliarden Franken Gäste-Jahresumsatz. Jährlichen Steuereinnahmen für den Kanton von 170 Millionen Franken. Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers, trug die Zahlen am Dienstag im Stadthotel Widder mit Verve vor. An der Veranstaltung «Politik trifft Hotellerie» fand er die richtige Zielgruppe. Neben zahlreichen Hoteliers waren gut drei Dutzend Parlamentarier anwesend, vornehmlich Gemeinde- und Kantonsräte. Diesen machte Arnold eine weitere verblüffende Tatsache bewusst: Obwohl Zürich nicht als klassischer Tourismuskanton gilt, verzeichnet die Region 12 Prozent aller Hotel-Übernachtungen der Schweiz. Der jährliche Beitrag des Kantons von 270 000 Franken an Zürich Tourismus scheint angesichts der touristischen Power vergleichsweise winzig.

Die Anliegen der Hoteliers: Neben dem strategischen Ansatz eines integrierten Destinationsmarketings steht das Projekt Kongresshaus im Vordergrund. Gewünscht wird eine Lage, die die Schönheiten der Stadt und Swissness zeigt. Unter den bisher besprochenen Standorten kommt am ehesten jener hinter dem Bahnhof beim Platzspitz in Frage. Gefragt ist eine Minimalkapazität von 2500 Personen und ein Hotelprojekt mit 300 bis 500 Zimmern unter dem gleichen Dach. Zweitens wird angestrebt, dass jeder Hotelgast mit der Übernachtung ein kostenloses Ticket für die öffentlichen Verkehrsmittel erhält. Das steht seit Jahren auf der Wunschliste. Am Rande der Veranstaltung deutete Arnold an, dass sich im Dossier ÖV etwas tut. «Seit letztem Herbst können wir mit dem ZVV endlich auf oberster Ebene verhandeln.» Wohl eine Folge des «Elmar-Effekts». Mit dem Ex-Zürcher Stadtpräsidenten Elmar Ledergerber hat Zürich Tourismus einen Präsidenten, der als Türöffner wirkt. Die Krux in Sachen ÖV-Ticket: Weil man nicht weiss, wie stark die Touristen davon im engmaschigen Zürcher Verkehrsnetz Gebrauch machen würden, lassen sich auch die Kosten schlecht voraussehen. Gemäss Arnold ist nun angedacht, dass im nächsten Jahr eine Art «Probezeit» eingeräumt werden könnte. Ein Zeitfenster, in welchem Touristen kostenlos das ÖV-Angebot nutzen könnten. Das würde Hinweise auf ein allfälliges Kostenmodell geben. Für die Hoteliers ist klar, dass auch der Transport vom Flughafen in die Stadt – also beispielsweise mit der Glattalbahn – inbegriffen sein müsste. Beim ZVV bestätigt man, «dass Gespräche laufen», zum Inhalt will man nichts sagen. Arnold ist zuversichtlich: «Im März findet das nächste Spitzentreffen statt.»

«Seit letztem Herbst können wir endlich auf oberster Ebene verhandeln.»

Jörg Arnold
Zürcher Hotelier-Präsident

Daniel Boschung/zvg

Werden Hotelgäste bald gratis vom Flughafen befördert?

htr.ch und hoteljobs.ch gehören zu den 200 besten Websites der Schweiz

Gleich beim ersten Anlauf schaffen es die beiden Websites ins Rating der Crossmediapublikation «anthrazit».

In der Kategorie «Medien» erscheint htr.ch im «anthrazit»-Rating der Februarausgabe neben «grossen» Namen wie 20min.ch, drs.ch und persoenlich.com. Für htr.ch sei das eine tolle Auszeichnung, so Gabriela Benz, Verlagsleiterin von «anthrazit». «Es gibt viele Firmen die noch gespannt warten und hoffen, unter den 200 Besten zu sein.» hoteljobs.ch hat es mit den bekannten Adressen doodle.com und ricardo.ch in die Kategorie «Andere» geschafft und wird als «Jobportal, das seinesgleichen sucht» beschrieben.

«anthrazit» kürt jeweils im Februar die 200 besten Websites des Jahres. Eine mehrköpfige Expertenjury beurteilt angemeldete – in diesem Jahr fast 1000 – und selbst ausgewählte Seiten vor allem nach deren Nützlichkeit. Zum ersten Mal konnten in diesem Jahr auch die «anthrazit»-Members mitentscheiden. rom

Glanz für Zuozer Hotels

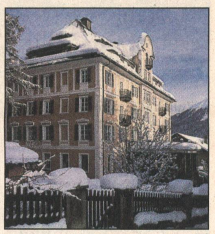
Die beiden Hotels Engiadina und Crusch Alva erhalten ein Facelifting.

SAMIRA ZINGARO

In Zuoz wechselt der Besitzer des 4-Sterne-Hotels «Engiadina». Die Familie Arguint hat das Traditionshaus an die Dmura AG veräussert. Nach dem Umbau – geplant sind etwa Suiten im Dachgeschoss – soll das Hotel ab Sommer 2010 als 4-Sterne-Superior geführt werden.

Gemäss Verantwortlichen, möchte Dmura AG künftig auf dem Tennisplatz drei Wohnhäuser mit insgesamt 12 Wohnungen errichten. Deren Erlös soll in die Sanierung des Hotels fliessen. Auch der terminierte Neubau mit zusätzlichen Zimmern und Spa-Bereich soll so finanziert werden. Die Kosten belaufen sich auf 20 Millionen Franken.

Auch das «Crusch Alva» in Zuoz hat Pächterin Dmura AG sanft renoviert. Im Frühling werden zudem Aussenfassade und Badezimmer erneuert.



zvg

Soll neues Kleid erhalten: das Hotel Engiadina in Zuoz.

Entrée: Hotel Baur au Lac, Zürich. Mehr auf **www.htr.ch/hotelarchiv**

zVg Hotel Baur au Lac

Die Branchenverbände und touristischen Regionen haben sich zur Nachhaltigkeit verpflichtet. Langsam zeigt sich, was das heisst.

THERES LAGLER

zvg

Gehört zu den Pionieren: Armin Bützberger mit der 300 Quadratmeter grossen Solaranlage des Hotels Europa in Champfèr.

Wer geht voran?

Ein knappes Jahr nach der Unterzeichnung der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus kristallisieren sich erste konkrete Umsetzungsmassnahmen heraus. Der Schweizer Tourismus-Verband (STV) hat mit einer Kerngruppe fünf Projekte ausgearbeitet, die nun auf nationaler Ebene angepackt werden. «Wir wollen nicht von ganz vorne beginnen, sondern vorhandene Lücken schliessen», betont Mila Trombitas, STV-Vizedirektorin. So soll beispielsweise im Projekt «Toolbox» ein Werkzeugkasten erstellt werden, der die branchenrelevanten Informationen zum Thema Nachhaltigkeit und die bestehenden Instrumente zusammenfasst. Weiter soll ein Evaluationstool aufgebaut werden, das den touristischen Anbietern messbare Kriterien liefert, die Auskunft geben über den Erfolg der getroffenen Massnahmen. Weit gediehen ist auch die Idee einer spezifischen Weiterbildung. «Die Hochschule Luzern beabsichtigt, einen Schwerpunkt Nachhaltigkeit aufzubauen», so Mila Trombitas. Erst angedacht sind die Projekte zur Ausgestaltung von nachhaltigen Angeboten und zu einem allfälligen CO_2-Zertifikatshandel. So viel zur übergeordneten, nationalen Ebene.

Zürich Tourismus ist bereits in einer Spitzenposition

In der Nachhaltigkeits-Charta verpflichten sich die Organisationen aber auch, im eigenen Betrieb eine Nachhaltigkeitsstrategie zu verankern. «Es sind alle ganz unterschiedlich weit. Wir sind aber nicht die Polizisten des Tourismussektors, die mit dem Mahnfinger auf Mitglieder zeigen, die sich etwas mehr Zeit lassen», betont Mila Trombitas. Sehr engagiert ist Zürich Tourismus. Direktor Frank Bumann will am 23. Februar an einer Medienkonferenz aufzeigen, was seine Organisation alles unternimmt, und lässt sich deshalb noch nicht detailliert in die Karten blicken. Bekannt ist aber, dass Zürich Tourismus bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie im Vorstand erarbeitet hat und bis Ende Jahr die Umweltmanagement-Norm ISO 14001 erfüllen will. «Für uns ist es wichtig, als Vorbild voranzugehen und Erfahrungen zu sammeln. Nur so können wir auch Überzeugungsarbeit leisten», betont Bumann. «Die Nachhaltigkeits-Charta ist eine Aufforderung zum Wettbewerb. Wir stehen am Anfang eines langen Prozesses.»

> «Wir sind nicht die Polizisten des Tourismussektors, die einzelne Mitglieder mahnen.»
>
> **Mila Trombitas**
> Stv. Direktorin STV

Energie als zentraler Kostenfaktor für Hotellerie und Bergbahnen

Fürs Thema sensibilisiert ist auch die Hotellerie, da der Energieverbrauch erhebliche Kosten verursacht. Hier setzt hotelleriesuisse an. Im Frühling soll die überarbeitete Website Hotelpower neu aufgeschaltet werden, die dem Hotelier Kostensparpotenziale aufzeigt. Zudem versucht der Verband, seine Mitglieder zu animieren, bei den Benchmark- oder KMU-Modellen der Energieagentur für Wirtschaft (Enaw) mitzumachen, wie Beat Hagmann, Nachhaltigkeitsbeauftragter von hotelleriesuisse, ausführt. Auch bei den Bergbahnen sind die Energiekosten hoch. Der Verband Seilbahnen Schweiz (SBS) hat deshalb die Studie «Energiemanagement Bergbahnen» in Auftrag gegeben. «Sie soll Möglichkeiten zu Kostensenkungen bei Betrieb und Unterhalt alternativer Energiequellen für die Branche aufzeigen», hält SBS-Mediensprecher Roman Weissen fest. Erst am Anfang der Tätigkeiten steht Gastrosuisse. Direktor Anton Schmutz sieht aber durchaus pragmatische Lösungen für kleine Betriebe.

Innerrhoden reicht die Hand

Appenzellerland Tourismus AI trifft sich mit Appenzellerland Tourismus AR Ende Februar zu einem Mediationsgespräch.

CHRISTINE KÜNZLER

zvg

Tourismuszentrum Appenzell.

Für den Präsidenten des Verbands Appenzellerland Tourismus AI, Ruedi Ulmann, ist eine gemeinsame Destination Appenzellerland «zur jetzigen Zeit nicht vorstellbar». Hingegen wünscht er sich eine projektbezogene Zusammenarbeit mit den Ausserrhoder Touristikern und gemeinsame Messeauftritte. Zur Erinnerung: Ende 2009 haben die Tourismusverbände beider Appenzell die Marketingorganisation ATMAG aufgelöst. Ausserrhoden machte Anfang Jahr einen Schritt nach vorn mit einer neuen Tourismusstrategie und der Gründung der Appenzellerland Tourismus AG in Heiden. Diese sei für Leistungsträger und Touristiker beider Halbkantone offen, wie Tourismusdirektor Sandro Agosti im Interview mit der htr hotel revue darlegte (htr vom 21.1.).

Beide Tourismusorganisationen versichern, im Sinne des Gastes zu handeln. Dass sie sich nicht zu einer Organisation zusammenraufen können, hat offenbar auch mit Zwischenmenschlichem zu tun. So sieht Ulmann den Grund für die Auflösung der ATMAG darin, dass «mit deren Geschäftsführer und den beiden Tourismusdirektoren drei Personen das Zepter hielten und der Lead nie richtig bestimmt war.» Eine Herausforderung sei auch gewesen, die touristischen Interessen beider Halbkantone gleichgewichtig zu vertreten. «Ich finde es besser, unsere Zusammenarbeit nun bei null beginnen zu können. Ich bin zuversichtlich, eine gemeinsame Basis zu finden.»

Dass die Innerrhoder der AG in Heiden nicht beitreten, hat verschiedene Gründe. «Wir mögen es nicht, wenn man uns etwas aufzwingt und uns vor vollendete Tatsachen stellt. Die Eigenständigkeit ist uns wichtig», sagt Ulmann und räumt ein, dass eine Destination-Management-Organisation zwar an und für sich eine gute Idee sei. Abgelehnt wird der Beitritt auch, «weil Heiden von Appenzell, wo wir unser touristisches Zentrum positionieren, zu weit weg liegt». Deshalb, so Ulmann weiter, müsste Appenzell an der Appenzellerland Tourismus AG 60 Prozent der Aktien halten können. Ein weiterer Punkt, der gegen die gemeinsame Vermarktung spreche, sind die «heiklen katholischen Appenzeller Bräuche. Diese von Auswärtigen vermarkten zu lassen, ist eine Gratwanderung». Seine Argumente, sagt Ulmann, entsprächen der Haltung seiner Leistungsträger.

Das Mediationsgespräch, um das die Innerrhoder die Ausserrhoder Touristiker gebeten haben, soll «alle Beteiligten auf den gleichen Stand bringen». Die insgesamt 19 Vorstandsmitglieder beider Verbände seien nämlich nicht immer gleich gut über das Geschehen informiert gewesen.

Hallenstadion und Ticketcorner angezeigt

Die Eidgenössische Wettbewerbskommission (WEKO) hat gegen die Aktiengesellschaft Hallenstadion Zürich (AGH) und Ticketcorner eine Untersuchung eröffnet – wegen angeblichen Verstössen gegen das Kartellgesetz. Wie der «Bund» mitteilt, haben die zwei Unternehmen einen «Kooperationsvertrag» abgeschlossen. Die Veranstalter von Anlässen im Hallenstadion werden dadurch verpflichtet, jeweils mindestens die Hälfte der Tickets über Ticketcorner zu vertreiben. Zwei Anzeigen von Konkurrenten sind beim WEKO diesbezüglich eingegangen. saz

Spirituosenbrenner schliessen sich zusammen

Fünf Organisationen der Schweizer Spirituosenbranche haben sich zu «Distisuisse» vereint. Ziel ist es, den Marktanteil mit hochwertigen Edelbränden aus der Schweiz und Liechtenstein zu vergrössern. Der Zusammenschluss wurde durch die Forschungsanstalt Agroscope Changins-Wädenswil, die Eidgenössische Alkoholverwaltung sowie die Plattform Darf angeregt. Künftig sollen Schweizer Destillate durch eine Jury alle zwei Jahre prämiert werden. Im Moment werden Logo, Reglement und Name vorbereitet. Die erste Preisvergabe soll im 2011 erfolgen. saz

Gilbertes Hotel sucht Käufer

Finanzielle Schwierigkeiten: Das legendäre Hôtel de la Gare in Courgenay wird verkauft.

DANIEL STAMPFLI

Mit «La Petite Gilberte» aus Courgenay, der Wirtshaustochter, die während des Ersten Weltkriegs Tausende von Soldaten aufheiterte, erlangte das Hôtel de la Gare im jurassischen Dorf Berühmtheit. Nun soll der Betrieb, der von Icomos im Jahre 2003 als historisches Haus eine besondere Anerkennung erhielt, verkauft werden.

Finanzielle Schwierigkeiten führen die aktuelle Eigentümerin, die Fondation Gilberte de Courgenay dazu, den Betrieb zu verkaufen, wie Bruno A. Kläusli, Präsident des Stiftungsrates, erklärt.

Raphael Schneider/zvg

Hôtel de la Gare: Eine Legende schreibt ein neues Kapitel.

Denn der ehemalige Gründer und heutige Vizepräsident der Stiftung, der 86-jährige Moritz Schmidli, möchte aussteigen und einen Teil seines Darlehens zurück. Da dieser Betrag in den letzten Jahren aber mit dem Betrieb nicht erwirtschaftet wurde, sei man gezwungen, das Hotel zu verkaufen, so Kläusli. Die Preisvorstellungen lägen bei rund 1 Mio. Franken. Grosse Investitionen seien nicht nötig. Nach mehreren Jahren, in denen das Hotel geschlossen blieb, hatte die von Klärly und Moritz Schmidli finanzierte Stiftung das Haus im Jahre 1998 zu neuem Leben erweckt.

Aus der Region

Berner Oberland

La Videmanette bleibt vorerst ausser Betrieb

Die Gondelbahn Rougemont-La Videmanette bleibt vorerst ausser Betrieb. Wie es mit der Bahn weitergehen soll, klärt sich frühestens am Runden Tisch mit den Gemeinden am 15. Februar. Dabei wird auch das Förderungskonzept diskutiert, das bis zum Jahr 2018 Investitionen von 160 Millionen Franken vorsieht. Der Neubau der Bahn ist für 2016 geplant. Die Prüfung des Materials hat ergeben, dass an allen Gondeln die Hauptrohre und Zahnräder ersetzt werden müssen. saz

Holzskulptur wird Kulturzentrum von Gstaad

Der französische Architekt Rudy Ricciotti hat den Wettbewerb für das geplante Kulturzentrum «Les Arts Gstaad» gewonnen. Sein Entwurf – eine Holzskulptur – hat sich gegen 20 Mitbewerber durchgesetzt. Entstehen soll ein wellenförmiger Bau mit Holzkleid. Darin wird sich der Konzertsaal befinden. Räume wie die Kunsthalle oder das Foyer, sind unterirdisch angesiedelt. Dadurch werde schonend mit der Topographie umgegangen, schreibt Gstaad Saanenland Tourismus. saz

Bern

Eine Million Franken für Sport-Grossevent

Erwin Züger©Art on Ice/zvg

Die Stadt Bern ist im Januar 2011 Austragungsort der Europameisterschaften im **Eiskunstlaufen**. Stadt und Kanton haben dafür das notwendige Geld von je 0,5 Millionen Franken gesprochen. Das Sportereignis findet zwischen dem 23. und 30. Januar statt und ist für die Hauptstadt ein weiterer Grossanlass – nach der Euro 2008 und der Weltmeisterschaft im Eishockey ein Jahr später. Die Veranstalter rechnen mit 45 000 Gästen und 30 000 Übernachtungen. Man möchte den Ruf als Sportstadt weiter stärken, so Stadtpräsident Alexander Tschäppät. saz

Basel

Nur die Hälfte der Geschäfte reinigte

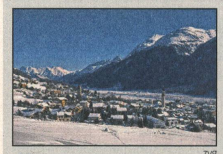
Swiss-Image

Das Projekt «Reinigung der Umgebung» in **Basel** ist teilweise gescheitert. Dieses sah vor, dass 12 Betriebe – von Geschäften bis zu Restaurants – eine bestimmte Fläche der Allmend reinigen und ab 14 Uhr die Abfalleimer leeren. Nur die Hälfte hat dies gemacht. Die Allmend sollen sie weiter sauber halten, die Eimer hingegen leert die Stadtreinigung. saz

Aus der Region

Graubünden

Samedan will Hotelbetten verdoppeln



zvg

Das Hotelangebot in **Samedan** soll sich von heute 300 Betten in den nächsten Jahren mehr als verdoppeln. Wie die «Engadiner Post» berichtet, sind im Raum Sper L'En, im Gebiet Quadratscha sowie bei der Talstation des Skilifts Survih drei Hotelprojekte geplant. 500 Hotelbetten sollen dadurch geschaffen werden. Die erforderlichen Umzonungen sind an der nächsten Gemeindeversammlung traktandiert. saz

Volle Betten im Waldhotel National in Arosa

Die Wintersaison dauert zwar an, doch aufgrund der vielen Reservationen vermeldet das Waldhotel National in Arosa bereits jetzt, die Zimmer für die Saison 2009/2010 seien zu 90 Prozent ausgelastet, die Betten gar zu 97 Prozent. Das ist eine Steigerung um 3 Prozent gegenüber zum Vorjahr. Zurzeit wird das Viersternehaus ausgebaut. Hierfür werden 16 Millionen Franken investiert. Im Fokus der Erweiterung stehen 33 Doppelzimmer und 12 Suiten. Der Umbau ist in zehn Monaten fertig. saz

Zentralschweiz

Neuer Lehrgang für Touristiker in Luzern

Alain D. Boillat

Am Luzerner Institut für **Weiterbildung** kann neu der Titel «Sachbearbeiter/-in Tourismus IWB» erlangt werden. Der Lehrgang von rund 150 Lektionen vermittelt Themen wie Gästemarketing, Kommunikation oder Event-Organisation. Voraussetzung ist eine kaufmännische Grundausbildung oder entsprechende Berufserfahrung. saz

Fotolia

Die Mehrwertsteuersenkung um 12 Prozent geben deutsche Hoteliers bis anhin erst sehr verhalten weiter. Wenn überhaupt, dann bewegen sich die Preisabschläge meist bei gut 5 Prozent. Beliebter scheint die Verwendung des Geldes für Investitionen.

Kein Preisrutsch

Seit Januar wird die Hotelübernachtung in Deutschland nur noch mit 7% statt mit 19% MWSt. belastet. Auf die Preise hat das bis anhin keine grosse Wirkung.

GUDRUN SCHLENCZEK

Der grosse Preisrutsch ist bis anhin ausgeblieben. Die vereinzelt von Hotels oder Hotelketten veröffentlichten Preisreduktionen bewegen sich meist in der Grössenordnung von 5 Prozent. Für Geschäftskunden, die sich die Mehrwertsteuer vom Finanzamt wiederholen, kann die Übernachtung aufgrund so gestiegener Nettopreise sogar um einiges teurer werden.

Die Reduktionen der Mehrwertsteuer von 12 Prozent auf den Logementpreis (ohne F&B) wird nämlich genauso gern in Mitarbeiterschulung, bessere Entlöhnung, Qualifikationsmassnahmen oder Hardware investiert. Die 200 deutschen Best-Western-Hotels beispielsweise haben ein 50-Millionen-Euro-Investitionspaket geschnürt. Das entspricht auch ganz der Politik des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Dehoga. Und viele deutsche Hoteliers überlegen anscheinend noch, was sie mit dem Steuergeschenk der Bundesregierung nun effektiv machen wollen. Schliesslich sind in der deutschen 3- bis 5-Sterne-Hotellerie im letzten Jahr die Preise im Durchschnitt um 8 Prozent gefallen. «Man muss den Unternehmen etwas Zeit lassen», fordert Pressesprecherin Stefanie Heckel. Doch die Branche steht unter Beweisnot: Kaum eingeführt, wird das Steuergeschenk schon wieder hinterfragt. Die FDP will die Massnahme bereits wieder abschaffen. Auch SPD und die Grünen fordern eine Rücknahme. «Es gab selten so einen Druck auf die Branche», resümiert Heckel.

Trotzdem erwartet man bei Schweiz Tourismus in Deutschland eine Verschärfung der Wettbewerbssituation. Vor allem im Tagungs- und Kongresswesen. Direktorin Christina Marzluff: «Wir rechnen mit Effekten bei den Veranstaltern im nächsten Jahr, respektive ab der kommenden Wintersaison.» Die Auswirkung auf den Endkundenmarkt stuft Marzluff als sehr gering ein. Orlando Gehrig, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotelleriesuisse schätzt, dass die hiesigen Hotels vor allem in grenznahen Gebieten den Wettbewerbsdruck zu spüren kriegen.

«Wir rechnen mit Effekten bei den Veranstaltern ab der kommenden Wintersaison.»

Christina Marzluff
Direktorin ST Deutschland

Frankreich Der Erfolg blieb aus

Im Juli 2009 wurde für Frankreichs Gastronomie der Mehrwertsteuersatz von 19,6 auf 5,5% (ohne Getränke) reduziert. Doch die erhofften Preissenkungen blieben aus. Die Massnahme kostet den französischen Staat 3 Mrd. Euro jährlich. In einem «Vertrag für die Zukunft» hatte die Branche versprochen, die Preise für sieben Gerichte um 11,8% zu senken, in zwei Jahren 40 000 zusätzliche Stellen zu schaffen und die Gehälter zu erhöhen. Nach sechs Monaten hat nur jeder zweite Gastwirt seine Preise gesenkt und man spricht von höchstens 6000 Arbeitsplätzen, die entstehen dürften. Immerhin sollen die Gehälter zum 1. März um rund 6% erhöht werden, und es soll eine MWSt.-Prämie von 2% des Jahresgehaltes geben. Allerdings haben zwei Gastwirtkammern das noch nicht gebilligt. has

Österreich Hoteliers fordern 5%

In Österreich beträgt die MWSt. auf Logisleistungen 10%. Quasi über Nacht hat sich dieser bisherige Steuervorteil gegenüber Deutschland in einen Nachteil verwandelt. «Mit der Steuersenkung wurden Wettbewerbsnachteile für deutsche Hotels beseitigt und über die Grenze nach Österreich verlagert. Jetzt können die deutschen Hotels über attraktivere Preise Marktanteile erobern oder investieren,» konstatieren Peter Peer und Sepp Schellhorn, die Präsidenten der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV). Letztere plädiert seit Wochen für eine Senkung auf 5%. Doch das Finanzministerium steht auf der Bremse. Dabei belegt der Linzer Uni-Professor Friedrich Schneider, dass die halbierte Steuer «keinen Verlust» sondern via Umwegrentabilität sogar erhebliche Mehreinnahmen brächte. hp

Wer darf nach Andermatt?

Die Andermatt Swiss Alps AG führt Verhandlungen mit möglichen Hotelbetreibern für fünf Betriebe innerhalb Sawiris' Resort.

DANIEL STAMPFLI

Im kommenden Mai soll mit dem Bau des Hotels Chedi, 5 Sterne Superior, begonnen werden. Die Eröffnung ist für Winter 2013/14 geplant, betrieben wird es von der General Hotel Management Ltd. mit Sitz in Singapur. Der Bau der weiteren fünf 4- und 5-Sterne-Hotels ist für später geplant. «Zurzeit sind wir in Verhandlungen mit möglichen Betreibern», sagt Ursi Ineichen, Kommunikationsverantwortliche der Andermatt Swiss Alps. Zu den Verhandlungspartnern und möglichen Terminen bezüglich Verhandlungsabschluss gibt sich Ursi Ineichen zugeknöpft: «Zurzeit geben wir zu den Details gar keine Auskünfte.»

Ebenfalls nicht in die Karten blicken lässt sich die Rezidor Hotel Group. Man spreche grundsätzlich nur über bereits fix unterzeichnete und offiziell angekündigte Hotels. Aktuelle Verhandlungen würden nicht kommentiert, heisst es aus der Konzernzentrale in Brüssel. Grundsätzlich sei die Schweiz aber «nach wie vor ein interessanter Markt, in dem wir weiter wachsen möchten». Mövenpick Resort & Hotels ist zwar nicht aktiv am Verhandeln, die Situation werde aber laut CEO Jean Gabriel Pérès geprüft.

Nicht in Verhandlungen mit Swiss Alps steht die Lindner Hotels AG. «Unsere Aktivitäten konzentrieren sich derzeit generell auf andere Regionen in der Schweiz», so Sprecherin Stefanie Schulte-Austum. An den Projekten in Andermatt ebenfalls nicht interessiert ist Accor Hospitality Schweiz.

zvg

Für Andermatt werden Hotelbetreiber gesucht.

TODESANZEIGE

Todesanzeige

Erschüttert und tieftraurig nehmen wir Abschied von unserem lieben Ehrenmitglied

Ivo Niggli

1. November 1918 bis 4. Februar 2010

Mit ihm verlieren wir einen aufrichtigen und herzensguten Freund. Fast 28 Jahre war er in unserem Club ein hoch geschätztes und engagiertes Mitglied. Seine fröhliche und zuvorkommende Art werden wir in steter Erinnerung behalten.

Ivo wird eine grosse Lücke hinterlassen.

Seiner Familie fühlen wir uns in stiller Trauer verbunden.

Davos, 5. Februar 2010

Cercle des Chefs de Cuisine Davos
Vorstand und Mitglieder

Paar will Thermen retten

Bis zum Jahr 2013 will ein Westschweizer Investorenpaar die stillgelegten «Thermen von Acquarossa» im Tessiner Bleniotal zu neuem Leben erwecken.

ANTJE BARGMANN

Die Zukunft des traditionellen Heilwasser-Kurortes Acquarossa im Bleniotal liegt ab sofort in der Hand des Westschweizer Unternehmerpaares Andreas Schweitzer und Ashoob Cook. Als Gründer und Aktionäre der neuen «Acquarossa Terme SA» wollen die beiden Geschäftsleute die Umsetzung und Finanzierung eines hochwertigen Hotel- und Wellnessprojekts auf mindestens 80 000 Quadratmeter Bauland garantieren. Die Details zum Projekt – Struktur und Kosten – sollen aber erst nach einer Machbarkeitsstudie der «Vitala Group» bekannt gegeben werden. Die britische Unternehmensgruppe, die schon zahlreiche Freizeitparks, Feriendörfer und Kreuzfahrtschiffe realisiert hat, wird mit beratender Funktion an der Thermen-Planung mitwirken.

Nächste Woche wird ein Expertenteam der Vitala Group ins Bleniotal reisen und sieben Tage lang eine genaue Analyse der regionalen Bedingungen, der Kostenfaktoren und Marketingmöglichkeiten vornehmen. Etwa vier bis sechs Monate soll die Ausarbeitung der Studie in Anspruch nehmen. Die Präsidentin der neuen «Acquarossa Terme SA», Ashoob Cook, gebürtige Britin und bereits Gründerin verschiedener Dienstleistungsunternehmen, sieht in dem roten Quellwasser grosses Potenzial. «Mit dem Projekt wollen wir dem Ort den Glanz der früheren Jahre zurückbringen», betont sie. «Das Bleniotal ist ein kleines Paradies, das diese Investition verdient. Wir nehmen die Angelegenheit ernst und wollen nicht spekulieren.»

Die Mitarbeiter von Blenio Turismo sind von dem Erfolg des Projektes überzeugt. Der Tourismusverein wird in Zukunft als Vermittler zwischen den Investoren und den kantonalen wie kommunalen Behörden fungieren.

zvg

Grosses Potenzial: Acquarossa.

zvg

Junger Direktor mit klaren Zielen: Tiziano Pelli leitet seit 2008 den Schweiz-Tourismus-Zweig in Italien.

«Hauptmarkt ist Norditalien»

Bei seiner ersten Anstellung im Tourismus hat Tiziano Pelli als Direktor von Schweiz Tourismus Italien bereits Erfolge erzielt. Jetzt will er mit neuen Projekten durchstarten.

ROBERT WILDI

Tiziano Pelli, Sie haben als Quereinsteiger im Mai 2008 die Leitung von Schweiz Tourismus in Italien übernommen. Wie sind Sie mit Ihrem Start in Mailand zufrieden?
Ich blicke auf eine intensive Anfangszeit hier in Mailand zurück und denke, dass der Start geglückt ist. Mit meinem jungen und einsatzfreudigen Team haben wir zahlreiche Aktivitäten und Promotionen auf die Beine gestellt, Reiseveranstalter reaktiviert und Medienreisen organisiert. Der Einsatz hat sich gelohnt. Es ist uns gelungen, die Schweiz in kurzer Zeit bei vielen Italienern als Reiseziel in Erinnerung zu rufen.

Während der Schweizer Tourismus 2009 insgesamt empfindliche Rückgänge hinnehmen musste, haben die Einreisezahlen aus Italien praktisch stagniert. Glück oder Ihr Verdienst?
Mit einem leichten Logiernächte-Minus von rund 3% hat sich Italien 2009 im Vergleich gut gehalten. Ich denke, dass Glück und eigene Verdienste zu diesem Resultat geführt haben. Glück, weil Schweiz Tourismus bewusst mehr Marketingmittel in Nahmärkte investiert hat, wovon wir in Italien natürlich auch profitiert haben. Als Verdienst unseres Teams beurteile ich die kontinuierliche Präsenz im ganzen norditalienischen Raum. Damit haben wir erreicht, dass die Schweiz in Italien als Ferienort wieder Gesprächsthema geworden ist.

Die Railshow «La Svizzera a tua casa» von ST Italien wurde im Dezember mit einem renommierten italienischen Werbepreis prämiert. Hatten Sie die Idee zu dieser Kampagne?
Ja, wir wollten bewusst eine Kampagne wählen, die uns die Möglichkeit gab, in jeder Stadt Norditaliens Präsenz zu markieren. Da kam die Idee einer Railshow mit Aktivitäten in den Bahnhöfen. Das Thema Bahn passt hervorragend zur Schweiz. Zahlreiche Schweizer Regionen beteiligten sich an der Kampagne, die mehrere hunderttausend Franken kostete. Ein Pappenstiel gegenüber Millionen-Projekten, die mit uns um den Werbepreis konkurrierten. Dass wir trotzdem gewonnen haben, ist natürlich eine grosse Genugtuung.

Erhalten Sie für 2010 nun ein zusätzliches Werbebudget?
Das letztjährige Impulsprogramm wird 2010 nicht weitergeführt, was automatisch ein kleineres Budget nach sich zieht. Allerdings erhält ST Italien etwas mehr Mittel für das Basismarketing, weil ST auch heuer an der Bearbeitung der Nahmärkte festhält.

> «Wir riefen die Schweiz bei vielen Italienern als Reiseziel in Erinnerung.»
> **Tiziano Pelli**
> Direktor von ST Italien

Und wie wollen Sie die Mittel einsetzen?
Die Strategie bleibt gleich: Norditalien ist unser Hauptmarkt. Natürlich wollen wir weiterhin alle möglichen Kanäle nutzen, um die Bevölkerung kontinuierlich mit Ferien-Botschaften aus der Schweiz zu berieseln. 2010 ist das «Jahr des Wanderns» in der Schweiz. Wir starten am 7. Mai eine entsprechende Kampagne. Das zweite Thema unserer geplanten Aktivitäten ist der Städtetourismus mit seinen Kulturangeboten. Wichtig ist auch das Thema Bahnreisen mit dem Bernina-Express an erster Stelle. Dieser ist bei den Italienern sehr bekannt.

Welche Schweizer Regionen bevorzugen die Italiener?
Das Tessin, das Engadin, Zürich, die Genfersee-Region, in dieser Reihenfolge.

Zurzeit wird ein Nachfolger für den abtretenden ST-Direktor Jürg Schmid gesucht. Kein Interesse?
Ihre Frage ehrt mich zwar. Es wäre aber vermessen, sich als 32-Jähriger für diesen tollen und anspruchsvollen Job zu bewerben. Ich bin seit knapp zwei Jahren in Italien und möchte hier meine Aufgabe erfüllen. Ich bin überzeugt, dass der ST-Verwaltungsrat eine optimale Nachfolge für Jürg Schmid finden wird.

Welche Visionen haben Sie für den Schweizer Tourismus?
Ich nenne drei wesentliche Ziele. Erstens die Ausschöpfung des riesigen Sommer-Potenzials der Schweiz. Zweitens eine Lösung des Zweitwohnungsproblems durch mehr kommerziell vermarktbare Betten. Drittens eine weitere Verbesserung der Qualität, sowohl bezüglich Infrastrukturen als auch Dienstleistung.

Siehe auch cahier français Seite 21

Zur Person Er vertritt Schweiz Tourismus in Italien

Tiziano Pelli (32) absolvierte an der Universität Zürich das Grundstudium in Wirtschaftswissenschaften und wechselte an die Hochschule St. Gallen (HSG). Dort schloss er Betriebswirtschaft ab und dissertierte am Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT). Nach einer Stelle bei der Kommunikations-Agentur Panta Rhei wechselte er 2008 zu Schweiz Tourismus und leitet nun ST Italien in Mailand. row

Standpunkt

Verlangt ein Gast Leitungswasser, soll er es bekommen

FRANZISKA TROESCH-SCHNYDER

Es ist unbestritten: Das Trinken aus der Leitung belastet die Umwelt weniger als der Konsum von Mineralwasser. Doch deswegen zu fordern, es sei in allen Kantonen gesetzlich vorzuschreiben, dass Restaurants und Bars zu jeder Mahlzeit gratis eine Karaffe «Hahnenburger» anzubieten haben, geht zu weit. Das verlangen die Konsumentenschutzorganisationen ACSI, FRC und SKS in ihrem Zehnpunkteprogramm. Erfahrungsgemäss erhält man bei einem Essen anstandslos ein Glas Wasser, so man es verlangt. Viele Gastro-

«Gastronomen sollen lokalen oder Schweizer Mineralwassern den Vorzug geben.»

betriebe bieten dies unaufgefordert auch zum Espresso an. Nur in Ausnahmefällen kommt es vor, dass einem dies verweigert wird oder dafür zu bezahlen ist. So geschehen in jenem Gourmet-Restaurant in der Nähe von Bern, als die Schreibende nach einem fünfgängigen Essen inklusive Apéro, Wein und Mineralwasser, ein Glas Wasser verlangte. Dies sei nicht möglich, wurde uns beschieden, Wasser werde nur halbliterweise angeboten, und das koste natürlich. Wir lehnten dankend ab. Später fragte der Chef, ob wir zufrieden seien. Wir antworteten, es sei alles wie immer vorzüglich gewesen, doch hätten wir wenig Verständnis dafür, dass nach einem solchen Essen ein Glas Wasser nicht inbegriffen sei. Das hätten wir besser nicht getan: Es hagelte Beschimpfungen und man drohte uns, wir sollten uns besser nie mehr blicken lassen. Solches Verhalten – auch wenn es die Ausnahme ist – schadet der Gastronomie und provoziert Forderungen wie die eingangs erwähnte. Um diesen Vorstössen den Wind aus den Segeln zu nehmen, ist umweltbewusstes Verhalten gefragt. Das heisst für Gastronomen: Sie sollen lokalen oder Schweizer Mineralwassern den Vorzug geben und auf von weit her importiertes Mineralwasser verzichten. Und wenn der Gast dies wünscht, Leitungswasser ausschenken – je nach Konsumation auch mit Kostenfolge.

Franziska Troesch-Schnyder steht seit 2004 dem Konsumentenforum vor.

Zehn Erkenntnisse nach einem Monat Abstinenz

SAMIRA ZINGARO
REDAKTORIN

Zum Thema
Abstinenz

Meine Freunde und ich haben dem Alkohol abgeschworen – die letzten vier Wochen. Es war ein Experiment.
Heben Sie ab und an ein Bier zum Feierabend, zur Tagesschau, nach einem Skitag? Wie war das neulich, als der Wirt den Grappa aus dem privaten Schränklein kramte? Und dank des Weissweins am letzten Betriebsfest wurde die Stimmung endlich locker, nicht? Dann trinken Sie einen Monat keinen Alkohol und Sie werden rasch feststellen: Auch wenn Sie kein Säufer sind, ein Leben so ganz ohne Ethanol verschafft Ihnen urplötzlich zu neuem sozialen Ansehen. Und führt zu wichtigen Erkenntnissen.
Erstens: Wie einsam Sie sich auf einmal fühlen, so sehr, dass Sie lieber daheim bleiben. Denn anspruchsvolle Gespräche an der Bar sind nach 1 Uhr morgens nicht möglich. Dem angetrunkenen Gegenüber mag das nicht auffallen, Ihnen aber, mit wachem Kopf, umso mehr.

> «Auch wenn man kein Säufer ist, ein Leben ohne Ethanol verschafft zu neuem sozialen Ansehen.»

