Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 11

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: 06.07.2025

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

261

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
031B
D1 D1
006
002F
3D

htr hotel revue
avec cahier français
18. März 2010
Nr. 11 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 176 Stellenangeboten

Wein
In Italien macht der Winzer Lodovico Antinori Druck auf die «Supertuscans», die er selbst erfand.
Seite 16

Esprix 2010
Der renommierte Esprix Swiss Excellence Award 2010 geht ans Seedamm Plaza Hotel in Pfäffikon.
Seite 14

Ortsplanung
Westschweizer Ferienorte wie Verbier wollen fussgängerfreundlicher werden.
Seite 20

Sauna-Welt
«Mit einem Qualitäts-Label für die Sauna kann sich ein Hotel aus dem mittleren Segment gut profilieren.»
Seite 5
Rolf Pieper, Geschäftsführer Deutscher Sauna-Bund

zvg

Begehrter Platz

Swiss-Image

Die internationalen Hotelgruppen möchten alle nach Zürich. Doch geeignete Objekte an den begehrten Lagen sind rar.

Die Schweiz ist für grosse internationale Hotelketten eine begehrte Destination. Vor allem Zürich, aber auch Genf sind gefragte Standorte.

CHRISTINE KÜNZLER

An der ITB in Berlin sind sie alle da, die Präsidenten und CEOs der grossen internationalen Hotelketten. Die htr hotel revue hat die Gunst der Stunde genutzt und einige zu ihren Unternehmens-Strategien befragt. Es zeigte sich: Wer noch kein Hotel in Zürich hat, möchte gern ein Haus dort haben. Da der Boden und die geeigneten Immobilien in der Limmatstadt rar und die Kosten hoch sind, geben sich die Manager realistisch. «In Zürich gibt es zwei fantastische unabhängige Luxushäuser. Zürich braucht also nicht unbedingt ein Ritz-Carlton», sagt etwa Präsident Simon Cooper. Auch Kempinski-Präsident und CEO Reto Wittwer ist sich bewusst, dass seine Wunschobjekte Widder, Dolder und Baur au Lac nicht zu haben sind. Einer, der den Sprung nach Zürich schafft, und zwar gleich zweimal, ist Christoph Hoffmann, CEO der jungen Hotelgruppe 25hours. Begehrter Schweizer Standort wäre auch die Stadt Genf, etwa für Hyatt und Sofitel.

Leichter zu expandieren ist es nach Asien, Russland, Afrika und anderen neuen Märkten. «Dort ist die Nachfrage grösser als das Angebot», so Kurt Ritter, Präsident und CEO der Rezidor-Gruppe. Wachstumspläne haben sie alle, die Präsidenten der grossen Gruppen – und zwar weltweit. Und für alle, versichern sie, ist Nachhaltigkeit ein grosses Thema.
Seite 7 bis 12

Session

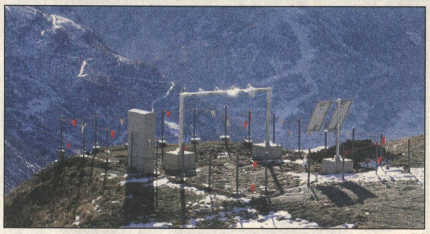
Keine neue Aufsichtsabgabe für die Luftfahrt

Der Nationalrat hat das revidierte Luftfahrtgesetz verabschiedet. Von einer neuen Aufsichtsabgabe für die Schweizer Luftfahrt will er aber nichts wissen. Die Luftfahrt sei von grosser wirtschaftlicher Bedeutung für die Schweiz. Sie dürfe nicht zusätzlich belastet werden, so der Grundtenor. Das ist ganz im Sinne der Branche. Denn im Bereich der Flughafengebühren schneidet die Schweiz schon heute nicht besonders gut ab. Im «Travel & Tourism Competitiveness Report» des WEF belegt die Schweiz bei diesem Kriterium lediglich Rang 94. tl
Seite 3

Meteorologie und Tourismus

Wetter: Gezänk um Prognose und Wirklichkeit

Die Sendung SF Meteo sage zu oft ungenaues Wetter für das Bündnerland voraus, sagt Silvio Schmid, Präsident der Bündner Bergbahnen. Er plädiert deshalb für lokale und kurzfristige Voraussagen. Der private Wettermann Jörg Kachelmann ist mit 40 Wetterstationen in Graubünden vor Ort. Ein Wettermodell sei für eine Vorhersage immer noch zentraler als Wetterstationen, sagt jedoch sein Konkurrent Thomas Bucheli, Redaktionsleiter von der Sendung SF Meteo. saz
Seite 13


zvg

Messstation Gütsch ob Andermatt von Meteo Schweiz: Wetterprognosen werden immer zuverlässiger.

Kommentar

Heidi kann zeigen, was es gelernt hat. Für die Schweiz.

ELSBETH HOBMEIER

Die ITB in Berlin hat's allen wieder mal gezeigt: Der Tourismus lebt. Die Reisebranche geht mit Rückenwind in die neue Saison, rund 180 000 Besucher brachten der weltgrössten Reisemesse sogar ein leichtes Plus statt des befürchteten Rückgangs.

Der Boom zeigt in Richtung Asien. Unter den Fachbesuchern kamen deutlich mehr aus asiatischen Ländern, und die Stände der chinesischen und indischen Anbieter waren prächtig und gross wie seit je.

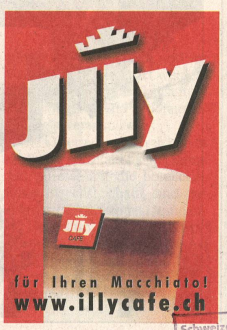
«Die riesige Schneekugel zum Hineinsteigen war das Fotosujet der Messe.»

In dieser riesigen touristischen Welt muss sich die Schweiz mit aller Kraft behaupten. Sie tut es mit natürlichen Werten, mit wilden Bergen und lieblichen Seen, aber auch mit attraktiven Kampagnen, wie Zeitreisen und die Angebote der Design&Lifestyle Hotels.

Dass sich auch der Tourismus mit einem Schmunzeln oder gar lautem Lachen besser verkauft, hat die Schweiz mit ihrem Heidi im Schneegestöber auf beste Art bewiesen: Die überdimensionierte Schneekugel zum Hineinsteigen war **die** Attraktion und eindeutig eines der gefragtesten Fotosujets der Messe. Auch der neue Messestand kam gut an, nicht nur seiner vielen Sitzpolster wegen. Manch ein Besucher ruhte sich hier aus – und entdeckte dabei fast zufällig die Schweiz und ihre Berge, Bahnen und Städte. Ein guter, eindrücklicher, nachhaltiger Auftritt.

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 11

ANZEIGE



Schweizerische Nationalbibliothek
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN
Biblioteca nazionala svizra BN

htr hotelrevue
Nr. 11 / 18. März 2010

Aus der Region

Solothurn

Neue Bahn auf den Weissenstein genehmigt

Alain D. Boillat

Anfang November hatte die **historische Sesselbahn** auf den Weissenstein nach 60 Jahren ihren Betrieb für immer eingestellt. Als Ersatz für die Anlage soll eine moderne Gondelbahn mit 50 Sechser-Gondeln gebaut werden. Kostenpunkt: 12 Mio. Franken. Der Bundesrat hat nun die Anpassung des Richtplans für den Solothurner Hausberg Weissenstein mit Auflagen genehmigt. Der Kanton Solothurn muss sicherstellen, dass die umstrittene neue Seilbahn die Landschaft «nicht übermässig» beeinträchtigt. gsg

Bern

Interlaken erhält ein neues Kongresszentrum

Am 1. Mai 2010 eröffnet die Casino Kursaal Interlaken AG neben dem bestehenden Kongresszentrum einen neuen Kongress-Saal. Realisiert wurde er von den Basler Architekten Dorenbach AG und Kunz und Mösch. Der neue Kongress-Saal verfügt über eine Kapazität für 1200 Personen in Konzertbestuhlung und 600 Personen in Seminarbestuhlung. Er wird ergänzt durch eine Foyer- und Ausstellungsfläche von 1000 m² und modernste Infrastruktur. Zum historischen Kursaal besteht ein Verbindungskorridor. gsg

Schilthornbahn fuhr 2009 gutes Ergebnis ein

Die Schilthornbahn hat 2009 das zweitbeste Ergebnis ihrer Geschichte erzielt. Der Gesamtertrag belief sich auf 23,9 Mio. Franken. Trotzdem gab es einen Frequenzrückgang von 1,1 Prozent: Insgesamt transportierte die Luftseilbahn 2,19 Millionen Passagiere von Stechelberg über Mürren aufs Schilthorn. Die Wintersaison 2009/2010 begann verhalten. Gerade die Zeit über Weihnachten und Neujahr war wettermässig schlechter als in anderen Jahren. Dies machte sich vor allem bei den Tagesgästen bemerkbar. Ab Anfang Januar bewegten sich die Kasseneinnahmen wieder auf Vorjahresniveau. gsg

Graubünden

Erlebnispark für das Prättigauer Sommergeschäft

Ein Sommergeschäft existierte für die Bergbahnen Grüsch Danusa AG bisher praktisch nicht. Jetzt lanciert sie im Vorderprättigau ein grosses Projekt: Ein Freizeit- und Erlebnispark für 25 Mio. Franken soll entstehen. Gegliedert in je zwei Hektar grosse Bereiche bei der Tal- sowie der Bergstation. In diesem Jahr will man das Richtplanverfahren abschliessen. 2011 werden laut «Südostschweiz» der Erschliessungsplan und der bei der Talstation nötige Landabtausch folgen. Im 2012 geht es an die Detailplanung. 2015 soll der Park eröffnet werden. kjv

Session. Luftfahrt. Der Nationalrat will den Flughafenbetreibern keine neue Gebühr aufbrummen. Auch andere Parlamentsentscheide fielen ganz im Sinne der Branche aus.

Abfuhr für neue Taxe

Der Nationalrat will nichts wissen von einer neuen Aufsichtsabgabe für die Schweizer Luftfahrt. Er hat die Taxe aus dem revidierten Luftfahrtgesetz gekippt.

THERES LAGLER

Mehr Sicherheit im Flugverkehr und klarere Regelungen in Gebührenfragen: Das soll das neue Luftfahrtgesetz bringen, das der Nationalrat verabschiedet hat. Keine Chance hatte die Einführung einer neuen Aufsichtsabgabe, mit der das Bundesamt für Zivilluftfahrt 24 Stellen finanzieren wollte. «Die Schweizer Luftfahrt mit ihrer jährlichen Wertschöpfung von 26 Milliarden Franken und ihren 180 000 Arbeitsplätzen ist von grosser wirtschaftlicher Bedeutung. Sie darf nicht mit einer zusätzlichen Aufsichtsabgabe belastet werden», betonte Kommissionssprecher Max Binder (SVP, ZH). Der Bundesrat wollte ursprünglich pro Passagier rund 50 Rappen erheben. Nachdem sich in der Vernehmlassung fast alle gegen die Abgabe aussprachen, reduzierte er sie auf 13 Rappen. Doch auch dies wurde im Nationalrat abgelehnt.

Flughafengebühren: Regeln für Aviatik- und Non-Aviatik-Bereich

Die Aufsichtsabgabe war nicht die einzige umstrittene Gesetzespassage. Auch die neue Regel, dass Flughäfen die Gebühren zur Benutzung der Infrastruktur nach dem Verkehrsaufkommen ausrichten können, sorgte für Diskussionen. Eine Landung zu verkehrsreichen Zeiten wäre demnach teurer als eine Landung zu einer Zeit mit weniger Flugbewegungen. Der Nationalrat schränkte dieses Prinzip insofern ein, dass er festhielt, dass Airlines mit grossem Umsteigeverkehr nicht benachteiligt werden dürfen. Auch der Non-Aviatik-Bereich wird künftig verstärkt in die Gebührenrechnung miteinbezogen. Duty-free-Shops und Parkhäuser, die ihre Gewinne dank des Flugbetriebs erzielen, sollen einen Anteil an den Flughafenbetreiber abgeben, damit dieser die Flughafengebühren tief halten kann. Die Vorlage geht nun an den Ständerat.

«Die Schweizer Luftfahrt darf nicht mit einer Aufsichtsabgabe belastet werden.»

Max Binder
Nationalrat, SVP, Zürich

Duty-free-Shops: Neu auch für die ankommenden Gäste

Unabhängig von den Beratungen des Nationalrats zum Luftfahrtgesetz hat der Bundesrat die Botschaft zum Gesetz über den Einkauf von Waren in Zollfreiläden verabschiedet. Die Duty-free-Shops auf den Schweizer Flughäfen sollen künftig auch den ankommenden Gästen offen stehen. Der Bundesrat verspricht sich davon 60 bis 80 neue Arbeitsplätze und einen

zvg

Schon bald mehr Einnahmen aus dem Duty-free-Geschäft?

Mehrumsatz in den Zollfreiläden von 50 bis 60 Millionen Franken. 20 bis 23 Millionen kämen dank umsatzabhängigen Mietzinseinnahmen der Flughafenbetreiberin zugute. Weltweit kann heute in 58 Ländern bei der Ankunft zollfrei eingekauft werden. Fünf befinden sich in Europa: Gibraltar, Island, Norwegen, Serbien und die Türkei.

Kantone dürfen Lärmgrenzwerte für Restaurants nicht selber festlegen

Der Nationalrat hat eine entsprechende Standesinitiative des Kantons Basel-Stadt abgelehnt.

Der Kanton Basel-Stadt hätte gerne eigene Regeln zur Beurteilung und Begrenzung von Lärmemissionen von Gastwirtschaftsbetrieben erlassen, fand mit seinem Anliegen aber kein Gehör. Der Nationalrat folgte diskussionslos dem Antrag der vorberatenden Kommission, die Standesinitiative abzulehnen. Die Kommission stellte sich auf den Standpunkt, dass die kantonalen Vollzugsbehörden mit den bestehenden Rechtsgrundlagen bereits genügend Handlungsspielraum haben, um den lokalen Besonderheiten Rechnung zu tragen. Zudem sei es nicht sinnvoll, Lärmgrenzwerte für Restaurants festzulegen. Der Lärm werde durch verschiedene Quellen erzeugt und falle je nach Tageszeit unterschiedlich an. Auch die Lärmwahrnehmung werde durch mehrere Faktoren beeinflusst. Der Ständerat lehnte die Basler Standesinitiative bereits im letzten Herbst ab. tl

Heimisches Essen auftischen

Der Ständerat will den Absatz von Schweizer Gemüse, Obst und Wein verbessern. Auf Marketingebene bahnt sich eine enge Kooperation von Landwirtschaft und Tourismus an.

THERES LAGLER

Der Ständerat hat letzte Woche eine Motion zur Förderung des Konsums von regionalen Produkten angenommen. Er will dafür aber nicht zusätzliche Mittel zur Verfügung stellen, wie Kommissionssprecher Eugen David (CVP, SG) klar machte. «Die regionalen Produkte sollen innerhalb des Agrarbudgets mehr Gewicht erhalten.» Der Bundesrat müsse den Geldfluss entsprechend steuern, so David. Weiter sprach sich der Ständerat für eine Qualitätsstrategie aus.

«Die regionalen Produkte sollen im Landwirtschaftsbudget mehr Gewicht erhalten.»

Eugen David
Ständerat, CVP, St. Gallen

Das Bundesamt für Landwirtschaft nahm den Ball bereits auf und organisierte eine Qualitätswerkstatt. Die Arbeitsgruppe, die sich mit Marketingfragen befasste, kam zum Schluss, dass insbesondere im Ausland ein gemeinsamer Auftritt von Landwirtschaft und Tourismus anzustreben sei. Bis im Sommer soll Konkreteres folgen.

Entrée: Hotel Chantarella, St. Moritz. Mehr auf **www.htr.ch/hotelarchiv**

Chotelarchiv/Schweiz/Zvg

Bilder Swiss-Image

Attraktionen der drei Partner: Wandern auf der Parsenn bei Davos. Über den Geltenbach bei Gstaad. Im «Ice-Flyer» über dem Titlis-Gletscher.

Ein ungleiches Trio

Gstaad, Davos Klosters und Engelberg gehen gemeinsam als «Swiss Premium» mit einer Image-Show auf Tournee. Zielpublikum sind die deutschen Reise-Einkäufer.

KARL JOSEF VERDING

Eingeladen zur Premiere in Stuttgart waren Medien, Leisure- und MICE-Reiseveranstalter, Transportunternehmen, Reisebüro-Fachkräfte, Clubs und Vereinigungen sowie persönliche Gäste der drei Partner: Gstaad Saanenland Tourismus AG, Davos Klosters Bergbahnen AG und Engelberg-Titlis Tourismus AG. Die Tournee führt bis 2013 durch verschiedene deutsche Städte. Sie ist eine «Image-Show von drei touristischen Erstklass-Produkten», erklärt die Homepage. Der erste Auftritt vor zweimal 120 Gästen Ende Februar 2010 in Stuttgart war seit dem 26. Januar ausgebucht.

> «Die Resonanz war überwältigend und hat uns positiv überrascht.»
> **Reto Tschannen**
> Leiter Marketing Gstaad Saanenland

Inszenierte Show vor dem Geschäft

Inszenator ist TV-Moderator Beat Antenen. Zu seinen Interview-Partnern in Stuttgart gehörte der Designer der Schweizer Olympia-Kollektion, Oliver Fuchs. Aus dem Schweizer Showbiz waren zum Beispiel Mia Aegerter und die Ballett-Tänzerin Gaja Tanner dabei.

Gstaad, Davos und Engelberg unter einer gemeinsamen Headline «Swiss Premium»? Wie kann Engelberg in diese obere Liga des Tourismus aufsteigen? Frédéric Füssenich, der neue Geschäftsführer der Engelberg-Titlis Tourismus AG, meint dazu: «Engelberg verfügt über eine ausgezeichnete 3- bis 4-Sterne-Hotellerie. Ziel ist es, mittelfristig ein 5-Sterne-Haus in Engelberg zu etablieren. Die Nachfrage ist bereits vorhanden, besonders im MICE.» Könnte man sich auch vorstellen, Schweizer Top-Orte wie Zermatt und St. Moritz an der Kampagne «Swiss Premium» teilnehmen zu lassen? Füssenich: «Jederzeit gerne». Persönlich halte er das Format von drei Destinationen für sehr gut. Es gehe darum, Business zu generieren, wenn aber das Event zu gross sei, «können wir nicht mehr so direkt beim Kunden sein».

«Wir müssen Emotionen bei unseren Partnern wecken»

Die Grundidee der Kampagne «Swiss Premium» kam aus Davos. Rund 50 000 Franken umfasst das erste Budget. 15 000 Franken davon trägt die Davos Klosters Bergbahnen AG. Sie habe nicht mit solch einer guten Resonanz gerechnet, wolle aber aus Qualitätsgründen das Platzangebot pro Abend nicht erhöhen, sagt Marika Zanoletti, Leiterin Sales & Marketing der Bergbahnen: «Wir möchten uns von den ‹normalen› Messen und Roadshows abheben.»

Frédéric Füssenich fasst es so zusammen: «Die Leute haben genug von langweiligen Präsentationen. Wir müssen Emotionen bei unseren Gästen und Partnern wecken.» Reto Tschannen, Marketingleiter von Gstaad Saanenland Tourismus, resümiert nach der Premiere: «Die Resonanz war überwältigend und hat uns positiv überrascht. Es ist etwas anderes als die klassische Stand- oder Messeatmosphäre.» Zurzeit sei er dank der Show zwecks Akquisitionen in Gesprächen «mit mehreren Event-Veranstaltern», sagt er.

Fakten Die besten deutschen Adressen zusammengetragen

An die «Swiss-Premium»-Shows werden prinzipiell nur **Multiplikatoren** eingeladen. «Geeignete Adressen wurden aus den drei Destinationen und von den Partnern Arabella Starwood und Ovomaltine zusammengetragen», berichtet Gstaads Marketingleiter Reto Tschannen. Zuerst fokussiert man auf **Süddeutschland.** Nach der Wiederholung in Stuttgart (Februar 2011) folgen Karlsruhe, Nürnberg, München und ab 2013 **Nordrhein-Westfalen.** kjv

Neues Kapitel im Grand-Hotel-Drama

Die HRS Real Estate AG hat einen Kaufrechtsvertrag für das Grand Hotel Locarno unterzeichnet. Um es zur Baureife zu bringen und dann zu verkaufen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Seit fünf Jahren sind die Türen des Grand Hotel Locarno schon geschlossen. Ein Verkauf des teilweise denkmalgeschützten Hauses kam bis anhin nicht vom Fleck. Nachdem der Verkauf der fünfköpfige Eigentümerschaft an den Sohn des Denner-Gründers René Schweri nicht klappte, wurde es ruhig um das für 22 Mio. Franken ausgeschriebene Objekt. Nun hat man sich für eine andere Lösung entschieden: Die HRS Real Estate AG aus Frauenfeld soll ein Konzept für das Grand Hotel zusammen mit dem Tessiner Architekten Ivano Gianola entwerfen und bis zur Baureife begleiten. Das Hotel soll innen totalsaniert werden und durch einen Neubau mit Wohnungen, nur für Erstwohnsitz, ergänzt werden. Sämtliche Kosten im Rahmen der Projektentwicklung gingen zu Lasten von HRS, beteuert Kommunikationsfrau Sandra Wetzel. HRS Real Estate AG hat mit der Eigentümerschaft zudem einen Kaufrechtsvertrag abgeschlossen.

Doch der Totalunternehmer will das Hotel gar nicht kaufen, sondern nach Vorliegen einer Baubewilligung einem Investor übergeben. Ein solcher wird jetzt aktiv gesucht. Im Gespräch ist unter anderem die Credit Suisse. Die Bank besitzt bereits das 5-Sterne-Hotel «Giardino» in Ascona und war für das Grand Hotel bereits vor einem Jahr im Gespräch, schlug aber nicht zu. Gemäss Gemeindepräsident Stefano Gilardi soll die Baugenehmigung dieses Jahr erfolgen. Der neue Gestaltungsplan im Sinne künftiger Investoren kommt im Frühsommer in den Grossen Rat.

Paolo Pellanda

Das Grand Hotel Locarno soll um Wohnungen erweitert werden.

Ein Ausbau des Lötschbergtunnels kostet bis 1,3 Mrd.

Das Bahnunternehmen BLS zeigt mit einer Studie, dass ein Ausbau des Lötschberg-Basistunnels rund zwölf Jahre dauern und zwischen 790 Mio. und 1,3 Mia. Franken kosten würde. Ein Ausbau des Tunnels würde einen Halbstundentakt von Bern ins Wallis ermöglichen.

Leichter Anstieg bei Auslastung und RevPAR

Laut Auswertungen der STR-Global-Branchenstatistik durch Deloitte steigt die Nachfrage nach Übernachtungen wieder: Im Januar 2010 stieg im Vergleich zum Vorjahresmonat die Auslastung in Europa um 2%, der RevPAR um 1,1% auf 44,05 Euro. In Zürich stieg die Auslastung sogar um 7,4%, der RevPAR sank aber um 1%.

Eine Motion will Carfahrten von der LSVA befreien

Nationalrätin Ida Glanzmann (CVP) will Anbieter von Carreisen von der Schwerverkehrsabgabe LSVA befreien, schreibt die «Neue Luzerner Zeitung» und hat eine Motion eingereicht. Glanzmann führt Umwelt-Argumente an. gsg

Gegen dubiose Reisebüros

Ab heute ist die Blacklist mit vertrauensunwürdigen Reiseveranstaltern auf der Homepage von hotelleriesuisse aufgeschaltet.

DANIEL STAMPFLI

Die neue Blacklist ist eine Datenbank, um hotelleriesuisse-Mitglieder gegen vertrauensunwürdige Reiseveranstalter – und zwar weltweit – zu schützen und damit bei Vertragsabschlüssen mit Reiseveranstaltern das finanzielle Risiko zu verringern. Der Zugang zur Blacklist erfolgt mit einem Passwort. Dieses wird dem Hotelier mitgeteilt, wenn er die dafür vorgesehene Einverständniserklärung unterzeichnet und an hotelleriesuisse sendet. Mit Unterzeichnung der Erklärung nimmt der Hotelier Kenntnis von Inhalt und Konzept der Blacklist. Bei Missbrauch wird der Zugang gesperrt. Je mehr problematische Reiseveranstalter von den Hoteliers dem Rechtsdienst von hotelleriesuisse gemeldet werden, umso mehr können die anderen Hoteliers davon profitieren und vor Missbrauch geschützt werden. Zurzeit umfasst die Blacklist rund ein halbes Dutzend problematische Reiseveranstalter.

Die Kriterien, nach welchen es ein Reiseveranstalter samt Name und Adresse auf die hotelleriesuisse-Blacklist schafft, sind klar definiert: Konkurs oder Liquidation, Einstellung der Geschäftstätigkeit; erfolglos angestrengtes Inkasso, Nichteinhalten von Zahlungsfristen trotz dreimaliger Mahnung.

www.hotelleriesuisse.ch/blacklist

Aus der Region

Zentralschweiz

Hotelprojekt Hertenstein vor Abbruch

Weil auf dem Areal des Hotels Hertenstein in Weggis seit über einem Jahr keine Bagger mehr laufen und noch immer kein Verkauf zustande gekommen ist, spricht der Gemeinderat nun Klartext: Er verlangt den Abbruch der Gebäude und die Rekultivierung des Landes bis Ende Mai. Ursprünglich wollte der österreichische Investor Peter Pühringer in Hertenstein einen Neubau für 275 Millionen Franken realisieren. Doch Natur- und Heimatschutz bremsten das Vorhaben. Pühringer versucht das Hotel nun seit letztem Sommer zu verkaufen. gsg

Wallis

BVZ-Konzern mit zweitbestem Ergebnis

zvg

Der BVZ-Konzern mit der **Matterhorn Gotthard Bahn** und der Gornergrat Bahn hat im Jahr 2009 das zweitbeste Jahresergebnis seiner Geschichte erzielt, aber mit einem Ertrag von 126,8 Mio. Franken doch nicht ganz das Niveau des Rekordjahres 2008 erreicht (-3%). Eine spürbare Abnahme der Frequenzen verzeichnete man bei den Gruppenreisen und bei den Fernmärkten. gsg

Saas-Grund soll Ferienresort bekommen

In Saas-Grund plant die Hohsaas Alpin SA ein Ferienresort mit 105 Wohnungen in sechs Gebäuden. Das berichtet die «Rhone-Zeitung». Das Projekt ist auf 40 Millionen Franken veranschlagt. Ein Drittel der Wohnungen soll verkauft werden. Die Bergbahnen Hohsaas AG – sie sind an der Hohsaas Alpin SA beteiligt – wollen so 10 000 neue Wochengäste nach Saas-Grund bringen. Die Anlage soll mit der Grischalpin AG und lokalen Partner realisiert werden. Das Baugesuch wird demnächst eingereicht. Geplanter Baustart ist im Spätsommer 2010. saz

Tessin

Kredit für Visconti-Burg in der Schwebe

zvg

Die Stimmbürger von Locarno werden wohl an der Urne entscheiden, ob die Stadt das Bollwerk der **Visconti-Burg** erwerben soll. Das Referendum gegen den vom Stadtparlament bewilligten 1,3-Mio.-Franken-Kredit ist laut den Promotoren zustande gekommen. Bei dem im Jahre 1507 errichteten Bollwerk soll es sich um das einzige Bauwerk von Leonardo Da Vinci handeln. gsg

Fair gehandelt, ökologisch produziert

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
Certified Cotton

Schwob
textiles of Switzerland

Schwob AG
Leinenweberei und Textilpflege
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
Tel. 034 428 11 11
www.schwob.ch

Er plant ein Label für die Hotel-Sauna

Der Deutsche Sauna-Bund hat ein Sterne-System eingeführt. In zwei Jahren will Geschäftsführer Rolf Pieper nun auch für Hotels ein Qualitätssystem lancieren.

GUDRUN SCHLENCZEK

Rolf Pieper, warum braucht's ein Qualifikationssystem speziell für Saunen?
Saunabaden ist eine Wellnessanwendung, die erklärungsbedürftig ist. Wenn ein Gast Krampfadern hat, muss man ihm sagen können, wie er sich verhalten soll. Deshalb ist qualifiziertes Personal ein Must. Das kann eine Physiotherapeutin sein, ein Sportlehrer oder ausgebildetes Schwimmbadpersonal. Niemand bekommt von uns ein Gütesiegel ohne qualifizierte Mitarbeiter. Der Saunabund bildet seit Jahren Saunameister aus.

Hätte man nicht gleich ein Qualitätssystem für den ganzen Bade- und Saunabereich lancieren können?
Das wäre in Zukunft durchaus denkbar. Ich habe mit der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen zwar noch nicht darüber gesprochen. Wir haben die Idee für ein Qualitätssystem für die Sauna aus Österreich, dort gab es bereits so ein Modell, das aber inzwischen wieder eingeschlafen ist.

Ihr Qualitätssystem startet mit drei Sternen. Wollen Sie keine Ein- oder Zwei-Sterne-Anlagen?
Die Sterne haben die Journalisten erfunden. Wir haben anfangs immer nur von Classic, Selection und Premium gesprochen und nachträglich dann erst die Sterne dazugestellt.

Wie gut sind die Sauna-Welten: Schafft es jeder, der sich bewirbt, in eine Ihrer Qualitätskategorien?
So 5 bis 6 Prozent der bisherigen Bewerber, besonders für den Premium-Bereich, haben die Anforderungen nicht erfüllt. Gerade bei grösseren Anlagen hapert es manchmal an der mangelnden Ausstattung in den Vorbereitungsräumen, zum Beispiel dann, wenn Vollschränke für die Kleider fehlen. 70 Prozent der Qualitätskriterien betreffen die Hardware. Andere bieten nicht über den ganzen Tag die erforderlichen Wellnessangebote.

Welche Betriebe sind an der Auszeichnung vor allem interessiert ?
Grössere Saunaanlagen oder Thermen mit Saunawelten, die ihre Kunden von weiter her generieren. Diese nützen das Label aktiv im Marketing. Deshalb haben wir die meisten Anfragen für die Premium-Stufe: 60 Prozent der ausgezeichneten Saunaanlagen tragen das Logo «Sauna Premium», 30 Prozent «Sauna Selection» und nur 10 Prozent «Sauna Classic». Kleinere Saunabetriebe leben vornehmlich von der Stammkundschaft.

Hat das Qualitätssystem auch eine Innenwirkung?
Ja. Seitdem wir das System haben, bekomme ich fast wöchentlich E-Mails von Gästen mit Feedback. So haben wir eine gewisse Kontrolle der Anlagen durch die Benutzer. Ich bin erstaunt, wie viele Gäste uns schreiben.

In der deutschen Hotellerie stehen mehr als doppelt so viele Saunaanlagen, als es öffentliche Saunabäder hat. Wollen Sie die Hotels in Ihr Qualitätssystem auch noch einbinden?
In rund zwei Jahren wollen wir mit der Hotellerie starten. Das Bedürfnis für so ein Label-System ist in der Hotellerie auf jeden Fall vorhanden: Ich habe schon Anfragen von Schweizer und österreichischen Hoteliers.

Wäre das dann vor allem etwas für die Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie?
Nicht nur. Das kann auch durchaus für ein Drei-Sterne-Hotel mit einer ausgezeichneten Anlage etwas sein. Dadurch kann sich so ein Hotel aus dem mittleren Segment profilieren.

Bei dem Qualifikationssystem für die öffentlichen Anlagen muss ausgebildetes Personal während der ganzen Öffnungszeit vor Ort sein. Das wäre in der Hotellerie punkto Personalkosten gar nicht tragbar …
Da werden die Anforderungen auch anders sein, sowohl punkto Präsenz des Personals als auch punkto Ausbildung desselben: Ich kann mir vorstellen, dass ein Hotelmitarbeiter zum Beispiel jede halbe Stunde nach dem Rechten schaut. Das muss nicht jemand mit einem Gesundheitsberuf sein, da reicht, denke ich, durchaus eine zweitägige Weiterbildung. Wichtig ist aber überhaupt eine gewisse Aufsicht. Dabei geht es um das Einhalten der Saunaregeln, die Hygiene, die Sicherheit, auch um den Schutz der weiblichen Gäste vor Belästigungen. Immerhin sind 51 Prozent der Saunabesucher weiblich. In 90 Prozent aller Wellnesshotels, so schätze ich, gibt es heute nämlich überhaupt keine Aufsicht. Das geht nicht.

Und was ist für den Gast das Wichtigste?
Gemäss unseren repräsentativen Umfragen ist für den Gast die Sauberkeit das Wichtigste: Für 93 Prozent der Saunabesucher steht die Sauberkeit an erster Stelle. An zweiter Stelle auf der Gäste-Wunschliste steht ein attraktiver Aussenbereich: Darauf legen noch 58 Prozent grossen Wert. Dazu gehört eine schöne Liegeweise, ein Becken respektive Teich oder ein Saunagarten aus Blockhäusern.

www.sauna-bund.de
www.interbad.de

zvg

Hat Erfolg mit seinem Sauna-Qualitätssystem: Rolf Pieper, Sauna-Bund Deutschland.

Fakten Sauna-Bund, Badewesen und Interbad 2010

Rolf Pieper (56) ist seit 27 Jahren Geschäftsführer des Deutschen Sauna-Bundes. Der studierte Germanist und Sportwissenschaftler hat ein dreistufiges Qualitätssystem entwickelt: Sauna Classic (3 Sterne), Sauna Selection (4 Sterne) und Sauna Premium (5 Sterne). 100 Betriebe wurden in gut einem Jahr zertifiziert. Der Sauna-Bund ist Mitglied der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen. Diese lud mit der internationalen Fachmesse «Interbad» (13. bis 16. Oktober 2010) der Messe Stuttgart letzte Woche zur Pressereise ein, in deren Rahmen das Interview entstand.

Standpunkt

Touristische Nachfrage verleiht vielen Branchen Flügel

MARIO LÜTOLF

Das Sensibilisieren politischer Akteure für die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ist Daueraufgabe touristischer Branchenverbände. Das gelingt aber nur mässig. Jürg Schmid wähnte dazu ein «Tourismusgeheimnis», das keines sein sollte und dringend abzuschaffen sei.

Tatsächlich sichert nur die Erkenntnis der wirtschaftlichen Relevanz die langfristige politische Unterstützung und das vertiefte Verständnis für die Besonderheiten des von externen Faktoren so abhängigen Wirtschaftssektors.

«Das Sensibilisieren politischer Akteure für den Tourismus gelingt nur mässig.»

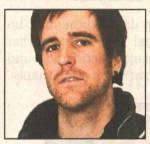
Die Sessionen von National- und Ständerat bieten uns Lobbyisten jeweils ideale Plattformen. In Studien und Appellen werden Milliarden an Wertschöpfung, Millionen von Logiernächten und Hunderttausende von Arbeitsplätzen quantifiziert und Entwicklungen in der Angebotsqualität nachgewiesen.

Offensichtlich reichen diese Bemühungen nicht wirklich aus, um transparent zu machen, wer denn nun tatsächlich – in unterschiedlichem Mass – vom Tourismus abhängig ist: Landwirtschaft, Nahrungsmittel und Getränke, Tabak, Papier-, Karton-, Verlags- und Druckgewerbe, Energie- und Wasserversorgung, Baugewerbe und verwandte Branchen, Garagengewerbe, Tankstellen, Gross- und Detailhandel, Reparatur, Beherbergungs- und Gaststättengewerbe, Eisenbahn- und Luftverkehr, Bergbahnen, Reisebüros, übriger Personenverkehr, Nachrichtenverkehr, Banken, Versicherungen, Immobilienwesen, Vermietung, unternehmensbezogene und persönliche Dienstleistungen, Unterrichts- und Gesundheitswesen, Entsorgung, Unterhaltung, Kultur und Sport, Industrie (Herstellung von Waren).

Denn: Touristische Nachfrageförderung verleiht vielen Branchen Flügel. Möge diese Erkenntnis auch in den Parlamenten weiter reifen!