Zweitens: Es sollte Ihnen zu denken geben, wenn Sie gefragt werden «Geht's nicht gut? Bist du schwanger?», während Sie Wasser statt Prosecco bestellen.
Drittens: Auch Kellner können mit abstinenten Gästen schlecht umgehen. Mit allen Mitteln versuchen sie, einem den Hauswein anzudrehen.
Viertens: Je mehr Freunde und Freundinnen am Ramadan teilnehmen, umso leichter fällt der Verzicht. Gruppendruck einmal umgekehrt.
Fünftens: Ungeklärte Fragen. Darf man im Restaurant trotzdem Weissweinrisotto bestellen oder Fondue?
Sechstens: Alkoholfreies Bier ist wie Sex im Dunkeln. Es schmeckt irgendwie fad.
Siebtens: Alkoholfreie Cocktails bringen nichts – ausser dass sie viel zu viel kosten und innert Kürze ausgetrunken sind.
Achtens: Die Sonntage wollen geplant sein. Statt dem Griff zum Alka Seltzer am Mittag, steht man bereits um 8 Uhr auf – um Sport zu treiben.
Neuntens: Auf der Getränkekarte ist die Liste mit den Alkoholika immer länger als die mit Tee, Mineral &Co.
Die zehnte und wichtigste Erkenntnis: Masshalten wirkt längerfristig – der Verzicht fördert die Masslosigkeit. Das Fastenbrechen hätte nämlich wilder nicht sein können.

«Dieses Essen mit Wein und Musik, das alles muss ja eine super Stimmung geben. Ich liebe das Gourmet Festival!» **Michel Péclard** Zürcher Gastronom

zvg

Ein Vorzeichen für Formel-1-Siegerehrungen mit Champagner? **Paloma Würth** übergab die perlend gestaltete Auszeichnung an **Peter Sauber.**

Perle des Weins für Sauber

Rennstallbesitzer Peter Sauber empfing die **«Perle du Champagne»** als Auszeichnung für Charme und herausragendes Engagement.

KARL JOSEF VERDING

Peter Saubers Einsatz für den Erhalt des Technologiestandorts Hinwil und die damit verbundene Schweizer Beteiligung an der Formel 1 gaben den Ausschlag für die Entscheidung der vierköpfigen Jury des Comité Champagne, bestehend aus Marc Walder (Geschäftsführer Ringier Schweiz), Paloma Würth (Sängerin und Model), André Jaeger (Gault Millau-Koch der «Fischerzunft») und Christoph Richterich (Chairman der Kommunikationsagentur Richterich & Partner und Repräsentant des Comité Champagne in der Schweiz).

Begleitet wurde der Abend der Preisverleihung im Zürcher «Dolder Grand» mit einer Auswahl an erstklassigen Champagnerweinen: Die Importeure der Traditionsmarken Lanson, Louis Roederer, Jacquesson, Piper-Heidsieck und Pommery verwöhnten die mehr als hundert Gäste, darunter «Dolder»-Hausherr Urs E. Schwarzenbach mit einer Vielfalt an Champagnern.

Ballone sind heiss für den Start in Arosa

Auf dem Obersee zischte das «Glooming» mit frischer Heissluft. Letzten Sonntag wurde die Alpine Ballonwoche in Arosa eröffnet.

KARL JOSEF VERDING

Dank der Unterstützung durch die Arosa Hotellerie, die Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus sind 15 erfahrene Balloncrews aus der Schweiz sowie dem benachbarten Ausland angereist. Bei guten Wetter- und Windbedingungen heben sie während dieser Woche zu Tal- und Alpenfahrten ab. Ballonfahrten im Talkessel von Arosa und über die Bündner Alpen stehen auf dem Programm. Das Publikum kann selber abheben und Arosa von oben geniessen. 300 Franken kosten die Talfahrten, 600 Franken die Alpenfahrten. Interessierte können sich um 10 Uhr am Startplatz melden und sogar Starthilfe leisten.

Urs Homberger/zvg

Mehr als nur heisse Luft: die bunte Parade der Ballone beim «Glooming» auf dem Obersee.

Medaillen für Frisch-Fastfood, «Bullerei» und Adams «Seven»

Die Medaillen des Leaders Clubs für die innovativsten Gastronomiekonzepte Europas teilen sich «myindigo» aus Österreich, «Bullerei» aus Deutschland und «Seven» aus der Schweiz.

KARL JOSEF VERDING

Das Gewinner-Konzept «myindigo» von Doris und Heiner Raschhofer steht für Fastfood der frischen, leichten und gesunden Art an sechs Standorten in Salzburg, Innsbruck und München. Die Hamburger «Bullerei», betrieben von TV-Koch Tim Mälzer und seinem Partner Patrick Rüther, wurde auf Platz 2 gewählt. Platz 3 ging an das Konzept «Seven», die Lifestyle-Gastronomie von Familie Breuer und Starkoch Ivo Adam in Ascona. «Jedes der drei Siegerkonzepte ist für sich einzigartig. Sie sind das, was Gäste heute wünschen: glaubwürdige und gute Gastronomie», so Roland Koch, Präsident des Leaders Clubs Deutschland, an der Preisverleihung im Neuen Schloss in Stuttgart.

Initiator des Awards ist der Leaders Club International. Die Netzwerk-Plattform umfasst international rund 400 Leaders, davon 260 Gastronomen mit 5000 Betrieben in Europa, Russland und Marokko.

Aufsteigerin
Jacqueline Strauss

zvg

Der Stiftungsrat des Museums für Kommunikation in Bern hat Jacqueline Strauss (44) zu dessen neuen Direktorin ab dem 1. Mai gewählt. Sie ist seit 2006 Vorsteherin der Abteilung Kulturförderung deutsch und stellvertretende Vorsteherin des Amtes für Kultur des Kantons Bern. Gemäss Stiftungsratspräsident Werner Nuber soll sie «das Museum als Kompetenzzentrum Kommunikation weiter festigen und erlebbar gestalten».

Umsteiger
Reto Meinhardt

zv

Neuer Finanzchef bei der Victoria-Jungfrau Collection wird Reto Meinhardt. Er folgt auf Kurt Zwahlen. Meinhardt stösst von der Cisalpino AG zum Hotelkonzern. Der 40-jährige Finanzfachmann arbeitete bei der Grossbank UBS, bei Ernst & Young, bei den SBB, dem Schienenverpfleger elvetino und zuletzt als stellvertretender Geschäftsleiter bei Cisalpino. kjv

Sesselrücken

Mövenpicks erster Vice President für Brand & Marketing

John Griffin (Bild) übernimmt am 3. Mai 2010 die neue Stelle als Senior Vice President Brand & Marketing bei Mövenpick Hotels & Resorts. Er tritt die Nachfolge von **Steven Nikolov,** Senior Vice President Sales & Marketing, an. Griffin ist für die Bereiche Marketing, Kommunikation, Vertrieb and Corporate Sales zuständig. Er untersteht direkt **Jean Gabriel Pérès,** CEO und President.

zvg

Rückkehr in das Schweiz-Team von Orient Express

Wechsel im Verkaufsteam von Orient-Express in der Schweiz und Österreich: **Kevin Seiwert** verlässt nach drei Jahren das Unternehmen. Wieder an Bord ist **Stefanie Bertoneri** (Bild), die bereits bis 2007 die Luxushotels, -züge und -schiffe von Orient-Express vertreten hat.

zvg

Generaldirektor für erstes Fleming's Hotel Österreichs

Horst Wittrich ist der neue Generaldirektor im Fleming's Hotel Wien-Westbahnhof. Seine Karriere begann der gebürtige Österreicher mit einer Ausbildung zum Koch und Kellner. Nach einem Auslandsaufenthalt als Bar Manager und Junior Assistant F&B Manager im Plaza International Hotel in Neuseeland war Wittrich unter anderem in den Renaissance Hotels in Wien, Zürich, München und Wiesbaden tätig. Das Fleming's Hotel Wien-Westbahnhof eröffnete im März 2007 als erstes Hotel der Marke Fleming's Hotels & Restaurants in Österreich.

zvg

Wieder reguläre Direktion im Lindner Seepark Hotel

Seit dem 1. Februar hat das Lindner Seepark Hotel in Klagenfurt wieder eine reguläre Direktion: **Carolina Cordes** beendet ihre interimistische Leitung und kehrt zurück ins Lindner Congress Hotel Frankfurt. In Kärnten übernimmt **Gerhard Mansbart** (Bild) die Geschäfte. Der gebürtige Tiroler bringt 27 Jahre internationale Erfahrung in hochkarätigen Positionen mit an den Wörthersee.

zvg

fokus
htr hotelrevue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

REKLAME

Grenzüberschreitend. Tourismusorganisationen. Touristiker grenznaher Regionen schnüren mit ihren Nachbarn ennet den Grenzen Packages. Erfolgreich und ohne Berührungsängste.

Grenzüberschreitende Kooperation: (v. o. l. im Uhrzeigersinn) Friedrichshafen, Bregenz, Kreuzlingen, Meersburg. In der Mitte: St. Gallen.

Bilder Swiss-Image/zvg

Regionen ohne Grenzen

Tourismusorganisationen entlang der Landesgrenzen arbeiten oft mit ihren ausländischen Nachbarn zusammen. Damit stärken sie ihre eigenen Reiseziele.

ROBERT WILDI

Während politische Landesgrenzen messerscharf gezogen werden, sieht das im Tourismus anders aus. Ferienengäste entscheiden sich nicht unbedingt für ein Land, sondern häufig für eine touristische Region, deren Fläche gern auch mal ins politische Territorium von zwei oder sogar drei Staaten reichen kann.

Ein gutes Beispiel dafür ist die Region Bodensee. Der Internationalen Bodensee-Tourismus GmbH (IBT) mit Sitz in Konstanz (D) sind Partner aus vier Ländern – Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein – angeschlossen. Aus der Schweiz sind dies Thurgau Tourismus, Schaffhausen Tourismus und St. Gallen-Bodensee Tourismus (SBT). Gemäss SBT-Sprecherin Astrid Nakhostin hat die vierjährige Mitgliedschaft bei IBT vor allem Vorteile gebracht. «Wir organisieren mit den ausländischen Partnern Messeauftritte, führen Medienreisen durch und bauen ein internationales Netzwerk auf.» Durch gemeinsame Auftritte an Messen können ausländische Firmen für Buchungen in der Region St. Gallen Bodensee gewonnen werden.

Zusammenschluss vermehrt Logiernächte in Basel

Ähnlich ist die Ausgangslage für Basel Tourismus. Im Rahmen der so genannten Interreg-Programme der Europäischen Union wird eine intensive Zusammenarbeit mit den deutschen und französischen Nachbarn gelebt, wie Basels Tourismusdirektor Daniel Egloff bestätigt. Die gemeinsamen Aktivitäten laufen unter dem Begriff «TriRhena» und führen zu einer besseren Vermarktung des Dreiländerecks. Egloff arbeitet als Projektleiter Schweiz eng mit Tourismusdirektoren aus ganz Baden-Württemberg und dem Elsass zusammen. Er beurteilt die grenzüberschreitende Zusammenarbeit als erfolgreich. «Es werden Synergien genutzt, und die Region kann als Einheit präsentiert und damit besser positioniert werden.» Davon profitiert wiederum Basel mit zusätzlichen Logiernächten.

Auch mit den südlichen Nachbarländern gehören grenzüberschreitende Kooperationen zur Tagesordnung. Zum Beispiel gibt es diverse Interreg-Projekte zwischen Italien und der Schweiz, in die neben dem Tessin auch das Wallis und Graubünden involviert sind (siehe Seite 10). Kooperationen mit ausländischen Organisationen pflegen auch die Tourismusorganisationen selbst. Engadin Scuol Tourismus etwa kooperierte im Interreg-Projekt «3-Länder-Rad-und-Bike-Arena» mit Südtirol, Tirol und Montafon. «Die Gäste bewegen sich hüben wie drüben», erklärt Tourismusdirektor Urs Wohler. Deshalb habe der Austausch immer Potenzial.

Grenzüberschreitender Austausch birgt Potenzial

Internationale Kooperationen kennt auch das Wallis. Zermatt etwa ist ein grenzüberschreitendes Skigebiet mit Italien. Dasselbe gilt für die Region Portes du Soleil mit Frankreich. «Gemeinsam mit den ausländischen Partnern können diese Destinationen ihr Marktpotenzial verbessern», so der Walliser Tourismusdirektor Urs Zenhäusern. Das Gleiche gilt für Genf Tourismus, das im Rahmen der Vereinigung «Léman sans frontières» auch Promotionen für Angebote in den französischen Nachbardestinationen Chamonix oder Evian mitträgt, dafür seinerseits von den französischen Partnern unterstützt wird. «Damit können wir den Städtetouristen in Genf auch attraktive Ausflugsziele aus einer Hand anbieten», heisst es bei Genf Tourismus.

Die Schwierigkeiten, welche die Kooperationen den Tourismusorganisationen bereiten, sind dagegen eher harmlos. «Aufgrund anderer Strukturen im Ausland sind die Entscheidungswege manchmal lang», sagt etwa Astrid Nakhostin. «Manchmal leidet darunter die Effizienz», meint Urs Zenhäusern. Den Zeitfaktor bringt Urs Wohler ins Spiel: «Sitzungen ohne gemeinsames Essen und Anstossen gibt es im Ausland kaum.»

Klassifikation Europäische Länder sind interessiert

Das neuste Beispiel einer Kooperation über die Grenzen hinweg ist die «Hotelstars Union». Die Vereinigung wurde von der Schweiz und sechs EU-Staaten Mitte Dezember 2009 in Prag gegründet. Ziel der Zusammenarbeit ist, die Klassifikations-Kriterien innerhalb von Europa zu harmonisieren. Damit sollen die Hotel-Kategorien für den Gast transparenter werden. Der Verband hotelleriesuisse führt die neuen Kriterien nach der Revision der Klassifikation im 2011 ein. Deutschland – das Land übernimmt dieses Jahr die Koordination von Hotelstars – Österreich, Schweden und Tschechien sind bereits seit Jahresbeginn daran, die neuen Vorgaben umzusetzen. «Wir verzeichnen eine erfreuliche Nachfrage nach Klassifizierung», sagt Markus Luthe, Geschäftsführer des Hotelverbands Deutschland. «Wir konnten die Zahl der klassierten Betriebe um 6,1 Prozent steigern. Wir sind zufrieden.» Rund 8000 Hotels tragen in Deutschland nun die offiziellen Sterne. Deutschland hat nun sein erstes 4-Sterne-Superior-Hotel: das «Astenkrone» in Winterberg. Die Superior-Kategorie hat Deutschland von der Schweizer Klassifikation übernommen.

Weitere Länder hätten Interesse bekundet, bei Hotelstars aufgenommen zu werden, sagt Markus Luthe. «Wir werden das Hotelstar-System an der diesjährigen ITB in Berlin vorstellen und hoffen, möglichst viele Länder zum Mitmachen zu gewinnen.»

Die europäische Hotelklassifikation ist mittels Gäste-Befragungen optimiert worden. So werden Schwerpunkte in den Bereichen Qualitätsmanagement, Wellness und Schlafkomfort gesetzt. Zudem wird der Hotelbeschrieb im Internet verbessert: Das virtuelle Hotel soll möglichst genau dem realen Betrieb entsprechen. ck

Was finden Sie wo in diesem Fokus:

Wo informieren sich Städte-Direktoren?
Seite 8

Was haben die «Besten der Alpen» vor?
Seite 9

Wo finden Touristiker Gelder aus der EU?
Seite 10

Was reizt die Köche an fremden Küchen?
Seite 11

Mit wem sind die Städte verschwestert?
Seite 12

htr-online:
www.htr.ch/fokus

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

Grenzüberschreitend. Städte. Schweizer Städte sind eingebunden im grössten europäischen Netzwerk Euro Cities Marketing. Alle Befragten profitieren viel vom Austausch mit ihren Kollegen jenseits der Grenzen.

Bilder Swiss-Image / zvg

Networken in Europa (v. o. l. im Uhrzeigersinn) Bern, Barcelona, Salzburg, Montecarlo. In der Mitte: Zürich.

Zürich, Bern und Montreux: Die drei Tourismusorganisationen profitieren viel von der internationalen Städtekooperation ECM. Wichtig ist der Austausch.

CHRISTINE KÜNZLER

Networken macht fit

In der Kooperation Euro Cities Marketing (ECM) tauschen rund 120 Vertreter von grösseren Städten in 32 Ländern ihre Erfahrungen aus. ECM ist das führende Netzwerk für städtische Tourismus- und Kongressbüros. Zürich Tourismus pflegt einen regen Austausch mit ECM und ist Mitglied einer Benchmark-Group, welche aktuelle touristische Zahlen erfasst und untereinander austauscht. «Das ermöglicht uns, Entwicklungen und Veränderungen rasch zu erkennen und dann reagieren zu können», sagt Maurus Lauber, Leiter Marketing & Business Development bei Zürich Tourismus. Benchmark-Städte für Zürich sind unter anderen Amsterdam, Berlin, Wien, Paris und Göteborg. «Die Philosophie von ECM besteht nicht in Konkurrenzdenken, sondern im gegenseitigen Austausch, im Lernen daraus, um dadurch noch besser zu werden», begründet er die Teilnahme Zürichs. «Kooperationen sind für Zürich Tourismus von strategischer Bedeutung.» So arbeitet die Tourismusorganisation auch grenzüberschreitend mit der Marketingorganisation Cool Capitals und der Insel Sylt zusammen.

Maurus Lauber von Zürich Tourismus.

«EMC bietet Unterstützung in den Bereichen Destinationsmarketing, Networking, Best Practice und ermöglicht den Transfer von Knowhow auf verschiedensten Ebenen.» Zur Diskussion stünden dort auch aktuelle Themen wie der Umgang mit der Wirtschaftskrise. Erfahrungen und Ideen aus diesem Austausch fliessen laufend in die tägliche Arbeit ein, so Lauber. «Da wir uns gegenseitig immer besser kennen lernen, entsteht ein Netzwerk europäischer Marketing- und Tourismus-Profis, auf das wir immer zurückgreifen können.» Der Vorstand von Zürich Tourismus besuche jährlich eine der Städte, um sich auf strategischer Ebene auszutauschen.

Bern misst sich mit Salzburg und Turku

Markus Lergier, Berns Tourismusdirektor, kommt richtig ins Schwärmen, wenn er von ECM erzählt. «Wenn es diese Kooperation nicht gäbe, müsste man sie erfinden», sagt er. «Die Teilnahme an den Seminaren und Workshops ist für mich Weiterbildung vom Feinsten.» Dort referierten «die Besten der Branche der jeweiligen Länder». Zudem lerne er bei solchen Meetings, die immer in anderen Städten stattfinden, Europa kennen. Was er in diesen Seminaren lerne, gebe er jeweils auch seinen Kadermitarbeitenden weiter, sagt Lergier.

Viel bringe auch der Austausch mit den städtischen Tourismusdirektoren. «Man ist auf Augenhöhe mit 100 Direktoren der wichtigsten Städte Europas. Das bringt nicht nur viel punkto Trends, sondern ich höre auch, dass die Probleme in allen Städten ähnlich gelagert sind.» Er hole sich in diesem Netzwerk Inputs und Bestätigung. «Ich schöpfe dort viel Kraft für meine Tätigkeit.»

Lergier misst Bern mit Städten wie Salzburg, Innsbruck, Luxemburg, Heidelberg, Turku und Dijon. «Das sind Städte in der Grössenordnung Berns.» Er könne sich vorstellen, mit Salzburg künftig ein Package zu schnüren.

Einmal jährlich nimmt Lergier am Treffen der Hauptstädte teil. «Diese finden auf einem sehr hohen Level statt», erzählt er. Dort tausche er sich mit Direktoren von Städten wie Paris und Berlin aus und nehme an attraktiven Rahmenprogrammen teil.

«Die Teilnahme an den Seminaren ist für mich Weiterbildung vom Feinsten.»

Markus Lergier
Direktor Bern Tourismus

Montreux mit Montecarlo

Auch Harry John, Direktor Montreux-Vevey Tourismus, schätzt die Möglichkeit, seine Destination mit internationalen Städten vergleichen zu können. «Wir müssen über den Gartenzaun hinausschauen. Deshalb ist ein solcher Benchmark wichtig.» Benchmark-Städte für Montreux sind Montecarlo und Cannes. «Cannes hat sein Filmfestival und Montreux sein Jazzfestival», erklärt er. «Ich messe Montreux gerne mit grösseren Städten.» Von den ECM-Meetings nehme er jeweils viele Ideen mit.

«Der Austausch unter Kollegen ist sehr wichtig», betont John. Auch er kann sich vorstellen, mit gewissen Städten konkrete Angebote zu lancieren. «Wenn wir einen gemeinsamen Nenner finden, wie Ausstellungen und Festivals, lässt sich gut zusammenspannen.» Die Möglichkeit, mit bestimmten Städten enger zu kooperieren, lasse sich noch besser ausschöpfen.

Schweiz im Ausland vermarkten

Schweiz Tourismus kooperiert grenzüberschreitend, und zwar auf zwei Arten: in internationalen Organisationen und marktübergreifend mit einzelnen Projekten.

DANIEL STAMPFLI

Sehr eng arbeitet Schweiz Tourismus (ST) in grenzüberschreitenden Projekten mit der Alpine Tourist Commission (ATC) und der European Travel Commission (ETC) zusammen. Zusätzlich in den USA auch noch mit Coolcapitals (www.coolcapitals.com) und Arts in Europe (www.artsineurope.com). Damit bewerben mehrere Länder zusammen ein Produkt. Mit der Marketingorganisation Coolcapitals, die von den betreffenden Ländern gestützt wird, bewerben sich Amsterdam, Antwerpen, Valencia, Wien und Zürich gemeinsam in den USA und Kanada. Urs Eberhard, Vizedirektor ST: «Mit Zürich als Teil dieser Städte soll die Schweiz mit einer gewissen Urbanität wahrgenommen werden. Dies ist für uns ein Einstieg, um die Schweizer Städte in Nordamerika zu bewerben. Zürich dient als Türöffner auch für die restlichen städtischen Angebote in der Schweiz.»

Bei Arts in Europe machen Belgien, Deutschland, Niederlande, Ungarn, Island, Spanien und die Schweiz mit. Verbindendes Glied ist Eurail mit der Bahn. «Uns bietet sich damit die Möglichkeit, unsere verschiedenen Kunst- und Kulturaktivitäten in Nordamerika bewerben zu können», so Eberhard. Kultur- und Kunstinteressierte sollen auf die Schweiz aufmerksam gemacht werden. Zurzeit werde auch mit den Typically Swiss Hotels geworben.

«Mit Zürich soll die Schweiz mit einer gewissen Urbanität wahrgenommen werden.»

Urs Eberhard
Vizedirektor Schweiz Tourismus

Die Alpine Tourist Commission (ATC) ist ebenfalls nur auf dem nordamerikanischen Markt tätig. «Damit soll die Alpenwelt mit ihren Seen, der Fauna und der Flora, mit ihren Dörfern und ihrer Authentizität mit mehr Gewicht vermarktet werden, als wenn dies jedes Alpenland alleine täte», sagt Eberhard. Die fünf Länder Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und Schweiz hätten ein substanzielles Budget zusammengebracht und eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit aufgebaut. Organisiert werden auch viele grenzüberschreitende Medienreisen.

Die grösste Organisation ist die European Travel Commission (ETC) mit ihrem Sitz in Brüssel. «Sie ist der Body und das Gewissen für den Tourismus in Europa», sagt Eberhard weiter. In der ETC sind 39 nationale Tourismusorganisationen – darunter auch ST – zusammengeschlossen. Die Nonprofit-Organisation betreibt vor allem in Nordamerika, Japan und Australien ein aktives Marketing.

International vermarktet soll auch das Schweizer Gesundheitswesen und dessen Leistungen werden, mit dem Ziel, ausländische Patienten in die Schweiz zu bringen. Dazu haben ST und die Osec den Verein «Swiss Health» gegründet. Interimistisch liegt die operative Führung bei der Swixmed AG. Zurzeit sucht Swiss Health Mitglieder unter den Spitälern, Rehabilitationskliniken und Hotels.

Marktübergreifende Werbung gibt es auch in anderen Bereichen. Den öffentlichen Verkehr bewirbt ST zusammen mit der SBB und den Schweizer Bergbahnen. Marktumfassend werden auch die sieben grossen Schweizer Städte in Spanien, Frankreich und Grossbritannien beworben.

Grenzüberschreitend. Alpendestinationen. Die Top-Orte, die sich in «Best of the Alps» gemeinsam vermarkten, wollen ihr Label bekannter machen. Als Erstes haben sie einen Verein gegründet.

Vereint aber noch unbekannt

Seit 20 Jahren sitzen sie in einem Boot: die selbsternannten «Best of the Alps». Als Verein wollen die 12 Top-Skiorte die Dachmarke beim Gast jetzt bekannter machen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bilder Swiss-Image / zvg

Bei Best of the Alps dabei: Chamonix, Cortina, Seefeld, Jungfraujoch (v. o. l. im Uhrzeigersinn) und in der Mitte das Dorfzentrum von Garmisch-Partenkirchen.

Das Beste der Alpen verspricht die Vereinigung selbstbewusst. Immerhin gehören seit mehr als 20 Jahren 12 der renommiertesten Winterskiorte aus der Schweiz, aus Österreich, Italien und Frankreich dazu: Chamonix, Cortina d'Ampezzo, Davos, Garmisch-Partenkirchen, Grindelwald, Kitzbühel, Lech Zürs am Arlberg, Megève, Seefeld, St. Anton am Arlberg, St. Moritz und Zermatt. Die Marktmacht der «Besten» ist nicht zu unterschätzen. In den 12 Mitgliedsorten werden jedes Jahr 20 Millionen Logiernächte (inklusive Ferienwohnungen) generiert und 40 Prozent des Alpengeschäfts erwirtschaftet.

Austausch und Benchmark so wichtig wie die Werbewirkung

Um den Anstrengungen noch mehr Gewicht zu verleihen, hat man aus der Kooperation nun einen Verein nach Schweizer Recht gegründet: Als erster Geschäftsführer von Best of the Alps will der bisherige Präsident Sammy Salm ab März die Vereinigung zu neuen Ufern führen. Ursprünglich gegründet, um den Nordamerikanern den Wintersport in den Alpen schmackhaft zu machen, will Best of the Alps, jetzt vor allem die osteuropäischen Märkte anvisieren: Polen, Tschechien, Ungarn, Russland. «Wenn Osteuropäer in die Alpen reisen, dann sollen sie zu uns kommen», erklärt der Noch-CEO der Jungfrau Region Marketing AG in Grindelwald das Ziel. Er will aber auch dem Europa-Reisenden aus Asien eine Alternative zur Städte-Tour bieten: Diesen Sommer organisiert man mit einem japanischen Tour-Operator erstmals eine 12-Tages-Tour, bei der in zehn Best-of-the-Alps-Orten übernachtet wird. Das Package kostet 20 000 Franken.

«Wenn Osteuropäer in die Alpen reisen, dann sollen sie zu uns kommen.»

Sammy Salm
Geschäftsführer Best of the Alps

Umgekehrt will man die Gäste aus den Nahmärkten nicht an den Osten verlieren. Salm: «Wenn es dem Gast in einem der Orte gefällt, testet er dann beim nächsten Urlaub vielleicht einen Partner-Ferienort – und bleibt so in den Alpen.» Spielt da nicht der Konkurrenzgedanke mit? «Klar gibt es ein gewisses Mass an Konkurrenz», meint Daniel Luggen, Direktor von Zermatt Tourismus, der neu im Vorstand von Best of the Alps sitzt. Er empfindet diese, kombiniert mit dem durch den Austausch untereinander gegebenen Benchmark, aber sogar positiv für die Produkteentwicklung. «Der interne Austausch ist genauso wichtig wie die Aussenwirkung», ist Ariane Ehrat, CEO der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, sogar überzeugt.

Braucht ein Top-Ort wie St. Moritz überhaupt so eine Vereinigung? Für Ehrat ist die Wirkung komplementär zum Engagement mit Schweiz Tourismus, gut für Märkte, auf denen St. Moritz nicht den gewünschten Bekanntheitsgrad hat und so ein Baustein im gesamten Marketingmix.

Lizenzverträge sollen Best of the Alps Geld fürs Marketing bringen

Im Vordergrund stehe bei den Mitgliedern aber die eigene Marke, so Luggen. «Best of the Alps ist ein Markenzusatz, ähnlich wie Leading Hotels of the World.» Ein Zusatz, der für Luggen allerdings noch zu wenig bekannt ist. Vor allem beim Endkonsumenten. In der Vergangenheit hat man sich – auch aufgrund begrenzter Mittel – auf die Reisebranche konzentriert. Luggen geht davon aus, dass es maximal jedem zehnten Gast bewusst ist, dass er in einem Best-of-the-Alps-Ort seine Ferien verbringt. Der künftige Geschäftsführer Sammy Salm hat sich zum Ziel gesetzt, dass jeder zweite Gast eines Best-of-the-Alps-Ortes mittelfristig die Marke kennt.

Mit Cross-Marketing will man der Marke jetzt zur nötigen Bekanntheit verhelfen. Ein möglicher Partner wäre zum Beispiel Fiat. «Da hätten wir gleich noch TV-Werbung», so Salm. Welche Firmen aus dem Alpenraum tatsächlich zum Zuge kommen, kann er noch nicht verraten. Über das Cross-Marketing will man zudem Lizenzgelder generieren, die das sehr bescheidene Vereinsbudget aufbessern. Mit einem Jahresbeitrag pro Mitgliedsort von 23 000 Franken, stehen Salm gerade mal 276 000 Franken im Jahr zur Verfügung. Dank Lizenzeinnahmen sollte sich das Budget verdoppeln, hofft der künftige Geschäftsführer. «Mit dem Geld wollen wir vor allem die Werbung in den Mitgliedsorten selbst stärken.» Damit der Gast weiss, wo er eigentlich logiert: Bei den Besten der Alpen.

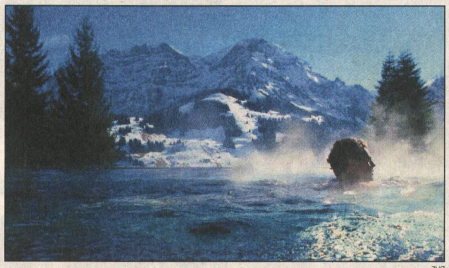
zvg

Für Daniel Luggen ist Best of the Alps als Marke noch zu wenig bekannt.

«Alpine Wellness» in Warteposition

Wenig erfolgreich – oder praktisch gescheitert – ist die Kooperation «Alpine Wellness International». Das Projekt liegt bei Schweiz Tourismus mehr oder weniger brach.

CHRISTINE KÜNZLER



zvg

Adelboden ist die einzige Schweizer Destination mit der Auszeichnung «Alpine Wellness International».

«Im Moment läuft nichts», sagt Roland Huber, der Tourismusdirektor von Adelboden. Dabei ist Adelboden die einzige «Alpine Wellness International» zertifizierte Schweizer Destination. Im Jahr 2005 wurde die Geschäftsstelle der Kooperation der Alpenländer Schweiz, Deutschand, Österreich und Italien zwei Jahren nach der Gründung aufgehoben. Seit diesem Zeitpunkt vermarktet jedes Land den Brand, um den sich Hotels und Orte bewerben können, in Eigenregie. Hierzulande koordiniert Schweiz Tourismus die Aktivitäten von «Alpine Wellness International».

«Ich hoffe nicht, dass die Marke stirbt», sagt Huber. «Es ist ein Must, dass sie weiter besteht.» Ob sein Wunsch in Erfüllung geht, ist allerdings fraglich. Laut Raphael Enzler, Marketingleiter von Schweiz Tourismus, wird sich im Laufe dieses Jahres entscheiden, ob die Schweiz bei «Alpine Wellness International» aussteigen wird oder nicht. Zurzeit sind aus der Schweiz nur drei Hotels und eine Destination dort Mitglied. Es stelle sich also schon die Frage, ob sich die Weiterführung der Kooperation bei so wenig Schweizer Mitgliedsbetrieben noch lohne, sagt Enzler.

«Grundsätzlich macht es Sinn, alpine Wellness von beispielsweise asiatischer zu differenzieren», findet der Marketingchef. «Doch wenn diese Marke eine Chance haben will, muss sie mit mehr Power gepflegt und auch wieder vermarktet werden.» Dafür fehlten Schweiz Tourismus im Moment jedoch die Ressourcen. Deshalb liege der Fokus nur noch bei der Qualität und dem Informationsaustausch, die Marketingplattform in der ursprünglichen Form sei nicht mehr aktiv. «Die Schweiz ist in Sachen Wellness selber gut unterwegs. Wir wollen nicht mit unseren Nachbarländern für Wellness werben», sagt Enzler. Die Marke «Alpine Wellness International» wird jetzt noch als eine Art Submarke in der Wellnessbroschüre von ST geführt. «Zweimal jährlich finden Treffen mit den Verantwortlichen aller beteiligten Länder statt», so Enzler.

Roland Huber pflegt indes «bilateral einen guten Kontakt» mit Tirol, Südtirol und Bayern. Die frühere Power, die der damaligen Geschäftsleiter Bernhard Jochum in die Kooperation gebracht habe, sei nicht mehr zu spüren, bedauert der Tourismusdirektor. Mehr Gäste, sagt er, bringe ihm diese Marketingschiene zwar kaum. Doch für ihn sei der Know-how-Transfer sehr wichtig. «Im Moment riecht es in meinem Büro nach Schafseife und Ziegenmilchsalbe. Ich bin daran zu prüfen, ob sich diese alpine Kosmetiklinie auch für Adelboden eignen würde.» Konkrete Projekte mit seinen ausländischen Kollegen seien keine angedacht. «Möglicherweise später. Doch darüber zu berichten, ist noch zu früh.»

Bellinzona ist Sitz der Vereinigung der Alpenstädte

Nach Trento (I) wird nun Bellinzona Sitz der internationalen Vereinigung der Alpenstädte. Stadtpräsident Brenno Martignoni wird der Vereinigung als Präsident vorstehen. Nach wochenlangen Verhandlungen habe Bellinzona den Zuschlag erhalten, sagt Franco Ruinelli, Generalsekretär der Vereinigung und Tourismusdirektor von Bellinzona. Es gelte nun, diese Chance zu packen und Synergien im Tourismusbereich zu nutzen. Die Vereinigung hat sich zum Ziel gesetzt, Lösungen für Probleme zu erarbeiten, die für die Städte im Alpenraum typisch sind. ck

ANZEIGE

Valentine
Frituesen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger ?
www.bertschi-valentine.ch

htr hotelrevue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

Grenzüberschreitend. Interreg. Das Programm der EU unterstützt grenzüberschreitende Projekte finanziell. Für Graubünden eine gute Möglichkeit, mit den Nachbarländern zusammenzuarbeiten.

Bilder Swiss-Image / zvg

Orte, die im Rahmen von Interreg-Projekten zum Zuge kommen (v. o. l. im Uhrzeigersinn): Venedig, Bozen, Livigno, Comersee. Mitte: St. Moritz.

EU-Programm bringt Region Geld

Mit «Interreg» fördert die EU grenzübergreifende Projekte – und finanziert diese oft grossteils. Davon profitiert auch Graubünden.

GUDRUN SCHLENCZEK

Der Europäischen Union sind grenzüberschreitende Projekte wichtig. Deshalb wurde beim entsprechenden EU-Instrument «Interreg» in jeder Programmphase das Budget deutlich ausgebaut: Standen bei «Interreg I» erst 1,1 Mrd. Euro zur Verfügung, so wird bei dem laufenden Interreg-Programm IV (2007 – 2013) aus einem Fonds von 8,7 Mrd. Euro geschöpft. Davon kann auch die Schweiz profitieren. Zwar stellt der Bund im Zuge der Neuen Regionalpolitik für Interreg IV 40 Mio. Franken zur Verfügung. Doch der Zustupf des europäischen Partners pro Projekt ist oft ein Vielfaches, wie Walter Castelberg, zuständig für Interreg beim Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, am Beispiel der Zusammenarbeit mit Italien verdeutlicht: Italien allein könne über 90 Mio. Euro im Rahmen von Interreg IV verfügen, 20 bis 25 Prozent davon fliessen in touristische Vorhaben. Bund, Kanton und Private steuerten bei diesen Interreg-Projekten dagegen nur den kleineren Teil bei: 10 bis 15 Prozent der Anschubfinanzierung. Die Projekte laufen über die Kantone.

Projekte auf der betrieblichen Ebene sind schwierig

Wer vom europäischen Geldsegen noch was abhaben will, muss sich allerdings beeilen. Obwohl das Programm bis 2013 läuft, würden 70 bis 80 Prozent der Projekte bis Ende dieses Jahres beschlossen sein, so Castelberg. Allein Graubünden hat für Interreg IV an die 20 touristische Projekte in Planung. Ziel sei es immer, die Wertschöpfung in der Region zu steigern. Wie mit der Via Spluga, ein abgeschlossenes Interreg-Projekt, das gut eine halbe Million Logiernächte brachte. Schwierig seien Vorhaben auf der betrieblichen Ebene, stellt Castelberg fest. Da dominiere schnell die Angst vor der Konkurrenz. «Wir haben einmal versucht, ein Projekt mit Hotelpackages im Dreiländereck Süd-, Nordtirol und Engadin auf die Beine zu stellen – und sind gescheitert.»

Hanspeter Danuser plant neue Projekte.

Nach «Venedig–St. Moritz» soll die «GranTour» folgen

Grosse Hoffnungen setzt der Ökonom in die «Venice-St. Moritz Tour». Innert acht Stunden kann der Gast mit dem öffentlichen Verkehr (Eisenbahn, Postauto) von Venedig nach St. Moritz reisen, vorbei an sechs Unesco-Weltkulturerben und dem Schweizer Nationalpark.

«Das Projekt Venice–St. Moritz Tour hat das grösste Gästepotenzial.»

Walter Castelberg
Kanton Graubünden

«Das Projekt hat das grösste Gästepotenzial», ist Castelberg überzeugt. «Allein Venedig empfängt jedes Jahr 18 Millionen Touristen. Dieses Gästevolumen wollen wir so auch fürs Engadin erschliessen», ergänzt Hanspeter Danuser von der Beratungsfirma Danuser und Partner in St. Moritz.

Der ehemaliger Kurdirektor von St. Moritz hat aber noch mehr vor: Er arbeitet bereits aktiv am Folgeprojekt der «Venice–St. Moritz-Tour»: Die «GranTour» verbindet, ebenfalls ausschliesslich mit öffentlichen Verkehrsmitteln, die drei touristischen Top-Destinationen Venedig, St. Moritz und das Matterhorn und führt vorbei an 15 Unesco-Welterben. Die «GranTour» möchte der rührige Bündner als «nationales Interreg-Projekt Schweiz-Italien 2012 bis 2015» einreichen. Gelder braucht es fürs Marketing. Die Infrastruktur – das Bahn- und Busnetz – sei perfekt. Bis zur Weltausstellung in Mailand 2015 soll das Projekt laufen. Mitte März wird Danuser jetzt aber erst mal an der Universität in Bozen über «GranTour» referieren: «Das ist in Italien der Startschuss für das Projekt.» Die Marke GranTour hat er auf jeden Fall in der Schweiz und in der EU bereits zur Registrierung angemeldet.

Fakten Projekte mit italienischen Interreg-Geldern

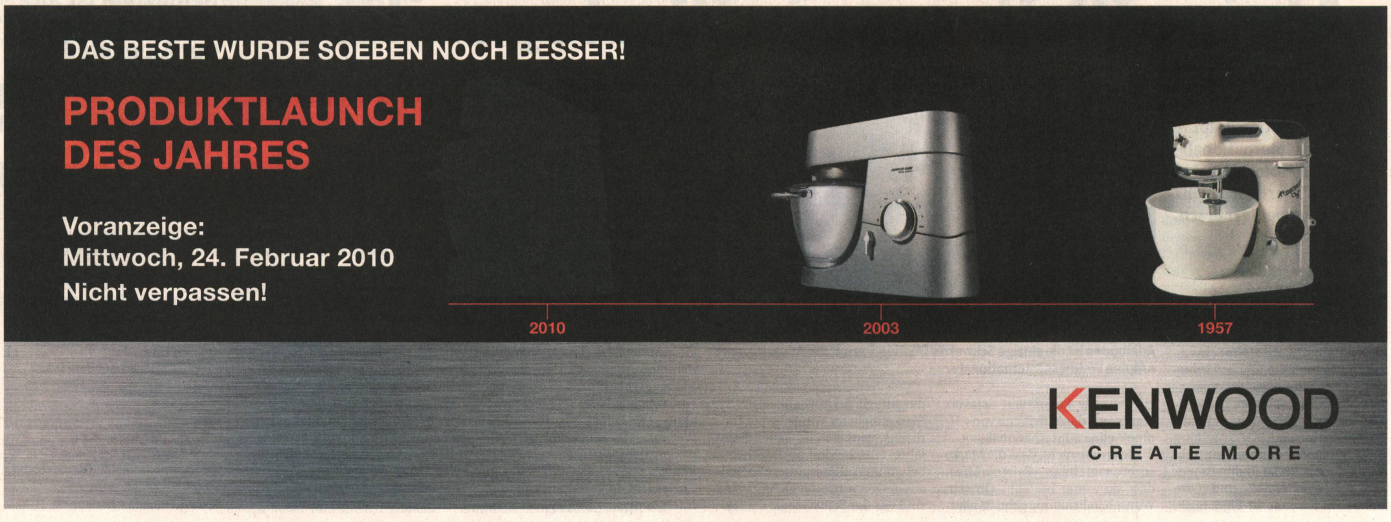
Wichtige touristische Projekte Graubünden-Italien, für die im Rahmen von Interreg IV (2007 – 2013) Gelder beantragt werden:
Venice–St. Moritz Tour. Reiseangebot mit öffentlichen Verkehrsmitteln von St. Moritz nach Venedig, via Zernez, Müstair, Meran, Bozen, Padua, Verona. Budget: 1,2 Mio. Euro.
Culturonda: Vernetzung der wichtigsten Kulturangebote von Bozen und Graubünden. Budget: 365 000 Euro.
Strasse der Romanik/Stiegen zum Himmel: Angebotsentwicklung der wichtigsten romanischen Bauten von Bozen und Graubünden. Budget: 450 000 Euro.
Weiterbildung: Gemeinsame Kurse für Tourismusfachleute, Gewerbetreibende etc. Budget: 350 000 Euro.
Antiche Vie di Comunicazione tra Italia e Svizzera: Wanderweg Lago di Como bis S. Bernardino. Budget: 1,5 Mio Euro. gsg

Touristische Regionalpolitik am Rhein: EU zahlt 46 %

Im Jahr 2000, am Millenniums-Gipfel der EU in der Hauptstadt Portugals, wurde die «Lissabon-Strategie» beschlossen: Sie soll die Europäische Union zum wettbewerbsstärksten Wirtschaftsraum weltweit machen. Die Ziele der seit 2008 geltenden Neuen Regionalpolitik (NRP) der Schweiz sind in vielen Bereichen mit denen der Lissabon-Strategie kongruent. Aber eben nicht ganz. «Wir beschränken uns darauf, die Wertschöpfung und die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken», sagt Rudolf Schiess, Ressortleiter Regionalpolitik des Staatssekretariats für Wirtschaft Seco: «Beihilfen für die Versorgung der Bevölkerung gehören nicht dazu.» Das bedeutet: «Im Tourismus sind beide – unsere Regionalpolitik und das Interreg-Programm der EU – voll kompatibel.» Projekte, die auf Innovation, Weiterbildung, Netzwerke oder Wissenstransfer setzen, erhalten Hilfe vom Bund und vom Interreg-IV-Strukturfonds. Grenzkantone können hier ihre eigenen Prioritäten setzen.

Zum Beispiel das Projekt «Tourismus in der trinationalen Metropolregion Oberrhein»: 25 Partner, von der Région Alsace und Basel Tourismus bis zur Eidgenossenschaft beteiligen sich. Das Projekt wird seit Januar 2009 bis Dezember 2011 umgesetzt. Unter anderm werden touristische Kernthemen formuliert: historische Altstädte, Naturaktivitäten, Gastronomie. Das Budget umfasst rund 3,3 Mio. Franken. Die Europäische Union trägt 1,5 Mio. Franken bei (46%), die Schweiz 288 000 Franken (9%), Deutschland und Frankreich je 744 000 Franken (je 22,5%). kjv

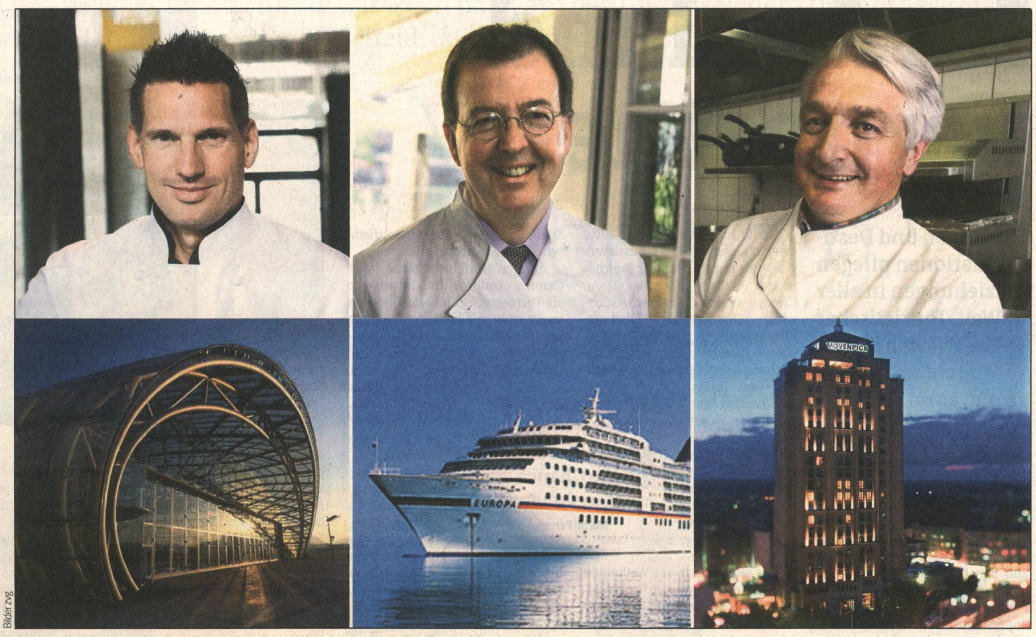
ANZEIGE



Grenzüberschreitend. Köche. Wenn Köche fremd gehen – freuen sich Koch und Gast. Wer in einem fernen Land von einem Schweizer Spitzenkoch verwöhnt wird, besucht dann später oft dessen Restaurant in der Schweiz.

Schweizer Spitzenköche stehen gern mal am fremden Herd. Das bringt Abwechslung, neue Kontakte und vor allem gute Werbung für die heimische Küche.

GUDRUN SCHLENCZEK



Heiko Nieder lässt im März im «Ikarus» in Salzburg, seine Kreationen kochen, André Jäger verwöhnt immer wieder die Gäste der «MS Europa», und Robert Speth wirkte letzten Herbst im Mövenpick-Hotel Istanbul. (v. l. n. r.) Bilder zvg

Kochen in fernen Küchen

André Jäger freut sich schon auf die Olympischen Winterspiele, die morgen in Vancouver starten. Dann darfer, wie vier weitere Spitzenköche aus aller Welt, im Sheraton Vancouver Wall Centre drei Tage kochen. Eingeladen hat Jet Set Sports. André Jäger kocht gerne in fremden Küchen. Meist im Rahmen von Veranstaltungen und immer auf Einladung. In der Regel drei- bis viermal pro Jahr.

Der Aufwand ist enorm, der PR-Effekt auch

Der Aufwand sei jeweils «enorm». Für Vancouver kalkuliert er fürs Rezeptieren und Co. 14 Tage, dazu kommen fünf Tage vor Ort. Doch Jäger ist überzeugt: «Das ist eine gute Art von PR.» In Vancouver bewirtet er 180 Gäste, dank Showküche komme er in direkten Bezug zur Klientel. Schon dreimal kochte er auf der «MS Europa», wenn das Kreuzfahrtschiff in Antwerpen liegt, ohne Entgelt, nur gegen Spesen. Zweimal bereits kreierte er Menüs für Lufthansa. Der eine oder andere Gast komme dann bei seinem Schweizbesuch auch bei ihm in der «Fischerzunft» in Schaffhausen vorbei, so die Erfahrung von Jäger. Mit ausländischen Gästen kompensiere er immerhin gut die Hälfte des Ausfalls in der Ferienzeit, dann wenn die Schweizer Stammkunden in der Fremde weilen.

Das Engagement im Ausland erschliesse ihm aber nicht nur auf Gästeseite ganz neue Kontakte, sondern auch bei Kollegen und potenziellen Mitarbeitern. «Ich habe auf diese Weise schon wunderbare Mitarbeiter rekrutiert», so der 19-Gault-Millau-Punkte-Koch.

zvg

Dessert mit Fenchel und Orange: Die Kreation von Heiko Nieder, Dolder Resort Zürich, kann im März im «Ikarus» in Salzburg genossen werden.

Das ganze Jahr auf Gastköche setzt «Ikarus» in Salzburg

Etwas weniger oft als André Jäger zieht es Robert Speth von der «Chesery» in Gstaad in die Ferne – in der Regel einmal im Frühjahr und einmal im Herbst. Meist in Betriebe, zu denen er einen persönlichen Bezug hat. Wie ins Mövenpick Hotel Istanbul, dessen General Manager Frank Reichenbach er von früher kennt. Im Oktober letzten Jahres war er zehn Tage in Istanbul. Akribisch hat der 18-Gault-Millau-Punkte-Koch sein Gastkoch-Engagement vorbereitet. Denn Speth nimmt gerne die Produkte aus der Schweiz mit, dann weiss er, dass er hat, was er braucht. «Das ist eine logistische Herausforderung», weiss Speth und sagt gleich warum: Eine halbe Tonne Lebensmittel liess er letzten Herbst in die Türkei fahren, respektive fliegen. Damit nicht Ware im Zoll hängenblieb, suchte er im Vorfeld den Kontakt zur Botschaft. Begleiten ihn Mitarbeiter, knüpft er jeweils ein Package mit der «Swiss», sonst «wird die Reise unbezahlbar». «Es braucht viel Goodwill von allen Seiten», meint Speth. Diesen Herbst will er auf einem Golfresort in der Südtürkei kochen. Dafür kommt vorab sogar der dortige Küchenchef eine bis zwei Wochen zu ihm, «damit wir wissen, von was wir reden».

> «Das ist eine logistische Herausforderung. Es braucht viel Goodwill von allen Seiten.»
>
> **Robert Speth**
> «Chesery», Gstaad

Das ganze Jahr auf Gastköche aus aller Welt setzt das Restaurant Ikarus im Hangar-7 am Flughafen Salzburg. Patron Eckart Witzigmann und Executive Chef Roland Trettl laden jeden Monat einen anderen Spitzenkoch ein, Menüs für die «Ikarus»-Karte zu kreieren. Im März ist Heiko Nieder vom The Dolder Resort in Zürich Gastkoch. Er bekocht die «Ikarus»-Gäste nicht selbst, schult aber die Köche drei Tage vor Ort, damit seine Kreationen auch entsprechend gelingen. «Es ist für mich eine Ehre bei diesem berühmten Projekt mitwirken zu dürfen», so der Träger eines Michelin-Sterns. Das sieht auch Vanessa Flack, Director of Communications des Dolder-Resorts, so und schätzt den PR-Effekt fürs «Dolder»: «Damit tragen wir unseren Namen hinaus.»

Salär und Sprache locken

Emmanuel Bonneville überschreitet regelmässig die Grenze. Der 28-jährige Réceptionist pendelt fünf Mal die Woche zwischen Mülhausen und Basel.

AUFGEZEICHNET: SAMIRA ZINGARO

«Ich arbeite insgesamt schon sechs Jahre in der Schweiz. Ursprünglich stamme ich aus der Normandie, doch mit 18 Jahren zog ich ins Elsass. Ich arbeitete sowohl in der Küche und im Service, worin ich ausgebildet bin. Ich suchte schon nach kurzer Zeit eine Stelle in der Schweiz. Seit zweieinhalb Jahren bin ich nun Réceptionist im Hotel Merian in Basel. Ich reise mit dem Zug, das geht jeweils schnell, mit dem Umsteigen aufs Tram etwa 40 Minuten. Spätabends, wenn ich lange arbeiten muss, nehme ich das Auto. Doch der Zug kommt natürlich viel billiger, da man ein Abonnement lösen kann.

Die Sprache ist für mich das Hauptkriterium, hier zu arbeiten. Deutsch war schon in Frankreich meine erste Fremdsprache in der Schule. Und klar, das Geld ist auch ein nicht unbedeutender Grund. Die Löhne sind in der Schweiz halt besser als in Frankreich.

> «Die Schweizer empfinde ich als viel lockerer als die Franzosen.»
>
> **Emmanuel Bonneville**
> Elsässer Grenzgänger

Im Zug sprechen die Pendlerinnen und Pendler nie darüber, dass wir alles Grenzgänger sind – das ist überhaupt kein Thema. Es reisen viele Leute in Gruppen, man kennt sich, es sind Freunde oder langjährige Bürokollegen. Nein, Unterschiede in der Arbeitsweise der beiden Ländern kann ich keine nennen. Ich habe immer in 3- und 4-Sterne-Betrieben gearbeitet, da ist der Standard in der Schweiz und in Frankreich nach meinen Erfahrungen gleich hoch.

Beim Pendeln fällt mir oft auf, dass wir Franzosen schlechter gelaunt sind als die Schweizer – besonders frühmorgens. Sie verhalten sich so mürrisch, als wäre Arbeit eine Qual. Die Schweizerinnen und Schweizer empfinde ich als viel lockerer. Wenn ich Mülhausen einen Tipp aus der Schweiz geben könnte: Die Stadt sollte lernen, sich besser zu vermarkten. Das sieht man bestens an Basel, das ja weiterum als Kulturstadt gilt.»

Zwei «Carltons», ein Package

«Carlton hoch zwei» heisst das grenzüberschreitende Angebot, das die Tschuggen Hotel Group Ende November lanciert hat.

CHRISTINE KÜNZLER

Für mindestens 2200 Euro verbringt ein Gast drei Nächte in Mailand und vier Nächte in St. Moritz. Personal Shopper, Spa Treatment, Skipass und Butler inklusive. Auf Wunsch kann auch noch der Limousinentransfer mitgebucht werden. «Beide Hotels tragen den gleichen Namen, beide Hotels gehören den Leadings Hotels of the World an», sagt Ina Bauspiess, PR-Verantwortliche der Tschuggen Hotel Group. Dies sei der Grund, weshalb die beiden 5-Sterne-«Carltons», das Carlton Baglioni in Mailand und das «Carlton» in St. Moritz, gemeinsame Sache machen. Shoppen in Mailand, Skifahren und Wellnessen im rund zwei Fahrstunden entfernten in St. Moritz kann der Gast noch bis 11. April 2010. Doch: «Bis anhin haben wir noch keine konkreten Buchungen für das ‹Carlton-hoch-zwei›-Arrangement generiert. Aber wir haben viele Anfragen von Gästen, die Mailand und St. Moritz später in der Saison, das heisst zwischen März und April, kombinieren möchten», sagt Ina Bauspiess.

So oder so: Das Package bleibt bestehen. «Unser Direktor Dominic Bachofen möchte auf jeden Fall auch im nächsten Winter wieder eine Kooperation mit unserem Namensvetter in Mailand anbieten. Denn eine Kombination aus zwei einzigartigen Destinationen und zwei luxuriösen Häusern im Rahmen einer einwöchigen Reise ist gerade für Gäste aus weiter entfernten Zielmärkten sehr interessant.»

zvg

Das «Carlton» in St. Moritz.

Eine weitere Zusammenarbeit, wie ein Personalaustausch zwischen den beiden Carlton Hotels, ist nicht geplant. «Wir konzentrieren uns hier eher auf eine Rotation innerhalb der Tschuggen Hotel Group», so Ina Bauspiess. «Das heisst, Mitarbeitende aus dem Carlton in St. Moritz wechseln aufs Frühjahr hin ins Eden Roc nach Ascona und in der Wintersaison dann wieder in die Berge.»

htr hotelrevue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

Grenzüberschreitend. Partnerschaften. Luzern ist die Stadt mit den meisten Partnerschaften. Zumindest eine davon ist touristisch relevant. Auch andere Schweizer Städte haben ausländische Schwestern.

Im Ausland verpartnert

Regionen und Destinationen pflegen Beziehungen in aller Welt. Touristischer Benefit steht meist nicht im Vordergrund, kann sich aber durchaus einstellen.

ANDREAS GÜNTERT

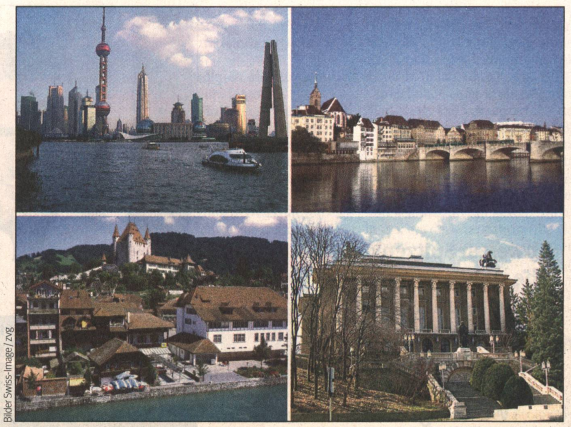
Internationale Partner-Citys gehören zum Renommee vieler Schweizer Städte. Zürich etwa ist mit Kunming und San Francisco verschwistert, Basel mit Boston und Shanghai. Thun macht mit im Bund der Zähringerstädte und unterhält Partnerschaften mit dem bulgarischen Gabrovo und dem togolesischen Gadjagan. Luzern weist gleich ein halbes Dutzend ausländische Partnerstädte auf.

Städte mit vielen Partner-Citys tun gut daran, sich zu fokussieren. Wie etwa Luzern, das mit Bournemouth (England), Chicago (USA), Cieszyn (Polen), Murbach/Guebwiller (Frankreich), Olomouc (Tschechien) und Potsdam (Deutschland) verlinkt ist. «Touristisch aktiv verfolgen wir nur Chicago», sagt Tourismusdirektor Marcel Perren, «weil die USA unser wichtigster Auslandmarkt sind und Chicago ein Potenzial aufweist.» Chicago lade regelmässig eine Guggenmusik für eine Parade vor Weihnacht ein; im Herbst 2009 war Perren selber vor Ort, traf sich mit Medienvertretern und Tour-Operators. Eine lohnende Visite, sagt Perren, konkret habe ein lokaler Reiseveranstalter Luzern neu ins Programm aufgenommen: «Wir werden diese Plattform weiter nutzen und diese Städtepartnerschaft als touristische Chance wahrnehmen.»

> **«Wir werden diese Städtepartnerschaft als touristische Chance wahrnehmen.»**
> **Marcel Perren**
> Tourismusdirektor Luzern

Ähnlich verfährt Gstaad, das Cannes, Andorra und Darmstadt als Partnerorte zählt. «Auf hohem touristischem Niveau funktioniert nur die Partnerschaft mit Darmstadt», sagt Roger Seifritz. Der Gstaader Tourismusdirektor nennt Leserreisen mit dem «Darmstädter Echo», die vor allem früher viele Logiernächte brachten. Heute seien es die jährlichen Feste in Darmstadt, an denen Gstaad eingebunden ist, mit Infoständen und dem Verkauf von lokaler Kulinarik. «Solche Anlässe, die verlässlich immer wieder stattfinden, sind überaus wichtig.» Und sie bringen Gäste: «Ein Drittel all unserer deutschen Gäste kommen aus Darmstadt und dessen Einzugsgebiet.» In St. Moritz wird unterschieden zwischen offiziellen Schwesterstädten (Bariloche, Argentinien; Kutchan, Japan; Vail, USA) und Partnerorten (Mauritius; Capri, Italien und Westerland Sylt, Deutschland.) Mit Letzteren, sagt Hugo Wetzel von Engadin St. Moritz, werde ein «reger Austausch» gepflegt. Interessant sei das, weil St. Moritz als Winterreiseziel, die Partnerorte aber als Sommerdestinationen bekannt sind – was im optimalen Falle zu einem Gäste-Transfer führen könne. Man legt gegenseitig Werbematerial auf und tausche auch einmal Mitarbeiter aus, «eine Art internationale Erfa-Gruppe», so Wetzel.

Zu den Städtepartnerschaften gesellen sich auch Bergfreundschaften. Diejenige der Rigi mit dem chinesischen Emeishan datiert vom März 2009; seit Mai 2002 sind die Jungfraubahnen mit dem chinesischen Huangshan Mountain verbunden. «100 000 Chinesen jährlich auf dem Jungfraujoch» peilte man damals langfristig an. Letztes Jahr waren es gemäss Urs Kessler erst 20 000. «Der Markt entwickelte sich schwächer als gedacht», begründet der Jungfrau-CEO. Trotzdem lohne sich die Partnerschaft, «sie hat für unsere Marke und die Bekanntheit in China viel gebracht.» Man weist auf der Website aufeinander hin und pflegt einen Schüleraustausch. Eine grundsätzliche Schwierigkeit verschweigt Kessler nicht: «Weil die Verantwortlichen in China relativ oft wechseln, ist es eine grosse Herausforderung, Beziehung und Aktivitäten mit den Nachfolgern aufrechtzuerhalten.» Es zeigt sich also: Dranbleiben ist die halbe Miete.



Städtepartnerschaften. Oben: Shanghai und Basel. Unten: Thun und Gabrovo.

Bilder Swiss-Image / zvg

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN

Kommunikation und Energiemanagement auf höchstem Niveau

Der Name Brecom Betriebs AG steht seit mehr als 15 Jahren für innovatives und modernstes Hotel-Kommunikations- und Energie-Management. Als eines der führenden Unternehmen bietet Brecom seinen Kunden die Dienstleistungen aus einer Hand: persönliche Beratung, Angebote mit klarer Kostentransparenz, umfassende Planung, fachmännische Installation sowie Finanzierung.

In der Sparte Energie-Management schafft Brecom Klarheit zum Energiekonsum der Kunden, über alle Energieträger wie Öl, Gas, Strom hinweg. Mit umfassenden Analysen und den entsprechenden Massnahmen, wie zum Beispiel der Reduktion des CO^2-Ausstosses und damit der Verringerung der CO^2-Steuer, können Hoteliers ihre Energiekosten markant senken.

Optimale Kommunikations-Infrastruktur für zufriedene Gäste: mit den Brecom-Dienstleistungen schnell erreicht.

Die umfassende Dienstleistungspalette von Brecom: Hotel-TV-Geräte; Gäste-Internet; Entertainment und Inhouse-Kommunikation; Zulieferung TV-Signal; Energie-Management; Beratung und Planung; Installation; Support mit 24-Stunden-Hotline; Wartung und Reparatur; Finanzierung.

Als Unternehmen der Komtech Group, mit den Zielen Kundenzufriedenheit und langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit, gewährleistet Brecom ein attraktives Kosten-Nutzen-Verhältnis für Hoteliers und die optimale Kommunikations-Infrastruktur für Hotelgäste.

www.brecom.ch

In 27 eleganten Farbkombinationen gibt es den Stoff in Crash-Optik.

Mit einer grossen Vielfalt in die neue Tischsaison

Wäschekrone, das Laichinger Traditionsunternehmen für feine Gastronomie- und Hotelwäsche, präsentiert 2010 eine Tischwäsche-Kollektion mit einer aussergewöhnlichen Vielfalt an Stoffen, Dessins und Farben. «Damit wollen wir den Ton eines jeden Hauses treffen und die individuellen Ansprüche optimal bedienen. Das heisst aber auch, dass man für Luxushäuser ebenso wie für schmale Budgets die passenden Tischwäsche-Lösungen im Programm haben muss», so Manfred Schmoll, Verkaufsleiter von Wäschekrone.

Tischdecke der Serie «Nadelstreifen» in Graphit, dazu Sets und Servietten als kontrastreiche Farbtupfer.

Neu im Programm ist edel knitternde Crash-Optik aus schimmerndem Polyester-Gewebe. Die Stoffe eignen sich besonders gut zur Eindeckung von Events. Zur Auswahl stehen insgesamt 27 elegante Farbkombinationen.

Um allen Kundenerfordernissen Rechnung zu tragen, gibt es jetzt Tischwäsche aus Vollzwirn-Damast in neun stimmungsvollen Farben wie Flieder, Sekt, Capuccino oder Silber. Das Material ist sehr feinfädig und hat einen zarten Glanz.

Die neue Tischdecke aus der fleckabweisenden Tischwäsche-Serie präsentiert sich vornehm und kultiviert in Nadelstreifen. Sie ist aus 60 Prozent Baumwolle und 40 Prozent Polyester und hat eine neue Fleckschutz-Ausrüstung. Tropfen oder Flecken können einfach abgetupft werden.

www.waeschekrone.de

Die Besten reisen nach Florida zum Zuckerkönig

10 Tage an der Notter School of Pastry Arts in Florida lernen: das winkt zwei Kategoriensiegern beim siebten Kreativ-Wettbewerb «Tartelettes Phantasia». Die Sieger tauchen in die Kreativität vom Olympiasieger und Weltmeister Ewald Notter ein. Seine Schokoladen- und Zuckerkunstwerke sind einzigartig.

Die hochwertigen Tartelettes von Hug leben von kreativen Füllungen und fantasievollen Dekorationen. Gemeinsam mit der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen, Cash & Carry Angehrn, Scana Lebensmittel AG, dem Richemont und Salz & Pfeffer will Hug mit dem Wettbewerb das innovative Potenzial von Köchen, Pâtissiers, Konditoren und Confiseuren in den beiden Kategorien Lehrlinge und Ausgebildete fördern. Zwei Wettbewerbsaufgaben sind zu erfüllen: Für die Erste wird der Jury ein Vorspeise-, bzw. Amusebouche-Teller präsentiert. Als zweite Aufgabe sollen die Teilnehmer einen Dessertteller kreieren.

Die Fach-Jury unter der Leitung von Oskar Marti, «Chrüter-Oski», wählt aus allen Einsendungen fünf Finalisten aus beiden Kategorien aus. Diese kreieren am Finale in der Bäckerfachschule Richemont um die Wette. Für die Teilname bewerben können sich Köche, Pâtissiers, Bäcker, Konditoren und Confiseure. Detaillierten Ausschreibeunterlagen sind auf der Website erhältlich.

www.hug-wettbewerbe.ch

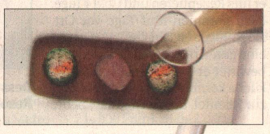
Ein kreativer Vorspeisenteller und ein ebenso ideenreicher Dessertteller führt die Sieger des «Tartelettes Phantasia»-Wettbewerbs bis nach Florida.

Zwei neue Produkte als Basis für eigene Kreationen

Nach den Bedürfnissen der Schweizer Gastronomie wurde der neue Thomy Thousand Island Dressing entwickelt. Er verfügt über den typischen süsslich-pikanten Geschmack mit feinen Peperoni. Im Gegensatz zu anderen Dressings wurde gänzlich auf die Zugabe von Geschmacksverstärkern wie Glutamat oder Hefe-Extrakt verzichtet. Thomy Thousand Island Dressing ist der Einzige seiner Art, der den Salat nicht durch Süsse und glutamatigen Geschmack «erschlägt», sondern dem Wunsch der Konsumenten nach feinen und geschmackvollen Salaten entspricht.

Die neuen Bouillons von «Chef» verleihen den Gerichten einen unverwechselbar authentischen Geschmack. Sie eignen sich ideal als Consommé oder zum kochen von Fleischgerichten (Rindsbouillon), für Risotto oder Geflügel (Geflügelbouillon) und für Gemüsesuppen und Brühen (Gemüsebouillon). Trotz geringem Fettgehalt und dem Verzicht auf Geschmacksverstärker überzeugt die Bouillon durch einen intensiven Geschmack. Sie ist direkt einsetzbar oder dient als Basis für eigene Kreationen.

www.nestleprofessionals.com/switzerland



Die neuen Chef-Bouillon eignen sich hervorragend als Basis für eigene Kreationen.

Lecker und leicht verfeinert der Thousand Island Dressing die Salatkreationen.

dolce vita

htr hotel revue Nr. 6 / 11. Februar 2010

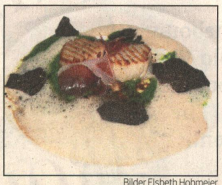
Tafelkunst
Von Barock bis High-End: Die Trends von Messer, Gabel und Löffel sind vielförmig.
Seite 18

Gourmet Festival. Gastköche. Welcher renommierte Gastkoch passt am besten zu welcher Küche? Diese Frage beschäftigt die Organisatoren jedes Jahr intensiv. Der Entscheid, das Finale auf den Berg zu verlegen, kam gut an.

Vom See auf den Berg

Swiss-Image

Amuse-Bouche: «Getunte» Leber mit Thunfisch und Passionsfrucht von den «RTL-Kochprofis».



Bilder Elsbeth Hobmeier

Jakobsmuschel auf Polenta und Trüffel von Dieter Koschina.

Pomelo-Hummersalat mit Daikonkresse von Wini Brugger.

Wie verteilt man zehn renommierte Gastköche auf mehrere Hotels? Hotelier Vic Jacob und Gastronom Reto Mathis verraten es.

ELSBETH HOBMEIER

Das Haus und sein Image muss mit dem Gastkoch, mit seinem Können und Ruf harmonieren. Und das eigene Team muss sich mit dem Gast sprachlich irgendwie verständigen können. Auf diese einfache Formel bringt Vic Jacob, Direktor des Fünfsternehauses Suvretta House und Vize-Präsident sowie Gründungsmitglied des Vereins St. Moritz Gourmet Festival, die schwierige Aufgabe, die sich dem Organisationskomitee Jahr für Jahr stellt. Heuer, zum 17. Festival, rieb man sich als Gast verwundert die Augen: Was, die drei schrägen Showstars «Kochprofis von RTL2» im Suvretta House? Ausgerechnet im wohl gediegensten, traditionellsten, aber auch verschwiegensten aller Luxushotels von St. Moritz? Wenn das nur gut geht…

Es ging gut, dies sei vorweggenommen. Denn die drei «Kochprofis» Frank Oehler, Mike Süsser und Andreas Schweiger machen nicht nur TV-Klamauk, sondern sie sind besternte Köche mit florierenden eigenen Betrieben (siehe auch Gespräch auf Seite 15). Sogar Direktor Vic Jacob gesteht, dass er sich im Vorfeld gefragt habe: «Mag es das wohl leiden?» Im Nachhinein ist er froh um den Mut zur ungewöhnlichen Kombination: «Es geht bestens, die Kochteams verstehen sich gut, das Ergebnis stimmt», stellte er bei einem Gespräch noch während der Gourmetwoche fest.

Vic Jacob verschweigt aber auch nicht, dass von den Partnerhotels des Gourmet Festivals ein grosses Engagement verlangt wird. «Vor allem der eigene Küchenchef leistet unglaublich viel. Die ganze Planung, bis jeder aus dem Gastkoch-Team einen Arbeitsplatz, einen Kühlschrank, eine Unterkunft hat, hängt an ihm. Das vergisst man oft», sagt er. Zudem sei der Druck auf das eigene Team gross: «Die wollen doch dem berühmten Gastkoch beweisen, dass sie auch was können.»

«Der eigene Küchenchef leistet unglaublich viel. Die ganze Planung hängt an ihm.»
Vic Jacob
Direktor Suvretta House St. Moritz

Ein Geben, aber auch ein Nehmen für die Partnerhotels

Als Partner muss ein Betrieb auch finanziell einiges leisten: Er bezahlt neben einer Pauschale für die gesamte Organisation auch die Reisekosten und die Unterkunft für die Gastteams. Es komme, so betont Vic Jacob, anderseits sehr viel Wertvolles zurück: «Allem voran ist es eine gute Erfahrung für unsere eigenen Leute: Sie finden neue Impulse, können Netzwerke knüpfen, schauen über den eigenen Tellerrand hinaus.» Er beobachtet auch, dass die Gastwochen bei Lieferanten und Berufskollegen viel Goodwill und Anerkennung wecken. Und verschweigt nicht, dass die massiv erhöhte Präsenz in den Print- und elektronischen Medien des In- und Auslands für den eigenen Betrieb von Vorteil ist.

«Viele grosse Gastköche möchten kommen. Ablehnen ist für beide Seiten hart.»
Reto Mathis
Präsident Event Gourmet Festival

Viele Köche möchten kommen. Nicht alle dürfen.

Und was sagt Reto Mathis dazu, der Mann an der Schaltstelle, der die Auswahl der Gastköche trifft und jeweils versucht, diese mit dem passenden Partnerhotel zusammenzubringen? «Manchmal ist's schwierig», gibt er zu, «viele möchten kommen. Muss man dann ablehnen, ist es für beide Seiten hart.» Reto Mathis ist auch für die Zusammenstellung des Finale-Menüs verantwortlich, zu dem jeder Gastkoch einen Gang beiträgt. Da müsse er dann auch einem grossen Star locker sagen können, «dein Gang passt farblich nicht rein».

Das Gourmet Festival geniesst in Kochkreisen in aller Welt einen guten Ruf, entsprechend viele Köche würden gerne nach St. Moritz eingeladen. «Unser Festival wurde auch schon mindestens fünfmal kopiert», sind sich Reto Mathis und Vic Jacob einig, «aber das spricht nur für unsere gute Idee.» Mathis denkt zurzeit bereits ans 18. Festival Ende Januar 2011: Im Vordergrund sollen dann die regionalen Produkte des Engadins stehen und von den Gastköchen kreativ eingesetzt werden.

Den Sponsoren gefällt die Atmosphäre auf dem Berg

Markante Neuerungen erfuhr das St. Moritz Gourmet Festival bereits heuer: Erstmals dehnte es sich über St. Moritz aufs ganze Oberengadin aus, neue Partner stiessen dazu. Und das Finale wurde vom Zelt auf dem zugefrorenen See in Mathis Food Affairs verlegt. Diese Neuerung kam bei den meisten Sponsoren und Gästen gut an. «Wir bevorzugen den Berg fürs Finale», sagt Zoran Bogdanovic, Country General Manager Coca-Cola HBC Schweiz, «denn die Atmosphäre auf der Corviglia entspricht dem Premiumsegment, das wir uns als Hauptsponsor wünschen.» Ähnlich begeistert äussert sich auch Peter Hilpert, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Co-Sponsor Schwob AG: «Der Berg ist spitzenmässig: Die Köche können dank guter Infrastruktur besser kochen. Und die Damen dank angenehmer Wärme sich eleganter anziehen», schwärmt er. Kritischer äussert sich Roger Nessensohn, Division Manager der Ecolab GmbH: Ihm gefällt die Eleganz der Corviglia zwar gut, aber er vermisst den Reiz des Sees. Und fragt sich auch: «Wo bleibt der Gegenwert für die 150 Franken, die das Schluss-Event dieses Jahr mehr kostete?»

Chesa Guardalej Dieter Koschina brachte den Frühling aus Portugal

Mit zwei Michelin-Sternen «im Gepäck» reiste der gebürtige Österreicher Dieter Koschina nach St. Moritz an und vertauschte eine Gourmet-Woche lang sein Hotel Vila Joya an der Algarve – das Haus gilt als Portugals beste Feinschmecker-Adresse – mit dem Hotel Chesa Guardalej in Champfèr. Die Gäste rissen sich um die Plätze in der hauseigenen Trattoria Diavolo, wo Koschina neben Küchenchef Markus Rose an der offenen Kochinsel wirkte. «Wir sind glücklich, einen derart genialen Meister bei uns haben zu dürfen», sagte Direktorin Regina Amberger, die heuer zum ersten Mal am Gourmet Festival St. Moritz mitmachte.

Dieter Koschina bewies sein Talent, den Reichtum des Atlantiks mit mediterranen Einflüssen und der französisch-klassischen Küche unter einen Hut zu bringen, mit einem Degustations- und einem Signature-Menü. Ein Highlight war der in Streifen geschnittene und spaghettiähnlich aufgetürmte Thunfisch mit Avocado in einer Zitronen-Ingwer-Suppe. Und das Meer liess grüssen im würzigen Muschel-Kalbfleisch-Gericht «alla Cataplana». Der «Algarve-Frühling» überraschte als ein rosa Mandel(blüten)-Traum, komponiert aus Mandelcrème, Gelée und Sorbet.

eho

Muottas Muragl Engadiner Lunch beim «Werner vom Berg»

Ursprüngliche Küche ohne Schnickschnack und Kapriolen, so lautet das Credo von Werner Strauss alias «Werner vom Berg», der nach Stationen im «Lenkerhof» und im «Palace» Gstaad seit sechs Jahren als Küchenchef auf dem Muottas Muragl wirkt. Seine Premiere beim Gourmet Festival gab er mit einem «Mountain Lunch» mit regionalen Spezialitäten. Als Amuse-Bouche Salsiz und Hobelkäse, danach ein Carpaccio vom Lamm und Rind, ein Bündner Gerstensüppchen mit Bresaola und ein Savogniner Kalbsmedaillon mit butterzart geschmorter Kalbsbacke, um zielgenau mit einer Preiselbeerschnitte zu enden.

Vor dem über 100-jährigen Hotel- und Restaurantgebäude bei der Muragl-Bergstation sind die Baugerüste bereits aufgestellt: Ende Februar schliesst der Betrieb, diesen Sommer wird ein Kiosk nur noch «hot and cold Sandwiches» anbieten. Denn Küche, Kühl- und Lagerräume werden umgebaut und erweitert, die 30 Hotelzimmer erhalten Nasszellen, es gibt einen Warenlift. Rund 18 Millionen Franken investiert die Bergbahn als Eigentümerin in den Umbau – und Mitte Dezember 2010 wird «Werner vom Berg» seine neue Küche wieder eröffnen.

eho

htr hotel revue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

Gourmet Festival. Wein. Zehn exklusive Weine, die kaum noch erhältlich sind, begleiteten die Gerichte des französischen Starkochs Christophe Bacquié. Sie verblüfften, so wie die gewagten Kombinationen.