Mario Lütolf ist Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands

Gross zu sein heisst, sich klein machen zu müssen



OLIVIER SCHMID
VOLONTÄR

Zum Thema Körpergrösse

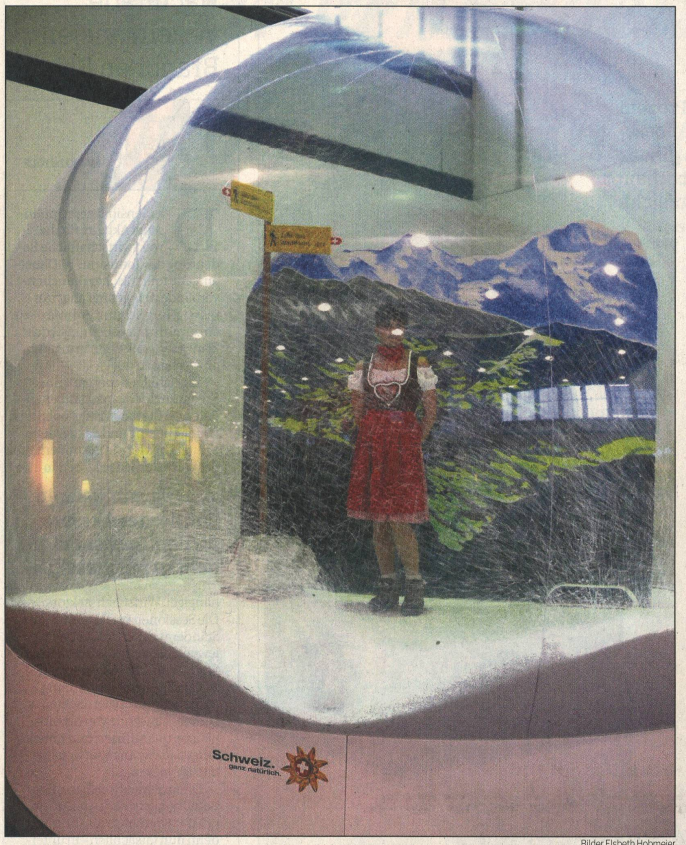
Liebe Hoteliers, liebe Architekten und liebe alle anderen, die öffentliche Einrichtungen und kollektive Wohlfühl-Gegenstände herstellen oder vermieten: Ich bin 1,95 Meter gross. Wissen Sie, was es bedeutet, 1,95 Meter gross zu sein? Es heisst, sich ständig klein machen zu müssen: In Hotelbetten, in SAC-Hütten, im Schlafwagen, beim Busfahren oder im Kino (etc.!). Während im Kino die Person hinter mir sicher noch ein grösseres Problem mit meiner Grösse hat als ich, sind Busfahrten schon lästiger. In den bolivianischen Stadtbussen – «Micros» genannt – fühlte ich mich wie ein Erwachsener in einem Kinderspielzeug und war Anlass der heiteren Stimmung der bolivianischen Passagiere.

Am unangenehmsten aber sind Betten, die einen Balken am Fussende haben. Der Möglichkeit beraubt, die Beine über den Bettrand zu strecken, bleibt mir nichts anderes übrig, als mich entweder auf eine Sardinenbüchsen-Nacht einzustellen oder auf der Suche nach einem Bett ohne Balken durch die Nacht zu streifen. Wenn ich weder zum einen noch zum anderen bereit bin, entferne ich das Bettgestell («Achtung! Das Bild! Die Lampe! Das Fenster!»), lege die Matratze auf den Boden und erwache am Morgen im Chaos.

«Betten, die einen Balken am Fussende haben, verdammen mich zu einer Sardinenbüchsen-Nacht.»

Ich weiss: Wegen mir und den anderen 7 Prozent grossen Menschen, die sich klein machen müssen, werden Sie nicht Ihre gesamte Einrichtung ersetzen. Aber wenn Sie wieder einmal eine Anschaffung machen – denken Sie bitte an uns: Ein 2-Meter-Bett mit Balken ist für einen 1,95-Meter-Menschen zu klein. Ihren grossen Gästen Sorge zu tragen, ist auch in Ihrem Interesse: Wissen Sie, dass unser ständiges Bücken und Krümmen auch für Sie schlimme Konsequenzen hat? Rückenschäden, die uns zu Arztbesuchen und Therapien zwingen, treiben die Versicherungsprämien in die Höhe. Hotelgäste, die beim Umstellen des Zimmers die Einrichtung demolieren und jede Schuld von sich weisen, ebenso. Und unausgeschlafene Mitbürger, die Ihnen im Kino nicht nur die Sicht nehmen, sondern auch noch schnarchen, verderben Ihnen den Film. Denken Sie ein wenig an sich selbst.

«Ein echter Hoteldirektor muss super diplomatisch sein, immer freundlich und sehr kontaktfreudig.»
Urs Gredig Tagesschau-Moderator



Bilder Elsbeth Hobmeier

Die überdimensionierte Schneekugel war ein Highlight am Schweizer Stand in Berlin.

Ein Prosit auf die Schweiz

Ein begehrter Anlass an der ITB: Der Cocktail-Empfang von Schweiz Tourismus und hotelleriesuisse. Über 200 Gäste feierten.

SIMONE LEITNER

Schweiz Tourismus zeigte an der ITB in Berlin den brandneuen Werbespot für den kommenden Sommer, und auch Humor. Wandern lautet das Thema, aber mit einem Augenzwinkern. Das betonte auch Urs Eberhard, der interimistische CEO von Schweiz Tourismus: «Wir wollen weg vom alten, verstaubten Image und initiieren das Genusswandern.» Der Werbefilm jedenfalls hat die Gäste begeistert und amüsiert. Ganz im Sinn der neuen Kampagne: «Die Schweiz soll bewegen», so Eberhard. Und der Präsident von hotelleriesuisse, Guglielmo L. Brentel, warb für die Schweizer Hotels. «Wir haben für jede Lebenslage und jedes Budget ein Angebot.» Die Stimmung am ITB-Event vom Mittwochabend war sehr entspannt. Die gut 200 Gäste am Anlass stimmten sich auf die ITB ein. Themen wie der schwache Euro beschäftigten Touristiker und Hoteliers gleichermassen. Für Gesprächsstoff sorgte zudem die überdimensionierte Schneekugel, die als Fotosujet konzipiert war.

Drei Zürcher: **Matthias Ramer,** GM des Sorell Hotel Seidenhof, **Maurus Lauber,** Zürich Tourismus, und **Beat R. Sigg,** Direktor des Eden au Lac (v. l.).

Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse, und **Urs Eberhard,** ST-CEO ad interim.

Erwin Rutishauser, Vorsitzender der GL Rhätische Bahn, und **Rafael Enzler** von Schweiz Tourismus (v. l.).

Heinz E. Hunkeler, Direktor des Grand Hotel Kronenhof Pontresina, **Thea Rossi** und **Thierry Geiger** vom Hotel Saratz in Pontresina (v. l.).

Drei Tourismusdirektoren: **Michael Meier,** Chur; **Harry John,** Montreux-Vevey und **Marcel Perren,** Luzern.

Geschäftsleitung von Interhome: **Simon Lehmann,** CEO; mit **Pascal Meyer** und **Roger Müller** (v. l.).

Paul Schünemann und **Christina Marzluff,** Schweiz-Tourismus-Direktorin Deutschland und Österreich.

Olaf V. Reinhardt, Präsident Private Selection, und **André Witschi,** Ex-Steigenberger Hotels.

Michael Rabe, Generalsekretär Deutsche Tourismuswirtschaft, und **Ernst Fischer,** Präsident Dehoga.

Sesselrücken

Neuer Direktor für Hotel Ibis in Freiburg

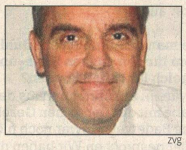
Frédéric Bordier (30, Bild), neuer Leiter des «Ibis» Freiburg, ist diplomierter «Hôtelier-Restaurateur ES» und war zuletzt Direktionsassistent

zvg

im «Ibis» Lausanne Crissier. In Freiburg löst er die Direktorin **Christel Sack** ab, die am Hauptsitz der Accor Hospitality Schweiz in Crissier neue Aufgaben übernimmt.

Switzerland Travel Centre: der neue Chef für Grossbritannien

Chef in London für das Switzerland Travel Centre (STC), Tochtergesellschaft von SBB und Schweiz Tourismus, ist seit Mitte Februar **Helmut**



zvg

Kolb (50, Bild). Als offizielles Mitglied der Geschäftsleitung wird er Mitte Juni ernannt. Er tritt die Nachfolge von **Michal Maeder** an, welcher die Direktion von Schweiz Tourismus in Indien übernimmt.

Senior Vice President von Choice will Wachstum in Europa

Mark Pearce ist ab sofort Senior Vice President International Division von Choice Hotels. Er soll die Expansion in den Hauptwachstumsmärkten Europa und Indien vorantreiben. Seit 2006 war er Vice President. Im 2009 erhielt er den «Choice Hotels CEO Best of the Best Award».

Rote Zahlen: Chef von Hotelplan tritt zurück

Die Migros-Reisetochter Hotelplan stürzte im Geschäftsjahr 2008/09 (per Ende Oktober) operativ in die roten Zahlen. Chef **Christof Zuber** gab am Dienstag nach der Bilanzmedienkonferenz in Glattbrugg seinen Rücktritt bekannt. **Hans Lerch** werde als Delegierter des VR ab April Hotelplan führen. kjv

Hans Maurer übernimmt das «Scala» in Bern

Er eröffnete das «Schöngrün» im Zentrum Paul Klee, leitete vorher das Restaurant «Meridiano» und das Restaurant in der «Markthalle».

ZVG

Nun übernimmt **Hans Maurer** das Zepter und zugleich eine Beteiligung im Berner Restaurant Scala in der Schweizerhof-Passage. Eröffnet wird es am 3. Mai. eho

Aufsteiger
Pascal Inauen

zvg

Am letzten Freitag kochten neun junge Kochkünstler bei «gusto10» in Biel um die Wette. Gewonnen wurde der diesjährige «gusto» von Pascal Inauen vom Hotel Hof Weissbad. Damit gewann nach Daniela Manser im Jahr 2007 bereits zum zweiten Mal ein Finalist aus diesem Appenzeller Betrieb. Dank seinem Einsatz und seiner Kreativität gewann Pascal Inauen einen 14-tägigen Stage bei Bruno Marti im «La Belle Auberge» in Vancouver.

Umsteiger
Horst Petermann

Swiss-Image.ch

Der 19-Gault-Millau-Punkte-Koch übergibt das Restaurant Kunststuben in Küsnacht am Zürichsee im Oktober seinem langjährigen Küchenchef Rico Zandonella. Für ein Konzept nach Bistro-Art, sagt Iris Petermann. Horst Petermann, 1944 in Hamburg geboren, lernte dort im Hotel Vier Jahreszeiten. Mit 21 Jahren wurde er Koch im Zürcher «Baur au Lac». 1982 übernahm er die «Kunststuben». kjv

Zürcher «Chivas-Studio»-Event als Ode an die Whisky-Marke

zvg

Alte **Symbole** und modernes Setting im **Chivas Studio.**

Der Papiersaal am Zürcher Kalanderplatz war drei Tage lang Schauplatz eines «Chivas-Studio»-Events. Unter anderm kamen 60 Ehrengäste und VIPs in den Genuss der Kochkunst von Horst Petermann. Als Drink kredenzt wurden molekulare Cocktails. Das Ganze sollte «eine Ode an die Grundwerte der Marke Chivas» sein: Brüderlichkeit, Galanterie, Ehre und Loyalität. kjv

fokus
htr hotelrevue
Nr. 11 / 18. März 2010

REKLAME
Ihr Yield-Management Partner.
HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS
besuchen Sie unsere Website:
www.hotelpartner.ch

ITB. 25hours. Christoph Hoffmann, CEO der jungen 25hours Hotel Company, hat ein Faible für Zürich. Er wird beim Hardturm und bei der Sihlpost gleich zwei Hotels eröffnen – für Menschen, die originellen Lifestyle mögen.

Visualisierung/zvg

In Zürich-West auf dem Hardturm-Areal wird 25hours 2012 sein erstes Schweizer Hotel eröffnen. 2016 soll ein zweites Zürcher Haus im Europaallee-Quartier folgen.

Zweimal Zürich, bitte

Klein, fein, Design. Und das zu günstigen Preisen. So lautet das Motto der jungen deutschen Hotelgruppe 25hours. Sie expandiert, auch in die Schweiz.

ELSBETH HOBMEIER

Christoph Hoffmann, wie bringt man den Mut auf, ein so queres Konzept wie 25hours zu lancieren?
Das ist gar nicht so quer. Wir versuchen viel von dem umzusetzen, was die Hotelgäste und der Markt fordern. Der Bedarf an Luxushotels bleibt, keine Frage. Aber immer mehr Menschen wünschen sich ein Hotel mit einem bestimmten Lifestyle. Mit Stil und Klasse, aber nicht unbedingt für tausend Franken. Die Schweiz gibt das beste Beispiel.

Warum? Wie sehen Sie die Schweiz?
Die Schweiz ist in Sachen Design-Qualität weit vorn. Mein Lieblingshotel ist der «Widder» in Zürich. Das ist beispielhafter Luxus, man spürt die Geschichte des Hauses. So was versuchen wir auf sehr viel schlankerem Niveau umzusetzen und damit einen Markt zu bedienen, der nachhaltig interessant ist.

Kann Originalität eine Marktlücke sein?
Originalität kontra Standards – beides hat seine Berechtigung. Wenn ich in ein Dolder, ein Hyatt, ein Baur au Lac gehe, erwarte ich einen klar definierten Standard. Wir als Kleine können da ein bisschen anders, individualistischer sein. Aber aufgepasst, diese Originalität ist schwierig zu realisieren und oft auch anstrengend. Eine grosse Kette sagt einfach: Jetzt kreieren wir eine Marke, nimmt einen Designer und macht dann für jedes Hotel «copy-paste», tac tac tac. Da ist dann nichts mehr mit kleinen, feinen Perlen.

Sie haben auch Ihre Marken. Was machen Sie anders?
Zurzeit gehen wir das Hamburger Hafen City Hotel an, ein für uns grosses Ding mit 170 Zimmern. Statt eines klassischen Innenarchitekten berät uns eine Event-Agentur mit Kurator und einer Film-Set-Designerin. So kam die Idee auf, im Sinne eines «Seemannsheim» 25 verschiedene Zimmertypen zu schaffen, welche die Geschichte von Seemännern samt Fotos und Logbuch erzählen. Zudem ist im Hotel ein Kiosk geplant – wie früher im Grandhotel – mit Büchern, Magazinen vom Mare-Verlag und Gegenständen rund ums Seemannsleben.

«Immer mehr Menschen wollen Hotels mit Stil und Klasse, aber nicht für 1000 Franken.»
Christoph Hoffmann
CEO 25hours Hotel Company

Realisieren Sie ein solches Projekt selber? Oder steht ein Geldgeber dahinter?
Die drei ersten Hotels in Hamburg und Frankfurt haben wir aus dem Freundeskreis heraus gebaut. Künftige Häuser wollen wir mit aussenstehenden Investoren machen. In der Pipeline sind fünf solche Projekte: 2011 das «Seemannsheim» in Hamburg HafenCity, 2012 Zürich West im Hard Turm Park, 2013 Wien beim Museumsquartier, 2016 Zürich im Kreis 4 bei der Sihlpost. Dies planen wir in Zusammenarbeit mit den SBB. Und unsererseits sorgen für den Mehrwert, der Weg dahin kann jedoch etwas kompliziert sein. Wenn wir 100 Stühle vom Flohmarkt kaufen wollen, denken die, wir seien nicht ganz dicht. Wegen Fragen zu Haftung und Versicherung ist der Kauf neuer Design-Stühle einfacher.

vielleicht entsteht noch was in Budapest. Meistens stellt uns der Investor das Haus fertig hin. Wir

Christoph Hoffmann, CEO der 25hours Hotel Company.

zvg

Befragt: Die CEOs grosser Gruppen

An der ITB treffen sich die Spitzen internationaler Hotelgruppen. Die htr hat einige interviewt:

Christoph Hoffmann, CEO der 25hours Company.
Seite 7

Simon Cooper, Präsident der Ritz-Carlton Hotel Company.
Seite 8

Kurt Ritter, Präsident und CEO The Rezidor Hotel Group.
Seite 9

Ignace Bauwens, Area General Manager Sofitel Germany und Austria und Generalmanager des Sofitel München Bayerpost.
Seite 10

Fred Hürst, General Manager und Area Vice President vom Hyatt Berlin.
Seite 11

Reto Wittwer, Präsident und Chief Executive Officer Kempinski Hotels.
Seite 12

Fakten 25hours expandiert von drei auf acht Hotels

Christoph Hoffmann ist CEO und einer von vier Partnern der jungen deutschen 25hours Hotel Company, die auch in Zürich einen Sitz hat. Zurzeit werden unter der Marke 25hours ein Hotel in Hamburg und zwei in Frankfurt betrieben. Im März 2011 wird das 25hours Hotel Hamburg HafenCity mit 170 Zimmern eröffnet. 2012 folgt das erste Zürcher Haus mit 120 Zimmern im Hardturm-Areal, 2016 folgt ein Hotel auf dem SBB-Areal im neuen Quartier Europaallee beim Zürcher Hauptbahnhof.
Partnerbetriebe des aufstrebenden jungen Labels sind die von Kai Hollmann initiierten Hamburger Hotels Gastwerk, The George und Superbude. eho

Wie werden Sie Ihr Haus in Zürich-West gestalten?
Eben haben wir einen Vertrag abgeschlossen mit dem renommierten argentinisch-schweizerischen Designer Alfredo Häberli. Gemeinsam entwickeln wir das 25hours im Hardturm, es soll ein eigenes Gesicht ins neue Quartier bringen. Es ist sein erstes Hotel, aber er hat eine enge Beziehung zur Branche. Die Zürcher Zimmer werden voraussichtlich etwas teurer als in Deutschland, Personalkosten und Pacht sind höher, wir erhalten aber eine hochwertige Immobilie.

Ist Green Mind ein Thema?
Unser Flaggschiff in Zürich West wird ein Minergiehaus. Und das spätere Projekt mit den SBB sogar ein Null-Energie-Haus mit MinergieP. In Sachen Nachhaltigkeit hat die Schweiz ganz eindeutig die Nase vorn.

ANZEIGE

Vive la différence!
hgth
Hotel Gastro Treuhand
Hotel Gastro Treuhand AG
8953 Dietikon - www.hgth.ch

HÄFELE
FINDING BETTER WAYS
Mehr Komfort für Gäste, Personal und Management: Mit dem elektronischen Schliesssystem Dialock
dialock Sicherheit Komfort Design
Häfele Schweiz AG
8280 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.haefele.com

Das perfekte Instrument für
Hotel, Restaurant und Piano Bar
Roland Digital Grand Pianos
Roland (Switzerland) AG, Landstrasse 5, CH-4452 Itingen, Tel. 061 975 99 99, www.rolandmusik.ch

6.–9. JUNI 2010
Centre de Congrès Montreux SA
ZAGG
Montreux
Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie
www.zagg.ch | info@zagg.ch
MIT
Marktneuheiten, Trends | ZAGG Lounge | Welt des Weins | Einrichtung, Infrastruktur | Confiserie, Desserts | Ausbildung, Schulen | Ausrüster, Grosshändler

htr hotel revue
Nr. 11 / 18. März 2010

ITB. Ritz Carlton. Präsident Simon Cooper setzt bei der Expansion schwergewichtig auf China. Ein «Ritz Carlton» in der Schweiz kommt für die amerikanische Hotelgruppe nur in Genf und Zürich in Frage.

zvg

The Ritz-Carlton wird in Kowloon das höchste Hotel der Welt eröffnen: Mit 118 Stockwerken wird es einen halben Kilometer hoch.

Ritz-Carlton baut hoch

The Ritz-Carlton Hotel Company setzt auf China, hohe Gebäude und auf Umweltschutz. Der Präsident, Simon Cooper, sagt warum.

SIMONE LEITNER

Simon Cooper, kommt Ritz-Carlton bald in die Schweiz?
Sagen wir so: Wir suchen zurzeit nicht aktiv nach einem Standort in der Schweiz. Aber wenn wir die Wahl hätten, dann stünde Genf an erster Stelle und Zürich an zweiter. Die Schweiz ist aber kein einfaches Pflaster. Einerseits sind die Kosten hoch, und anderseits hat die Schweiz bereits herrliche Hotels. Vor allem in Zürich gibt es zwei fantastische unabhängige Luxushäuser. Zürich braucht also nicht unbedingt ein Ritz-Carlton.

Es wurde spekuliert, dass die Ritz-Carlton Company am The Dolder Grand interessiert sei…
… Lassen Sie es mich folgendermassen formulieren: Es gibt auf der ganzen Welt wirklich nur wenige Hotels, die dem Standard und der Philosophie von The Ritz-Carlton entsprechen. Und The Dolder Grand in Zürich ist so ein Haus.

«Zürich hat bereits herrliche Hotels und braucht nicht unbedingt ein Ritz-Carlton.»
Simon Cooper
Präsident, The Ritz-Carlton Company

Welche Märkte sind für Sie zurzeit die interessantesten?
Unsere Hotels in China entwickeln sich sehr gut. Das enorme Wachstum ist stark mit dem Wirtschaftsboom in China gekoppelt. Nirgends auf der Welt, weder in den USA noch in Europa sind diese Zuwächse möglich.

Dann haben Sie China früh als Markt erkannt?
Ja, es war für Ritz-Carlton wichtig, zum richtigen Zeitpunkt in China präsent zu sein. Daher sind wir heute sehr gut aufgestellt. Wir eröffnen 2010 bereits ein zweites Hotel in Shanghai und eines in Hongkong. Ein weiteres Haus ist in Macao geplant.

Schätzen die chinesischen Gäste den Luxus?
Sehr sogar. Wir sind eine globalisierte Gesellschaft mit einem schnellen Informationsfluss. Jeder weiss, was in Paris, New York oder Shanghai gefragt ist. Daher wurden unsere Luxushotels in China von Anfang an gut akzeptiert. Das Bedürfnis nach Luxus ist in China zurzeit einmalig.

Wie sieht eine Expansion in Indien aus?
Das ist für uns ein anderer, ein viel schwierigerer Markt. 2011 eröffnen wir in Bangalore unser erstes Haus. Die einheimische Luxushotellerie in Indien ist auf einem sehr hohen Niveau. Das heisst, die indischen Luxushotel-Gruppen sind auch nicht erpicht darauf, Ritz-Carlton als Konkurrenz zu haben.

zvg

Das Hotel in Charlotte, North Carolina, ist das erste umweltfreundliche Hotel Ihrer Luxushotelgruppe. Ist dieses Haus nun der …

Simon Cooper, Ritz-Carlton-Präsident.

Massstab für alle Ihre neuen Hotels?
Ich denke, dass dieses Haus neue Massstäbe setzt. Die Entwicklung geht dahin, dass sich die Kosten für umweltfreundliche Bauten senken. Heute sind die Investitionen noch 15 Prozent höher als für traditionelle Hotelkonstruktionen.

Welche Projekte sind bei The Ritz-Carlton Hotel Company in der Pipeline?
In den beiden Städten Los Angeles und Toronto eröffnen wir in diesem Jahr grosse Hotels. In Dubai sind wir mit einem zweiten Haus am International Financial Centre präsent und wie erwähnt, folgen zwei weitere Hotels in China.

Und in Hongkong wollen Sie ganz hoch hinaus…
… Ja, The Ritz-Carlton wird in Kowloon das höchste Hotel der Welt eröffnen: Mit 118 Stockwerken wird es einen halben Kilometer hoch.

Wie sehen Sie die Luxus-Hotellerie in 10 Jahren?
Ich sehe zwei Trends: Hotels werden grösser und bieten immer mehr für immer mehr Leute. Und auf der anderen Seite denke ich, dass Hotels kleiner werden, wie unsere «Reserves». Dort geht es darum, der schnell wachsenden, sich verändernden Welt zu entkommen.

Fakten Über 30 Projekte sind in der Pipeline

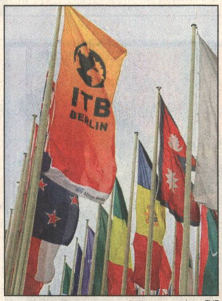
Simon Cooper ist Präsident der Ritz-Carlton Hotel Company, L.L.C. mit Sitz in Chevy Chase, Maryland (USA). Er ist für das operative Geschäft, die Entwicklung und Strategie des Unternehmens verantwortlich. Das Luxushotelunternehmen betreibt 73 Hotels in Nord- und Südamerika, Europa, Asien, Afrika und im Nahen Osten. Über 30 Projekte sind in Planung, darunter Dubai International Financial Centre (UAE), Shanghai Pudong (China) und Kowloon, Hongkong. The Ritz-Carlton Company gewann z weimal in Folge den Qualitätspreis «Malcolm Baldrige National Quality Award» des amerikanischen Wirtschaftsministeriums. sls

ITB: Mehr Aussteller aus Asien

Die ITB Berlin 2010 wurde von den Verantwortlichen als «Rekordmesse» bezeichnet. Mehr Aussteller als im Vorjahr, und mehr aus Asien – so lautet die Bilanz.

SIMONE LEITNER

Die Reisemesse ITB Berlin konnte ihre Stellung im internationalen Marktumfeld weiter ausbauen. Die 44. Auflage verzeichnete einen leichten Zuwachs an Ausstellern und eine konstant hohe Zahl an Fachbesuchern aus dem In- und Ausland. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, zog eine positive Bilanz: «Die ITB Berlin 2010 ist eine Rekordmesse in gesamtwirtschaftlich schwierigen Zeiten. Über 11 000 Aussteller haben ein Gesamtauftragsvolumen von mehr als 6 Milliarden bewegt. Die Branche zeigt Stärke und vertraut auf die Kraft der ITB, die erneut alle relevanten Marktteilnehmer versammelt hat. Eine Messe, auf der Top-Manager verhandeln: Deutlich mehr als die Hälfte der Fachbesucher waren in diesem Jahr Entscheidungsträger», so Christian Göke weiter.



zvg

Die ITB 2010 wurde von den Verantwortlichen als «Rekordmesse» bezeichnet.

11 127 ausstellende Unternehmen aus 187 Ländern (2009: 11 098 Unternehmen) zeigten das komplette Spektrum der internationalen Reiseindustrie. Die Anzahl der Fachbesucher lag mit 110 953 auf Vorjahresniveau. Und auch der Anteil der internationalen Fachbesucher betrug wie im Jahr zuvor 45 Prozent. Deutlich mehr unter ihnen kamen diesmal aus Asien. Der ITB Berlin Kongress hat sich dank gut gesetzter Themen einmal mehr als zentrale Diskussionsbühne und Think-Tank der Reiseindustrie erwiesen. Mit 12 500 Kongressteilnehmern konnte er einen erneuten Zuwachs verzeichnen. Bei Trendthemen wie Best Practices im Bereich Web 2.0 oder aktuellen Marktanalysen auf dem ITB Future Day stiessen die Veranstalter erstmals an räumliche Kapazitätsgrenzen.

Indien: Ein boomender Markt

Die indische Luxushotellerie ist auf Expansionskurs. New Delhi und die IT-Hochburgen Hyderabad und Pune trumpfen mit neuen Hotels auf.

SIMONE LEITNER

Die Luxushotellerie in Indien boomt. Seien es die Taj Hotels Resorts & Palaces, The Oberoi Group oder auch die Leela Palaces, Hotels und Resorts – die Ausbaupläne sind gross. The Leela beispielsweise ist im vergangenen Jahr von vier auf sechs Hotels angewachsen. Und die Expansion geht weiter: «Rechtzeitig zu den Commonwealth Games im Oktober 2010 eröffnet unser jüngstes Luxushotel, The Leela Palace Kempinski New Delhi. Es ist das grösste neu errichtete Grandhotel-Projekt, das in den letzten 30 Jahren in Neu-Delhi realisiert wurde – in einer Stadt mit extrem wenig verfügbarem Baugrund in Top-Lage», sagt Rajiv Kaul, Präsident von The Leela Palaces, Hotels & Resorts. Die Leela-venture Ltd. besitzt und führt The Leela Hotels, hat Marketingallianzen mit Kempinski, mit der Preferred Hotel Group und ist Mitglied der Global Hotel Alliance mit Hauptsitz in Genf.

«Auch in weiteren Handels- und IT-Zentren wie Hyderabad und Pune, in denen viele europäische Firmen ansässig sind, planen wir Luxusprojekte, gefolgt von einem Haus in Agra», erklärt Rajiv Kaul die nächsten Schritte des Unternehmens. Von einer internationalen Expansion sieht er ab und setzt bewusst auf ein pan-indisches Wachstum und nationale Präsenz: «Alle Welt kommt nach Indien, warum sollten wir woandershin expandieren?» Dass internationale Hotelgruppen nach Indien kommen, freut den Geschäftsmann: «Indien verdient das Beste, und die Besten sollten hier sein.» Wenn alle internationalen Luxushotelketten in Indien vertreten seien, helfe dies, die Destination als solche zu fördern. «Davon abgesehen: Konkurrenz belebt das Geschäft.»

«Alle Welt kommt nach Indien, warum sollten wir woandershin expandieren?»
Rajiv Kaul
Präsident, The Leela

ITB. Rezidor. Präsident und CEO Kurt Ritter will mit seiner Gruppe in den nächsten Jahren vor allem in Russland und Afrika wachsen. Dort, sagt er, sei die Nachfrage noch grösser als in bekannten Destinationen.

Rezidor denkt um

Kurt Ritter, Präsident und CEO von Rezidor, ändert die Wachstumsstrategie der Gruppe. Er weicht vermehrt auf Quellmärkte aus.

CHRISTINE KÜNZLER

Kurt Ritter, wächst Rezidor wie geplant im grossen Stil?
Nicht ganz. In den letzten fünf Jahren unterzeichneten wir viele Mietverträge. Die Hotels, die wir in den wirtschaftlich schwierigen Jahren 2008 und 2009 eröffneten, waren nicht so rentabel wie geplant. Wir haben unser Geschäftsmodell umgestellt und setzen auf Managementverträge. Damit wird unser Risiko geringer. Der Eigentümer profitiert von unserem guten Namen und kommt dadurch leichter zu seiner Finanzierung. Da solche Managementverträge in bekannten Destinationen wie Europa nicht so gängig sind, weichen wir in neue Märkte aus.

In welche Länder?
Vor allem in die aufstrebenden Märkte Russland und Afrika. Rund 100 Hotels haben wir zurzeit in der Pipeline, die meisten in diesen Ländern. Dort ist die Nachfrage noch grösser als das Angebot. In Afrika gibt es viel zu wenig gute Hotels.

Wie steht es mit der Sicherheit in diesen Ländern?
Wir werden sehr gute hausinterne Sicherheitsdispositive und technische Einrichtungen haben. Das Leben für die Hoteldirektoren ist in diesen Ländern nicht einfach. Wer dort arbeitet, ist eine spezielle Persönlichkeit und bekommt auch eine Gefahrenzulage ausbezahlt.

Dieses Jahr eröffnet das Radisson Royal Hotel in Moskau …
Ja, das freut uns ganz besonders, dass wir dieses Haus führen dürfen, dessen Gebäude zu den «Sieben Schwestern» gehört, die im Auftrag Stalins errichtet wurden. Jede Hotelgruppe hätte dieses Hotel gerne in ihrem Portfolio gehabt.

Und – weshalb ist gerade Rezidor zum Zug gekommen?
Soll ich Ihnen jetzt sagen, es war wegen Ritters blauen Augen? (Lacht). Nein, Rezidor steht mit Radisson und Park Inn punkto Wachstum an der Spitze aller Hotelgruppen. Ich denke, wir haben mit unseren wunderschönen Hotels in Frankfurt, Berlin, Birmingham Stansted und Zürich viel in unseren guten Namen investiert. Nicht ohne Grund sind wir die am schnellsten wachsende Hotelgruppe: Die Hotelbesitzer wissen eben, dass Rezidor schöne Hotels baut und dass sie mit uns noch ein persönliches Gespräch führen können. Ich kümmere mich selber um ihre Probleme und bin Tag und Nacht telefonisch erreichbar. Es ist wie bei den Autos: Man kauft den Service und das Vertrauen.

Plant Rezidor neue Brands?
Nein, wir haben mehr als genug. Vielleicht wird mein Nachfolger das einmal anders sehen. Ein neuer Brand kostet immer Geld.

Kurt Ritter plant umsichtig.

Wir haben viel investiert, bis wir Rezidor dort hatten, wo die Gruppe heute steht.

Wie hat sich der Brand Missoni etabliert?
In ein paar Monaten wird unser zweites Hotel Missoni in Kuwait eröffnet. Die Entwicklung dieses Brands dauerte zwar länger als geplant, doch das Produkt ist hervorragend – ein Mekka für Journalisten und Architekten.

> «Rund 100 Hotels haben wir zurzeit in der Pipeline, die meisten in Afrika und Russland.»
>
> **Kurt Ritter**
> Präsident und CEO Rezidor

Wie wichtig ist das Thema Ökologie in Ihren Hotels?
Wir nennen diesen Bereich Responsible Business. Ein verantwortungsvoller Umgang mit unserer Umwelt ist seit Jahren zentraler Bestandteil der Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit. Für ein Unternehmen mit skandinavischen Wurzeln ist Umweltschutz selbstverständlich.

Baut Rezidor gerne mit Stararchitekten?
In Frankfurt hat John Siffert gebaut, in Zürich Matteo Thun, in Bordeaux der Interior Designer Jacques Garcia. Wir legen grossen Wert auf gute Architektur, doch es müssen nicht immer die teuersten Architekten sein. Hauptsache, es ist Design.

Ihr wichtigstes Projekt in diesem Jahr?
Wenn Sie mich das fragen, ist es, als wollten Sie von mir wissen, welches meiner Kinder ich am liebsten mag. Unter uns: Das Moskauer Radisson Royal Hotel, das wir im April eröffnen, ist ein spezielles Projekt.

zvg

Das Royal Hotel in Moskau umfasst 506 Zimmer, 38 Appartements, fünf Restaurants und ein Spa.

Fakten The Rezidor Hotel Group hat ihren Sitz in Brüssel

Rezidor ist mit ihren Brands Radisson Blu, Park Inn, Regent, Country Inn und Missoni eine der grössten internationalen Hotelketten mit 390 bestehenden oder geplanten Hotels. Geführt wird das börsenkotierte Unternehmen vom Berner Oberländer Kurt Ritter. Heute besitzt Rezidor keine Immobilien mehr. Gelegentlich investiert sie zwar in neue Hotels, die sie aber wieder verkauft. ck

Aufgeschnappt

Hilton plant 50 neue Hotels in Europa

zvg

Hilton Worldwide will in den nächsten drei Jahren rund 50 Hotels in Europa eröffnen (2009 waren es 15 europäische Hotels). Hilton Worldwide ist das Dach für die Brands Hilton, Hilton Garden Inn und neu Hampton by Hilton (Economy) und Waldorf Astoria (Luxus). ck

Der weltweite Tourismus erholt sich langsam

Eine Studie des World Travel & Tourism Council (WTTC) zeigt: Der weltweite Tourismus braucht noch Jahre, um sich von den Folgen der Wirtschaftskrise zu erholen. Die vom Tourismus induzierte Wirtschaftsleistung sank 2009 um 4,8%. Alle Regionen weltweit seien von den rückläufigen Besucherzahlen betroffen. Die weltweiten Reiseausgaben dürften laut WTTC im 2010 um nur 1% steigen, dem MICE-Segment wird ein zweiprozentiger Rückgang prognostiziert. Im 2011 soll die touristische Wirtschaftsleistung um 3,2% ansteigen. ck

50plus Hotels haben Service zertifizieren lassen

zvg

Die österreichische Kooperation 50plus Hotels hat ihr neues RAL-Gütezeichen für Service-Standards präsentiert. Die «50plusHotels» sind damit die erste Hotelgruppe mit einem RAL-Gütezeichen. In Deutschland tragen die ersten sieben und in Österrejch die ersten fünf Hotels das Gütesiegel. ck

Marriott will ihr Portfolio in Europa ausbauen

Die Marriott-Gruppe will ihr Portfolio in Europa von aktuell 174 Hotels bis 2015 verdoppeln. Sieben der 18 Marriott-Marken sind bereits präsent. Nächstes Jahr eröffnet in München das erste europäische Residence Inn, ein Hotel für Langzeitaufenthalter. Europa, «der grösste Hotelmarkt in der Welt», habe für Marriott grosses Potenzial, so Amy McPherson, President und Managing Direktor Europa. «Wir haben bereits einen Fuss in den meisten europäischen Metropolen. Der Fokus geht hin zu weiteren grossen Städten und neuen Märkten.» ck

ANZEIGE

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

Das Bild einer offenen Schweiz

Der neue Schweiz-Stand begeistert: Er ist offen, modern und schön rot. Das Beizli gibt es nach wie vor, nicht mehr rustikal, sondern modern und luftig.