Rare Weine. Und was dazu?

Bilder Elsbeth Hobmeier

Passt ein Richebourg oder der Barolo Monfortino zu Coquilles St-Jacques? Ein Experiment.

ELSBETH HOBMEIER

Der «Kronenhof» in Pontresina ist eines der ältesten Grandhotels der Alpen. Und betrieb, so schaut Direktor Heinz Hunkeler in die Vergangenheit seines Hauses zurück, einst einen schwungvollen Weinhandel mit dem Veltlin. Das hauseigene Gourmetlokal «Kronenstübli» war daher genau der richtige Ort für die beiden St. Galler Weinhändler Jan Martel (Martel AG) und Ueli Schiess (Caratello Weine), um im Rahmen des Gourmet Festivals einen «Celestial-Wines-at-Celestial-Places»-Abend zu offerieren. Die von ihnen ausgewählten Flaschen zählen zu den rarsten Weinen der Welt, und auch die Plätze im «Stübli» sind eher selten – von daher war der Rahmen schon vorgesteckt.

Maximal 20 Weinliebhaber konnten teilhaben. Für 350 Franken erhielten sie eine Weinreise durch laut Martel «himmlische Rebgebiete» geboten, begleitet von einem exklusiven 5-Gang-Dîner des Starkochs Christophe Bacquié, Hôtel du Castellet (2 Michelin-Sterne, 16 GM-Punkte). Die Kombinationen waren teilweise gewagt, jedoch auf höchstem Niveau. Und das sowohl von der Küche wie auch vom Wein her gesehen. «Wir haben lange diskutiert», gestanden denn auch die beiden Weinexperten.

Im Wissen, dass dem Ruf zum exklusiven Event lauter Connaisseurs folgen würden, gingen sie das Wagnis ein, etwa einen Romanée-Conti gegen einen Top-Barolo zu Coquilles St-Jacques cloutées aux truffes antreten zu lassen. Das Resultat überzeugte – wohl nicht zuletzt auch der Trüffeleinlage wegen, welche die Meeresfrucht symbolisch wie auch geschmacklich «erdete». Folgende Kombinationen fielen besonders auf:

Zu **Gänseleber** mit Muscat und feinen Scheiben von Coppa, Quitten und Mandarinen servierte Jan Martel einen herrlich mineralischen, aromatischen **2008 Riesling Grosses Gewächs** vom Weingut Schäfer-Fröhlich aus der deutschen Nahe-Region. Parker nannte ihn «the most exciting wine of Germany». Und Tim Fröhlich wurde nicht zuletzt dieses Weins wegens zum «Winzer des Jahres '09» erkoren. Ueli Schiess hielt mit dem **2006 Bussiador Chardonnay** Langhe von Aldo Conterno dagegen: das moderne Beispiel eines Chardonnay, eines Weissen aus dem roten Barolo-Gebiet des Piemont, der mit seinem Gleichgewicht von Säure und Volumen überzeugte und zu den ganz grossen Weinen Italiens gehört.

«Salvatore Murana ist eine mystische Gestalt, für mich der König des Süssweins.»

Ueli Schiess
Caratello Weine, St. Gallen

Eine Klasse für sich war der legendäre **99er Richebourg** Grand Cru aus der Domaine de la Romanée-Conti, der mit seiner filigranen Farbe, wunderbarer Himbeernote und Struktur die Weinfreunde zum Schwelgen brachte. «Ein Stück flüssige europäische Kulturgeschichte», so beschrieb Martel diesen Wein, der kaum noch zu finden ist und für den astronomisch hohe Summen bezahlt werden. Fast ebenso rar ist sein «Gegenspieler», der **2001 Barolo Riserva Monfortino** von Giacomo Conterno, ein Barolo, welcher seit einem Jahrhundert der Tradition treu geblieben ist und auch heute noch weder geschönt noch filtriert wird. Filigraner Burgunder oder wuchtiger Piemonteser zur **Jakobsmuschel?** Für Diskussionen war gesorgt…

«Ein Wein, so dunkel wie die Nacht, rein wie die Seide, reich wie ein Sultan.»

Jan Martel
Weinhandlung Martel AG, St. Gallen

Vertrauter war die nächste Kombination, ein **Simmentaler Rindsfilet** an Ochsenschwanzjus mit sautierten Artischocken, Fenchel und Rucola, begleitet von zwei Rotweinen. Aber was für welchen! Ueli Schiess präsentierte zwei Schwergewichte aus Italien: Den rassigen, vollmundigen Toskaner **2005 Alceo** des Castello dei Rampolla und den traditionell und in kleinen Barriques ausgebauten Merlot **2006 Messorio** von der Azienda Le Macchiole in der südlichen Maremma. Den Alceo 05 gibt es offiziell eigentlich gar nicht, da von der Cuvée aus Cabernet Sauvignon und Petit Verdot in diesem Jahr einzig 1000 Flaschen (statt normal 12 000) produziert werden konnten und dieser Superwein mit seinen Schokonoten nur unter der Hand weitergegeben wurde.

Zu einem **Spanferkelfilet,** das Christophe Bacquié 36 Stunden garte und mit einem Zitrusfrüchtejus sowie Polenta servierte, kombinierte Jan Martel einen **2005 Astralis Vineyard Syrah** der Clarendon Hills Winery – der Australier erwies sich als Syrah (bewusst nicht Shiraz genannt) von burgundischer Finesse. Der Wein reift an über 90-jährigen Buschreben und von ihm gibt es jährlich nur wenige tausend Flaschen. In Konkurrenz dazu trat ein **2006 Cirsion** von den Bodegas Roda. Dieses junge Weingut erkämpfte sich dank seines Hangs zur Perfektion und Qualität sehr rasch den Ruf eines spanischen Vorzeigebetriebs. Die intensiven Röst- und Cassisaromen des Cirsion beflügelten Jan Martel zu einem poetischen Vergleich: Der Wein sei «dunkel wie die Nacht, rein wie die Seide, reich wie ein Sultan.»

Zum abschliessenden **Edelkastanien-Croquant** passte hervorragend ein goldener **2001 Martingana Moscato di Pantelleria** von Salvatore Murana, dem italienischen «König des Süssweins» – ein krönender Genuss für alle Geniesser, die sich danach wie Könige fühlten.

www.martel.ch
www.caratello.ch

ANZEIGE

Klassische Champagner und perlende Opernarien

Laurent-Perrier bewies im Suvretta House, dass klassischer Champagner mit der kreativen Küche der RTL 2-Kochprofis gut harmoniert. Ganz besonders, wenn dazu Opernstars live auftreten.

ELSBETH HOBMEIER

Elsbeth Hobmeier

3 x Laurent-Perrier (v. l.): Guillaume Desglise, Walter Rohrbach, Arnaud Longuent.

Die 1812 in Tours-sur-Marne gegründete Firma Laurent-Perrier gilt heute als eines der weltweit grössten Champagnerhäuser. Die Palette ist gross, sie reicht vom Ultra Brut, der ohne jede Zugabe einer «Dosage» gemacht wird, bis zur Prestige-Cuvée Grand Siècle, die nur aus Chardonnay- und Pinot-noir-Trauben aus den allerbesten Lagen entsteht und mindestens fünf Jahre auf der Hefe reift. Seine subtilen Aromen von Honig, gerösteten Mandeln und Biscuit machen diesen Wein zum perfekten Begleiter raffinierter Speisen. Küchenchef Bernd Ackermann und die RTL 2-Kochprofis – die im Suvretta House gastierenden Köche Frank Oehler, Andreas Schweiger und Mike Süsser – servierten dazu ein Hirschfilet im Strudelteig an einer Zwetschgen-Zweigelt-Sauce. Die wahre Spezialität von Laurent-Perrier ist jedoch die Cuvée Rosé Brut, welche heute weltweit als Referenz für Rosé-Champagner gilt und 20 Prozent der Produktion ausmacht.

Das Tüpfelchen aufs i setzten der Bariton und die Sopranistin Carry und Petra Persson mit ihren Opernarien und Liedern wie «Dunkelrote Rosen» und, zum allseits bedauerten Abschied, «Sag leise Servus».

Gourmet Festival. Glanzlichter. Die «Kochprofis» von RTL 2 standen am Festival im Rampenlicht. Die Kamera des Privatsenders war immer dabei. Am Mountain Finale hatten alle 220 Gäste einen glanzvollen Auftritt.

Attraktiv in Küche und TV

Auf RTL 2 und am Gourmet Festival: Mike Süsser, Andreas Schweiger und Frank Oehler sind die «Kochprofis». Michelin-Sterne und viel Erfahrung rücken die Chefs ins beste Licht.

SIMONE LEITNER

Die Fernsehköche Mike Süsser, Frank Oehler und Andreas Schweiger sind beim TV-Publikum beliebt. Ihre Dokusoap «Kochprofis – Einsatz am Herd» holt mit einem Marktanteil von 9,5 Prozent bis zu 1,58 Millionen Zuschauer vor den Fernseher. Eine Quote, die den Privatsender RTL 2 nie in Teufels Küche bringt, dafür ins Engadin: Die drei «Kochprofis» waren Gastköche am Gourmet Festival in St. Moritz.

Dort musste die «GSG 9 der Küche», wie sich die drei Küchenchefs selber nennen, aber niemanden und nichts retten, keinem desaströsen Küchenchef aus der Patsche helfen und auch keine Konzepte für krisengebeutelte Restaurants entwerfen. Am Gourmet Festival zählte nur eins: ihr Können.

«Wenn wir keine Spitzenköche wären, hätte uns Bernd Ackermann, Küchenchef des legendären St. Moritzer Hotels Suvretta House, bestimmt nicht eingeladen», betont Frank Oehler, der in Stuttgart das Restaurant Speisemeisterei besitzt und bereits zum 4. Mal einen Michelin-Stern erkocht hat. Und er ergänzt: «Schliesslich messen wir uns hier am Gourmet Festival mit den besten Köchen.»

Frank Oehler, Mike Süsser und Andreas Schweiger haben eigene Restaurants und sind mit Michelin-Sternen ausgezeichnet. An Selbstbewusstsein fehlt es den telegenen Herren nicht. Auch nicht an Schlagfertigkeit – und schon gar nicht an Kreativität. An der Opening Party im Carlton Hotel St. Moritz überraschten die «Kochprofis» mit der Schwarzwälder Hirschtorte, einer witzigen Wortspielerei, die mit exklusiven Zutaten wie Gänseleber und Sauerkirschen auch Zweifler überzeugte. «Dieses Event ist für uns eine willkommene Herausforderung», freut sich Mike Süsser, der verschiedene Koch-Event-Studios betreibt. Das Festival in St. Moritz sei die Ur-Mutter aller Gourmetfestivals, betonen die Köche unisono: «Auch wenn wir im Moment als Fernsehköche des Senders RTL 2 mehr wahrgenommen werden, sind wir Küchenchefs mit viel Erfahrung und wichtigen Auszeichnungen.» Ob die Dokusoap ihrem Ruf schaden könnte? Andreas Schweiger, der in München das Restaurant Schweiger[2] führt, winkt ab: «Nein, das bestimmt nicht. Unsere Gäste wissen was wir können und lassen sich von einer TV-Soap nicht abschrecken.» Die «Kochprofis» stehen zu ihrer Sendung und zur Kamera, die während der ganzen Woche in St. Moritz pausenlos mit von der Partie war. Für die «Kochprofis» Routine, für die Gäste des Gourmet Festivals eher fremd und gelegentlich befremdend. Die TV-Gastköche sind sich aber sicher: «RTL ist eine gute Plattform für die Region St. Moritz.»

> «Wenn wir keine Spitzenköche wären, hätte uns Bernd Ackermann nicht eingeladen.»
> **Frank Oehler**
> «Kochprofi» RTL 2

> «Wir sind stolz auf die grosse Herausforderung hier am Gourmet Festival in St. Moritz.»
> **Mike Süsser**
> TV-Koch

Und umgekehrt war St. Moritz auch eine gute Plattform für die TV-Küchencrew, die immer besorgt war, eine gute Figur in der Kochschürze zu machen. Als gecastete Boygroup wollen die drei Küchenchefs aber nicht bezeichnet werden. Solcherlei Vergleiche hören Mike Süsser, Frank Oehler und Andreas Schweiger überhaupt nicht gerne.

zvg

Die «Kochprofis» von RTL 2 bringen Quote und erregen Aufsehen. Frank Oehler, Andreas Schweiger und Mike Süsser (v. l.) waren Gastköche am Gourmet Festival in St. Moritz.

Ein renommierter Bariton mit viel Sinn für Humor

Bilder Elsbeth Hobmeier

Der Bariton Carry Persson gehört zur internationalen Elite der Opernstars. Er sang am Champagner-Dinner im «Suvretta House» mit Ehefrau Petra (Sopran). Und er zeigte Humor: Als er die RTL-Köche, die das Menü zum Champagner kreierten, vorstellte, trat er mit dem typischen Ziegenbärtchen der «Kochprofis» vor das Publikum. sls

Zigarren gehören einfach zum Gourmet Festival

In die Welt der Davidoff-Zigarren tauchen die Festival-Besucher und -Besucherinnen gerne ein. Ob an der Welcome Cocktail Party im Carlton Hotel oder am Great Mountain Gourmet Finale bei Reto Mathis – die Cigars waren eine willkommene Ergänzung zu den kulinarischen Leckerbissen. Das Rauchverbot im Kanton Graubünden wurde strikt eingehalten, für die Raucher gab es separate Räume, in denen sich die Geniesser immer wieder trafen. Perfekt zu den Zigarren passten die Brände der Privatbrennerei Gebhard Hämmerle sls

Irma Dütsch, die «Aufsteigerin» auf die Corviglia

Exklusiv für die htr hotel revue posierte Irma Dütsch stolz mit ihren knallroten Schuhen. «Ich bin die Aufsteigerin. Auf die Corviglia», krächzte sie. Die Spitzenköchin, die seit ihrem Abschied vom «Fletschhorn» Saas-Fee eine der begehrtesten Gastköchinnen ist, verlor prompt zum Finale ihre Stimme. Vielleicht war sie am Abend zuvor bei ihrem «Küchengeflüster» im «Schweizerhof» allzu laut geworden? eho

Cornelia Poletto «flüsterte» im Schweizerhof mit

Drei begehrte Male luden Gotthold Seifried und die Kochlady Irma Dütsch zum spätnachmittäglichen «Küchengeflüster». Mit Spezialitäten zu Besuch waren «Friends», wie die Hamburger Spitzenköchin Cornelia Poletto (1 Michelin-Stern, 16 GM-Punkte), deren handgemachte Carbonara-Tortellini nicht nur von der kleinen Corinne, sondern der gesamten Gästeschar begeistert verschlungen wurden. eho

In der Abendgarderobe auf den Berg

Wer kein Ticket hatte, blieb unten. Das Finale bei Reto Mathis auf der Corviglia war längst vor dem Festival ausverkauft. Das gab dem Event eine spezielle Note.

SIMONE LEITNER

An extravaganter Mode fehlt es in der St. Moritzer Corviliga-Bahn mit Sicherheit nie. Doch letzten Freitag stiegen nicht farbenfroh gewandete Skifahrer und Snowboarder in die Drahtseilbahn, sondern Gäste in eleganter Abendgarderobe. Schwarzer Anzug war Programm am Finale des 17. Gourmet Festivals.

Auf über 2400 Metern bei Starkoch Reto Mathis liefen die zehn Gastköche mit ihren Küchenchefs der Festival-Partnerhotels noch einmal zu Höchstform auf. Hummersalat mit pikanter Note, Schnecken in frischer Kräutersuppe oder auch raffinierte Coquilles Saint-Jacques – die einzelnen Gänge überraschten immer wieder aufs Neue und wurden von exzellenten Weinen begleitet. Kombinationen, die so manchem Hoteldirektor oder Food & Beverage Manager ein genussvolles Lob entlockten. «Einfach perfekt», schwärmte Magnasch Joos, F&B Manager des Seedamm Plaza in Pfäffikon. Auch die Gäste in Hochstimmung, auch die Sponsoren zeigten Freude: «Wir wollen unseren Kunden ein emotionales Erlebnis bieten», sagte Martin Schmidli, Sales Manager Premium Hotellerie von Coca-Cola HBC Schweiz. Nach Mitternacht war auf dem Berg Schluss. Zurück im Tal aber noch lange nicht.

Bilder Elsbeth Hobmeier

Richard Dillier, Präsident Top Events, und Ariane Ehrat, CEO Engadin St. Moritz.

Kurt Straub, GM Park Hyatt Zürich (v. l.) sowie Inna und Jörg Arnold, Präsident ZHV.

Fritz Erni, Direktor Hotel Montana Luzern, und Rozeta Pervorfi, Kundenberaterin Coca-Cola Schweiz.

Kurt Straub, General Manager des Park Hyatt Zürich, war Gast am exklusiven Anlass und genoss das Event. Und Kevin Kunz, General Manager des Hotels Mont Cervin Palace in Zermatt, reiste eigens für diesen Abend vom Wallis an.

Die Abschlussparty der «culinary stars & icons» versetzte nicht nur

Fakten Auf der Corviglia restlos ausverkauft

Das Finale des 17. Gourmet Festival in St. Moritz fand nicht wie in den letzten Jahren auf dem See, sondern auf der Corviglia statt. Die Teilnehmerzahl bei Reto Mathis war mit 220 Plätzen limitiert und restlos ausverkauft. Die Organisatoren sprechen von einem der «erfolgreichsten Festivals der Geschichte». Über 3000 Gäste nahmen insgesamt am Event teil. Das nächste Gourmet Festival 2011 findet vom 31. Januar bis 4. Februar statt. sls

www.stmoritz-gourmetfestival.ch

Freude am Gourmet Festival: Die Fleischfabrikanten Adelia und Pietro Peduzzi.

Daniel Siegenthaler (l.), Direktor Ramada Solothurn, und Lars Horal, Maître d'Hôtel, Kulm Arosa.

Flavio Calligaris, Market Manager Coca-Cola Schweiz; Zoran Bogdanovic, GM Coca-Cola HBC Schweiz.

Dominique Godat, Direktor Kulm Hotel St. Moritz und Kevin Kunz, GM Mont Cervin Palace Zermatt.

htr hotelrevue
Nr. 6 / 11. Februar 2010

Schlagfertig zum Sieg

Sie gilt nun als talentierteste Studentin der Europäischen Hotellerie: die Luzernerin Simone Hess. Wie hat sie das geschafft?

FRANZISKA EGLI

Simone Hess, Sie haben den Hyatt Student Prize 2009 gewonnen, den Nachwuchspreis für Hoteliers. Eine Ehre?
Aber sicher, zumal ich nicht vom Fach, sondern eine Quereinsteigerin bin.

Aus welcher Branche kamen Sie denn?
Ich habe in Genf internationale Beziehungen studiert und danach im Sales & Marketing der Firma Shell gearbeitet. Aber da meine Grosseltern über Jahrzehnte in Luzern das Hotel Montana geführt haben, hatte ich seit jeher eine Affinität zur Hotellerie. Letztes Jahr nun habe ich mich für das Master of hospitality administration an der Ecole hôtelière de Lausanne EHL eingeschrieben.

Und konnten sich sogleich für den Preis bewerben?
Ich dachte auch, ich müsste viel Gastroerfahrung mitbringen. Das war aber nicht der Fall. Und als Bewerbung galt es, drei Aufsätze zu schreiben. Danach wählte die EHL ihren Wunschkandidaten aus, und das war ich. Hyatt hat insgesamt zehn Kandidaten aus zehn europäischen Schulen nominiert.

> «Es ging darum, möglichst spontan Worte zu finden, locker zu bleiben und sich gut zu präsentieren.»

Mit dem Preis wolle man «aussergewöhnliche Studienleistungen im Bereich Hotelmanagement würdigen». Wie wurde das bewertet?
Anders als erwartet. Wir konnten uns nicht vorbereiten, und die Jury – bestehend aus Kulturschaffenden, Managern und Publizisten – war eine richtig gute Mischung an Persönlichkeiten. Wir traten jeweils zu fünft vor sie und wurden mit Fragen aller Art konfrontiert, gastronomischen, wirtschaftlichen, kulturellen, persönlichen. Es ging also weniger um intellektuelles Wissen, sondern darum, schnell und spontan Worte zu finden, sich jederzeit gut zu präsentieren sowie locker und freundlich zu bleiben, statt in Panik zu geraten, wenn einem nicht sofort etwas in den Sinn kam.

zvg

Ist Absolventin der Ecole hôtelière de Lausanne und gilt nun als Nachwuchs-Talent der europäischen Hotellerie: Simone Hess (28).

Klingt gar nicht einfach.
Das entspricht nicht allen, das stimmt. Mir fiel es insofern leicht, weil wir im Studium viel diskutieren und ich solche Situationen nicht ungern habe. Mir kam es eher wie eine spannende Diskussionsrunde vor, wie wir da sassen in dieser schicken Hotelsuite in Paris. Ich habe mich jedenfalls wohlgefühlt.

> «Ich hoffe, dass ich in das Hyatt-Management und die Unternehmensstruktur blicken kann.»

Sie mussten auch Ihre Passion für den Beruf unter Beweis stellen. Wie gingen Sie da vor?
Eine Frage lautete zum Beispiel: Welches ist Ihr Lieblingsrestaurant? Das ist an sich keine schwierige Frage. Aber es ging darum, dass sie Begeisterung und Engagement spüren konnten. Ich denke, das ist der Punkt: Auch bei Shell ging es darum, Kunden glücklich zu machen, und das fühlt sich bei einer Hotelkette nicht anders an.

Und was haben Sie auf die Frage geantwortet, warum ausgerechnet Sie gewinnen sollten?
Weil ich eine perfekte Mischung aus Leidenschaft für die Branche und solider Ausbildung mitbringe. Punkt. Die anderen gaben jeweils eher lange Antworten, meine waren tendenziell kurz, und ich denke, das war mit entscheidend. Zudem hatte ich einfach einen sehr guten Tag, mir ging es wirklich gut. Später haben mir viele gesagt, meine Energie und meine Leidenschaft seien spürbar gewesen.

Sind Sie nun die Heldin an der Schule in Lausanne?
Die EHL ist sehr stolz, und auch meine Kollegen freuen sich sehr für mich, das ist ein schönes Gefühl. Zudem waren wir trotz Wettbewerb eine tolle Gruppe.

Nun erhalten Sie exklusive Einblicke in die Unternehmensstruktur der internationalen Luxushotelkette. Was versprechen Sie sich davon?
Dass ich im Headquarter in Chicago, wo ich das Top-Management der Gruppe kennenlernen darf, meine Wünsche darlegen und im Gegenzug erfahren kann, was sie sich von mir versprechen.

Ist denn im Preis ein Job inbegriffen?
Nein, aber die letztjährige Gewinnerin arbeitet heute für Hyatt. Und da ich drei Wochen dort bin, erhoffe ich mir schon, dass ich wirklich in den Betrieb und die Unternehmensstruktur blicken kann.

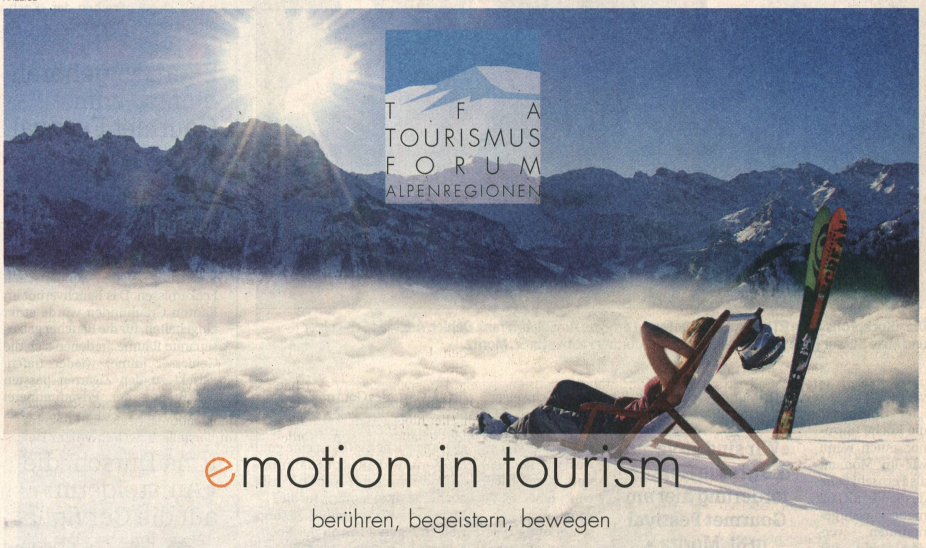
Sind Sie dank dem Preis Ihrem Ziel ein Stück näher?
Bestimmt. Jeder an der Schule träumt davon, so nahe an solch einen Arbeitgeber zu kommen. Auch ich hätte mir das nie träumen lassen. Und sollte am Ende nichts Konkretes rausschauen, ist das in Ordnung. Ich habe allein an diesem Tag so viel gelernt, dadurch habe ich enorm an Selbstvertrauen gewonnen.

Hyatt 415 Hotels und Resorts in 45 Ländern

Die **Hyatt Hotels Corporation** ist eine der weltweit führenden Hotelgruppen: Sie betreibt 415 Hotels und Resorts in 45 Ländern. Zum zweiten Mal vergab sie den Hyatt Student Prize für den talentiertesten Studenten der europäischen Hotellerie. Damit will die Luxuskette Leistungen im Hotelmanagement würdigen und die Begeisterung für den Beruf weitergeben. fee

www.thehyattstudentprize.com

ANZEIGE



emotion in tourism

berühren, begeistern, bewegen

20. TourismusForum Alpenregionen
12. – 14. April 2010 im Kursaal in Engelberg (CH)

Emotionen gestalten und sich damit positionieren, die Trends der nächsten Jahre nutzen, das e-Marketing erfolgreich einsetzen – spannende Themen, die gewinnen und die Branche bewegen. Das «get together» für Führungskräfte im Tourismus sorgt für zündende Ideen an 3 Tagen und beste Unterhaltung.

Highlights aus dem Programm:

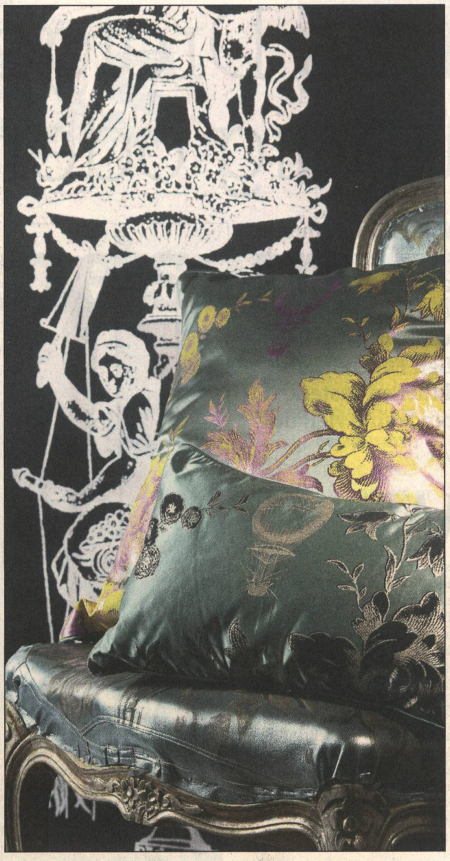
- Swarovski Kristallwelten – einer der grössten Tourismusmagneten Österreichs
- Europa-Park Rust – die Wirkung emotionaler Welten
- Online-Marketing im Test mit Experten
- Klaus Kobjoll, mehrfach ausgezeichneter Unternehmer und Hotelier: Wa(h)re Herzlichkeit – Führen mit Herz, Verstand und Leidenschaft
- Quo vadis Alpentourismus? Moden und echte Trends mit Felizitas Romeiß-Stracke
- Andermatt Swiss Alps, das Mega-Resort des Ägypters Samih Sawiris und weitere internationale Beispiele
- Stephan Klapproth, 10 vor 10 Moderator, führt durch das TFA
- Städtereise im Wert von 1148.– CHF zu gewinnen, am spritzig-witzigen Jubiläumsevent mit «20 Jahre TFA» und Beat Schlatter

Sonderkonditionen für Mitglieder von hotelleriesuisse mit folgendem Code: 88673T8
Weitere Informationen und Anmeldung unter www.tourismusforum.ch

grischconsulta AG Sägenstrasse 8 CH-7000 Chur Tel. +41 (0)81 354 98 00 www.tourismusforum.ch

Bilder zvg

Die glänzenden Farben lassen sich auf fast alle Materialien applizieren.



Für ein Viersternehotel hat Gelbard auch Kissen und Möbel entworfen.

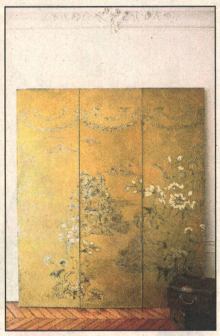
Massgeschneiderte Wände und Kissen

Die französische Textildesignerin Anne Gelbard entwirft die Stoffe für die teuersten Roben der Welt. Mit ihren Kreationen kleidet sie nun auch Räume ein.

KATJA HASSENKAMP

Mit sicherem Pinselschwung verteilt Anne Gelbard dickflüssiges Gold in Arabesken und erklärt dabei konzentriert: «Das muss auf Anhieb sitzen. Ausbessern geht nicht». Sie arbeitet an einem grossen Gemeinschaftstisch in einem weitläufigen Atelier des Pariser Bastille-Viertels. Gelbard gilt als eine der begabtesten Textildesignerinnen Frankreichs.

Sie ist offen, warmherzig und kein bisschen überkandidelt. Dabei entwirft sie Stoffe für die teuersten Roben der Welt und arbeitet für berühmte Häuser wie Dior, Lacroix und Balenciaga.



Die Stoffdesignerin liebt Muster aus Asien und der Rennaissance.

Seit knapp drei Jahren hat Anne Gelbard begonnen, ihre Kunst auch auf andere Materialien, wie Leder, Federn und Tapeten zu applizieren und hat sich damit ein zweites, wirtschaftliches Standbein aufgebaut. Zugleich ist diese «Home Couture» aber auch ein Ventil für ihre sprudelnde Kreativität. «Wenn ich Stoffe für die Haute Couture entwerfe, schlüpfe ich in eine Rolle, bin Schauspielerin, und der Modedesigner ist der Regisseur. Wenn ich Entwürfe für Tapeten und Wandpaneele mache, bin ich mein eigener Herr, kann meinen Ideen freien Lauf lassen.»

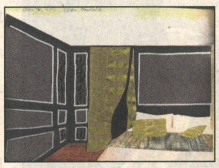
Die Kreationen schimmern als seien sie lebendig

Das Ergebnis sind gelbe Drachengestalten auf olivgrünen Kissen, silbern und perlmuttern glänzende Bouquets auf goldgelben Wandschirmen, himbeerfarbene Schmetterlinge auf braun-roten Tischläufern und schwarze Grotesken auf rosafarbenen Tapetenbahnen. Stets wendet die Designerin eine streng geheim gehaltene Technik an, die sie vor 15 Jahren für ihre Stoffkonzeptionen entwickelt hat und mit der sie heute Kupfer-, Silber-, und Blattgold auf nahezu alle Materialien übertragen kann. Denn ihre Kreationen sollen glänzen und schimmern, wodurch sie lebendig wirken – je nachdem wie der Blick darauf fällt. Den entscheidenden Input bekam die heute 42-Jährige auf der Pariser Kunstgewerbeschule (ENSAD): «Dort konnte man die Materie mit Händen greifen, es gab Strick- und Webmaschinen. Mir wurde klar, dass ich mein Leben mit Stoffen verbringen wollte», erinnert sie sich. Sie etablierte sich als Freelance-Designerin, und bald folgten erste Aufträge. Ihre Inspirationen holt sie sich aus Büchern, aber auch auf den Flohmärkten und in den Kunstausstellungen: «Ich liebe Asien und die Renaissance und übertrage die alten Motive in die heutige Zeit, um meine eigenen Geschichten zu erzählen.»

Die Technik für ihre Stoffe hält Anne Gelbard streng geheim.

Die Stoffdesignerin gestaltet ein Viersternehotel mit

Eine Geschichte rankt sich auch um die Renovierung des ehemaligen Hotels Ferrandi, die sie gemeinsam mit dem Architekten Vincent Bastie seit Mitte letzten Jahres in Angriff genommen hat. Die Wiedereröffnung ist für nächsten Herbst geplant. Die Besitzerin Corinne Moncelli will dem zwischen Montparnasse und Saint-Germain gelegenen Haus ein komplett neues Ambiente einhauchen und es zum 4-Sterne-Etablissement umgestalten. Anne Gelbard liefert dazu die Stoffe und die Tapeten, sie hat auch Kacheln gemalt, Kissen und Lampenschirme konzipiert und einige Möbel entworfen.



«Ein Puppenhaus in Lebensgrösse», so Gelbard über ihre Arbeit.

Sicherheitsnormen müssen eingehalten werden

Das gesamte Outfit wird von den beiden Frauen gemeinsam bestimmt, wobei die Designerin ganz neue Dimensionen entdeckt hat: «Die Haute Couture ist vergänglich. Hier hingegen muss ich Bleibendes schaffen, das den Anforderungen eines Hotels gerecht wird.» Wichtig seien auch die Sicherheitsnormen. So avancierten zum Beispiel B1 (schwer entflammbar), oder A1 (nicht brennbar) seither zur echten Herausforderung.

Will mit ihren Stoffen Bleibendes schaffen: Anne Gelbard.

Innigster Wunsch von Anne Gelbard ist es, dass ihre junge Firma «Suites Parisiennes», die sie gemeinsam mit ihrem Bruder Nicolas Ende 2007 für die Home Couture gegründet hat, möglichst bald mit neuen Hotelprojekten betraut wird. Vor allem aber macht ihr die Raumausstattung Spass: «Ich spiele mit dem Puppenhaus, aber in Lebensgrösse, und das ist besonders aufregend», sagt die Textildesignerin.

Genuss

Neue Wohlfühlzone am Lago Maggiore

Bruno Schlatter/zvg

Der Spa-Bereich des **Eden Roc** in Ascona wird seit Oktober 2009 umgebaut – sechs Monate dauert die Neugestaltung durch den Interior Designer Carlo Rampazzi. Dieser liess sich von der Tessiner Blütenvielfalt inspirieren und richtete die sieben Behandlungsräume danach ein. Der Erholungsraum misst 2000 Quadratmeter. Neben unter anderem Sauna, Dampfbad oder Sanarium ist ein Bereich den Frauen vorbehalten. Eröffnet wird die neue Anlage im April.

Schweizer Team wird Vize-Glace-Weltmeister

zvg

Das Schweizer Team hat an der Glace-Weltmeisterschaft in Rimini teilgenommen – und dort den zweiten Platz gemacht. Alle zwei Jahre messen sich zehn Mannschaften in einem Viererteam, indem sie verschiedene Glace- und Schokoladenkreationen sowie eine Eisskulptur herstellen. Die **Schweizer Delegation** bestand aus dem Zimmerwaldner Patissier Rolf Mürner (Swiss Pastry Design), Giuseppe Piffaretti (Teamchef und Inhaber der Panetteria-Pasticceria von Mendrisio), Tiziano Bonazina, sowie Toni Steininger (Art on food). saz

Käser planen höhlengereiften Unesco-Käse

Die Käserfamilie Renggli aus Schüpfheim (LU) und die Käsereigenossenschaft Oberberg Schüpfheim wollen einen höhlengereiften Käse aus der Unesco-Biosphäre Entlebuch auf den Markt bringen. Der Stollen soll gebaut werden, sobald das geologische Gutachten erstellt und die Finanzierung gesichert ist sowie die notwendigen Bewilligungen vorliegen. os

Korrigendum

Kevin Coleman und Robert Trocmé

Im Artikel «Klassentreffen der internationalen Art» in der htr Nr. 5 vom 4. Februar 2010 schlichen sich Fehler ein: Robert Trocmé ist nicht Direktor der Ecole hôtelière de Lausanne, sondern Director of Development bei der EHL, und Kevin Coleman ist nicht Vice President der Jumeirah Group, sondern Vice President of Market Strategy. fee

impressum

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

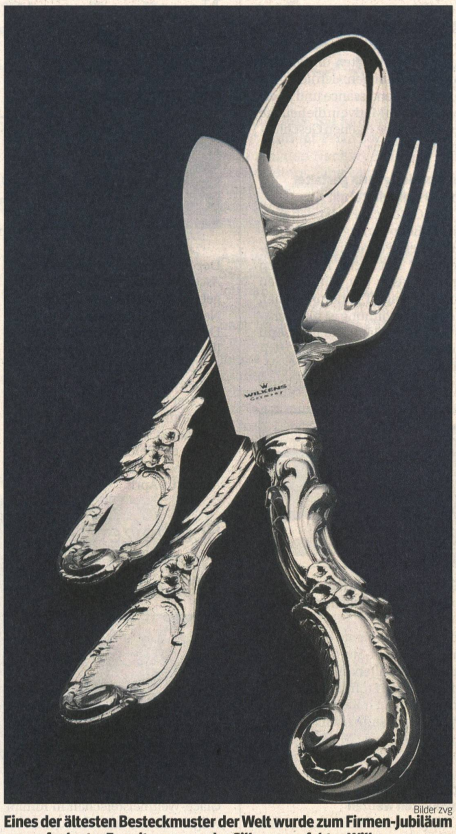
Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth 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 Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv; Samira Zingaro/saz.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD).
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontär: Olivier Schmid
Online Redaktion: Melanie Roth/rom

Verlag
Leitung: Barbara König;
Assistentin: Monika Hausammann.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.
Geschäftsanzeigen: 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. 152.–.
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



Bilder zvg

Eines der ältesten Besteckmuster der Welt wurde zum Firmen-Jubiläum neu aufgelegt: «Eremitage» von der Silbermanufaktur Wilkens.

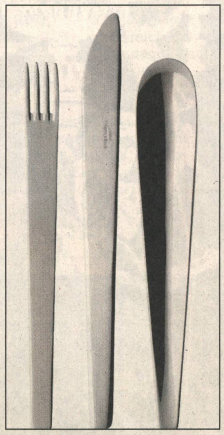
Das Dreigestirn, üppig oder schlicht

Während die einen auf opulente, barocke Tafelkunst setzen, bevorzugen andere avantgardistische High-End-Teile: Die aktuellen Besteck-trends sind vielfältig.

FRANZISKA EGLI

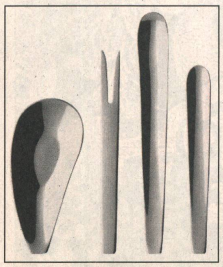
Wüsste man es nicht besser, man würde im ersten Moment spontan auf prähistorische Modelle tippen. Oder chirurgische. Aber nix da, es ist das neue Gourmet-Besteck für die Hotellerie und Gastronomie aus dem Hause Villeroy & Boch, das so minimalistisch ist und so ohne Schnörkel daherkommt, dass es bereits wieder avantgardistische Züge aufweist.