CHRISTINE KÜNZLER

Die roten Wandelemente im Herzen des neuen Schweiz-Standes erinnern an das international bekannte Möbelsystem USM: Ein sympathisches Aushängeschild für die Design-Schweiz. Die an diesen Elementen befestigten Hirschgeweihe sind nicht nur witzig und trendig, sie verbinden gekonnt die Tradition und das Moderne der Schweiz. Das helle Holz setzt ruhige Akzente zum lebendigen Rot. Dass die Schweizer gastfreundlich sind, demonstrierten die Studenten von der Hotelfachschule Thun im «Beizli» mit viel Charme und Begeisterung.

«Der Stand kommt sehr gut an, und die Aussteller begrüssen, dass die Counters weggefallen sind», sagt Christina Marzluff, Chefin von Schweiz Tourismus Deutschland. Attraktionspunkt neben dem Stand war die übergrosse Schneekugel mit dem lebendigen Heidi, die schon 2003 in den USA auf Begeisterung stiess.

zvg

Offen gestaltete Stände mit Wohnzimmeratmosphäre.

Elsbeth Hobmeier

Das Service-Team: v. l. Simon Burkhalter, Mirjam Kern, Stefan Wiesmann, Luzia Hirsbrunner, Pascal Rueff, Lea Schär und Andreas Bachtler.

ITB. Sofitel. Ignace Bauwens, Area General Manager Sofitel Deutschland und Österreich, möchte mit seinem Accor-Brand gerne in die Schweiz kommen. Sofitel positioniert sich seit zwei Jahren im Segment Luxus.

Sofitel sucht in Genf und Zürich

Ignace Bauwens, Area General Manager Sofitel Deutschland und Österreich sowie Manager des Sofitels Bayerpost in München, schielt auf den Standort Schweiz.

CHRISTINE KÜNZLER

Welche Strategie verfolgt der Brand Sofitel?
Sofitel Luxury Hotels gehört zur Gruppe Accor, ist aber seit zwei Jahren eine unabhängige Geschäftseinheit für das Luxussegment. Wir haben die bestehenden Sofitel-Hotels von 206 auf 130 reduziert, denn nicht alle entsprechen unseren neuen Anforderungen. Mit Sofitel Luxury Hotels bauen wir eine Luxusmarke auf mit Hotels, in denen wir das französische Lebensgefühl und die lokale Kultur miteinander verbinden. Hermès ist eine bekannte französische Luxus-Marke, also haben wir Hermès-Produkte in den Badezimmern unserer Hotels stehen. Unsere Gäste sollen sich bei uns wie zu Hause fühlen aber mit mehr Luxus umgeben sein.

Sofitel will also nur Hotels im 5-Sterne-Superior-Segment aufnehmen?
Ja, wir positionieren uns im 5-Sterne-Plus-Segment. Wir schulen unsere Mitarbeitenden intensiv im Bereich Luxus und erwarten von ihnen ein grosses Engagement. Unsere Mitarbeitenden sind die Seele des Hauses. Mit unserer Personalpolitik können wir uns von anderen Luxushotels unterscheiden.

Ignace Bauwens will in die Schweiz.
zvg

Besitzt die Accor-Gruppe auch Immobilien oder übernimmt sie nur das Management der Hotels?
Sowohl als auch: Accor besitzt einige Immobilien, andere Hotels führt sie im Management wie das neue Sofitel in Wien, das einer Versicherungsgesellschaft gehört. Gewisse Hotels führt Accor auch im Franchising-System.

Ist der Standort Schweiz ein Thema für Sofitel?
Definitiv ja. Zürich und Genf stehen auf unserer Wunschliste zuoberst. Ich hoffe sehr, dass wir in den nächsten Jahren geeignete Standorte finden. Die Schweiz mit ihren verschiedenen Sprachkulturen ist sehr gut geeignet für ein oder zwei Sofitels.

Was muss ein Hotel mitbringen, um für Sofitel interessant zu sein?
Als Erstes müssen der Standort und die Lage stimmen. Aber auch Design ist für uns sehr wichtig. Sofitel arbeitet mit vielen berühmten Architekten zusammen. Das Sofitel Vienna in Wien wird von Jean Nouvel gebaut. Interessiert sind wir ebenso an historischen Gebäuden mit einer Geschichte, die zu unserer Marke Sofitel Legend passen. Auch die Restauration des Hotels muss herausragend sein. Wir legen viel Wert auf eine gute Gastronomie, denn wir bringen unter anderem die französische Wein-, Käse- und Brotkultur in unsere Häuser.

zvg
Das Hotel Vienna in Wien wird im November eröffnet. Das 18-stöckige Gebäude von Jean Nouvel hat 182 Zimmer, ein Restaurant und ein Spa.

Wie hoch gewichten Sie die Ökologie in Ihren Hotels?
Hier übernimmt Sofitel die Vorgaben von Accor. Die Gruppe legt grossen Wert auf Ökologie, eine ganze Abteilung befasst sich dort mit dem Umweltschutz. Das ist für uns ein Thema, das immer wichtiger wird. So achten wir auch beim Einkauf unserer Produkte auf Ökologie.

Welche Wachstumsziele setzt sich Sofitel für die nächsten Jahre?
Im 2010 eröffnen wir 13 Hotels. Bis 2012 werden zusätzliche acht Häuser dazustossen. Für weitere Hotels stehen wir in Verhandlung. Ziele setzen wir uns keine. Wir warten, bis wir die richtigen Hotels finden, die zu unserem Brand passen. Qualität kommt bei uns vor Quantität.

Fakten Die Marke Sofitel positioniert sich neu

Der zu Accor gehörende Brand Sofitel wagte sich vor zwei Jahren erstmals in das Luxussegment vor. Sofitel führt ihre weltweite Strategie zur Neupositionierung konsequent weiter. Neben den Marken **Sofitel Luxury** Hotels und **Sofitel Legend** für historische, oft denkmalgeschützte Gebäude wird dieses Jahr auch die Luxus-Boutique-Hotel-Marke **So by Sofitel** eingeführt. Das erste So by Sofitel ist das Mauritius Bel Ombre, das der bekannte thailändische Architekt Lek Bunnag entworfen hat. ck

ANZEIGE

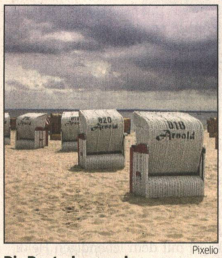
Zwei Drittel der deutschen Urlauber zieht's ins Ausland

Das Reiseverhalten der Deutschen bleibt stabil: Auch in diesem Jahr planen 68 Prozent eine Ferienreise, wie eine Umfrage zeigt.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Deutschen reisen nach wie vor gerne: Die Anzahl jener, die bei der Umfrage angaben, 2010 eine Reise zu planen, ist in etwa gleich gross wie in den Vorjahren. Das zeigt die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR, die auf der ITB präsentiert wurde. Die befragten Deutschen schauen dieses Jahr insgesamt positiver in die Zukunft als 2009. Gedanklich scheinen sie die Krise weitgehend hinter sich zu lassen. 68 Prozent planen in diesem Jahr mehr oder weniger sicher Urlaubsreisen, 16 Prozent sind noch unentschlossen, 15 Prozent verzichten auf Ferien. Die Ausgabenpläne der Deutschen bleiben 2010 in etwa gleich. 11 Prozent wollen für ihre Ferien mehr ausgeben als im letzten Jahr, 59 Prozent gleich viel, 10 Prozent weniger. Die wichtigste Sparmöglichkeit sind für Deutsche Sonderangebote und günstige Reiseziele.

Deutschland ist für einen Drittel der Befragten nach wie vor das beliebteste Reiseland. Ebenso viele wollen in Länder rund um das Mittelmeer reisen. Das dritte Drittel fliegt in andere ausländische Länder. Einige, überwiegend erdgebundene, Ziele in Westeuropa legten leicht zu.


Pixelio
Die Deutschen machen gerne Ferien im eigenen Land.

49 Mio. Deutsche ab 14 Jahren unternahmen letztes Jahr 64,8 Millionen Ferienreisen ab 5 Tagen. Das entspricht in etwa dem Vorjahresstand 2008. Ein Blick auf die Hitparade der Urlaubsziele zeigt die Schweiz an letzter Stelle, auf Platz elf: 1,6 Prozent der Deutschen verbrachten 2009 ihre Ferien in unserem Land. Spanien steht mit 12,8 Prozent an erster Stelle, gefolgt von Italien mit 7,9 Prozent und Österreich mit 5,9 Prozent.

Bei der Planung von Ferienreisen gewinnt das Internet massiv an Bedeutung. Onlineportale und Direktbuchung bei den Hotels werden vermehrt genutzt. Dadurch bucht der Reisefreudige immer öfter Einzelleistungen statt Pauschalen. Die Dauer des Urlaubs hat sich weiter verkürzt: von 12,5 Tagen im 2008 auf 12,2 Tage im 2009. Das gleiche Bild zeigt sich bei den Urlaubsausgaben: Diese sind von durchschnittlich 834 Euro auf 820 Euro gesunken. Die Umfrage zeigt, dass die Ausgaben der unteren Einkommensgruppen gestiegen, jene der höheren Einkommensgruppen hingegen merklich gesunken ist.

ITB. Hyatt. Fred Hürst, Hotelier des Jahres 2010 in Deutschland, ist mit seiner Gruppe auf Wachstumskurs. Und zwar weltweit. Der Schweizer Hotelier legt besonders viel Wert auf die Schulung seiner Mitarbeitenden.

Hyatt im Aufschwung

Fred Hürst ist überzeugt, dass deutsche Mitarbeitende besonders engagiert sind. Sein Schlüssel zum Erfolg des Hyatt: Zufriedene Kunden.

ELSBETH HOBMEIER

Fred Hürst, wir gratulieren zum Titel «Hotelier des Jahres 2010». Was bedeutet er für Sie?
Es ist eine Bestätigung und eine Anerkennung meiner Arbeit von über 20 Jahren in Deutschland. Dabei konnte ich die Präsenz von Hyatt von einem auf vier Hotels vergrössern, das fünfte kommt bald dazu. Mein Ziel ist, an jedem Standort die Qualität in der oberen Liga zu halten und zu festigen.

Wie lautet Ihr Credo, Ihr Motto zur Strategie Ihres Konzerns?
Der Schlüssel zur Bindung an unsere Marke ist die Frage: Wie erreichen wir eine hohe Kundenzufriedenheit? Das Wichtigste zur Erreichung dieser Zufriedenheit sind unsere Mitarbeiter. Wir wünschen uns, dass sie nicht nur einfach einen Job machen, sondern sich intensiv bemühen und mit dem Herzen dabei sind. Unsere Gastfreundschaft soll eine natürliche sein, nicht eine einstudierte oder angelernte Servicebereitschaft.

Finden sich solch engagierte Mitarbeitende?
Ja, wir finden sie, müssen sie aber entsprechend führen. Ich stelle immer wieder fest, dass vor allem die jungen Deutschen in der Hotellerie sehr engagiert sind. Die meisten unserer Lehrlinge haben Abitur und kommen aus einem Elternhaus, wo man weiss, wie man eine Flasche Wein aufmacht, sie bringen also eine gute Basis. Anderseits ist Hyatt auch ein interessanter Partner für junge Leute, die vorwärts kommen wollen. Für das neue Haus in Düsseldorf etwa werden wir gut 50 Prozent des Personals aus unseren bestehenden Hotels rekrutieren können. Deutschland bietet innerhalb unserer Gruppe ein grosses Potenzial an Führungskräften.

zvg

Fred Hürst, GM Grand Hyatt Berlin.

Sie gelten als visionärer Manager, der seine Leute fördert, aber auch fordert …
Wo eine hohe Dienstleistung erwartet wird, sind auch die Forderungen hoch. Eine gute und permanente Schulung hilft, dass der Mitarbeitende versteht, was gemeint ist. Praktisch gesagt: Der Koch in der Bankettküche kocht nicht einfach 30 Rindsfilets, sondern überlegt: Für wen koche ich die, was ist der Anlass? Oder die Réceptionistin checkt nicht nur Gäste ein und aus, sondern ist sich bewusst, wie wichtig der Empfang, die Begrüssung, die Verabschiedung ist. Daran arbeiten wir, immer wieder. Für mich ist Deutschland europaweit in Sachen Engagement führend; weder in Holland noch in Frankreich oder Italien habe ich dieselbe Bereitschaft gespürt.

Alle reden von Nachhaltigkeit. Ist dies ein Thema für Sie?
Es ist ein Schlagwort – und eindeutig ein Trend, mit dem wir uns stark beschäftigen. Ein spezielles Green Team in jedem unserer Häuser befasst sich damit, etwa mit dem Riesenthema Müll. Wie viel Papier produzieren wir, wie können wir die Flut eindämmen? Wie trennen wir den Abfall? Das wird in Deutschland noch bei weitem nicht so bewusst getan wie in der Schweiz. Die Mitarbeiter müssen fürs Thema Energiebewusstsein sensibilisiert werden. Jedes Zimmermädchen muss sich fragen und darüber nachzudenken beginnen, was es für die Umwelt bedeutet, wenn sie jeden Tag das dreifache der nötigen Menge an Putzmitteln verwendet. Nichts halte ich dagegen vom Aufruf im Zimmer, möglichst wenig Wäsche zu brauchen. Wir sind nun mal im Luxusbereich, da soll es dem Gast überlassen bleiben, ob er alle Badetücher oder nur eines brauchen will.

Fakten Wachstum bei Grand Hyatt, Place und Andaz

Fred Hürst ist Generaldirektor des Grand Hyatt Berlin und Area Vice President Hyatt International. Der Schweizer baut die Präsenz der Gruppe in Deutschland aus: Geplant sind das Grand Hyatt Frankfurt sowie das Hyatt Regency Düsseldorf, das mit 303 Zimmern auf 16 Stockwerken Ende 2010 eröffnet werden soll. Hyatt plant 2010 3 neue Hotels in Indien, 1 in Dubai, 5 in USA/Karibik, zudem 9 Hyatt Place und Summerfield Suites in den USA. eho

zvg

Ein Modell des Grand Hyatt in Frankfurt, mit Restaurant ganz zuoberst.

Sind neue Brands geplant?
Der neuste Brand ist Andaz, nach Prototypen in London und West Hollywood ist jetzt Wallstreet eröffnet, im Mai folgt 5th Avenue in New York. Zurzeit bauen wir in Amerika Hyatt Place auf, im Dreisternebereich. In Märkten wie China oder Russland ist ein unglaublich grosses Potenzial da, aber auch in Deutschland und vielleicht gar in der Schweiz.

Auf welche Märkte legen Sie das Schwergewicht?
Wir wollen unsere Präsenz in allen Regionen weltweit ausbauen. Die Geschwindigkeit hängt von der Dynamik des Markts ab. Gesättigte Märkte wie Deutschland brauchen länger, bis ein Projekt verwirklicht ist. Dynamischer sind Indien, China, die GUS-Staaten, Middle East, Afrika und Südamerika. Überall da sind wir dabei.

Und was läuft in der Schweiz?
Wir haben ein schönes Park Hyatt in Zürich – und vorläufig keine anderen Pläne. Interessiert wären wir an Genf. Für Hyatt Place könnten Bern und Basel später ein Markt sein.

Ihre grösste Investition 2010?
Für Deutschland sicher Düsseldorf. Weltweit planen wir heuer 18 Neueröffnungen. Wir stehen in einem langsamen Aufschwung, mit der Neueröffnung in Düsseldorf werden wir zeitgerecht da sein.

Ausgezeichnet

Vier Schweizer mit dem Senses Award geehrt

Der Senses Wellness Award 2010 ging dieses Jahr gleich an vier Schweizer. Gewinner der Kategorie Best Country Resort ist das **Victoria-Jungfrau Grand Hotel SPA in Interlaken** (im Bild v. l. Emanuel Berger, Martine Fehr und Hans E. Koch). Bester der Kategorie Best Boutique Spa ist das **Hotel Palace in Luxern.** Weitere Awards gingen

Elsbeth Hobmeier

Elsbeth Hobmeier

an **Reto Wittwer** (im Bild mit Schauspielerin Katja Flint, die ihm den Award überreichte), Präsident und CEO Kempinski Hotels für sein Lebenswerk und an **Günther W. Ammann-Jannson,** Samina-Firmengründer, für die beste Innovation. Gefeiert haben Gäste und Gewinner die Preisverleihung im Bristol Kempinski Hotel in Berlin. ck

Filmwettbewerb Goldenes Stadttor: Schweiz sahnt ab

zvg

Erfolg für die Schweiz am Filmwettbewerb «Das goldene Stadttor»: Der erste Preis geht an **St. Gallen Bodensee Tourismus** für die Image-Broschüre «Der wilde Osten ruft». Mit dem zweiten Preis ausgezeichnet worden sind **Schweiz Tourismus** für den Winter TV-Spot und das **Hotel Seedamm-Plaza** in Pfäffikon für ihren Film «Mission». Im Bild: v. l. Rafael Enzler, Astrid Nakhostin und Wanda Meyer, Swiss Premium Hotels. ck

Mystery-Check: Gute Noten für Obwalden

zvg

Beim alljährlichen Mystery-Check, den die IRS Consult AG und die Mondial Assistance durchführen, hat **Engelberg** als bestes Schweizer Tourismusbüro (dies schon zum dritten Mal) und Obwalden als bester Schweizer Kanton abgeschnitten. Im Bild: v. l. Tourismusdirektor Frédéric Füssenich, Christina Marzluff und Lukas Hammer. ck

Wer am Abend wo feierte

Welche After-ITB-Party wo stattfindet, wird meist schon morgens an der Messe rege diskutiert. Wer in diesem Jahr keine Einladung hatte, kam an den Türstehern kaum vorbei.

SIMONE LEITNER

«An welche Partys geht ihr heute?», ist wohl eine der meistgestellten Frage an der ITB. Die Antworten fallen meistens so aus: «Zuerst an die von Swissôtel, dann zu Steigenberger und vorher noch zu einigen Empfängen.» Einen regelrechten Event-Marathon bietet der Donnerstagabend. Da ist die Auswahl gross: Senses-Preisverleihung im Kempinski, Hideaways-Event im Ritz-Carlton, Kuoni-Anlass im Cafe Moskau und last but not least: die Rezidor-Night im Radisson Blu. Diese Party gehört zu den begehrtesten.

Umso schneller breitete sich die Message aus, dass zur Rezidor-Night in diesem Jahr weniger Gäste geladen wurden als in den Vorjahren. Mit der Folge, dass die Einladungen noch exklusiver wurden. Der Sparkurs beschränkte sich aber ausschliesslich auf die Anzahl Gäste, die Qualität des Events war – wie immer – sehr gut.

Die Partys nach der Messe gehören unzertrennlich zur ITB. Aber nicht nur, weil dort oft reichlich Champagner fliesst und ein Buffet mit Köstlichkeiten aufgestellt ist, sondern auch, weil sich die Tourismus-Welt dort trifft. Nicht nur, um Geschäfte abzuschliessen, sondern auch um Freundschaften zu pflegen. Diese Partys verleihen der ITB eben genau dieses ganz besondere Flair.

Nicht nur Aussteller und Gäste der ITB haben gefeiert, auch die Hotels selber. So lud die Hotelgruppe Swissôtel Hotels & Resorts zum 30. Geburtstag ein – Präsident Meinhard Huck schnitt persönlich die Geburtstagstorte an. Und die Steigenberger Hotels hiessen die Gäste zum 80. Geburtstag willkommen und verwöhnten sie an der legendären Kitchen-Party.

zvg

30 Jahre Swissôtel: Präsident Meinhard Huck mit der Torte.

Elsbeth Hobmeier

Eine der begehrtesten: Zur Rezidor-Party im Radisson Blu waren in diesem Jahr weniger Gäste geladen. Umso grösser war die Nachfrage.

Austern im Steigenberger Berlin: Rayk Ibisch und Marina Rückert.

ITB. Kempinski. Reto Wittwer, Präsident und CEO der ältesten Hotelgruppe der Welt, will mit seinen Hotels an exklusiven Orten vertreten sein. Eben dort, wo Luxus-Gäste gerne hinfahren.

St. Moritz ja, Rimini nein

Kempinski setzt nach wie vor auf den Luxusbereich und will nur Flaggschiffe im Portfolio. Gut vertreten ist China. Aber Zürich fehlt noch.

ELSBETH HOBMEIER

Reto Wittwer, das Magazin «Senses» hat Ihnen den Lifetime-Award verliehen. Was bedeutet das für Sie?
Eine Ehre. Wir verkaufen ja Lifestyle und Individuality im Luxusbereich, das predige ich seit 20 Jahren und freue mich über die Anerkennung.

zvg

Reto Wittwer, President and CEO Kempinski.

Wie umschreiben Sie die Positionierung Ihrer Gruppe?
Wir sind ausschliesslich im Luxusbereich tätig und keine standardisierte Hotelgruppe wie die amerikanischen Megakonzerne, die von Ein- bis Fünf-Sterne alles führen. Wir wollen auch keine typische Hotelkette sein, wo die Leute kaum noch den Unterschied zwischen den eigenen Marken kennen. Unsere Firma besteht seit 1897 und ist die älteste Hotelgesellschaft der Welt. Jedes Haus ist einzigartig. Fast alle sind Marktführer, wir müssen nicht befürchten, dass ein anderer plötzlich an der Discountschraube dreht.

«Unsere Company wird sich in den nächsten fünf Jahren auf 119 Häuser verdoppeln.»
Reto Wittwer
President & CEO Kempinski

Planen Sie neue Brands?
Wir sind kein Brand-Supermarkt und wollen auch nicht zu viele Hotels haben. Meine Grenze in China liegt zum Beispiel bei 25 Kempinski-Hotels; würden es mehr, sind wir plötzlich eine chinesische Gruppe mit Hotels in Europa. Mit Nuo haben wir im Joint-Venture mit dem Beijing Tourismusamt eine neue Luxusmarke für den chinesischen Markt kreiert. Die beiden ersten Nuo-Häuser öffnen in Peking und Shanghai in rund 24 Monaten.

Wo wollen Sie vertreten sein?
Dort, wohin unsere Hauptkunden reisen wollen. Der Adlon-Gast geht zum Skifahren nach Kitzbühel, Courchevel oder St. Moritz und in die Ferien nach Sansibar oder in die Bilila-Lodge Serengeti. Wir werden nie in Rimini und nie an der Costa Brava präsent sein, weil unsere Kunden nicht dort Ferien machen. Wir können uns den Luxus einer doppelten Verkaufs- und Marketingstruktur nicht leisten.

Sind neben den drei Hotels in der Schweiz weitere geplant?
Zürich als vielbesuchte Stadt wäre schon ein Ziel. Ideal für Kempinski wären das Dolder Grand, der Widder oder das Baur au Lac. Alle drei sind leider nicht zu haben. Wir wären bei einem geeigneten Objekt sofort dabei, aber nicht in Oerlikon oder Schwamendingen.

Ihre Pläne für die Zukunft?
Wir stecken viel Kraft in den Talentaufbau. Unsere Company wird sich in den nächsten fünf Jahren verdoppeln. Dazu braucht es gute Manager. Unser Business muss nachhaltig sein, will es weiterhin Erfolg.

zvg

Ins Hotel Baltschug Kempinski Moscow nahe beim Roten Platz werden dieses Jahr 30 Mio. Euro investiert.

Fakten Kempinski setzt auf eine luxuriöse Kollektion

Reto Wittwer, Schweizer und EHL-Absolvent, ist seit 1995 Präsident und CEO der Kempinski Hotel Gruppe mit Sitz in Genf. Von den 119 Häusern sind 62 in Betrieb (drei davon in der Schweiz), der Rest in verschiedenen Baustadien. 2010 werden neue Häuser in China, in Afrika und im Nahen Osten ins Portfolio aufgenommen. eho

ANZEIGE

Die Energieberatung der BKW

So sparen Sie Energie und Kosten.

1to1 energy e-help: die hotelspezifische Energieberatung

Energiekosten betragen in der Hotellerie und Gastronomie bis zu 5% des Betriebsaufwandes. Mit der Energieberatung 1to1 energy e-help zeigen wir auf, wie Sie in Ihrem Betrieb durch gezielte Massnahmen Energiekosten senken können, ohne dass Ihre Gäste auf Komfort verzichten müssen.

Für die Beratung in Ihrem Hotel stehen folgende Module zur Verfügung:

1to1 energy e-help, Basisberatung

1 Modul «Grundberatung»
Wir beurteilen Ihr aktuelles Stromprodukt und die -abrechnung und analysieren Ihren Stromverbrauch und den Leistungsbezug der letzten drei Jahre. Sie erhalten erste Stromspartipps.

2 Modul «Lastganganalyse»
Sie wissen, an welchem Tag und zu welcher Zeit Ihr Betrieb die grösste Leistungsspitze verursacht und kennen den Grundlastanteil im Verhältnis zum gesamten Stromverbrauch.

3 Modul «Detailberatung»
Sie kennen das Energie-Einsparpotenzial Ihres Betriebes und erhalten Informationen zur Anschaffung von energieeffizienten Geräten.

1to1 energy e-help, Zusatzmodul «HLKS» (Heizung, Lüftung, Klima, Sanitär)
Durch die umfassende Analyse aller Gewerke und anhand technischer Daten beurteilen wir Ihren Energiebedarf und Energiefluss. Sie erhalten Vorschläge über organisatorische, technische und bauliche Massnahmen zur Verbesserung der Effizienzsteigerung inkl. der Angabe über die Payback-Zeiten.

1to1 energy e-help, Zusatzmodul «Beleuchtung» (ab Okt. 2010)
Sie kennen den Zustand Ihrer Beleuchtungsanlagen hinsichtlich Effizienz und Betriebsweise und erhalten Empfehlungen zur Investition in effiziente Beleuchtungssysteme.

Wir empfehlen, die Zusatzmodule in Verbindung mit der 1to1 energy e-help, Basisberatung oder einer bestehenden Zielvereinbarung mit der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) über die Befreiung der CO_2-Abgabe anzuwenden.

Gerne zeigen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch das Vorgehen und erstellen eine individuelle Offerte.

Wir freuen uns auf Ihren
Anruf: **0844 121 120** oder Ihre
E-Mail: **sales@bkw-fmb.ch**

Sparen Sie sich die Energie für Ihre Sterne. BKW

Entscheiden Sie sich jetzt für die branchenspezifische Energieberatung.
Mehr Informationen erhalten Sie unter: **www.bkw-fmb.ch/hotel**

Vom Clubsandwich bis zu Croûtons

Toast ist vielfältig. Das haben auch Hotelküchen entdeckt.

Seite 17

Die Macht der Meteorologen

Swiss-Image

Ob die Sonne scheint, bestimmen die Meteorologen nicht. Hier: Engadins Piz Palü im blau-weissen Winterzauber.

Im Bündnerland erachtet man die Wetterprognosen von Jörg Kachelmann als zuverlässiger als jene von SF Meteo. Das lässt Redaktionsleiter Thomas Bucheli nicht gelten.

SAMIRA ZINGARO

Radioansagen wie «Heute ist das Wetter miserabel, bleibt daheim», ärgern Silvio Schmid. Laut dem Präsident der Bündner Bergbahnen kommen solche Berichte immer wieder vor. Das Wetter. Im Privatgespräch ein Thema zum Gähnen. In der Tourismusbranche so existenziell, dass gar Meteorologen und Touristiker, aber auch «Wettermacher» untereinander in den Medien für Polemik sorgten. Oft zitiertes Beispiel: Die Konkurrenz zwischen SF Meteo und dem privaten Wettermann Jörg Kachelmann, der mit seinem Dienst Meteomedia die besten Prognosen für Graubünden liefert. Das zumindest haben Resultate der Eidgenössischen Finanzkontrolle ergeben.

Lokale versus landesweite Prognosen

Kachelmanns Unternehmen ist mit 40 Wetterstationen vor Ort, weitere sind geplant. «Unsere Prognosen sind besser, weil wir lokal messen», so Joachim Schug, Diplom-Meteorologe bei Meteomedia. «Kachelmann erstellt Punktprognosen und verkauft seine Dienste den Tourismusregionen – mit diesem ‹Geschäftsmodell› erreicht er mit wenig Aufwand viel», wiegelt Thomas Bucheli, Redaktionsleiter von SF Meteo, ab. Zentraler als die Stationen sei aber das Wettermodell.

Silvio Schmid weiss, dass er das Wetter nicht beeinflussen kann. Doch er ist der Ansicht, dass das Wetter während der Hochsaison um Weihnachten und Silvester um einiges besser war als von SF Meteo vorausgesagt. Schuld seien unsichere Langzeitprognosen, sagt er. «Was das Fernsehen sagt, glaubt die Bevölkerung.» SF habe eine Monopolstellung inne, zudem sei das Wetter in den Medien längst zur «Show» verkommen. Schmid plädiert für lokale Prognosen, etwa mit einem eigenen Fenster für das Regionalwetter. «Falsche Prognosen haben für das Bündnerland grössere Auswirkungen als für die Stadt Zürich». Vor allem die Tagesgäste würden fernbleiben, ist Schmid überzeugt. Um lokale Prognosen zu haben, publizieren Skigebiete im Wallis und in Graubünden seit neustem mit Meteorologen Wettersendungen im Internet, in Zusammenarbeit mit Meteo-News AG. Im Engadin greift man bereits seit zwei Jahren aufs Internet-TV zurück. Dort liefert Kachelmann die Voraussagen. «Die Konsequenz: Das Engadin existiert auf SF Meteo nicht mehr», so Schmid. Dem widerspricht Thomas Bucheli von SF Meteo vehement. Diese Aussage sei «absurd», denn beim Fernsehen erstelle man landesweite Prognosen, so der Redaktionsleiter. Das Wetter für das Engadin erscheine folglich in jeder Sendung. Zudem erwähne man das Tal explizit auch in den Texten und dies öfters als etwa den Grossraum Zürich. Werde dies gewünscht, könne auch SF Meteo ein Internet-TV für eine spezielle Region anbieten.

Alain D. Boillat

Plädiert für lokale Wetterprognosen: Silvio Schmid.

«Fehlprognosen haben für das Bündnerland grössere Auswirkungen als für Zürich.»

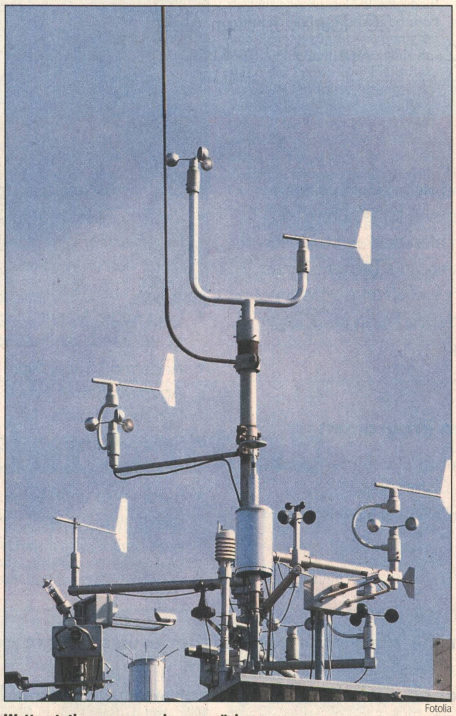
Silvio Schmid
Bündner Bergbahnen

Gute Trefferquote beim staatlichen Wetterdienst

Bucheli plädiert für Objektivität und nennt die Internetseite http://meteocheck.mit-innovation.ch als gutes Beispiel. Diese listet für die Region Laax die SF-Prognosen und Kachelmanns Wetter nebeneinander auf, inklusive Webcam-Bilder. So kann sich jeder sein eigenes Urteil bilden.

Studien, wie exakt die Prognosen wirklich sind, stützen die Meteorologen. Der staatliche Wetterdienst Meteo Schweiz etwa erzielt mit seinen Prognosen eine Trefferquote von 86 Prozent für den nächsten Tag. Für die weiteren fünf Tage insgesamt liegen die eidgenössischen Wettermänner bei 73 Prozent richtig. Das sagt Ludwig Zgraggen, Meteorologe bei Meteo Schweiz. Die Kriterien seien hierfür sehr streng. Prognostiziere man 22 statt 20 Grad, liege man falsch. Die Prognosen werden immer exakter. So lag die Trefferquote für den nächsten Tag im 2000 noch bei 83 Prozent.

Dass sich Wetterprognosen direkt auf den Tourismus auswirken, hat eine Studie des Instituts Wirtschaft und Tourismus der HES-SO Wallis im 2007 festgehalten. Die Fachhochschule bezifferte den Umsatzverlust der Walliser Bergbahnen diesbezüglich auf 5,8 Millionen Franken, das sind 2,4 Prozent des Umsatzes. Dies, obwohl die Voraussagen für das Wallis zu 81,5 Prozent exakt waren.



Fotolia

Wetterstationen messen immer präziser.

Fakten Eine Versicherung gegen den Nebel

Die Medienpräsenz war der Region Lenk-Simmental gewiss, als das dortige Tourismusbüro 2008 eine «Nebellos»-Versicherung lancierte. Gäste konnten sich gegen das schlechte Wetter versichern: Lag die Webcam in Lenk um 11 Uhr vormittags noch im Nebel, wurden die Kosten für Skipass und Miete für Hotelzimmer oder Ferienwohnung zurückerstattet. Die Nachfrage hielt sich mit 30 Versicherungen in einem Jahr in Grenzen. Letzten November wurde das Angebot deshalb angepasst. Neu ist die «Nebellos»-Versicherung im herkömmlichen Annullationsschutz integriert. Der Gast zahlt 6% des jeweiligen Miet- oder Hotelpreises. Gemäss Eduardo Zwyssig, Geschäftsführer Lenk-Simmental-Tourismus, wurde seither bei 30% der Übernachtungs-Buchungen eine solche Versicherung abgeschlossen, das sind 109 Verträge. saz

Seedamm Plaza gewinnt Esprix

Das Seedamm Plaza Hotel in Pfäffikon wurde am Forum für Excellence mit dem Esprix Swiss Excellence Award 2010 ausgezeichnet.

OLIVIER SCHMID

Die Esprix-Jury begründet die Auszeichnung des Hotel-, Seminar- und Kongresszentrums mit seiner unverwechselbaren Seedamm-Plaza-Kultur: Diese basiere auf einem gemeinsam erarbeiteten Wertesystem, einer starken Kundenorientierung und dem Einbezug aller Mitarbeitenden und werde gezielt als Erfolgstreiber des Unternehmers weiterentwickelt. Dazu gehörten auch laufende Verbesserungen in Richtung nachhaltiger Business Excellence.