Kreiert wurde diese innovative und gewagte Edelstahl-Serie «Gourmet Stars», welche bereits im Restaurant Seven in Ascona zum Zug kommt, von der Gold- und Silberschmiedin Katja Bremkamp. Die Serie, schwärmt Félix Grieder von der Hotel & Restaurant Division bei Villeroy & Boch Schweiz, «erfordert und ermöglicht eine ganz andere Handhabung».



Die eigenwillige Serie «Gourmet Stars» von Villeroy & Boch…

Insgesamt gibt es elf verschiedene Besteckteile, die in vier thematischen Tools zusammengefasst sind: Nebst dem klassischen Dreigestirn (Messer, Gabel, Löffel) – das mit seinem puristischen Design aus dem Rahmen fällt – gibt es Gourmet-Tools mit einzinkiger Gabel oder einem Schieber mit Messerfunktion sowie Coffee-Tools und Fingerfood-Tools mit Spezialformen für den kleinen Genuss. «Die Teile sehen vielleicht verrückt aus, sind aber funktionell», betont Grieder.



…passt in den Slow-Food-Bereich und in die Molekular-Küche.

Sogar ein Design von 1850 gibt wieder den Ton an

Ins komplette Gegenteil zielt nicht nur die Luzerner Firma Berndorf, welche vor allem einen Trend hin zu langen, eher klassischen Besteckteilen ausmacht. Die Bremer Silbermanufaktur Wilkens lässt gar anlässlich ihres 200. Geburtstages eines der ältesten Besteckmuster der Welt neu aufleben: «Eremitage» heisst die historische Serie, die an barocker Opulenz kaum zu überbieten ist.

Nachdem die Geschäftsführer André Gercken und Frank Kinze die Originalwerkzeuge von 1850 in der Schatzkammer des Unternehmens entdeckt hatten, hielt sie nichts mehr von einer Neuproduktion ab. Denn die Teile aus 925 Sterling Silber würden «trotz gewichtiger Erscheinung sehr angenehm und weich in der Hand liegen», findet Gercken.

Besteck? Die allermeisten Menschen essen von Hand

Doch allen gegensätzlichen Trends zum Trotz: Das Essen mit Messer und Gabel ist rückläufig. Immer mehr Menschen in den westlichen Ländern bevorzugen schnelles Essen oder Fingerfood und verzichten auf einen gedeckten Tisch. Und so bleiben die Verwender des Essbestecks das, was sie seit jeher auch waren: in der Minderheit.

Schätzungen zufolge benutzen «nur» etwa 900 Millionen Menschen Messer, Gabel und Löffel. Rund 1,2 Milliarden Menschen benutzen Essstäbchen, und die überwiegende Mehrheit – zirka 4,2 Milliarden – isst mit den Fingern.

ANZEIGE

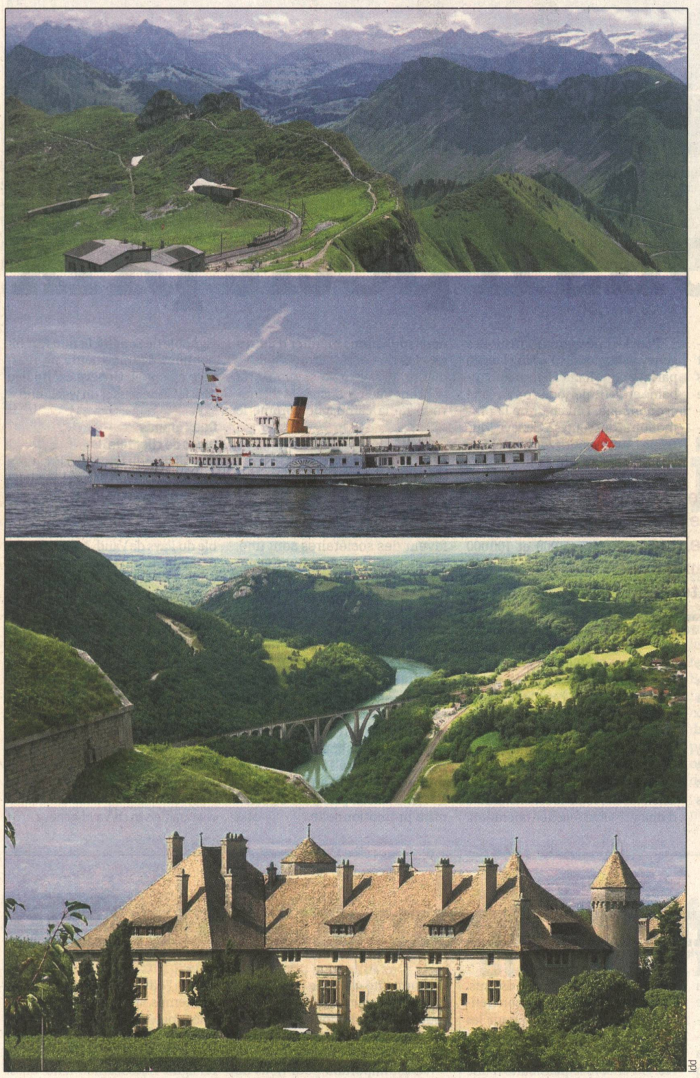
cahier français

htr hotelrevue No 6 / 11 février 2010

Raiffeisen
La troisième banque du pays lance l'opération «Vaud et Genève à moitié prix».
Page 20

Shopping
Les boutiques de luxe sont de plus en plus présentes dans les hôtels.
Page 23

Un tourisme sans frontières



Entre la Suisse et la France, les destinations touristiques sont souvent en osmose. De haut en bas: les Rochers de Naye, en terre vaudoise, une croisière du bateau «Vevey» sur le lac Léman, une vue depuis le Fort L'Ecluse, dans le département de l'Ain, près de la frontière genevoise, et le Château de Ripaille, à Thonon-les-Bains.

Dans les zones limitrophes, les organisations touristiques suisses coopèrent souvent avec leurs voisins étrangers et renforcent ainsi leur propre destination.

ROBERT WILDI

Tandis que les frontières politiques sont bien définies, il en va différemment en matière de tourisme. En effet, les vacanciers choisissent souvent une région touristique qui s'étend sur deux, voire trois Etats voisins.

La région du lac de Constance, par exemple. Les organisations touristiques des quatre pays limitrophes – Allemagne, Autriche, Liechtenstein et Suisse – sont rattachées à un organisme transfrontalier, l'«Internationale Bodensee-Tourismus GmbH (IBT)», dont le siège est à Constance. La Suisse y est représentée par trois promotions touristiques: Thurgovie, Schaffhouse et Saint-Gall-Lac de Constance (SBT). Selon Astrid Nakhostin, porte-parole de SBT, après quatre ans d'expérience IBT, cette collaboration a surtout des avantages: «Avec nos partenaires, nous nous profilons sur les foires, un moyen de gagner des entreprises étrangères à notre cause et de les inciter à réserver dans la région. Et nous organisons des voyages de presse et construisons un réseau international.»

Efforts marketing et synergies à Bâle

Même approche à Bâle où Daniel Egloff, directeur de Bâle Tourisme, confirme l'intense collaboration qu'il poursuit avec ses voisins allemands et français dans le cadre du programme Interreg, initié par l'Union européenne. Les activités communes sont placées sous l'égide de «TriRhena», un projet touristique destiné à mieux «vendre» la région trinationale.

En tant que chef de projet Suisse, Daniel Egloff travaille étroitement et avec succès avec les directeurs du tourisme du Pays de Bade et de l'Alsace: «Grâce aux synergies et aux nombreux efforts marketing, la région est perçue comme un tout et se profile beaucoup mieux ainsi.» Bâle en profite d'ailleurs avec des nuitées supplémentaires. Interreg déploie aussi ses effets entre l'Italie et la Suisse (Tessin, Valais et Grisons). Dans le cadre d'Interegg «3-Länder Rad- und Bike-Arena», Engadine/Scuol Tourisme a travaillé avec le Tyrol du Sud, le Tyrol et Montafon. «Les touristes se déplacent indifféremment d'un côté comme de l'autre», relève le directeur, Urs Wohler. D'où le fort potentiel.

En Valais, Zermatt est un domaine skiable italo-suisse, Les Portes du Soleil sont à cheval entre la Suisse et la France. «Ensemble, ces destinations peuvent développer le potentiel de leur marché», souligne le directeur de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern. De son côté, Genève Tourisme, grâce à Léman sans frontière (voir ci-dessous), promeut des destinations françaises, qui l'épaulent à leur tour.

Les décisions sont parfois un peu longues à se dessiner

Que dire des difficultés lors de ces coopérations transfrontalières? «Les décisions sont parfois un peu longues à venir en raison des différences de structures à l'étranger», lâche Astrid Nakhostin». «L'efficacité en souffre parfois», ajoute Urs Zenhäusern. Et Urs Wohler de conclure: «A l'étranger, il n'existe pour ainsi dire pas de séances sans repas commun et sans trinquer.»

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 7
Voir aussi le dossier fokus

A chaud

Pierre-André Briguet

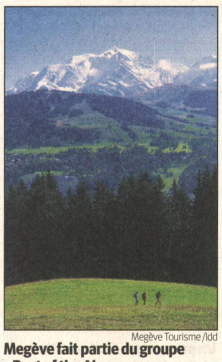
Secrétaire général de Léman sans frontière. Cette association, créée en 1995, regroupe 40 sites touristiques en Valais, dans les cantons de Vaud, de Genève et de Fribourg, ainsi que dans les départements français de l'Ain et de la Haute-Savoie.

1. A quels obstacles doit faire face une organisation comme la vôtre?
Je ne parlerais pas d'obstacles, mais de contraintes. Ces dernières concernent en priorité la gestion de la TVA entre la Suisse et la France, deux pays aux structures fiscales très différentes. Mais la volonté de départ des cantons et des Etats de collaborer en matière d'offres touristiques a permis de surmonter sans encombre ce type de contraintes.

2. Et où réside la force de Léman sans frontière?
Notre promotion est assurée par des sites partenaires indépendants, souvent des sociétés semi-privées. Cette organisation facilite la circulation des documents et des outils d'information, au-delà des structures administratives propres à chaque entité.

3. Les cantons doivent-ils vous voir comme des concurrents?
En aucune façon. Nous sommes plutôt des structures complémentaires, même si, il est vrai, Léman sans frontière contourne en quelque sorte la promotion touristique mise en œuvre par les cantons. Ces derniers sont limités à leur aire géographique, alors que notre association dispose d'une force de pénétration plus importante.

4. Quels sont vos principaux outils de promotion?
Nous misons sur notre site web, qui publie la liste de toutes les manifestations organisées par nos partenaires. Il permet aussi d'accéder à une quarantaine d'offres forfaitaires. Nous disposons aussi d'un guide en trois langues, français, allemand et anglais, distribué par plus de 850 hébergeurs. eda



Megève Tourisme /ldd
Megève fait partie du groupe «Best of the Alps».

Union sacrée au cœur des Alpes

Le groupe autoproclamé «Best of the Alps» s'est mué en association pour mieux profiler sa marque parapluie et la faire connaître à ses clients.

GUDRUN SCHLENCZEK

Douze stations alpines parmi les plus renommées de Suisse, d'Autriche, d'Italie et de France font partie, depuis plus de 20 ans, du groupe «Best of the Alps»: Chamonix, Cortina d'Ampezzo, Davos, Garmisch-Partenkirchen, Grindelwald, Kitzbühel, Lech Zürs am Arlberg, Megève, Seefeld, St. Anton am Arlberg, St. Moritz et Zermatt.

Leur poids économique n'est pas négligeable: à elles seules, ces douze stations génèrent tous les ans 20 millions de nuitées (maisons de vacances comprises) et réalisent 40% du chiffre d'affaires de l'Arc alpin. Depuis peu, le groupe s'est transformé en association, créée selon les termes du droit suisse. Son premier directeur, Sammy Salm, entend donner une nouvelle impulsion à «Best of the Alps» dès mars prochain.

Pour cela, il vise le marché d'Europe de l'Est: «Si les Européens de l'Est viennent dans les Alpes, alors qu'ils viennent chez nous», clame-t-il. Mais il veut aussi donner une alternative aux traditionnels circuits de la clientèle asiatique.

Cet été, pour la première fois, il organisera un circuit de douze jours avec un voyagiste japonais, comprenant une nuitée dans dix stations «Best of the Alps». Le forfait coûtera 20 000 francs. A l'inverse, il ne veut pas perdre non plus les touristes des régions de proximité. «Si un client se plaît dans un endroit, peut-être testera-t-il une station partenaire lors de ses prochaines vacances et restera-t-il ainsi dans les Alpes», explique-t-il.

La marque «Best of the Alps» manque cependant encore de visibilité. Pour doper le marketing, on cherche activement une entreprise ayant son siège dans l'Arc alpin pour un transfert de marque. Par exemple Fiat, avec ses voitures tout-terrain. «Nous pourrions ainsi profiter des pubs TV», souligne Sammy Salm.

Avec 23 000 francs par partenaire, le futur directeur dispose d'un modeste budget de 276 000 francs par année. D'où l'importance de générer des contrats de licence pour doubler ce montant. «Avec cet argent, nous ferons de la publicité dans les stations membres pour renforcer leur image et pour que les clients sachent vraiment où ils séjournent: dans une station griffée «Best of the Alps».

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 9

En bref

Suisse

Test conjoncturel: amélioration, sauf dans l'hôtellerie

Les signaux positifs se multiplient dans les entreprises suisses. C'est ce que révèle la dernière enquête du KOF, à Zurich. Le climat varie toutefois considérablement d'un secteur à l'autre. Dans l'industrie, la phase de ralentissement de la production amorcée il y a un an a pris fin et les attentes sont aussi positives qu'il y a trois ans. Seule l'hôtellerie présente encore une activité en régression. C'est pourquoi elle envisage les mois à venir avec une confiance limitée. La branche continue de souffrir de la faiblesse de la conjoncture internationale, indiquant les experts zurichois. mh

Reka: à nouveau des vacances à 100 francs

ldd

La Caisse suisse de voyage Reka proposera à nouveau cette année des vacances, au prix de 100 francs la semaine, aux familles défavorisées. Les bénéficiaires sont les familles biparentales dont le salaire net n'excède pas 57 000 francs et les familles monoparentales dont le salaire ne dépasse pas 47 000 francs. Chaque participant reçoit, en outre, 50 francs pour les frais de voyage. En 2009, 1250 familles ont profité de cette offre qui s'étend notamment aux 1400 **appartements de vacances** Reka. mh

Arc jurassien

SnowUp: la fréquentation a doublé

La deuxième édition du SnowUp, qui s'est déroulée samedi dernier entre Saignelégier (JU) et Tramelan (BE), a attiré quelque 5000 à 6000 amateurs de mobilité douce contre 3000 en 2009. Promeneurs, skieurs de fond, randonneurs équipés de raquettes à neige avaient quatre parcours balisés à leur disposition. Organisée par le TCS et Jura Tourisme, cette manifestation est conçue sur le principe du SlowUp estival. mh

Vaud

Trois salons des métiers en un

Un nouveau salon des métiers verra le jour cet automne dans le canton de Vaud. Il se présentera sous l'appellation: Salon des métiers et de la formation Lausanne. Il résultera de la fusion du salon Planète Métiers, qui se tenait à Lausanne, du Forum des métiers et de la formation du Nord vaudois, qui avait lieu à Yverdon-les-Bains, et du Carrefour des métiers de l'Ouest vaudois, qui avait Nyon pour siège. Il sera organisé par Beaulieu Exploitation SA au Centre de Beaulieu. Il durera six jours, soit du 5 au 10 octobre. Ce regroupement est salué par les membres de la Fondation vaudoise pour la formation des métiers de bouche, parmi lesquels figurent l'Association romande des hôteliers et GastroVaud. mh

Swiss-Image

La ville de Genève, avec son célèbre jet d'eau, sera l'une des destinations concernées par l'opération de Raiffeisen.

Des cantons à petit prix

Le groupe Raiffeisen lance l'action «Vaud et Genève à moitié prix», une offre réservée à ses sociétaires. Les deux cantons sont aux anges.

EUGENIO D'ALESSIO

Les sociétaires de Raiffeisen, ils sont 1,6 million dont près de 300 000 Romands, pourront (re)découvrir, dès ce printemps, les attractions touristiques de Vaud et Genève à des prix très avantageux: cette clientèle, constituée en majorité de familles et de seniors aisés, bénéficiera pendant une année, du 1er mai 2010 au 30 avril 2011, de réductions de 50% sur les premières nuitées hôtelières, sur les billets de transports publics et sur une riche palette d'excursions.

Cette opération, que la troisième banque du pays décrit comme un cadeau aux sociétaires et un coup de pouce à une industrie touristique affaiblie par la crise, revêt des dimensions impressionnantes, même si elle n'est pas nouvelle (voir encadré).

Plus de cent hôtels de la partie

Plus de cent hôtels, du chalet de montagne au cinq-étoiles, vont y participer. Les CFF et la Compagnie générale de navigation sur le Léman, avec des trajets et des cartes journalières facturés à moitié prix, seront eux aussi de la partie. Véritable sésame touristique, le «Pass régional Vaud-Genève» permettra, quant à lui, d'obtenir des tarifs préférentiels sur différentes excursions en trains régionaux, en autobus ou sur les chemins de fer de montagne.

> «Notre région compte générer quelque cinquante mille nuitées.»
>
> **Andreas Frizzoni**
> Dir. des ventes à Genève Tourisme

Pour les opérateurs touristiques genevois et vaudois, l'action lancée par la banque Raiffeisen est une aubaine en cette période de morosité économique. Directeur de la promotion et des ventes à Genève Tourisme, Andreas Frizzoni ne cache pas sa satisfaction: «Vaud et Genève espèrent générer, sur l'année de l'offre promotionnelle, entre 80 000 et 100 000 nuitées week-end. A Genève, nous misons sur quelque 50 000 nuitées pour un chiffre d'affaires supérieur à 7 millions.» Et de préciser: «Trente quatre hôtels genevois prendront part à cette opération. Jamais une action de tourisme de loisirs de cette envergure n'avait été organisée en terre romande.»

Au-delà de l'impact financier, Andreas Frizzoni compte également sur des retombées en matière d'image: «Avec cette opération, nous souhaitons montrer d'autres aspects de Genève. Nous voulons mettre en valeur le shopping, la gastronomie ou encore la découverte de la campagne comme le vignoble de Satigny. Et nous ambitionnons de transmettre un message essentiel: Genève est un lieu où il fait bon passer un week-end.»

Une tradition qui remonte à l'an 2000

Les offres touristiques en faveur des sociétaires sont une vieille tradition chez Raiffeisen. La première en date remonte au printemps 2000, avec des rabais sur des excursions à la Jungfraujoch. Depuis, les actions de ce type sont monnaie courante. De mars 2006 à mars 2007, «Tout le Tessin à moitié prix» avait généré 120 000 nuitées. Et de mai à novembre 2008, la dernière opération en date, «Les Grisons à moitié prix», avait créé 106 000 nuitées. Plus de deux cents hôtels avaient pris part à cette offre promotionnelle. eda

Deux grands types de clientèle

A l'Office du tourisme du canton de Vaud, François Michel, le directeur adjoint, se montre lui aussi optimiste: «Nous escomptons une hausse des nuitées dans l'ensemble du Pays de Vaud. Mais il faudra patienter jusqu'à la fin de l'année pour avoir une bonne vue d'ensemble de l'évolution des nuitées hôtelières.»

D'ici là, François Michel estime que l'opération de la banque Raiffeisen attirera deux grands types de clientèle: «En semaine, l'offre devrait surtout séduire les retraités férus d'excursions, alors que pendant le week-end, elle devrait aimanter des hôtes plus jeunes amateurs de séjours à Lausanne et Montreux, par exemple.»

www.raiffeisen.ch/vaud-geneve

Le souci de l'environnement durable

Les associations de l'hôtellerie et du tourisme ont intensifié leur engagement en faveur de l'environnement durable. Les premières mesures d'application prennent corps.

THERES LAGLER

Un an après la signature de la charte de durabilité du tourisme suisse, les premières mesures d'application se concrétisent. La Fédération suisse du tourisme (FST) a élaboré, avec un petit groupe, cinq projets qui seront empoignés à l'échelle nationale. «Nous entendons avant tout combler les lacunes existantes», souligne Mila Trombitas, vice-directrice de la FST. Ainsi, à titre d'exemple, le projet Toolbox qui informe la branche sur le thème de la durabilité et qui résume les instruments existants. Ou un outil d'évaluation concrétisant l'idée de durabilité pour les fournisseurs touristiques et qui les renseigne sur le succès des mesures. Ou encore la possibilité d'une formation continue.

Mais ils s'agit avant tout de songer aux deux projets d'organisation d'offres durables et d'un éventuel marché des certificats d'émission de CO_2. Le 23 février, Frank Bumann, directeur de Zurich Tourisme (ZT), présentera la stratégie de durabilité élaborée par ZT, qui entend remplir, d'ici à fin 2010, toutes les conditions de la norme de gestion environnementale ISO 14001.

«C'est important pour nous de servir de modèle et d'accumuler des expériences, souligne Frank Bumann. C'est ainsi que nous pouvons convaincre. La charte de durabilité est une invitation à la compétition. Nous sommes au début d'un long processus.» De son côté, l'hôtellerie entend aussi relever le défi de l'efficience énergétique. Ce printemps, la nouvelle plate-forme «Hotelpower», qui propose des pistes aux hôteliers en matière d'économie d'énergie, sera mise en ligne. L'association tente aussi d'inciter ses membres à participer à du benchmarking énergétique et à des modèles de PME de l'Agence de l'énergie pour l'économie. Affaire à suivre.

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

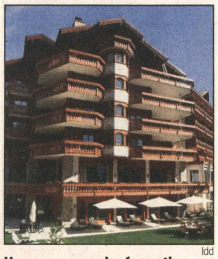
Le Royal change de mains

Etablissement cinq étoiles de Crans-Montana, l'Hôtel Royal est devenu la propriété d'un citoyen canadien.

MIROSLAW HALABA

Situé au cœur de la station de Crans-Montana, l'Hôtel Royal, un établissement cinq étoiles ouvert, dans sa forme actuelle, en 1994, a changé de propriétaire. Depuis le début de l'année, il est, en effet, entre les mains de la société de droit luxembourgeois, SB Real Estate Sàrl, société contrôlée par Ead Samawi, un citoyen canadien qui réside en Suisse depuis longue date. L'hôtel appartenait auparavant à «une famille italienne» dont le nom n'a pas été communiqué. Directeur depuis son ouverture, Corrado Fattore continuera d'en assurer la gestion, en collaboration avec son épouse Denise, qui est gouvernante générale, et de son fils Ryan, qui a la fonction de directeur adjoint. Corrado Fattore indique que le nouveau propriétaire entend investir quelque «quatre à cinq millions de francs» pour des travaux de rénovation et pour rendre l'hôtel «encore plus luxueux». Il est éventuellement aussi question de construire huit nouvelles chambres.

L'Hôtel Royal compte actuellement cinquante-quatre chambres et suites. Il est principalement voué à la clientèle de loisirs, mais 15% du chiffre d'affaires sont générés par des séminaires et des incentives. «Notre taux d'occupation atteint en moyenne 65% durant les périodes d'ouverture», précise encore Corrado Fattore.



ldd

Un programme de rénovation et d'aménagement est prévu.

Paolo Valentini/zvg

En 2009, la Bourse internationale du tourisme de Milan avait attiré près de 150 000 visiteurs.

A la conquête du marché italien

Suisse Tourisme va profiter de la 30e édition de la Bourse internationale du tourisme de Milan pour renforcer ses efforts promotionnels en Italie.

EUGENIO D'ALESSIO

Tiziano Pelli, directeur du marché italien pour Suisse Tourisme, veut faire la nique à la crise en étoffant l'offre touristique helvétique en Italie, qui est le cinquième plus important marché étranger pour notre pays, avec plus d'un million de nuitées en 2009, en recul de 3% par rapport à 2008.

Et c'est dans le cadre de la BIT de Milan, du 18 au 21 février, qu'il va lancer une nouvelle offensive marketing axée sur trois volets: la mise en valeur des villes suisses, la découverte des trains panoramiques et le développement du tourisme de loisirs en été.

Les Transalpins aiment les villes

«Les Italiens sont les plus grands amateurs européens d'escapades urbaines. Or, nos villes, avec leur beauté artistique et architecturale, peuvent être des alternatives à Paris, Berlin ou Prague. Notre vœu le plus cher serait donc que nos métropoles se tournent davantage vers le marché italien. C'est en tout cas dans ce sens-là que nous allons œuvrer à Milan», explique Tiziano Pelli. Qui poursuit: «Dans le même contexte, nous avons constaté que les Transalpins adorent les lignes ferroviaires touristiques telles le Bernina Express, aux Grisons. Il faut saisir cette opportunité pour commercialiser d'autres produits du même type, comme le Goldenpass, le chemin de fer de la Jungfrau ou celui du Rigi, encore peu connus dans la Botte.»

Quant au tourisme estival, Tiziano Pelli estime qu'il s'agit, là aussi, d'un secteur au très fort potentiel de développement en Italie: «Les Transalpins sont séduits par notre nature encore préservée et par la propreté de nos lacs, de nos fleuves et de nos rivières. J'y vois une occasion en or de promouvoir les séjours estivaux dans nos contrées, d'autant plus que le réchauffement climatique transforme de plus en plus les zones marines en saunas.»

Pour faire connaître ce programme en trois points, Suisse Tourisme distribuera à la BIT de Milan entre 10 000 et 15 000 dépliants et autres brochures. Elle organisera dans la foulée une conférence de presse qui accueillera une quarantaine de journalistes. «Notre stand devrait attirer quelque 10 000 personnes et nous envisageons de collecter près de 1500 adresses e-mail pour notre newsletter», prévoit Tiziano Pelli. Dans la capitale lombarde, Suisse Tourisme représentera sept régions, dont Zurich, l'Engadine et le Valais, l'unique représentant romand du lot. Thomas Allemann, responsable des ventes à Crans-Montana Tourisme, confirme l'importance du marché italien pour la station: «Les Transalpins représentent près de 10% de notre clientèle, un chiffre stable depuis des années.»

> «Les Transalpins sont séduits par notre nature encore préservée.»
>
> **Tiziano Pelli**
> Directeur Italie pour Suisse Tourisme

Une promotion qui passe par le canal des médias

Et de mettre l'accent sur la stratégie marketing: «Nous vendons Crans-Montana surtout via les médias italiens, dans les journaux et à la TV. Et la BIT est bien évidemment un de nos canaux de promotion privilégiés.»

Pour mémoire, la manifestation milanaise est un des quatre plus grands salons touristiques du monde. En 2009, elle a accueilli près de 150 000 visiteurs. La 30e édition verra la présence de 5000 exposants originaires de 140 pays.

www.bit.fieramilano.it

Lire également l'interview de Tiziano Pelli en page 5

Gastronomia 2010: la recherche des exposants est en cours

La manifestation comprend trois volets: un salon professionnel, un espace VIP et un espace forum.

MCH Foire Suisse (Bâle) SA, le nouvel organisateur de Gastronomia, gagnera-t-il son pari? Soit redonner confiance aux exposants et aux visiteurs afin de les inciter à se rendre à Lausanne entre le 7 et le 10 novembre.

Le directeur du salon, René Zürcher, est confiant. «Je ne propose jamais un salon à des entreprises si ce dernier ne repose sur des bases qui permettent de le réaliser», dit-il d'ailleurs. Les réactions recueillies depuis la présentation, fin septembre, du nouveau concept sont positives et les inscriptions des exposants commencent à rentrer. René Zürcher est d'avis que l'organisation de trois salons en 2010 en Suisse romande mettra les exposants et les visiteurs devant un choix délicat.

Les organisateurs de Gastronomia croient toutefois à l'attrait du concept qu'ils ont retenu pour leur manifestation. Un concept original qui propose une offre globale comprenant un salon professionnel d'une centaine d'exposants, un espace VIP – on parle de «village VIP» – pour les rencontres et la restauration, ainsi qu'un espace forum pour les animations. Ainsi, on sait déjà que l'Association romande des hôteliers – qui a déclaré son soutien à Gastronomia – y organisera son traditionnel forum.

Les trois autres jours du salon pourraient être, respectivement, consacrés à la formation, à l'énergie et à la restauration. Il est, par ailleurs, prévu que les exposants invitent leurs clients clés, ce qui devrait assurer la participation des «décideurs».

L'exposant paiera un forfait dans lequel seront inclus, outre une surface d'exposition, les diverses prestations liées au marketing, aux animations, à la restauration et à l'usage du portail internet. Le salon, qui table sur douze mille visiteurs, ouvrira chaque jour ses portes à 11 h et les fermera à 20 h. mh

ldd

Une maquette du forum et du «village VIP».

Le Valais teste sa cote sur l'internet interactif

Pour avoir un aperçu complet de la réputation de son tourisme, Valais Tourisme lance un outil novateur sur le Web 2.0.

GENEVIÈVE ZUBER

De plus en plus, c'est sur le Web 2.0 que se font et se défont les cotes des hôtels et autres prestataires de tourisme. Mais comment se retrouver dans la jungle des évaluations et commentaires qui se déversent sur les TripAdvisor, Booking.com et autres portails, blogs et communautés du genre?

Valais Tourisme innove en mettant sur pied un métamoteur de recherche offrant une synthèse de tout ce qui s'écrit sur le Web 2.0, une première au niveau d'une destination.

Directeur adjoint de Valais Tourisme, Vincent Bornet explique que la technologie utilisée est celle de la société allemande TrustYou-Analytics: «Notre synthèse, actualisée en permanence, se base sur des millions de commentaires en provenance de 56 sources différentes.» Pour l'heure, cet outil prend surtout en compte l'hôtellerie. Valais Tourisme négocie avec TrustYou un tarif d'abonnement incitatif pour les hôtels.

Concrètement, sur la page qui lui est consacrée, chaque établissement trouve un résumé des commentaires le concernant, une note moyenne et des graphiques indiquant l'évolution de ses forces et de ses faiblesses. La rubrique «tops and flops» détaille les bons et les mauvais points par secteur: réception, cuisine ou atmosphère. Citons également les benchmarks possibles avec un ou d'autres hôtels de la station, d'autres stations valaisannes ou encore avec l'ensemble de la destination.

> «Notre synthèse se base sur des millions de commentaires de 56 sources.»
>
> **Vincent Bornet**
> Directeur adjoint de Valais Tourisme

Selon un premier résultat provisoire, ce métamoteur donne une note globale moyenne de 88,1 points sur 100 à l'hôtellerie valaisanne, les évaluations individuelles variant entre 75 et 94 points. Saas-Fee, Riederalp et Vercorin composent le trio de tête.

En attendant les analyses de détail, Vincent Bornet est satisfait. Et de préciser: «Pour l'instant, 300 des 800 hôtels valaisans reçoivent des commentaires. Cet outil doit motiver les hôtels à utiliser le Web 2.0 pour améliorer leur management de réputation.» Exemple, le Mirabeau à Zermatt, l'un des mieux notés actuellement, a intégré un questionnaire-client sur son site.

D'ici à fin 2010, si tout va bien, le métamoteur de Valais Tourisme devrait s'élargir aux autres prestataires, puis être mis en ligne directement sur le site de la destination pour que les clients, eux aussi, puissent profiter de ces informations.

En bref

Valais

Une page blanche à l'adresse www.wallis.ch

«C'est un gros déficit d'optimisation, notamment au niveau du référencement», a indiqué le directeur adjoint de Valais Tourisme, Vincent Bornet, au quotidien «Le Nouvelliste», qui a révélé l'affaire. En effet, l'internaute qui introduit l'adresse www.wallis.ch tombe sur une page blanche. Cette adresse appartient à une société haut-valaisanne qui, selon Vincent Bornet, toujours cité par le quotidien, désire recevoir «au minimum 100 000 francs». Montant jugé excessif. L'adresse www.valais.ch, quant à elle, ne donne lieu à aucun problème. mh

Deux nouvelles cartes de randonnée

Swiss-Image

En collaboration avec l'Association valaisanne de la randonnée pédestre, Valais Tourisme vient de mettre en circulation deux nouvelles cartes de randonnée. La première propose vingt-trois itinéraires le long des **bisses.** Construction datant de plusieurs siècles, les bisses valaisans atteignent une longueur de mille huit cents kilomètres. La seconde carte décrit quarante-six itinéraires répartis dans le canton. A noter que ces documents sont remis gratuitement aux intéressés. mh

Le Conseil d'Etat gèle le projet Mirax

Le projet de complexe touristique Mirax à Mollens est gelé. Le Conseil d'Etat valaisan a accepté les requêtes d'octroi de l'effet suspensif aux recours administratifs déposés par trois organisations contre des décisions du Conseil communal de Mollens. Il estime que «plusieurs griefs» nécessitent «un examen approfondi», tels que l'équipement en eau potable ou la protection des prairies sèches d'importance nationale. Cette décision ne «préjuge nullement du sort des recours proprement dits», précise le Conseil d'Etat. mh

Vaud

Montreux-Vevey Tourisme réorganise

Swiss-Image

Soucieux de s'adapter à sa nouvelle stratégie de marketing, **Montreux-Vevey** Tourisme a apporté des changements à son département commercial. Les activités du secteur «affaires», qui étaient liées au département «marketing clients», sont maintenant regroupées au sein de la nouvelle entité: Montreux Riviera Convention Bureau. Un vendeur MICE viendra renforcer cette dernière. mh

En bref

Autriche

Des musées viennois gratuits pour les enfants

ldd/ Wien Tourismus

Vienne veut faciliter l'accès des jeunes à l'art et à la culture. Pour ce faire, la capitale autrichienne permet, depuis le début de l'année, aux enfants et aux adolescents de moins de dix-neuf ans de visiter gratuitement un certain nombre de musées nationaux. Parmi ceux-ci figurent le Musée des beaux-arts, le Musée d'histoire naturelle, l'Albertina, le **Belvédère** ou encore les espaces d'expositions de la Bibliothèque nationale autrichienne. On notera que Vienne possède un «quartier des musées», qui est l'un des dix plus grands complexes culturels au monde. mh

Monde

Accor s'engage aux côtés de l'Institut Pasteur

Le groupe hôtelier et de services touristiques Accor a mis en place, avec la Fondation Institut Pasteur, à Paris, un partenariat en matière d'information et de prévention santé destinée aux voyageurs. Depuis janvier, les 3,6 millions de membres du programme de fidélité «A|Club» peuvent convertir leurs points en dons au profit de l'Institut Pasteur. L'intégralité des dons sera affectée au financement d'une chambre climatique pour l'étude des maladies virales et d'un laboratoire mobile d'analyse. Accor finance, par ailleurs, le site Pasteurtravel.com – sur lequel le public peut s'informer sur les mesures préventives pour les voyages vers des destinations à risques sur le plan sanitaire et sur la propagation des maladies virales. mh

Double projet hôtelier à Bulle

Le chef-lieu de la Gruyère a mal à son offre hôtelière. Cette carence va être comblée grâce à un nouvel hôtel et à l'agrandissement d'un établissement existant.

CLAUDE JENNY

L'offre actuelle à Bulle est plutôt modeste: quatre hôtels, une petite centaine de chambres. «Nous avons l'infrastructure pour de grandes manifestations. Notre problème majeur, c'est le logement», confirme Fabien Mauron. Pour le directeur de l'Office du tourisme de Bulle, «toute amélioration de la capacité hôtelière est la bienvenue». Or, le paysage hôtelier bullois est en train de bouger.

Vingt-cinq chambres supplémentaires en perspective

Premier projet: l'agrandissement de l'Hôtel Rallye, un trois-étoiles d'une vingtaine de chambres. Le chantier a démarré et permettra d'offrir, dès cet automne, 25 chambres supplémentaires dans un immeuble adjacent relié à l'actuel par une passerelle. «Nous voulons le plus bel hôtel de Bulle», déclare François Ducry, président de Coraco SA, société exploitante de l'Hôtel Rallye. Trois personnalités de la région sont impliquées dans ce projet qui pèse 4,5 millions.

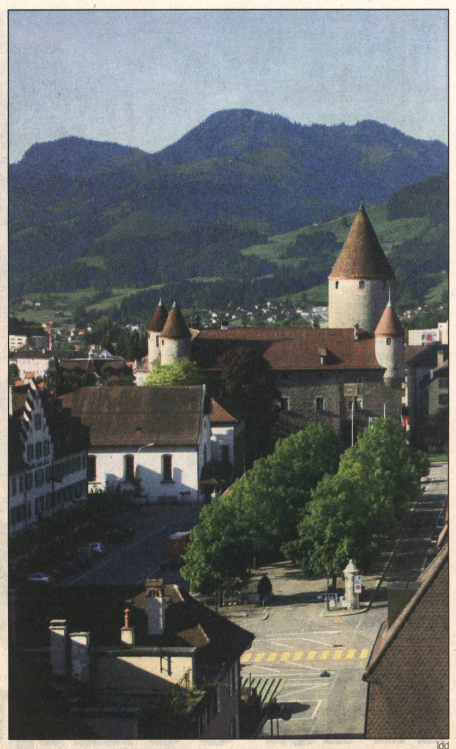
Deuxième projet: la construction, sous le label Ibis, d'un nouvel établissement de 80 chambres de catégorie deux/trois étoiles. Ce futur Hôtel Ibis Bulle Gruyère sera en fait franchisé. «C'est une pratique que nous appliquons de plus en plus», explique Georges Schneider, directeur des opérations du groupe Accor pour la Suisse. C'est l'une de ses collaboratrices directes, Sophie Rouvenaz, qui entend faire mentir l'adage selon lequel il est difficile d'être prophète dans son pays.

«En tant que Bulloise, je rêvais de mettre mon expérience professionnelle au service de ma région», déclare la jeune hôtelière, qui dirigera le nouvel établissement. Elle peut compter sur un partenaire solide, la société JPF Holding SA. Son directeur général, Jacques Pasquier, explique que c'est une première pour sa société d'investir dans l'hôtellerie: «Nous avons étudié plusieurs projets. Celui que nous a présenté Sophie Rouvenaz a servi de déclic, nous incitant à prendre le risque», commente le patron de JPF Holding.

Quelques oppositions sur le bureau du préfet

Quelques oppositions sont pendantes sur le bureau du préfet de la Gruyère. «Nous espérons lancer le chantier en mars et ouvrir l'hôtel en mai 2011», avance Sophie Rouvenaz. Jacques Pasquier confirme l'importance de l'investissement qui dépasse les 11 millions.

Directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, Nicolas Zapf se réjouit: «Nous allons faire un bond dans l'amélioration de l'offre. Ces deux réalisations vont dans le sens de notre objectif: accroître de 1000 lits la capacité hôtelière dans le canton de Fribourg d'ici à 2030». Son collègue bullois, Fabien Mauron, est tout aussi optimiste: «En 2008, nous avons affiché en Gruyère une hausse record des nuitées. En 2009, elles ont encore progressé de 3 à 4%». Une embellie due à l'«effet bains». Depuis l'ouverture du centre thermal de Charmey, en 2007, le tourisme gruérien dispose d'un super joker et le joue bien.



ldd

Bulle est une des principales vitrines du tourisme gruérien.