Ethisches und nachhaltiges Handeln zahlt sich aus

Bundespräsidentin Doris Leuthard, die den Swiss Excellence Award im Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL) anlässlich des Forums für Excellence dem Direktor des Seedamm Plaza Hotels, Peter H. Ernst übergab, sieht die Auszeichnung des Seedamm Plaza Hotels als Beweis dafür, dass sich Nachhaltigkeit auszahlt und heute neben Effizienz, Innovation und Marketing ein gutes Arbeitsklima, ein ethischer und nachhaltiger Umgang mit Kundschaft und Ressourcen zunehmend im Zentrum stehen. Leuthard ist überzeugt, dass nur ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum in eine prosperierende Zukunft führt.

Peter H. Ernst zeigte sich erfreut über die Auszeichnung. Für ihn stehe Business Excellence für Unternehmenskultur und Firmenphilosophie. Die Auszeichnung sei der Preis für ein über Jahre hin dauerndes, konsequentes Qualitätsmanagement, welches eine umfassende Optimierung des gesamten Unternehmens zum Ziel habe und zur Business Excellence führen solle. Mit Akribie, Begeisterung und unermüdlichem Einsatz hätten alle Mitarbeitenden zu dieser Leistung beigetragen. Die Auszeichnung sei darum eine Genugtuung. Zugleich sei sie Motivation und Ansporn, auch in Zukunft ganz vorne zu bleiben.

Die Stiftung Esprix soll die Wettbewerbsfähigkeit fördern

Die Stiftung Esprix will die Wettbewerbsfähigkeit schweizerischer und liechtensteinischer Unternehmen und Organisationen fördern. Zu diesem Zweck organisiert sie einmal jährlich den Wettbewerb. Von den Teilnehmern wählt die Jury, unter der Leitung von Fritz Fahrni und mit Spezialisten des EFQM-Modells for Excellence, eine beschränkte Anzahl Finalisten aus.

Dieses Jahr hatte die Jury als einzigen Finalisten neben dem «Seedamm Plaza» die Raiffeisenbank Mischabel-Matterhorn in St. Niklaus (VS) nominiert. Die Qualifikation der Mitarbeitenden, ausgeprägte Kundenorientierung und das Image der Bank waren nach Ansicht der Jury Aspekte, auf die grossen Wert gelegt werde und die ständig gemessen und verbessert würden.

Bilder zvg

Das Hotel-, Seminar- und Kongresszentrum Seedamm Plaza in Pfäffikon.

Bundespräsidentin Leuthard und «Plaza»-Direktor Peter Ernst.

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, 10vor10 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

«Öpfelchasper» zieht weite und weitere Kreise

Nach Zürich und Basel gibt es die Biofrüchte- und Gemüse-Körbe vom Velokurier Öpfelchasper neu auch in Bern.

Bilder zvg

Ein «Öpfelchasper», unterwegs in Zürich mit seinen Früchten.

Die Velokuriere von «Öpfelchasper» starten durch: 2007 haben Dominik Hungerbühler und Armin Heyer den Lieferservice gegründet. Gegenwärtig beschäftigen sie in Zürich 17 Teilzeitarbeiter, die pro Woche 1,7 Tonnen Biofrüchte und -gemüse an 350 Kunden verteilen. Nachdem die Firma vor einem Jahr nach Basel expandierte, ziehen «Öpfelchaspers» seit Kurzem auch in Bern ihre Kreise. Während der Start in Basel harzig war, werden in Bern nach drei Wochen bereits 25 Kunden beliefert.

Bars und Hotels sind vom Service ebenso begeistert wie Firmen und Familien. Vor allem Hotels im oberen Segment schätzten ihre Biofrüchtekörbe, sagt Heyer. Die Kunden abonnieren einen Früchte- oder Gemüsekorb, der ihnen ein bis drei Mal pro Woche geliefert wird: Im Standard-Früchtekorb findet der Bioliebhaber je nach Saison Äpfel, Bananen, Birnen, Orangen, Pflaumen, Zwetschgen. Der Gourmet-Früchtekorb wird mit Nüssen, Feigen, gedörrten Früchten, frischen Beeren, Kiwis und Cherrytomaten angereichert. Der Gemüsekorb enthält neben Früchten je nach Saison Lauch, Broccoli, Wirz, Karotten, Zwiebeln und Chabis. «Öpfelchasper» will aber mehr sein als ein Biofrüchte- und Gemüselieferant. «Das Persönliche ist uns wichtig,» sagt Heyer. Der Name «Öpfelchasper» bringt dieses Credo zum Ausdruck: Frech und aufgestellt, liefern die «Öpfelchaspers« ihren Kunden nicht nur Körbe voll Gesundem von lokalen Kleinbauern für Zwischendurch, sondern bringen auch Farbtupfer, Freude und Abwechslung in den Alltag.

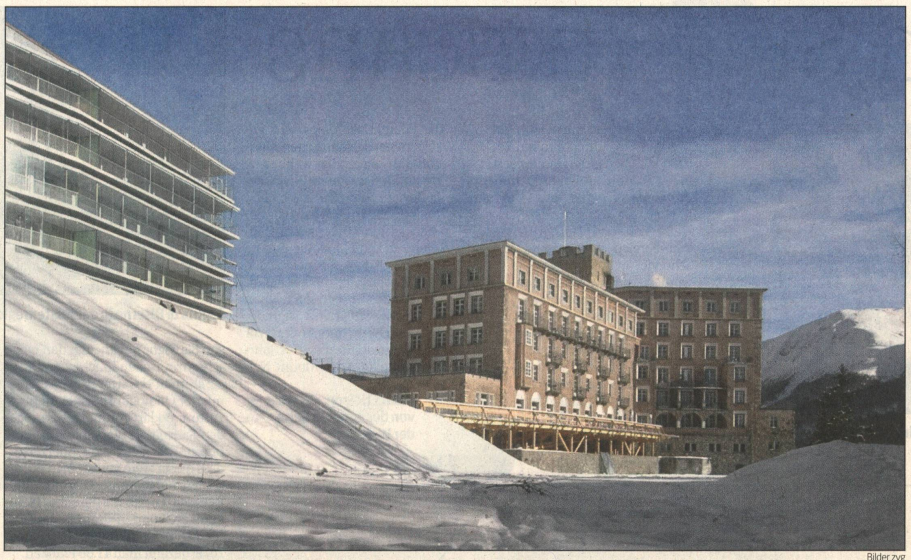
Die Produkte sind nicht nur biologisch, sondern auch klimaneutral: Der durch den Transport von importierten Früchten verursachte CO_2-Ausstoss wird mit der Finanzierung von myclimate-Projekten kompensiert, und die Weidekörbe werden wieder verwendet. os

www.oepfelchasper.ch

Die Bio-Früchte liefert der «Öpfelchasper» in Weidekörben.

Unter ihrer Ägide wurde das Zuozer Hotel Castell ein 4-Sterne-Superior-Haus. Nun geben es Bettina und Richard Plattner an Melanie und Silvan Auf der Maur weiter.

FRANZISKA EGLI



Bilder zvg

Der Neubau finanzierte den Altbau: Mit dem Verkauf der 17 Eigentumswohnungen in der Chesa Chastlatsch (links) konnte das Hotel Castell im Jahre 2004 totalsaniert und zu neuem Leben erweckt werden.

Trutziges Gemäuer zum Leben erweckt

Seine Hülle ist schon sehr gewaltig, dieses mächtige Gemäuer aus dem Jahre 1912, das sich mitten im Oberengadin aus dem Nichts erhebt und einst Kurhotel war. Und Bettina Plattner erzählt, dass sie zu Beginn, als sie das Hotel übernommen hatten, auch Mühe bekundet habe mit eben diesen Mauern, die irgendwie eine Tristesse ausstrahlen würden und die so im Gegensatz stünden zu dem, was man heute im Innern vorfinde.

Das ist längst Geschichte. Heute sind die herben Mauern eines der Hauptmerkmale des Hotel Castell, dessen Ruf, Herkömmliches mit Moderne und Ungezwungenheit mit Kunst gekonnt zu verbinden, auch über die Landesgrenze hinaus strahlt. Und das ist nicht zuletzt Bettina und Richard Plattner-Gerber zu verdanken, die sich nach acht Jahren als Direktorenpaar und einer Totalsanierung im 2004 nun vom Hotel Castell verabschieden. «Wir sind nicht der Lebensstelle-Typus», begründet sie die Entscheidung. Zudem sei sie 45, ihr Mann 47 Jahre alt, das sei doch der Moment, um nochmals Träumen zu folgen und Nachfolgern mit neuen Visionen Platz zu machen.

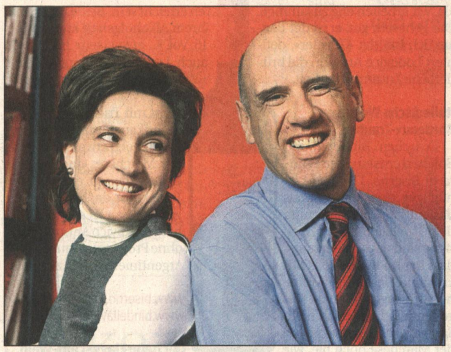
Auch wenn sie viel Kunst zeigen: Sie soll nicht im Vordergrund sein

Die Nachfolger, das sind Melanie und Silvan Auf der Maur, ein junges Paar aus dem Luzernischen, er hat bislang das Seminarhotel Flora Alpina in Vitznau geführt, sie vor gut zwei Jahren ihre Zwillinge bekommen. Und nun steht das «Castell» an, das sie lachend «unser drittes Kind» nennen. Es habe alles, einfach alles gestimmt, schwärmen die 28- und der 34-Jährige über ihren grossen Sprung, im Mai ein mehrfach ausgezeichnetes 4-Sterne-Superior-Hotel mit 68 Zimmern zu führen. Ein Hotel, das dank seinem Eigentümer Ruedi Bechter und dessen privater Sammlung reich an Kunst ist, diese aber nicht als Aushängeschild wissen will. «Das Castell lädt weder die einen ein, noch schliesst es andere aus», betont das aktuelle Direktorenpaar. Und das wird bestätigt, wer des Abends sieht, wie unelitär es zu und her geht und wie unspektakulär die kleinsten Gäste umherkrabbeln dürfen – zwischen historischem Speisesaal, wo noch zu Ende gespeist wird, und der von Pipilotti Rist kreierten modernen Red Bar, wo leichte Beats erschallen.

Was hat die Direktorin Löcher abgedeckt und sich geschämt

Überhaupt herrscht eine überaus fröhliche Stimmung in all den verwinkelten Räumlichkeiten, die mit viel Liebe zum Detail und mindestens ebenso viel Stil umgebaut wurden. Bettina Plattner erinnert sich aber nur zu gut, wie steinig der Weg bis hierher, in welchem Zustand das Zuozer Hotel einst war. Bis die Eigentumswohnungen neben dem Hotel Castell verkauft waren, mit denen der Umbau finanziert wurde, stellte die Direktorin manche Kunstwerke so auf die Teppiche, dass sie Löcher verdeckten. Wie viele Male, seufzt sie, hätte sie sich für das Haus geschämt.

Heute nun erfüllt es Plattners mit Stolz, dass sie so sehr an ihren Traum geglaubt und ihr Ziel konsequent verfolgt hätten. Das trutzige Haus wissen sie in guten Händen, erzählt Richard Plattner, und sie selber, sie beide zieht es nun in die Selbstständigkeit.



«Wir sind nicht der Lebensstelle-Typus», sagen Plattners und machen sich unter anderem mit Ferienwohnungsvermittlung selbstständig.

«Das Hotel Castell», sagen die Auf der Maurs, die das Hotel im Mai übernehmen werden, «das ist unser drittes Kind.»

Ein Geschichtenerzähler tritt ab

30 Jahre lang haben sie das Hotel Europa in St. Moritz Champfèr geleitet und geben es nun an Werner Singer weiter: Armin und Elisabeth Bützberger.

FRANZISKA EGLI

Er ist nicht nur ein Bilderbuch-Gastgeber, er ist auch ein begnadeter Geschichtenerzähler: Armin Bützberger. Und weil sich hier, im Hotel Europa, in dem Bützberger drei Jahrzehnte als Hoteldirektor geamtet hat, Tausende von Geschichten angesammelt haben, werden bis zu seinem Abgang so genannte Kaminabende durchgeführt. Da gibt der Herr des Hauses mit dem Schalk in den Augen Episode um Episode zum Besten. «Beispielsweise die mit dem Milchwasser», holt er aus, und seine Frau wie auch sein Nachfolger Werner Singer verdrehen die Augen und lachen laut. Das war, als die Solaranlage mitten in der Hochsaison eine Panne hatte und in allen Zimmern das Wasser milchig weiss aus den Hahnen floss.

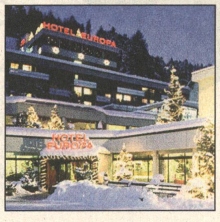
Vor 32 Jahren haben Elisabeth und Armin Bützberger im «Europa» zu arbeiten begonnen, ab 1980 hatten sie die Leitung inne. Nicht nur haben sie das einstige Eurotel von der gleichnamigen Appartement-Hotelgruppe losgelöst und in ein familiäres Hotel samt eigener Hühnerfarm verwandelt. Das «Europa» besitzt mit 300 Quadratmetern auch die grösste Hotel-Solaranlage der Schweiz, die letztes Jahr mit dem Schweizer Solarpreis ausgezeichnet wurde. Und nach wie vor noch gehört das «Europa» 145 Eigentümern, die von jeder Erneuerung immer erst überzeugt werden müssen. «Kein leichtes Unterfangen», weiss Bützberger.

Ab 1. Mai nun wird das alles Sache von Werner Singer sein, der im Palace Hotel in Gstaad ebenso war wie im Matahari Beach Resort auf Bali. Vor sieben Jahren kam er als Vizedirektor ins «Europa» ins malerischen Champfèr. Klar habe er grossen Respekt vor dem, was da auf ihn zukomme, sagt er. Aber nachdem Singer ein paar Bali-Geschichten zum Besten gegeben hat, ist allen klar: Auch dieser Mann ist mit allen Wassern gewaschen.

«Wir haben uns einst gesagt: Mit sechzig hören wir auf», erzählt Elisabeth Bützberger. Und so ist es: ohne Wehmut und mit viel Freude, sagt sie. In Zukunft, am Sempachersee, werden sie das geniessen, was sie über dreissig Jahre lang nur ganz wenig hatten: Privatsphäre.

Bilder zvg

Neuer und Bisheriger: Werner Singer (links), Armin Bützberger.



Hat die grösse Hotel-Solaranlage: das Hotel Europa in Champfèr.

Gastronomie

Der Champagner wird leichter und ökologischer

Die Vereinigung aller Champagnerhäuser und Champagnerwinzer (CIVC) führt einen neuen Standard für die 75cl-Flasche ein. Das Gewicht einer Flasche wird von 900 g auf 835 g reduziert. Damit werden weltweit jährlich 8000 Tonnen CO_2 eingespart. Dies entspricht den CO_2-Emissionen von rund 4000 PKWs. Die charakteristische Flaschenform und die ursprüngliche Abmessung bleiben erhalten. Mit der Entwicklung der leichteren Flasche ist das CIVC dem Ziel, seine CO_2-Bilanz bis 2020 um 25 Prozent zu reduzieren, einen Schritt näher gekommen. os

Die neue Sushi-Bar im Zürcher Niederdorf

zvg

Die Fredy Wiesner Group hat im ehemaligen Café Annabelle im Zürcher Niederdorf eine **Negishi-Sushi-Bar** eröffnet. Das «Negishi» bietet Sushi und Sashimi in verschiedensten Kreationen an. Japanische Köche stellen die Sushis vor den Augen der Gäste aus frischem Fisch und Meeresfrüchten sowie verschiedenem Gemüse her. Sämtliche Sushis und Sashimis werden von Hand hergestellt. Die Sushi-Menüs können auch per Telefon, Fax oder Internet bestellt und dann abgeholt oder per Kurier angeliefert werden. Die Sushi-Bar im Zürcher Niederdorf ist nach den zwei Betrieben in Basel bereits die dritte Negishi-Sushi-Bar der Gruppe. os

Hotellerie

Das Portal «Top Family Hotels» ist gut gestartet

Das Online-Portal für familienfreundliche Ferien «Top Family Hotels» gibt sich mit dem ersten Geschäftsjahr zufrieden. 25 Partnerhotels konnten gewonnen werden, und die Anzahl der monatlichen Zugriffe auf die Website hat sich in den letzten sechs Monaten um 82% gesteigert. Auf **www.top-family-hotels.com** finden sich familienfreundliche Hotels, Pensionen, Ferienunterkünfte und Freizeitanlagen in Europa. os

Die besten deutschen Businesshotels

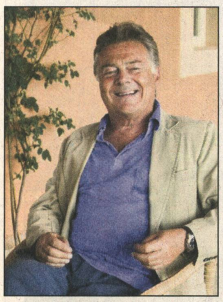
zvg

Das **Hotel Taschenbergpalais Kempinski** in Dresden wurde vom deutschen Finanzmagazin «Euro» mit 246 von 250 möglichen Punkten zum zweiten Mal nach 2008 zum besten Businesshotel Deutschlands gewählt. Damit setzte sich das 5-Sterne-Hotel knapp gegen die beiden Berliner Hotels «Adlon Kempinski» und «Ritz-Carlton» durch. Zur Wahl standen Hotels mit mehr als 100 Zimmern in deutschen Geschäftsmetropolen. Die Rangliste ist in der März-Ausgabe des «Euro»-Magazins veröffentlicht. os

Gegen Supertuscans

Lodovico Antinori ist voller Elan: In Neuseeland frönt er seiner Leidenschaft für Sauvignon Blanc, und in Italien macht er Druck auf die «Supertuscans», die er selber erfunden hat.

RENATE DUBACH



Winzer Lodovico Antinori.

Apulien mit seinen guten autochthonen Rebsorten interessiert ihn, und in Argentinien würde er gerne «etwas mit Malbec probieren», sagt Marchese Lodovico Antinori. «Im Weinbereich passiert zurzeit sehr viel in Argentinien, da werden neue spannende Techniken ausprobiert.» Aber dafür müsste er zehn Jahre jünger sein, meint der 67-Jährige. Für die neuen Projekte, die der weltberühmte Winzer letzten Montag in Zürich auf Einladung von Bindella Weinhandel erstmals vorstellte, reicht die Energie allerdings sehr gut aus: Im neuseeländischen Marlborough, einer der weltbesten Lagen für Sauvignon Blanc, hat Lodovico Antinori zusammen mit seinem Bruder Piero vor sieben Jahren 18 Hektaren Rebland gekauft und die Tenuta Campo di Sasso gegründet. «Hier kann ich meine Leidenschaft für den Sauvignon Blanc ausleben», sagt der Marchese und fordert zur Degustation auf. Der Jahrgang 2008 des Mount Nelson ist den typischen tropischen Touch, aber subtiler als man erwartet hat. Das habe mit der Önologin Helena Lindberg zu tun, erklärt Antinori, sie möge den Sauvignon Blanc nicht zu üppig, und er sei davon überzeugt, dass dieser Wein vor allem in Europa gut aufgenommen werde. Bei Bindella kostet die Flasche 19.50 Franken. Für den Topwein des Gutes, den Ram's Hill Sauvignon Blanc 2008, bezahlt man 41.50 Franken.

Mount Nelson: Ein Wein von der anderen Seite der Welt.

Bilder zvg

Tenuta di Biserno in der Küstenregion der Oberen Maremma.

Zurück zu den toskanischen Wurzeln

Nach dem Ausflug ans andere Ende der Welt kommt Antinori zurück in seine toskanische Heimat. Seine Familie ist ja seit 26 Generationen im Weinbau tätig, und in der Toskana hat er bekanntlich mit seiner Tenuta dell'Ornellaia Weingeschichte geschrieben. Er produzierte Weine, die zu den besten der Welt zählen. Vor rund acht Jahren verkaufte Lodovico Antinori das Gut an Mondavi, was er heute bereut, wie er gesteht – jetzt gehört es Frescobaldi. Der Marchese suchte und fand ein neues Spielfeld, um seine Vorstellungen vom perfekten Wein umzusetzen: Nur gerade vier Kilometer nördlich von Bolgheri in der Oberen Maremma hat er 70 Hektaren Land gekauft. Auch bei diesem Projekt ist Piero Antinori dabei, nachdem die Brüder vorher jahrzehntelang Konkurrenten waren. «Ja, wir arbeiten eng zusammen. Das geht sehr gut, er ist der Banker, ich bin der Künstler», definiert Lodovico Antinori die brüderliche Zusammenarbeit.

Italienische Weine aus Bordeaux-Trauben

Zwischen Bibbona und Bolgheri entstand die Tenuta di Biserno. Das Land ist hügliger und steiniger als dasjenige der Tenuta dell'Ornellaia, aber die Antinoris sind davon überzeugt, dass der Boden und das Mikroklima besondere Weine hervorbringen können. Angebaut wird natürlich nicht Sangiovese – den mochte der Marchese noch nie, wie er sagt – sondern Syrah und das Bordeaux-Quartett Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot und Petit Verdot. Und damit macht man den Supertuscans mächtig Konkurrenz. Antinori spielt das herunter: «Ich finde positive Rivalität zwischen den Weinen gut. Die einen mögen diesen Wein lieber, die anderen jenen.»

Die Rotwein-Verkostung beginnt mit dem Insoglio del Cinghiale 2008, der zu fast einem Drittel aus Syrah besteht, der Rest ist Cabernet Franc und Merlot. Der Wein ist sehr fruchtig, fast schon süsslich, passt zu Fleischgerichten und kostet 27.50 Franken.

Dann kommt der Zweitwein der Tenuta di Biserno, eine füllig-fleischige Cuvée aus den Bordeaux-Sorten mit guter Struktur und aromatischen Noten von schwarzen Früchten. Er kostet 65 Franken. Das Flaggschiff der Tenuta heisst schlicht Biserno. Bei ihm halten sich Merlot und Cabernet Franc die Balance, dazu kommen etwas Cabernet Sauvignon und Petit Verdot. Verkostet werden die Jahrgänge 2006 und 2007, die in der Nase noch zurückhaltend sind, sich aber im Gaumen als zwei wuchtige Kerle entpuppen. Der 2006 – er kostet 120 Franken – schmeckt nach Fruchtkompott und Schokolade, der Jüngere (160 Franken) nach reifen schwarzen Früchten. Ihre beste Trinkreife wird in fünf, sechs Jahren erreicht sein. Beide liegen mit ihrem Alkoholgehalt knapp über 15 Vol.%, etwas sehr hoch, wie auch Lodovico Antinori zugibt: «Wir werden versuchen, künftig unter 14 Vol.% zu bleiben, aber nicht mit Tricks, wie das die Amerikaner machen.» Und gleich noch etwas verspricht der Marchese: «Im September stellen wir ein weiteres Projekt vor, das bis jetzt noch geheim ist.» Es sieht aus, als hätte Lodovico Antinori auch ohne Projekte in Apulien und Argentinien einiges zu tun.

Der neue Flaggschiff-Wein.

www.biserno.it
www.bindellaweine.ch

ANZEIGE

KOSTBARE **KULTUR**

ERSTMALS IN BERN

ÖSTERREICHS GROSSE WEINE

Montag, 12. April 2010
13.00–20.00 Uhr

Kulturcasino Bern
Herrengasse 25, 3011 Bern

ÖSTERREICH WEIN

Anmeldung:
online **www.weininfo.ch**
Fax 044 389 60 46
Tel. 044 389 60 45
Eintritt mit Anmeldung gratis, sonst Fr. 20.–
www.österreichwein.at

Die «Schlaraffia» zählte mehr als 11 000 Besucher

Die 10. Ausgabe der «Schlaraffia», die Wein- und Gourmetmesse in der Ostschweiz, verzeichnete mehr als 11 000 Besucher und 130 Aussteller. Neben Weinausstellern präsentierte das Zürcher Oberland als Gastregion Käse- und Fleischprodukte, Back- und Konditoreispezialitäten, touristische Angebote und traditionelles Handwerk. Showküchen, Workshops und Themenabende rundeten das Messe-Programm ab. os

Käsereien kehren zu «Emmentaler Switzerland» zurück

Die vier Käsereien, die vor einem Jahr aus «Emmentaler Switzerland» austraten und ihren eigenen Verein gründeten, haben ihre Mitgliedschaft erneuert: Nur so dürfen sie den Emmentaler AOC produzieren und die wichtigsten Abnehmer beliefern. Sie produzieren aber nach eigenen, schärferen Kriterien. Die abtrünnigen Käsereien wollten aufgrund der grossen Nachfrage mehr Emmentaler produzieren. Dies war ihnen nicht erlaubt worden. os

Lindt & Sprüngli mit massivem Gewinnrückgang

Lindt & Sprüngli hat im 2009 mit 193 Mio. Franken rund einen Viertel weniger als im Vorjahr verdient. Auch der Umsatz ging um 1,9% auf 2,525 Mrd. Franken zurück. Aufgrund der Wirtschaftskrise kaufen die Konsumenten vermehrt Billigschokolade. Zudem kostete die Schliessung von Lindt-Boutiquen in den USA mehrere Millionen. os

Fotolia

Der Toast spielt nicht nur am Frühstücksbuffet, sondern auch in der Küche eine wichtige Rolle: Als Clubsandwich, verarbeitet zu Croûtons oder als Beilage.

Toast in aller Munde

Der Toast ist im Hotel nicht mehr vom Frühstücksbuffet wegzudenken: Er ist bei den internationalen Gästen beliebt.

SUSANNE WAGNER

Ein fein duftender und knuspriger Toast mit Butter und Konfitüre gehört für viele Hotelgäste zu einem gemütlichen Frühstück. Aber nicht alle haben am Morgen genügend Zeit für die Prozedur des Brotröstens. So gibt es am Frühstücksbuffet des Dreisternehotels Schiff am Rhein in Rheinfelden keinen Toaster, wie Pächterin Susanne Köchlin erklärt: «Wir haben viele Geschäftsleute, und diese Gäste verlangen keinen Toast. Sie essen lieber Brot oder Gipfeli.»

«Die Qualität von Frühstücksei und Toast muss stimmen»

Anders sieht es bei den internationalen Gästen aus. «Für die Engländer fängt der Tag nicht gut an, wenn es keinen Toast gibt. Wir Schweizer sind nicht mit dieser Tradition aufgewachsen», sagt Leo Maissen, Direktor des Tschuggen Grand Hotel Arosa. Seine schweizerischen Gäste greifen lieber zu den zahlreichen Brotsorten als zum Toast. «Aber grundsätzlich gilt: Die Qualität von Frühstücksei und Toast muss stimmen», so Leo Maissen. Die Toastliebhaber können ihren Toast oder ein Brötchen auf dem frei bedienbaren Hoteltoaster bis zum gewünschten Bräunegrad selber rösten.

> **«Toast wird vor allem von den Gästen aus USA und Grossbritannien geschätzt.»**
> **Thomas Schärer**
> Direktor Hotel Seeburg Luzern

Der weisse und der Vollkorntoast sind bei den Gästen gleich beliebt

Im Hotel Seeburg in Luzern werde der Frühstückstoast vor allem von den Gästen aus den USA und Grossbritannien geschätzt, erklärt der Direktor Thomas Schärer. Die Nachfrage nach dem weissen und dem Vollkorntoast halte sich in etwa die Waage: «Die Tendenz geht Richtung Vollkorntoast, aber eher bei den Schweizern. Die Engländer bevorzugen hellen Toast.»

Auch in der Küche spielt der Toast eine wichtige Rolle: Als Clubsandwich, verarbeitet zu Croûtons oder als Beilage. «Zu Lachs und Tatar bieten wir weissen Toast, Vollkorntoast oder Briochetoast an.»

Laut Herkunftswörterduden ist Toast eine «geröstete Weissbrotschnitte». Das englische «to toast» heisst rösten und stammt aus dem Lateinischen «tostus», was so viel wie gedörrt oder getrocknet heisst. «Toast» ist auch ein Trinkspruch: Man vermutet, der Begriff gehe auf eine früher in England übliche Trinksitte zurück, wonach derjenige, der einen Trinkspruch anbringen wollte, zuvor eine Scheibe geröstetes Brot in sein Glas eintauchte.

Bereits die alten Ägypter rösteten ihr Brot, um es haltbar zu machen

Durch das Toasten erhält das Brot eine ideale Oberfläche, um darauf Butter, Konfitüre oder Honig zu streichen. Bei grosser Hitze karamellisieren die Stärke und der Zucker im Brot und werden braun. Bereits die alten Ägypter rösteten ihr Brot, um es im warmen Klima haltbar zu machen. Jahrtausende lang «toasteten» die Menschen ihre Brotstücke auf die gleiche Art: Sie hielten sie an Spiessen oder platzierten sie an eine Aufhängevorrichtung neben der Feuerstelle.

Im 18. Jahrhundert benutzten die Engländer zwei verbundene Gabeln mit Handgriffen und nannten das Gerät Toaster. Die ersten elektrischen Toaster ab 1900 waren käfigartige Drahtkonstruktionen ohne Gehäuse oder Verkleidung. Jetzt konnte man toasten, ohne den Ofen anzufeuern. Allerdings benötigte der Toastvorgang eine dauernde Überwachung, damit nichts verkohlte. Auf grosses Interesse stiess deshalb der erste Toaster mit Auswurfmechanismus aus den USA in den 20er-Jahren. Bis heute gibt es Toaster im Retrostil, die den bauchigen Geräten aus den 50er-Jahren nachempfunden sind.

Plakate vom Paradies

Das Museum für Gestaltung Zürich zeigt Werbeplakate der letzten 100 Jahre. Die Ausstellung geht dem Mythos «Paradies Schweiz» auf den Grund.

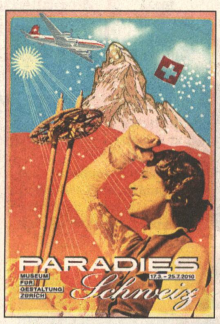
OLIVIER SCHMID

Bilder zvg

Die Swissair warb 1954 mit Donald Bruns Sennenbub-Idylle.

Der belgische Ordenspriester und Schriftsteller Phil Bosmans sagte: «Weil Menschen an das Paradies glauben, wird ihnen das Paradies zum Kauf angeboten, alles glänzend in Plastik verpackt.» Das Museum für Gestaltung Zürich ist diesem Thema mit «Paradies Schweiz» auf der Spur. Die Ausstellung zeigt Schweizer Werbeplakate aus den letzten hundert Jahren, die mit Berg-, Kuh- oder Trachtenmotiven die Schweiz als Garten Eden vermarkteten. Während eine strahlende Sonne, Berge, Seen oder Kühe (fast) eine unberührte Natur und eine heile Welt suggerieren, vermitteln Trachten Werte wie Heimatgefühl, Bodenständigkeit und Traditionsbewusstsein. Ein anderes wiederkehrendes Motiv, das Schweizer Kreuz, soll Qualität garantieren; sei es in der Nähmaschinenwerbung «Helvetia – die Freundin fürs Leben» von 1942 oder auf Niklaus Stoecklins Plakat «Schweizer Eier» von 1971.

Die genannten Sujets als Facetten der «Swissness» eignen sich ideal als Projektionsflächen von Sehnsüchten. Darum werden sie auf Werbeplakaten für Tourismus, Schweizer Produkte oder der Politik immer wieder verwendet. Je nach Kontext formulieren sie aber unterschiedliche Botschaften. Beispiel eines stets wiederkehrenden Sujets ist das Matterhorn, das heute mit dem Bild der Schweiz fast gleichgesetzt wird: Auf den Plakaten von Emil Cardinaux von 1908 und von Schweiz Tourismus von 2004 soll mit dem Matterhorn die Schweiz als Paradies verkauft werden. Im Unterschied dazu wurde das Sujet von Heinz Jost auf seinem Plakat «Sinkendes Schweizer Gipfeli» von 1991 ironisch gebrochen und sowohl das Land als auch seine Bergwelt entmystifiziert.



Das Ausstellungsplakat vereint Motive von Schweizer Plakaten.

Putzig, farbig, jung: Die Kuh-Schweiz auf Machs Plakat 1971.

Auch die Schweizer Nationalflagge wird für verschiedene Botschaften eingesetzt. Während die wehende Fahne auf dem «Ja-zur-UNO»-Plakat von 2002 Aufbruch und Öffnung symbolisierte, stand die von Minarett-Raketen durchbohrte Flagge auf dem Anti-Minarett-Plakat von 2009 für eine bedrohte Schweiz.

Selbst die Botschaft eines einzelnen Plakats kann sich im Laufe der Zeit verändern. Während der Senn auf dem Plakat von Donald Brun 1954 freudig eine ankommende Swissair-Maschine begrüsst, scheint er ihr heute wie zum Abschied nachzuwinken.

Ausstellung: 17. März bis 25. Juli 2010, jeweils Dienstag bis Sonntag.

www.museum-gestaltung.ch

News

Die Chancen für «City-Beach» in Bern stehen gut

In Bern ist auf der grossen Schanze von Anfang Juni bis Ende August ein Stadtstrand mit Sand, Bassins, Palmen, Liegestühlen und Bar geplant. Nachdem Barbara Egger-Jenzer, Vorsteherin der bernischen Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion (BVE), dem Projekt mit der Bedingung, dass der Universitätsbetrieb nicht gestört werde, zugestimmt hat, gab nun auch die Universität Bern ihr Placet. Nun ist ein Gesuch bei der Gewerbepolizei hängig. Die Firma City-Beach hat bereits in vier anderen Schweizer Städten künstliche Strände eingerichtet. os

Der Monferrato Rosso DOC mit neuem Etikett

Sabine Ehrmann, Geschäftsführerin des Weingutes Tenuta Tenaglia im piemontesischen Monferrato, wird auf der «ProWein 2010» ihr

zvg

neues Spitzenprodukt vorstellen. Der Monferrato Rosso DOC Olivieri besticht durch sein Rubinrot und die Komposition von schwarzem Pfeffer, Himbeere und roter Beerenkonfitüre. Der 07er-Jahrgang ist mit einem **Etikett** des neapolitanischen Künstlers Giuseppe Olivieri ausgestattet. «ProWein 2010» ist Europas führende Wein- und Spirituosenmesse und findet vom 21. bis 23. März in Düsseldorf statt. os

Events

Richard Wagners Wanderungen in der Schweiz

zvg

Zwischen dem 16. März und dem 30. November zeigt das **Richard-Wagner-Museum** in Luzern, wie die Schweiz im 18. und 19. Jahrhundert zum Entdeckungsland für Abenteurer, Wohlhabende und Künstler geworden ist. Mit ihren Berichten, Gemälden und Kompositionen trugen sie nachhaltig zum Tourismus bei. Auch musikalische Anregungen, die aus Wagners engem Verhältnis zur Schweizer Berglandschaft hervorgegangen sind, werden dokumentiert. os

«Snow and Symphony» in Graubünden

Vom 16. März bis am 3. April findet in Graubünden das Musikfestival «Snow and Symphony» statt. An elf Konzerten im Engadin und in Chur können unter anderem das Gewandhaus-Quartett Leipzig, der britische Geiger Nigel Kennedy oder der kanadische Pianist Louis Lortie bewundert werden. Ein ganz besonderes Erlebnis verspricht das Konzert des «Tangata-Quintetts» auf der Gipfelstation der Corvatsch-Bergbahn zu werden, inklusive Dinner und von Skilehrern begleitete nächtliche Skiabfahrt. os

www.graubuendenfestival.ch

Barfuss ins Einkaufszentrum

Sarah's

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

In der Zeit, in der die meisten Menschen in Europa Schneestiefel trugen, hatte mein Freund Matthias überhaupt keine Schuhe an. Während zehn Monaten des Jahres ist er ein erfolgreicher Luftfahrt-Experte in Gucci-Schuhen. Während den restlichen zwei Monaten reist er nach Neuseeland, wo er barfuss geht.