Les vins se dévoilent sur code barre

La cave Giroud Vins, à Sion, vient de doter toutes ses bouteilles d'un code barre qui transmet, sur simple scannage, une foule d'informations pratiques aux téléphones portables.

EUGENIO D'ALESSIO

Il suffit désormais d'être équipé d'un smartphone pour tout connaître des nectars commercialisés par Giroud Vins. Depuis le 4 février, l'entreprise viticole sédunoise place en effet des tags sur toutes ses bouteilles.

En scannant ce code barre au moyen d'un téléphone portable, le consommateur accède à une page internet mobile dédiée au produit sélectionné. Sans limite de temps ni de lieu, il peut découvrir une large palette d'informations telles que le descriptif du vin et du cépage, des notes de dégustation, des suggestions d'accords culinaires. Il dispose même d'un bulletin de commande. Présenté comme une première helvétique, ce système, que la cave Giroud a développé en collaboration avec l'agence de communication Cnoté Mobile Solutions, à Martigny, suscite un intérêt marqué. Selon le directeur de la société sédunoise, Didier Baert, le site internet de la maison a enregistré près de cinq cents visites entre le 4 et le 5 février.

ldd

Une bouteille et un smartphone: le tour est joué.

Du côté des restaurateurs également, cette innovation semble avoir la cote. «A mes yeux, il s'agit là d'un plus agréable pour la restauration, d'une utilisation intelligente des nouvelles technologies, surtout à l'heure où les jeunes baignent dans l'informatique. Je serais tout à fait disposé à adopter un tel système», s'enthousiasme Dominique Fornage, le directeur du Château de Villa.

Pour mémoire, cet établissement sierrois abrite la plus grande œnothèque mondiale de vins valaisans, avec un choix de près de 550 crus.

www.giroud-vins.ch/n665

ANNONCE

Immense choix des appareils gastro!

Derniers jours

SOLDES!

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

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

Profitez de la possibilité de location!

Aussi chez Fust: collectionnez des superpoints. La carte de crédit sans cotisation annuelle! www.supercard.ch

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

Laver la vaisselle en 2 minutes!

NOVAMATIC
BHC 25.1
- Idéal pour tasses, verres, petites assiettes etc.
- H/L/P: 65 x 48 x 54 cm

seul. 2499.– avant 3522.– (excl. TVA)
Economisez 1023.–
*Location par mois fr. 135.– (incl. TVA) No art. 106517

Armoire à vin

NOVAMATIC
KSWF 571.3-IB
- Pour 106 bouteilles de 0,75 litre
- H/L/P: 185 x 60 x 60 cm

Vente des modèles d'exposition – jusqu'à épuisement du stock!
seul. 1022.– avant 1300.– (excl. TVA)
Economisez 278.–
*Location par mois fr. 57.– (incl. TVA) No art. 108338

Réfrigérateur pour boissons

NOVAMATIC
KSU 411.1-IB
- Contenance 268 litres
- H/L/P: 155 x 60 x 60 cm

Système à circulation d'air
seul. 999.– avant 1115.– (excl. TVA)
Economisez 116.–
*Location par mois fr. 56.– (incl. TVA) No art. 108301

Aspirateur sac à dos

NOVAMATIC
RS 05
BON
- Ergonomique, léger et confortable
- Longueur du cordon 15 mètres

avec bon seul. 371.– au lieu de 464.– (excl. TVA)
Economisez 93.–
No art. 175510
Valable jusqu'au 21.2.10. Non cumulable avec d'autres rabais.

Fust gastro professional

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 Praille, 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.

ldd

Les boutiques de luxe prennent de plus en plus leur quartier dans les hôtels, comme ici au Fairmont Montreux Palace.

L'ère de l'hôtel-shop

Les hôtels disposent souvent de boutiques fréquentées non seulement par les hôtes, mais également par des clients «extérieurs».

MICHEL BLOCH

La période où les hôtels étaient essentiellement fréquentés par ceux qui y dormaient est véritablement révolue. Aujourd'hui, on se rend également à l'hôtel pour y manger ou y boire un verre au bar. Cela multiplie le nombre de clients susceptibles de fréquenter ses boutiques. Le client franchit la porte de l'hôtel également pour y faire ses achats. Boutiques de vêtements, bijouteries, agences de voyage y ont pris leurs quartiers. Ainsi, au Lausanne Palace & Spa, on y trouve même les discrets bureaux d'une banque spécialisée dans la gestion de fortune.

Les belles boutiques côtoyent de plus en plus les hôtels

Cette mère de famille habitant Montreux confirme: «J'adore faire mes achats dans le cadre luxueux, confortable, reposant et sécurisant d'un bel hôtel. Je m'y sens à l'aise pour choisir une chemise ou une cravate pour mon mari.» Plus encore, que l'on se trouve à Genève ou à Saint-Moritz, on remarque que les belles boutiques sont de plus en plus nombreuses à se fixer également à proximité des grands hôtels. Cette tendance vient confirmer le fantastique pouvoir d'attraction des hôtels. Ces derniers deviennent un véritable aimant à l'origine d'un quartier. Au RoyAlp, à Villars-sur-Ollon, «nous avons opté pour une boutique appartenant à l'hôtel», précise le directeur des opérations, Thierry Michel. «On y trouve plusieurs rayons depuis le vêtement jusqu'à l'objet rustique réalisé par des artisans de la montagne. Un leitmotiv: la qualité», complète Thierry Michel.

La place à disposition joue un rôle essentiel. Ainsi, au Grand Hotel Kempinski Genève, Nicole Boghossian, assistant director of sales, souligne que la configuration des lieux se prête tout à fait à la présence de magasins: «Nous avons donné la priorité à des magasins de montres, de bijoux, de vêtements et d'accessoires de luxe et à un vendeur de cigares renommé.»

Au Grand Hotel Park, à Gstaad, Jean-Yves Blatt, directeur général, explique que «les apports des boutiques sont multiples. Le client y trouve un service supplémentaire fourni par l'hôtel. Il peut aussi bien trouver un lieu pour louer ses skis, un coiffeur, des magasins de vêtements de marque, de bagages et de sacs, un magasin de montres d'une marque prestigieuse.

La présence de boutiques crée une animation très appréciée». S'agissant des apports financiers, Jean-Yves Blatt complète en soulignant que «l'opération est gagnante pour l'hôtel comme pour la marque qui y trouve une clientèle correspondant aux segments qu'elle vise».

Bien évidemment, une boutique doit transmettre une image en adéquation avec celle visée par l'hôtel. «Tout ceci est réglé par les contrats», précise Jean-Yves Blatt, tout en ajoutant que «cela se passe très bien. Tous les partenaires sont gagnants: l'hôtelier, le magasin et, bien entendu, le client».

Privilégier une relation à long terme

Gisèle Sommer, public relations coordinator du Fairmont Le Montreux Palace, précise que «l'hôtel accueille des magasins de luxe, mais également une pharmacie et un coiffeur. L'objectif est avant tout de simplifier la vie de nos clients. Et en ce qui concerne nos relations avec les magasins, nous privilégions une relation à long terme. C'est toujours plus sain».

Les vitrines ont une importance grandissante

Les clients apprécient de trouver des vitrines dans l'hôtel. Présence muette des marques, celles-ci sont très recherchées. Plus de passage dans les hôtels, donc plus de passants pour admirer les vitrines, donc un apport intéressant en termes de marketing. La vitrine constitue un ambassadeur de la marque ou du magasin. D'où l'importance de proposer des vitrines attractives, impeccablement entretenues et régulièrement changées. mb

Le bar en libre accès, un pari gagné

Supprimer les minibars en chambre et proposer un bar lounge en libre service: c'est l'option privilégiée par le Léman Hôtel, à Vevey. Une tentative réussie.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

A l'heure où les commerces, du supermarché de quartier au palace, prévoient tous peu ou prou un poste «incivilité» (dommage, vol, chapardage) dans leur budget, miser sur la convivialité de la confiance peut paraître osé. C'est pourtant cette option qu'a choisie Stéphane Studer, le directeur-propriétaire du Léman Hôtel, un trois-étoiles veveysan de 21 chambres ouvert il y a une année.

Et le pari de proposer les boissons (bières, vins, eaux minérales) et quelques mignardises du lounge bar en libre-service, le client déclarant spontanément sa consommation lors du check-out, est réussi. «En une année, je n'ai pas noté d'«oublis» marquants, une bière et quelques bouteilles d'eau minérale peut-être», remarque Stéphane Studer, satisfait.

Une perte négligeable donc sachant que les articles proposés le sont à un tarif extrêmement bas, concurrence avec le distributeur automatique de la station-service contiguë oblige. La pratique ne va d'ailleurs pas sans étonner les

ldd

Le Léman Hôtel, à Vevey, a été ouvert il y a une année.

clients. «A témoin, ces estivants-festivaliers japonais s'obstinant à piller ledit distributeur de boissons, alors que l'hôtel leur proposait le même service en libre accès dans la salle du petit-déjeuner», s'amuse encore le directeur.

Difficile pour lui, en revanche, d'avancer une explication au phénomène. Inscrit dès son ouverture sur le site de réservation hotel.de, le Léman Hôtel a rencontré très vite (dès avril) un joli succès auprès d'une clientèle allemande. Outre les multinationales de la région, en semaine, les hôtes se recrutent essentiellement dans les PME de la Riviera vaudoise et du Chablais.

Du chef à la Miss

Paul Bocuse bientôt honoré en terre suédoise

Paul Bocuse recevra, aujourd'hui à Göteborg (Suède), le prix Kungsfenan 2009 dans la catégorie «Gastronomie maritime». Le grand chef français, triplement étoilé au Guide Michelin depuis 1965, sera récompensé pour sa contribution à la valorisation du poisson dans la gastronomie. Pour mémoire, depuis la création du Bocuse d'Or, en 1987, les candidats doivent réaliser un plat à base de poisson et un autre à base de viande. Le célèbre prix Kungsfenan récompense depuis 2002 la gastronomie maritime et toutes les actions liées à la pêche durable. eda

Un palais autrichien au service des fins palais

H. Lehmann/ldd

La 3e édition du **Festival des vins du monde**, agendée du 21 au 24 avril, accueillera, au Palais Coburg de Vienne, des viticulteurs de renom, des œnologues du monde entier et des amateurs de grands crus. Une cinquantaine d'exploitations viticoles haut de gamme et une douzaine de viticulteurs autrichiens de renom seront de la partie. Des dîners-dégustations agrémenteront la manifestation. eda

www.palais-coburg.com

Christa Rigozzi aux brandons de Payerne

La 115e édition des traditionnels brandons de Payerne déploiera ses fastes du 19 au 22 février. Point fort des festivités: la grande soirée organisée le vendredi soir à la Halle des Fêtes. Les quelque 840 convives, déguisés sur le thème des couleurs brun, turquoise et argent, pourront danser sur des airs bavarois jusqu'au bout de la nuit. Autre attraction de poids: Christa Rigozzi, Miss Suisse 2006, donnera le coup d'envoi du cortège du dimanche. Elle sera accompagnée de Fatima Montandon, finaliste du concours Miss Suisse 2009 et actuelle speakerine à la TSR. eda

www.brandonspayerne.ch

ANNONCE

LE MEILLEUR S'EST ENCORE AMÉLIORÉ!

LANCEMENT DE L'ANNÉE

Annonce:
le mercredi 24 février 2010
À ne pas manquer!

2010 2003 1957

KENWOOD
CREATE MORE

la «der»

htr hotelrevue No 6 / 11 février 2010

«Notre stratégie n'a pas changé: le nord de l'Italie reste notre marché prioritaire.»
Tiziano Pelli (Pages 5 et 21)

ldd

La **pratique de la luge,** qui procure de belles montées d'adrénaline, est une activité de plus en plus appréciée dans les Alpes.

Quatre stations font bloc autour de la luge

Le **Trophée de luge** du Valais continue de faire le bonheur des stations qui l'organisent.

CLAUDE JENNY

Cette année, ce sont Anzère, Chandolin, La Tzoumaz et Torgon qui foncent à fond la luge. Anzère en janvier, Chandolin dimanche dernier ont accueilli les deux premières manches de cette 6e édition du Trophée de luge.

Directeur de l'Office du tourisme d'Anzère, David Chabbey est enthousiaste: «C'est excellent de pouvoir accueillir une manche, car l'impact est très porteur.» Il y voit aussi une contribution bienvenue pour les hôtes d'Anzère qui ne sont pas skieurs: «Chez nous, 60% des vacanciers ne pratiquent pas le ski. Nous développons donc d'autres activités hivernales, mais en veillant à ne pas créer des nuisances. Nous n'organiserions pas une course de motoneiges. Par contre, la luge, oui.»

Echos tout aussi positifs du côté de Chandolin: «Nous sommes dans le coup chaque année et c'est tout profit pour la station et la région», déclare Magalie Crettaz, directrice de l'Office du tourisme. «C'est une activité appréciée des familles et, avec notre piste de 3500 mètres de longueur et 500 mètres de dénivellation, nous avons un bon atout à faire valoir».

L'année dernière, le Trophée de luge du Valais a réuni un total de 300 coureurs, communique Yves Jeanmonod, l'un des responsables de la manifestation. L'édition 2010 est bien lancée. Prochains rendez-vous le 20 février à La Tzoumaz et le 27 février à Torgon pour la finale.

www.letrophee.net

Les gens

Changement de présidence à l'UFT

Lors de la prochaine assemblée, prévue en avril, **Hubert Lauper** quittera la présidence de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) qu'il assurait depuis 1999. Le comité proposera pour lui succéder la candidature de **Jean-Jacques Marti** (photo). Directeur-adjoint de l'Union patronale du canton de Fribourg, président de Fribourg Tourisme, Jean-Jacques Marti a «d'excellentes» connaissances des milieux économique, politique et touristique, tant sur le plan cantonal que national, précise l'UFT. mh

ldd

Le Prix Perle du Champagne à Peter Sauber

Le Bureau suisse du Champagne a décerné à Zurich, pour la deuxième fois, son Prix Perle du Champagne, un prix qui récompense une personnalité helvétique pour «son charisme et son engagement hors du commun». Cette distinction est revenue à **Peter Sauber,** propriétaire de l'écurie de Formule 1. Il a reçu son prix des mains de la chanteuse et membre du jury **Paloma Würth.** Le jury comptait notamment parmi ses rangs le chef du Restaurant Fischerzunft, à Schaffhouse, **André Jaeger.** mh

ldd

Quatre reportages sur le Valais primés

La Communauté Information-Valais a décerné, pour la deuxième fois, son prix aux médias. Le jury, présidé par le directeur de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern, et dans lequel figurait notamment le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina, a ainsi honoré Dominique Le Glou, (France 2), Bernadette Conrad (Die Zeit), Fabio Bottonelli (Bell'Europa) et Iain MacMillan (Ski Canada Magazine). Les reportages avaient été réalisés, respectivement, en français, en allemand, en italien et en anglais. Ce prix distingue les reportages consacrés au Valais et mettant, en particulier, l'accent sur le tourisme, l'économie et la nature. mh

Le gala du Haut-Plateau

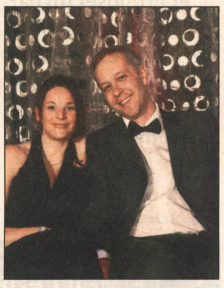
Crans-Montana a accueilli, samedi dernier, la Nuit des neiges. Une manifestation phare du Haut-Plateau.

MIROSLAW HALABA

Photos ldd

Stéphane Bern (à g.) et **Alain Morard,** Hôtel Le Mont-Paisible.

Giancarlo et **Nati Felli,** Hôtel Guarda Golf.



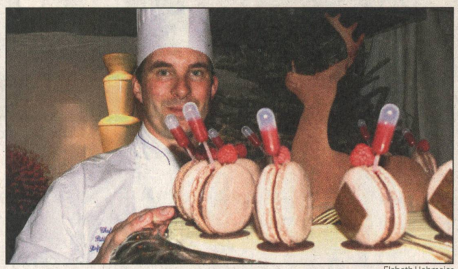
Séverine et **Joseph Bonvin,** Hôtel Art de Vivre.

La traditionnelle soirée caritative, la Nuit des neiges, a fait le plein samedi dernier. Trois cent quatre-vingt-sept personnes s'étaient inscrites à ce qui est l'une des manifestations phare de Crans-Montana. Faute de place, une cinquantaine d'intéressés ont dû renoncer à participer. Le profit de la soirée – 155 000 francs lors de l'édition 2009 – sera versé à l'organisation Action innocence, qui lutte contre la pédophilie, et à la Fondation «Les Enfants papillons», qui soutient la recherche pour l'épidermolyse bulleuse. Comme de coutume, plusieurs hôteliers ont participé à cette soirée, patronnée par la princesse Léa de Belgique, marraine de la Fondation La Nuit des neiges, et animée par Stéphane Bern. Parmi les personnalités couronnées, on notait aussi la présence de la princesse Béatrice de Bourbon des Deux-Siciles, ainsi que celle du roi et de la reine de Bulgarie.

Le Saint-Moritz Festival a le sourire

Le 17e Saint-Moritz Gourmet Festival a été couronné de succès. La manifestation grisonne a attiré la foule.

EUGENIO D'ALESSIO



Elsbeth Hobmeier

Stefan Gerber, chef pâtissier au Badrutt's Palace, à Saint-Moritz.

«Nous avons accueilli du 1er au 5 février près de 3200 visiteurs, dont 70% de Suisses et 20% d'Allemands. Cette 17e édition a été exceptionnelle, une des meilleures de l'histoire du festival», se réjouit Erica Woehrle, la responsable de l'organisation. Le 17e Saint-Moritz Gourmet Festival avait plus d'un atout dans sa manche, avec la présence de dix stars de la gastronomie mondiale, dont la Gruérienne Irma Dütsch.

Parmi cette brochette, le Français Edouard Loubet, propriétaire du restaurant «La Bastide de Capelongue», a enchanté avec ses plats à base d'escargots élevés dans son jardin. Le chef autrichien Wini Brugger a lui aussi impressionné. Enfin, The Great Mountain Gourmet Finale a réuni 220 convives au Mathis Food Affairs, à Corviglia.

Voir aussi les pages 13 à 15

stellenrevue htr
marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 6 / 11. Februar 2010

AG
ACTIVE GASTRO ENG
Stellesuech nid ohni Eus!
www.activegastro.ch
Active Gastro Eng GmbH, Postfach, 8048 Zürich

HOTEL CAREER
Aktuell über 650 Hotel- und Gastronomiejobs in der Schweiz.
Besuchen Sie WWW.HOTEL-CAREER.CH

www.hotelleriesuisse.ch
Unser Beraternetzwerk – Ihr Erfolg
Auf unserer Website unter: Rubrik Beratung «Beraternetzwerk»
CURAVIVA.CH
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Jobs online
www.luzern-hotels.ch
Luzern
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung 2
Direktion/Kaderstellen 3-5
Deutsche Schweiz 3-11
Suisse romande ..... -
Svizzera italiana 13
International/Marché international 13
Stellengesuche/Demandes d'emploi 13
Immobilien 14

Nachfolge

Nachfolgeregelungen wollen frühzeitig und professionell geplant sein, wenn übermässige Steuerbelastungen vermieden werden sollen.

fotolia

Nachfolge in der Hotellerie

MARTIN ELTSCHINGER
UNTERNEHMER, EAC ELTSCHINGER AUDIT & CONSULTING AG, FINANZDOZENT IM NDS HF HOTELMANAGEMENT UND AN DER SHL LUZERN

In den nächsten Jahren stehen in der Hotellerie viele Nachfolgeregelungen an. Dabei stellt sich die Frage, wie diese steueroptimal umgesetzt werden können. Nicht immer ein einfaches Unterfangen, wie das folgende Beispiel zeigt – aber durch gute Vorbereitung und mit professioneller Unterstützung machbar.

Praxisbeispiel

Herr Meli, hundertprozentiger Inhaber der Meli AG, möchte im Hinblick auf seine Nachfolge die Aktien des Unternehmens, die er in seinem Privatvermögen hält, an diejenige seiner Töchter verkaufen, die die Firma weiterführen wird. Seine beiden anderen Töchter sind nicht in der Hotellerie tätig. Damit alle drei Töchter im Sinn der Nachfolge und Erbschaft gleich behandelt werden, schliesst Herr Meli mit ihnen einen Erbvertrag ab und regelt dabei die Übergabe der Firma an seine Tochter Cäcilia.

Vorgehen

Für die Beurteilung dieser Transaktion wird auf eine Bilanz- und Erfolgsanalyse sowie auf eine Unternehmensbewertung abgestellt. Die Meli AG verfügt über ein nominelles Aktienkapital von CHF 1 Mio., eingeteilt in 1000 Aktien. Die Unternehmensbewertung zeigt einen Wert des Eigenkapitals (Equity) für die 1000 Aktien von total CHF 9 023 000.– oder CHF 9 023.– pro Aktie. Herr Meli einigt sich mit den Töchtern im Erbvertrag, das gesamte Aktienpaket für CHF 9 Mio. oder CHF 9 000.– pro Aktie zu veräussern. Cäcilia verfügt allerdings nicht über CHF 9 Mio. und kann höchstens ihren Erbvorbezug von CHF 3 Mio. einbringen. Welches Vorgehen ermöglicht es Cäcilia einerseits, die Meli AG trotzdem erwerben zu können und Herr Meli andererseits und im Hinblick auf die anderen beiden Töchter einen steuerfreien Kapitalgewinn zu realisieren?

Lösungsansatz

Um eine übermässige Steuerbelastung zu vermeiden, empfiehlt sich häufig, die Gründung einer Übernahmeholding einem privaten Aktienkauf mit vielfach hoher Verschuldung vorzuziehen. Mit dem Bundesgesetz über die dringende Anpassung der Unternehmensbesteuerung vom 23. Juni 2006 wurde die Nachfolgelösung mittels einer Übernahmeholding erleichtert. Ein privater Aktienkauf hätte hingegen die Folge, dass aus versteuerten Lohnbezügen die Kapitalamortisationen zu tätigen wären. Holdinggesellschaften zahlen kantonal keine Gewinnsteuer und eine reduzierte Kapitalsteuer, wenn mindestens zwei Drittel der Aktiven und/oder Erträge aus Beteiligungen oder Beteiligungserträgen bestehen. Bei der direkten Bundessteuer kann der Beteiligungsabzug geltend gemacht werden, wonach auch die Dividendenerträge grundsätzlich steuerfrei sind.

Die Thematik wird im Fachbuch «Finanzmanagement Hotellerie 2009» detailliert behandelt. Das Buch kann über consulting@eac-eltschinger.ch bezogen werden. Das Thema wird ausserdem praxisnah im NDS HF und an der SHL, Luzern unterrichtet.

Anzeigenschluss verpasst?
Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.
Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch
htr hotel revue

KOMPAKTES WEINWISSEN FÜR GASTROPROFIS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
DER WEIN BERATER
Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 3
TERMINE
10-Seminartage berufsbegleitend
Start: Montag, 6. September 2010
PREIS
CHF 2'990.–
WEITERE INFORMATIONEN?
GastroSuisse
8046 Zürich
Tel. 0848 377 111
weiterbildung@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch
GASTRO_SUISSE
5772-3185

Italienisch in Florenz
Spezialangebot:
2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern
Total SFR 790.–
Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.
Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.com
5041-589

4-wöchiger Intensivkurs Réception
für Ein- und Umsteiger an die Hotelréception mit FIDELIO Front Office
12. April bis 7. Mai 2010 *oder* 4. Oktober bis 29. Oktober 2010
Verlangen Sie bitte unser Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homesite
www.hotelschule-loetscher.ch
HOTELSCHULE LÖTSCHER
Färbistrasse 18, 7270 Davos Platz - Fon 081 420 65 26 - E-Mail info@hotelschule-loetscher.ch
5149-2779

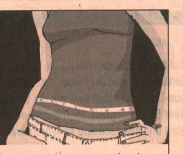
Heute mit neuer immobilienrevue und stellenrevue.

Mehr Informationen zum neuen lachsfarbenen Bund unter
www.htr.ch, inserate@htr.ch, 031 370 42 42/37

htr hotelrevue

MISANI
A MODERN HOTEL FEELING

A modern hotel
feeling
... for a new generation



Für unser junges Team suchen wir ab Sommersaison 2010 eine/n verantwortungsbewusste/n und motivierte/n

Küchenchef/in (in Jahresstelle)

Drei aussergewöhnliche à-la-Carte-Restaurants unterliegen Ihrer Führung: Die ***«Ustaria»*** mit ihren gemütlichen Engadiner Stuben, Bündner Küche und Italian Flavours, das neu gestylte ***«Voyage»*** mit seiner frischen «Cuisine du marché» sowie das spanische Wein und Tapas Restaurant ***«Bodega»*** im alten Gewölbekeller (Satellitenküche).

Organisation und hohes Qualitätsbewusstsein sind für Sie selbstverständlich. Sie bringen bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position mit und verstehen es, unsere Küchenbrigade von 12–14 Mitarbeitern täglich aufs Neue zu motivieren und gemäss unserem MISANI Leitbild zu führen. Idealerweise sind Sie zwischen 30 und 40 Jahren alt.

Unser mehrfach ausgezeichnetes Hotel/Restaurant (Gilde, Guide Bleu und Michelin empfohlen) bietet Ihnen die Möglichkeit innerhalb der erfolgreichen Philosophie des MISANI, dieses gemeinsam mit uns weiterzuentwickeln.

Interessiert?
Dann freuen wir uns über Ihre vollständige Bewerbung an:

Brigitte Marthaler, Hotel Misani, CH-7505 St.Moritz-Celerina
marthaler@hotelmisani.ch

HOTEL MISANI · Ustaria · Voyage · Bodega
La Rezia Verwaltungen AG
Via Maistra · CH–7505 St.Moritz-Celerina
Telefon +41 (0)81 839 8989 · **www.hotelmisani.ch**

5937-3296

---

stadtkirche winterthur

Evangelisch-reformierte Kirchgemeinde Winterthur-Stadt

Unser Kirchgemeindehaus liegt im Zentrum der Stadt Winterthur. Es verfügt über ein vielfältiges Raum- und Gastronomieangebot und wird für Tagungen und Schulungen von Firmen, für Konzerte und für Anlässe von Non-Profit-Organisationen genutzt.

Weil der jetzige Stelleninhaber pensioniert wird, suchen wir per 1. August 2010 (oder nach Vereinbarung) eine/n

Geschäftsführer/in

Sie besitzen den Abschluss einer anerkannten Hotelfachschule und verfügen über praktische Erfahrung im Leiten eines Seminar- und Gastrobetriebes. Sie denken und handeln unternehmerisch und betriebswirtschaftlich. Eine Ausbildung in der Gastronomie, z.B. als Koch/Köchin, rundet ihr Profil ab. Sie treten sicher und gepflegt auf, kommunizieren gewandt in Schrift und Wort und haben Freude an Ihrer Rolle als Gastgeber/in. Sie sind Mitglied der ev.-ref. Landeskirche und treten für deren Anliegen ein.
Wir bieten Ihnen eine selbständige und verantwortungsvolle Führungsaufgabe mit Gestaltungsspielraum. Die Anstellung erfolgt nach den fortschrittlichen Anstellungsbedingungen der ev.-ref. Landeskirche.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung bis 28. Februar 2010 an:
Ev.-ref. Kirchgemeinde Winterthur-Stadt, z.H. Andreas Schraft, Breitestrasse 92, 8400 Winterthur.
Telefonische Auskünfte erteilt: Andreas Schraft, Präsident der Kirchenpflege, Tel. 079 395 2495

www.refkirchewinterthur.ch/stadt
www.kirchgemeindehaus-winterthur.ch

5823-3223

---

zh aw
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Life Sciences und Facility Management

Die ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist eine der grössten Mehrsparten-Fachhochschulen der Schweiz mit rund 8000 Studierenden.

Das Departement Life Sciences und Facility Management befindet sich an aussergewöhnlicher Lage in Wädenswil über dem Zürichsee. Für das Institut für Facility Management (IFM) mit seinen Studiengängen BSc, MSc und MAS in Facility Management suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Dozentin/en Verpflegungsmanagement

Diese anspruchsvolle Tätigkeit umfasst folgende Aufgaben:
- Lehre auf Bachelor- und Masterstufe sowie in der Weiterbildung im Bereich Verpflegungsmanagement
- Betreuung von Projekt-, Bachelor- und Masterarbeiten
- Akquisition, Planung und Durchführung von anwendungsorientierten Forschungsaufträgen sowie Dienstleistungsprojekten vor allem in Zusammenarbeit mit Betrieben des Gesundheitswesens

Um diese anspruchsvolle Tätigkeit ausüben zu können, verfügen Sie über ein abgeschlossenes Hochschulstudium mit speziellem Fachwissen aus dem Grosshaushalt und der Betriebswirtschaft. Zudem verfügen Sie über breite Berufserfahrung in einem Hospitality Bereich oder Umfeld auf Führungsstufe und bringen Erfahrung im Prozessmanagement mit. Sie sind in der Lage Ihre Aufgaben in Deutsch und Englisch zu tätigen. Wir stellen uns eine einsatzfreudige, belastbare und selbstständige Persönlichkeit vor. Spricht Sie ein dynamisches Fachhochschulumfeld an? Sind Sie kommunikationsfreudig und teamfähig? Dann freut sich ein aufgestelltes Team, Sie für ein Gespräch in Wädenswil begrüssen zu dürfen.

Eine Verleihung des Professorentitels erfolgt gemäss Reglement der Zürcher Fachhochschule ZFH.

Für Fragen steht Ihnen Susanne Hofer, Kompetenzgruppenleiterin Hospitality Management unter 058 934 56 28 gerne zur Verfügung. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Mirjam Schäfer, Human Resources, Postfach, 8820 Wädenswil oder mirjam.schaefer@zhaw.ch.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ifm.zhaw.ch oder www.zhaw.ch

Zürcher Fachhochschule

5951-3308

Arosa

Für unser 3-Sterne-Hotel mit 32 Betten suchen wir für die kommende Sommer-/Wintersaison ab ca. 20. Juni folgende aufgestellte Mitarbeiterin:

Gouvernante/Allrounderin
Deutsche Sprachkenntnis erforderlich
für Zimmer, Lingerie und allgemeine Arbeiten.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen.

Claudia Beerli
Hotel Belri
7050 Arosa
belri@bluewin.ch
www.belri.ch

5834-3230

SPEDITION
RESTAURANT & BAR IN BADEN

Für unser Restaurant Spedition mit 14 GM im Merker-Areal suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen:

RestaurantleiterIn / Chef de Service

Anforderungsprofil
- Abgeschlossene Berufslehre in der Gastronomie
- Hotelfachschule oder Betriebsleiterseminar
- Ambitioniert
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Kommunikationsfreudig und teamorientiert
- Erweiterte Weinkenntnisse
- Gute Umgangsformen
- 24-35 Jahre
- Wohnort in Baden und Umgebung

Aufgaben
- Serviceleiter, Empfang, Gastgeber
- Bestell– und Inventarwesen Beverages
- Kassenprogrammierung
- Serviceschulung– und Lehrlingsverantwortliche
- Mitgestaltung Wein– und Getränkesortiment
- Mitgestaltung der Betriebsabläufe und Qualitätsstandards
- Einsatzplanung von Servicecrew

Wir bieten ein attraktives und kreatives Arbeitsumfeld unter guten Bedingungen, sowie die Möglichkeit mit Ihrem persönlichen Engagement am Erfolg des Betriebes teilzunehmen.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto per Post oder E-Mail.

Restaurant Bar Spedition
Passevite Gastro AG
Roman Halbheer
Bruggerstrasse 37
CH-5400 Baden
jobs@spedition-baden.ch
www.spedition-baden.ch

5930-3291

BEREST AG
Beratung Restaurationsbetriebe
Treuhand

Erfolg!

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

Junge Gastro-Profis m/w
als Geschäftsführer oder Stellvertreter

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

Sie sind aufgestellt, frech, dynamisch, verantwortungsbewusst, engagiert und zählen Durchhaltewillen und Durchsetzungsvermögen ebenso zu Ihren Stärken wie das Aufspüren von neuen Trends und das Veranstalten von tollen Anlässen.

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

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

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

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

5946-3303

SENIORENRESIDENZ
SPIRGARTEN

Die Seniorenresidenz Spirgarten im Zentrum von Zürich-Altstetten bietet 68 seniorengerechte Wohnungen und eine Pflegeabteilung mit 18 Einzelzimmern an. Ein Restaurant für unsere Bewohner und ein öffentliches Café gehören zum attraktiven Angebot.

Wir suchen Sie als flexible(n)

Küchenchef/in und Leiter/in Service 100%

Wir legen grössten Wert auf moderne Küche und gepflegten Service. Sie sind ein(e) erfahrene(r) eidg. dipl. Küchenchef, vorzugsweise mit Weiterbildung in der Diätküche. Wir wenden uns an einen dynamischen „Handwerker" mit fundierten Kenntnissen in der hochstehenden à la carte-Gastronomie. Sie sind eine initiative und motivierende Führungspersönlichkeit mit hohem Qualitätsanspruch. Sie kennen die Bedürfnisse älterer Menschen und sind in der Lage, Ihr Repertoire an saisongerechten und mit Frischprodukten zubereiteten Köstlichkeiten den unterschiedlichen Anforderungen anzupassen. Unser herausragendes gastronomisches Image zu erhalten und auszubauen ist Ihre Passion.

Ihr zukünftiges Küchen- und Service-Team mit insgesamt 17 Mitarbeitenden führen Sie umsichtig und kompetent. Zu Ihren Aufgaben gehören das Erstellen von innovativen und ausgewogenen Menüs im Rahmen des Gastronomiebudgets, die Mitwirkung bei der täglichen Produktion, die Sicherstellung eines gepflegten Service und der Hygienestandards, die Planung und Einteilung der Küchen- und Servicemitarbeitenden sowie die Qualitätskontrolle.

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten und eine interessante Zusammenarbeit mit internen und externen Kunden. Es erwarten Sie vorteilhafte Arbeitsbedingungen in einer Residenz der Atlas Stiftung.

Stellenantritt: 1. April 2010 oder nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau Melanie Gaus, Geschäftsführerin, freut sich auf Ihre Bewerbung mit Foto und den üblichen Unterlagen.

Seniorenresidenz Spirgarten
Spirgartenstrasse 2 8048 Zürich
Tel. 043 336 75 75
melanie.gaus@residenz-spirgarten.ch www.residenz-spirgarten.ch

5924-3285

AG

Gruppenleiter/in

Zu Ihren Hauptaufgaben zählen die Betreuung und Führung der Betriebsleiter, die Erstellung von Betriebsanalysen und die Mitgestaltung des Angebots. Sie haben die Hotelfachschule oder eine gleichwertige Ausbildung abgeschlossen und verfügen bereits über mindestens 8 Jahre Berufserfahrung. Sie verfügen zwingend über Erfahrungen im Multi-Unit-Management und nebst Ihren analytischen Fähigkeiten zeichnen Sie sich durch Ihr zusammenhängendes Denken aus. Ausserdem sind Sie belastbar, absolut loyal, flexibel, fantasievoll und begeisterungsfähig. Sie verfügen über sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französisch-Kenntnisse.

Leiter/in Gastronomie

Sie führen den Bereich Gastronomie verantwortungsbewusst, dynamisch und erfolgsorientiert. Die Erreichung der Umsatz- und Ertragsziele sowie die Betriebsbereitschaft stellen Sie sicher. Zudem tragen Sie die selbstständige unternehmerische Gesamtleitung des anvertrauten Führungsbereichs von 25 Mitarbeitenden und leben einen vorbildlichen Kundenservice vor. Sie sind eine positive und initiative Führungsperson mit einem klaren und transparenten Kommunikationsstil.

Cateringverantwortliche/r

Für eine wunderschöne Lokalität planen, organisieren und leiten Sie als gästeorientierte und belastbare Persönlichkeit diverse Anlässe. Sie sind verantwortlich für den reibungslosen Ablauf der Anlässe und betreuen die Veranstaltungen persönlich. Sie sind aufgeschlossen, kommunikativ, haben eine Hotelfachschule oder eine gleichwertige Ausbildung abgeschlossen und verfügen bereits über Führungserfahrung im Event- & Cateringbereich. Ausserdem sind Sie sehr organisationsstark und der Verkauf liegt Ihnen sehr. Sie können von sich selbst behaupten, flexibel zu sein und auch in hektischen Situationen den Überblick nicht zu verlieren.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter www.activegastro.ch.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto an:
Active Gastro Eng GmbH, Segnesstrasse 1, 8048 Zürich oder an r.eng@activegastro.ch.

5936-3299

ENGADIN St.Moritz

Unsere einzigartige Natur – unsere Berge, unsere Seen und unser Licht bilden die Bühne für unvergessliche Erlebnisse. Aktive und passive Erholung, Sport, Kultur und Bildung sowie Kulinarik sind die Felder, auf welchen unser Anspruch an Spitzenleistungen sichtbar und erlebbar wird. Als führendes Tourismus-Team der Alpen sind wir, die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz (www.engadin.stmoritz.ch), Botschafter und Verkäufer dieser Einzigartigkeit. Im Rahmen einer Nachfolgeregelung suchen wir die Persönlichkeit, die mit uns Engadin St. Moritz zur bekanntesten und insbesondere begehrenswertesten Feriendestination der Alpen macht!

Leiter/in Marktbearbeitung Mitglied der Geschäftsleitung

Entfachen Sie die Leidenschaft für unsere Region!

Ihre Aufgaben: Mit Enthusiasmus übernehmen Sie die vollständige fachliche und personelle Führung des Verkaufs und verantworten die gesamte erfolgreiche Marktbearbeitung. Die Entwicklung sowie Umsetzung der Strategie, die Realisierung der Ziele, der konsequente Ausbau der Marktposition Engadin St. Moritz in enger Zusammenarbeit mit dem Product Management, Public Relations sowie den touristischen Leistungsträgern und Partnern, bilden den Kern Ihrer Herausforderungen. Sie engagieren sich täglich für die Marke Engadin St. Moritz mit dem hohen Anspruch, eine aussergewöhnliche Region erlebbar zu machen. Dabei gehören die Teilnahme an Projekten und Reisen ebenfalls zu Ihrer Tätigkeit.

Was Sie mitbringen: Diese exponierte und vielseitige Aufgabe erfordert eine solide Ausbildung zum Verkaufs- oder Marketingleiter mit betriebswirtschaftlicher Weiterbildung. Zudem weisen Sie mehrjährige Erfahrung im Verkauf sowie in der Promotion, von Vorteil in der Tourismusbranche, aus. Dank Ihren ausgeprägten Führungs- und Coaching-Qualitäten sowie Ihrer hohen Sozial- und Kommunikationskompetenz vermögen Sie Teams zu einem umfassenden Dienstleistungsgedanken zu motivieren. Ihre tief verankerte ethische Grundhaltung gepaart mit Loyalität, Belastbarkeit, Reisebereitschaft und Leidenschaft sowie Ihr Wille, jeden Tag dazuzulernen, zeichnen Sie weiter aus. Sie sind stilsicher in Deutsch, Englisch sowie von Vorteil auch in Italienisch.