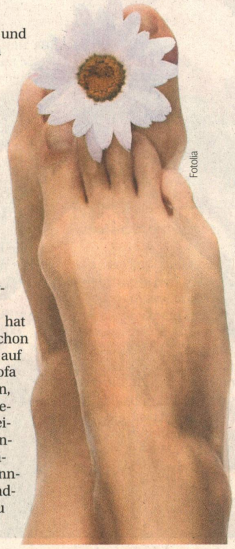
Wie kommt er ungeschoren davon, wenn er in Einkaufszentren und Kinosäle spaziert, und dabei von den Knöcheln aufwärts wie ein wohlhabender Mann und am südlichen Ende wie Robinson Crusoe aussieht? Ich frage mich, ob Restaurantbesitzer nicht aufgeschreckt werden von Matthias' zehn nackten Zehen. Opernhäuser, Botschaften, Warenhäuser: überall spazierten Matthias' nackte Fusssohlen durch. Vielleicht werden die Leute so geblendet von seinen blendend weissen Zähnen, dass sie nicht nach unten schauen? Matthias erinnert sich nur an eine Gelegenheit, bei welcher er herausgefordert wurde. Es war in einem Warenhaus. «Nachdem ich darauf hingewiesen hatte, dass ich meine Füsse dreimal täglich wasche, während die meisten Menschen ihre Schuhe überhaupt nie reinigen, akzeptierte es der Manager», sagt er.

Nicht jeder hat so viel Glück wie Matthias. Der Künstler Dave Richards ist ganze sieben Jahre lang barfuss gegangen. Letzten Monat setzte ihn eine der grössten britischen Warenhäuser-Ketten auf ihre «Gesucht»-Liste – oder, um präziser zu sein, auf ihre «Gar-nicht-gesucht»-Liste. Das Einkaufen wurde ihm verboten, weil er keine Schuhe tragen will.

Das scheint eine kleine Übertretung zu sein, wenn man die Verbrechen betrachtet, die in Warenhäusern begangen werden. Ich habe einmal jemanden gesehen, der auf eine Kiste mit Tomaten spuckte (ich konnte monatelang kein Gazpacho mehr essen), und jemand anderes nieste in eine Basilikumpflanze und wischte sich die Nase an den Blättern ab (das hielt mich jahrelang davon ab, Pesto zu essen). In der Tiefkühl-Abteilung erlebte ich einmal, wie eine sehr dünne Dame eine Glace-Packung öffnete, Glace schleckte, den Deckel wieder zudrückte und davoneilte.

Wenigstens sind nackte Füsse dort, wo sie hingehören – auf dem Fussboden. Bis jetzt habe ich noch nie jemanden gesehen, der beim Einkaufen seine Füsse an einem Produkt abwischt, während es scheint, dass Finger, Nasen und Zungen überall hin gehen können, sogar in Waren, die von einer anderen Person gekauft werden.

Ein Warenhaus in Wales hat sogar eine Kleiderordnung eingeführt, die es den Kundinnen und Kunden verbietet, in Nachtwäsche einzukaufen. Das kann ich schon fast verstehen. Wer hat nicht schon mal auf dem Sofa gesessen, dazu bereit, einen sentimentalen Sonntagabend-Film zu sehen und erst dann festgestellt, dass kein sentimentaler Film komplett ist ohne eine Schüssel Popcorn? Ich habe mich schon mehr als einmal vor meiner Wohnungstüre herumgedrückt und mich gefragt, ob ich mit einem langen, schwarzen Mantel über gestreiften Flanellbeinen durchkomme.



Fotolia

Inzwischen habe ich Gerüchte aus Grossbritannien gehört, und diese verleiten mich kaum dazu, mich zur Barfuss-Brigade zu gesellen. Gott bewahre mich davor, dass mir verboten wird, in meinem Supermarkt einzukaufen; ich müsste zehneinhalb Häuserblocks weit gehen, um zum nächsten zu gelangen – bis ich dort angekommen wäre, könnte man eine Kleiderordnungs-Warnung zu jedem einzelnen Supermarkt der Stadt durchgeben. Und dann, bevor man es sich bewusst ist, wird man zu einer Bonnie oder einem Clyde: man muss sich in dunklen Gassen verstecken, Essen in Mülltonnen suchen, sich danach sehnen, einkaufen zu gehen und sich wünschen, man hätte eine andere Entscheidung getroffen, als es zu der einfachen Handlung kam, ein Paar Schuhe anzuziehen.

Deutsch von Renate Dubach

Das englische Original:
www.htr.ch/dolce-vita

impressum

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

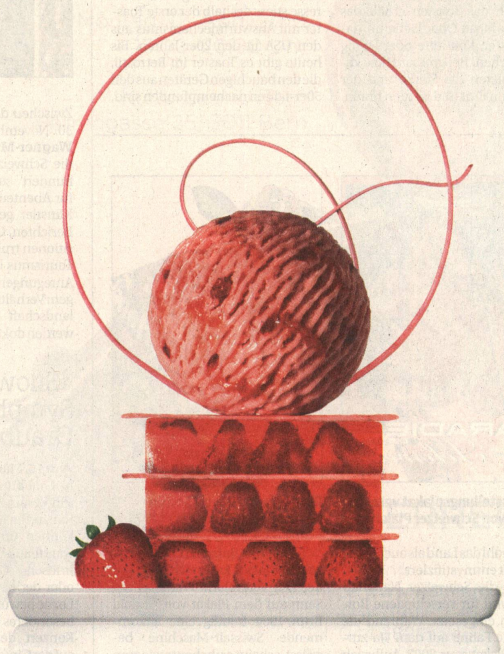
Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/ sls (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français); 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

ANZEIGE

MÖVENPICK®
THE ART OF SWISS ICE CREAM

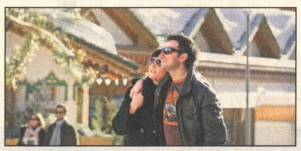


Lassen Sie sich von unserer **Passion** für die Gastronomie begeistern

KONTAKTIEREN SIE UNS UNTER 058 123 66 00 ODER BESUCHEN SIE UNSERE INTERNETSEITE WWW.MOEVENPICK-ICECREAM.CH/GASTRONOMY

cahier français

htr hotelrevue No 11 / 18 mars 2010



Stations
L'idée d'instaurer des zones piétonnes séduit, malgré le flop de Crans-Montana.
Page 20

Offices du tourisme
Le contact humain reste fondamental en dépit du développement d'internet.
Page 21

Illustration idd

Le pavillon des villes suisses de Shanghai se caractérisera par de vastes espaces ouverts, comme le montre cette maquette.

Trois villes suisses draguent la Chine

Le pavillon des villes helvétiques (Genève, Bâle, Zurich) utilisera le thème de l'eau comme vitrine touristique dans le cadre de l'Expo universelle de Shanghai, en Chine.

EUGENIO D'ALESSIO

La gestion durable de l'eau en milieu urbain, son impact sur le bien-être des habitants et son rôle de premier plan dans l'essor du tourisme: c'est le fil rouge qui traversera le pavillon de Genève, de Bâle et de Zurich, du 1er mai au 31 octobre prochains à l'occasion de l'Exposition universelle de Shanghai.

Réussites en matière de gestion durable de l'eau

Sous le slogan «Better water – Best urban life» (une meilleure eau – une meilleure qualité de vie urbaine), les trois métropoles mettront en avant les réussites majeures de leur politique de gestion des ressources aquatiques pour souligner combien ces succès font figure de plus-value touristique. Genève présentera ainsi la «success story» de l'assainissement du Léman, Bâle insistera sur la revitalisation du Rhin après la catastrophe de Schweizerhalle (1986) et Zurich rappellera que 70% de son eau potable est puisée dans le lac.

«Le thème de l'eau comme pivot de la qualité de vie constitue une tribune promotionnelle de poids pour notre pays. Pouvoir se baigner en toute quiétude dans nos lacs et nos fleuves ou boire l'eau de nos fontaines sans crainte: il s'agit là de messages qui contribuent à l'attractivité touristique de la Suisse», argumente Sabine Horvath, responsable des relations publiques pour le projet bâlois.

> **«Le thème de l'eau est une belle tribune promotionnelle pour notre pays.»**
> **Sabine Horvath**
> Cheffe des RP pour le projet bâlois

«L'outil phare de l'arsenal marketing du pavillon sera constitué par un film diffusé sur un écran circulaire géant à 360 degrés. En sept minutes trente, ce document résumera 24 heures de la vie de chaque localité», ajoute Virginie Todeschini, coordinatrice chargée de projets pour la Ville de Genève. «Pour notre cité, les scènes ont été tournées aux Bains des Pâquis, lieu de rencontre convivial et multiculturel.»

Au-delà de ce fil conducteur aquatique, le pavillon des villes abritera des activités de marketing touristique plus classiques. Les 18 et 19 juin, le trio mettra sur pied les journées communes des offices du tourisme, axées sur la promotion auprès des entreprises et des tours-opérateurs chinois. Une semaine Lake Geneva Region du même tonneau sera organisée du 7 au 16 juin. «Sur le marché chinois, notre ville se positionne comme une destination privilégiant des thématiques telles que le luxe, le shopping, la nature et l'eau», précise Joëlle Snella, du service de presse de Genève Tourisme.

L'Empire du Milieu, un marché en plein développement

Pour les trois métropoles, la Chine est un marché d'avenir. Le nombre de touristes de l'Empire du Milieu ne cesse d'y augmenter. La cité de Calvin a ainsi enregistré en 2009 près de 32 000 nuitées chinoises, en hausse de 10,6% par rapport à 2008, Zurich 53 000 nuitées (+30%). Seule Bâle affiche des résultats en léger recul (6800 nuitées, –7%). Sur le plan national, les chiffres sont impressionnants (271 000 nuitées en 2009, +27%).

www.basel-geneva-zurich.org
www.swisspavilion.ch
http://fr.expo2010.cn

Deux pavillons helvétiques au cœur de Shanghai

Le pavillon de Genève, Bâle et Zurich défendra, avec le pavillon suisse, les couleurs helvétiques lors de l'Exposition universelle de Shanghai. Son budget est de 4,9 millions de francs. Trois millions proviennent des villes et 1,9 million de fonds privés. L'Exposition de Shanghai devrait attirer près de septante millions de visiteurs, dont 90% de Chinois. Elle s'étendra sur une surface de 5,3 kilomètres carrés au cœur de la mégalopole. Des exposants de quelque 200 pays, ainsi que des villes, des ONG et des entreprises, seront de la partie. eda

Sofitel lorgne Genève et Zurich

Pour Ignace Bauwens, directeur général régional de Sofitel Allemagne et Autriche et directeur du Sofitel Bayerpost à Munich, la Suisse est un lieu idéal pour les hôtels de la marque. Il vise Zurich et Genève.

CHRISTINE KÜNZLER

Sofitel Luxury Hotels appartient au groupe Accor. Depuis deux ans, elle est devenue une unité commerciale indépendante qui a escorté les premiers pas de Sofitel dans l'univers du luxe.

«Pour ce faire, relève Ignace Bauwens, nous avons réduit le nombre d'hôtels Sofitel existants à 130, car tous ne répondaient pas aux exigences de notre nouvelle vision. Avec Sofitel Luxury Hotels, nous entendons créer une marque de luxe avec des hôtels alliant art de vivre à la française et culture locale.» Son positionnement est situé dans le segment des hôtels cinq étoiles Supérieur. Il repose sur la formation intensive des collaborateurs dans ce domaine. Avec cette politique des ressources humaines, Sofitel entend ainsi se différencier des autres hôtels de luxe.

> **«Nous attendons un fort engagement de la part de nos employés.»**
> **Ignace Bauwens**
> Dir. général Sofitel Allemagne/Autriche

Accor détient non seulement des biens immobiliers, mais gère aussi des hôtels comme le nouveau Sofitel de Vienne, qui appartient à une compagnie d'assurances. Quelques hôtels Accor sont franchisés. Pour ses fondamentaux, Sofitel fait appel aux grands noms de l'architecture contemporaine, dont Jean Nouvel pour le Sofitel de Vienne.

«Le design est très important pour nous. Nous sommes intéressés par des bâtiments historiques répondant aux critères de notre marque Sofitel Legend», relève Ignace Bauwens.

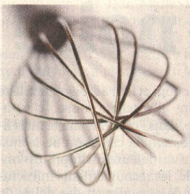
La restauration de l'hôtel doit être, elle, exceptionnelle. «Nous insistons beaucoup sur la bonne nourriture, nous apportons la culture du vin, du fromage et du pain français dans nos établissements», souligne Ignace Bauwens. Avec son multiculturalisme et son multilinguisme, la Suisse est un lieu d'implantation idéal pour Sofitel Luxury Hotel qui lorgne en particulier du côté de Zurich et Genève. Ignace Bauwens y verrait bien un ou deux hôtels. En matière d'écologie, Sofitel reprend les exigences d'Accor, très attaché à l'écologie.

En 2010, Sofitel ouvrira treize hôtels. Huit autres sont prévus jusqu'en 2012. «Mais, souligne Ignace Bauwen, nous ne nous sommes fixés aucun objectif. Pour nous, la qualité passe avant la quantité.»

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 10
Voir aussi le dossier fokus

ANNONCE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner
On fidélise ses habitués aussi facilement.
happysystems™
Ah! Si j'avais un lit happy.
happy.ch


6 AU 9 JUIN 2010
Centre de Congrès Montreux SA
ZAGG Montreux
Le salon professionnel suisse pour l'hôtellerie, la restauration et la gastronomie collective
www.zagg.ch | info@zagg.ch
UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER
AVEC les nouveautés du marché | ZAGG lounge, concerts | ateliers, présentations | le monde du vin, boissons | aménagements, équipements | architecture d'intérieur, décorations, éclairage | confiserie, desserts | formations, écoles | wellness | fournisseurs, grossistes

reception@hotelleriesuisse
L'accès à votre activité future de réceptionniste d'hôtel
www.hotelleriesuisse.ch/reception
Téléphone 021 320 03 32
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ANNONCE

BRITA Professional
PURITY C – la solution flexible

http://professional.brita.ch

htr hotelrevue
No 11 / 18 mars 2010

En bref

Suisse

Plus de frais d'annulation chez ebookers.ch

ebookers.ch, l'une des principales agences de voyage en ligne d'Europe, a supprimé, au début du mois, les frais de changement et d'annulation de réservation d'hôtels. Nonante-cinq mille hôtels dans le monde sont ainsi concernés. L'agence précise que les établissements hôteliers se réservent toutefois le droit de facturer des frais en cas d'annulation à court terme. Elle indique qu'elle devient ainsi la première entreprise suisse du secteur du voyage à exonérer ses clients de ces taxes. ebookers.ch a débuté son activité en Suisse en 1999. mh

Vaud

Le Musée olympique fera peau neuve

ldd

Le **Musée olympique** à Lausanne fera l'objet d'importants travaux qui devraient être effectués à partir de 2012 et qui nécessiteront sa fermeture durant une période de 18 à 24 mois. Deux étapes sont prévues. La première portera sur l'amélioration des prestations d'exposition. La seconde se traduira par la construction d'une nouvelle aile de bâtiment destinée à accueillir le Centre d'études olympiques. mh

Les réseaux sociaux en discussion à l'EHL

Quel usage peut-on faire des réseaux sociaux qui se sont développés sur le net pour accroître la plus-value d'une société? C'est à cette question que tenteront de répondre les participants au forum prévu le 23 mars sur le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Forum Pro 2010 entre dans le cadre des manifestations mises sur pied depuis 2006 par le département de recherche de l'EHL et destinées aux hôteliers et aux acteurs du secteur des services. mh

www.forum-pro.ch

Genève

Les travaux de rénovation ont débuté à Cornavin

ldd

Les travaux de rénovation et de transformation de la **gare Cornavin** à Genève ont officiellement débuté la semaine dernière. D'un coût total de 110 millions de francs, entièrement à la charge des CFF, ces travaux ont pour objectif d'améliorer le confort des usagers. L'inauguration des nouvelles installations est prévue pour l'automne 2013. mh

Verbier St. Bernard/ldd

La station de Verbier estime que l'instauration de zones piétonnes doit être le fruit d'une démarche réfléchie.

La rue aux piétons

Les stations doivent-elles réserver des zones aux piétons? A Crans-Montana, une tentative a échoué. Mais le sujet est à l'ordre du jour.

CLAUDE JENNY

L'expérience des «Happy Hours», qui a permis, à la mi-février, de boucler les zones centrales de Crans-Montana au trafic entre 15 h 30 et 19 h a capoté au bout de trois jours en raison de la fronde des commerçants. Cet arrêt anticipé ne décourage pas Dominique Fumeaux, directeur de Crans-Montana Tourisme: «La volonté d'aller vers plus de mobilité en faveur des piétons n'est pas remise en cause.» «Malgré sa brièveté, le test a permis de tirer d'utiles enseignements», ajoute-t-il. Principalement, la nécessité, de réduire le trafic automobile sur le Haut-Plateau, de réaliser des aménagements adéquats, notamment des parkings de captage et des transports locaux plus performants. Dominique Fumeaux est convaincu que «le client est devenu sensible à cette problématique et qu'il apprécie les efforts entrepris».

«L'exemple de Gstaad, une réussite»

A Château-d'Œx, Olivier Bovet, directeur de l'Office du tourisme, est lui aussi convaincu de la nécessité d'offrir de plus en plus d'espaces aux piétons: «Voyez l'exemple de Gstaad, c'est une réussite. Il faut s'en inspirer.» Aussi se réjouit-il de la belle et totale réfection récemment achevée de la rue centrale: «Le nouvel aménagement a été fait pour les piétons en limitant au maximum la présence des voitures.» Verbier pousse dans la même direction: «Les hôtes sont demandeurs de zones piétonnes. Nous devons donc aller de l'avant, mais sans précipitation. Il faut que ce soit une démarche réfléchie», estime Pierre-Yves Délèze, directeur adjoint de Verbier Saint-Bernard Tourisme. Pour lui, «il ne s'agit pas de chasser les voitures, mais de trouver une cohabitation entre piétons et automobilistes». Raison pour laquelle la commune de Bagnes a lancé l'étude d'un plan global de circulation qui permettra d'intégrer des zones piétonnes dans la station.

> «La volonté d'aller vers plus de mobilité en faveur des piétons reste d'actualité.»
>
> **Dominique Fumeaux**
> Directeur de Crans-Montana Tourisme

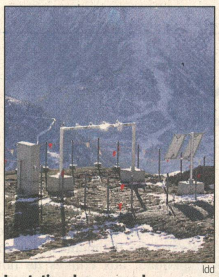
Si certaines stations avancent vers davantage d'espaces réservés aux piétons, d'autres affichent déjà une expérience des rues aux piétons grâce à une configuration qui s'y prête. C'est vrai à Grimentz, avec sa pittoresque rue du village qui fait depuis longtemps le bonheur des hôtes. «Les mentalités ont changé», constate Simon Wiget, directeur de l'Office de tourisme. «A condition de résoudre la question du stationnement, c'est une évolution souhaitée également, car les résidants apprécient des rues sans voitures», analyse-t-il.

L'obstacle des conditions locales

Dans certaines stations, par contre, les conditions locales sont un obstacle majeur. «A Villars, la rue principale est une route cantonale. Impossible donc de la livrer aux piétons», constate Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme. «Nous devons donc inciter les hôtes à renoncer à la voiture au profit des bus-navettes». Des transports publics locaux performants sont dès lors indispensables: «Il faut qu'ils desservent les zones résidentielles et avec des horaires étendus», souhaite Serge Beslin.

Champéry a déjà trouvé la bonne voie médiane, explique Christophe Berra, président de la Société de développement: «Sur le principe, il faut donner la priorité aux piétons et encourager les aménagements dans ce sens. Ce que nous avons fait en introduisant une zone 30 km/h dans la rue du village. Nous visons une zone à 20 km/h. Donc en recherchant une cohabitation intelligente». «Et ce que nous avons entrepris jusqu'à maintenant s'avère très positif», se félicite Christophe Berra.

Les météorologues se querellent



ldd

La station de mesure de MétéoSuisse à Gütsch (Uri).

Aux Grisons, les prévisions météo de Jörg Kachelmann sont jugées plus fiables que celles de la Télévision suisse alémanique. Ce que réfute Thomas Bucheli, le directeur de la rédaction.

SAMIRA ZINGARO

La société Kachelmann dispose de 40 stations météo aux Grisons. D'autres sont planifiées. «Nos prévisions sont meilleures grâce à nos mesures locales, déclare Joachim Schug, météorologue diplômé à Meteomedia. «Kachelmann dresse des prévisions ciblées et vend ses services aux régions touristiques. Avec ce modèle commercial, il obtient beaucoup avec peu d'efforts», constate Thomas Bucheli, directeur de la rédaction météo à la TV suisse alémanique. Un modèle météo plus important que les stations elles-mêmes.

Silvio Schmid, président des chemins de fer de montagne grisons, se plaint des prévisions à long terme, peu fiables, de la chaîne nationale. Elles auraient faussé la perception des téléspectateurs pendant les fêtes de fin d'année, en haute saison. «Ce que dit la TV, les gens le croient», constate Silvio Schmid. Et comme la petite lucarne a une position de monopole, la météo aurait depuis longtemps viré au «show». Silvio Schmid plaide pour des prévisions locales, avec un espace réservé à la météo régionale, car, «l'impact de prévisions erronées est plus fort dans les Grisons qu'à Zurich.» Surtout lorsqu'il s'agit de touristes journaliers.

Pour disposer de prévisions locales, les stations de ski du Valais et des Grisons, en collaboration avec MeteoNews AG, publient depuis peu des bulletins météo sur le web.

Depuis deux ans, en Engadine aussi, et c'est Kachelmann qui fournit les prévisions. Résultats? «L'Engadine a tout simplement cessé d'exister sur la chaîne nationale», souligne Silvio Schmid. «Absurde», réfute Thomas Bucheli. «Nous dressons les prévisions météo à l'échelle nationale. Dès lors, le bulletin météo pour l'Engadine est diffusé lors de chaque émission.» Et surtout le nom de la vallée est cité plus souvent que celui de la région de Zurich. Cela dit, si une région le demandait, la télévision pourrait parfaitement fournir un bulletin météo ciblé sur internet.

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un article de la page 13

Les voyagistes douteux figureront sur une liste noire

A partir d'aujourd'hui, hotelleriesuisse publie la liste noire sur sa page d'accueil des voyagistes suspects.

DANIEL STAMPFLI

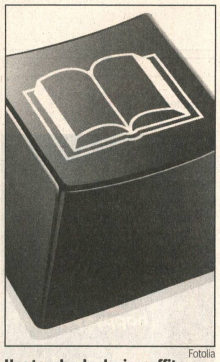
La nouvelle liste noire est une base de données qui est destinée à protéger les membres d'hotelleriesuisse contre les voyagistes douteux, et ce sur le plan international. Le but affiché de cette démarche est de diminuer les risques financiers lors de la conclusion de contrats avec des organisateurs de voyages.

L'accès à la liste noire est sécurisé à l'aide d'un mot de passe. Ce dernier est communiqué à l'hôtelier dès qu'il a signé et il est envoyé à hotelleriesuisse selon le protocole d'accord prévu à cet effet. Par sa signature, l'hôtelier s'engage à prendre note du contenu et du concept de la liste noire. Plus les hôteliers qui auront fait de mauvaises expériences signaleront les voyagistes suspects au service juridique d'hotelleriesuisse, plus les autres hôteliers pourront bénéficier de cette liste et, par voie de conséquence, jouir d'une protection contre les abus.

Actuellement, la liste noire comprend une demi-douzaine de noms. Les critères définissent clairement les raisons pour lesquelles ces voyagistes figurent avec leur nom et leur adresse sur la liste noire d'hotelleriesuisse, c'est-à-dire, dans l'ordre, la faillite ou la liquidation, la cessation ou la suspension de leur activité professionnelle, les recouvrements infructueux, le non-respect des délais de paiements, malgré les trois rappels d'usage.

www.hotelleriesuisse.ch/blacklist

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



Fotolia

Une touche de clavier suffit pour accéder à la liste noire.

Le contact survit

Les offices du tourisme ne sont plus les mêmes. Mais malgré la révolution internet, les touristes s'y rendent toujours et cherchent un contact personnalisé.

ISABELLE BAGNOUD LORETAN

Alain D. Boillat

Les questions que les touristes adressent aux employés des offices du tourisme sont pointues.

Les offices du tourisme évoluent. Avec l'utilisation massive des nouvelles technologies, leurs missions changent et cela se traduit déjà dans le vocabulaire. On ne parle presque plus d'office du tourisme lorsqu'on évoque le bâtiment qui les abrite, mais de Maison du tourisme. On a abandonné l'administratif pour la chaleur d'une maison familiale avec conseils personnels. C'est tout dire.

«C'est un peu comme avant et après le feu»

Ces changements de surface sont plus profonds qu'il n'y paraît. «En 20 ans, nous sommes passés du pas d'internet à rien ne passe plus sans internet. Pour le tourisme, c'est un peu comme avant et après l'invention du feu», résume Dominique Fumeaux, directeur de Crans-Montana Tourisme.

La plupart des clients qui arrivent aux offices du toursime ont déjà préparé leur séjour sur le web. Ils ont téléchargé des infos, ont vu un plan de la station, réservé leur logement. «Ils ne viennent plus à leur arrivée, mais deux jours plus tard», ajoute Dominique Fumeaux. «Et leurs questions sont pointues, ce n'est plus du premier secours». A Villars, l'office du tourisme a subi un sérieux lifting il y a une année: «Nous ressemblions à une grande banque avec des guichets. Aujourd'hui, l'espace est en vieux bois, avec des îlots ouverts pour informer les clients», explique Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme.

Ici on peut feuilleter un magazine confortablement installé, là on peut visionner une vidéo sur les événements de la station. Un concept autour des cinq sens: le bois pour le visuel, des chocolats Villars pour le goût, des huiles essentielles pour le nez et une fontaine sur pierres sèches pour reposer l'oreille. Le résultat ne s'est pas fait attendre.

«En période intense, les clients sont plus patients, nous enregistrons beaucoup moins de plaintes», confie Serge Beslin. «Nous misons sur internet avant et après les séjours surtout, mais durant les vacances, le contact humain est irremplaçable et nous préférons mettre davantage de monde à l'information qu'installer des bornes en station.»

> «Une info sur internet ou dans une brochure reste froide.»
>
> **Pierre-Yves Délèze**
> Dir. adj. Verbier St-Bernard Tourisme

Une attente de vingt ans

A Verbier, on attend depuis vingt ans une nouvelle Maison du tourisme. «Un vieux rêve», se lamente quelque peu Pierre-Yves Délèze, directeur adjoint de Verbier Saint-Bernard, qui, sur le modèle français, regrouperait tous les prestataires en son sein (remontées mécaniques, écoles de ski, etc).

Les discussions ont repris récemment avec la commune, car impossible d'imaginer un tel projet sans son soutien. «Le contact humain va rester. Une information sur internet ou dans une brochure reste froide. Les clients cherchent le contact, un point de chute où l'on peut discuter, chercher des idées d'occupation», ajoute, confiant, le responsable.

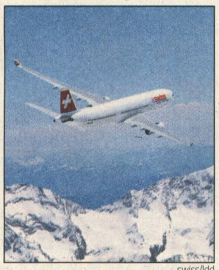
Crans-Montana, Maison du tourisme sur les rails

Le concept d'une Maison du tourisme est prêt à Crans-Montana. Dominique Fumeaux espère le voir se concrétiser dans deux ans: «Il y a une urgence à réaliser des améliorations dans notre accueil et cette maison en est un fondement», affirme le directeur. Il n'y aura qu'un seul office, au centre de la station. Avec un seul bureau, Crans-Montana Tourisme unifie sa communication, économise et peut proposer des horaires d'ouverture plus étendus. Le contenu, lui aussi, est tout réfléchi. La Maison est un lieu de vie où l'information brut diminue au profit d'une information spécialisée. ib

Aviation: moins de pertes prévues

L'embellie économique a revigoré le transport aérien international. Les compagnies membres de l'IATA ont revu à la baisse les prévisions de pertes pour l'année en cours.

MIROSLAW HALABA



swiss/ldd

L'aviation internationale a déjà senti le vent de la reprise.

L'amélioration de la situation économique est une réalité. Les compagnies aériennes internationales ont pu le constater au cours des dernières semaines. Si leurs soucis n'ont, de loin, pas disparu, elles peuvent envisager l'avenir avec un certain optimisme. L'organisme qui les représente, l'Association du transport aérien international (IATA), fort de quelque deux cent trente membres, vient en effet de réduire de moitié ses prévisions de pertes – car il y en aura encore – pour 2010. Celles-ci sont estimées à 2,8 milliards de dollars (environ 3 mrds de francs suisses) contre les 5,6 milliards annoncés en décembre. Les experts de l'IATA relèvent que «cette amélioration est largement attribuable à la reprise de la demande qui s'avère plus forte que prévue». Ils ajoutent que «les gains réalisés à la fin de l'an passé se sont répétés durant les premiers mois de 2010». Du coup, l'IATA a réévalué à la baisse les pertes pour 2009: 9,4 milliards de dollars contre 11 milliards annoncés précédemment.

La reprise n'est toutefois pas la même partout. Ainsi, l'Asie et l'Amérique latine sont les principaux bénéficiaires de ce nouvel élan. L'Atlantique Nord et le marché intraeuropéens sont à la traîne. Avec 2,2 milliards de dollars, les transporteurs européens devraient même subir les pertes les plus élevées de toutes les régions du monde.

L'IATA estime que le demande dans le secteur passagers, qui a reculé de 2,9% en 2009, devrait progresser cette année de 5,6%. En décembre, la prévision était encore de 4,5%. Dans le domaine du fret, l'activité (-11,1% en 2009) devrait augmenter de 12% (7% en décembre).

On notera encore que la forte reprise constatée à fin 2009 a fait grimper les coefficients d'occupation à des «niveaux record». Le coefficient moyen était de 75,9% en janvier.

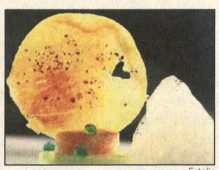
Le chimiste fait son show

Affluence record, la semaine dernière, à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), pour assister à une conférence d'Hervé This, le chantre et le découvreur de la gastronomie moléculaire.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Ne dites pas à Hervé This qu'il est cuisinier. Il se revendique chimiste et précise que la seule cuisine qu'il pratique est celle qu'il destine à sa femme, à ses enfants et à ses amis.

Mais parlez-lui de cuisine et le chimiste (physico-chimiste pour être précis) se réveille. Et c'est le show comme celui auquel a assisté le très nombreux public présent dans un auditoire Tschumi plein à craquer, la semaine dernière à l'EHL. Car il y a chez Hervé This ce sens aigu du spectacle qu'ont souvent les grands vulgarisateurs (comme Hubert Reeves pour l'astrophysique ou Jean-Marie Pelt pour la botanique, pour citer des exemples francophones): ils savent quel point peut marquer leur auditoire pour illustrer ce qui leur semble, à eux, banal.



Fotolia

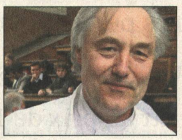
Chips de pomme de terre sur une gelée d'oignon: la cuisine moléculaire sait surprendre.

Les hommes n'ont pas inventé grand-chose depuis la préhistoire

«Il y a de grands alpinistes, de grands explorateurs. Moi, mon terrain de découverte, c'est la cuisine», explique-t-il d'ailleurs souvent. Plus précisément la gastronomie moléculaire, la science qui s'intéresse et qui étudie la cuisine. La science qui explique qu'en cuisine, tout est simple, mais qu'à part des associations de goûts parfois novatrices, quelques émulsions et autres artifices, on n'a pas inventé grand-chose depuis les hommes des cavernes que nous sommes encore sous la coupe d'Escoffier et de quelques grands autres noms de la gastronomie.

Lui, il explique: les ustensiles que nous utilisons datent du Moyen Age, nos façons de travailler sont obsolètes. Il souligne qu'avec ou sans l'aide des nutritionnistes, nous ne mangeons pas bien, sans pour autant… manger mal. De là l'idée de gastronomie moléculaire, rien d'autre que l'étude de nos pratiques culinaires vues sous l'angle du physico-chimiste.

Des exemples? Faire près d'un mètre cube de blanc en neige avec un œuf, une mousse au chocolat sans œufs, des billes de jus d'oranges, des raviolis sans pâte ou utiliser un soufflleur réfrigéré plutôt qu'un batteur électrique ou encore utiliser la poire à décanter chère aux chimistes plutôt que l'écrémage et le papier absorbant pour clarifier un bouillon. Après, c'est affaire de goût, de mariage de saveurs, d'association de produits, de mise en place, de mise en scène.



> «Il y a de grands explorateurs. Moi, mon terrain de découverte, c'est la cuisine.»
>
> **Hervé This**
> Chantre de la gastronomie moléculaire

Le parfait mariage entre l'art et le cochon

Hervé This ne renie d'ailleurs pas le terme en s'empressant de préciser que, Gaulois ou pas, nos ancêtres pratiquaient aussi la mise en scène du repas, ne serait-ce que pour ouvrir un sanglier farci.

C'est là toute la différence entre le brouet du galérien servi à la louche et un repas réjouissant pour tous les sens. Le parfait mariage entre l'art et le cochon. Encore qu'avec sa faconde, il pourrait rétorquer qu'il n'y a pas «d'art sans cochon».

En bref

Jura & Trois-Lacs

Plate-forme internet commune

Alain D. Boillat

Jura & Trois-Lacs Coordination, la société de marketing des destinations Jura Région et **Pays des Trois-Lacs**, a une nouvelle réalisation à son actif. Après la parution d'une brochure d'ambiance commune, elle propose désormais une plate-forme électronique disponible à l'adresse www.j3l.ch. Les sites que l'internaute peut consulter à partir de ce portail ont été harmonisés. Leurs concepteurs ont notamment mis en pratique l'adage «une image vaut mille mots». mh

Nouveau bateau en vue pour le lac de Bienne

Le canton de Berne est disposé à soutenir à hauteur de six millions de francs l'achat d'un nouveau bateau de 300 places pour la Société de navigation du lac de Bienne. Cette proposition sera soumise en juin au Grand Conseil. La subvention, précise le gouvernement bernois, ne sera toutefois accordée que si le canton de Soleure débloque, de son côté, deux millions de francs pour ce projet dont le coût total s'élève à 8,1 millions de francs. La mise en service de ce bateau, destiné à remplacer deux unités vieillissantes, est prévue pour le printemps 2012. mh

La rénovation du «Neuchâtel» bientôt lancée

Alain D. Boillat

La réhabilitation de l'ancien bateau à vapeur **«Neuchâtel»** devrait débuter durant «la première moitié de septembre» à Sugiez (FR), a révélé «L'Express». Le bateau conservera l'aspect général extérieur qu'il avait dans les années 60. L'intérieur sera toutefois modifié pour tenir compte des normes de sécurité. Ainsi, le nombre maximal de passagers sera ramené de 550 à 330. Le coût de la remise en état du bateau est estimé à 10 millions de francs. mh

Valais

Swiss Alpina: un avenir à définir

Seul salon helvétique consacré à l'équipement des stations alpines, Swiss Alpina, qui se tient tous les deux ans à Martigny, fera l'objet d'une évaluation. FSV Group, la société qui l'organise, a indiqué lors de l'assemblée générale, qu'en dépit d'un résultat équilibré en 2009, ce salon se retrouvait sur la sellette, a rapporté le quotidien «Le Nouvelliste». Cité aussi, le président de Swiss Alpina, Christian Salamin, a déclaré que la forme du salon devait «être repensée». mh

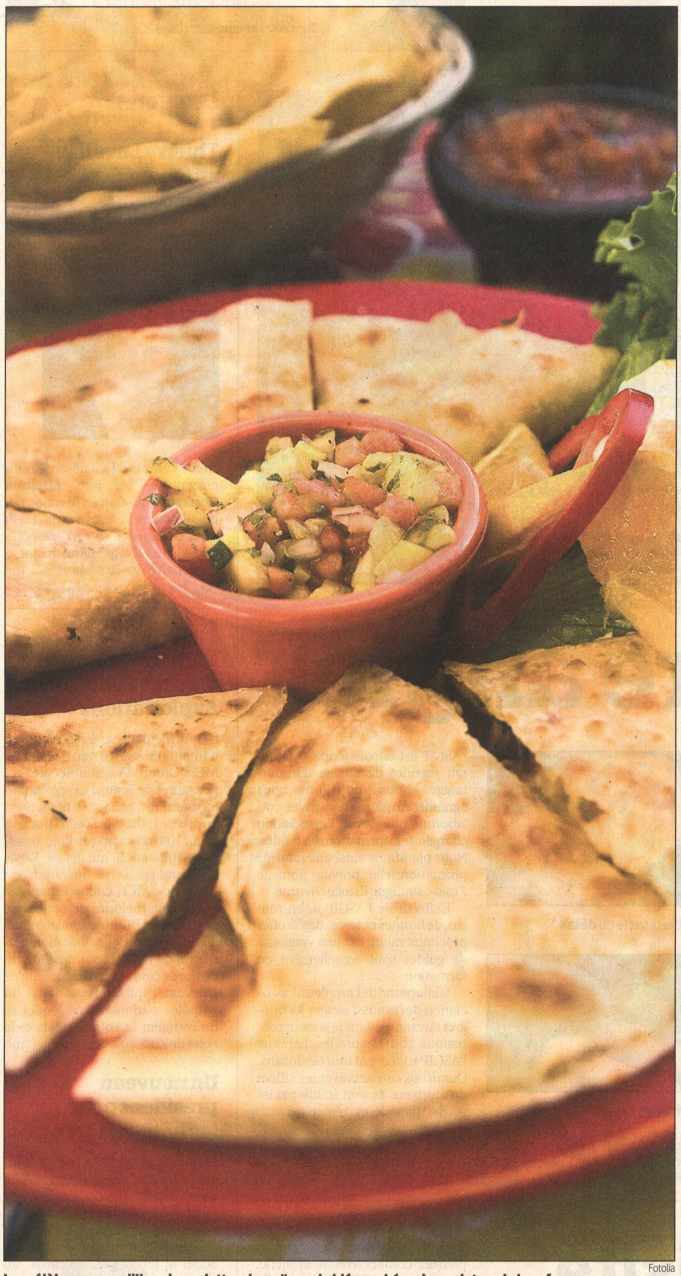
actuel – pour vous forger une opinion

10 semaines pour 27 francs

Lisez des avis de professionnels pendant 10 semaines, pour 27 francs seulement. Ou alors choisissez de vous abonner à l'hotel revue htr au prix de 152 francs tout en profitant de 30% de rabais par rapport à la vente au numéro.