Wir bieten Ihnen: Sie haben die Gelegenheit, Ihre zahlreichen Kompetenzen in einer vielschichtigen und dynamischen Branche zusammen mit einem hochmotivierten Team einzusetzen. Sie erhalten die Möglichkeit, in dieser touristischen Pionierphase etwas zu bewegen, was Sie sonst nirgends können. Weiter haben Sie eine einmalige Infrastruktur im Rücken, die Ihnen erlaubt, gute Promotion zu machen. Das Team, welches vom Virus Engadin St. Moritz infiziert ist, begleitet Sie auf dem Weg zum Erfolg. Wir bieten eine nicht alltägliche Herausforderung für eine verantwortungsvolle Persönlichkeit, die möglicherweise auch einen Karriereschritt machen möchte.

Bitte senden Sie Ihre **vollständigen Bewerbungsunterlagen** per E-Mail an **zollikon.ch@mercuriurval.com** mit dem Vermerk **CH-193.20030** oder an Mercuri Urval AG, Rietstrasse 41, 8702 Zollikon. Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen unter **044 396 11 11**. Mercuri Urval mit Sitz in Zürich, Nyon, Basel und Bern sowie weltweit über 70 Niederlassungen. **www.mercuriurval.ch**

Zertifiziert DIN 33430 Berufsbezogene Eignungsdiagnostik

Mercuri Urval

5884-3262

Mr. Pickwick Pub – The place where people meet

„The No.1 Sports Pub in Town"
„Classic Pub Food at its best"
„The best selection of Beers in Town"
„A British way of life"

Unsere „Original English Pubs" sind Treffpunkt für kontaktfreudige und sportinteressierte Leute. Viele Expats gehören zu unseren Stammgästen. Für unsere Mr. Pickwick Pubs in der Region Zürich/Aargau suchen wir

Geschäftsführer

Sie sind eine teamfähige, kommunikative (D/E) und verkaufsorientierte Persönlichkeit und verfügen über mehrjährige Berufserfahrung in der Gastronomie (Wirteprüfung von Vorteil). Unternehmerisches Denken verbinden Sie mit der Fähigkeit, mit den Gästen ein regionales Beziehungsnetz aufzubauen. Als Gastroprofi mit anglophilen Wurzeln bringen Sie Führungserfahrung und viel Engagement mit. Sie ergänzen unser Team mit Ihrer kompetenten und freundlichen Art, die Sie als professionellen Gastgeber auszeichnet. Sie fühlen sich wohl in der Markengastronomie, sind zwischen 25 und 35 Jahre alt und sehen es als Herausforderung, die Konzeptvorgaben in Zusammenarbeit mit dem Head Office umzusetzen. Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto bis Freitag, 26. Februar 2010

Gastrag - friendly Restaurants, Pubs & Hotels
Jonathan Southworth, Postfach, 4002 Basel
j.southworth@gastrag.ch ♦ www.gastrag.ch ♦ www.pickwick.ch

5916-3280

Gasthaus Alpenrose – So nah geht weit weg.

Sucht einen

Jungkoch

Ein ungewöhnlicher Arbeitsplatz an einem speziellen Ort. Bist du Koch, hast einige Jahre Berufserfahrung, verstehst dich gut mit jungen Menschen und bist offen für eine neue, spannende und lehrreiche Herausforderung? Dann schick uns noch heute deine Bewerbung via E-Mail an **info@alpenrose-gadmen.ch.**
Du willst mehr wissen, dann gehe auf **www.qualifutura.ch**

5915-3279

Gesucht: **Serviertochter 100%**
für Sommersaison 2010
vom 28. März bis 31. Oktober
Muttersprache Deutsch

Schriftliche Bewerbungen an:
Restaurant Höllgrotten
Julia Ineichen, 6340 Baar

5878-3256

KRAMER GASTRONOMIE

Die KRAMER GASTRONOMIE sieht sich als kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Unsere 10 Restaurants und 2 Hotels sind konsequent innovativ mit dem klaren Anspruch an gute Qualität. Mehr unter www.kramergastronomie.ch

Per April 2010 oder nach Vereinbarung schaffen wir folgende Positionen

Sales ManagerIn
(Stellvertretung Sales-& Marketing Director)
Sales Representative m/w
Marketing-MitarbeiterIn

Der Hauptfokus liegt auf dem Aufbau einer zentralisierten, neu geschaffenen Sales- & Marketing-Abteilung für die Gesamtunternehmung. Die Details finden Sie auf unserer Homepage www.kramergastronomie.ch.

Auf Ihre spannende Bewerbung freuen wir uns.

Kramer Gastronomie, Tatjana Amstutz, Leiterin Human Resources, Herdernfstrasse 56, Postfach 1767, 8040 Zürich, Tel. 044 406 85 20, tatjana.amstutz@kramergastronomie.ch

ZÜRICH AMBIANCE

5783-3197

*** HOTEL Chalet Du Lac
Direkt am Brienzersee
ISELTWALD
bei Interlaken

Für unser Team 2010 suchen wir noch junge, aufgestellte Berufsleute

Eintritt ab März/April

<u>Service</u> (deutschsprachig)
Serviceangestellte (m/w)
SEFA / REFA / GAFA (m/w)
Serviceaushilfen (m/w)
Praktikant (m/w)
Buffetmitarbeiter (m/w)
Lehrling (m/w)

<u>Küche</u>
Sous-Chef (m/w)
Chef de Partie (m/w)
Commis (m/w)
Hilfskoch (m/w)
Praktikant (m/w)
Officemitarbeiter (m/w)
Lehrling (m/w)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto!

Hotel Châlet Du Lac
Sascha Abegglen
3807 Iseltwald

Tel. 033 845 84 58
Mail: abegglen@dulac-iseltwald.ch

5835-3232

HOTEL UCLIVA WALTENSBURG·VUORZ

Das nachhaltige Familien- und Seminarhotel

Wir sind das erste Ökohotel der Schweiz, ein Hotel mit 22 Zimmern, in traumhafter Landschaft über dem Vorderrhein gelegen, am Fusse des Skigebietes Brigels und inmitten des Wandergebietes der Surselva und ihren Bergen.

Ab der Sommersaison 2010 möchten wir ein zertifiziertes Biohotel werden, mit entsprechender Bioküche, welche unsere Gäste heute schon sehr schätzen.

Unsere Küche soll frisch, fein und manchmal auch überraschend sein. Wir kennen viele unserer Lieferanten und Erzeuger, bei denen Sie persönlich die regionalen Lebensmittel bestellen. In unserer neuen 50 m² grossen, IA-ausgestatteten Küche aus dem Jahr 2009 bereiten Sie zusammen mit einem jungen Team tolle Bio-Menüs für unsere Gäste zu.

Wir suchen auf Anfang Mai oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef/in

für unser junges, kleines Küchenteam.

Teamführung und Teamentwicklung ist Ihnen vertraut. Interesse im Umgang mit biologischen Nahrungsmitteln ist Voraussetzung. Warenmanagement, Kalkulation gehören zu Ihren Aufgaben. Die Küche ist der Vollwertküche angelehnt, trendig, leicht, auch regional und vor allem gesund. Das Speisenkonzept sollte von Ihnen getragen, verbessert und kreativ entwickelt werden. Wir bieten unseren Gästen ein tägliches 4-Gang-Bio-Menü am Abend, welches durch Ihre Kreativität getragen werden soll. Mit Ihrem Interesse an leichter Bioküche können Sie hier ein interessantes und zugleich verantwortungsvolles Aufgabenfeld übernehmen, erweitern.

Wenn Sie Grosses leisten möchten, so bieten wir Ihnen ein interessantes und vielseitiges Aufgabengebiet mit vielen Möglichkeiten sich weiter zu entwickeln.

Appetit bekommen? Rufen Sie uns an oder bewerben Sie sich direkt, wir freuen uns auf Sie!

Hotel Ucliva, CH-7158 Waltensburg/GR
z. Hd. Frank Rumpe Tel. +41 81 941 22 42, www.ucliva.ch

5880-3258

bern
capital impressions

Bern Tourismus betreut die Gäste aus aller Welt, führt und realisiert das Tourismusmarketing, betreibt Informations- und Verkaufsstellen und nimmt Einfluss auf die touristische Angebotsgestaltung. Für die neue Destination BERN suchen wir ab 1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

REGIONALMANAGER / IN 100%

Ihr Aufgabenbereich
- Aktive Mithilfe beim Aufbau der neuen Destination BERN
- Planung und Realisierung von jährlichen Marketingaktivitäten
- Enge Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusbüros
- Vermarktung von regionalen Angeboten
- Kooperationen mit wichtigen touristischen Partnern
- Messeauftritte organisieren. Präsenz auf Messen.
- Produktion von Imprimaten / Flyern
- Verantwortung für den regionalen Inhalt unserer Internetseite
- Mithilfe bei der Entwicklung der Marketingstrategie
- Budgetverantwortung

Ihr Profil
- Abgeschlossene höhere Fachschule im Tourismus oder gleichwertige Ausbildung im Marketing / Verkauf
- Kenntnisse der Reise-/Tourismusbranche
- Regionale touristische Produktekenntnisse (Emmental, Gantrisch, Laupen, Oberaargau)
- Fundierte Sprachkenntnisse in D/F/E und evtl. I
- Hohe Sozialkompetenz
- Gewinnbringende Persönlichkeit mit selbstbewusstem Auftreten
- Eigenständigkeit, Flexibilität, Belastbarkeit
- Verantwortungsbewusste und termintreue Arbeitsweise
- Idealerweise 30-40 Jahre
- Wohnhaft in der Region Bern

Wir bieten Ihnen eine interessante, anspruchsvolle Tätigkeit in einem wachsenden Unternehmen, ein aufgestelltes, dynamisches Team sowie gute Anstellungsbedingungen.

Interessiert? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Ihre vollständige Bewerbung mit Foto senden Sie bitte bis 26. Februar an: Bern Tourismus, Thomas Lüthi, Vizedirektor/Marketingleiter, Amthausgasse 4, Postfach 169, 3000 Bern 7 oder elektronisch an thomas.luethi@berninfo.com. Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung unter T +41(0)31 328 12 41.

5908-3273

Mittelgrosses Hotel an bezaubernder Lage im Berner Oberland sucht nach Vereinbarung

Küchenchef

mit vielen guten Ideen.

Unsere Gäste kommen aus folgenden Segmenten: Gourmetgäste (15 PunkteGaultMillau), Bankettgäste bis max. 200 Personen, Wellness-, Ferien- sowie Seminargäste, alle mit hohen Ansprüchen.

Wir bieten:
- motiviertes Team (7 bis 8 Mitarbeiter)
- grosse Abwechslung
- Spielraum für jegliche Kreativität
- modernste Einrichtungen
- ISO-zertifizierte Arbeitsabläufe
- entsprechendes Salär
- Weiterbildungsmöglichkeit
- jegliche Unterstützung der Direktion

Wir erwarten:
- Gastronomiekoch mit Fähigkeitsausweis oder gleichwertige Ausbildung
- teambezogene Führungs- und Motivationsqualitäten
- der Stellung entsprechende Sozialkompetenz
- Erfahrung in der Lehrlingsausbildung
- Erfahrung mit Bankettsystem
- Erfahrungen in der Gourmet-Restauration als Souschef oder Küchenchef
- hohe Flexibilität

Gerne teilen wir Ihnen unsere Visionen über die Strategien und Marktziele des Traditionshauses mit.

Für weitere Informationen melden Sie sich bitte unter Chiffre 5952-3309 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

5952-3309

Die Gastronomiegruppe zfv

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

Restaurant Oval

im Stadion Letzigrund, Badenerstrasse 500, 8048 Zürich

suchen wir per sofort eine

Service-Mitarbeiterin (Teilzeit)

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Mise en place für einen reibungslosen Serviceablauf, die Bedienung und Betreuung unserer Gäste im Mittagsservice sowie bei Kaffepausen, das Führen einer eigenen Servicestation mit Direktinkasso, das Auffüllen und der Unterhalt des Getränkelagers sowie die Erledigung allgemeiner Aufräum- und Reinigungsarbeitern zuständig. Im Weiteren gehört das Erstellen der Tagesabrechnungen zu Ihren Aufgaben. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag jeweils von 09.00 – 15.00 Uhr, sind aber bei Banketten und Spezialanlässen bereit, mitzuarbeiten. Zudem ist zu beachten, dass während den Spielpausen das Restaurant geschlossen bleibt und keine Einsätze geplant sind.

Ihr Profil: Wir suchen eine motivierte, engagierte und flexible Mitarbeiterin, welche bereits über Erfahrung im à la Carte-Bereich verfügt. Sie verfügen über eine schnelle Auffassungsgabe und verlieren auch in hektischen Situationen die Ruhe und Übersicht nicht. Gute Deutschkenntnisse und eine selbständige Arbeitsweise sind für diese Stelle zwingend.

Wir bieten: 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 Anina Haertsch, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

5927-3286

Unsere Catering-Firma betreut die attraktiven Dreiseen-, Aare- und Eventschifffahrten der BSG Flotte, sowie die Brasserie Joran in Biel am See. Für die Saison 10 (ab April oder nach Uebereinkunft bis Oktober) bieten wir folgende abwechslungsreiche Voll- oder Teilzeitstellen:

ServicemitarbeiterInnen / Schiffsbelieferer
Köche / Gelateriamitarbeiterin
Hilfskräfte für Küche und Reinigung

BIELERSEE gastro Bielersee-Gastro AG
Gastro Lac de Bienne SA
Joran

Bielersee-Gastro AG, Barbara Stähli, Badhausstr. 1a, 2501 Biel / 032 329 88 22 / www.bielersee.ch.
Oder per E-Mail an: **gastro@bielersee.ch**

5879-3257

---

seerose
hotel & restaurant
Hauenstein Hotels + Restaurants

Für unser bekannter Restaurationsbetrieb mit grosser Seeterrasse direkt am Thunersee suchen wir für die Sommersaison mit Stellenantritt März/April eine(n)

Koch 100 %
Servicefachangestellte 100%
Aushilfen im à la Carte Service (Teilzeit)

Sie sind motiviert und haben Freude am Gastgewerbe. Sie bringen Erfahrung und eine abgeschlossene Berufslehre mit. Wenn Ihre Muttersprache Deutsch ist (von Vorteil) und Ihnen Teamwork in einer aufgestellten Crew wichtig ist, dann sind Sie bei uns am richtigen Ort. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Seerose
Sibylle Maegli - Geschäftsführung
Interlakenstrasse 87 - CH-3705 Faulensee
Tel: 0041 (0)33 654 10 25
info@seerose-faulensee.ch

5842-3238

Alpenhof in Zermatt · Der sportliche - der elegante, der kulinarische

Zermatt
Alpenhof
HOTEL

Das Zermatter Hotel, wo sich nicht nur die Gäste wohl fühlen. Entfaltungsmöglichkeiten am Fusse des Matterhorns.

ALL IN ONE
JEDEN TAG DEN FASZINIERENDSTEN BERG DER WELT ZU SEHEN, EIN ÜBERDIMENSIONALES FREIZEITANGEBOT, ALLE ERDENKLICHEN SPORTARTEN.

SELBSTVERSTÄNDLICH SOMMER WIE WINTER MULTIKULTURELLE LEUTE, JUNG WIE ALT, KENNENLERNEN.

WIR GEBEN IHNEN DIE CHANCE, IHRE TALENTE IN EINEM RENOMMIERTEN FIRST-CLASS-HOTEL KOMPLETT ZU ENTFALTEN. SIE WERDEN VON PROFIS GEFÖRDERT UND DABEI AKTIV UNTERSTÜTZT, SICH ZU PROFILIEREN.

zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir

RECEPTIONIST/-IN, Jahresstelle,
Hotelerfahrung, D,F,E, in Wort uns Schrift
Eintritt nach Übereinkunft

CHEF DE RANG
Eintritt Juni

Alpenhof Le Gourmet Restaurant

Verfügen Sie über Berufserfahrung, Selbständigkeit, Initiative, Engagement, Freude am Beruf, Teamfähigkeit, eine Portion Humor und Gewandtheit im Umgang mit Menschen, werden Sie sich bei uns wohl fühlen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Ihr Alpenhof Hotel 3920 Zermatt
0041 9665555
Info@alpenhofhotel.com
www.alpenhofhotel.com

5702-3196

HOTEL
KREUZ
KONOLFINGEN

Im Kreuzzug durch die Gastronomie! Mit Ihnen?

Am Tor zum schönen Emmental liegt unser renommierter und gepflegter Landgasthof Kreuz in Konolfingen. Wir bieten anspruchsvolle Gastronomie, gutbürgerliche Restauration, Cateringservice, Hotelservice, eine einzigartige Sonnenterrasse sowie eine gut frequentierte Bar.

Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir einen

CHEF DE SERVICE (m/w)

Ihre Tätigkeiten sind:
- Führen des Serviceteams inklusive Betreuung der Lernenden
- Betreuen und beraten der Gäste
- Erstellen und kontrollieren der Mitarbeitereinsatzplanung
- Organisation der Arbeitsabläufe im à la carte, Bankett- und Cateringbereich
- Mitgestalten der Tages-Angebote

Sie bringen mit:
- Engagierte, teamfähige Persönlichkeit
- Dienstleistungsorientierte und flexible Einstellung
- Erfahrung als Führungsperson in gepflegter Gastronomie
- Ehrlichkeit und grosses Verantwortungsbewusstsein
- Freundliche Erscheinung, Motivation und Enthusiasmus
- Deutsche Muttersprache, gute Kenntnisse in Englisch und/oder Französisch

Wir bieten:
- Interessante und abwechslungsreiche Herausforderung
- Freiraum für Ideen und Kreativität
- Gute Rahmenbedingungen
- Vielschichtiges Publikum

Fühlen Sie sich angesprochen und bringen die fachlichen Voraussetzungen und Erfahrungen mit?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Foto an Hotel Kreuz, Hanspeter von Allmen, Kreuzplatz 2, 3510 Konolfingen. Auskunft zu dieser Stelle erhalten sie unter Tel.031 791 10 50.

5905-3272

---

derby hotel
GRINDELWALD

Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 120 Betten und 240 Plätzen in Restaurants und Bars, mitten im Zentrum von Grindelwald gelegen. Durchgehend geöffnet von Dezember bis Oktober.

Möchten Sie im Herzen von Grindelwald, am Fuss der Eigernordwand, vor einer der imposantesten Bergkulissen der Welt arbeiten? Sie lieben es, unsere internationalen Gäste auf freundliche und professionelle Art zu betreuen und zu verwöhnen? Dann kommen Sie in unser Team!

Stv. Chef de Réception
Jahresstelle
Erfahrung im Bereich Gäste-Empfang und Reservation
D, E, F in Wort und Schrift; EDV- und Fidelio-Erfahrung
offene und herzliche Gastgeberpersönlichkeit.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
Derby Hotel Grindelwald
Frau Christiane Märkle oder Frau Liselotte Schmied
E-Mail: derby@grindelwald.ch

Fam. P. Märkle-Bischof • CH-3818 Grindelwald • Tel. +41 (0)33 854 54 61
Fax +41 (0)33 853 24 26 • www.derby-grindelwald.ch • derby@grindelwald.ch

5940-3298

RAUM FÜR KARRIERE

Seit über hundert Jahren gehören wir zu den besten Adressen der Luxushotellerie am Fusse von Eiger, Mönch und Jungfrau; 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 suchen eine kompetente und engagierte Persönlichkeit als:

Assistant Manager Human Resources

per 1. April 2010 oder nach Vereinbarung

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören die selbstständige Abwicklung der Saläradministration inkl. Sozialversicherungen und Quellensteuer sowie administrative Aufgaben. Des Weiteren tragen Sie die Verantwortung für unsere Lernenden und beraten unsere Mitarbeitenden in allen personalrelevanten Fragen.

Sie bringen eine kaufmännische Ausbildung und/oder Hotelfachschule mit und verfügen idealerweise über einen Abschluss als Personalfachfrau/-mann mit eidg. FA. Zudem bringen Sie Erfahrung im Bereich Saläradministration und Personalwesen mit. Sie verfügen über eine strukturierte und exakte Arbeitsweise und stellen Ihr Organisations- und Planungsflair gerne unter Beweis. Weiter verfügen Sie über gute PC-Anwenderkenntnisse (MS-Office) und haben mit Vorteil bereits Erfahrung mit Abacus. Ihre Fremdsprachenkenntnisse in Französisch und Italienisch wenden Sie gerne an. Diskretion, Loyalität sowie Ihre freundliche und ausgeglichene Wesensart runden Ihr Profil ab.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem lebhaften Umfeld. Sind Sie bereit für diese Herausforderung?

Frau Nadine Müller, Leiterin Human Resources, freut sich bereits jetzt auf Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto.

VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION

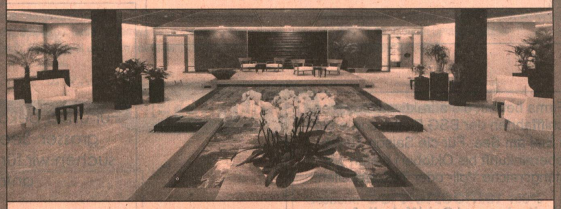
Höheweg 41, 3800 Interlaken
Human Resources, Frau Nadine Müller,
Telefon 033 828 26 77
n.mueller@victoria-jungfrau.ch,
www.victoria-jungfrau.ch

Swiss Deluxe Hotels — The Leading Hotels of the World

★★★★★

CASTELLO DEL SOLE

ASCONA



Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals ausgezeichnet, unter anderem im Jahr 2007 zum Hotel des Jahres GaultMillau, 2008 und 2009 von der Sonntagszeitung als Ferienhotel Nr.1 in der Schweiz, und letztmals 2009 von der Bilanz ebenfalls zum besten Ferienhotel der Schweiz.

Im Sommer 2008 eröffnete das Haus den neuen Castello «SPA & Beauty» auf 2'500m² mit eigener Kosmetiklinie «VineaSole-Cosmetica» und eigener Körperlinie «VinoAqua-Therapie». Selbstverständlich werden noch andere Produkte angeboten. Für das Behandlungsangebot stehen den Gästen 8 bis zu 40m² grosse Behandlungsräume, SPA-Suiten, Wasserwelt, Saunas etc. zur Verfügung. Tauchen Sie ein in die Welt des Castello «SPA & Beauty» unter www.castellodelsole.com.

**GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2010.
SAISONDAUER VOM 26. MÄRZ BIS 24. OKTOBER!**

Für diesen exklusiven Bereich in unserem Hause suchen wir noch folgende erfahrene, teamfähige und immer freundliche Mitarbeiter:

EMPFANG	Réceptionistin d,e,f
KOSMETIK	Kosmetikerin
MASSAGE	Masseurin

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.

GAULT-MILLAU
«GAULTMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

Swiss Deluxe Hotels

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch

RELAIS & CHATEAUX.

Erlebnis waldegg
schnugge bock

Die «Waldegg», nicht einfach ein Restaurant, sondern ein Gesamterlebnis. Eingebettet in einer wunderbaren Landschaft, pflegen wir die traditionelle appenzellische Gastfreundschaft mit einer gutbürgerlichen Küche. Tag für Tag, seit mehr als einem halben Jahrhundert.

Zur Zeit sind folgende Stellen frei:

- **Chef de Partie**
- **Koch**
- **Hilfskoch**

Überzeugen Sie uns von Ihren Qualitäten – und vielleicht überzeugen Sie schon bald unsere Gäste. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Niklaus und Anita Dörig
Äussere Egg 977, CH-9053 Teufen (AR)
Telefon +41 71 333 12 30
E-Mail an: pm@poiseon.com

Erlebnis Waldegg AG, CH-9053 Teufen (AR), +41 71 333 12 30, www.waldegg.ch

5808-3215

AMBASSADOR
HOTEL ★★★★ ZÜRICH

★★★★ HOTEL OPERA ZÜRICH

Sie lieben das Besondere...
Die beiden renommierten Erstklass-Boutique-Hotels Ambassador und Opera sind dank tollen Mitarbeitern und bester Lage im Herzen von Zürich das bevorzugte «home away from home» für unsere Gäste aus aller Welt.

Sie suchen per März/April 10 oder nach Vereinbarung: eine abwechslungsreiche, selbstständige und verantwortungsvolle Stelle als

RECEPTIONISTIN

den Umgang mit netten Gästen aus aller Welt, attraktive Arbeitszeiten, Weiterbildungsmöglichkeiten und aufgestellte Kollegen/innen.

Per März/April 10 suchen wir eine/n junge/n, aufgestellte/n

SERVICEFACHANGESTELLTE/N

In unserem einzigartigen Opernrestaurant (60 Pl.) **À L'OPÉRA**, mit kreativen Fischspezialitäten und Goût-Mieux-Gerichten. Welche/r Spass am Beruf hat und unsere netten Gäste aus aller Welt aufmerksam betreut. Wir bieten Ihnen ein tolles Team und Gäste, die einen guten Service zu schätzen wissen.

Wir suchen: junge, motivierte MitarbeiterIn mit Berufserfahrung in ähnlichen Betrieben und mit guten CH-D-, E-Kenntnissen.

Wir bieten Ihnen: Anstellungsbedingungen, die mann/frau im 2010 erwarten kann.

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

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

5892-3269

★ ★ ★ ★

DIE KRONE.

EIN KÖNIGLICHES VERGNÜGEN SEIT 1418.

In den Restaurants und Bankettsälen des Hotel Krone in Solothurn geniessen seit jeher anspruchsvolle Feinschmecker in königlichem Ambiente eine raffinierte marktfrische mediterrane Küche mit gepflegtem Service.

Zur Stärkung unseres jungen Küchenteams suchen wir per sofort (oder Übereinkunft) ein begnadetes Talent:

Junger Saucier mit Power

Kochen ist Ihre Berufung. Sie lieben die Herausforderung, kreative Höchstleistungen zu vollbringen. Ihre Grundausbildung haben Sie in einem etablierten Betrieb für Feinschmecker absolviert und als Saucier wertvolle Erfahrungen gesammelt. Nun wollen Sie Verantwortung übernehmen, Ihr Fachwissen vertiefen und zum kompetenten **«Sous Chef»** avancieren.

Frau Dörfler freut sich auf Ihren Anruf: +41 32 6264444.

DIE KRONE.
Hotel & Restaurants seit 1418.
Kronenplatz, CH-4502 Solothurn,
www.diekrone.ch info@diekrone.ch

5811-3276

Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

★ ★ ★ ★ ★

CASTELLO DEL SOLE

ASCONA

Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals ausgezeichnet, unter anderem im Jahr 2007 zum Hotel des Jahres GaultMillau, 2008 und 2009 von der Sonntagszeitung als Ferienhotel Nr.1 in der Schweiz, und letztmals 2009 von der Bilanz ebenfalls zum besten Ferienhotel der Schweiz. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 17 GaultMillau Punkten bewertet. Der exklusive SPA-Bereich verfügt über eine Fläche von 2'500m². Den Gästen werden 38 luxuriöse Suiten und Junior-Suiten sowie 43 Zimmer angeboten. Der einzigartige Resort umfasst 14ha.

GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2010. SAISONDAUER VOM 26. MÄRZ BIS 24. OKTOBER!

Folgende Stellen sind durch kompetente und teamfähige Mitarbeiter zu besetzen:

EMPFANG	Réceptionist/in d,e,f
ADMINISTRATION	F & B Mitarbeiter
HOUSEKEEPING	2. Etagengouvernante mit Aufstiegsmöglichkeiten

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.

GAULTMILLAU
«GAULTMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

Swiss Deluxe Hotels

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch

RELAIS & CHATEAUX.

Die 38 exklusivsten Luxushotels der Schweiz
www.swissdeluxehotels.com

Airport Hotel-Bern Restaurant

Herzlich willkommen an Bord!

«Der Meeting Point» direkt beim Flughafen freut sich auf Sie.

Zur Verstärkung unserer Küchen-Crew suchen wir die Fachperson mit Flair am Beruf, der richtigen Prise Kreativität und Freude an einem abwechslungsreichen und vielseitigen saisonalen Angebot.

Per März 2010 ist die Stelle als

Jungkoch/-köchin

mit absolvierter Berufslehre neu zu besetzen.

Auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Bild freut sich:

Frau Ruth Bärtschi, Küchenchefin
Airport Hotel Bern-Belp GmbH
Flugplatzstrasse 57
3123 Belp
Tel. 031 961 61 81
www.airhotel.ch info@airhotel.ch

5917-3281

InterCityHotel STEIGENBERGER HOTELS AND RESORTS

Werden Sie Teil einer einzigartigen Hotelkultur.

Gelegen in einer der berühmtesten Feriendestinationen der Schweiz, bietet das wunderschöne Chalethotel mit 122 Zimmern, 8 Suiten, 1 Appartement, 1 Halbpensionsrestaurant mit 200 Sitzplätzen, 1 à la carte Restaurant mit urigem Charme und 56 Sitzplätzen, 1 Hallenbar mit Lounge-Charakter und großem Kamin, 1 Käse-Chalet sowie 6 Tagungsräumen für bis zu 130 Personen und einem grosszügigen Wellnessangebot alles, um sowohl den Feriengast wie auch den anspruchsvollen Tagungsgast zu verwöhnen.

Wir suchen ab 01.03.2010 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle einen

Verwaltungs- und Personalleiter (w/m)

Ihre zentralen Aufgaben:
- Debitorenbuchhaltung inklusive Mahnwesen sowie Kreditorenkontierung und gleichzeitige Kostenüberwachung
- Kontrolle der täglichen Umsatzerfassung und Auswertungen aus Opera
- Innerbetriebliche Kontrolle und Aufbereitung der administrativen und buchhalterischen Unterlagen für die externe Finanzbuchhaltung der Schweizer Tochtergesellschaft des Konzerns
- Erstellung von Statistiken und monatlichen Ergebnisanalysen
- Unterstützung der Direktion bei der Erarbeitung der betrieblichen Zielsetzungen, der Forecastbearbeitung und der Budgeterstellung
- Auswahl, Betreuung und Entwicklung von Mitarbeitern und Auszubildenden
- Personalverwaltung, inklusive Vor- und Nachbereitung der externen Gehaltsabrechnung
- Koordination und Kontrolle der Dienstpläne

Ihre Qualifikation:
- Abgeschlossene kaufmännische Ausbildung sowie ein- bis dreijährige Berufserfahrung in einem administrativen Tätigkeitsgebiet
- Gute Personal- und betriebswirtschaftliche Kenntnisse, idealerweise erste Erfahrungen in der Personalarbeit
- Kenntnisse des Schweizer Rechtssystems und des Gesamtarbeitsvertrages
- Erfahrung mit den MS-Office-Programmen und Opera
- Erprobte Kenntnisse der deutschen, englischen und französischen Sprache
- Kostenbewusstsein sowie Zahlenverständnis
- Selbstständiges, konsequent verantwortungsvolles und strukturiertes Arbeiten
- Organisationstalent, ausgeprägte Planungs- und Entscheidungsfähigkeit

Sie erwartet ein Arbeitsplatz in einem modernen Unternehmen mit Tradition und zukunftsorientierten Aufgabenstellungen. Die Tätigkeiten sind vielseitig und werden Sie täglich aufs Neue fordern.

Konnten wir Ihr Interesse wecken? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Für Fragen steht Ihnen Herr Martin Sonderegger, Direktor des Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen, unter der Telefonnummer +41 33 748 64 64 gern zur Verfügung.

Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen
Auf der Halten • CH-3792 Saanen
martin.sonderegger@steigenberger.ch • www.steigenbergerhotelgroup.com

STEIGENBERGER HOTEL GROUP
a step into excellence

5934-3293

ENGADIN St.Moritz

Engadin St. Moritz, die Tourismusorganisation im Oberengadin, hat den Auftrag das touristische Angebot des Tals weltweit zu vermarkten.

Unser Ziel ist es, das führende Tourismusteam zu werden und Engadin St. Moritz zur bekanntesten und insbesondere begehrenswertesten Feriendestination der Alpen zu machen.

Wir suchen per 1. März bzw. 1. April 2010 oder nach Vereinbarung für unser Team Produktmanagement

Produktmanager Märkte (100%, m/w)

Sie arbeiten mit in der Konzeption von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen in ausgewählten Märkten, koordinieren Aktivitäten und setzen diese um. Ihnen unterliegen die Erstellung der saisonalen Broschüren und deren Distribution sowie die Betreuung von Angebotsplattformen in Print und Web.

Produktmanager Entwicklung und Promotion (100%, m/w)

In Ihrer Funktion unterstützen Sie die Leitung Produkt Management in der Entwicklung und Bündelung von Produkten und stehen in Kontakt mit unseren Leistungsträgern. Sie bereiten die neuen und bestehenden Produkte zu buchbaren und marktfähigen Angeboten auf. Sie helfen mit in der Konzeption unserer Kommunikationskampagnen und setzen diese um.

Maloja
Sils
Silvaplana
St.Moritz
Celerina
Pontresina
Samedan
Bever
La Punt Chamues-ch
Madulain
Zuoz
S-chanf
Zernez

Sie sind vertraut mit der Tourismusbranche und Ihre Denk- und Handlungsweise ist lösungsorientiert. Sie arbeiten gerne selbständig, erreichen aber auch im Team überdurchschnittliche Leistungen. Bringen Sie zudem eine Ausbildung in Marketing oder verwandten Bereichen (HF, FH o.ä.) sowie aktuelles Wissen in den IT-Anwendungen mit und beherrschen neben der Muttersprache Deutsch auch Englisch und Italienisch, dann sind wir gespannt Sie kennen zu lernen.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden oder mailen Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Bild an:
Engadin St. Moritz, Michael Baumann, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel. +41 81 830 09 22
michael.baumann@sesag.ch, www.engadin.stmoritz.ch

5901-3271

marina
LACHEN SZ

Hier geht's voll ab!

Dort, wo die Sonne am schönsten untergeht, am preisgekrönten Hafen von Lachen SZ, wartet ein rund 70-köpfiges, durch und durch junges und Energie geladenes Team auf seine neuen Kolleginnen und Kollegen. Schauen oder surfen Sie mal rein und bestellen Sie unsere Broschüre. Wir freuen uns auf Sie und Ihre Fähigkeiten!

Marina Gastro GmbH
Bettina Römer, Hafenstrasse 4,
CH-8853 Lachen, +41 (0)55 451 73 73
bettina.roemer@marinalachen.ch
www.marinalachen.ch

JOBS AM SEE

Per sofort oder nach Vereinbarung:
- Servicemitarbeiter/in Lago Lounge
- Commis de Cuisine Osteria Vista
- Chef de Partie Patisserie/Garde-Manger

Saisonstellen ab April / Mai 2010:
- Servicemitarbeiter/innen alle Betriebe
- Commis de Cuisine Osteria Vista
- Housekeeping 50%

5962-3316

EX BAR

Das In-Lokal im Herzen von Davos sucht für unsere Nachtöffnung

Geschäftsführer/-in

ab 30 Jahre CH/D/A
Eintritt Herbst 2010 oder nach Vereinbarung
Wir erwarten:
einwandfreien Leumund, Leistungsausweis und mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe.

Bei Interesse kontaktieren Sie bitte:
H.P. Weller, Ex-Bar, Promenade 63, 7270 Davos Platz
hpweller@bluewin.ch

5947-3304

EINTRETEN UND TRÄUMEN...

HOTEL CENTRAL AM SEE WEGGIS

Für unser Ferienhotel mit À-la-Carte-Restaurant und Seeterrasse suchen wir noch Mitarbeiter/innen, die mit Herz und Seele im Gastgewerbe tätig sind. Unser Haus liegt direkt am Vierwaldstättersee, am Fusse der Rigi, im wunderschönen Weggis.

Réception

Empfangssekretärin D/E/F	April/Mai 2010 Saison

Service

Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F für unser Restaurant	April/Mai 2010 Saison oder nach Vereinbarung
Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F für die Betreuung unserer Hotelgäste	April/Mai 2010 Saison oder nach Vereinbarung

Küche

Souschef	März 2010 Saison
Chef Saucier	April/Mai 2010 Saison
Chef Entremetier	April/Mai 2010 Saison
Chef Tournant	Mai 2010 Saison
Commis de cuisine	April/Mai 2010 Saison oder nach Vereinbarung

Haben Sie Lust, dort zu arbeiten, wo andere Ferien machen? Sind Sie flexibel und teamfähig und lieben Sie den herzlichen Umgang mit Gästen, dann senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Familie Stephan und Diana Meyer.

Hotel Central am See • CH-6353 Weggis • Tel. 041 392 09 09
Fax 041 392 09 00 • E-Mail: info@central-am-see.ch
Internet: www.central-am-see.ch

5956-3312

Paracelsus-Spital Richterswil

Mehr als ein Akutspital

Das Paracelsus-Spital Richterswil ist ein gemeinnütziges Akutspital mit Schwerpunkt Komplementärmedizin in den Bereichen Chirurgie, Urologie, Innere Medizin, Geburtshilfe und Gynäkologie. Die durch Anthroposophie erweiterte Medizin ist Grundlage unserer Arbeit.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung zur Besetzung der neugeschaffenen Stelle eine/n

Leiter/in Restaurant 100%

Sie sind eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit und haben eine fundierte Ausbildung, Fachkompetenz und Erfahrung im Bereich Gastronomie. Sie kennen sich im Gesundheitswesen aus, verfügen über Führungserfahrung, Organisationstalent und bringen die Bereitschaft mit, den Betrieb mit eigenen Ideen mitzugestalten.

Ihre Aufgaben umfassen:
- Verantwortung für eine reibungslose Gastronomiedienstleistung während 365 Tagen im Jahr
- Angebotsplanung, Kalkulation und Verkaufsförderungsmassnahmen
- Planung, Organisation und Durchführung von kleineren und grösseren Anlässen
- Personalplanung und Führung (Team mit 4 Personen)
- Aktive Mitarbeit im Restaurant

Wir bieten Ihnen eine nicht alltägliche Herausforderung in einer noch jungen Institution sowie die Möglichkeit, Ihre Ideen in Projekten einzubringen.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns, Sie kennenzulernen. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unsere Leiterin Hotellerie, Frau Claudine Bögli, Telefon 044 787 20 62

Schriftliche Bewerbungen richten Sie bitte an:
Paracelsus-Spital Richterswil
Herr Alexander Lienhard, Leiter Personalwesen
Bergstr. 16, 8805 Richterswil.
Das Zentrum für Schul- und Komplementärmedizin ambulant und stationär I www.paracelsus-spital.ch

Bitte keine Anrufe von anderen Publikationsorganen

5948-3305

Hotel Therme Vals

Das einzigartige Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort.