Téléphone 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue



Les célèbres quesadillas, des galettes de maïs ou de blé enrobées de poulet ou de bœuf. Fotolia

Tortillas, le chaud et le froid

La gastronomie mexicaine, qui revendique son inscription au patrimoine de l'Unesco, connaît des fortunes diverses en Suisse romande et outre-Sarine.

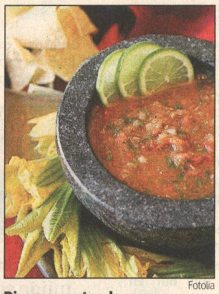
EUGENIO D'ALESSIO

Sous nos cieux, la cuisine mexicaine est une vieille connaissance du monde de la restauration. Fille de l'engouement pour la culture latino-américaine et de la fascination pour l'exotisme culinaire, elle fait partie du paysage depuis les années 1990. Mais si elle reste un acteur clé de l'offre grand public, le temps de sa splendeur en terre romande semble révolu.

«A Lausanne et sur le bassin lémanique, la restauration mexicaine stagne. Elle est confinée à un marché de niche qui doit faire face au développement du take-away», confirme Yann Stanley, directeur du restaurant Poco Loco, qui a pignon sur rue dans la capitale vaudoise depuis 1995. Et de préciser: «Notre établissement enregistre toutefois une certaine stabilité au niveau de la fréquentation. Grâce à nos animations musicales, nous attirons une clientèle jeune sensible à la dimension festive qu'offre la gastronomie mexicaine.»

La rengaine de la banalisation de la cuisine du grand pays d'Amérique centrale résonne aussi du côté de Genève. Patronne de deux grands établissements, La Diligence et la Fiesta Mexicana, Zélia Navalho estime que «les gens commencent à se lasser», «La cuisine mexicaine ne constitue plus une nouveauté. Son pouvoir d'attraction s'effiloche», regrette-t-elle, tout en relativisant: «Appréciée pour son côté décontracté, elle continue de plaire malgré tout. Mes établissements aimantent surtout des clients âgés de 18 à 35 ans.»

Tout autre son de cloche en territoire alémanique, où la gastronomie mexicaine semble avoir toujours plus d'adeptes. «Elle connaît depuis quelques années un gros succès à Zurich», s'enthousiasme Pascal Frei, gérant du restaurant Cheyenne, un des établissements les plus connus de la ville des bords de la Limmat. Et d'expliquer: «Portée par la vague de sympathie qui entoure la culture latino-américaine et par l'attrait touristique pour le Mexique, cette cuisine, qui a la réputation d'être saine, fait l'unanimité. Mon établissement accueille ainsi une clientèle issue de toutes les catégories d'âge.»



Fotolia

Diverses sortes de sauces accompagnent la cuisine mexicaine.

Toujours est-il que les fajitas, les célèbres tortillas farcies avec des lamelles de viande ou de poisson, ou le guacamole, la purée d'avocats, pourraient bientôt constituer un héritage culturel protégé par l'Unesco. Sollicitée par le gouvernement mexicain, l'institution onusienne se prononcera sur cette requête dans les prochains mois.

Le directeur travaillera la jovialité de l'accueil

Stefan Winistoerfer vient de succéder à Thierry Lavalley à la direction générale du Métropole de Genève. Il évoque les principaux volets de son action.

ALEXANDRE NICOULIN

Swissôtel a puisé dans son sérail en plaçant un de ses purs produits pour présider à la destinée de son palace genevois, ainsi que de celle du restaurant Hôtel du Parc des Eaux-Vives. Fidèle à la marque Swissôtel depuis plus de 12 ans, Stefan Winistoerfer a gravi les échelons en occupant divers postes de direction dans plusieurs établissements de la chaîne entre Zurich, Genève, Londres ainsi qu'Istanbul.

«Je suis ambitieux. J'ai toujours désiré diriger un hôtel tel que celui-ci.»

Stefan Winistoerfer
Directeur du Métropole de Genève

Accéder à 38 ans au poste de directeur général d'un cinq-étoiles est une vraie satisfaction pour Stefan Winistoerfer: «Je suis ambitieux et j'ai toujours désiré diriger un établissement tel que celui-ci», lance-t-il avec enthousiasme. Entré en fonction le 1er mars dernier (voir htr du 4 mars), le nouveau directeur s'inscrit dans la suite d'un règne de plus de 12 ans de son prédécesseur. Il aspire donc à imprimer d'entrée sa touche personnelle: «Je désire être très présent et participer activement à la vie quotidienne de l'hôtel. Je considère qu'il est très important, pour un hôtel de cette taille, que le directeur incarne le visage de l'établissement.»

ldd

Le palace genevois est en phase de rénovation.

Le nouveau directeur compte également mettre l'accent sur la jovialité de l'accueil: «Notre clientèle doit sentir la joie, l'énergie de notre staff. Notre équipe est jeune et je suis confiant qu'elle parviendra à transmettre ce sentiment à notre clientèle.» Et d'expliquer: «J'aime beaucoup le côté «urban chic» de l'hôtel. Extérieur ancien, intérieur moderne. Nous entendons poursuivre sur cette voie.»

Et les travaux ont déjà commencé. Plus de la moitié des 127 chambres seront rénovées d'ici à 2012. Histoire de ne pas trop bouleverser la vie du Métropole, elles seront rénovées par groupes de trois.

Alors qu'il en avait orchestré l'ouverture en 2003, la fermeture du restaurant Hôtel Du Parc des Eaux-Vives a attristé Stefan Winistoerfer. Il œuvre dès lors à sa réouverture. Même si pour l'instant, il se montre déterminé, mais prudent. «Nous allons rouvrir à la mi-mai. Nous en sommes encore au stade de l'étude des différents concepts de restauration susceptibles d'être développés», explique-t-il.

Pêle-mêle

Un nouvel acteur sur la scène de l'agritourisme

BeJu Tourisme rural, une nouvelle association active dans l'agritourisme, vient de voir le jour à Bellelay (Jura bernois) sous l'impulsion de la Fondation rurale interjurassienne, révèle «L'Impartial». Elle ambitionne de fédérer tous les agriculteurs dont les activités sont directement liées ou ont un lien étroit avec l'agritourisme et de mettre en place des activités de promotion. Les domaines de l'hébergement, des produits du terroir et des activités équestres font partie du rayon d'action de BeJu Tourisme rural. eda

www.frij.ch

Une route pour tout savoir sur l'horlogerie

Swiss-Image

La Route de l'horlogerie, un projet de la Fondation horlogère de Porrentruy présenté la semaine dernière, veut mettre en valeur le savoir-faire industriel du Jura. Le concept, porté par le canton et la Confédération, doit permettre aux touristes de découvrir les différents témoins du **travail horloger** d'hier et d'aujourd'hui. La Fondation horlogère de Porrentruy disposera d'un budget de 148 000 francs. Ce produit touristique sera vendu en Suisse et à l'étranger sous la forme de forfaits combinant visites et loisirs. eda

Le Made in Italy continue de séduire les Français

Les Français, connus pour leurs penchants cocardiers, n'en restent pas moins des adeptes inconditionnels du Made in Italy, rappelle le quotidien «Le Monde». En 2009, chaque Français a en effet dépensé en moyenne 500 euros pour acquérir des produits et des services de la Botte. Cet engouement se confirme depuis une dizaine d'années. D'ailleurs, dans l'Hexagone, la pizza continue de caracoler en tête des préférences culinaires locales, avec trois milliards d'euros de chiffre d'affaires et quelque 20 000 points de vente. En France, il se vend un hamburger pour neuf sandwiches et seize pizzas. Les Français consomment par an 10 kilos de galettes italiennes, derrière les Américains (16 kg), mais devant les Italiens eux-mêmes (5 kg). eda

Une ligne ethno au service de la propreté

La société genevoise Grellor, leader romand de la conception d'articles de nettoyage, vient de créer une gamme ethno de poubelles, de bornes de propreté et de **conteneurs tendance**. Flanqués du logo «Pays propre» en quatre langues et en dialecte, ces modèles exhibent les couleurs nationales. Grellor veut ainsi mettre en avant l'image de la Suisse propre, un thème qui est cher aux acteurs touristiques. eda

www.grellor.com

la «der»

htr hotel revue No 11 / 18 mars 2010

«Malgré sa brièveté, le test des zones piétonnes à Crans-Montana a permis de tirer d'utiles enseignements.»

Dominique Fumeaux (Page 20)

24

Photos ldd

Quelque deux mille personnes, réunis souvent en **petits groupes,** ont profité, l'an passé, de l'offre des guides-interprètes du patrimoine.

Vu sous un autre angle

Ils fontdécouvrir au public le patrimoine naturel ou bâti, cherchant l'insolite, le détail. Leur fonction: **guides-interprètes du patrimoine**.

MIROSLAW HALABA

Sapin ou épicea? Des rues aux noms curieux. Cuisine sauvage. Les alentours d'un funiculaire. Tels sont les titres de quelques-unes des balades que l'Association suisse des guides-interprètes du patrimoine (ASGIP) propose dans son programme de printemps et d'été 2010, sorti ces jours. Une vingtaine de guides diplômés invitent leurs clients à découvrir, de façon interactive et ludique, les différentes facettes du patrimoine d'une région, qu'il soit naturel, bâti, historique, culturel, culinaire, économique ou encore social. La découverte se fait principalement à pied.

«La formation de guide se fait actuellement uniquement en Suisse romande.»

Estelle Divorne
Secrétaire de l'ASGIP

Non pas parce que la marche est un but en soi, mais parce qu'elle est un moyen de faire connaissance de son environnement différemment, précise l'association. Secrétaire de l'ASGIP, Estelle Divorne estime à deux mille environ le nombre de personnes qui ont pris part aux balades proposées l'an passé.

Si certaines randonnées se font à Bâle, à Berne ou au Tessin, c'est avant tout en Suisse romande que les membres de l'ASGIP déploient leurs activités. «La formation de guide se fait actuellement uniquement en Suisse romande», indique Estelle Divorne.

Cela explique, du même coup, la localisation des activités. «Les guides exercent leurs activités dans la région qu'ils connaissent, qu'ils habitent», ajoute notre interlocutrice. Créée en 2005, l'ASGIP est encore jeune et aimerait prendre davantage d'importance. «Nous souhaitons nous agrandir. Aussi, pour y arriver, collaborons-nous avec l'association chargée de la formation des guides. Nous planifions ainsi une journée promotionnelle prévue pour le 7 mai», souligne Estelle Divorne.

La découverte du **détail**.

La **faune** sous la loupe.

L'effectif de l'ASGIP a, en tout cas, de bonnes chances de s'étoffer prochainement, car une vingtaine de guides sont actuellement en formation.

Si elle prend de l'ampleur, l'association devra aussi songer à s'intégrer davantage dans le secteur touristique. Pour l'heure, les clients de l'ASGIP sont avant tout des locaux. Quant aux contacts avec les offices du tourisme, ils sont établis par les guides dans leurs régions d'activité.

www.asgip.ch

Un guide culinaire revisité

«La Suisse gourmande» 2010 vient de sortir de presse sous de nouveaux habits. Remanié de fond en comble, l'ouvrage s'enrichit d'une liste d'hôtels.

EUGENIO D'ALESSIO

Conception graphique entièrement revue, mise en page plus aérée, avènement de l'illustration, avec les portraits de certains chefs: la nouvelle mouture de «La Suisse gourmande» est entrée de plain-pied dans l'ère de la modernité, selon les termes de son rédacteur en chef, Philippe Dubath.

Pour les amateurs de bonnes tables, l'ouvrage, tiré à quelque 20 000 exemplaires, répertorie plus de deux cents adresses aux quatre coins du pays, même si, par rapport à d'autres guides du même tonneau, il est davantage amarré à la Suisse romande, comme l'admet Philippe Dubath.

Dépourvue de notes ou de toques, contrairement à la concurrence, «La Suisse gourmande» met en valeur le talent et l'excellence gastronomiques au travers de ses «coups de cœur», qui sont au nombre de quinze dans cette cinquante-troisième édition.

Et pour la première fois, l'ouvrage se donne une touche hôtelière en publiant la liste d'une centaine d'établissements, toutes catégories confondues. «Pour l'heure, cette nouvelle rubrique nous permet de mettre un pied dans l'hôtellerie et d'amorcer un premier contact avec la branche. Nous verrons par la suite quelle sera l'évolution de ce volet», explique en substance Philippe Dubath.

Une carte d'hôte à Martigny

Martigny Tourisme et ses partenaires planchent sur un carte d'hôte. Ce sera l'une des principales nouveautés de la saison estivale.

MIROSLAW HALABA

C'était un souhait des hôteliers. Il sera exaucé. Cet été, en effet, les visiteurs qui passeront une nuit à Martigny se verront remettre une carte d'hôte proposant divers avantages, rabais ou des gratuités dans les commerces de la cité.

Une autre nouveauté est annoncée pour le mois de juin, à savoir la sortie de presse de la brochure «Plaine d'idées».

Résultat de la collaboration entre les sept villes de la plaine du Rhône, dont Martigny, ce document présentera, en six thèmes (nature, sports et loisirs, art et culture, vins et terroirs, événements et shopping), les attractions touristiques de la région.

En juillet et en août – les dates restent à fixer –, le public pourra aussi goûter aux charmes de la «Plage centrale». Le succès rencontré, l'an passé, par l'aménagement d'une plage au centre-ville avec du sable, des chaises longues et un aquarium géant pour l'initiation à la plongée, a incité la commune à répéter l'exercice.

Moins réjouissante est la fermeture des agences TCS en Suisse. Cette décision se traduira pour Martigny Tourisme par la perte d'un emploi à 60% qui ne sera pas remplacé et un manque à gagner d'environ trente mille francs par an. La disparition fin juin du guichet TCS incitera toutefois l'office du tourisme à ouvrir une boutique de souvenirs.

On notera enfin que Martigny a ressenti nettement le ralentissement économique. Les nuitées ont globalement reculé l'an passé de 11% à 125 597.

ldd

La **Plage centrale** sera réaménagée cet été aussi sur la Place centrale.

Les gens

Thierry Lavalley au Grand Hôtel Kempinski

Directeur durant douze ans du Swissôtel Métropole à Genève, **Thierry Lavalley** (photo) a été nommé directeur général du Grand

Hôtel Kempinski Geneva. Il remplacera, le 1er juin, **Michael Henssler**, qui était en fonction depuis deux ans. Le nouveau directeur avait commencé sa carrière hôtelière à l'Hôtel Noga Hilton à Genève qui venait d'ouvrir ses portes. mh

MCH Group: offre d'achat de Beaulieu Exploitations

Conformément à la déclaration d'intention signée en décembre, MCH Group SA a soumis aux actionnaires de Beaulieu Exploitation SA une offre d'achat de leurs actions au prix de 190 francs l'unité. L'action valait 100 francs mardi. Pour Beaulieu Exploitation, qui gère le Palais de Beaulieu, cette opération est «amicale». MCH Group espère acquérir une majorité de deux tiers des actions. L'offre est valable jusqu'au 16 avril. Cette opération permettra de renforcer la position du centre de congrès et d'exposition de Lausanne, qui entrerait dans un «tripôle» national dans lequel se trouveraient la Foire de Bâle et la Foire de Zurich. mh

Un nouveau président pour les hôteliers français

La crise que connaît, depuis novembre, la principale organisation patronale de l'hôtellerie et de la restauration française, l'Union des industries et des métiers de l'hôtellerie (Umih), toucherait-elle à sa fin? Selon le journal «Les Echos», un nouveau président a été élu, lundi, en la personne de Roland Héguy, restaurateur à Biarritz. Cette nomination ne résoudrait cependant rien au conflit qui oppose la présidente contestée, Christine Pujol, qui a passé cinq jours au moins cloîtrée dans son bureau pour protester contre sa «destitution». mh

Une bouteille de champagne plus légère

Le Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC) a annoncé mardi le lancement d'un nouveau standard de **bouteille de**

ldd

75cl. Plus légère – son poids passe de 900 g à 835 g –, son utilisation permettra de réduire l'empreinte carbone de la filière champenoise de 8000 tonnes de CO_2 par année, représentant les émissions de 4000 voitures. mh

stellenrevue htr
marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 11 / 18. März 2010

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung 2
Direktion/Kaderstellen 3-7
Deutsche Schweiz 3-10
Suisse romande ..... -
Svizzera italiana 2
International/Marché international 10
Stellengesuche/Demandes d'emploi 10
Immobilien 11

Kundenerlebnis

Auch mit wenig Aufwand kann ein Betrieb ein wenig anders als andere sein.

Bildautor

Begeistern Sie Ihre Kunden

ANGELIKA RINNER
TRAINERIN FÜR VERKAUF UND MANAGEMENT, WERNER BERGER & PARTNER AG

Es gibt Restaurants und Hotels, die weit voraus ausgebucht sind. Und daneben gibt es andere, die verzweifelt auf Gäste warten – obwohl die Küche erwiesenermassen auch sehr fein ist, das Ambiente hübsch, die Preise moderat. Was unterscheidet die einen von den anderen? Wem die Gunst der Kunden zufällt, entscheiden oft die kleinen aber feinen Unterschiede im persönlichen Kontakt.

Das gewisse Etwas

Es gilt, «anders als alle anderen» zu sein, dem Gast das Gefühl zu geben, ein wenig mehr für ihn zu tun. Es geht um das gewisse Etwas, das der Gast nicht erwartet, das ihn verblüfft und begeistert.

Das ist eine kontinuierliche Aufgabe. Was gestern noch kreativ war, kann morgen von den Gästen schon wieder als Standard wahrgenommen werden. Heutzutage überrascht es kaum noch einen Hotelgast, wenn er auf seinem Kopfkissen eine kleine Süssigkeit vorfindet. Auch das Guetzli zum Kaffee im Restaurant überrascht höchstens, wenn es fehlt.

Kreativer werden

Um zu verblüffen, müssen Sie mit Ihren Mitarbeitenden kreativ werden. Schärfen Sie Ihre Sinne! Ideen für ein verblüffendes Kundenerlebnis entstehen am einfachsten, wenn man im Kontakt mit dem Kunden Augen und Ohren weit offen hält. Entdecken Sie den Hilfe suchenden Blick nach einem Schirmständer beim Gast, der gerade aus dem Regen kommt – und schon können Sie bei ihm stehen und ihm den tropfenden Schirm mit einem freundlichen Lächeln abnehmen. Schauen Sie hin, wenn ein Gast an der Réception ein paar Minuten auf seine Kopien wartet – und verkürzen Sie ihm die Wartezeit spontan mit einem Glas Orangensaft oder einer Zeitung. Machen Sie sich zum Beispiel auch die Mühe, sich Dinge zu merken. Zum Beispiel, dass Herr Meier jeden Morgen zum Frühstück einen Cappuccino bestellt. Dann können Sie ihm das nächste Mal die Kaffeetasse bereits bringen, sobald er Platz genommen hat, ohne dass er erst bestellen muss.

Interesse am Gast

Dieses «Etwas mehr» an Aufmerksamkeit wird vom Gast wertgeschätzt. Er merkt, dass er Ihnen wichtig ist, dass Sie sich für ihn interessieren. Eine solche auf den Gast abgestimmte Geste bedeutet auch, dass der Gast als Individuum wahrgenommen wird.

Das echte Interesse am Kunden und der Wunsch, ihn zu begeistern und positiv zu überraschen sind die Grundvoraussetzungen, die Ihre Mitarbeitenden mitbringen müssen, damit sie sich positiv und angenehm von der Masse abheben. Nur dann ist der Extra-Weg oder der Extra-Handgriff für den Gast nicht lästig, sondern ein Vergnügen. Nur dann überlegen sie sich nicht zuerst, was sie hindern könnte, sondern wie sie es möglich machen können. Machen Sie sich mit Ihrem Team Gedanken, wie Sie Ihre Gäste begeistern können, schärfen Sie das Verständnis für die individuelle Gästebetreuung. Denn ein begeisterter Gast ist ein treuer Gast!

ANZEIGE

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

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

htr hotel revue

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN START AM «FRONT-OFFICE»

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE

DER REZEPTIONS KURS

TERMINE
4 mal 3 Seminartage

FRÜHLING: Start: 05.05.2010
HERBST: Start: 20.10.2010

PREIS
Mitglied GastroSuisse bzw. Mitarbeiter von Mitglied GastroSuisse CHF 2'800.– inkl. Diplom

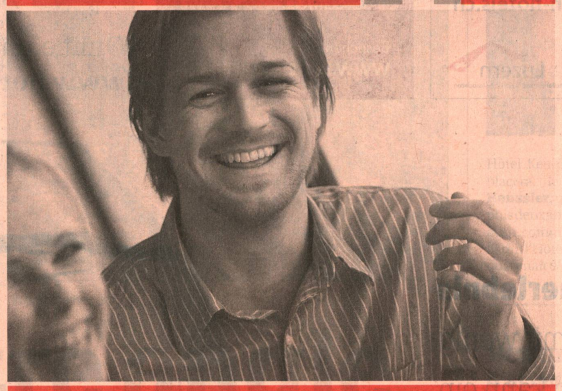
WEITERE INFORMATIONEN?
GastroSuisse
8046 Zürich
Tel. 0848 377 111
weiterbildung@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch

GASTROSUISSE
5773-3186

Sprachaufenthalte
Top Angebote von
Annemarie + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch
5265-2846

Gastro-Unternehmerausbildung
In drei Stufen. Berufsbegleitend.

G 3 1 2



NEU!

Gastro-Betriebsleiterseminar mit eidg. Fachausweis

+ Zusätzliche Ausbildungsinhalte
+ Modularer Aufbau
+ Wahlpflichtmodule Systemgastronomie, Beherbergung, Gastronomie
+ Lernreflexionskonzept
+ Eidgenössische Anerkennung

GastroSuisse
Berufsbildung

Telefon 0848 377 111
Telefax 0848 377 112
E-Mail info@gastrosuisse.ch
Internet www.gastrosuisse.ch

GASTROSUISSE
5284-2858

hotel&hostel montarina
www.montarina.ch

Ab März/April 2010 suchen wir zur Ergänzung unseres Teams ein/e:

Front Office Mitarbeiter/in

Bewerbungen bitte an:

Hotel&Hostel Montarina
Bernadette Heinrich
Via Montarina 1
6900 Lugano

www.montarina.ch
info@montarina.ch
6121-3433

Svizzera italiana

Das Zentrum Monte Verità von Ascona sucht für die Saison 2010:

Chef Tournant (m/w)

Ihr Profil
- Sie haben eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch/Köchin und eine mehrjährige Erfahrung im Catering, Buffet und À-la-carte-Bereich
- Sie kochen mit Leidenschaft und Kreativität
- Ordnung, Sauberkeit und Pünktlichkeit sind für Sie keine Fremdwörter
- Sie kennen die Aufgaben eines Tournants und motivieren die anderen Küchenmitarbeiter durch Ihr vorbildliches Verhalten
- Wir bieten eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem engagierten und kreativen Team bei leistungsgerechter Vergütung

Wir bieten:
ein junges Team und eine kreative Küche. Abwechslung durch Events, a la carte, Bankett und Catering & Zweitniederlassung.

Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, würden wir uns über Ihre aussagekräftige Bewerbung freuen. Gern auch per E-Mail.

Fondazione Monte Verità
Via Collina 78, 6612 Ascona, Schweiz
info@monteverità.org
6383-3811

SEVEN ways to be different

Möchten Sie zusammen mit uns die Gastronomie Szene aufmischen? Wir suchen aufgestellte und motivierte Mitarbeiter mit Freude am Beruf für die kommende Sommersaison 2010. Qualifizierte Personen mit sehr guten Sprachkenntnissen in Italienisch und Deutsch. Antritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Restaurant Seven
- **Stv. Chef de Service** (m/w, I und D)
- **Chef de Rang** (m/w, I/D)
- **Commis de Rang** (m/w, I/D)
- **Barman/Barmaid** (m/w, I/D)
- **Service/Bar Praktikant** (m/w, I/D) **von schweizerischen Hotelfachschulen**
- **Servicemitarbeiter Lounge/Bar**(m/w, I/D)

Restaurant 7 EASY
- **Bar/Buffetmitarbeiter** (m/w, I/D)
- **Service Mitarbeiter** (m/w, I/D)

Restaurant Seven Asia
- **Sushi Koch** (m, I, D, oder E)
- **Servicemitarbeiter** (m/w, I/D)
- **Commis de Cuisine** (m/w, I/D)

Wir freuen uns auf Ihre vollständige schriftliche (auch Online) Bewerbung mit Foto. (Unvollständige Bewerbungen werden nicht berücksichtigt.)

www.seven-ascona.ch Breuer & Co. – Joachim Schüpbach Personalbüro
(personal@seven-ascona.ch) Postfach 892, CH-6612 Ascona
6395-3620

Herzlich Willkommen im Paradies.

Das Boutique-4-Sterne-Superior Hotel über dem Thunersee, in der schönsten Bucht Europas, ist bekannt durch sein innovatives Konzept und seine ausgezeichneten Leistungen als eines der Top 50 Ferienhotels der Schweiz. Zusätzlich wird unser Angebot ab März 2010 mit einem aussergewöhnlichen Tagungs- und Eventbereich bereichert – dem perfekten Rahmen für Anlässe von der privaten Sitzung bis zur Hochzeit. Auch unser Fit- und Wellnessbereich wurde mit neuen Räumen ergänzt.

Es erwarten Sie eine einzigartige Atmosphäre und viel «Raum zum Sein», unter anderem mit 43 wunderschönen Zimmern, einer Gastronomie mit Restaurant, Bar und Terrasse sowie einem wunderbaren Park und einer gemütlichen Bibliothek.

Wir suchen per sofort
oder nach Vereinbarung eine(n)

HOTEL EDEN SPIEZ ★★★★ | RAUM ZUM SEIN

Restaurationsfachfrau/mann

(Vollzeit oder Teilzeit, Ganzjahresstelle)

Sie haben Freude am Umgang mit Menschen, sind flexibel und belastbar. Ob à-la-carte, Bar- oder Bankettservice, sie fühlen sich überall wohl und suchen eine Herausforderung mit Entwicklungspotential.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Servicefachkraft und haben schon erste Erfahrungen gesammelt. Muttersprache Deutsch bzw. Schweizerdeutsch sowie gute Kenntnisse der englischen Sprache sind Voraussetzung. Französischkenntnisse von Vorteil.

Gespannt warten wir auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, auch als E-Mail, an Gerald Nowak, Hotelier und Gastgeber.

Seestrasse 58
Postfach 221
CH-3700 Spiez
T +41 33 655 99 00
F +41 33 655 99 01
welcome@eden-spiez.ch
www.eden-spiez.ch

5414-3637

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 von uns im Auftrag geführte

Mensa der Kantonsschule Rämibühl

Freiestrasse 26, 8032 Zürich

suchen wir per 01. Mai 2010 einen

Küchenchef

Ihre Aufgabe: Sie sind für die Führung und Organisation des Küchenbereiches mit bis zu 400 Menüs pro Tag sowie 1000 Auslieferungen zuständig. Zudem übernehmen Sie die marktorientierte Angebotsplanung sowie die Kalkulationen der Menüs und setzen neue Konzepte um. Weiter gehört auch die Umsetzung und Kontrolle der gegebenen Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien, das Erstellen der Einsatz- sowie Hygienepläne sowie die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten 7 Mitarbeitenden zu Ihren Tätigkeiten. Sie sind ebenfalls direkte Ansprechperson der Anlieferbetriebe, nehmen deren Bestellungen auf und übernehmen danach die Rechnungsstellung. Das Bestell- und Inventarwesen, die Warenbewirtschaftung, die Catering- und Eventangebotsplanung sowie allgemeine administrative Aufgaben runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil: Wir suchen einen versierten Fachmann mit entsprechender Ausbildung, Berufs- und Führungserfahrung sowie Qualitäts- und Kostenbewusstsein. Sie bringen zudem gute PC-Kenntnisse und von Vorteil die Weiterbildung zum Gastronomiekoch mit. Sie verfügen bereits über Erfahrung im Cateringbereich sowie betriebswirtschaftliche Kenntnisse und sind ein zielorientierter Organisator. Unternehmerisches Denken- und Handeln, Eigenverantwortung, Belastbarkeit, Kundenorientierung sowie Konfliktfähigkeit gehören ebenfalls zu Ihren Kompetenzen. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 6.15 bis 15.30 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen am Wochenende flexibel und einsatzbereit.

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 Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, 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

8388-3614

Rathaus Brauerei

— Restaurant —

Per April/Mai oder nach Vereinbarung suchen wir für unser lebhaftes Restaurant in der Altstadt von Luzern, direkt an der Reusspromenade, mit hauseigener Schaubrauerei

Chef de Service (m/w)

Wagen Sie den Schritt in eine erste Kaderposition! Das Führungstrio unserer Restauration setzt sich aus dem Restaurationsleiter und zwei Chefs de Service zusammen. Als Gastgeberpersönlichkeit mit guter Serviceerfahrung kümmern Sie sich um das Wohl unserer Gäste und sind für den Ablauf des Tagesgeschäftes verantwortlich. Ein Betrieb an unvergleichlicher Lage bietet Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit.

ServicemitarbeiterIn Bar-/BuffetmitarbeiterIn

Wenn Sie kreativ, selbstständig, verantwortungsbewusst und motiviert sind, in einem jungen, aufgestellten Team Ihre Freude am Beruf zum Besten zu geben, dann melden Sie sich mit schriftlicher Bewerbung bei:

Restaurant Rathaus Brauerei
Hans-Ruedi Bachmann · Unter der Egg 2 · 6004 Luzern
Telefon 041 410 52 57 · Fax 041 410 59 57
www.rathausbrauerei.ch · bachmann@rathausbrauerei.ch

6163-3467

bloom

RESTAURANT/BAR

Lust auf ein Restaurant mit Potential, das alles zu bieten hat?

Das moderne, trendige Restaurant Bloom mit hoch attraktiver Bar/Lounge gehört zum Park Hotel Winterthur, dem führenden Businesshotel der Region. Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Gastgeber/Event Manager mit Format (m/w)

Wissen Sie, wie man aus einem Diamanten einen Brillanten macht? Wenn ja – und Sie davon beseelt sind, diese Herausforderung anzunehmen – sind Sie genau die Person, die wir suchen.

Sie sind Gastgeber mit Leib und Seele, dem nichts so am Herzen liegt wie die Zufriedenheit unserer Gäste. Innovation ist bei Ihnen Veranlagung, Stillstand ist Ihnen ein Graus. Ihre grosse Leidenschaft ist das Organisieren und Durchführen von Events und Aktionen aller Art, um Ihr Restaurant zum Treffpunkt der Region werden zu lassen. Ihr Drive und Elan sind ansteckend, Ihre Freude am Beruf eine Bereicherung für unser Team.

Für diese Schlüsselposition suchen wir eine vielseitige Persönlichkeit. Ihr Aufgabengebiet im Restaurant Bloom umfasst die Verantwortung für Ihre Mitarbeiter, die Kundenbindung und den reibungslosen Serviceablauf. Das Administrative wird grösstenteils für Sie erledigt.

Sie suchen eine Herausforderung mit langfristigem Charakter in einer sehr gesunden und familiären Unternehmung. Ihre Loyalität, Flexibilität und gepflegte Umgangsformen, Ihr hohes Verantwortungsbewusstsein und grosser Einsatzwille zeichnen Sie aus.

Wir haben hochgesteckte Ziele. Helfen Sie mit bei der Umsetzung!

Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen.

Puja Sethi, Direktorin

Bitte senden Sie Ihre vollständige, aussagekräftige Bewerbung mit Foto an: Eva Heller, IBISCUS Management AG, Stadthausstrasse 4, 8400 Winterthur oder eva.heller@ibiscusmanagement.ch, +41 52 267 00 67

6403-3027

Bergün GR Hotel/Restaurant

An Top-Lage, sonnig, ruhig, neu renoviert, mit vollständigem Inventar.

Wir suchen innovatives, kreatives

Pächterpaar

Restaurant	70 Sitzplätze
Sonnenterrasse	70 Sitzplätze
Hotelzimmer	10 mit allem Komfort

Günstige Miete, späterer Kauf möglich.

Bewerbungen bitte an:
ASCOSWISS AG, Amriswilerstrasse 51, 8590 Romanshorn, z. Hd. Hr. Trachsel.
Auskunft unter: Telefon 071 466 33 66.

6249-3533

luzerner kantonsspital
LUZERN SURSEE WOLHUSEN

Leiter/in Diätküche 100 %

Kurzbeschrieb der Klinik / Abteilung
Das Luzerner Kantonsspital (LUKS) ist mit seinen über 5'000 Mitarbeitenden der grösste Arbeitgeber der Zentralschweiz. Die drei Standorte Luzern, Sursee und Wolhusen erbringen im Netzwerk in über 30 Kliniken und Instituten Grundversorgungs- und spezialisierte Zentrumsleistungen für die Luzerner Bevölkerung und ergänzend für die Einwohnerinnen und Einwohner der Zentralschweiz.

Im LUKS Sursee produziert die Hauptküche täglich Mahlzeiten für Patientinnen und Patienten an den Standorten Sursee und Wolhusen, externe Kunden und Mitarbeitende in den Personalrestaurants. Die Menüzubereitung für die Patientinnen und Patienten erfolgt im Cook & Chill-Verfahren.

Stellenantritt
1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung

Aufgaben
- Führung von 4-5 Mitarbeitenden in der Diätküche inkl. Instruktion
- Verantwortung für die Personaleinsatzplanung der Diätküche inkl. Administration
- Bedienung und Betreuung des elektronischen Menüwahlsystems
- Überwachung und Endkontrolle der Speiseverteilung am Band
- Erstellung und Bearbeitung von Rezepten und Menuplänen für die Diätküche
- Entwicklung von neuen Speiseideen
- Tägliche Mitarbeit bei der Speisenzubereitung
- Einhaltung und Weiterentwicklung der internen Kostformen
- Organisation und Leitung von Sitzungen
- Hygieneverantwortung im eigenen Bereich gemäss Hygienekonzept
- Verantwortung für die Personalentwicklung und die Lernendenausbildung

Anforderungen
- Abgeschlossene Berufsprüfung als Diätkoch/Diätköchin evtl. mit eidg. Berufsprüfung als Spital-/Heimkoch oder Gastronomiekoch
- Mehrjährige Berufserfahrung sowie Erfahrung in der Führung
- Kommunikationsstarke Persönlichkeit
- Freude und Geschick im Umgang mit Mitarbeitenden
- Kundenorientiertes Denken und Handeln
- Erfahrungen mit Cook & Chill und im Prozessmanagement von Vorteil
- Identifikation mit den Anforderungen der Lebensmittelhygiene
- Kreativität und Innovation

Wir bieten
- Sehr modern eingerichteter Arbeitsplatz
- Geregelte Arbeitszeit, 42-Stunden-Woche, 1 bis 2 Wochenendeinsätze pro Monat
- Interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem gut eingespielten Team
- Internes Bildungsangebot und diverse Personalvergünstigungen
- Besoldung nach kantonalen Richtlinien

Kontakt
Mario Breit, Leiter Küchen, Telefon 041 926 52 90
(Montag bis Freitag, 08.00 bis 15.00 Uhr)

Bewerbungsvorgehen
Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an das Luzerner Kantonsspital, Nadja Ineichen, Departements-Personalleiterin, Postfach, 6210 Sursee.

Luzerner Kantonsspital
Personalabteilung
Postfach
CH-6210 Sursee

Tel. +41 (0)41 926 45 45
Fax +41 (0)41 926 47 78
www.ksl.ch

6390-3616

RESTAURANT REUSSBRÜCKE

Kochen mit Leidenschaft auf hohem Niveau

Wenn Sie dieser Satz anspricht, dann sind Sie unser Mann (oder Frau). Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung. **Für Infos Telefon 044 760 11 61,** Herr Klaus Imhof verlangen

Restaurant Reussbrücke,
Muristrasse 32, 8913 Ottenbach
Telefon 044 760 11 61
www.reussbruecke.ch

5269-2849

dine&shine
EVENT CATERING

Dine&Shine ist die **Event Catering Abteilung** der SV (Schweiz) AG. Zusätzlich zum Catering in der «maag eventhall» führt sie Grossanlässe (bis 3000 Personen) in der ganzen Schweiz durch. Mit den Restaurationen der Messe Zürich, den Betrieben Schiffcatering Thunersee und *STADE DE SUISSE* Gastro AG werden oft Synergien genutzt. Wir suchen per **1. April 2010** oder nach Vereinbarung eine sehr motivierte und flexible Persönlichkeit, die das Eventbusiness liebt!

Küchenchef/in 100 %

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion sind Sie für die Planung, die Kalkulation und den Einkauf für die verschiedenen Events zuständig. Ihre organisatorischen Fähigkeiten stellen sie mit viel Engagement, Begeisterungsfähigkeit und Innovation täglich unter Beweis. Mit Kreativität und Inszenierung verblüffen Sie unsere Gäste mit einem trendigen und qualitativ hochstehenden Speiseangebot. Ihr abwechslungsreiches Aufgabengebiet beinhaltet nebst der Führung der Produktionsküche, auch die Mithilfe bei der Umsetzung der Hygienevorschriften gemäss ISO-Standard. Als belastbarer Teamplayer, zw. 28–43 Jahre, führen Sie selbstständig Tages- und Mehrtagesanlässe durch, denken und arbeiten aktiv mit. Diverse administrative Tätigkeiten runden ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil
- Abgeschlossene Ausbildung als Koch sowie Weiterbildung zum Gastronomiekoch von Vorteil
- Event- und Führungserfahrung in ähnlicher Postition
- Organisationstalent, saubere und strukturierte Arbeitsweise
- Zahlenverständnis
- Administrations- und PC- Kenntnisse
- Fahrausweis und Auto unbedingt erforderlich
- Freude am Beruf, Selbstständigkeit
- Bereitschaft und Flexibilität in der ganzen Schweiz zu arbeiten

Weitere Infos finden Sie unter **www.dine-shine.ch**

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto und Lohnvorstellungen an:

Dine&Shine
SV (Schweiz) AG
Georges Lehmann, Eventcatering Manager
Steinackerstrasse 43
CH-8902 Urdorf

managed by SV

6411-3635

Bergün Filisur
Das Bahndorf

Wer in der Schweiz heute an Schlittelbahn und Bahnfahren denkt, der kommt an Bergün Filisur nicht vorbei. Bergün Filisur – das Bahndorf, bietet interessante und vielseitige berufliche Herausforderungen in diesem einzigartig spannenden touristischen Arbeitsumfeld an. Der Verein Bergün Filisur Tourismus ist das Center of Competence für sämtliche touristischen Entwicklungs- und Vermarktungsaktivitäten der Region. Er stellt den absoluten Konsumentenfokus sicher und leistet somit einen wesentlichen Beitrag zu einer gästefreundlichen, anregenden und rentablen Ferienregion.

In unserer Geschäftstelle in Bergün sind folgende Stellen per sofort oder nach Vereinbarung neu zu besetzen:

LeiterIn Front Office (80%)

Ihre Aufgaben. Direkte Gästebetreuung vor Ort (Verkauf und Beratung am Schalter und telefonisch) › Gästebetreuung per Mail, Unterstützung Aufbau Kundendatenbanken und Newsletter für Gäste › Abwicklung Kurtaxenzahlungen › Hotel- und Ferienwohnungsbuchungen vornehmen, Verwaltung der Datenbanken › Mitarbeit bei überregionalen Events.

Unsere Anforderungen. Ausbildung im kaufmännischen Bereich, vorzugsweise im touristischen Umfeld (Fremdsprachen I, E) › Sie kennen sich mit den gängigsten EDV-Programmen gut aus › Sie haben erste Berufserfahrungen am Empfang/Front Office bereits gesammelt › Zuverlässig, flexible und motivierte Person.

ProduktmanagerIn Freizeit (100%)

Ihre Aufgaben. Weiterentwicklung des vermarktbaren Angebots von Bergün Filisur Tourismus › Aufbereitung der Angebote für die Distribution über die verschiedenen Kommunikationskanäle › Konzeption, Produktion und Umsetzung der verschiedenen Marketingmittel › Enge Zusammenarbeit mit lokalen, regionalen und nationalen Organisationen › Betreuung von Journalisten und Medienschaffenden.

Unsere Anforderungen. Aus- und Weiterbildung in Marketing oder Tourismus (Tourismusfachschule) › Erste Berufserfahrungen im Produktmanagement bereits gesammelt › Erfahrungen und hohe Affinität zu elektronischen Medien, Web 2.0 › Gute Kenntnisse der Region, bestehendes Netzwerk erwünscht › Serviceorientiert und belastbar › Erfolgreiche(r) KommunikatorIn mit viel Eigeninitiative › Interessiert ein junges Team mitzuprägen.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung an:
Bergün Filisur Tourismus, Stefan Steiner, Geschäftsführer, Hauptstr. 83, 7482 Bergün/Bravuogn
www.berguen.ch, www.filisur.ch

graubünden

6394-3619

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 an Freizeiterlebnissen. Auf 2132 m ü.M. werden in den herrlich gelegenen Hotels Bellevue und Pilatus-Kulm nicht nur die Ausflugs- und Hotelgäste verwöhnt, sondern auch hervorragende Möglichkeiten für Tagungen, Familienfeste und Events aller Art und Grösse geboten. Weitere Verpflegungsmöglichkeiten gibt es in den Bergrestaurants Krienseregg, Fräkmüntegg sowie im Chalet.

Zur Verstärkung unseres Hotel- & Gastronomieteams suchen wir – **per April oder nach Vereinbarung**

Küchen
- **Sous Chef/in** mit abgeschlossener Berufsausbildung, Führungserfahrung und guten Englischkenntnissen
- **Jungköche/innen** mit abgeschlossener Berufsausbildung und Englischkenntnissen
- **Patisseriemitarbeiter/in** mit abgeschlossener Berufsausbildung als Konditor/in oder Confiseur/in
- **Praktikant/in** (für Hotelfachschüler/in, für 6 Monate)
- **Hilfsköche/innen** mit guten Deutschkenntnissen und Erfahrung

Restaurants
- **Restaurantionsfachmitarbeitende** mit abgeschlossener Berufsausbildung und guten Englischkenntnissen
- **Servicehilfen** mit sehr guten Deutschkenntnissen und Erfahrung

Empfang/Rezeption/Seminare & Bankette
- **Gästebetreuer/in** ortskundig und sehr gute Englischkenntisse (weitere Fremdsprachen von Vorteil)
- **Praktikant/in** Empfang/Rezeption/Seminare & Bankette (für Hotelfachschüler/in für 6 Monate)

Weitere Informationen zu diesen Stellen finden Sie unter www.pilatus.ch

Wir bieten befristete und unbefristete Anstellungen, bei der Selbständigkeit und Eigenverantwortung gefragt sind. Es erwarten Sie ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer dynamischen Unternehmung mit vorwiegend Tagdienst.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige und schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau Ruth Ott, Leiterin Personal.

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.

6180-3479

Wir suchen für die idyllische, direkt am Murtensee gelegene und zum

5-Sterne-Hotel «Le Vieux Manoir»

gehörende

«PINTE DE MEYRIEZ»

einen

jungen Chef de Partie

Da wir mit unserem kleinen Team bereits nach den ersten 6 Monaten vom Gastroführer Gault Millau mit 14 Punkten bewertet wurden, sind Fachabschluss sowie Erfahrungen in einem entsprechenden Gastronomiebetrieb erforderlich. Des Weiteren suchen wir

Servicepraktikanten

Eintritte jeweils nach Vereinbarung. Für weitere Informationen melden Sie sich bitte bei

Herrn John Harper
Marzilistrasse 22a, 3005 Bern
Tel. 076 372 68 34

oder senden Sie Ihre Unterlagen per E-Mail an: **harper@sunrise.ch**

6396-3621

ALEXANDER
DAS HOTEL AM ZÜRICHSEE
CH-8800 Thalwil

Für die charmanteste Oase am Zürichsee suchen wir für kommende Sommersaison noch Verstärkung.

Verspüren Sie Lust in einem jungen, tollen und motivierten Team zu arbeiten und dies an einem der schönsten Plätze direkt am Zürichsee? Sind Sie kreativ, ein Teamplayer, motiviert, motivierend, herzlich, freundlich und professionell?

Dann suchen wir genau **Sie!**

Ab 1. April/1. Mai 2010 oder nach Vereinbarung suchen wir noch:

- **Chef de Rang → Gastgeberinnen und Gastgeber**
- **Köche**
- **Buffetmitarbeiter**

Unterkunft vorhanden. Weitere Fragen? Kontaktieren Sie uns oder informieren Sie sich auf unserer Homepage; wir freuen uns auf Sie!

Hotel **Alexander am See**
Grégoire Allet, Hotelier
Seestrasse 182, 8800 Thalwil
☎ +41 (0)43 388 38 38
gregoire.allet@alexander-am-see.ch
www.alexander-am-see.ch

6407-3631

Servicefachkraft (100%)

Ab sofort, spätestens Anfang April, suchen wir eine Servicefachkraft, die unser Team mit ihrer freundlichen und zuvorkommenden Art unterstützt.

Sie verfügen über genügend Erfahrung im A-la-carte Service, sind flexibel, selbständig, gästeorientiert, teamfähig, zuverlässig und bewahren auch in hektischen Zeiten den Überblick?

Dann freut sich das Sonnen-Team um Gastgeber Mario Bolfing schon jetzt auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Hotel · Restaurant · Pizzeria **SONNE** Hauptstrasse 82, CH-8840 Einsiedeln
Tel. +41 55 412 28 21, Fax +41 55 412 41 45
info@hotel-sonne.ch, www.hotel-sonne.ch

6307-3583

Zu unserem lebhaften Hotelbetrieb, nur eine halbe Stunde von Zürich und Luzern ertfernt, gehören 14 modern eingerichtete Seminarräume, 69 komfortable Hotelzimmer, eine moderne Bar und zwei Restaurants.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir dynamische und flexible Mitarbeiter

1 Chef de Partie (m/w) auf 1. Mai 2010

1 Sales Representative (m/w)

Sofort oder nach Vereinbarung

Mit Ihrem Können und Ihrer Freude am Beruf unterstützen Sie unser Team im lebhaften Hotelbetrieb tatkräftig. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Arbeit in einem eingespielten Team.

Eine abgeschlossene Berufslehre, Berufserfahrung, Freude am Beruf, effiziente und selbstständige Arbeitsweise setzen wir voraus.

Haben wir Interesse geweckt? Dann freut sich Tanja Fess, Leiterin Personal, auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

SeminarHotel am Ägerisee
Seestrasse 10, 6314 Unterägeri
Telefon 041 754 61 61
Telefax 041 754 61 71
www.seminarhotelaegerisee.ch

6354-3594

ResortWalensee
★★★★
www.resortwalensee.ch

Wir sind ein innovatives und junges Resort direkt am Walensee und am Flumserberg gelegen mit Ferienwohnungen, Hotellerie und Gastronomie, eigenem Jachthafen und Beach.

Für die Verstärkung unseres wachsenden Teams suchen wir Sie:

Restaurationsleiter mit eidg. Fachausweis

Operative Führung und Organisation Gastronomie mit den Restaurant- und Küchenleiter. Abgeschlossene Berufslehre und Höhere Fachschule, langjährige Kenntnisse im Bereich Controlling, F&B und Personalführung.

Chef de Réception

Abgeschlossene Berufslehre mit langjähriger Erfahrung in ähnlicher Anstellung. Fliessend Deutsch, Englisch und holländische Sprachgewandtheit mündlich und schriftlich sind Grundvoraussetzung.

Koch/Köchin

Abgeschlossene Berufslehre, in internationaler Küche versiert.

Barkeeper/in

Abgeschlossene Berufslehre oder langjährige Erfahrung, absolvierte Barfachschule, spricht fliessend Deutsch und Englisch, Holländisch von Vorteil.

Restaurationsfachmann/-frau

Abgeschlossene Berufslehre, fliessend Deutsch und Englisch.

Réceptionist/in

Abgeschlossene Berufslehre, Bereich Reservationsdesk, fliessend Deutsch, Englisch, Holländisch von Vorteil.

Es erwartet Sie eine interessante und spannende Arbeitsstelle in einem jungen und gestärkten Team mit guten Vertragsbedingungen.

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

Walensee Resort AG, Gostenstr. 20, CH-8882 Unterterzen
Tel. +41 (0) 81 7259090, Fax +41 (0) 81 7259091
E-Mail: roberto.pagano@resortwalensee.ch

6364-3602

SV
catering & services

SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **Business** suchen wir per **15. Mai 2010** oder nach Vereinbarung einen

Assistant Restaurant Manager 100 % (w/m)

Im **SBB Restaurant WylerPark in Bern** verpflegen sich täglich bis zu 500 Gäste mit einem abwechslungsreichen, qualitativ hoch stehenden Angebot, bestehend aus 2 verschiedenen Tagesmenus, einem vegetarischen Gericht, einem reichhaltigen Salatangebot sowie einem Free-Choice-Buffet. Zahlreiche Zwischenverpflegungen runden das Angebot ab. Im Cateringbereich werden Sonderanlässe und Apéros durchgeführt.

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion führen Sie ein Team von 6 Mitarbeitenden und sind für den reibungslosen Serviceablauf sowie für die Organisation von Sonderanlässen verantwortlich. Zu Ihrem Aufgabengebiet gehören zudem die Mitarbeit an der Front, die Inventuraufnahme, die Personaleinsatzplanung, Qualitätskontrollen und die Stellvertretung des Restaurant Managers bei dessen Abwesenheit. Diverse administrative Arbeiten runden Ihren Tätigkeitsbereich ab.

Ihr Profil
- Abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe
- Führungserfahrung
- Gastgeber/in mit Charme
- Gute PC-Kenntnisse
- Sprachkenntnisse in deutsch und französisch
- Sicheres Auftreten
- Initiativ und selbständig

Wir bieten
- Permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Tanja Fleissner, HR Consultant, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 43 814 14 41, www.sv-group.com. Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto und Angaben über Lohnvorstellungen senden Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
Postfach
CH-8600 Dübendorf 1

SV

6366-3602

SOREL HOTEL
ZÜRICHBERG

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 12 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz und Schaffhausen über 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für unser

Sorell Hotel Zürichberg

Orellistrasse 21, 8044 Zürich

suchen wir per sofort einen

Chef Tournant (w/m)
Chef Saucier (w/m)

Ihre Aufgabe: Ihr Aufgabengebiet umfasst hauptsächlich das Erstellen der Mise en place für den à la carte und Bankettservice, das Zubereiten von Gerichten sowie das selbständige Führen eines Postens. Zudem sind Sie für die tägliche Warenkontrolle, das Durchführen von Banketten, die Mitgestaltung der Angebotsplanung sowie die Einhaltung der HACCP-Richtlinien zuständig. Ebenfalls helfen Sie bei der Ausbildung der Lernenden und Praktikanten mit.

Ihr Profil: Sie sind eine teamfähige, zuverlässige, belastbare und einsatzfreudige Person mit abgeschlossener Berufsausbildung, die bereits einige Jahre Berufserfahrung als Chef de Partie mitbringt. Zudem sind Sie flexibel, offen für Neues, arbeiten selbständig und bringen kreative Ideen in unsere hochstehende Gourmetküche.

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

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

6389-3615

HOTEL
Flüela

Das Flüela Hotel***** verfügt über 69 Zimmer, einen Speisesaal mit 120 Plätzen, ein À-la-carte-Restaurant «Zur Flüela Post» und das «Flüela-Stübli» (16 Punkte Gault Millau) sowie über zwei Bars und die Flüela Oasis (Wellness vom Feinsten für Ihr Wohlbefinden).

Das Flüela wurde 1868 eröffnet und befindet sich in der 4. Generation im Besitze der Familie Gredig. Das Haus wurde laufend renoviert und modernisiert und bietet jeden Komfort in einem elegant-rustikalen Ambiente. Wir legen sehr viel Wert auf exzellente Küche, gepflegten Service und persönliche Betreuung.

Nach zehnjähriger Tätigkeit hat sich unser Küchenchef entschieden, sich auf Ende Wintersaison einer neuen Herausforderung zu stellen. Aus diesem Grunde suchen wir in Jahresstelle – Eintritt nach Absprache – spätestens 1. Oktober 2010

eine Küchenchefin oder einen Küchenchef

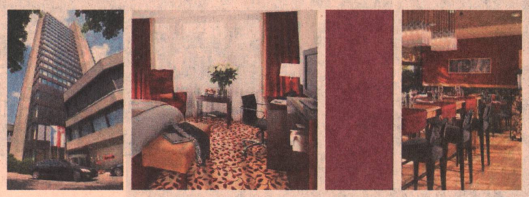
- Verfügen Sie über Erfahrung in der gehobenen Gastronomie (à la carte sowie Halbpension) und haben Freude, mit marktfrischen Produkten zu arbeiten?
- Besitzen Sie das Organisationstalent und die Fachkenntnissen kleinere wie grössere Bankette, oft auch verschiedene gleichzeitig, zu servieren?
- Sind Sie innovativ und möchten Sie Ihre Ideen verwirklichen?
- Besitzen Sie Kenntnisse und Erfahrung im preisbewussten Einkauf, in der Speisekalkulation, in der Warenkontrolle sowie Gestaltung von Menüs und Karten?
- Es bereitet Ihnen keinerlei Mühe, einer Brigade von ca. 15 Personen kompetent und sicher vorzustehen und Sie verlieren auch in hektischen Zeit nicht den Überblick?
- Haben Sie bereits in einer ähnlichen Position Erfahrung gesammelt oder sind Sie auf dem Sprung, diese Herausforderung anzunehmen?
- Interessiert Sie eine selbstständige und mit vielen Kompetenzen versehene Kaderposition?
- Wir legen grossen Wert auf eine «geradlinige», auf die Gerichte konzentrierte Gestaltung wie Präsentation.
- Es erwarten Sie ein motiviertes Team in einem ungezwungenem Arbeitsklima sowie zeitgemässen Entlöhnung.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto an:

Herrn Marco Borer, Direktor, Flüela Hotel,
Bahnhofstrasse 5, 7260 Davos Dorf

Quality. Our Passion.
Swiss Quality Hotels® International
DAVOS

6389-3624



Marriott
ZÜRICH

Das Zürich Marriott Hotel ist ein First-Class-Business-Hotel und befindet sich im Herzen der Stadt Zürich am Ufer der Limmat. Das Hotel wurde umfangreich renoviert und reflektiert Hingabe zum Detail. Die 264 Zimmer und Suiten bieten neben Stil, Innovation und modernster technischer Infrastruktur teilweise auch einen atemberaubenden Blick auf Altstadt, See und die Schweizer Alpen.

Des Weiteren haben unsere Gäste die Wahl aus zwei über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Restaurants. Das «White Elephant» steht für authentische thailändische Küche und verwöhnt die Gäste mit leichten, fantasievoll gewürzten Gerichten. Im Restaurant «eCHo» wird die Schweizer Küche nach Originalrezept zubereitet und kreativ präsentiert.

Die «Bar & Lounge 42» rundet das Angebot ab und ist Treffpunkt für Hotelgäste, Nachtschwärmer und Liebhaber ausgesuchter Cocktails. In unseren 12 modernen Veranstaltungsräumen organisieren wir massgeschneiderte Events für bis zu 600 Personen.

Marriott ermöglicht Ihnen mit über 3100 Hotels in über 68 Ländern weltweit ausgezeichnete Karrierechancen. Neben einem spannenden Arbeitsumfeld in einer lebendigen Stadt profitieren Sie von vielen Benefits einer internationalen Hotelkette.

Wir suchen für unser renommiertes First-Class-Business-Hotel ab **1. April 2010** oder nach Vereinbarung einen

Director of Sales & Marketing (m/w)

Wir wünschen uns einen motivierten Mitarbeiter m/w mit viel Engagement, sehr guten Führungsqualitäten und hohem Dienstleistungsbewusstsein. Sie verfügen bereits über Erfahrung in dieser oder einer vergleichbaren Position in der Hotellerie und können fundierte Kenntnisse in allen klassischen Aufgaben einer Verkaufsabteilung vorweisen.

Sie sind Mitglied der Geschäftsleitung und tragen Verantwortung für die gesamte Verkaufsabteilung, die Reservierung sowie die Eventabteilung. Zudem obliegt Ihnen die Verantwortung für die Erreichung eines Höchstmasses an Belegung in den Bereichen Logis, Konferenzen & Bankette bei einer auf das Optimum ausgelegten Preispolitik mit dem Ziel, einen maximalen Umsatz zu erzielen.

Hierfür etablieren Sie ambitionierte Verkaufsziele für die Verkaufsabteilung und gewährleisten eine Erreichung dieser Vorgaben. Sie tragen Sorge, dass die Geschäftsbeziehungen zu Firmenkunden, Fluglinien, Reisebüros, Reservierungsagenten usw. aufrechterhalten, Vertriebswege, Internet- und Tagungsvermittler gepflegt und ausgebaut werden.

Sie sind ebenso im Rahmen des Finanzwesens für die Kontrolle aller Ausgaben der Verkaufsabteilung sowie aller realistischen Kostenreduzierungen zuständig.

Verhandlungssicheres, fliessendes Deutsch und Englisch in Wort und Schrift (eine weitere Fremdsprache wäre von Vorteil) sind für Sie kein Problem, ebenso sind Sie im Besitz des Führerscheins der Klasse B.

Wenn Sie über Verhandlungsgeschick, ein souveränes Auftreten und ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten verfügen, dann sollten wir uns kennenlernen.

Wir hoffen, Ihr Interesse geweckt zu haben und freuen uns auf Ihre vollständigen und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihres möglichen Eintrittstermines zu Händen von Herrn Heinz Giesen:

Zürich Marriott Hotel
Heinz Giesen
Dir. of Human Resources
Neumühlequai 42
CH-8001 Zürich
Tel. +41 (0)44 360 74 20
Fax +41 (0)44 360 73 03
heinz.giesen@marriotthotels.com
www.zurichmarriott.ch
www.coolinary.ch

Marriott Ranked Lodging Industry's Most Admired Company & One of the Best Companies to Work For by FORTUNE®

6400-3629

HOTEL VITZNAUERHOF
VITALRESORT

Das Hotel Vitznauerhof Vitalresort mit 53 neu eingerichteten Zimmern und Suiten und neuem MedinWellSPA verwöhnt seine Gäste auf höchstem Niveau. Nutzen Sie die Gelegenheit und vervollständigen Sie unser **Eröffnungsteam** (Jahresbetrieb).

BÄCKER/IN / CONFISEUR (w/m)

- abgeschlossene Ausbildung und Erfahrung
- speditive und einfühlsame Arbeitsweise
- zielstrebiges und qualitätsorientiertes Handeln
- Sie kommunizieren in D, E und F, evt. I

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle und spannende Tätigkeit sowie ein einmaliges Umfeld. Starten Sie mit uns in eine erfolgreiche Zukunft.
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Seestrasse • 6354 Vitznau • Switzerland
Phone +41 41 399 77 77 • Fax +41 41 399 76 66
info@vitznauerhof.ch • www.vitznauerhof.ch

6415-3638

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 Stelle ist durch einen kompetenten und teamfähigen Mitarbeiter zu besetzen:

ADMINISTRATION F & B Mitarbeiter / Praktikant
Ideale Voraussetzungen sind eine abgeschlossene Berufslehre im Gastgewerbe, Deutsche Muttersprache, sowie Sprachkenntnisse in französisch, ev. italienisch.

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.

GAULT&MILLAU
Hotel des Jahres 2009

Grand Resort Bad Ragaz

Das Grand Resort Bad Ragaz steht für Qualität und exzellenten Service. Identifizieren Sie sich damit, dann nutzen Sie die Chance im führenden Wellbeing & Medical Health Resort Europas zu arbeiten.

Für die beiden Grand Hotels Quellenhof & Spa Suites und Hof Ragaz suchen wir nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter (w/m)

Köche (Commis de cuisine, Demi-chef de partie, Commis pâtissier)

Servicemitarbeiter für Bar, Restaurants und In-Room Dining

Stellvertretender Leiter Innerer Dienst

Detaillierte Informationen zu den ausgeschriebenen Stellen finden Sie auf unserer Homepage www.resortragaz.ch.

Frau Pamela Bareit, Personalassistentin Grand Hotels, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) und steht Ihnen bei Fragen unter Telefon 081 303 27 23 oder karrieren@resortragaz.ch gerne zur Verfügung.

GRAND RESORT
Bad Ragaz
★★★★★

Grand Resort Bad Ragaz AG · 7310 Bad Ragaz · Switzerland · www.resortragaz.ch
Tel. +41 (0)81 303 30 30 · Toll-free 00800 80 12 11 10 · Fax +41 (0)81 303 30 33

Die 39 exklusivsten Luxushotels der Schweiz **www.swissdeluxehotels.com**

PHYSIO THERM®
Infrarotkabinen

Physiotherm ist ein sehr erfolgreiches Unternehmen in der Gesundheits- und Wellnessbranche und der führende europäische Hersteller von Infrarotkabinen.

Für unser Vertriebsgebiet **Graubünden** suchen wir ab sofort eine/n

Außendienstmitarbeiter/in (Vollzeit)

Mit Ihrem überzeugenden Auftreten und Ihrer Erfahrung in der Hotelbranche erweitern Sie engagiert unseren Kundenstamm. Sie setzen gekonnt Ihr Verkaufstalent, Ihre Kommunikations- und Abschlussstärke ein, um unser hervorragendes und hochwertiges Produkt in der Hotellerie einzuführen.

Bewerbungen an: bewerbung@physiotherm.com oder Physiotherm GmbH, Industriestrasse 44, 8304 Wallisellen, Tel.: 044 830 8040, www.physiotherm.ch

6387-3613

HOTEL KREUZ & POST

GRINDELWALD

Gepflegtes 4-Sterne-Hotel an zentraler Lage mit 82 Betten, Wellness-Oase, Spezialitätenrestaurant, Snack-Bar, Aufenthaltsräumen, Konferenzraum

Wir suchen ab kommender Sommersaison, ca. 20. Mai 2010 oder später, folgende qualifizierte Mitarbeiter, wenn möglich für länger

Koch/Köchin
Entremetier, an selbstständiges und hygienisches Arbeiten gewöhnt

Servicefachangestellte
mit Aufstiegsmöglichkeiten zum Chef de Service ab Wintersaison
Sprachen D/E/F

Buffetmitarbeiter/in
Sie haben Berufserfahrung in der Gastronomie, sind flink und freundlich

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung
Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett, 3818 Grindelwald
Telefon: 033 854 54 92 / kreuz-post@bluewin.ch

6370-3606

Gesucht:
Alleinkoch bis 40-jährig,

mit Erfahrung in Bestellwesen, Menüplanung, der gerne frisch kocht und seine Gäste mit saisonalen Spezialitäten verwöhnt. Restaurant mit Seesicht in Horgen bietet ab 1. Mai eine Jahresstelle mit Kost und Logis. Samstag und Sonntag frei. Restaurant Bar Chalet, Horgen, Tel. 076 377 00 73, ricardo@restaurant-chalet.ch, www.restaurant-chalet.ch

Gesucht:
junge dynamische Servicemitarbeiterin

mit gepflegter Erscheinung zwischen 20 und 35 Jahre. Restaurant mit Seesicht in Horgen bietet ab 1. Mai eine Jahresstelle mit Kost und Logis. Samstag und Sonntag frei. Restaurant Bar Chalet, Horgen, Tel. 076 377 00 73, ricardo@restaurant-chalet.ch, www.restaurant-chalet.ch

6385-3612

RUNWAY 34

Fasten Seat Belts, it's Check in Time

Runway34 – ein weltweit einzigartiges Restaurantkonzept lässt Sie die Faszination des Fliegens und Reisens hautnah erleben.

Wir begeistern unsere Gäste mit einem einzigartigen Ambiente rund um die Ilyushin 14 (russisches Fracht- und Passagierflugzeug, Jahrgang 1957) und entführen diese mit unseren aufgestellten und internationalen Flight Attendants auf eine kulinarische Reise rund um die Welt.

Zur Vervollständigung unserer Cabin Crew suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen motivierte/n und belastbare/n

Maître de Cabine Chef de Service

Sind Sie interessiert, in einer einmaligen Atmosphäre zu arbeiten? Der Fliegerei nahe sein, ohne Jetlag, Zeitverschiebung und ständiges aus dem Koffer Leben? Dann sind Sie bei uns richtig! Mit Ihrer aufgestellten, flexiblen Art und hohen Einsatzbereitschaft ergänzen Sie unsere Crew optimal. Sie verfügen über Erfahrung in der Mitarbeiterführung (unser Team besteht aus 10–15 Flight Attendants), besitzen eine gute Sozialkompetenz und sind ein Teamplayer mit Organisationsflair. Wirtschaftliches Denken bezüglich Mitarbeitereinsatzplanung und Beverage-Einkauf wird vorausgesetzt. Es erwarten Sie ein junges, dynamisches Team und eine interessante, abwechslungsreiche Aufgabe.

Senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Unterlagen. Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen unsere Geschäftsleitung, Yvonne Weber/Tina Soltermann.

RUNWAY RESTAURANTS AG
Rohrholzstrasse 67, 8152 Glattbrugg
www.runway34.ch E-Mail info@runway34.ch
Telefonische Auskünfte 043 816 34 34 Fax 043 816 34 16

8146-3455

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

Herzlich Willkommen im Mittelpunkt an der Lenk

und im neu umgebauten und aussergewöhnlichen «Sporthotel Wildstrubel». Zum Frühlings- und Sommersaisonstart sind Sie unsere begeisterungsfähige Persönlichkeit als:

Rezeptionist/in D/F/E
(ab sofort mit Ablösung der Chef Rezeption, Fidelio-Erfahrung und in Ganzjahresstelle)

Rezeptionist/in Tournant/e D/F/E
Ab 22. Mai 2010 mit Fidelio-Erfahrung

Bardame/-mann für unsere Hotelbar
Eintritt per 28. Mai 2010

Etagen-Hausmitarbeiter
Eintritt per 25. Mai 2010

Wir zelebrieren für unsere Gäste täglich mediterrane sowie internationale Köstlichkeiten und saisonale Spezialitäten. 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

6409-3633

★★ ★★
Hotel Cristallo
AROSA

Das familiär geführte Erstklasshotel mit 70 Betten und Gourmet-Restaurant „Le Bistro" befindet sich im Zentrum von Arosa. Wir suchen für die kommende Sommersaison folgende Mitarbeiter:

Küche
Saucier
Entremetier
Gardemanger

Guter Verdienst. Kost und Logis auf Wunsch im Hause. Wenn Sie Freude haben, in einem jungen und dynamischen Betrieb mitzuwirken, bitten wir Sie, sich mit den üblichen Unterlagen an folgende Adresse zu bewerben:
Hotel Cristallo, 7050 Arosa, Tel. 081 378 68 68
oder an hotel@cristalloarosa.ch

6367-3603

---

zur Haue

Herzlich willkommen zu einer neuen Herausforderung!

Für unseren lebhaften Betrieb suchen wir nach Vereinbarung einen

Chef de Partie

Wir bieten Ihnen eine neue Herausforderung im Zunfthaus zur Haue, ein durch die Belvoirpark Hotelfachschule Zürich HF geführter, öffentlicher Betrieb – ein Restaurant mit vielen Besonderheiten.
Unser Geschäftsführer will mit Ihnen gemeinsam qualitativ hoch-stehende Bankette und anspruchsvolle À-la-carte-Gerichte zubereiten.
Sie bringen Kreativität und Leidenschaft am Kochen mit und setzen Ihre Begeisterung und Philosophie gerne im Team um.

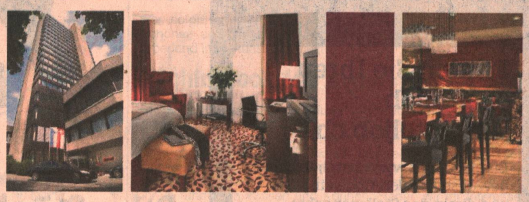
Sie haben die Kochlehre erfolgreich absolviert und somit gute Voraussetzungen, die hohen Ansprüche unserer Gäste zu erfüllen. Wir freuen uns auf Sie!

Bei uns haben Sie am Sonntag immer und jeweils unter der Woche 1 Tag frei. Der 13. Monatslohn ist selbstverständlich.

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

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Foto an
Belvoirpark Hotelfachschule Zürich
Frau Dolores Boldini-Herzog
Leiterin Finanzen & Controlling/HR
Seestrasse 141,
8002 Zürich

8110-3429



Marriott ZÜRICH

Das Zürich Marriott Hotel ist ein First-Class-Business-Hotel und befindet sich im Herzen der Stadt Zürich am Ufer der Limmat. Das Hotel wurde umfangreich renoviert und reflektiert Hingabe zum Detail. Die 264 Zimmer und Suiten bieten neben Stil, Innovation und modernster technischer Infrastruktur teilweise auch einen atemberaubenden Blick auf Altstadt, See und die Schweizer Alpen.

Des Weiteren haben unsere Gäste die Wahl aus zwei über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Restaurants. Das «White Elephant» steht für authentische thailändische Küche und verwöhnt die Gäste mit leichten, fantasievoll gewürzten Gerichten. Im Restaurant «eCHo» wird die Schweizer Küche nach Originalrezept zubereitet und kreativ präsentiert.

Die «Bar & Lounge 42» rundet das Angebot ab und ist Treffpunkt für Hotelgäste, Nachtschwärmer und Liebhaber ausgesuchter Cocktails. In unseren 12 modernen Veranstaltungsräumen organisieren wir massgeschneiderte Events für bis zu 600 Personen.

Marriott ermöglicht Ihnen mit über 3100 Hotels in über 68 Ländern weltweit ausgezeichnete Karrierechancen. Neben einem spannenden Arbeitsumfeld in einer lebendigen Stadt profitieren Sie von vielen Benefits einer internationalen Hotelkette.

Wir suchen für unser renommiertes First-Class-Business-Hotel ab **1. April 2010** oder nach Vereinbarung einen

Chef de Partie im À-la-carte-Bereich (m/w)

Idealerweise verfügen Sie bereits über fundierte Erfahrungen (2–3 Jahre) in der gehobenen Küche und sind bestrebt, Ihr Wissen in ein erfolgsorientiertes und zielstrebiges Team einzubringen. Zu Ihren Qualitäten zählen Selbstständigkeit, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein den Gästewünschen gegenüber sowie eine hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität.

Wir wünschen uns Mitarbeiter, für die der Gast und dessen Wünsche im Mittelpunkt stehen. Sie erwartet ein sehr gutes Betriebsklima und die Möglichkeit, sich persönlich weiterzuentwickeln.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen und aussagekräftigen Unterlagen, welche Sie bitte an die unten aufgeführte Adresse senden.

Zürich Marriott Hotel
Heinz Giesen
Dir. of Human Resources
Neumühlequai 42
CH-8001 Zürich
Tel. +41 (0)44 360 74 20
Fax. +41 (0)44 360 73 03
heinz.giesen@marriotthotels.com
www.zurichmarriott.ch
www.coolinary.ch

Marriott Ranked Lodging Industry's Most Admired Company & One of the Best Companies to Work For by FORTUNE®

6401-3636

---

centerVision

Für unsere beiden **Fünfsterne Superior Grand Hotels Bellevue in Gstaad und Les Trois Rois in Basel** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen Profi für die Führung des Bereichs

Marketing & Communication Services (m/w)

Ihre Aufgaben

Als Bindeglied zwischen den beiden Hotels sind Sie Anlaufstelle für die Umsetzung sämtlicher Marketing & Communication Massnahmen. Sie erstellen Kommunikationsmittel und sind verantwortlich für den Webauftritt beider Hotels sowie die Einhaltung des CI/CD. Weiter wirken Sie auch bei der Erarbeitung von Marketingkonzept, -plan und -strategie mit.

Ihr Profil

Idealerweise verfügen Sie über mehrjährige Berufserfahrung in den Bereichen Marketing, Hotellerie und Tourismus. Sie verfügen über ein ausgeprägtes Kommunikationstalent und ausgezeichnete redaktionelle Fähigkeiten. Ihr Planungs-, Verhandlungs- und Organisationsgeschick unterstützt Sie bei der Erfüllung der vielseitigen Aufgaben.

Interessiert? Es erwartet Sie eine spannende und ausbaufähige Stelle in einem attraktiven Umfeld. Arbeitsort ist die Managementgesellschaft centerVision AG in Basel. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) an:

centerVision AG
Frau Gitta Haas
St. Alban-Anlage 68, 4052 Basel
oder per E-Mail an gitta.haas@centervision.ch

8426-3642

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
Geschäftsführer m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J11505
Hotelbereichsleiter	Region Bern	J11471
Direktor für Businesshotel	Region Bern	J11485
Gastgeber Ehepaar	Region Bern	J11487

Kaufmännischh/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistant Restaurant Manager (w/m)	Region Bern	J11452

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Receptionistin	Region Zürich/ Schaffhausen	J11484
Receptionistin	Region Zentralschweiz	J11481
Réceptionist/in	Region Ostschweiz	J11478
Receptionistinnen	Region Waadt/ Unterwallis	J11295
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J11287
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J11494
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J11454

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	ganze Schweiz	J11460
F&B Coordinator	Region Graubünden	J11497
F&B Koordinatorin (Malediven)	International	J11272
Chance zu vergeben: Kochlehrling	ganze Schweiz	J11451
Chef de Service m/w	Region Zentralschweiz	J11469

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Demi-chef de partie	Region Basel	J11496
Jungköchin/-koch, Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J11499
Chef Pâtissier m/w	Region Zentralschweiz	J11468
Chef de Partie & Thaiköchin	Region Zürich/ Schaffhausen	J11501
Commis de cuisine	Region Basel	J11495
Chef de partie (Spanien - Costa Brava)	International	J11502
Chef de partie	Region Graubünden	J11503
Chef de partie	Region Bern	J11475
Küchenchef	International	J11480
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J11483
Chef de partie (Irland - Kerry)	International	J11275
Demi-chef de partie	Region Oberwallis	J11276
Chef de partie	Region Oberwallis	J11277
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J11292
Chef de Partie	Region Basel	J11293
Hilfskoch (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11296
Chef patissier (England - Dorset)	International	J11456
Chef pâtissier (England - Cornwall)	International	J11458
Commis de cuisine	Region Bern	J11462
Chef de Partie/Commis de Cuisine	Region Bern	J11466
Commis de cuisine	Region Bern	J11467
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J11271
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J11278
Chef pâtissier	Region Zürich/ Schaffhausen	J11285
Demi-chef de partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J11286
Chef de partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J11459
Koch / Sous-chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J11490
Küchenchef	Region Freiburg	J11289
Demi Chef de Partie (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11464

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang/ Servicefachangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J11288
Restaurationsfachfrau und Chef de partie	Region Graubünden	J11284
Servicemitarbeiter (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11297
Mitarbeitende/r Room Service	Region Bern	J11298
Chef de rang	Region Bern	J11473
Servicefachangestellte w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J11453
Chef de rang für Spätdienst & Roomservice	Region Bern	J11472
Commis de rang	Region Bern	J11455
Servicemitarbeiterin	Region Bern	J11489
Commis de rang (England - Newick)	International	J11504
Office-/ Buffetmitarbeiter/in	Region Ostschweiz	J11479
Service MitarbeiterIn	Region Bern	J11470
Chef de service	Region Graubünden	J11274
Chef de rang (Spanien - Costa Brava)	International	J11493

Service / Res

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de rang (England - London)	International	J11492
Servicefachangestellte	Region Bern	J11294
Stellvertretenden Café-Leiter (M/W)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11457
Serviceangestellter	Region Basel	J11491
Serviceaushilfen gesucht	Region Zürich/ Schaffhausen	J11461
Chef de Rang und Foodrunner	Region Zürich/ Schaffhausen	J11500
Chef de service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11507
Servicemitarbeiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J11465
Restaurantleiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J11482
Servicemitarbeiter/in	Region Ostschweiz	J11477
Chef de rang	Region Bern	J11290
Koch	Region Zentralschweiz	J11509
Bankett- und F&B Leiter	Region Bern	J11488

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Küchenchef/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J11510
Bartender m/w (Luxury river cruise liner)	International	J11273

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiterin Hauswirtschaft (Gouvernante)	Region Graubünden	J11498
Gouvernante	Region Bern	J11486
Fachfrau Hauswirtschaft 50 %	Region Bern	J11506

Beauty / Wellness / Fitness / Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Wellness Therapeutin oder Praktikantin	ganze Schweiz	J11300

Technik / Hauswart

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Facharbeiter Technik (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J11281
Technischer Allrounder für ein Hotel	Region Bern	J11474

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
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

B847	CEO, GM, Direktion, Verwaltung, Bereichsleitung	44	CH	per sofort	D|F|E|PG
B934	Chef de Réception / Direktionsassistenz	35	DE	per sofort	D|F|E
B991	Chef de Service / Restaurant Manager	49	CH	per sofort	D|F|E
B904	Chef de Serviec/Geschäftsführerin	37	Ch	per sofort	D|F|I|E
B434	Direktor / Geschäftsleitung	39	CH	per sofort	D|F|E
B362	Event/Bankett/Administration	50	CH	per sofort	D|F|I|E|HU
B994	Eventmanager / Projektkoordinatorin/ Reisetätigkeit	28	CH	per sofort	D|F|E
B1014	Gebäudeunterhalt / Leiter Technik	32	CH	per sofort	D
B945	GM, CEO, Direktion	29	CH	per sofort	D|F|E|ES
B964	Gouvernante / Hauswirtschaft / Service	21	CH	per sofort	D|I|E
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer	49	CH	per sofort	D|F|I|E
B957	Koch	41	CH	per sofort	D|F|E
B935	Koch, Pizzaiolo	24	SK	per sofort	D|F|I
B913	Massage, Wellness- und Spa	46	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B974	Night Auditor/ Receptionist	22	RU	per sofort	D|F|I|E|RU,ES
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	44	DE	per sofort	D|E
B939	Praktikum Administration, Réception	22	CH	per sofort	D|F|E
B989	Réception / Night-Auditor / Nacht Concierge	49	CH	per sofort	D|F|E
B473	Service	28	AT	per sofort	D|E
B354	Serviceangestellte/ Barmitarbeiterin	24	DE	per sofort	D|F|E|TR
B329	Servicefachangestellter, Chef de service	53	AT	per sofort	D|F|E
B972	Servicekraft, Thekenkraft	34	EG	per sofort	D|E|EG
B1018	Sommelier	38	CH	per sofort	D

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

Stand per 15. 3. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

6424-3541

Das Gästecenter Obergoms ist die Tourismusorganisation für die Region zwischen Niederwald und Oberwald im Oberwallis und zuständig für sämtliche Tourismusfragen unseres malerischen Hochtales. Die **Loipe Goms** und der traditionsreiche **Int. Gommerlauf** sind zwei unserer wichtigsten Geschäftsfelder während der Wintersaison. Der Sommer ist geprägt von einem aktiven Natur- und Genusserlebnis.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Juni 2010

eine(n) Produkt Manager Nordisch

Zu den Aufgabenbereichen gehören die Entwicklung von Angeboten in Zusammenarbeit mit unseren touristischen Partnern, die Pflege der Geschäftsbeziehungen mit Langlauf- und Sportverbänden, die Organisation des Sommer- und Winter-Gommerlaufs sowie die Planung, Organisation und Umsetzung von Marketingaktivitäten im Bereich Nordisch.

Sie bringen mit:
- Diplom einer Tourismusfachschule oder andere gleichwertige Ausbildung im Bereich Marketing/Events
- Berufserfahrung im Tourismus und/oder im (Event-)Marketing
- Muttersprache Deutsch sowie gute Kenntnisse in Französisch und Englisch
- Engagierte, sportbegeisterte, teamorientierte und kommunikative Persönlichkeit
- Selbstständige Arbeitsweise und sicheres Auftreten
- Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Zuverlässigkeit

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz in einer der schönsten Ferienecken der Schweiz, ein eingespieltes und motiviertes Team von fünf Mitarbeitern und eine vielseitige und abwechslungsreiche Tätigkeit in einer wachsenden Tourismusorganisation.

Stellenantritt: 1. Juni 2010 oder nach Übereinkunft

Interessiert? Dann senden Sie noch heute Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

Sibylle Bitterli, Gästecenter Obergoms, Geschäftsführerin
3985 Münster, Tel. +41 27 974 68 65, bitterli@obergoms.ch

6352-3560

Hotel ARVENBÜEL Restaurant

Hotel Arvenbüel Amden

auf der Sonnenterrasse über dem Walensee, sucht für die Sommersaison vom 1. Mai bis 15. Nov. jüngere, motivierte und belastbare Mitarbeiter

2 Servicefachangestellte m/w

1 Büffettochter
auch zur Mithilfe im Service.

Sind Sie SchweizerIn oder AusländerIn mit deutscher Muttersprache, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Fam. Rüedi, Hotel Arvenbüel
8873 Amden
Tel. 055 611 60 10 Fax 055 611 21 01
Info@arvenbuel.ch
www.arvenbuel.ch
Montag Ruhetag

6397-3652

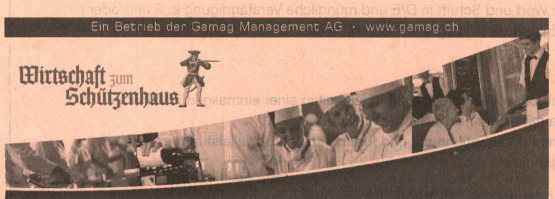
Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unseren schönen und modern eingerichteten Gastbetrieb im Zürcher Oberland in Festanstellung eine

Köchin/Koch 100% (bis ca. 35 Jahre alt)

mit abgeschlossener Ausbildung sowie vorzugsweise mit ein paar Jahren Berufserfahrung in der Schweizer Gastronomie. Gemeinsam mit dem Küchenteam sorgen Sie selbständig für eine gleichbleibend gute Qualität unserer frischen Gerichte. Ausserdem sind Sie für die Angebotsplanung zuständig und führen das Küchenteam mit aktiver Mitarbeit am Herd sowie mit Ihrem fundierten Wissen und Können. Haben wir Ihr Interesse geweckt und sind Sie interessiert, in einem gut besuchten Gastbetrieb mit Ihrem persönlichen Engagement sowie Ihrer Kreativität massgeblich zum Erfolg beizutragen, dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Chiffre 6408-3632 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

6408-3632

Ein Betrieb der Gamag Management AG · www.gamag.ch



Für unser vielseitiges Restaurant auf der Luzerner Allmend, mit regem à la carte- und Bankettbetrieb, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Betriebsassistentin

Für die Betreuung unserer Gäste stellen wir uns eine aktive, aufgestellte und gepflegte Persönlichkeit vor, welche an der Front tätig ist und den Geschäftsführer in seiner Abwesenheit vertritt.

Dank der abgeschlossenen Servicefachausbildung und einigen Jahren Berufserfahrung übernehmen Sie die Vorbildfunktion im Team. Zudem haben Sie ein ausgeprägtes Flair für Dekoration und Gestaltung. Sie beherrschen die deutsche Sprache und verstehen es, unsere Kundschaft herzlich und kompetent zu bewirten.

Servicefachangestellte/n 100%

Sie haben eine abgeschlossene Servicefachausbildung, Erfahrung im à la carte-Service und sprechen fliessend Deutsch. Auch in hektischen Zeiten behalten Sie den Überblick und einen kühlen Kopf. Teamgeist und Flexibilität setzen wir voraus.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freut sich Herr Max Thoma, Geschäftsführer.

Horwerstrasse 93 Tel. +41 (0)41 310 15 84 www.schuetzenhaus-allmend.ch
6005 Luzern Fax +41 (0)41 311 15 57 info@schuetzenhaus-allmend.ch

6377-3607

Hotel Wellenberg – Ihr Zuhause in Zürich

Wir suchen für unser gepflegtes First Class ****Hotel Wellenberg mit 45 Zimmern, in der Altstadt von Zürich gelegen, per 1. April 2010 oder n.V. eine(n)

Réceptionist(in)

Sie sind eine jüngere Persönlichkeit mit Réceptionserfahrung und fühlen sich in einem kleinen Team wohl. Zudem sind Sie gepflegt, kommunikationsfreudig und gerne bereit, zusätzliche Verantwortung zu übernehmen. Sie sprechen fliessend Deutsch und Englisch, eventuell Französisch und/oder Russisch. An unserer Réception sollten Sie mit Ihrer positiven Ausstrahlung überzeugen und Freude im Umgang mit unserer anspruchsvollen, internationalen Kundschaft haben.

- Fidelio-Grundkenntnisse
- Microsoft-Office-Anwender-Kenntnisse
- Gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift

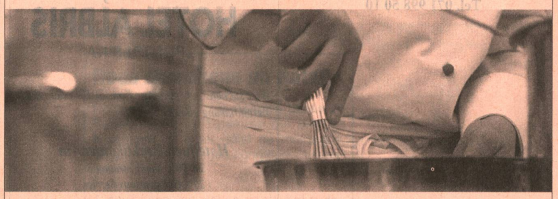
Eine spannende Herausforderung und ein junges Team erwarten Sie. Ich freue mich auf Ihre Bewerbung und stehe Ihnen bei Fragen jederzeit gerne zur Verfügung.

HOTEL WELLENBERG****
Ina Groth, Front Office Manager
Niederdorfstrasse 10
8001 Zürich

ina@hotel-wellenberg.ch
www.hotel-wellenberg.ch

6302-3617

SV grO
catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **Business** suchen wir per 1. Mai 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

Koch 100% (w/m)

Alles im Glas - Die Alumni Lounge stellt ein neuartiges, modernes & urbanes Gastronomiekonzept der ETH Science City auf Hönggerberg dar. Alle Gerichte werden im Einmachglas zubereitet, vor den Gästen frisch aufbereitet und serviert. Nach dem Komplettumbau im Jahr 2010 erstrahlt die Alumni Lounge in neuem Glanz, welcher Lifestyle und gemütlichen Retro-Look vereint. Dieses Trendlokal bietet vom speziellen Frühstücksangebot über die extra für die Alumni Lounge entwickelten, wöchentlich wechselnden Mittag- & Abendessen im Einmachglas bis hin zu gemütlichen Apéritif-Kreationen alles, was das Herz begehrt. Zudem reizen in der wärmeren Jahreszeit die knackigen Salate und leichten Vorspeisen, welche im Sonnenschein auf der Piazza genossen werden können.

Auch im Getränke-Bereich geht SV Schweiz mit der Alumni Lounge neue Wege und inszeniert Trendprodukte, welche eine Gemeinsamkeit verbinden: **Alles im Glas.** Am Abend lockt die Alumni Lounge mit hausgemachten Cocktails, frisch gezapften Bierspezialitäten und auserlesenen Weinen für den gemütlichen Ausklang des Tages. Unterhalten werden die Gäste von einem wechselnden, kulturellen Angebot, welches von Live-Musik bis hin zu Lesungen und Podiumsgesprächen führt. Auf www.alumnilounge.ch werden alle Acts im Vorfeld angekündigt und kommuniziert.

Einer innovativen, aufgeschlossenen, kreativen und neugierigen Persönlichkeit bieten wir die einmalige Chance, von Anfang an dabei zu sein und folgende Aufgaben zu übernehmen:
- Aktive Unterstützung bei der Neueröffnung & laufende Weiterentwicklung der Alumni Lounge
- Entwicklung des Angebots sowie laufende Weiterentwicklung von neuen Gerichten
- Angebotsplanung, Kalkulation, Einkauf
- Produktion der Gerichte zusammen mit 1 Hilfskoch
- Mithilfe bei Sonderanlässen
- Erledigen von administrativen Arbeiten

Ihr Profil
- Abgeschlossene Kochlehre mit 3 - 4 Jahren Berufserfahrung
- Interesse an Neuem sowie an der Weiterentwicklung des neuartigen Konzepts in Zusammenarbeit mit dem Hauptsitz und Food-Entwickler
- Kalkulationssicher
- Saubere, speditive, sehr exakte und selbstständige Arbeitsweise
- Sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift

Arbeitszeit: Sonntag bis Donnerstag von 13.00 - 22.00 Uhr

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen

Tanja Fleissner, Human Resources Consultant, Telefon +41 43 814 14 41

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto und Lohnvorstellung an:

SV (Schweiz) AG
Tanja Fleissner
Human Resources Consultant
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
Postfach
CH-8600 Dübendorf 1

SV

6382-3610

SIMMENHOF
HOTEL ★★★★

Das Hotel Simmenhof ist ein familiär geführtes 4-Sterne-Ferienhotel. Mit seinen 40 Zimmern, Wellness-Anlage, Restaurant sowie Bar bietet unser Betrieb eine abwechslungsreiche Tätigkeit.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. Juni oder nach Vereinbarung

Réceptionist/in, 100%

Sie sind verantwortlich für einen reibungslosen Ablauf aller Arbeiten, die mit der Réception in Zusammenhang stehen. Ihre Herzlichkeit und Hilfsbereitschaft, die Sie unseren Gästen entgegenbringen, tragen viel dazu bei, dass sich alle bei uns wohlfühlen.

Sie verfügen über Erfahrung an der Réception, gute Kenntnisse der deutschen, französischen und englischen Sprache sowie des Frontoffice-Programmes Protel, sind belastbar und behalten den Überblick auch in hektischen Situationen, dann erwartet Sie eine spannende und vielseitige Aufgabe in einem aufgestellten Team.

Fühlen Sie sich von diesem Inserat angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Hotel SIMMENHOF
Fam. Minder, Geschäftsleitung,
CH-3775 Lenk im Simmental (Berner Oberland)
Tel. (+41) 033 736 34 34 Fax (+41) 033 736 34 36
E-Mail: info@simmenhof.ch

6404-3628

MATTENHOF RESORT

Für unseren Betrieb suchen wir per sofort oder nach Vereinbahrung eine(n)

Assistant Front Office Manager Jahresstelle

Sie haben Erfahrung im Umgang mit MS-Office und dem Front-Office-System Fidelio, sprechen und schreiben sehr gut Deutsch, Englisch und Französisch. Eine Basisausbildung im kaufmännischen Bereich oder in der Gastronomie und Erfahrung an einer Réception setzen wir voraus.
Zu Ihrem Aufgabengebiet gehört die Pflege unseres Internetauftritts, sowie die Bewirtschaftung der Verkaufskanäle und Unterstützung des F&B Managers in der Administration.
Wir sind ein dynamisches aufgestelltes Team und freuen uns auf Verstärkung.

Ihre Unterlagen senden Sie bitte an:

Mattenhof Resort - Hauptstrasse 36
3800 Interlaken -
info@mattenhofresort.com

6416-3639

Hotel ★★★ Toggenburg Wildhaus

Für unser Familienhotel mitten in einem tollen Wandergebiet, suchen wir per ca. 20. Mai 2010 oder nach Vereinbarung in Saison– oder Jahresstelle junge, aufgestellte und teamfähige Mitarbeiter:

Chef de partie
Commis de cuisine
Servicefachfrau
Anfangs Gouvernante
Hotelfachfrau

Haben Sie Lust in einem gut eingespielten Team mitzuarbeiten dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Hotel Toggenburg
Peter Arn, Dir.
9658 Wildhaus
Tel. 071 998 50 10

6303-3559

SEEGER RESTAURANTS

Das legendäre **SEEGER** ist der Szenen-Treffpunkt der Ostschweiz. Die Grand Location verfügt über total 250 Sitzplätze, separate Lounge, vier Bars und Terassenplätze. An 7 Tagen in der Woche von morgens bis abends geöffnet.

Wir suchen nach Vereinbarung einen

Sous Chef (m/w)

sowie einen

ambitionierten Jungkoch (m/w)

Sie haben eine fundierte Ausbildung und Berufserfahrung in einer ähnlichen Position. Sie sind eine motivierte, flexible und leistungsorientierte Persönlichkeit, die bereit ist, sich neuen Herausforderungen zu stellen.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Pablo Diffusion SA, z.Hd. P. Ledergerber
Oberer Graben 2, Postfach 1617, 9001 St.Gallen
Phone: 071 222 97 92
Mail: info@seeger-restaurants.ch

6417-3640

Kochendörfer's
HOTEL ALBRIS
PONTRESINA

Wir suchen per Anfang Juni 2010 oder nach Vereinbarung eine(n)

Hotelfach-Praktikanten/-in
ca. 70% Administration & 30% Halbpensions-Service

Haben Sie eine abgeschlossene Ausbildung in der Hotellerie oder im kaufmännischen Bereich und Interesse und Freude an einer abwechslungsreichen Stelle im Hotelfach? Dann rufen Sie uns doch einfach an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Stephanie Kochendörfer
Kochendörfer's Hotel Albris
7504 Pontresina
Tel 081 838 80 40, Fax 081 838 80 50
E-mail: hotel@albris.ch Internet: www.albris.ch

6405-3629

HOTEL FORTUNA BAD RAGAZ

Servicemitarbeiterin

in unser gepflegtes Restaurant-Cafe mit Berufserfahrung, Sprachen, auf April.

Senden Sie Ihre kurze Bewerbung an

Direktion Hotel Fortuna, 7310 Bad Ragaz

6311-3568

ZERMATT BERGBAHNEN

Die Zermatt Bergbahnen AG (ZBAG) zählt mit 240 Mitarbeitenden und rund CHF 66 Mio. Jahresumsatz zu den führenden Bergbahnunternehmen im Alpenraum. Nach neun Jahren erstklassiger Aufbauarbeit geht unser CEO im Mai 2011 in Pension. Wir suchen für diese interessante und anspruchsvolle Aufgabe als

CEO Zermatt Bergbahnen AG

eine 35–55-jährige, dynamische und belastbare Persönlichkeit mit grossem Einsatzwillen und hoher Leistungsbereitschaft.

Diese anspruchsvolle Leitungsfunktion beinhaltet die

- operative Gesamtleitung der Unternehmung
- Umsetzung der Strategie und Unternehmensziele nach Vorgabe des Verwaltungsrates
- Führung der Mitarbeitenden, Entwicklung der Unternehmenskultur und Optimierung der Zusammenarbeit mit Partnerunternehmungen und Leistungsträgern der Region
- Optimierung der Infrastruktur durch Initiierung von Bauprojekten mit terminlicher und finanzieller Überwachung von der Baueingabe bis zur Fertigstellung

Erwartet wird:

- solide betriebswirtschaftliche und/oder technische Ausbildung (FH, Uni, ETH) oder entsprechende Erfahrung mit betriebswirtschaftlicher bzw. technischer Weiterbildung
- mehrjährige, erfolgreiche Führung eines mittelgrossen Dienstleistungsbetriebes, vorzugsweise im Tourismus-, Freizeit- oder Transportbereich – Verbundenheit mit den Bergen und Schneesport
- strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln (mit guten Kenntnissen in den Bereichen Strategie, Marketing, Finanzen, Management, Organisation und Technik)
- integre, souveräne Persönlichkeit mit der Fähigkeit, sich in Äusserungen und Handlungen positiv einzubringen
- gute Sprachkenntnisse in Wort und Schrift in D/E und mündliche Verständigung in F und/oder I
- Bereitschaft zur Wohnsitznahme und Integration in Zermatt

Wir bieten:

- eine selbstständige, anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit in einer einmaligen Destination
- angenehmes Arbeitsklima mit einem hoch motivierten Team
- der Verantwortung entsprechende Entlöhnung und fortschrittliche Sozialleistungen
- umfassende Einarbeitungsphase

Stellenantritt: Im 2. Quartal 2011 oder nach Absprache

Wenn diese Stelle Ihr Interesse geweckt hat und Sie den Anforderungen entsprechen, senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen **bis spätestens 6. April 2010** an Herrn Hans-Peter Julen, VR-Präsident ZBAG, Postfach 462, 3920 Zermatt.

6398-3623

Im Jelmoli – The House of Brands – wird Shopping zum Erlebnis der besonderen Art. Internationale Mode und urbaner Lifestyle bestimmen das Markenangebot im Leading Premium Department Store im Herzen von Zürich.

Für die Einführung und Entwicklung eines exklusiven VIP Personal Shopping Service für unsere Top-Kunden, suchen wir eine/n modisch interessierte/n und ehrgeizige/n

VIP–Service Spezialist/-in
50 – 80 %

Ihre Aufgaben
In dieser neugeschaffenen, spannenden Herausforderung sind Sie Gastgeber und Ansprechpartner für die „Royal Kunden" unserer neuen Status-Kundenkarte. Sie organisieren das Personal Shopping ganz nach den Vorstellungen und Wünschen unserer VIP's. Diese werden in privater Atmosphäre, in der stylischen Royal Lounge, kompetent beraten und betreut. In Abstimmung mit beteiligten Abteilungen koordinieren Sie die gesamte Guest Relation mit unseren Top-Kunden. Sie bearbeiten dieses Marktsegment selbständig und proaktiv, führen eine eigene Kundenkartei und entwickeln die Dienstleistung stetig weiter.

Ihre Qualifikationen
Wir richten uns an mode- und stilbewusste Persönlichkeiten mit Erfahrung im Umgang mit anspruchsvoller Klientel. Eine Ausbildung und Berufserfahrung in der gehobenen Hotellerie ist von Vorteil. Sie sind in der Lage ihre Aufgaben selbständig zu organisieren, Prioritäten zu setzen und die Anforderungen effektiv umzusetzen. Hierbei kommen Ihnen ihre administrativen Fähigkeiten zu Gute. Ein gepflegtes Erscheinungsbild mit erstklassigen Umgangsformen sowie fliessende Deutschkenntnisse in Wort und Schrift werden vorausgesetzt. Zudem bereitet es Ihnen keine Mühe, Kunden in englischer Sprache zu betreuen.

Unser Angebot
Ein Tätigkeitsfeld mit viel Eigenverantwortung und Gestaltungsmöglichkeiten in einem urbanen, trendigen Unternehmen.

Kontakt
Bei Interesse senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
Jelmoli AG, Claudio Bartesaghi, Postfach 3020, 8021 Zürich claudio.bartesaghi@jelmoli.ch

Jelmoli THE HOUSE OF BRANDS www.jelmoli.ch

6381-3609

International

FERIEN VEREIN

CLUB HOTEL TIRRENO
Loc. Cala Liberotto
I – 08028 Orosei /NU (Sardinien, Italien)
www.clubhoteltirreno.it

Sommersaison auf Sardinien!

Für die kommende Sommersaison suchen wir die folgenden Mitarbeiter:

Asst. Chef de Réception
mit Erfahung in ähnlicher Position
Sprachen: Deutsch, Italienisch, Französisch
(ab Mitte April bis Mitte Oktober)

Kinderanimatorin / Kinderbetreuerin
Erfahrung in der Kinderbetreuung wird vorausgesetzt
Sprachen: Deutsch und Italienisch
(ab Mai bis Mitte Oktober)

Fitness- und Sportanimateure
Sprachen: Deutsch und Italienisch
(ab Mitte April bis Mitte Oktober)

Interessiert?
Herr Luc Schwarz erwartet gerne Ihre vollständige Bewerbung per Fax oder E-Mail.

Fax 0039 / 0784 / 91132
E-Mail luc.schwarz@clubhoteltirreno.it

6398-3604

Stellenvermittlungen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal.**
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotelia.ch

5762-201

---

hoteljob.ch

hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

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

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Zu vermieten in der Region Biel

Attraktiver Betrieb
mit 2 Restaurants

Der Betrieb liegt an einer guten Geschäftslage (Hauptstrasse) und verfügt über 100 Sitzpl. Aussen-Restaurant und genügend PP. Der Umsatz liegt bei Fr. 1.2 MIO – die Miete bei 6% vom Umsatz.

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

6365-3601

Wir kaufen Ihr Hotel!

Wir suchen Hotels in Skigebieten in den Kantonen GR, VS, BE, UR. Für uns sind Gebäude mit mindestens 20 Zimmern, eine Bar und ein Restaurant interessant. Seriosität und Diskretion sind für uns eine Selbstverständlichkeit.

Kontakt: skihotels@gmail.com

6410-3634

Nous cherchons un Hotel!

Nous sommes une compagnie basée en Suisse en pleine expansion qui cherche à acquérir ou louer hôtel de montagne. Si votre hôtel offre les conditions suivantes:

1. situé dans une station de ski à plus de 2500 mètres d'altitude
2. ayant plus de 20 chambres

Alors n'hesitez pas à nous contacter par e-mail: skihotels@gmail.com

Nous avons de nombreuses expériences très concluantes et restons ouvert à toute collaboration.

6331-3585

Davos Platz, Restaurationsbetrieb zu vergeben.

Für erfolgreichen Restaurationsbetrieb (Winter) in Davos - Platz suchen wir Pächter/in. Kein grosses Kapital nötig, dafür viel Fleiss und Können.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns per E-Mail an gastro@davosklosters.ch oder senden Sie uns Ihre Unterlagen an:

Davos Klosters Bergbahnen AG, Gastro, Brämabüelstr. 11, 7270 Davos Platz

6362-3590

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

htr hotel revue – 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. 12/2010	Nr. 13/2010	Nr. 14/2010	Nr. 15/2010
– Ausgabe / Numéro				
– Erscheint / Parution	25. 3. 2010	1. 4. 2010	8. 4. 2010	15. 4. 2010
– Anzeigenschluss / Délai	22. 3. 2010	29. 3. 2010	1. 4. 2010, 9.00 Uhr	12. 4. 2010

Anzeigenschluss / DélaiStellen / 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. 11 / 18. März 2010

Spa-Planung

Wie realistisch ist das einmalige, authentische und erst noch rentable Spa?

Bildautor

Das perfekte Spa

CAROLINE WÜEST
WELLSWISS AG, LUZERN

Jeder Wellnessanbieter hat sich diese Fragen vermutlich schon gestellt: Wie verschaffe ich meinen anspruchsvollen Gästen den erwarteten Mehrwert? Sucht der Gast bei mir einfach nur Ruhe? Oder ist es das vielbesagte Kribbeln in den Haarwurzeln, während einer Wohlfühlbehandlung? So individuell wie der Gast ist auch sein persönliches Wellnessziel. Deshalb gilt: bevor ich Wellness anbiete, brauche ich ein aussagekräftiges Wellness- und Spa-Konzept, welches sich nahtlos in die Gesamtphilosophie des Hauses einfügt.

Planung als Erfolgsfaktor

Der Erfolg des Wellness-Angebots fängt schon bei der Konzeption an. Fehler zeigen sich aber auch erst während des Betriebs und erinnern dann dafür während Jahren, dass ausgerechnet dabei gespart wurde. So begegnet man leider auch heute noch Fehlern, die den Erfolg des gesamten Betriebs gefährden. Beispielsweise gibt es zusammengewürfelte Angebote ohne klare Ausrichtung oder Aussage, die Anlagen sind nicht auf die Gästestruktur des Hauses abgestimmt oder der Mix zwischen direkt rentablen (Behandlungen, Shops, usw.) und indirekt rentablen Bereichen (Fitness, Nasszonen, usw.) stimmt nicht. Weiter kann es sein, dass die Infrastruktur unübersichtlich, die Trennung zwischen Textil- und Nacktzonen ungenügend ist, die Relaxzonen fehlen oder zu klein sind oder dass die Beschilderung der Angebote fehlen oder unübersichtlich sind. Aber auch während des Betriebes gibt es noch einige Stolpersteine. So zum Beispiel wenn grundsätzlich zu wenig Fokus auf die Kompetenz und Qualität der Mitarbeitenden gelegt wird, wenn in den Nacktbereichen mangelnde Hygiene und Ordnung herrscht oder wenn das Wellnessangebot im eigenen Haus zu wenig transparent kommuniziert wird.

Die perfekte Umsetzung

Der Markt widerspiegelt auch im Spa- und Wellnessbereich die Rastlosigkeit unserer heutigen Gesellschaft: die Erholungsurlaube werden immer kürzer, die Anforderungen an Angebot und Wirkung dafür immer höher. Die Gästetreue nimmt ab. Der Gast möchte verschiedene Angebote erfahren und sucht tendenziell auch für seine «Auszeit» die Abwechslung. Er wird aber auf jeden Fall nur wiederkommen, wenn er während seines Aufenthalts ein spezielles Erlebnis oder eine besonders nachhaltig wirksame Anwendung geboten bekommt.

Darum ist es für jeden Betrieb so wichtig, eine eigene Identität – auch in den Angeboten – zu haben. An das Bad im Käsezuber auf der Alp zwischen den Kühen erinnert sich jeder, an das letzte Sitzen im Whirlpool fast keiner. Will heissen, dass es extrem wichtig ist, eine hohe Kreativität in ein authentisches Angebot zu legen. «Wer nackt ist, ist verletzlich!» Dieses Sprichwort gilt für den Spa- und Wellnessbereich fast wie kein anderes. Eine Top-Infrastruktur, abgestimmt auf Grösse und Ausrichtung des Hauses ist heute Voraussetzung. Was aber den «echten» Wellnesseffekt auslöst, sind die Menschen, welche darin arbeiten. Jede Anwendung ist nur so gut, wie die Kompetenz der Person, welche sie ausführt.

ANZEIGE

Anzeigenschluss verpasst?

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

htr hotel revue