Hier suchen wir Sie ab Juni 2010:

In der Küche
Sous-Chef
Chef de partie
Commis de cuisine
150 Plätze, 15 Punkte GaultMillau

Im Roten Saal
ServicemitarbeiterIn
Buffetmitarbeiterin

In der Blauen Halle
Barman / Barfrau
ServicemitarbeiterIn

Auf der Etage
Portier / Nachtportier
Zimmerfrau

In der Therme
Spa-ManagerIn
med. MasseurIn
DisponentIn

Die Saison dauert vom 12. Juni 2010 bis 3. April 2011.
Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto oder melden Sie sich per e-mail bei uns.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
Sonja Dietrich
Therme Vals, 7132 Vals
Telefon 081 926 80 80
Fax 081 926 80 00
e-mail: sonjadietrich@therme-vals.ch
homepage: www.therme-vals.ch

5950-3307

Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlen/BE
info@kreuzwohlen.ch

Wir suchen für unseren traditionellen und lebhaften Landgasthof:

1 Servicemitarbeiter (w/m)
1 Buffetmitarbeiter (w/m)
per 1. April 10 oder nach Vereinbarung

Sie sind: kreativ, flexibel, belastbar und teamfähig, arbeiten gerne in einem aufgestellten, jungen Team dann sind Sie unser neuer Mitarbeiter.

Wir bieten: 2 geregelte Freitage (Montag und Dienstag) marktgerechte Entlöhnung und 5 Wochen Betriebsferien, auf Wunsch ist ein Zimmer im Personalhaus vorhanden

Auf das erste Kennenlernen freut sich Doris Tschannen
(031 829 11 00)

5893-3270

---

hirslanden
Klinik Hirslanden

Die führende Privatklinikgruppe Hirslanden setzt mit ihren Kliniken Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen im Mittelpunkt.

Für einen vielfältigen und anspruchsvollen Aufgabenbereich suchen wir auf den 1. April 2010 eine/n

MITARBEITER/IN FÜR DEN HOTELLERIESERVICE AUF DER PFLEGEABTEILUNG 50–100%

In dieser vielseitigen Funktion engagieren Sie sich für das Wohlbefinden unserer Patienten. Durch Ihre Betreuung, von der Begrüssung am Eintrittstag, Ihrer aktiven Menuberatung während des Aufenthaltes bis zur Verabschiedung am Austrittstag sorgen Sie für einen möglichst angenehmen Spitalaufenthalt.

Sie arbeiten flexibel zwischen Montag und Sonntag von 07.30–18.30 Uhr.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Hotelfachmann/-frau, Restaurationsfachmann/-frau oder Fachfrau Hauswirtschaft. Voraussetzungen für diese vielfältige und abwechslungsreiche Tätigkeit sind sehr gute mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse sowie gute Englischkenntnisse. Als fachlich kompetente Persönlichkeit mit guter Kommunikationsfähigkeit und hoher Sozialkompetenz sind Ihnen Zuverlässigkeit, das Wohlbefinden der Patienten und gute Umgangsformen selbstverständlich.

Wenn Sie gerne in einem gut strukturierten Team arbeiten, die interdisziplinäre Zusammenarbeit schätzen, ein Arbeitsumfeld im Gesundheitswesen mögen und gerne verantwortungsbewusst und selbständig arbeiten, dann sind Sie bei uns richtig.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Klinik Hirslanden Frau Nadine Kaiser Leiterin Hotellerieservice
Witellikerstrasse 40 8032 Zürich T **044 387 25 11** nadine.kaiser@hirslanden.ch

5944-3301

Goldenberg
Essen mit Aussicht

Das Restaurant Goldenberg liegt an herrlicher Aussichtslage über den Rebbergen der Stadt Winterthur. Die herrschaftliche Villa bietet Platz für 120 Personen, im wunderschönen Garten können über 200 Gäste die Aussicht über die Stadt geniessen. Wir bieten eine marktfrische und moderne Küche mit Schweizer Frischprodukten an.

Für die Neueröffnung nach umfassenden Umbauarbeiten suchen wir per Mitte April einen

Sous-Chef (Saucier)

Sie sind ein junger, aufstrebender Berufsmann und haben schon in ähnlicher Position gearbeitet. Sie sind flexibel, legen Wert auf Teamarbeit und können auch selber gut anpacken. Angehende Berufsleute auszubilden und Ihr fundiertes Fachwissen weiterzugeben bereitet Ihnen Freude. Die Vertretung des Küchenchefs an zwei Tagen pro Woche ist für Sie eine willkommene Abwechslung und Herausforderung zugleich.

Sie arbeiten in einer topmodernen, neuen Küche in einem unkomplizierten und angenehmen Arbeitsumfeld. Wir sind ein aufgestelltes und motiviertes Team von 8 bis 10 Mitarbeitern und haben an 7 Tagen geöffnet.

Bitte richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Stefan Erni, Restaurant Goldenberg
Süsenbergstrasse 17, 8400 Winterthur

5886-3264

Suchen Sie den aussergewöhnlichen Arbeitsplatz? Mit täglichem, einzigartigem Ausblick auf die Alpen des Berner Oberlands, zum Beispiel auf Eiger, Mönch und Jungfrau? Für unser klassisches Berghotel auf 2'266 m ü.M., auf dem Grat des Brienzer Rothorns im Berner Oberland gebaut, suchen wir für unseren gepflegten Service auf die kommende Saison 2010 (ab 5. Juni – 25. Oktober 2010)

- **Serviceangestellte(r)***
- **Sous Chef***
- **Köchin/Koch***
- **Küchenchef***

*Nur Personal mit abgeschlossener Berufslehre und/oder Erfahrung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an folgende Adresse:

Brienz Rothorn Bahn AG, Hotel Rothorn Kulm
Postfach, 3855 Brienz

Für telefonische Auskünfte bitte 041 488 14 20
Familie Bieri, Gastgeber Hotel Rothorn

HOTEL ROTHORN KULM

5761-3170

BERGBAHNEN • HOTELS • KONGRESSE
STEILSTE ZAHNRADBAHN DER WELT
PILATUS LUZERN

Die PILATUS-BAHNEN AG mit der steilsten Zahnradbahn der Welt und dem «Berg voller Möglichkeiten» bieten ihren Gästen aus der Schweiz, Europa und Übersee das ganze Jahr ein vielseitiges Angebot.

Für unsere Hotels Bellevue und Pilatus-Kulm suchen wir für die Zeit von **April bis September 2010** eine/n

PRAKTIKANT/IN FÜR ASSISTENZ SEMINARE & BANKETTE 100%

Ihre Aufgaben: Sie unterstützen die Leiterin Administration H&G von der Annahme über das Offerten- und Bestätigungswesen bis hin zur Durchführung eines Anlasses. Bei Bedarf unterstützen Sie die Rezeption beim Check-in und Check-out sowie bei weiteren Front Office-Tätigkeiten. Sie sind Ansprechperson und Betreuer/in unserer Gäste zugleich.

Ihr Profil: Sie haben vorteilsweise bereits an einer Hotelrezeption gearbeitet und kennen somit die verschiedenen Tätigkeiten des Front Offices. Dank Ihrer Selbständigkeit und Ihrem Organisationstalent behalten Sie auch unter Druck und in hektischen Zeiten Ihren Humor und beide Füsse auf dem Boden. Sie sind bereit, zirka zweimal pro Woche auf Pilatus Kulm zu übernachten. Wochenendeinsätze und flexible Arbeitseinsätze machen Ihnen nichts aus. Die Sprachen Deutsch und Englisch beherrschen Sie in Wort und Schrift, weitere Sprachenkenntnisse von Vorteil. Gute EDV-Anwenderkenntnisse (MS Office, Protel) sowie eine ausgeglichene, teamfähige und sehr dienstleistungsorientierte Persönlichkeit runden Ihr Profil ab.

Unser Angebot: Wir bieten Ihnen ein sechsmonatiges Praktikum, bei der Selbständigkeit und Eigenverantwortung gefragt sind. Es erwarten Sie ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer dynamischen Unternehmung sowie ein ungewöhnlicher Arbeitsplatz auf 2132 m ü.M.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige und schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau Ruth Ott, Leiterin Personal. Telefon 041 329 11 30.

PILATUS-BAHNEN AG
Schlossweg 1 · CH-6010 Kriens/Luzern
Tel +41 (0)41 329 11 11 · Fax +41 (0)41 329 11 12
E-Mail: info@pilatus.ch · Internet: www.pilatus.ch

SGS SGS Quality. Our Passion.

5914-3278

Die Gastronomiegruppe zfv

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die

Gastronomie im Stadion Letzigrund

Badenerstrasse 500, 8048 Zürich

suchen wir per sofort einen

Mitarbeiter Aussenstände

Ihre Aufgabe: Sie unterstützen den Leiter Logistik und Aussenstände bei der Bestückung der bis zu 40 Aussenstände, helfen beim Einkauf der dazu benötigten Waren, kontrollieren die Warenannahme sowie die Abholung dieser. Im Weiteren sind Sie für die Lagerbewirtschaftung, die Mithilfe bei der Personalführung der bis zu 200 Aushilfen, die Durchführung von Veranstaltungen im Bereich der Aussenstände sowie die Nachbearbeitung der jeweiligen Anlässe zuständig. Langfristig sind Sie auch in der Lage, selbständig Veranstaltungen durchzuführen. Die Arbeitszeiten gestalten sich flexibel nach Spieltagen und Anlässen. Während den Spielpausen bleibt das Stadion jeweils geschlossen.

Ihr Profil: Sie sind eine belastbare Person, welche sich durch eine hohe Flexibilität auszeichnet. Sie sind ein Teamplayer und verfügen von Vorteil über eine Ausbildung im Gastronomiebereich. Ebenfalls sind sie kräftig und körperlich fit. Erfahrung im Bereich Logistik und oder Einkauf sind von Vorteil. Die Fähigkeit, vernetzt zu denken sowie eine schnelle Auffassungsgabe sind für diese Position unumgänglich. Ebenso sollten Ihnen organisatorische Aufgaben keine Probleme bereiten. Weitere Anforderungen sind gute Deutschkenntnisse (Kenntnisse in E / F von Vorteil) sowie gute Kenntnisse in MS-Office.

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 Anina Haertsch, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

5926-3287

Sporthotel Wildstrubel
CH–3775 Lenk im Simmental
www.stelladellago.ch

Herzlich Willkommen im Mittelpunkt an der Lenk

und im aussergewöhnlichen «Sporthotel Wildstrubel». Zur Verstärkung der jetzigen Wintersaison sind Sie unsere begeisterungsfähige Persönlichkeit als:

- **Rezeptionist/in D/F/E**
  (mit Ablösung der Chef Rezeption, Fidelio-Erfahrung und in Ganzjahresstelle)
- **Anfangs-Oberkellner m/w**
  (bis Ostern und für die Sommersaison 2010)

Wir wünschen uns belastbare Persönlichkeiten mit Ausstrahlung, die sich in ein junges, aufgeschlossenes Team integrieren. Im Mittelpunkt Ihres Strebens stehen die Zufriedenheit unserer Gäste und ein dynamisches, motivierendes Miteinander.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten und schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Gehaltsansprüchen an:

Sporthotel Wildstrubel AG
Joe F. Theiler, Dir., Lenkstrasse 8, 3775 Lenk im Simmental
Tel. 033 736 31 11, Fax 033 733 31 51, www.wildstrubel.ch

5920-3283

hoteljob.ch

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
General Manager	International	J10037
Geschäftsführer	Region Zürich/ Schaffhausen	J10004
Gastronom für Geschäftsführung	Region Bern	J10048
GastgeberIn	Region Bern	J9842
Leiter Restaurationsbetriebe m/w	Region Basel	J10040
Hausmeisterehepaar in Mallorca	International	J10038

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
E-Marketing Manager/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J9835
Director of Sales	Region Zürich/ Schaffhausen	J9836
Quereinsteiger/Innen in den Direktvertrieb		J9987
Sales Manager (m/w)	Region Basel	J9830

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sachbearbeiter F&B (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10045
Assistent/in der Bereichsleitung	Region Zürich/ Schaffhausen	J10049

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Receptionsmitarbeiter(in)	Region Mittelland (SO,AG)	J9833
Night Audit / Réceptionniste de nuit (remplacant / tournant)	Region Waadt/ Unterwallis	J10007
Receptionist/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J9998
Chef de reception	Region Bern	J9823
Receptionist/in (w / m)	Region Mittelland (SO,AG)	J9989
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J10005
Reservations agent (Malediven)	International	J9820
Stv. Chef de Réception	Region Bern	J10046
Front Office Manager/in	Region Graubünden	J10022

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Weinberater	Region Bern	J10001
F&B Assistentin	Region Zentralschweiz	J10021
Praktikantin - F&B Koordination (Malediven)	International	J9829
Stv. Storemanager m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J10047
F&B Koordinatorin (Malediven)	International	J9828
Jungkoch	Region Bern	J9986
Commis de cuisine (w / m)	Region Mittelland (SO,AG)	J9988
Koch	Region Bern	J10023
Küchenchef M/F	Region Ostschweiz	J9992
Küchenchef/in und Leiter/in Service	Region Zürich/ Schaffhausen	J9993
Kochpersönlichkeit	Region Bern	J9834
Chef de partie (Irland - Wexford)	International	J10006
Chef de Partie (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10043
Commis de cuisine tournant	Region Waadt/ Unterwallis	J10011
2. Sous Chef	Region Zentralschweiz	J10019
Sous-Chef / Tournant (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10018
Sous Chef (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10041
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10031
Chef patissier (England - London)	International	J10034
Chef de Partie	Region Bern	J9837
Commis de Cuisine	Region Bern	J9838
Chef de partie	Region Neuchâtel/ Jura	J10027
Küchenchef m / w	Region Bern	J10039
Jungkoch	Region Bern	J10026
Küchenchef	Region Bern	J9840
Stv. Küchenchef	Region Bern	J9841
Küchenchef (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10024
Chef de partie (England - Evershot)	International	J9844
Chef de partie	Region Bern	J9849
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J9825
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J9824
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J9832
Sous chef	Region Mittelland (SO,AG)	J9985
Servicefachangestellte/r	Region Mittelland (SO,AG)	J10052
Sommelier (Luxury river cruise liner)	International	J9822
ServicemitarbeiterIn	Region Bern	J9839
Chef de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J9843
Bankettleiter	Region Bern	J9855
ServicemitarbeiterIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J9856
Chef de rang (England - Newick)	International	J10002
BetriebsassistentIn	Region Basel	J10014
Servicefachangestellte	Region Basel	J10015
Chef de Service	Region Basel	J10016

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsassistent/in	Region Basel	J10017
Servicefachangestellte / Bardame	Region Ostschweiz	J10013
Stv. Chef de Service	Region Zentralschweiz	J10020
Chef de rang	Region Graubünden	J10028
Commis de rang	Region Bern	J10029
Chef de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J10030
Demi-chef de rang	Region Graubünden	J10035
Chef de rang	Region Bern	J10036
Stv. Restaurationsleitung	Region Bern	J9858
Restaurantleitung (m/w)	Region Graubünden	J10042
Chef de Rang (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10044
Stv. Gastgeber (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10050
Service-, Buffet-, und Bankettaushilfen auf Abruf	Region Zürich/ Schaffhausen	J10051

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Bartender m/w (Luxury river cruise liner)	International	J9854
Anlassleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10025
Barfachangestellte/r	Region Graubünden	J10003

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistant executive housekeeper (Malediven)	International	J9821
Gouvernante	Region Graubünden	J9991
Gouvernante	Region Graubünden	J9831

Technik / Hauswart

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Collaborateur technique (H/F)	Region Waadt/ Unterwallis	J10010

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Lehrstelle als Restaurationsfachmann/ -frau	Region Zürich/ Schaffhausen	J9757
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5551
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
B812	Administration, Geschäftsführer, F&B,	33	AT	per sofort	D|F
B907	Assistant (F&B, Bankett, Event, Catering)	29	SVK	per sofort	D|E|SK
B332	Betriebsassistent / Stv. Geschäftsführer / Chef de Service	30	CH	per sofort	D|F|E
B92	Betriebsleiteras./Chef de Service/Stev. Chef de Service/Stev. Restaurantleiter/Chef de Rang	29	CH	per sofort	D|F|E|ES
B847	CEO, GM, Direktion, Verwaltung, Bereichsleitung	44	CH	per sofort	D|F|E|PT
B904	Chef de Serviec/Geschäftsführerin	37	Ch	per sofort	D|F|I|E
B872	Direktion Geschäftsleitung	47	CH	per sofort	D|F|I|E| /NO
B853	F&B/HR	26	CH	per sofort	D|F|I|E
B856	Führungspositionen in diversen Rubriken	24	CH	per sofort	
B916	Geschäftsführer		CH	per sofort	D|E|NL
B666	Geschäftsführer / Betriebsleiter	30	DE	per sofort	D|E
B891	Kaderpos. im Tourismus, Geschäftsführer oder As. mit Aufgaben in Verkauf, Guest Relation, Marketing, PR	33	AT	per sofort	D|F|I|E
B796	Kellner	32	CH	per sofort	D|E|GR
B807	Küchenchef	38	DE	per sofort	D|E
B913	Massage, Wellness- und Spa	46	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B883	Masseur ca. 40%	45	CH	per sofort	D|E
B835	Planung/Logistik, Projektmanagement, Gastro-Konzeption, Direktionsas., Betriebsas.	30	DE	per sofort	D|F|E
B892	Restaurantleiter	54	DE	per sofort	D
B830	Restaurationsfachfrau	21	CH	per sofort	
B841	service	44	GR	per sofort	D|E
B329	Servicefachangestellter mit Verantwortung, Chef de service	53	AT	per sofort	D|F|E
B887	Service/ hef de Service	36	PT	per sofort	D|I|E|PT/ES
B3	Servicemitarbeiter	43	CH	per sofort	D|F
B783	Servicemitarbeiterin	56	CH	per sofort	D|E
B898	Service/Restauration/Bar/Events/Bankett	20	CH	per sofort	D|E
B590	Sous Chef,Chef de partie	35	HU	per sofort	D|E|HU

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 8. 2. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

AMBASSADOR SPA
HOTEL KONGRESSE RESTAURANTS

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

- Chef de Partie für unser À-la-carte-Restaurant «Le Pavillon»
- Commis de Cusine für unser À-la-carte-Restaurant «Le Pavillon»
- Commis de Rang für unser À-la-carte-Restaurant «Le Pavillon»
- Teppan-Yaki-Koch für unser Japanisches Restaurant «Taishi»
- Sushi-Koch für unser Japanisches Restaurant «Taishi»

Aussagekräftige Bewerbungen bitte an:
Hotel Ambassador & Spa, Thomas Kübli
Seftigenstrasse 99, CH - 3007 Bern
thomas.kuebli@fhotels.ch
www.ambassadorbern.ch

5889-3267

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem neuen 3-Sterne-Hotel?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung oder 1. März

Chef de Service/Stv. der Besitzerfamilie

Wir stellen uns eine kommunikative und frontorientierte Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht. Sie überzeugen uns durch Ihr Organisationstalent und die Liebe zum Detail. Sie sind verkaufsorientiert, führungsstark und verfügen über Fachkompetenz.

Servicefachangestellte

für den gepflegten À-la-carte- und Bankettservice, mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche.

Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service?

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

GASTHOF RÖSSLI ZUZWIL

Hotel Rössli
9524 Zuzwil, bei Wil
Tel. 071 944 11 33
www.roessli-zuzwil.ch

5597-3061

HOTEL RESTAURANT
MEIELISALP

BEGEGNUNG MIT AUSSICHT...

Arbeitsplätze mit Aussicht!
Persönliche und fachliche Entwicklung!

Möchten Sie zum Wohl unserer Gäste beitragen?

Für die Sommersaison 2010 suchen wir:

Serviceangestellte
Serviceaushilfen
Koch mit zusätzlicher Verantwortung
Praktikanten m/w

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

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

5931-3292

---

hpmisteli

betreuung | realisierung | planung | konzept

Die Sammlung Oskar Reinhart «Am Römerholz» in Winterthur gehört zu den bedeutendsten Privatsammlungen des 20. Jahrhunderts. Sie ist im ehemaligen Wohnhaus des Sammlers mitten in einer historischen Parkanlage untergebracht und umfasst eine konzentrierte Auswahl von Spitzenleistungen der europäischen Kunst. Zu diesem inspirierenden Umfeld gehört auch das Museumscafé, welches den exklusiven Kunstgenuss mit innovativen Gaumenfreuden abrundet und interne wie externe Anlässe betreut.
Im Mittelpunkt des kreativen Gastronomiekonzepts stehen attraktive, leckere, vielseitige Angebote, überraschende Dienstleistungen und Sie als kommunikative/r und verbindliche/r

Gastgeber/in (Mieter/in)

Sie führen das neu umgebaute Museumscafé (ab Ende Oktober 2010) als eigenständige/r Unternehmer/in, nutzen die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten und prägen diesen lebendigen Betrieb mit viel Flair und Liebe an kleinen Details. Ihre offene Art und Ihre Freude am Umgang mit Menschen, machen es zum nachgefragten Treffpunkt für Museumsbesucher wie externe Gäste.
Sie sind Profi oder kompetenter Quereinsteiger. Idealerweise verfügen Sie über eine gastronomische Grundausbildung in der Küche, haben den Fähigkeitsausweis und konnten Erfahrung in der Führung eines ähnlichen Betriebes sammeln.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf ihre schriftliche Kontaktnahme und lassen ihnen gerne unsere Mieter-Dokumentation zukommen.

hpmisteli, hotel- & gastrokonzepte
wattenwylweg 28, 3006 bern
info@hpmisteli.ch | www.hpmisteli.ch

5928-3289

Linde

wtg.ch

Wir suchen per 1. März 2010

Chef de partie

vorwiegend für kalte Küche/Vorspeisen/Dessert usw.

Jungkoch

Sie lieben den kreativen Umgang mit saisonalen Frischprodukten, arbeiten gerne im Team und sind auch in hektischen Zeiten belastbar und ruhig.

Sind Sie motiviert, in einem gepflegten Gildenbetrieb (14 Gault-Millau-Punkte) mitzuarbeiten, dann freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.
Unser Team freut sich über sympathische Verstärkung.

★★★

Hotel Restaurant Linde · Klosterplatz
Silvia & Geri Nussbaumer-Kälin · CH-8840 Einsiedeln
Tel. 055 418 48 48 · hotel@linde-einsiedeln.ch
www.linde-einsiedeln.ch · **Mittwoch Ruhetag**

Schweizerische Gilde etablierter Köche

5955-3312

Hotel Brienz

Hotel Brienz

Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch – Fischküche mit Auszeichnung

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

...sucht per 1. Mai oder nach Vereinbarung für die Sommersaison,

eine/n selbständige/n und kreative/n

Chef de Partie (m/w)
mit einem Flair für unsere feine Fischküche,

eine/n
Commis de cuisine (m/w)

sowie

eine/n
Réceptions-Praktikantin/-en D/E/F
die/der auch gerne im Service mithilft, evtl. auch von einer Hotelfachschule.

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

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

5877-3255

RESTAURANT FROHSINN
Restaurant
FROHSINN
Udligenswil

Gesucht per sofort

Koch

Jungkoch

in Spezialitäten-Restaurant (10 km ausserhalb der Stadt Luzern).

Wir freuen uns auf Ihren Anruf

Fam. Röthlin
Tel. 041 371 13 16

5763-3176

Für unseren Familienbetrieb am Thunersee suchen wir per 22. April 2010 in Jahresstelle eine freundliche und zuverlässige

Servicefachangestellte (Pensum 20%),

sowie eine

Hotelfachangestellte (Pensum 100%)

Sie sind begeisterungsfähig und helfen gerne mit, unsere anspruchsvollen Gäste zu verwöhnen.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:
Veronika und Walter Maurer-Aegerter
Hotel Bellevue, Postfach 170,
Seestrasse 36, 3700 Spiez
www.bellevue-spiez.ch
E-Mail: hotel@bellevue-spiez.ch

5949-3306

---

jucker farmart®

Pack die Gelegenheit und werde ein Teil unseres motivierten Teams! Ideen werden bei uns nicht nur gesammelt, sondern auch umgesetzt. Freue dich ausserdem auf die Arbeit in einem ländlichen Ambiente an bester Lage auf unserem Erlebnisbauernhof in Seegräben. Unsere Jobs sind vielseitig und du wirst jeden Tag aufs Neue gefordert.

Zur Verstärkung unseres HofChuchi-Teams suchen wir per **1. April 2010:**

Jungkoch (100%, w/m)

Chef de Partie Tournant (100%, w/m)

Lehrling (ab August 2010, w/m)

Unsere neu umgebaute HofChuchi wird am 1. April 2010 eröffnet. Wir bieten dir einen modernen Arbeitsplatz mit abwechslungsreichem und interessantem Stellenprofil in verschiedenen Bereichen wie Tagesgastronomie, Bankette, Herstellung von Eigenprodukten und Gebäck.

Um unser Team während unserer **Hauptsaison (April – Oktober)** zu ergänzen, suchen wir:

Servicefach-Angestellte (100%, w/m)

Mitarbeiter Gastro und Verkauf Hofladen (60%–100%, w/m)

Verkaufspersonal (Teilzeit an Wochenenden, w/m)

Bist du engagiert und macht es dir Spass, Gäste zu verwöhnen? Arbeitest du gerne mit anderen Menschen zusammen? Bist du offen und kommunikativ und suchst eine neue Herausforderung, in der du auch deine kreative Ader ausleben kannst? Ist dir Abwechslung wichtig und möchtest du gerne Verantwortung übernehmen? Wenn du aufgestellt und flexibel bist, dann bist du in unserem lebhaften Betrieb genau richtig. Wir freuen uns auf deine vollständige schriftliche Bewerbung per E-Mail oder auf dem Postweg an:

Jucker Farmart AG
Susanne Vontobel, Dorfstrasse 23, 8607 Seegräben
susanne.vontobel@juckerfarmart.ch

5888-3266

HOTEL LINDENHOF

Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am schönen Brienzersee mit 40 Themenzimmern und über 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bankett- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Alles in ruhiger, grosszügiger, grüner Umgebung, für Gäste, die das Besondere suchen!

Für die bevorstehende Sommersaison suchen wir folgende Team-Mitglieder:

Chefs de Partie Garde-manger ab März **und Entremetier** – ab April
welche durch ihre Erfahrung bereit sind, einen Posten zu führen und mit eigenen Ideen unseren Küchenchef nachhaltig zu unterstützen.

Commis de cuisine ab Mai
die mit Leib und Seele dem Kochen verfallen sind und aus unserer marktfrischen Kräuterküche Gerichte hervorzaubern, die man nicht überall geniessen kann.

Servicefachangestellte D/F/E, ab April und Mai
die unseren grossen Stammgästekreis während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwöhnen möchten.

Réceptionspraktikantinnen D/F/E, ab Mitte Mai
welche unsere Gäste mit einem herzlichen und ehrlichen Lachen empfangen, professionell umsorgen und betreuen.

Zimmerdamen D, ab Mai
die unseren Gästen mit den Erlebniszimmern das spezielle Ambiente vermitteln.

Wenn Sie Lust haben, in unserem jungen, motivierten Team mitzuwirken, dann senden Sie uns Ihre Unterlagen oder greifen für weitere Fragen zum Telefon. Herr Imhof und Frau Gerber geben Ihnen gerne Auskunft.

Hotel Lindenhof 3855 Brienz / 033 952 20 30 / www.hotel-lindenhof.ch

5653-3093

Restaurant Rôtisserie
WILDSTRUBEL
Boden – 3715 Adelboden

WIR, ein junges und kleines Team mit viel Witz, suchen **ab sofort**

Servicefach-Angestellte (w)

Deutsch sprechend, mit Erfahrung im À-la-carte-Service und Direktinkasso.

Unser Restaurant ist mitten im Schneesportgebiet Adelboden-Lenk, dänk...!

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Therese Aellig, Restaurant Wildstrubel
Kreuzgasse 8, 3715 Adelboden
Tel. 033 673 21 07, Fax 033 673 21 11
www.restaurant-wildstrubel.ch

5909-3274

Best Western

BEST WESTERN
HOTEL & RESTAURANT
GRAUHOLZ
TREFF BEI BERN
Autobahn A1, CH-3063 Ittigen/Bern

Das Restaurant Grauholz befindet sich auf der Raststätte Grauholz, es ist eines der wenigen bedienten Restaurants an der Autobahn A1. Leicht zu erreichen, verfügt über 250 Sitzplätze und ist ein lebhafter Betrieb.

Wir suchen **per 1. Mai 2010** oder nach Vereinbarung

eine Persönlichkeit als Chef de Service 100%-Pensum

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Anstellungsbedingungen, ein spannendes Umfeld, vielseitige, abwechslungsreiche Aufgabe sowie die Möglichkeit selbständig zu arbeiten. Zudem wartet ein eingespieltes, aufgestelltes und routiniertes Team auf Sie!

Voraussetzungen, die Sie mitbringen sollten:
- offener und herzlicher Gastgeber
- kommunikatives, gepflegtes, stilsicheres Auftreten
- Sprachkenntnisse D/F/E in Wort
- abgeschlossene Lehre oder langjährige Erfahrung
- Kenntnisse in Microsoft Office
- idealerweise verfügen Sie über einen Führerausweis und ein Auto

Sind Sie voller Elan und möchten sich auf eine neue Herausforderung einlassen und Neues lernen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Daniel Leuenberger, Direktor
A1 Hotel Restaurant Grauholz AG, Autobahn A1, 3063 Ittigen/Bern, Tel. 031 911 25 45 / direktion@restaurantgrauholz.ch

5939-3297

hoteljob.ch hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

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.

★★★★★
Grand Hotel
Villa Castagnola

Il Grand Hotel Villa Castagnola, unico 5 stelle superior di Lugano, ricco di tradizione e prestigio, situato sulle sponde del lago di Lugano conta 61 camere e 23 suites, i ristoranti gastronomici «Le Relais» con terrazza nel parco e «Arté al Lago», sale banchetti e sale conferenze.

Per potenziare il nostro giovane e dinamico team cerchiamo:

Cucina:

Chef de Partie
Commis di Cucina

Ristorante:

Commis di Ristorante

con esperienza nel settore alberghiero, spirito d'iniziativa ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato e personalizzato.

Aspettiamo con piacere la vostra candidatura completa di C.V., foto e copie dei certificati tramite posta o via e-mail.

Verranno prese in considerazione unicamente le candidature complete e in possesso dei requisiti richiesti.

Ivan Zorloni, Dir.,
Grand Hotel Villa Castagnola
hr@villacastagnola.com

Grand Hotel Villa Castagnola
Viale Castagnola, 31 – CH-6906 Lugano
Tel. + 41 (0)91 973 25 55 – Fax + 41 (0)91 973 25 50
E-Mail: info@villacastagnola.com – Website: www.villacastagnola.com

5890-3268

HOTEL INTERNATIONAL, LUGANO
80-Zimmer, renomiertes zentralgelegenes Hotel sucht für Sommersaison:

RECEPTIONIST/IN
Sprachen I,D,F,E

KELLNER/IN
für Frühstück-Service/ Halbpension

Als fachlich kompetente Persönlichkeiten verfügen Sie über mehrjährige Berufserfahrung.

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

5895-3295

CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO

Für die Sommersaison 2010 bieten wir in folgenden Bereichen Arbeitsstellen an:

FRONT-OFFICE Mitarbeiter/in
SERVICE Fachangestellte/er und Commis
SWIMMING-POOL und POOLBAR Mitarbeiter/in
NIGHT-AUDIT Mitarbeiter
KÜCHE Koch/Köchin und Office Mitarbeiter
ZIMMERREINIGUNG-ETAGE Mitarbeiterin

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

CONTINENTAL
PARKHOTEL
Edgar Fassbind
Via Basilea 28
CH-6900 Lugano
Tel. 0041(0)91 966 11 12
Fax 0041(0)91 966 12 13
www.continentalparkhotel.ch
info@continentalparkhotel.ch

5411-3104

International

club-hotel tirreno

Sommersaison auf Sardinien!

Für die kommende Sommersaison suchen wir die folgenden Mitarbeiter:

Réceptionist / Réceptionistin
Sprachen: Deutsch und Italienisch, Französisch von Vorteil
(ab ca. Anfang April bis Mitte Oktober)

Kinderanimatorin / Kinderbetreuerin
Erfahrung in der Kinderbetreuung wird vorausgesetzt
Sprachen: Deutsch und Italienisch
(ab Mai bis Mitte Oktober)

Sportanimatoren
Sprachen: Deutsch und Italienisch
(ab Mitte April bis Mitte Oktober)

Interessiert?
Herr Luc Schwarz erwartet gerne Ihre vollständige Bewerbung per Fax oder E-Mail.

Club Hotel Tirreno
Loc. Cala Liberotto
I – 08028 Orosei /NU (Sardinien, Italien)
www.clubhoteltirreno.it

Tel. 0039 / 0784 / 990 653 (8.00 h – 14.30 h)
Fax 0039 / 0784 / 91132
E-Mail: luc.schwarz@clubhoteltirreno.it

5910-3275

Für kleines, feines **Hotel** in **F-Languedoc** - unter CH-Führung - suchen wir eine/n erfahrene/n

Koch/Köchin für
Sommersaison (April–Okt.) in Südfrankreich

Was Sie erwartet:
- sehr schöne Landschaft und Sonne - sympathische Hotelgäste, mehrheitlich Seminargäste/Wochenkurse - charmantes Restaurant mit ca. 40 Plätzen, kleine Terrasse - gut ausgestattete Küche.

Was wir erwarten:
- Gelernte/r Koch/Köchin mit guter Berufspraxis - Flair für eine kreative und gepflegte französische Küche - Weinkenntnisse von Vorteil - gute Französisch-Kenntnisse sind Bedingung.

Telefonische Infos oder senden/mailen Sie uns Ihr Dossier:
0049(0)61-313 40 10, Mail: m.otterbach@pmo-personal.ch
PMO, Frau Otterbach, St. Alban-Anlage 64, CH-4052 Basel

5929-3290

Das Relais & Châteaux Post Hotel & Spa liegt im Zentrum des Banff National Parks in den "Canadian Rockies". Mit 100 Zimmern und Suiten, seiner renomierten Küche und einem 25,000 Flaschen Weinkeller, gehört es heute zu den besten Adressen Nordamerikas.

Für naturverbundene Bewerber, mit Ausbildung in den entsprechenden Bereichen und Freude am Kontakt mit internationalen Gästen, offerieren wir die folgenden Positionen auf 1. Mai 2010:

Etagengouvernante
Chef de Partie
Chef de Rang
Bar

POST HOTEL & SPA
LAKE LOUISE

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und sich für ein Jahr Auslandaufenthalt verpflichten können, empfangen wir Ihre Unterlagen gerne per Mail, Fax oder Post.

Relais & Châteaux Post Hotel & Spa
P.O. Box 69
Lake Louise, AB T0L 1E0
Kanada
E-mail: andre@posthotel.com
Fax 001 403 522 3966

Ein 1-Jahr-Visum für qualifizierte Bewerber bis zum 35. Altersjahr ist über das Young Worker Youth Mobility Program erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

5831-3227

Stellengesuche

Cuoco, con lunga esperienza lavorativa svizzera-italia.
Per prossimi 3 anni cerco nuovo impiego con inizio da maggio in poi con disponibilità trasferimento.
Lombardo Nicola
Tel. 079 633 03 78, ab 14–17 h.

5887-3265

Erfahrenes Hotelier-Ehepaar sucht die neue Herausforderung ab 2011!

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

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

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

Erste Kontaktaufnahme ist erbeten unter Chiffre 5401-2934 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

5401-2934

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

htr hotelrevue – stellen revue / marché de l'emploi – immobilienrevue / marché immobilier

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Hobmeier
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger
Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss, Monika Hausammann

E-Mail: inserate@htr.ch / **Homepage:** www.htr.ch
Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) **/ Tarif des annonces** (par mm et colonne):

Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue		
– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue	CHF 1.60	4-farbig/quadri CHF 2.10
– Stellenangebote / Demandes d'emploi	CHF 1.60	4-farbig/quadri CHF 2.10
– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus	CHF 1.80	4-farbig/quadri CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / seulement demande d'enploi)
1 Woche / semaine CHF 50.–, 2 Wochen / semaines CHF 70.–, 4 Wochen / semaines CHF 100.–

Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces		
– Immobilien / immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces	CHF 1.60	4-farbig/quadri CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine

	Nr. 7/2010	Nr. 8/2010	Nr. 9/2010	Nr. 10/2010
– Ausgabe / Numéro				
– Erscheint / Parution	18. 2. 2010	25. 2. 2010	4. 3. 2010	11. 3. 2010
– Anzeigenschluss / Délai	15. 2. 2010	22. 2. 2010	1. 3. 2010	8. 3. 2010

Anzeigenschluss / Délai **Stellen / annonces emploi** Mo / Lu 12 Uhr **Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique** Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern
Numéros couplés Nr. 27/28 / 8. 7. 2010 Nr. 29/30 / 22. 7. 2010 Nr. 50/51 / 16. 12. 2010

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

Auflage WEMF-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REMP 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

immobilienrevue htr
marché immobilier

htr hotel revue Nr. 6 / 11. Februar 2010

Auch unterwegs.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

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 Wirtschaftlichkeit/ Marketingkonzepte
- Projektentwicklung/Optimierung
- Rekrutierung Direktion, Kader, Betriebsgruppe
- Nachfolgeregelung, Vermittlung bei Rechtsstreitigkeiten u.a.m.

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

5212-2815

A remettre au 1er janvier 2011

Restaurant gastronomique

Dans cadre idyllique de la vieille-ville de Fribourg. Restaurant de 60 places, brasserie de 25 places et terrasse de 40 places.
Ecrire sous chiffre:
P 017-918382 à Publicitas SA, case postale 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

5874-3253

Café-Restaurant
à vendre à Fribourg (Suisse).
Raison d'âge après 25 ans d'exploitation.
Idéal pour jeune couple.
Pierre Wirz, tél. 079 434 90 34

5767-3180

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen in CH-Stadt
Grosser Restaurationsbetrieb
mit Fr. 7 MIO Umsatz

Der Betrieb verfügt über 480 Pl. in verschiedenen Lokalitäten, genügend Parkplätze und befindet sich in einem neuw. baulichen Zustand. Eigenkapital Fr. 800'000.--. Das Betriebsergebnis 1 beträgt Fr. 1'600'00.--

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

5876-3254

Saas-Fee
SAASTAL

Im Auftrag unserer Mandantschaft suchen wir per **1. Mai 2010** oder nach Vereinbarung

Mieter oder Mieterpaar mit Erfahrung

für das **Hotel Astoria** in Saas-Fee.

Grosszügiges 3-Sterne-Hotel im Zentrum von Saas-Fee. Die Bergbahnen befinden sich in unmittelbarer Nähe. Panoramablick auf die faszinierende Berg- und Gletscherwelt.

An nutzbaren Betriebskapazitäten sind vorhanden:

- Hotelbetten (exkl. möglicher Zusatzbetten): 55 Betten
- Dachgeschoss:
  - 2x Dreibett-Zimmer: 6 Betten
  - Attikawohnung: 7 Betten
- Wellness (Aromabad, Dampfbad, Erlebnisdusche, Whirlpool, Solarium, Sauna)

Auskunft und Besichtigung:

TS TREUHAND UND VERWALTUNG
STEFAN SUPERSAXO 3906 SAAS-FEE

Telefon 027 957 11 44
Fax 027 957 14 42
E-Mail stefan.supersaxo@rhone.ch

5885-3263

Gelesen von Entscheidungsträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue