

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2010)  
**Heft:** 27-28

## 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:** 13.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 220 Stellenangeboten



## Bus statt Lift

An Wochenenden fährt jetzt ein Postauto auf den Weissenstein. So lange, wie die Konzession für einen Lift fehlt.

Seite 2

## Konzept

Konsumationen im Roi in Zürich werden auf ein Kundenkonto gutgeschrieben – zum Shoppen.

Seite 17

## Primetower

Im höchsten Gebäude von Zürich soll nun doch mehr als nur ein Gourmet-Lokal entstehen.

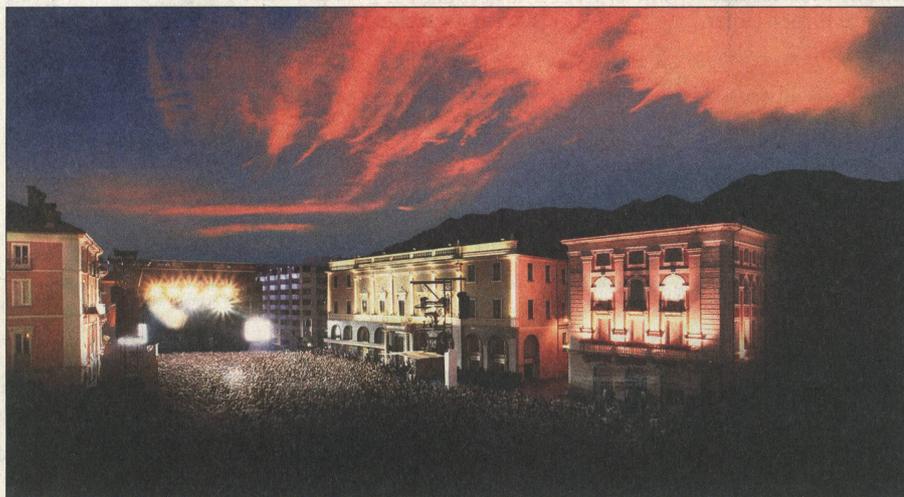
Seite 3

## Wanderland

Nur Perlen picken? Oder historische Routen fördern? Jürg Schmid und Hanspeter Schneider sind nicht einer Meinung.

Seite 5

# Kultur als Magnet



Grosse Namen und ein Platz unter freiem Himmel locken Sommer für Sommer die Massen an, wie hier am «Moon and Stars» in Locarno.

Die Schweiz weist die höchste Dichte an Festivals in Europa auf. Engadin St. Moritz will nun ein System in den Event-Dschungel bringen.

SAMIRA ZINGARO

Unser kleines Land gehört in Sachen Festivals und Freiluftanlässen zu den ganz Grossen. Das kulturelle Angebot wächst Jahr für Jahr. «Heute meint jede Schweizer Gemeinde, sie müsse ihr eigenes Festival haben», sagt André Béchir, Chef der Konzertagentur Good News. Seine Firma organisiert jährlich 120 Konzerte. Die Zusammenarbeit mit den Hoteliers sei eher ein Gegen-

satz, sagt Béchir im Gespräch mit der htr hotel revue. Er habe Mühe, Packages mit Hotels verschiedener Klasse zu schnüren. Dabei zeigen Grossanlässe wie in Avenches, Gstaad oder im Engadin: Hoteliers und Restaurateure profitieren. Das Opernfestival in Avenches verbucht in der Region jährlich an die 3000 Logiernächte – und hat zudem das Image der Römertadt modernisiert. Entwickelt hat sich auch die Street Parade: Der

einst subversive Technoanlass ist längst zum Marketing-Instrument von Zürich Tourismus geworden, bei dem heute sogar Luxushotels mitemischen.

Neue Wege in der Event-Förderung geht Engadin St. Moritz. Die Destination hat mit der Hochschule Luzern ein Event-Management-System entwickelt. Gelder sollen nur noch in Anlässe fliessen, die zur Positionierung passen.

Seiten 3, 13–15, 19–20

## Kommentar

Was dem einen ein Spaziergang, ist dem andern eine grosse Tour



ELSBETH HOBMEIER

Im Jahr 2010 wandert die Schweiz. Schweiz Tourismus propagiert den Sommer breit angelegt mit 32 ausgewählten «Wanderperlen». Zu kurz, zu wenig historisch findet Via Stora diese Auswahl und verweist auf ihre 12 bestehenden nationalen Routen und 300 künftige regionale Angebote – alle mit wissenschaftlich-historischem Hintergrund.

Beides ist wertvoll. Beides bringt die Schweiz dem Feriengast näher. Nur die Zielgruppe ist anders: Hier der Wanderneuling, dort der erprobte Berggänger.

«Nur die Zielgruppe ist anders: Hier der Wanderneuling, da der erprobte Berggänger.»

Wir haben das Glück, in einem Land mit bertückend schöner Naturkulisse zu leben. Die meisten Schweizer sind aufgewachsen mit Wandern und Schulleisen. Das ist schon bei unseren Secondos anders. Und erst recht für Amerikaner oder Asiaten: Für sie gerät ein kleiner Rundweg in den Alpen zum grossen Outdoor-Abenteuer.

Die Schweiz kann einem jeden das massgeschneiderte Abenteuer bieten. Hauptsache, der Gast weiss und vernimmt davon. Und tut es.

Seite 4 und 5

Die nächste htr hotel revue erscheint am 22. Juli 2010

## Umbau

Intercontinental Genf für Millionen aufgefrischt

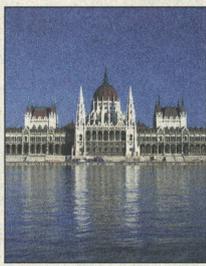
100 Millionen Franken sind in den Umbau des 5-Sterne-Hotels Intercontinental in Genf investiert worden. Der New Yorker Star-Innenarchitekt Tony Chi hat die Räume in einem zeitgenössischen schlichten Stil gestaltet. Das Restaurant, die Lobby und viele der 340 Zimmer sind bereits renoviert. In den nächsten Monaten werden die obersten Etagen fertiggestellt. Auch die Ökologie ist ein Thema: 30 Prozent der Heizkosten und 40 Prozent des Energieverbrauchs der Klimaanlage können eingespart werden. Hoteldirektor Michel Perret: «Mit den Ergebnissen sind wir sehr glücklich.» an/esp

Seite 23

## Fokus

### Osteuropa entwickelt sich, aber ist noch keine Konkurrenz

Die osteuropäischen Länder sind touristisch im Aufwind – und zwar mit Hilfe von Milliardenbeträgen der EU. Auch im Winter: Ein Schweizer und ein österreichischer Bergbahnbauer rüsten Skigebiete auf. Ob sie dereinst eine Konkurrenz zum Ferienland Schweiz sein könnten, sind sich die Schweizer Touristiker nicht ganz einig. Urs Wagenseil, Dozent am Institut für Tourismuswirtschaft in Luzern, kann sich vorstellen, dass beispielsweise Bulgarien «langfristig vielleicht im Sinne von neuen Märkten», der Schweiz Gäste wegnehmen könnte. André Gribi, der dort



Schönheit des Ostens: das Parlament in Budapest.

schon seit mehreren Jahren als Tourismusberater tätig ist, glaubt jedoch nicht daran. Der touristische Erfolg dieser Länder scheitert an der Unfähigkeit zusammenzuarbeiten, glaubt er. Und auch Schweiz Tourismus fürchtet sich nicht vor der Konkurrenz aus dem Osten: «Auf jeden Fall nicht in den nächsten zehn Jahren», sagt Jörg Krebs. Internationale Hotelketten schätzen die Situation wieder anders ein: Sie zieht es heute schon ostwärts. Und ein Blick auf die Logiernächtestatistik dieser Länder zeigt: Die Auslastung der Hotels steigt von Jahr zu Jahr. ck

Seite 7 bis 11



## 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](mailto:redaktion@htr.ch)  
Verlag: Tel: 031 370 42 22  
Fax: 031 370 42 23  
E-Mail: [verlag@htr.ch](mailto:verlag@htr.ch)  
Aboservice: Tel: 031 740 97 93  
E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)



ANZEIG

«MIRELA heisst für mich: Einer stetig wachsenden Personaladministration effizient und sicher entgegen treten zu können und somit mehr Zeit zu haben für das, was Gastronomie eigentlich ist – nämlich Begegnung mit dem Gast!»

**MIRELA**  
www.mirela.ch

Marlène Welschen, Hotel Restaurant Walliserhof, Zermatt

## Aus der Region

### Zentralschweiz

#### Wie viel kostet die Sanierung des KKL?



Alain D. Bollat

Das Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL) muss renoviert werden. Wie viel Geld dafür aufgewendet werden soll, gibt nun Anlass zu Diskussionen. Der Luzerner Stadtrat bestreitet, er habe intransparent über die Umbaukosten informiert. Ende April war von 13,5 Millionen Franken die Rede. Das Schweizer Fernsehen nannte später eine Summe von über 20 Millionen Franken. Laut Stadtrat müssen erst die nötigen Abklärungen getroffen werden, bevor die definitiven Kosten beziffert werden können. Das KKL feiert am 10. Juli seinen zehnten Geburtstag. Das Haus wartet mit kulinarischem und kulturellem Rahmenprogramm auf.

### Ostschweiz

#### Zürcher Strategie für Toggenburger Klanghaus



ZV8

Die Strategie der Zürcher Architekten Marcel Meili und Markus Peter für den Bau eines Klanghauses am Toggenburger Schwendisee hat den Kanton St. Gallen überzeugt. Wie die Regierung verkündet, kommt die Vorlage im Frühjahr 2013 vor das Stimmvolk. Bis zum nächsten Jahr sollen die Kosten geschätzt werden. Zu einem früheren Zeitpunkt war von 25 Millionen Franken die Rede.

### Zürich

#### Hotelier muss Kanton 400 000 Franken zahlen

Der Uetliberg-Hotelier Giuseppe Fry muss dem Kanton Zürich 400 000 Franken zahlen – weil er mit seinen unbewilligten Bauten einen «unrechtmässigen Vermögensvorteil» zieht. So entschied das Statthalteramt des Bezirks Affoltern. Fry habe insbesondere durch den Ausbau der Terrassen, die nun das ganze Jahr benutzbar sind, deutlich mehr umsetzen können. Ein laufendes Strafverfahren wegen illegaler Bautätigkeit wurde hingegen aufgrund Verjährung eingestellt.

#### Neu kontrolliert der Kanton das Fleisch

Auf Anfang 2011 wird die Fleischkontrolle im Kanton Zürich neu organisiert. Heute sind Kanton und Gemeinden gemeinsam für die Fleischkontrolle verantwortlich. Neu soll die Aufgabe von den Gemeinden auf den Kanton übertragen werden. Im Grossschlachtbetrieb in Zürich bleibt der städtische Veterinärdienst zuständig. Im Grossbetrieb in Hinwil ist neu der Kanton verantwortlich. saz

# Weissenstein: Bus statt Lift

#### Der Weissenstein, zurzeit ohne Bergbahn, wird ab Samstag mit dem Bus erschlossen. «Der Berg lebt», freut sich Solothurns Tourismusdirektor Jürgen Hofer.

KARL JOSEF VERDING

Die neue Verbindung gibt ab übermorgen Samstag bis mit dem 1. November 2010-essei denn, der Winter bricht früher ein. Solothurns Jura-Hausberg Weissenstein wird an den Wochenenden sowie Feiertagen mit einer Postautoverbindung ab Bahnhof Oberdorf bis zum Bergstahof Sennhaus erschlossen. Das Angebot der PostAuto Schweiz AG Region Nordschweiz umfasst zwi-

schen 9.00 und 18.00 Uhr jeweils neun Berg- und Talfahrten. Bei Region Solothurn Tourismus reagiert man mit Freude, denn die Sesselbahn-Gäste waren seit der Bahnschliessung in grosser Mehrzahl nicht aufs Auto umgestiegen, sondern ferngeblieben.

#### Bergbahn noch unbewilligt

Die Sesselbahn auf den bei Einheimischen und Touristen beliebten Weissenstein hat im letzten November den Betrieb eingestellt. Bewilligung und Konzession liefen ab. Die Seilbahn Weissenstein AG will die Sesselbahn durch eine Gondelbahn ersetzen. Dagegen gibt es denkmalschützerischen Widerstand, etwa vom Schweizer Heimatschutz.

Im März hat der Bundesrat die Richtplananpassung «Interessen-

gebiet für Freizeit und Erholung Weissenstein» mit Auflagen genehmigt. Ende April hiess der Regierungsrat die kantonale Nutzungsplanung «Gesamtprojekt Weissenstein» gut.

Der nächste Schritt steht noch aus: Es ist die Bewilligung des konkreten Bauprojekts und der Konzession für die neue Gondelbahn durch das Bundesamt für Verkehr. Danach könnte es Einsprachen geben. Blieben sie aus, wäre die Bahn «spätestens Anfang 2012 fertig».

#### «Für 2010 und 2011 gibt es ganz sicher ein Postauto auf den Weissenstein.»

Jürgen Hofer  
Direktor Region Solothurn Tourismus

so Jürgen Hofer, Direktor von Region Solothurn Tourismus. «Deshalb gibt es für 2010 und 2011 ganz sicher ein Weissenstein-Postauto.»

Ein Busbetrieb auch an Werktagen ist gemäss Hofer im Moment aus zwei Gründen nicht angestrebt: Erstens sei unter Woche die Bus-Nachfrage viel geringer. Zwei-



Alain D. Bollat

#### Der Sessellift fährt seit Ablauf seiner Konzession nicht mehr.

tens stünden Aufwand und Ertrag in keinem Verhältnis. «Aber wenn wir sehen, dass das Bedürfnis sehr gross ist, dann wird nächstes Jahr auch unter der Woche einen eingeschränkten Bus-Betrieb geben.»

Das Kurhaus Weissenstein an der Bergstation war bereits für den letzten Winter wegen der Bahnstilllegung geschlossen worden. In der warmen Saison und so lange das Postauto fährt, bleibt das Hotel und Restaurant offen. Der Betrieb organisiert die An- und Abfahr seiner Gäste über die Strasse ansonsten auch selber. Hofer hofft: «Viele Touristen kehren auf den Weissenstein zurück.»

#### Neues Verkehrsregime auf der stellen und engen Passstrasse

Der Postautoverbindung sind aufwendige Abklärungen vorausgegangen. Testfahrten zeigten, dass ein sicherer Betrieb auf der stellen, engen Passstrasse nur mit einer Einbahn-Regelung und einem Parkverbot entlang der Bergstrasse gewährleistet werden kann. Aus diesem Grund wird diese während den Berg- und Talfahrten jeweils für den Gegenverkehr gesperrt. Die fahrplanmässige Verkehrsregelung erfolgt mit einer Lichtsignalanlage.

## Grünes Licht für Gütsch

#### Die Château Gütsch Immobilien AG hat vom Luzerner Stadtrat die Baubewilligung erhalten. Somit kann es nun mit dem Projekt zum Um- und Ausbau vorwärts gehen.

DANIEL STAMPELI

Jetzt werde die nächste Projektphase, die Ausbau- und Planungsphase eingeleitet, erklärt Gabriele A. Hammer, Geschäftsführerin der Château Gütsch Immobilien AG, gegenüber der htr hotelrevue.

Ziel sei, mit dem effektiven Um- und Ausbau im Frühjahr 2011 beginnen zu können. Nach zweijähriger Bauzeit soll das neue Boutiquehotel mit über 60 Zimmern und sechs bis acht Long-Stay-Apartments im Frühjahr 2013 eröffnet werden.

Gleichzeitig soll auch die zurzeit stillgelegte Gütschbahn wieder in Betrieb genommen werden. Die Bahn sei integrierender Bestandteil der nun erteilten Baubewilligung, so Gabriele A. Hammer.

Das Hotelprojekt Gütsch stammt von den Luzerner Architekten Arge Marques AG und Iwan Bühler Architektur-büro GmbH.

Ursprünglich hatte der Landschaftsschutzverband Vierwaldstättersee LSVV gegen das Baugesuch der Château Gütsch Immobilien AG Einsprache erhoben. Kritisiert worden war die Bauhöhe und die für die Realisierung notwendige Waldrodung. Später hatte dann der LSVV nach Gesprächen mit der Bauherrin seine Einsprache zurückgezogen, so dass einer Baubewilligung nichts mehr Wege stand.

Seit 2007 gehört das als Hotel seit 2003 geschlossene Château Gütsch der vom Russen Alexander Lebedev kontrollierten National Reserve Corporation.

## AHV-Ausgleichsfonds erhält von Spielbanken noch 406 Millionen Franken

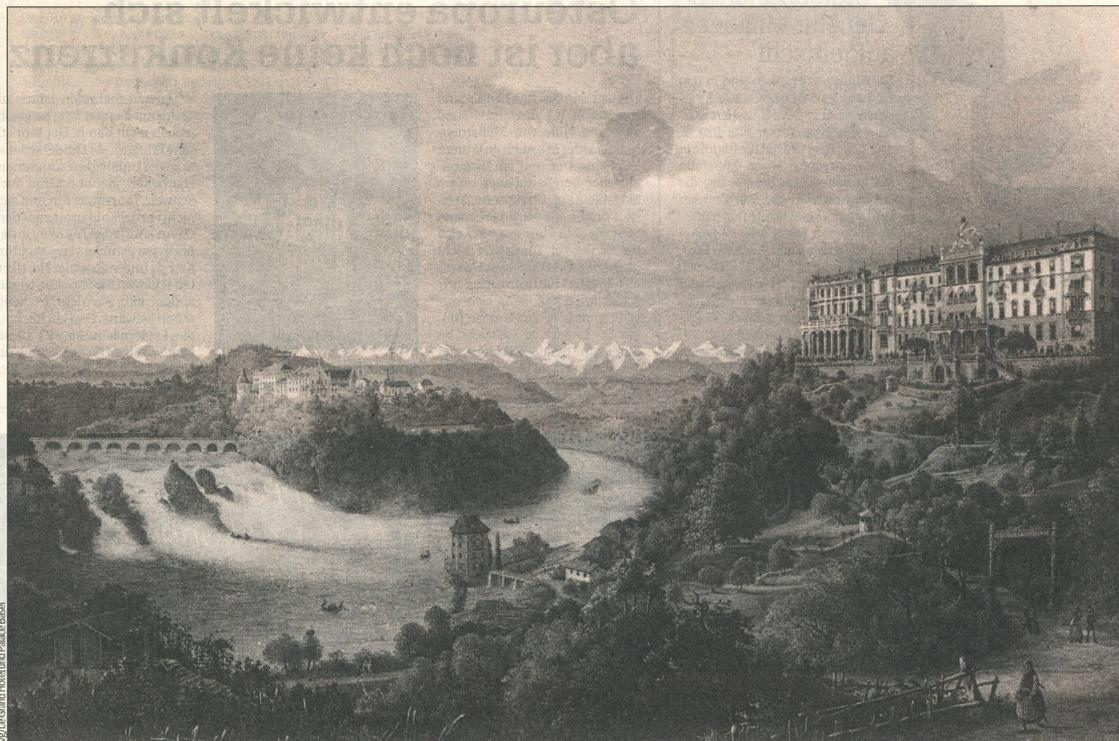
#### Die 19 Schweizer Spielcasinos mussten zum zweiten Mal in Folge Ertragseinbussen hinnehmen.

Die gesamte Spielbankenabgabe ging im Jahr 2009 um 7,6 Prozent zurück – von 517 Mio. Franken im Jahr 2008 auf noch 479 Mio., wie die Eidgenössische Spielbankenkommission (ESBK) in ihrem Jahresbericht mitteilte. 406 Mio. Franken dieser Abgabe flossen in den AHV-Ausgleichsfonds. Die restlichen 73 Mio. Franken wurden den Standortkantonen der Casinos mit B-Konzession überwiesen. Rauchverbote und die schwierige Wirtschaftslage waren laut ESBK die Gründe für die sinkende Spielereue. Die Schweizer Spielbanken erzielten 2009 einen Bruttospielertrag von 936 Mio. Franken, im Jahr zuvor waren es noch 992 Mio. Rund vier Fünftel stammen aus Geldspielautomaten, der

Rest vom Spiel an den Tischen. Von den sieben A-Casinos registrierte 2009 lediglich Baden (AG) einen höheren Bruttospielertrag als im Vorjahr. Unter den 12 B-Casinos waren Courrendlin (JU) und Granges-Paccot (FR) die einzigen Gewinner.

Die ESBK eröffnete im vergangenen Jahr in 118 Fällen Strafverfahren, fast dreimal so viele wie im Vorjahr. 189 Strafrechtsentscheidungen wurden gefällt und 82 Verfahren rechtskräftig abgeschlossen. Die ESBK erwähnte im Zusammenhang mit Straffällen Spielautomaten mit versteckten Glücksspielen, vermehrt über Internet und Printmedien angebotene Glücksspiele sowie nicht automatisierte verbotene Spiele. dst

**Entrée:** Welches Hotel ist hier abgebildet? Wettbewerb auf [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)



2009/Le Grand Hotel und Palace Bâle

Aus der Region



Das «St. Moritz Match Race» mit den besten Skippern der Welt gehört zu den Fixpunkten der Oberengadiner Sommerevents.

Swiss Image

## Ein Tool für Events

Engadin St. Moritz hat mit der Hochschule Luzern ein Event-Management-System entwickelt. Das Ziel: Die Gelder sollen nur an Events fließen, die zur Positionierung passen.

HERES LAGLER

Im Engadin finden übers ganze Jahr verteilt hunderte von Events statt. Doch welche soll die Tourismusorganisation unterstützen? Und mit wie viel Geld? Diese Fragen ist die Destinations-Management-Organisation (DMO) Engadin St. Moritz professionell angegangen – mit Hilfe der Hochschule Luzern. Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft, und Heinz Rütter, Inhaber des Forschungsunternehmens Rütter und Partner, haben ein elektronisches Event-Management-

System entwickelt, das kurz vor der Einführung steht. Bereits die Veranstaltungen im kommenden Winter werden mit dem neuen System bewertet. Die Engadiner sprechen in diesem Zusammenhang von der «Event Scorecard Engadin». Jürg Stettler betont aber, dass das neue Instrument nicht mit der bereits bestehenden Event Scorecard zu verwechseln sei, welche die volkswirtschaftliche Bedeutung von kulturellen und sportlichen Grossanlässen misst. «Das neue Tool deckt eine

Jürg Stettler, Projektleiter der Event Scorecard Engadin.



Vielzahl von Events ab und vermittelt der Destination eine Gesamtsicht. Es ermöglicht, die Daten der Veranstalter zu erheben, zu bewerten und anschliessend aufgrund der Event-Strategie die Mittelvergabe zu berechnen», führt Stettler aus. Das Tool zwingt die Destination zu einer Event-Strategie und zur Ableitung der entsprechenden Indikatoren. «Die Destination muss sich genau überlegen, welche Veranstaltungen zur strategischen Zielerreichung beitragen. Veranstaltungen unterstützen man ja nicht nur aus Spass», so Stettler.

«Dort wo wir weniger Geld sprechen, werden wir Übergangslösungen finden.»

Ariane Ehrat  
CEO der DMO Engadin St. Moritz

Ariane Ehrat, CEO der DMO Engadin St. Moritz, verspricht sich viel vom neuen Event-Management-System. «Wir setzen jährlich eine Million Franken für Events ein. Deshalb ist mir die Nachvollziehbarkeit der Mittelvergabe sehr wichtig.» Die Veranstalter hat Ariane Ehrat von Anfang an miteinbezogen. «Die verschiedenen Sparten aus Sport und Kultur konnten Delegierte in die Workshops schicken. Wir erarbeiteten die Kriterien gemeinsam», so Ehrat. Ende Juli sollten die ersten Resultate vorliegen. Bis dann sollte das Event-Management-System die Verteilung der Gelder für die Winter-Events 2010/2011 berechnet haben. Ariane Ehrat geht nicht davon aus, dass die bisherige Förderung völlig auf den Kopf gestellt wird. Aber: «Es wird sicher Verschiebungen geben. Dort wo wir weniger Geld sprechen, werden wir Übergangslösungen suchen und finden.» Für neue Events, die das System noch nicht mit Daten füttern können, reserviert Ehrat jährlich 50'000 bis 60'000 Franken. Denn auch neue Anlässe können für die Region strategische Bedeutung erlangen.

Was im Engadin nun anläuft, könnte auch andernorts Realität werden. Teil des Projektes, welches von der Kommission für Technik und Innovation KTI finanziell unterstützt wird, ist eine breitere Umsetzung des Event-Management-Systems. Jürg Stettler und Heinz Rütter möchten das Instrument so weit standardisieren, dass es für andere Destinationen und Gemeinden interessant wird. «Etwas Vergleichbares gibt es derzeit nicht. Ich könnte mir gut vorstellen, dass das Tool auch in Deutschland oder Österreich auf Interesse stösst», betont Heinz Rütter. Die Installationskosten lassen sich zurzeit noch nicht genau beziffern, der Betrieb erfolgt aber zumindest in Engadin kostengünstig: «Wenn das Ganze einmal eingespielt ist, reichen 20 Stellenprozent aus, um das System zu betreiben. Davon bin ich überzeugt», führt Stettler aus.

### Berner Oberland

#### Swiss Economic Forum zieht nach Interlaken

Das Swiss Economic Forum siedelt für die nächsten drei Ausgaben nach Interlaken um. Die Stadt Thun, die den Wirtschaftsalltag elf Mal durchgeführt hat, hat somit das Nachsehen. Laut Organisatoren gaben die Hotelkapazitäten und das grössere Sitzplatzangebot im Hauptsaal den Ausschlag. Ob Interlaken als Standort auch in Zukunft bleibt, ist allerdings offen. Thuns Gemeinderat zeigt sich enttäuscht über den Wegzug des Forums. Der Anlass sei wichtiger Auslöser für den Millionen-Umbau des Schaudausals gewesen, teilt die Exekutive mit.

### Wallis

#### Eine der längsten Hängebrücken Europas

Oberhalb der Walliser Gemeinde Randa nahe von Zermatt ist Anfang Juli eine 230 Meter lange Hängebrücke eingeweiht worden. Es handelt sich um eine der längsten und höchstgelegenen Hängebrücken auf dem Kontinent. Dadurch werde ein gefährliches Hangstück des Europaweges gesichert, dem Abschnitt «Grabengufer», wie mitgeteilt wird. Wegen Steinschlag musste das Wegstück zeitweise gesperrt werden. Der Bau der Hängebrücke dauerte einen Monat und kostete die öffentlichen und privaten Geldgeber rund 300'000 Franken. Das Projekt haben die Gemeinden Zermatt, Täsch, Randa, St. Niklaus und Grächen gemeinsam realisiert.

### Fribourg

#### Geld für Lift an der Kaiseregg gesichert

Die geplante Vierer-Sesselbahn an der Kaiseregg kann finanziert werden. Das 6,7-Millionen-Franken-Projekt werde durch Mittel des Kantons, der Sensler Gemeinden, der Fribourger Wirtschaft sowie durch eine Erhöhung des Aktienkapitals bereitgestellt. Dies berichten die «Freiburger Nachrichten». Der Zeitplan ist straff: Der neue Lift soll im Winter 2011 fertig sein und gleichzeitig mit der Vierer-Sesselbahn in Jaun realisiert werden. Noch sind aber nicht alle Hürden genommen: Gegen die öffentliche Ausschreibung der Bauarbeiten sind zwei Rekurse hängig.

### Basel

#### Basel soll auch eine «Hafencity» erhalten



Am Basler Rheinhafen Kleinhängen soll neben einem Gross-Containerterminal mit Hafenecken ein neues Stadtquartier entstehen. Durch den Umbau der 80-jährigen Hafeninfrastruktur, werden Uferlagen frei. Dort strebt die Regierung ein Areal an, das Arbeiten, Wohnen und Freizeit nebeneinander ermöglicht. saz

## Primetower passt sich an

Statt des ursprünglich geplanten Gourmetlokals soll im obersten Stockwerk des höchsten Zürcher Gebäudes nun ein dreiteiliges Gastro-Konzept verschiedene Gäste anziehen.

SAMIRA ZINGARO

Gut zwei Jahre lief die Suche nach einem geeigneten Gastrobetrieb für die 36. Etage des Primetowers im Zürcher Kreis 5. Unternehmen wie Bindella, ZFV oder Gamma-catering stuften die Lage zwar als top ein, aber als zu risikofaltig. Nun hat die Investmentgesellschaft Swiss Prime Site ein Konzept für die rund 800'000 Quadratmeter auf 120 Meter Höhe über der Stadt gefunden. Genauer: drei Konzepte. «In

den Jahren der Projektierung sind wir zu neuen Erkenntnissen gekommen», räumt Peter Lehmann, CIO des Konzerns, ein. Vorgesehen war ursprünglich ein Premium-Restaurant. Der Fine-Dining-Bereich ist auf 150m<sup>2</sup> geschrumpft, stattdessen plant man zusätzlich eine Bar-Lounge mit längeren Öffnungszeiten sowie ein Restaurant im Bistro-Stil. Über Betreiber und Höhe der Investitionskosten – die

Fläche befindet sich im Rohbau – schweigt sich Prime Site weiterhin aus. Im Herbst 2011 soll das Restaurant eröffnet werden.

Laut Lehmann waren drei Projekte in der Endrunde, vor einem Monat fiel schliesslich die Entscheidung. Das neue Konzept solle auch Menschen von ausserhalb des Primetowers ansprechen und dem Quartier Rechnung tragen. Der Kreis 5 wandelt sich derzeit rasant.



Der Primetower ist aufgerichtet. zvg

### Alkoholgesetz: Bundesrat eröffnet Vernehmlassung

Der Bundesrat schickt Entwürfe für zwei neue Gesetze in die Vernehmlassung: ein Spirituosensteuergesetz und ein Alkoholgesetz. Durch die Schaffung zweier neuer Gesetze liessen sich steuerliche und gesundheitspolitische Interessen des Bundes trennen, so das Finanzdepartement. Die Vernehmlassungsfrist läuft bis Ende Oktober.

### Mehr Reisende schliefen im Mai in Schweizer Hotels

Das grösste Wachstum im Schweizer Alpenraum erzielte Graubünden. Im Mai haben die Logiernäch-

te im Kanton im Vergleich zum Vorjahresmonat um 10 Prozent zugenommen. Mehr Mühe bekundeten die Regionen Berner Oberland (+0,9%) und Wallis (-1,1%). Erfolgreich wirtschafteten die Hoteliers im Kanton Glarus, wo ein Plus von 21,5 Prozent verbucht wurde. Allerdings ist das Gästevolumen mit 11'000 Besuchern gering.

### «Kalte Betten»: NR-Kommission folgt dem Bundesrat

Die Kommission für Umwelt, Raumplanung und Energie (UREK) des Nationalrates will den Kantonen nicht im Gesetz vorschreiben, mit welchen Instrumenten sie gegen den überbordenden Zweitwohnungsbau vorgehen sollen. Sie will die Kantone ledig-

lich verpflichten, etwas zu unternehmen. Die UREK will deshalb die im teilrevidierten Raumplanungsgesetz neu eingeführten Massnahmen wieder streichen.

### Mehr Reka-Checks im ersten Halbjahr verkauft

Die Reka-Checks sind nach wie vor beliebt: Die Schweizer Reisekasse Reka hat im ersten Halbjahr 2010 ihren Umsatz um 1,3 Prozent auf 311 Mio. Franken erhöht. Der Verkauf über den Grossverleiher Coop mit 3 Prozent Rabatt habe um 10 Prozent zugenommen, teilte die Non-Profit-Organisation mit. Insgesamt 1300 Familien mit wenig Geld könnten dieses Jahr von Gratis-Ferien profitieren, hiess es weiter. dst

### Der Zauber der Grandhotels vermag Kritiker wieder zu fesseln

#### Das Fairmont Le Montreux Palace und das Gstaader «Palace» gewinnen im Hotel-Rating der «Bilanz».

Im 14. Hotel-Rating von «Bilanz» setzten sich Häuser durch, welche «zeitgemässe Grandhotelmagie» versprühen. Laut Wirtschafts\_magazin liegen die besten Stadthotels der Schweiz in der Romandie. So rangiert das Fairmont Le Montreux Palace in Montreux auf dem ersten Platz, gefolgt vom Beau-Rivage Palace in Lausanne und dem La Réserve in Genf. Auch in der Kategorie bestes Ferienhotel der Schweiz setzte sich ein Traditionslokal durch: das Gstaader Palace. Die Plätze zwei und drei besetzen das «Castello del Sole» in Ascona so-

wie das Zermatter «Riffalp Resort». In die Kränze kamen auch die besten Dreier- und Unique-Stadthotels (1. Platz Hotel Florhof, Zürich) sowie in derselben Hotelkategorie die Ferienhotels (1. Rang Cœur des Alpes, Zermatt).

Das jährliche Hotel-Rating stützt sich auf vier Bewertungssäulen. Erstens befragt das Magazin Top-Hoteliers, zweitens werden Hotels besucht, drittens zählen auch die Wertungen von Fachführern sowie viertens die Erfahrungen von Reisemanagern und Tagungsveranstaltern. saz

## Der schmale Grat zwischen zu viel

Wie vermarktet man die Schweiz am besten? Mit historischen Inhalten, sagt Hanspeter Schneider von Via Storia. Mit herausgepickten «Perlen», sagt Jürg Schmid von Schweiz Tourismus. Ein Streitgespräch.

ELSBETH HOBMEIER



Jürg Schmid verantwortet als Direktor von Schweiz Tourismus die internationale Kampagne zum «Jahr des Wanderns». «Ein Volltreffer», sagt er.

Bilder Alain D. Bollat

**htr: Schweiz Tourismus hat die Kampagne «Re-Invent Summer» lanciert. Via Storia will 2010 das ganze Via-Routennetz buchbar machen. Zuerst ein Blick in den eigenen Garten: Wie vermarkten Sie die Schweiz?**  
**Schmid:** Ich bin überzeugt, dass wir die Schweiz weltweit gut vermarkten und es etwa mit unseren «Steinträgern» verstehen, ein humorvolles und lustvolles Bild unseres Landes zu vermitteln. Man kann es immer noch besser machen, wir sind selbstkritisch und auch offen für Ideen. Aber im Kern sind wir auf dem richtigen Weg.  
**Schneider:** Die Wachstumsstrategie für Tourismus des Bundesrats zeigt zwei wichtige Punkte: Wir sind im Tourismuspotenzial Weltmeister, aber an Marktanteilen haben wir kontinuierlich verloren. Via Storia als Fachorganisation kann da einen wichtigen Beitrag leisten. Schweiz Tourismus macht gute Arbeit, aber gefordert ist mehr Inhalt. Via Storia wird als eine der international führenden Organisationen momentan von Anfragen anderer Länder richtiggehend überlaufen. Im Himalaja und in Peru bauen wir Pilotprojekte auf, wir arbeiten intensiv mit dem Europarat zusammen. Dank einer Riesenvorleistung des Bundes, der das Inventar der historischen Verkehrswege mit 50 Mio. ermöglicht hat, verfügen wir über einen gebündelten Inhalt, den wir – zusammen mit ST – nun herüberbringen müssten. Diesen Wettbewerbsvorteil müssten wir jetzt nutzen.

**htr: Und was zeigt Ihr Blick auf die Gegenseite?**  
**Schneider:** Beim ST-Thema Jahr des Wanderns ging der Schuss nach hinten los. Mit besserer Zusammenarbeit könnte man mehr machen. ST hat sehr gute Content-Leute. Aber bei solchen Kampagnen müsste man frühzeitig

und strategisch mit Fachorganisationen wie Via Storia, SchweizMobil oder den Schweizer Wanderwegen zusammenarbeiten und diese weltweit einmalige Konstellation mit Verkehrsnetz, Signalisation und historischem Wissen nutzen.  
**Schmid:** Was heisst da «der Schuss ging nach hinten los»?  
**Schneider:** Wir wurden per 1. Dezember 2009 zu einer strategischen Planungssitzung zum Jahr des Wanderns eingeladen. Präsentiert wurde eine fertige Strategie ohne Zielsetzungen. Mir fehlten dabei die weltweite Positionierung der Schweiz als Nummer 1, die einzigartigen USPs im internationalen Markt mit attraktiven Einzelrouten, die Kombination mit Trends wie Genuss, Slowfood, Abenteuer. Was mich irritierte: Die 30 Routen waren praktisch auf der grünen Wiese geplant und basierten nicht auf allen verfügbaren Grundlagen. Nachträglich konnten wir noch einige Routenänderungen erreichen und aus isolierten Abschnitten eine Kombination mit unseren Kulturwegen basteln. Aber der Weg müsste doch umgekehrt sein.  
**Schmid:** Aber bist du zufrieden mit dem vorliegenden Resultat?  
**Schneider:** Es ist mässig akzeptabel. Man hätte ein hervorragendes Produkt machen können. Die teure Broschüre bringt dem Thema Tourismus in Bezug auf Nachhaltigkeit nichts. Ihre einzige Botschaft ist: Die Schweiz hat schöne Wanderwege. Aber das genügt nicht, das können viele andere Länder auch.

Da haben wir eine grosse Chance verpasst.  
**Schmid:** Wir sind glücklich über die hervorragende Arbeit von Via Storia. Aber es gibt verschiedene Sichten auf die Schweiz, jene des Ausländers ist oft anders. Wir müssen eine klare Auswahl treffen. Brands wie Eiger, Mönch und Jungfrau oder das Matterhorn müssen einfach dabei sein! Der geschilderte Prozess lief ja gar nicht so schief. Man lud zu einem ersten Gespräch und zeigte sich für Ergänzungen offen. Klar, dass man nicht allem entsprechen kann. Aber unter den 32 Wanderungen sind jetzt drei Routen von Via Storia dabei, ein schöner Anteil. Ich verstehe natürlich den Wunsch und konstruktiven Kampf um noch mehr Präsenz.  
**Schneider:** Der Kampf ist nötig im Interesse der historischen Grundlagen.  
**Schmid:** Aber wir würden uns manchmal erhoffen, dass das Thema nicht ganz so historisch und ver-intellektualisiert daherkommt. Mir fehlt die Leichtigkeit, das Lust- und Genussvolle. Schon die Bezeichnung «Kulturwege Schweiz» müsste man, bei allem Respekt,



«Das Ergebnis des Wanderjahrs ist mässig akzeptabel. Eine verpasste Chance.»  
Hanspeter Schneider, Via Storia

anders verpacken. Geschichte ist nämlich unheimlich spannend. Wir Schweizer neigen zu einem strategischen Marketingfehler, wir denken, alle anderen Nationen hätten dieselbe Beziehung wie wir, die mit 60 000 km markierten Wanderwegen aufgewachsen sind. Aber dem Inder und Amerikaner müssen wir kommunizieren, dass dies ein ungefährliches Abenteuer ist. Unser Angebot auf dem weltweiten Markt überfordert oft. Wenn wir noch mehr hineinpacken wollen, geht's schief. Das Thema Wandern ist ein Volltreffer, aber man muss den Gast heranzuführen.

**htr: Der Vorwurf war aber unüberhörbar: ST nutzt das vorhandene historische Know-how zu wenig.**  
**Schmid:** Via Storia hat 15 bis 20 regionale und nationale Routen geschaffen und lanciert immer wieder neue. Dies birgt die Gefahr, dass das Gesamte nicht mehr wahrgenommen wird. Marketing heisst Komplexes in konsumierbare Dosen herabbrechen. Wandern in Verbindung mit Lernen und Genuss ist ein Megatrend. Aber alles was über zwei Stunden Wandern liegt, stösst bei

vielen bereits an Grenzen. Was wir unter Spazieren verstehen, ist im Ausland Wandern.  
**htr: Verstaubtes Image, Überforderung durch zu viele Routen – was meint Via Storia dazu?**  
**Schneider:** Ich habe die Botschaft verstanden: ST will das Image des Wanderns entstauben. Man sollte sich lieber bemühen, die Verkehrsstruktur der Schweiz und die Inhalte innovativ darzustellen, als etwas, was andere Länder zwar möchten, aber nicht haben.  
**Schmid:** Das ist Branchensicht. Die Schweiz ist Pionierland mit einem extremen Know-how. Den Gast müssen wir fesseln durch das wunderbare



«Bitte nicht ganz so historisch und ver-intellektualisiert»: Jürg Schmid.

Erlebnis, das Wandern durch Bergblumen, wir müssen ihn diese Alpen schon fast riechen lassen in unseren Prospekten. Die Arbeit und Kompetenz dahinter interessieren ihn nicht.  
**Schneider:** Wir sind eine international geschätzte Organisation, und diesen Vorsprung sollte man nutzen.  
**Schmid:** Aber Ihr habt ja Bundesförderung, oder?  
**Schneider:** ... gehabt...  
**Schmid:** Okay, gehabt, aber ohne Bundesförderung gäbe es euch nicht und auch uns nicht. Aber ich hoffe ja, dass ihr mit eurem Himalaja-Projekt nicht zu viel Auslandstourismusförderung macht, sondern eure Kräfte und Energien weiterhin in der Schweiz einsetzt.  
**Schneider:** Wir möchten die 50 Millionen Förderungsgelder ja noch viel stärker in der Schweiz einsetzen. Das ist der Grund für meine Äusserungen. Der historische Anteil ist nur der Hintergrund, wir vernetzen die Kulturlandschaft mit den isolierten Denkmälern. Das ist der für euch «staubige» Teil.  
**Schmid:** Entscheidend ist, wie man es präsentiert und rüberbringt. Redet doch mit uns, wie sich das vermarkten liesse. Leider ist es oft so: Engagierte Historiker und Touristiker entwickeln mit Herzblut ein Projekt und kommen erst dann zu ST. Man müsste vorher zu

einander finden, an einem fixfertigen Produkt kann man nichts mehr ändern.  
**Schneider:** Genau, ich hätte eine gemeinsame Strategie, mit Marketing und Inhalt auf derselben Ebene erwartet. Aber diese Zusammenarbeit findet nicht statt. Das Marketing steht weit oben, irgendwo kommt der Inhalt noch dazu. Das stimmt für mich nicht. Ihr findet in unseren 12 Routen für jede Botschaft etwas. Jede dieser Routen ist Teil der Schweizer Kultur. Nach demselben Prinzip bauen wir jetzt mit den Kantonen zusammen bis 300 regionale Routen auf, allein im Tessin sind es 17, jede mit charakteristischem Aspekt.  
**Schmid:** Zu viel des Guten kann zur Überdosis werden. Ich kann nicht 17 Tessiner Routen vermarkten. Und auch nicht 300 ins Schaufenster stellen. Wir müssen das auf ein paar wenige reduzieren, die schönsten Aussichten und die tollsten Erlebnisse kombinieren und als die schönste Ticino-Route anpreisen. Der internationale Gast hat wenig Zeit, aber will in einem Land das wirklich Schönste gesehen haben. Ich wünsche mir, dass wir zusammen die Top Ten der Schweiz bestimmen. Wir massen uns diese Auswahl nicht allein an, die Spezialisten seid ihr.  
**Schneider:** Die neuen 300 Routen entwickeln wir in Zusammenarbeit mit den Schutzorganisationen, die Hunderttausende darin investieren, aber eben immer in Einzelprojekte. Diese



«Beim Thema Wandern ging der Schuss nach hinten los»: Hanspeter Schneider.

versuchen wir zu koordinieren, als Modell mit dem Europarat und SchweizMobil-kompatibel. Man soll nicht in jedem Politikbereich dauernd Neues erfinden, sondern sich auf die traditionelle Kulturlandschaft besinnen.  
**Schmid:** Das ist toll, aber wir müssen es zum internationalen Gast bringen. Der kommt nicht allein des Wanderns wegen in die Schweiz. Also müssen das alles mit historischen Highlights, mit Dampfschiffahrten, Bahnen, Hotels zum historischen Erlebnis Schweiz verknüpfen.



Zwei Exponenten, zwei Meinungen: Auf Einladung von htr- Chefredaktorin Elsbeth Hobmeier an einem Tisch.

# Angebot und zu wenig Inhalt



Hanspeter Schneider ist Geschäftsführer von Via Storia und erarbeitete das Inventar historischer Verkehrswege. «Der Inhalt eines Angebots ist entscheidend», sagt er.

**htr:** Der Bund hat kürzlich seine Wachstumsstrategie präsentiert, aber auch eine Verlagerung der Gelder androht. Schmid: Endlich sieht man unsere Branche als Wachstumssektor! Dass man aber den Nachholbedarf so definiert, dass wir Marktanteile verlieren, ist für mich eine inkorrekte Folgerung. Die Schweiz war schon früh ein Tourismusland und verliert darum logischerweise Marktanteile an neue Teilnehmer, wie Thailand, China oder der Mittlere Osten. Dies auch beim allerbesten Job, den wir machen. Die Menge bringt es nicht, wir müssen einen Qualitätstourismus entwickeln, der auch ökologisch stimmt.



**«Ich kann nicht 300 Routen ins Schaufenster stellen. Das ist eine Überdosis.»**

Jürg Schmid, Schweiz Tourismus

**htr:** Via Storia finanziert sich ja auch über Innoutour – würde dann ST-Geld zu euch fliessen? Schmid: Grundsätzlich finde ich das Abschränken nicht richtig. Innoutour ist ein wichtiges Instrument für die Förderung neuer, innovativer Ideen und braucht die entsprechende Förderung. Schmid: Aber nicht nur. Sonst hat man gute innovative Projekte, aber wegen fehlendem Marketing weiss niemand davon. Das hiesse in Schönheit sterben.

Eine Reduktion der Marktpräsenz wäre fatal.

**htr:** Was ist Ihr Ziel?

**Schneider:** Wir möchten unsere Routen selektiv verkaufen. Die Touristen informieren sich über das Netz, klicken ihre Interessengebiete an und suchen entsprechende Angebote. Die Zugänglichkeit der Informationen wird zum entscheidenden Faktor. Die Elektronik wird immer ausgeklügelter – jetzt braucht es Inhalt. Und ein gemeinsames, optimales Produkt.

**Schmid:** In Sachen Information sind wir unterschiedlicher Meinung. Wir legen im Wandererführer 32 Routen an den schönsten Orten der Schweiz vor, täglich 70 000 Personen klicken unsere Website an. Auf dem iPhone gibt es eine App mit den Wanderkarten. Die gezielte Suche ist nur für den geübten Wanderer, der genau weiss, wo er was erleben will. Die meisten

Leute haben nur vage Vorstellungen. Diese 95 Prozent müssen wir abholen: mit plakativen Erlebniswelten oder auch mit humorvollen Aktionen. Vielleicht sind wir beide ja gar nicht so unterschiedlicher Meinung. Wir reden

von einer breiteren Menge und ihr vom erfahrenen «experienced hiker» mit klaren Vorstellungen.

**Schneider:** Ich bin überzeugt, dass man die flächendeckenden Botschaften von SchweizMobil und Kulturwegnetz auch rüberbringen könnte. Die meisten eurer Routen sind lokal und ohne grosse Bedeutung.

**Schmid:** Lokal ist nicht schlecht für uns. Wir können nicht ganze Netze propagieren, sondern müssen kleine Teilstücke rausplücken.

**Schneider:** Diese Beschränkung auf Tagesausflüge könnte auch ein Manko der Broschüre sein: Geht diese Rechnung touristisch und wirtschaftlich gesehen denn auf?

**Schmid:** Das Thema Wandern hat im europäischen Raum eine grössere Bedeutung als in Asien. Der chinesische Gast kommt für Sightseeing. Vielleicht gelangt es uns, ihn auf eine Wanderung zu führen. Unsere Broschüre ist für die Primärmärkte, wie Deutschland, Frankreich, Italien, Holland oder UK gedacht, sie spricht Gäste an, die eine Woche hier sind und in dieser Zeit ein- bis zweimal wandern wollen. Mehrtagestouren sind nur für wenige ein Thema. Wir suchen daher das breite Marketing. Dabei geht es keineswegs nur um eine hübsche Verpackung, sondern wir bieten auch viel Inhalt, einfach im richtigen Mix zwischen Cliché und weniger Bekanntem.

**Schneider:** Die Umwanderung des Welterbes Jungfrau-Aletsch ist so ein

Angebot! Drei Wochen mit 21 Tagesetappen...

**Schmid:** Dreimal eine Woche! Unsere Gletscherpanoramawanderung zum Märgelsee dauert 3,5 Stunden. Das ist der Unterschied. Wir nehmen nur die Perlen.

**Schneider:** Die lassen wir euch ja auch auswählen, in den 21 Tagesausflügen hättet ihr jede Menge Perlen gefunden.

**Schmid:** Der Eigertrail ist ein gutes Beispiel, das zeigt: Der Schuss ist voll im Ziel, nicht hinten hinaus. Wir haben einfach eine andere Sicht auf den Schuss. Bei uns ist eine Zweistunden-Wanderung die Perle aus einer Siebentage-Wanderung, die hinauszutragen sich lohnt.

**Schneider:** Aber die man mit anderen Angeboten kombinieren könnte...

**Schmid:** Kein Problem, wenn einer länger wandern will, dann findet er alles auf dem Web. Aber zuerst muss er Appetit bekommen. Wir sind gar nicht so weit auseinander.

**Schneider:** Ein schönes Streitgespräch, wenn wir uns so annähern und zuletzt einig sind! Bei künftigen Projekten fliesst vielleicht auch das «früher zusammen reden» ein. Wie geht die Wanderkampagne weiter?

**Schmid:** Im Sommer 2011 wird das Thema Wandern vertieft. 2012/13 kommt das Thema Wasser dazu. In unserem Land entspringen die grossen Ströme. Wasser ist ein kostbares Gut, das immer wertvoller wird.

## Standpunkt

«Wir bitten um...» oder «Wir danken für Ihr Verständnis»?



JÜRIG BALSIGER

**W**ir danken für Ihr Verständnis...» Kaum ist dieser Satz gesagt, schon ist der Kommunikations-GAU fabriziert. Denn: Haben Sie wirklich jedes Mal Verständnis, wenn Sie auf diese Worthülse stossen? Ein enttäuschter Gast wird damit nur noch weiter verärgert. Ein bereits verärgertes Gast explodiert, wenn ihm für das nicht vorhandene Verständnis sogar noch gedankt wird. Wahren Gastgeber ist deshalb klar, es heisst: «Wir bitten um Ihr Verständnis.»

**«Die Worte «Wir» und «Ich» am Beginn eines Abschnitts wirken dumm und plump.»**

Ähnlich ist es mit jenen Menschen, welche sich für einen gemachten Fehler gleich auch noch selber entschuldigen: «Für dieses Missgeschick entschuldige ich mich.» Der Gastgeber wird «um Entschuldigung bitten».

Oft erhalte ich Briefe, wo drei von vier Absätzen mit den Worten «Wir» oder «Ich» beginnen: «Wir danken für Ihren Brief...», «Wir haben nach eingehender Prüfung...», «Ich wünsche Ihnen für die Zukunft...». Die Worte «Wir» und «Ich» am Beginn eines Abschnitts wirken dumm und plump.

Beim Telefongespräch meldet das Gegenüber: «Das müsste ich nachsehen». Aha. Und was hilft diese Information der anrufenden Person? Ihr wird unterschwellig und doch fadengerade mitgeteilt, dass sie eigentlich lästig sei.

Bestimmt erleben Sie schon den Spruch am Telefon: «Sind Sie noch da?» Wäre nicht viel schöner «Danke haben Sie auf mich gewartet»? Worte wie «gerne», «bitte», «mit Vergnügen», «Danke», etc. nämlich schmeicheln. Dies gilt übrigens auch innerhalb des Betriebs. Denn, so wie man nach innen miteinander umgeht, so wird man von aussen wahrgenommen.

Stehen Sie mit geschwelter Brust vor Ihre Gäste, Partner und Mitarbeitende. So vermitteln Sie Aufmerksamkeit und strahlen aktive Präsenz und Energie aus. Wer mit den Händen in der Tasche Löcher in den Boden starrt, strahlt Desinteresse an Gast und Job aus.

Jürg Balsiger ist Direktor der Stanserhorn-Bahn.

# Freundlich UND authentisch. Nicht immer einfach.



CHRISTINE KÜNZLER  
REDAKTORIN

**Zum Thema  
Erfolgsfaktoren**

**G**astfreundschaft, wir wissen's, ist das A und O im Tourismus. Ein ebenso wichtiger Erfolgsfaktor ist Authentizität, Echtheit. «Sei Du selber, dann bist Du unwiderstehlich» – so und ähnlich lauten die Wege zum Erfolg bringenden Selbstmanagement. Dass diese Faktoren auch ihre Richtigkeit haben, ist unbestritten. Nur: Ich kenne kein Fachbuch, das die Anleitung dazu liefert, wie sich diese beiden Tugenden in jeder Situation auf einen

Netter bringen lassen. Manchmal ist das nämlich ein ein äusserst anspruchsvolles Unterfangen. Denken Sie nur einmal an die Postauto-Chauffeurinnen und -Chauffeurs, die mit dem Linienbus werktags die Menschen von A nach B und wieder zurück fahren. Nicht alle Fahrer sind gleich freundlich, aber viele unter ihnen begrüssen und verabschieden ihre Fahrgäste mit: «Uf widerluege mitenand, i wünsche euch e schöne Tag.» (Je nach Region in einem anderen Dialekt.)

**«Einen Gruss oder nette Worte nicht erwidert zu bekommen, enttäuscht.»**

Stille herrscht im Postauto. Und das jeden Tag und immer wieder. Ich wäre frustriert und verärgert, wenn ich Postauto-Chauffeurin wäre. Einen Gruss oder nette Worte nicht erwidert zu bekommen, enttäuscht. Dass sich diese

Poschi-Chauffeure und -Chauffeurinnen tagtäglich diesem Frust aussetzen und (offenbar) gelernt haben, sich diesbezüglich abzugrenzen, verdient Respekt. Miteingeschlossen sind alle anderen Mitarbeitenden in der Hotellerie und im Tourismus, die tagtäglich freundlich sind, um die Gäste bei der Stange zu halten. Auch dann, wenn ihre Freundlichkeit beim (Fahr-)Gast nicht auf Resonanz stösst. Stellen Sie sich nun vor, die oder der Mitarbeitende wäre auch noch echt

und sich erleben und würde einem unangenehmen Gast mal so richtig seine Meinung sagen. Also authentisch seinen Gefühlen Ausdruck verleihen. Ein No-Go, oder? Zum Glück sind die meisten Gäste im Hotel und Restaurant freundlicher als die im Postauto. Denn die – das sei zu deren Entschuldigung gesagt – fahren nicht in die Ferien, sondern verschlafen zur Arbeit und müde wieder nach Hause. Diese Nachsicht hilft wohl den Chauffeuren, ihren Frust vom Leib zu halten.



«Ich konnte meine Leidenschaft, mein Hobby, ja mein Leben, das Reisen, zum Beruf machen.»

André Lüthi Geschäftsführer Globetrotter Travel



Drei Luzerner Hoteldirektoren: (v.l.) **Arno Affolter**, Romantik Hotel Wilder Mann, **Michael Hoferer**, Grand Hotel National, und **Patric Graber**, Hotel Waldstätterhof und zugleich Präsident von Luzern Hotels.

## Wo einst Ritz und Escoffier wirkten

Das Grand Hotel National in Luzern lud zum grossen **Jubiläum**. Und schenkte sich selber eine Chronik über die Pionierrolle des Hauses.

SIMONE LEITNER

Zu seinem 140. Geburtstag schenkte sich Luzerns Grand Hotel National eine Chronik. Die Historikerin Sibylle Birrer tauchte ein in die Geschichte des legendären Hauses und las am Festakt aus dem Buch vor. Sie veranschaulichte die Pionierrolle des Grand Hotels vor über 100 Jahren. Verwaltungsratspräsident Umberto E. Erculiani

zeigte sich am Anlass sehr erfreut über das Werk.

Seit den Anfängen des Luxus-Tourismus im 19. Jahrhundert zählte Luzern zu den beliebtesten Schweizer Destinationen. Um der vermögenden internationalen Kundschaft etwas Besonderes zu bieten, liess die eingessene Luzerner Familie Segesser zwischen 1868 und 1870 direkt an der Seepromenade das «Hôtel National» als monumentalen Palastbau errichten. Hier begann César Ritz als junger Direktor seine unvergleichliche Hotelier-Karriere und führte in den 1880er-Jahren, zusammen mit dem französischen Meisterkoch Auguste Escoffier, das Haus zu weltweitem Ruhm. Monarchen und Vertreter des Hochadels gingen im «National» ein und aus.



Der Luzerner Tourismusdirektor **Marcel Perren** vor Jugendstil-Dame.



**Nicole Winkler**, Residence Manager des jubilierenden Grand Hotel National und dessen Verwaltungsratspräsident **Umberto E. Erculiani**.



Die Historikerin **Sibylle Birrer** verfasste die Chronik - jahrelang.



Der junge Chefkoch **Markus Thomczyk** sorgte für die Häppchen.

### Sesselrücken

#### Ina Bauspiess: Von Tschuggen Group zu Victoria-Jungfrau

Vom Lago an die Limmat heisst es bald für **Ina Bauspiess**, die seit drei Jahren als Public Relations Managerin der Tschuggen Hotel Group



mit Sitz in Ascona tätig ist. Die 32-Jährige wechselt per 1. Oktober als Director of Communications in das neue Sales & Marketing-Büro der Victoria-Jungfrau Collection in Zürich. Die gebürtige Kölnerin begann ihre PR-Karriere im Lufthansa-Konzern, 2007 wechselte sie in die Schweiz zur Tschuggen Hotel Group mit ihren vier Häusern in Arosa, Ascona und St. Moritz. eho

#### Direktor Frank Bumann verlässt Zürich Tourismus

Nach über siebenjährigem Engagement verlässt **Frank Bumann**, Direktor Zürich Tourismus, sein Amt auf Ende Jahr. Eine Findungskommission beginnt die Suche nach einer geeigneten Nachfolge. Wohin Bumann geht, ist noch nicht bekannt. Präsident **Elmar Ledergerber** und der Gesamtvorstand dankten Frank Bumann für die geleistete Aufbauarbeit und seinen unermüdlichen Einsatz.

#### Oliver Barda ist der neue Küchendirektor im Hotel Adlon Berlin

Die Küche des Hotel Adlon Kempinski Berlin wird seit jetzt von Küchendirektor **Oliver Barda** (38) geleitet. Vor seinem Ruf ins Adlon war Barda im Carlton Hotel St. Moritz als Executive Chef tätig. In der Zeit von 2006 bis 2009 leitete Oliver Barda als Executive Chef die Küche des Kempinski Grand Hotel des Bains, ebenfalls in St. Moritz.

#### Neuer Küchenchef für das Hotel Chesa Grischuna in Klosters

Das Romantik-Hotel Chesa Grischuna in Klosters begann seine Sommersaison mit einem neuen Küchenchef: **Michael Bless**, Jahrgang 1984, war zuvor drei Jahre lang Stellvertreter des bisherigen Küchenchefs **Manfred Möller**. Michael Bless arbeitete nach seinem Lehrabschluss im Hotel Vereina Klosters, danach in Kuriger's Paradies Bad Ragaz und im Walsertalhof Klosters. kjv

## «Valser Wasserwelt» eröffnet



Sie feierten: **Zoran Bogdanovic**, Geschäftsführer Coca-Cola HBC Schweiz AG; **Hansjörg Trachsel**, Regierungsrat; **Christophe Darbellay**, Nationalrat, Präsident IG Mineralwasser; **Margrit Walker-Tönz**, Gemeindepräsidentin Vals; **Flavio Calligaris**, Geschäftsführer Coca-Cola Schweiz GmbH (v.l.).

Mit einem Festakt eröffneten die Valser Mineralquellen anlässlich des 50-Jahr-Jubiläums die «Valser Wasserwelt». Die interaktive Ausstellung in Vals vermittelt den Besuchern die Entstehung und Bedeutung des Wassers. Nationalrat **Christophe Darbellay**, Präsident der IG Mineralwasser, sagte: «Das Schweizer Wasserschloss bleibt unerschöpflich und liefert ein Naturgut von höchster Qualität.» Regierungsrat **Hansjörg Trachsel** betonte: «Im Bündnerland legen wir Wert auf Unternehmen von höchster Qualität. Coca-Cola hat bewiesen, dass es die Valser Mineralquellen hervorragend führen kann.» kjv

## Tourismuskonferenz mit der Sächsischen und Fränkischen Schweiz in Berlin

Alpenland Schweiz gewinnt mit den namensverwandten deutschen Regionen Multiplikatoren der Vermarktung.



Schweizer Gipfeltreffen: **Reinhardt Glauber**, Fränkische Schweiz, **Jürg Schmid**, Direktor ST, **Karl-Theodor zu Guttenberg**, Bundesminister und Schirmherr, **Christina Marzluft**, Direktorin ST Deutschland, **Michael Geisler**, Sächsische Schweiz, **Tim Guldemann**, Schweizer Botschafter (v.l.).



## htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

Mit der **htr hotelrevue** und dem neuen wöchentlichen **newsletter htrnews** sind Sie rundum informiert über die Branche, die Trends und die Konkurrenz. **Jetzt unter [htr.ch](http://htr.ch) registrieren** und eine **exklusive Geschenk-Packung der Selection-Dyhrberg** gewinnen. Anmeldeschluss für die Verlosung ist der 31. Juli 2010.

**Osteuropa: Die Pläne der Hotelketten** Seite 8; **Bergbahnen sorgen für mehr Wintersportler** Seite 9; **Hotels generieren mehr Logiernächte** Seite 10; **Bulgarien kann sein Potenzial noch nicht ausschöpfen** Seite 11

Osteuropa rüstet touristisch auf. Für Urs Wagenseil, Professor am Institut für Tourismuswirtschaft Luzern, sind die Destinationen noch keine Konkurrenz für das Ferienland Schweiz.

CHRISTINE KÜNZLER



Osteuropa bietet mit seiner Vielfältigkeit touristisches Potenzial. Auf dem Bild: Die Region Czech-Moravian in Tschechien.

## Das Potenzial des Ostens

### Urs Wagenseil, wie schätzen Sie die touristische Entwicklung in den osteuropäischen Ländern ein?

Grundsätzlich haben diese Länder touristisches Potenzial. Das zu entwickeln, erfordert aber noch Zeit und Aufklärung. Früher wurden diese Länder ja zentralistisch geführt, deshalb läuft es diesen Menschen zuwider, eine ganze Branche zentral zu führen. Die touristische Entwicklung aber erfordert eine zentrale strategische Führung.

### Wie unterstützen die Regierungen den Tourismus?

In erster Linie mit Finanzmitteln und mit personellem Projekt-support, damit Entwicklungsprojekte vor Ort realisiert werden können – meist in Zusammenarbeit mit Entwicklungsorganisationen. Im Alleingang würden es die Regierungen kaum schaffen.

### Sie entwickeln für Ihr Institut touristische Destinations-Strategien für osteuropäische Regionen, hauptsächlich für die

### Länder des Balkans. Wie kommen Sie zu diesen Aufträgen?

Die ersten Aufträge kamen von der UNO-Organisation UNIDO und betrafen ursprünglich ein Konzept für touristische Schulung in Rumänien und Bulgarien. Inzwischen erarbeiten wir für verschiedene Organisationen touristische Strategien, die primär Destinationsmanagement bedeuten.

### Welches Ostland ist touristisch am weitesten?

Von den Ostblockländern ist es Polen, weil es von der unmittelbaren Nähe Deutschlands und von dessen Wirtschaftskraft profitieren kann.

### Sie weilten persönlich in den verschiedenen Balkanländern. Mögen Sie deren Landschaften und Gastfreundschaft?

Trotz der Sprachbarriere spürt man dort die Gastfreundschaft und Lebensfreude. Auch wenn man sich nicht mit allen Menschen unterhalten kann. Die Landschaften sind abwechslungsreich, mit der Schweiz

aber nicht vergleichbar. Sie bieten reizvolle Naturlandschaften und sind geschichtlich und kulturell interessant.

### Könnte sich Osteuropa zu einer Konkurrenz für die Schweiz entwickeln?

Kurz- und mittelfristig kaum. Langfristig vielleicht im Sinne von neuen Märkten. Die arabischen Länder waren ja in den 70er- und 80er-Jahren auch noch kein Konkurrenzmarkt für die Schweiz. Inzwischen haben sich vor allem die Fernmärkte entwickelt. Irgend einmal können also auch die Balkan-Länder die Schweiz touristisch konkurrenzieren.

### Osteuropäische Länder rüsten up bezüglich Wintersportanlagen. Kein Problem für die Schweiz?

Diese Skigebiete sind auf einem ganz anderen Level als jene der

klassischen Alpenländer. Sie sprechen einen lokalen Markt an. Kein guter Schweizer Skifahrer wird heute seine Winterferien statt in Graubünden in Bulgarien verbringen.

### «Irgendeinmal können auch die Balkan-Länder die Schweiz konkurrenzieren.»

Urs Wagenseil  
Institut für Tourismuswirtschaft

keit bezüglich Medical Wellness und Wellness. Betreffend Infrastruktur jedoch können sie mit anderen europäischen Ländern noch nicht flächendeckend mithalten.

### Wie beurteilen Sie den Standard in den Hotels generell?

In den Städten entwickelt sich – auch dank den Geschäftsreisenden – sehr viel. Der technische Standard in den Grossstädten ist teilweise sogar besser als bei uns, weil die Einrichtungen

ganz neu sind. Generell sind dort – wie bei uns auch – Hotels aller Kategorien zu finden. Im ländlichen Gebiet sind kleine, familiengeführte und landestypische Hotels mit sehr viel Charme üblich.

### Wie steht es mit der Ausbildung der jungen Hoteliers und Touristiker?

In der Hotellerie ist das steigende Know-how deutlich erkennbar. In der touristischen Ausbildung dagegen herrscht Entwicklungsbedarf. Tourismusorganisationen gibt es sozusagen keine, und auch bezüglich Transport braucht es noch Aufbesserungen.

### Wo orten Sie allgemein den grössten Nachholbedarf?

Urs Wagenseil ist Leiter Tourismus am ITW.

Sicher in der Strukturfrage. Die touristische Branche muss sich noch zur Zusammenarbeit finden. Und es gilt, regionsspezifische touristische Strategien zu entwickeln, um die Richtung vorgeben zu können. Parallel dazu müsste die Entwicklung der touristischen Ausbildung forciert werden.



ANZEIGE

**HÄFELE**  
FINDING BETTER WAYS

Mehr Komfort für Gäste, Personal und Management: Mit dem elektronischen Schliesssystem Dialock

dia lock

Häfele Schweiz AG  
8280 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.haefele.com

HOSPITALITY LINE

**Solis**  
BY SWITZERLAND

www.solis.com/hospitality

Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie & Gemeinschaftsgastronomie Luzern

**ZAGG**

12. BIS 16.9.2010  
MESSEHALLEN  
MESSE LUZERN

www.zagg.ch

Energieeffizient & Umweltfreundlich  
Neu auch 20 L

**minibar.ch**

frischindieküche

**pistor**

www.pistor.ch

**Osteuropa. Hotelketten.** Swissôtel will auf dem osteuropäischen Markt expandieren. Sie ist nicht die einzige Hotelgruppe mit solchen Wachstumsplänen. Andere Ketten ziehen nach.



Hotelketten haben den Ostmarkt entdeckt. Unser Bild zeigt die Danziger Altstadt in Polen.

**Internationale Hotelketten setzen auf Osteuropa und bauen ihre dortige Präsenz kontinuierlich aus. Wichtigster Markt ist Russland.**

ROBERT WILDI

## Hotelketten ziehen ostwärts

Mindestens ein Standort in Moskau gehört heute für jede Hotelkette mit internationalen Ambitionen zum Pflichtstoff. Ähnliches gilt für Prag, Budapest oder St. Petersburg. Aber auch andere Städte in Osteuropa werden für die internationale Hotelindustrie immer interessanter. Nach der politischen Öffnung vor 20 Jahren mit dem Fall des Eisernen Vorhangs hat auch eine rasante Entwicklung der lokalen Volkswirtschaften für deutlich lukrativere Standortfaktoren im Osten gesorgt.

**Swissôtel: Wachstum in osteuropäischen Hotels grösser**  
Diesem Umstand trägt zum Beispiel Swissôtel Rechnung. Die internationale Hotelkette mit Schweizer Wurzeln ist in Moskau und Tallinn (Estland) mit je einem Betrieb ver-

treten. Beide erzielen im Mittel aller Swissôtels überdurchschnittliche Wachstumsraten. «Die Erfolge bestärken die Gruppe, auf dem osteuropäischen Markt zu expandieren», sagt die Sprecherin Eva-Maria Lindner. Zurzeit befindet sich in der ukrainischen Hauptstadt Kiew ein weiteres Swissôtel im Bau, das Mitte 2012 eröffnet werden soll. Neben ihrer kulturellen Attraktivität ist die Stadt auch Firmensitz für immer mehr internationalen Firmen aus der Stahl-, Chemie-, Maschinen- oder Flugzeugindustrie. Dazu Lindner: «Das macht Kiew, wo eine hochstehende Kettenhotellerie bisher noch kaum stattfindet, für uns interessant.

**«Die Erfolge bestärken die Gruppe, auf dem osteuropäischen Markt zu expandieren.»**

Eva-Maria Lindner  
Sprecherin Swissôtel

Weitere Wachstumspläne verfolgt Swissôtel vor allem in Russland. Das grösste Land der ehemaligen Sowjetunion ist für die grossen internationalen Hotelketten der wichtigste Wachstumsmarkt in Osteuropa. Zum Beispiel für Marriott. Bis 2015 will die US-Kette ihre Bettenkapazitäten in Europa von 40000 auf 80000 nicht weniger als verdoppeln. «Osteuropa wird dabei eine wesentliche Rolle spielen», so die Marriott-Sprecherin Corinne Gsell. 2010 eröffnet die Gruppe in Moskau ein Renaissance-Hotel. Dazu sind in der russischen Hauptstadt je zwei Hotels der Marke Courtyard und Marriott in der Pipeline. Auch in Tschechien

und Ungarn ist die Kette heute vertreten. In Budapest eröffnet sie heute ein neues Courtyard by Marriott. In Aserbeidschan und Kasachstan befinden sich je ein JW Marriott im Bau. Weitere Betriebe, auch in anderen Ländern Osteuropas, werden bis 2015 folgen.

**In Polen dominiert Accor mit Economy-Konzepten**

Ambitionierte Pläne verfolgt auch Starwood Hotels. In den nächsten drei Jahren will die Kette ihr weltweites Portfolio um 100 neue Häuser erweitern. Auf Osteuropa richtet sich dabei ihr spezieller Fokus. Im Februar 2010 wurde das Sheraton Bratislava eröffnet, im April das Sheraton Batumi in Georgien. Bald kommt ein neues W Hotel in St. Petersburg dazu. «Ein besonders starkes Wachstumspotenzial bietet uns Russland», sagt Thomas

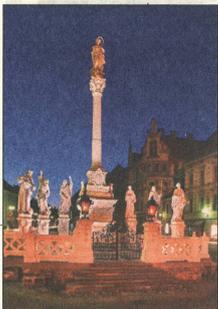
Willms, Regionaldirektor für Ost- und Zentraleuropa bei Starwood Hotels & Resorts.

Das Gleiche gilt für die französische Kette Accor. «Russland bietet uns die besten Entwicklungsmöglichkeiten», sagt Sprecher Jürg Sigerist. Der grosse Anteil des 102 Betriebe umfassenden Osteuropa-Portfolios von Accor befindet sich heute in Polen, wo die Kette 60 Hotels betreibt. Gefolgt von Ungarn mit 18 Hotels und Russland mit deren acht. Hängige Projekte verfolgt Accor in der Ukraine, Weissrussland, Kroatien und Bulgarien. Laufend ausgebaut wird das Hotelnetz zudem in Rumänien, Tschechien und in der Slowakei. Im Gegensatz zu den anderen grossen Ketten ist Accor in Osteuropa vor allem in der Economy-Hotellerie tätig und möchte im mittleren Preissegment wachsen.

Trotz des enormen Potenzials wachsen die Bäume für den Hotelmarkt auch in Osteuropa nicht in den Himmel. «Die Wirtschaftskrise hat sich vor allem im Jahr 2009 auch in den Ostländern negativ auf die Zimmerpreise und unsere Ergebnisse ausgewirkt», räumt etwa Thomas Willms von Starwood ein. Mit den gleichen Schwierigkeiten kämpften Marriott, Swissôtel und Accor.

Die Zeichen einer raschen Verbesserung der Situation sind allerdings unverkennbar. «In Polen und Russland erleben wir zurzeit die markanteste Preiserholung», beobachtet Jürg Sigerist von Accor. Die Voraussetzungen für eine anhaltend rasante Weiterentwicklung der Hotellerie in Osteuropa stehen günstig. Die grossen Ketten wollen sich dieses Geschäft auf jeden Fall nicht entgehen lassen.

## Slowenien lockt mit seiner Vielfalt



Maribor am Ufer der Drau wird Europäische Kulturhauptstadt 2012.

**Wellness in slowenischen Heilthermen, Baden in der Adria oder lieber Skifahren in den Alpen? In Slowenien ist vieles möglich. Vor allem Italiener, Österreicher und Deutsche profitieren.**

GUDRUN SCHLENZKE

Unter den osteuropäischen Ländern gehört Slowenien mit seinen gut 8 Millionen Logiernächten im Jahr zu den eher kleinen Destinationen. Doch das Land hat touristisch einiges zu bieten: Sowohl Meer (Adria) als auch Berge (Julische Alpen) und Kultur: Maribor wird 2012 Kulturhauptstadt Europas, schon

heute lockt man mit verschiedenen Musikfestivals Gäste in die Stadt. Stolz ist man auch auf die Weintradition: In Maribor am Ufer der Drau findet man den ältesten Weinstock der Welt, 400 Jahre alt. Sonja Sibila Lebe, Professorin für Tourismus an der Universität Maribor, sieht im Kulturtourismus für Slowenien noch klar einen Wachstumsmarkt.

Quantitativ bereits an seine Grenzen gestossen dagegen sei der Wellness-Markt, schätzt Lebe. Gut ein Drittel aller Logiernächte werden heute mit dem Thema Wellness erzielt, die meisten davon in den 28 Heilthermen des Landes. In Portoroz findet man das grösste Thai-Wellness-Centrum Mitteleuropas. Ein weiteres Drittel der



Wellness ist in Slowenien wichtig. Im Bild: Moravske Toplice Terme.

Übernachtungen generieren die Beherbergungsbetriebe an der Adria. Und das nicht nur mit reinen Sommer-Badeferien: Die Hotels verlängern heute mit eigenem Meerwasser-Pool und Thalasso-Therapie die Saison bis Ende September und mit einem Einstieg in Kongresse und Seminare bis in den November hinein. Sogar Weihnachten wäre an der Adria inzwischen ein gutes Geschäft, die Hotels seien dann zu 80 Prozent ausgelastet, weiss Lebe, dank der Innenpools und kulinarischen Events. Erwas weniger stark als Meer und Wellness tragen die Berge zu den Logiernächten bei. 25 Prozent aller Übernachtungen entfallen auf den Winter- und Sommertourismus in den slowenischen Alpen. Dabei

spannt man neu auch mit Italien zusammen: Kanin (Slowenien) und Sella Nevea (Italien) bieten grenzüberschreitendes Skivergnügen auf 30 Kilometer Piste, aber nicht unbedingt ein preiswertes: Der 6-Tages-Skipass kostet in der Hauptsaison 126 Euro. Allerdings garantiert man trotz einer Höhenlage zwischen 1500 und 2200 Metern Schneesicherheit. Im Sommer ist in den Julischen Alpen Wandern, Kanufahren und Mountainbiken mit GPS angesagt.

54 Prozent aller Logiernächte erzielen die slowenischen Beherbergungsbetriebe 2009 mit ausländischen Gästen. Vor allem mit Westeuropäern: An erster Stelle mit Italienern (20%), gefolgt von Österreichern und Deutschen.

**Osteuropa. Bergbahnen.** Neue Bergbahnen helfen mit, dass auch die Osteuropäer Gefallen am Skifahren finden. Davon profitieren früher oder später auch die westeuropäischen Alpenländer.

# Bergbahnen: Gewinn für West und Ost

**Der Bau von Bergbahnen im Osten schafft eine Win-win-Situation mit dem Westen, weil der Bahnbau-Marktführer. Denn immer mehr Leute fahren dadurch Ski.**

KARL JOSEF VERDING

Seit April 2009 bis zur Eröffnung in der letzten Wintersaison baute die Doppelmayr Garaventa Group eine Anlage mit 86 kuppelbaren Achter-Umlaufkabinen – von Scuol im Engadin auf dessen Hausberg Motta Naluns. Sie ersetzt eine Vierer-Gondelbahn. Ihre Förderleistung beträgt 2800 Personen pro Stunde. Im gleichen 2009 baute der Bergbahn-Marktführer Doppelmayr eine kuppelbare Achter-Gondelbahn auf den Chopok bei Jasná in der Slowakei. Er ist mit 2023,6 m der dritthöchste Berg der Niederen Tatra. Beförderer kann die neue Bahn 2400 Personen pro Stunde. Sie ersetzt eine alte Vierer-Gondel-

bahn, wobei die Trasse talwärts bis zum Hotel «Grand» verlängert wurde.

Sowohl in Scuol und in Jasná ersetzt also eine Achter- eine Vierer-Gondelbahn auf den Hausberg. Sind demzufolge Scuol und Jasná ein konkretes Beispiel für die neue Konkurrenz mit Osteuropa, vor allem im Winter-Tourismus? «Wir haben eine andere Sichtweise», antwortet Ekkehard Assmann, der Leiter Marketing bei Doppelmayr: «Es ist nicht Konkurrenz, sondern eine klassische Win-win-Situation. Aufgrund der osteuropäischen Bergbahn-Investitionen wird der Markt der Skifahrer insgesamt grö-

**«Durch die osteuropäischen Investitionen wird der Markt der Skifahrer grösser.»**

Ekkehard Assmann  
Leiter Marketing bei Doppelmayr

ser. Wir sehen diesen Effekt zum Beispiel ganz deutlich: Die Anzahl der russischen Skifahrer hat zugenommen, dies dank der neuen Anlagen in Russland.»

**Einheimische Investoren und Banken finanzieren die Anlagen**

Die Doppelmayr Garaventa Group hat in den letzten drei Jahren in den Ländern zwischen Polen und Georgien 57 Bergbahn-Anlagen errichtet. «Die neuen Anlagen», so Assmann, «sind insbesondere für den Winter gebaut, aber saisonal auch für den Sommer nutzbar.»

Meistens werden die neuen Bahnen im Osten von einheimischen Investoren und Banken, sowie von öffentlichen, für die Infrastruktur zuständigen Körperschaften finanziert. Investoren aus anderen Teilen Europas sind sehr selten.

Doppelmayrs Produktionsstätten, die zugleich Kompetenzzentren für die Kunden und

Ekkehard Assmann leitet das Marketing bei Doppelmayr.



Die neue Achter-Gondelbahn am Chopok bei Jasná in der Slowakei.

ihre technischen Personal sind, stehen in Wulfurt, Voralberg, und in Goldau SZ. Technisch instruiert wird aber im Osten auch vor Ort, mit Betreuung durch Niederlassungen und Vertretungen von Doppelmayr.

**Überwiegend Winterbetrieb – mit Tendenz zu mehr Sommerbahnen**

Der Konkurrent von Doppelmayr heisst Leitner. Die anderen Player im Geschäft haben nur regionale Bedeutung. Leitner hat in den letzten zwei Jahren zwölf Bergbahnen im Osten gebaut: in Russland, der Ukraine, der Türkei, der Tschechischen Republik, Georgien und Armenien. Die meisten sind kuppelbare Sessellifte. Auch hier gehtes bei den neuen Bahnen hauptsächlich um Winterbetrieb – mit einer Tendenz zu mehr Sommerbahnen», sagt Oliver Kirchheim. Er ist Export Sales Manager der Leitner AG mit Hauptsitz in Sterzing im Südtirol. Laut Kirchheim sind es «aktuell weniger Privatinvestoren», die sich an den Bahnen beteiligen, sondern es laufe «sehr viel über staatliche Infrastruktur-Förderprogramme sowie EU-Förderungen» (siehe Seite 11).

Woran es noch fehlt, sei die Weiterentwicklung des Schneesport-Marktes, sagen sowohl Kirchheim als auch Assmann. Kirchheim meint, dass durch neue Anlagen die Nachfrage gesteigert werden könne. «Man findet in den Skigebieten sehr viele elitäre Zielgruppen.» Das reiche aber nicht aus, um die Bergbahnen profitabel betreiben zu können. Dazu brauche es ein breites Publikum an Schneesportlern.



Bled an einem See vor den Julischen Alpen Sloweniens ist Ausgangspunkt für Tal- und Höhenwanderungen.



## «Keine ernst zu nehmende Konkurrenz»

**Für Schweiz Tourismus sind osteuropäische Länder aufgrund der Kaufkraft der Einwohner Nischenmärkte. Kuoni sieht in Kroatien das grösste Potenzial.**

GUDRUN SCHLENCZEK

Viele osteuropäische Länder hätten an den internationalen Tourismus-Messen jeweils einen guten Auftritt, weiss Jörg Krebs, zuständig bei Schweiz Tourismus unter anderem für die Tschechische Republik und Polen. Aber als «grosse Konkurrenz» möchte er diese nicht verstanden



Läuft Italien zum Teil den Rang ab: Kroatien. Hier die Insel Korcula.

haben. «Auf jeden Fall nicht in den nächsten zehn Jahren.» Die grössten Mitbewerber blieben Badeferien-destinationen wie Ägypten, die Türkei und Griechenland sowie Österreich. Tschechien stuft Krebs eher als stagnierenden Markt ein,

Polen dagegen klar als Wachstumsmarkt. Tschechien habe zwar Berge, die sich aber eher für Langlauf eignen. Was das Thema Wellness betrifft, fehlten Polen die grossen Resorts und die tschechischen Heilbäder seien alt. Neuen Schwung



Nächstgelegene Hauptstadt ab Schweizer Grenze: Prag.

verspricht sich Krebs für diese Länder durch die Euro 2012, die in Polen und der Ukraine ausgetragen wird. Potenzial sieht der ST-Länderverantwortliche noch für Bulgarien, ein Land, das dem Touristen sowohl Ski-Berge als auch Meer bietet und somit für Winter- und Sommerprodukte gute Voraussetzungen hätte. Nur dass Bulgarien heute noch als billige Party-Destination gilt. «Bulgarien ist gut für junge Leute, die günstige Badeferien buchen wollen», schätzt Peter Brun, Mediensprecher von Kuoni Schweiz. Die Infrastruktur sei zum Teil sehr veraltet, es gebe Probleme mit Prostitution, als Konkurrenz für die Schweiz stuft Brun die Ganzjahresdestina-

tion deshalb nicht ein. Als grössten Mitbewerber im Osten erachtet Brun Kroatien: eine Flugstunde von der Schweiz entfernt, Berge zum Wandern und Meer, Wellnessangebote, gute Hotels. «Zum Teil läuft Kroatien Italien bereits den Rang ab», meint Peter Brun. Bei Kuoni Schweiz ist Kroatien in Osteuropa Nummer eins, in Polen und Tschechien offeriere man nur Städtereisen. Noch als Geheimtipp stuft Brun Montenegro ein, das touristisch anscheinend in der Liga von St-Tropez mitspielen will.

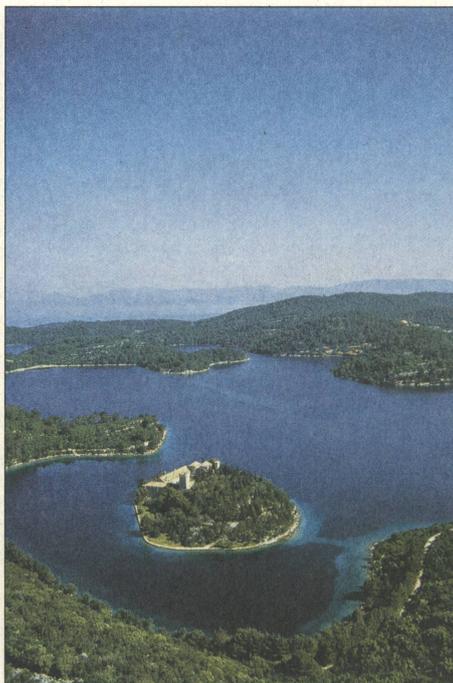
Für den Schweizer Tourismus seien die osteuropäischen Länder aufgrund der Kaufkraft der Einwohner reine Nischenmärkte, so

Véronique Kanel von ST. Polen und Tschechen buchten vor allem in Ägypten und der Türkei Badeferien. Die Tschechen würden auch gern aktive Ferien (zum Beispiel Veloferien) im eigenen Land verbringen. Gemäss Jörg Krebs verspricht Polen für den Schweizer Tourismus allerdings das grösste Wachstumspotenzial.

ANZEIGE

**Valentine's®**  
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher  
Was hält länger?  
www.bertschi-valentine.ch

**Osteuropa. Tourismus.** Die osteuropäischen Länder sind punkto Logiernächtezahlen auf der Schnellstrasse. In vielen Ländern ist der Incoming-Markt stärker als der Binnenmarkt. Die Deutschen reisen gerne nach Polen.



Kroatien ist das Land Osteuropas, das die meisten Logiernächte mit Gästen vom Ausland generiert: sieben Mal mehr als mit Einheimischen.

## Hotellerie erlebt den Aufschwung

**In Osteuropa haben sich die Übernachtungszahlen in den letzten zehn Jahren teilweise mehr als verdoppelt.**

GUDRUN SCHLENZKE

Der Hotelmarkt fast aller osteuropäischer Länder ist ein boomender Markt. Dabei wächst in den meisten Destinationen das Incoming deutlich stärker als der Heimmarkt. Lettland konnte gemäss «Eurostat» zwischen 2000 und 2008 die Zahl der Logiernächte (LN) mit ausländischen Gästen mehr als verdreifachen (auf 2,1 Mio.), der Heimmarkt verdoppelte sich (auf 1,3 Mio. LN). Auch Litauen erlebte eine Verdreifachung mit Auslandsgästen (2008: 1,6 Mio. LN) und Einheimischen (auch 1,6 Mio.

LN). Bulgarien konnte im gleichen Zeitraum die Logiernächtezahl sowohl mit inländischen (2008: 6,3 Mio. LN) als auch externen Gästen (2008: 11,7 Mio. LN) annähernd verdoppeln. Im Incoming um rund 50 Prozent steigerten Polen (2008: 10,1 Mio.), Rumänien (2008: 4,7 Mio.) und Slowenien (2008: 4,7 Mio) zwischen 2000 und 2008 ihre Zahl der Logiernächte.

**Unter der Krise litt auch der Osten**

In letzteren drei Ländern stagnierte dagegen der Heimmarkt. Allerdings ist dieser in Polen und Rumänien mehr als viermal, respektive fast sechsmal grösser. Mehr Übernachtungen mit Inlands mit Ausländern generiert man nur noch in der Slowakei. In allen anderen Ländern des Ostens überwiegt das Incoming. Am stärksten in Kroatien: 33 Mio. Auslandslogiernächte standen 2008 4,6 Mio. In-

landsnächten gegenüber. 2009 war jedoch auch für alle osteuropäischen Hotelmärkte ein schlechtes Jahr mit Logiernächteinbrüchen von bis zu 20 Prozent (Lettland, Bulgarien, Rumänien).

**Polen bei den Urlaubszielen der Deutschen auf Platz 10**

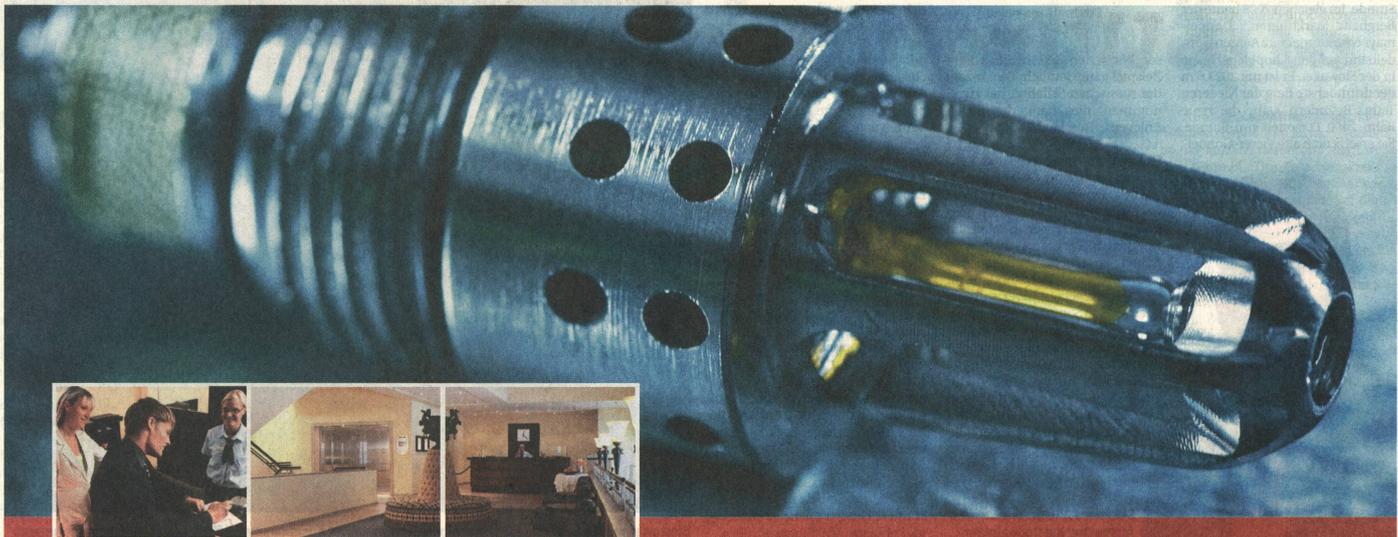
**«Wir denken ernsthaft über einen Beitritt zur Hotelklassifikation Hotelstars nach.»**

Santa Graikste  
Hotellervereinigung Lettland

Polen ist gemäss der FUR-Reiseanalyse 2009 als einziger osteuropäischer Staat unter den ersten zehn beliebtesten Urlaubszielen der Deutschen bei Reisen, die länger als fünf Tage dauern. Zum Vergleich: Die Schweiz folgt erst auf Platz 12. Besonders stark wächst die polnische Luxus-Hotellerie, allerdings auf noch sehr kleinem Niveau: 2008 zählte man 27 Fünf-Sterne-Hotels und damit viermal so viele wie 2000, mit 114 Vier-Sterne-Hotels rund dreimal so viele wie im Jahr 2000. Die Anzahl

der Drei-Sterne-Hotels verdoppelte sich auf 609. Insgesamt zählte das Land 6857 Beherbergungsbetriebe (2008). Nur Tschechien macht bis anhin bei der harmonisierten Hotelklassifizierung «Hotelstars» mit Ungarn soll 2010 folgen. In Lettland zeigt man sich interessiert: «Wir denken ernsthaft über einen Beitritt nach», so die Direktorin der lettischen Hotellervereinigung Santa Graikste, die die Zukunft der lettischen Hotellerie vor allem bei Wellness und Business sieht. Dabei kommen in Lettland die meisten Gäste aus Russland. An zweiter Stelle steht Litauen, dann folgen Norwegen, Estland und Finnland.

Im Rahmen des Erweiterungsbeitrags unterstützt die Schweiz während vier Jahren mit 3 Mio. Franken nachhaltige Hotel-Projekte im Norden Ungarns. Um welche Projekte es sich genau handelt, wird das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco erst im Herbst bekannt geben. Auch in Polen könnte es im Rahmen der KMU-Förderung noch kleinere Förderprogramme geben.



Damit Ihre Gäste ruhig schlafen können.

Hochdruck-Wassernebel-Löschsystem HI-FOG

Contrafeu AG  
Brandschutzsysteme  
Alpenstrasse 20, CH-3052 Zollikofen  
Telefon +41 31 910 11 33, Fax +41 31 910 11 68  
www.contrafeu.ch, info@contrafeu.ch

Ein Unternehmen der Securitas Gruppe Schweiz

**CONTRAFEU**

Für Ihre Sicherheit

**Osteuropa. Mentalität.** In Bulgarien herrscht eine andere Kultur als in den meisten westeuropäischen Ländern. Das macht die touristische Entwicklung nicht ganz einfach. André Gribi kennt sich aus.

Die touristische Entwicklung in Bulgarien harzt, sagt André Gribi, der seit fünf Jahren dort tätig ist. Grund dafür ist unter anderem die Korruption, die in diesem Land verbreitet ist.

CHRISTINE KÜNZLER



Bulgarien hat touristische Ressourcen, die das Land zurzeit noch nicht nutzen kann. Auf dem Bild: Kathedrale in Varna.

Der Umgang mit der Korruption ist nicht einfach, sagt André Gribi, Tourismusexperte und Wirtschaftsprüfer. Er lebt abwechslungsweise in Sofia und in der Schweiz, denn er hat in beiden Ländern touristische Beratermandate. «Wie viele Sterne ein Hotel trägt, ist eine Frage des Geldes, das der Hotelier dafür bezahlt.» Oder – dessen Konkurrent: Das 4-Sterne-Hotel, das Gribi geocacht hatte, wurde ursprünglich offiziell mit drei Sternen ausgezeichnet, weil ein Konkurrenz-Hotelier mit genügend Geld den vierten Stern zu verhindern wusste.

Vor allem wegen dieser Korruption sind die EU-Fördergelder für die touristische Entwicklung in Bulgarien gestoppt worden (siehe Artikel unten). Von den total 218 Mio. Euro hat Bulgarien erst 1 Prozent erhalten. Gribi geht aber davon aus, «dass die Gelder bald wieder fließen». Zurzeit jedoch sei die ganze touristische Entwicklung lahmgelegt. «Fast alle Hotels stehen zum Verkauf», so Gribi. Ketten wie Radisson, Kempinski

und Hilton haben jedoch in Bulgarien Häuser eröffnet.

**«Bulgarien wird nie eine Konkurrenz der Schweiz sein»**

Gribi ist seit fünf Jahren in Bulgarien tätig. Erst mit seinem eigenen

**«Der touristische Erfolg scheitert an der Unfähigkeit, zusammenzuarbeiten.»**

André Gribi  
Tourismusberater

Unternehmen, heute für das Beraterunternehmen Kohl + Partner, das neu eine Niederlassung in Zürich betreibt. Er betreut die Märkte Schweiz und Osteuropa.

«Bulgarien», fasst Gribi zusammen, «wird nie eine Konkurrenz zum Ferienland Schweiz werden.» Obwohl dieses und andere osteuropäische Länder

auch, bessere Ressourcen haben, «gerade was Wellness anbelangt». Der touristische Erfolg dieser Länder scheitert an der Unfähigkeit, zusammenzuarbeiten. Das werde sich auch nie ändern, glaubt Gribi. Er zeigt die Schwierigkeiten am Beispiel der Skianlage in Bansko auf, auf dessen Skipisten ein Weltcup durchgeführt wurde. «Wer sonntags Ski laufen will, wartet mindestens 2,5 Stunden am Skilift und sucht während einer Stunde einen Parkplatz.» Es sei denn, er wohnt im richtigen Hotel, bei je-

nem Hotelier, der die Skianlage besitzt: «Dieser Gast steht in der Warteschlange zuvorderst.»

**Mit höheren Zimmerpreisen das Gästesegment wechseln**

Im Moment versucht Gribi in Bansko das 89-Zimmer-Hotel Villa Rocca zur Rentabilität zu bringen. Das 4-Sterne-Hotel gehört einer Bank, weil der Besitzer die Zinsen nicht mehr bezahlen konnte. Gribi übernimmt die Sales & Marketing-Aktivitäten für das Haus und versucht, die Zimmerpreise und die Auslastung zu erhöhen. Kein leichtes Unterfangen: «Gerade habe ich eine Reisegruppe verloren, der ich die Übernachtung mit Halbpension für 20 Euro angeboten habe. Der Organisator bezahlt in einem Konkurrenz-Hotel nur 14 Euro.» Preise, die nur deshalb so günstig angesetzt werden können, weil die Lebenskosten und die Löhne tief sind. Eine Zimmerfrau verdient 180 Euro monatlich, ein Hoteldirektor 650.

Gribi will die «Villa Rocca» ganzjährig offen halten, obwohl im Sommer 60 Prozent der Bankoer Hotels geschlossen sind. Im Winter liegen die Zimmerpreise zwischen 45 und 65 Euro, im Sommer zwischen 25 und 35 Euro. Der Standard, sagt Gribi, entspreche einem Schweizer

4-Sterne-Hotel. «Wir haben die Zimmerpreise nun leicht angehoben, damit wir ein anderes Gästesegment ansprechen.» Bis anhin wurde das Hotel vor allem von jungen Gästen gebucht. «Mein Ziel ist es, die Zimmerpreise zu verdoppeln.» Als Herkunftsmärkte fokussiert er Griechenland, Rumänien, Mazedonien und andere Nachbarländer. «Wir müssen uns ganz allein vermarkten. Eine Destinationsmanagement-Organisation gibt es hier nicht. Das Verkehrsbüro wird von der Gemeinde geführt und ist sehr oft unbesetzt.» Gribi hat sich zum Ziel gesetzt, die «Villa Rocca» im Winter zu 41 Prozent und im Sommer zu 30 Prozent auszulasten. Damit das Hotel auch mit Servicequalität punkten kann, schult er zusätzlich die Mitarbeitenden.

André Gribi hat auch ein Büro in Sofia.

## Viele Töpfe sind mit EU-Geldern prall gefüllt

Die EU unterstützt die touristische Entwicklung in den osteuropäischen Ländern mit Milliardenbeträgen. Ein paar Beispiele.

CHRISTINE KÜNZLER

Ausbezahlt werden die Fördergelder vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) zwischen 2007 und 2013. Neben den spezifisch touristischen Fördermitteln stehen noch viele weitere Töpfe

zur Verfügung, aus denen sich der Tourismus bedienen kann. Zum Beispiel von den Geldern für Ausbildung oder für technische Hilfsmittel. Zudem gibt es auch interregionale Mittel, wenn mindestens zwei Länder zusammenarbeiten. Die Übersicht ist schwierig, die Gelder fließen nicht immer direkt in die Projekte. Gewisse Mittel landen irgendwo, wie Osteuropa-Kenner André Gribi weiss (siehe Artikel oben).

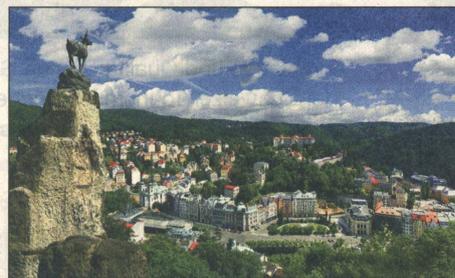
Bulgarien beispielsweise bekommt von der EU für die Förde-

rung touristischer Attraktionen und deren Infrastrukturen 153 Mio. Euro, für die Entwicklung regionaler touristischer Produkte und für das Marketing von Destinationen 33 Mio. Euro. Für Internationales Tourismus-Marketing – anspruchsberechtigt ist die Nationale Tourismusorganisation – wurden 33 Mio. Euro gesprochen. Ferner sind indirekt noch 90 Mio. Euro für die Gemeinden vorgesehen, um deren touristische Infrastruktur aufzudatieren.

Tschechien bekommt für die Nationale Tourismusförderung gut

65 Mio. Euro. Die «staatliche Gebietsförderung» wird nochmals mit gut 420 Mio. Euro unterstützt. Rumäniens «nachhaltige Entwicklung und Tourismusförderung» wird mit 559 Mio. Euro gefördert, dazu stehen 758 Mio. Euro für die «Verbesserung lokaler und regionaler Verkehrsinfrastruktur» zur Verfügung.

Am transnationalen Kooperationsprogramm für Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und Slowenien beteiligen sich auch Liechtenstein und die Schweiz. Das Programm «Alpenraum» wird im Rahmen des Ziels «Europäische ter-



Auch Tschechien profitiert von EU-Mitteln. Auf dem Bild: Karlsbad.

ritoriale Zusammenarbeit» durchgeführt und ist mit einem Gesamtetat von rund 130 Mio. Euro ausgestattet. Die gemeinschaftliche Förderung durch den EFRE beläuft sich auf etwa 98 Mio. Euro, was rund 1,1 Prozent der gesamten EU-Förder-

mittel für die «Europäische territoriale Zusammenarbeit» ausmacht. Ziel des Programms ist, die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität des Kooperationsraums durch die Entwicklung grenzüberschreitender Aktionen zu stärken.

# DER MILESTONE 2010 WARTET AUF SIE.

**EINGABESCHLUSS:  
31. AUGUST 2010**

Innovation und Qualität ziehen Gäste aus der ganzen Welt an. Deshalb werden die herausragenden Projekte in der Schweizer Tourismusbranche jedes Jahr mit dem **MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz** ausgezeichnet. Auf der Website [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch) erfahren Sie alles über Ihre Teilnahmemöglichkeiten.

**htr** hotelrevue

**STV FST**

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione Svizzera del Turismo  
Federaziun svizra dal Turissem



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Eventpartner



Der MILESTONE wird von der htr hotelrevue, mit hotelleriesuisse als Trägerin verliehen und wird im Rahmen des Innoutour-Förderprogramms vom SECO mitgetragen, unter Beteiligung des Schweizer Tourismus-Verbands und der HOTELA.





**Vom subversivem Tanz zum PR-Tool**  
Die Street Parade ist für Zürich Tourismus ein Glücksfall.  
**Seite 15**

**Festivals. Tourismus.** Die Schweiz besitzt die höchste Dichte an Festivals in Europa. Für André Béchir, Chef der Konzertagentur Good News, gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Touristikern nicht immer leicht.



Festivals wie hier das Moon and Stars in Locarno bringen viele Gäste. In der Schweiz wächst das Angebot solcher Veranstaltungen Jahr für Jahr. Der Tourismus profitiert.

Swiss Image

## Festivals ziehen die Massen an

**André Béchir, Chef der Konzertagentur Good News, über die Festival-Szene, die Zusammenarbeit mit Touristikern und seine Zukunftspläne.**

ANDREAS GÜNTERT

André Béchir, Sie haben Madonna in die Schweiz gebracht, die Rolling Stones und andere Grössen. Wie übernachteten Stars gerne? Künstler haben in der Regel vier Ansprüche: Sie wollen in Ruhe gelassen werden und suchen Top-Komfort. Des weiteren brauchen sie 24-Stunden-Room-Service und gutes Essen.

**Und wo übernachteten die Stars?**

Früher buchten wir die Hotels noch selber, heute nicht mehr. Wir empfehlen der Tour-Organisation diejenigen Hotels, die wir für die besten halten auf dem jeweiligen Platz. Bei Konzerten im Zürcher Hallenstadion: Park Hyatt, Baur au Lac, Dolder Grand. Und in Hallennähe Mövenpick Airport und Ramada Renaissance.



**«Mich erstaunt, dass Hoteliers nicht mehr Synergien mit Festivals nutzen.»**

André Béchir  
Chef der Konzertagentur Good News

der Konjunktur. Wir spüren eine Rezession sehr früh, dann wird gespart. Wenn aber eine Krise ausgebrochen ist, gönnt man sich das kleine Glück eines Konzertes viel eher wieder.

**Hängen die Künstler auch mal eine Nacht an in der Schweiz und bereisen das Land?** Oft reisen sie gleich weiter an den nächsten Auftrittsort. Eine Tournee ist ein immenser Kostenfaktor, da liegen die Konzertdaten nahe beieinander. Und wenn die Künstler einmal frei haben, sind sie gebucht für Promotions- und Interviewtermine. Oder sie möchten unerkannt bleiben. Mit Bruce Springsteen badeten wir letztes Jahr in der Aare in Bern und besuchten mit seinen Musikern das Jungfraujoch – eine Ausnahme.

**Dieser Tage startete die siebte Auflage Ihres Moon and Stars Festivals in Locarno. Wie liefen die Vorverkäufe?**

Die ersten drei Abende blieben unter den Erwartungen. Die Abende vier mit ZZ Top und fünf mit Pink waren ausverkauft, die restlichen Abende liefen gut.

**Hat die serbelnde Wirtschaft einen Einfluss aufs Geschäft?** Nein. Unser Geschäft ist im Gegenteil ein Vorlaufindikator



Der «Boss» gönnte sich auf seiner Tournee auch ein Bad in der Aare.

ZVG/Manuel Martínez Pérez

**Das Schweizer Festival-Angebot wächst Jahr für Jahr. Verträgt der Markt das alles?** Heute meint jede Schweizer Gemeinde, sie müsste ihr eigenes Festival haben. Es sind im Rock- und Pop-Bereich alleine über 200 Festivals, die hierzulande jährlich über die Bretter gehen. Wir haben in Europa die höchste Festivaldichte. Ich staune jedes Jahr über die zunehmende Anzahl – und keines scheint Geld zu verlieren. Für mich sind es zu viele. Die Profiteure davon sind natürlich die Künstler, die zu vielen Auftrittsmöglichkeiten kommen.

**Was tragen Festivals bei zur touristischen Wertschöpfung?** Vom Ente Turistico in Locarno wissen wir, dass während unseres zehntägigen Festivals in der Gastronomie, Hotellerie und im Detailhandel vor Ort täglich rund eine Million Franken mehr Umsatz generiert wird als üb-

lich. Nun haben wir eine Studie in Auftrag gegeben, die das detaillierter zeigen soll. Festivals sind natürlich dankbar für den Tourismus, weil sie Gäste oft mehrere Tage am Ort halten.

**Festivalübersicht**  
[www.htr.ch/festivals](http://www.htr.ch/festivals)

**Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Touristikern?** Anfangs rümpfte man in Locarno noch die Nase über unser



Eines der von der Agentur empfohlenen Häuser: Park Hyatt Zürich.



Rockten in Locarno auf ausverkaufter Piazza Grande: ZZ Top.

ZVG

Festival. Das hat stark gebessert. Trotzdem habe ich immer noch Mühe, Packages zu schnüren mit Hotels verschiedener Klassen. Wir wollten etwa Packages mit 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels machen, aber das ging nicht. Es ist oft eher ein Gegen-ein Miteinander bei den Hoteliers. Mich erstaunt, dass Hoteliers nicht mehr Synergien nutzen mit Festivals und untereinander. Dabei gibt es einige Gemeinsamkeiten. So wie die

gehobene Hotellerie viel investiert in gute Restaurants, so wird die Gastronomie für Konzertbesucher immer wichtiger.

**Sie geben die operative Führung von Good News ab. Was kommt danach?** Ich möchte mehr Zeit für mich haben – aber trotzdem noch einiges bewegen. Ein Thema ist der Mangel an erstklassigen Sport- und Kulturstätten.

**Zur Person Seit 38 Jahren ist André Béchir im Showbiz**

André Béchir, 61, führt die Zürcher Agentur Good News seit 1972. Die Firma mit 25 Mitarbeitern veranstaltet jährlich rund 120 Konzerte. Dieses Jahr gibt Béchir die operative Führung an Thomas Kastl, 44, ab, bleibt der Firma aber als Senior-Advisor erhalten. Zudem organisiert er die nächsten fünf Jahre weiterhin das Festival Moon and Stars in Locarno.

ag



Festivals steigern den Umsatz vor Ort. Hier: die Altstadt in Locarno.

Alain D. Bollat

## Musical

### Ein dunkles Kapitel Schweizer Geschichte

Vom 22. Juli bis 21. August ist die Walensee-Bühne Schauplatz des Musicals «Die Schwarzen Brüder». Vor der imposanten Naturkulisse der Churfürsten und des Walensees spielt die Geschichte von Giorgio und Alfredo. Die beiden Kaminfegebuben werden als lebendige «Besen» vom Tessin nach Mailand verdingt. Das Musical nach einem der meistgelesenen Jugendromane von Lisa Tetzner und Kurt Held (unter anderem Autor von «Die Rote Zora») nimmt sich des Schicksals der Verdingkinder und somit auch eines dunklen Kapitels der Schweizer Geschichte an.

www.dieschwarzenbrueder.ch

### Die Tragik um den bekannten Coiffeur



Markus Grunder/zvg

Eine unmögliche Liebe, eine Behinderung und der Alkohol prägen das tragische Leben von **Dallebach Kari**. Das neue Musical um den berühmtesten Coiffeur der Schweiz wird zwischen dem 14. Juli und 28. August 2010 in Thun aufgeführt. Verantwortlich zeichnen die Autorin Katja Früh, der Komponist Moritz Schneider, der Heimatland Verlag sowie die Thuner Seespiele.

www.thunerseespiele.ch

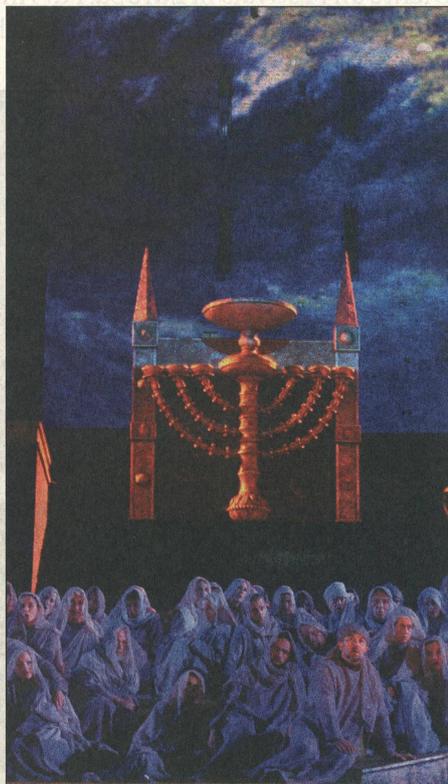
## Klassik

### Berühmte Liebespaare der Musikgeschichte

Unter dem Motto «Eros» stellt das Lucerne Festival im Sommer Liebespaare der Musikgeschichte ins Zentrum. Mit Beethovens «Fidelio» stimmen Claudio Abbado und das Lucerne Festival Orchestra gleich zur Eröffnung das Hohelied der unverbrüchlichen Treue an. Weitere Höhepunkte sind Wagners «Tristan und Isolde» oder die Tragödie von «Romeo und Julia», als Ballettmusik und als Fantasie-Ouvertüre. Das Festival findet vom 12. August bis 18. September statt. esp

www.lucernefestival.ch

**Festivals. Klassik.** Grossanlässe in Avenches, im Engadin und in Gstaad ziehen Sommer für Sommer Musikliebhaber in Scharen an – und füllen Restaurants und Hotelbetten.



Früher assoziierte man Avenches vor allem mit der Römerzeit. zvg

# Eine Stadt als Opernkulisse

Mit diesem Kultur-Event ist es gelungen, Avenches wieder auf die Landkarte zu setzen und das Image unserer Stadt zu modernisieren und zu verjüngen. Michel Doleires, Direktor von Avenches Tourisme, begrüsst das Opernfestival als Geschenk des Himmels für den lokalen Tourismus. «Vor 1995, dem Gründungsjahr des Festivals, wurde Avenches vor allem mit den Ruinen aus der Römerzeit in Verbindung gebracht, mit einem touristisch interessanten, sonst aber langweiligen Nest. Das Opernfestival hat uns einen aussergewöhnlichen Imagegewinn gebracht», erklärt Michel Doleires begeistert.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen dieses Ereignisses sind enorm. «Die Oper hat in 15 Jahren rund 600 000 Personen angezogen und generiert in der Region pro Ausgabe um 3000 Übernachtungen. Das sind 20 Prozent der Übernachtungen des ganzen Jahres», so Doleires. Noch beeindruckender ist der Umsatz von durchschnittlich fünf Millionen Franken, der das Festival jährlich ermöglicht.

Die Hoteliers und Restaurateure strahlen. «Während des Festivals

**Das Opernfestival Avenches dauert noch bis 16. Juli. Es erweist sich als Goldgrube für die Touristiker der Gegend, die im Chor dessen Lob singen.**

EUGENIO D'ALESSIO

bin ich ausgebucht, ich muss sogar Leute abweisen. Meine Zimmer sind immer belegt. So geht es allen Hotels auf dem Platz Avenches».

**«Das Opernfestival hat uns einen aussergewöhnlichen Imagegewinn gebracht.»**

Michel Doleires  
Direktor von Avenches Tourisme

weiss Yves Favre, Direktor des Hôtel de la Couronne, eines Dreisternehauses in der Altstadt. «An

den Festivalabenden verkaufe ich in meinem Restaurant um die fünfhundert Gedecke, während es normalerweise sechzig sind. Insgesamt entspricht ein Operntag einem durchschnittlichen Wochenumsatz.»

Das Publikum besteht zu 40 Prozent aus Deutschschweizern und zu 60 Prozent aus Romands. «Die welschen Gäste kommen vorwiegend aus dem Genferseebecken, dem Jurabogen und von Freiburg, während die Deutschschweizer vor allem aus Biel, aus dem Mittelland und aus Solothurn stammen», erklärt Michel Doleires. Zu seinem Stammpublikum gehören Musikliebhaber, aber auch Personen, die das renommierte Kulturereignis suchen und solche, die der historische Schauplatz lockt, das römische Amphitheater. Aber «der Durchschnittskunde ist etwa fünfzigjährig und hat eine hohe Kaufkraft», so der Tourismus-Direktor.

Und die Zukunft? Doleires bleibt realistisch: «Wir spüren einen gewissen Wettbewerb, da es in der Schweiz zahlreiche Events unter freiem Himmel gibt. Das Angebot ist stark gewachsen.»

Deutsch von Christina Miller

# Konzerte sind touristische Top-Events

**Das Engadin und Gstaad zelebrieren in den Sommermonaten Musik auf höchstem Niveau. Und füllen so Hotelbetten.**

EVELINE SPAHR

Morgen beginnt das diesjährige Engadin Festival. Ernst Schulthess, Pfarrer in Silvaplana, gründete das

Festival 1941. Mit der Initiierung der Konzertwoche beabsichtigte Schulthess, den vom Zweiten Weltkrieg arg gebeutelt Tourismus in der Region neu zu beleben. Das ist gelungen.

«Das Engadin Festival ist heute sehr wichtig für den Tourismus in der Region. Es findet zu einer touristischen Kernzeit statt, alle grossen Hotels und Geschäfte haben geöffnet», sagt die Produktionsleiterin Amélie-Claire von Platen auf Anfrage. «Die meisten Besucher kommen aus der Schweiz und Deutschland», so von Platen weiter.

Die Festival-Verantwortlichen wollen nun vermehrt auch italienischsprachige Gäste gewinnen. Wie viele Logiernächte das Festival generiert, konnte von Platen allerdings nicht sagen, weil exakte Zahlen fehlten. Diese Daten würden aber dieses Jahr eroben.

Auch die Destination Gstaad befindet sich im Festivalfieber. Mit dem 54. Menuhin Festival zelebriert das Berner Oberland Klassik auf höchstem Niveau. «Das Menuhin Festival ist eines der Top-Events unserer Destination. Insofern hat es einen sehr hohen Stellenwert für



Das Menuhin Festival generiert pro Jahr 13 000 Übernachtungen. zvg

die Tourismusregion», sagt Kerstin Sonnekalb, PR-Managerin bei Gstaad Saanenland Tourismus. Das Klassikpublikum entspreche zudem dem Hauptgästestempel der Region Gstaad.

«Der Anteil an Stammgästen ist beim Menuhin Festival sehr hoch, er liegt bei rund 80 Prozent», so Kerstin Sonnekalb weiter. Zwei Drittel der Gäste des Menuhin Festivals seien Aufenthaltsgäste. Bei 20 000 Festivalbesuchern pro Jahr könnten so laut Sonnekalb etwa 13 000 Übernachtungen generiert werden.

DIE SCHWEIZER FACHMESSE FÜR GASTGEWERBE, HOTELLERIE & GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE LUZERN

# ZAGG

VOM 12. BIS  
16. SEPTEMBER 2010  
MESSEHALLEN  
MESSE LUZERN

WWW.ZAGG.CH

ANZEIGE

**Festivals. Techno-Parade.** Angefangen hatte alles 1989 mit der Loveparade in Berlin. 1992 folgte dann die Street Parade in Zürich. Für den Tourismus ein Glücksfall.

1992 initiierte ein Student die Street Parade in Zürich. Damals demonstrierten 2000 Personen für Liebe, Frieden und Toleranz. Heute tanzen eine Million Menschen mit.

SIMONE LEITNER

Jedes Jahr im August bebzt Zürich ein Wochenende lang. Längst ist die Street Parade zum gesellschaftlichen Top-Event mit internationaler Ausstrahlung geworden. Eine Million Menschen tanzen auf den Strassen zu Technomusik, lassen sich von der Stimmung, dem Rhythmus und der vibrierenden Masse mitreissen. Heute ist der Anlass auch für Zürich Tourismus und die Hoteliers ein Glücksfall. «Seit zehn Jahren sind wir Teil der Street Parade», sagt Maurus Lauber, Leiter Marketing bei Zürich Tourismus. Nicht etwa nur als Zaungast, nein, Zürich Tourismus nimmt die Street Parade als PR-Instrument wahr, lädt Journalisten aus aller Herren Ländern ein und taucht voll und ganz in die Menge ein. «Mit dieser Techno-Parade zeigen wir Zürich von einer ganz anderen Seite.» Die Party versetzt die Journalisten in eine euphorische Stimmung. «Die Medienberichte sind auch entsprechend toll», freut sich der Zürcher Marketingmann. Maurus Lauber



Was 1992 als Demonstration begann, ist heute eine Party mit bis zu einer Million tanzenden Menschen: die Street Parade.

Swiss Image

## Vom Protestmarsch zum Kommerzanz



Die karnevalesken Seiten einer Street Parade.



Auch Genf hat eine Techno-Party: die Lake Parade.



Die Masse vibriert zu den Techno-Bässen.

selber ist mittlerweile ein richtiger Fan: «Ich freue mich schon heute auf die nächste Street Parade im August.» Auch dann sind wieder Medienvertreter mit von der Partie und werden von einem verrückten,

farbigen und sexy Zürich berichten. «Eine wunderbare Werbung für uns», so Lauber. Auch Stefan Epli von der Street Parade weiss die Zusammenarbeit zu schätzen: «Wir arbeiten hervorragend mit Zürich Tourismus zusammen. Kein Wunder, die Street Parade holt so viele Touristen nach Zürich, wie keine andere Veranstaltung.»

Was heute für Touristiker zum kommerziellen Faktor avanciert ist, begann vor 18 Jahren als Demonstration. Inspiriert von einem TV-Beitrag über die Berliner Love Parade machte der Zürcher Mathematikstudent Marek Krynski im Juni 1992 bei der Stadtpolizei eine

Eingabe für eine «Demonstration für Liebe, Friede, Freiheit, Grosszügigkeit und Toleranz». Rund 2000 Personen tanzten auf dem Limmatquai und der Bahnhofstrasse. Spontan schlossen sich junge Leute den Technotänzern an. Abends waren es bereits 6000 Fans, die an der ersten Energyparty in der SRO-Kugellagerfabrik teilnahmen. Obwohl die Organisato-

ren im nächsten Jahr grosse Mühe hatten, die Bewilligung erneut zu bekommen, blieben sie hartnäckig und setzten sich gegen kritische Politiker durch.

Die Zürcher Techno-Parade wurde von Jahr zu Jahr bekannter und grösser. Heute tanzen eine Million Menschen mit, und die Hotels im Luxussegment zeigen sich von der wohl unkonventionellsten

Seite im Jahr. «Wir sind mitten im Geschehen und hautnah dabei», sagt Michel Rey, Direktor des Hotels Baur au Lac, Zürich. Natürlich habe man zu Beginn, vor vielen Jahren, dieser lauten, bunten und schrillen Party etwas verwundert zugesehen. «Aber heute feiern wir mit und haben auf unserer Terrasse eine Riesenparty mit etwa 700 Personen», so der Hoteldirektor.

Seite im Jahr. «Wir sind mitten im Geschehen und hautnah dabei», sagt Michel Rey, Direktor des Hotels Baur au Lac, Zürich. Natürlich habe man zu Beginn, vor vielen Jahren, dieser lauten, bunten und schrillen Party etwas verwundert zugesehen. «Aber heute feiern wir mit und haben auf unserer Terrasse eine Riesenparty mit etwa 700 Personen», so der Hoteldirektor.

## Die kleine Schwester in Genf

Sie gilt als welches Pendant der Street Parade: die Lake Parade in Genf, die in diesem Jahr ihren 14. Geburtstag feiert. Jedes Jahr nehmen Tausende von Tanzwütigen an der Parade teil, darunter auch Besucher aus dem Ausland. Doch Genf Tourismus benutzt die Techno-Parade nicht als Marketinginstrument für die Destination. «Seit 2005 beteiligen wir uns organisatorisch nicht mehr an der Lake Parade»,

sagt Militza Bodi, Kommunikationsverantwortliche von Genf Tourismus. «Aber auf unserer Website verweisen wir auf die Parade», so Bodi weiter.

Verglichen mit ihren grossen Schwestern, der Street Parade in Zürich oder der Loveparade in Deutschland, zählt die Genfer Veranstaltung zu den kleineren Techno-Paraden. So feierten im Jahr 2006 etwa 350 000 Personen an der Lake Parade, die den Ruf

hat, unkommerzieller und persönlicher zu sein als grössere Techno-Feste. Auch die Lake Parade finanziert sich durch Sponsoring. Partner sind unter anderem Red Bull, McDonald's, Coca-Cola oder Cardinal.

Die Lake Parade findet dieses Jahr am 10. Juli statt. Mit dabei sind mehr als 150 DJs und Live Acts. Im Anschluss an die Parade findet eine grosse Party, die Lake Sensation, statt. esp

hat, unkommerzieller und persönlicher zu sein als grössere Techno-Feste. Auch die Lake Parade finanziert sich durch Sponsoring. Partner sind unter anderem Red Bull, McDonald's, Coca-Cola oder Cardinal.

Die Lake Parade findet dieses Jahr am 10. Juli statt. Mit dabei sind mehr als 150 DJs und Live Acts. Im Anschluss an die Parade findet eine grosse Party, die Lake Sensation, statt. esp

## Opern

Mozart, Rossini & Co. vor der Bastion

Das Classic Openair Solothurn bietet Kulturgenuss mit internationaler Ausstrahlung. Das Publikum kann hochstehende Opernmusik vor der mittelalterlichen Befestigungsanlage erleben. Bereits zum 20. Mal verzaubert das Openair – dieses Jahr vom 29. Juni bis 10. Juli. Operetten und Opern von Gounod, Puccini, Verdi, Rossini und Mozart werden aufgeführt. Die Abendkonzerte finden bei schönem Wetter vor der St.-Ursen-Bastion statt, bei schlechtem Wetter steht die Rythalle Solothurn als Alternative zur Verfügung.

www.classic-openair.ch

Verdis «Nabucco» unter freiem Himmel



Diesen Sommer wird Verdis Freiheitsoper «Nabucco» an verschiedenen Orten der Schweiz unter freiem Himmel aufgeführt. Über 100 Mitwirkende werden dabei das alte Babylon und den Freiheitskampf der Israeliten neu zum Leben erwecken. Das Operndrama erzählt in vier Akten die Geschichte der Zerstörung des ersten jüdischen Tempels durch König Nabucco.

www.eventim.ch

Jazz und Pop  
Von Angélique Kidjo bis Katie Melua

Ob Jazz, Pop, Worldmusic oder Rock – die 44. Ausgabe des Montreux Jazz Festivals möchte Musikliebhaber jeglicher Couleur ansprechen. Mancher Künstler kehrt zum wiederholten Mal nach Montreux zurück. Zum Beispiel Keith Jarrett, der 1967 mit Charles Lloyd an der allerersten Ausgabe beteiligt war. Doch weit über die Hälfte der beteiligten Musiker spielen zum ersten Mal in Montreux. Vertreten sind unterschiedlichste Stars: von Angélique Kidjo über Vanessa Paradis bis zu Katie Melua. Das Festival dauert vom 1. bis zum 17. Juli.

www.montreuxjazz.com

Hochkarätige Stars am Blue Balls Festival



Die 18. Ausgabe des Luzerner Blue Balls Festival findet vom 23. bis 31. Juli statt und präsentiert Stars, junge Talente, Street-Art und Musik-Fotografie. Das Festival ist mit 117 Events und über 100 000 Besuchern eines der grössten der Schweiz. Vertreten sind unterschiedlichste Musikrichtungen wie Blues, Jazz, Soul, Punk, Rock und Pop. Dieses Jahr sind wieder weltbekannte Stars engagiert, etwa Melanie Fiona, Morcheeba oder Sinéad O'Connor. esp

www.blueballs.ch

## Das grösste Volksfest der Schweiz

Das Züri Fäscht war ein voller Erfolg. Doch es ist primär ein Fest für Zürich und Umgebung: Die Touristenströme bleiben aus.



Die Feuerwerke begeisterten mehrere 100 000 Zuschauer.

Das dreitägige Züri Fäscht ging letzten Sonntag zu Ende, die Organisatoren ziehen eine positive Bilanz: Das grösste Volksfest der Schweiz war mit rund 2 Millionen Besuchern und Besuchern ein voller Erfolg. «Das Züri Fäscht ist für die Ausstrahlung der Stadt sehr

wichtig, die touristische Bedeutung hält sich aber in Grenzen», sagt Maurus Lauber, Marketingleiter bei Zürich Tourismus. So reisten nur wenige Auswärtige extra für das Fest an, und die Auslastung der Betten sei während dieser Zeit nicht aussergewöhnlich hoch.



Tagsüber lockten Chilbibahnen Gross und Klein an.

«Das Züri Fäscht ist primär ein Fest für Zürich und die Umgebung», so Lauber weiter. Und er betont, dass die Street Parade für den Tourismus in Zürich viel wichtiger sei als das Züri Fäscht.

Bedenklich war laut der Stadtpolizei das Ergebnis der Alkoholkontrollen am Fest: Mehr als zwei Drittel der getesteten Beizen verkauften alkoholische Getränke an Jugendliche unter 16 Jahren. Der Zürcher Gastroverband wehrt sich gegen die Vorwürfe der Stadtpolizei. «Viele Festbeizer sind gar keine Wirte und schenken nur ab und zu an einem Fest Getränke aus», sagte Verbandspräsident Ernst Bachmann gegenüber Radio ZüriSee.

Laut der Website der Veranstaltung fand 1932 die erste Feier statt, damals hiess es noch Seemannsfest. Bis zum Beginn des 2. Weltkriegs wurden dann in unregelmässigen Abständen Seemannsfeste gefeiert. Erst nach dem Krieg erhielt das Fest den heutigen Namen: 1951 wurde das erste Züri Fäscht gefeiert. «Mit dem Anlass wollte man Geld für ein Jugendhaus sammeln», sagt Roland Stahel, Geschäftsführer des Vereins Zürcher Volksfeste. «Und es war wichtig, nach dem Krieg die Freude am Feiern wieder zu beleben.» Seit 1976 wird das Züri Fäscht in der heutigen Form durchgeführt und findet alle drei Jahre statt.

EVELINE SPAHR

## Wein

### Es wird mehr Walliser Wein getrunken

Seit 2005 hat der Walliser Weinbau um 4,9 Prozent zugelegt – auf Kosten anderer Schweizer Weine. Der Weinkonsum ging hierzulande von 2005 bis 2009 um 0,4 Prozent zurück. Dabei büsst die Schweizer Weine um 3 Prozent ein, die ausländischen Weine hingegen verbuchten ein Plus von 1,2 Prozent. Ohne Walliser Weine hätten die Schweizer Weine also noch mehr Marktanteile verloren, wie der «Walliser Bote» berichtete. Der Walliser Weinbau hat seinen Umsatz in den letzten Jahren von 389 Mio. auf 425 Mio. Franken steigern können. Das Wallis bringt 40 Prozent des Schweizer Weines auf den Markt. Das Wallis habe die Mehrverkäufe nicht durch Dumpingpreise erzielt, schreibt die Zeitung.

### Die Berner Staatsweine 2010 sind gekürt

Die Berner Staatsweine 2010 stehen fest: Der Volkswirtschaftsdirektor Andreas Rickenbacher präsentierte am 1. Juli die vier Gewinner des Wettbewerbs. In der Kategorie «Chasselas» siegte Claude Auberson aus La Neuveville. Beim «Pinot noir» gewann Theo Soland aus Twann. In der Kategorie «Rote Spezialitäten» hatte Stephan Martin aus Ligerz die Nase vorn, bei den «Weissen Spezialitäten» siegten Erich und Katharina Andrey aus Ligerz. Mit der Titelvergabe würdigt der Kanton Innovationen und Qualitätsanstrengungen im Berner Weinbau. esp

# Bauweise der Gastfreundschaft



## Päde's

**Patrick Schneider** (42) ist seit 35 Jahren ein leidenschaftlicher Hotelmann. Der passionierte Sammler trug 30000 Hotelprospekte aus aller Welt zusammen. Er lebt in Zürich und schreibt neu für die htr jeden Monat eine Kolumne.

Den heutigen Hotelfantasien sind wahrhaftig keine Grenzen gesetzt; Hotels auf Bäumen, im Eis oder sogar unter dem Wasser – Zimmer werden zu Schlafkapseln und ganze Städte als Hotels nachgebaut.

Angefangen hat es in Europa, wahrscheinlich bereits zu Römerzeiten. Strassen und Verkehrswege wurden gebaut, und weil man zu dieser Zeit oft tagelang unterwegs war, kamen findige Bürger auf die Idee, den Reisendenetierpflege und Unterkunft gegen Entgelt zu bieten. Das Gasthaus war geboren.

Gaststätten prägten die wichtigen Reise- und Transportrouten bis in die zweite Hälfte des 16. Jahrhunderts. 1774 feierte dann der erste Beherbergungsbetrieb mit der Bezeichnung «Hotel» in London seine Eröffnung. Die Idee dazu hatte ein Friseur, David Low. Das Londoner Grand Hotel entsprach aber in keiner Weise dem Hotelbetrieb, wie wir ihn heute kennen. In der Belle Epoque jedoch, als der erste Bauboom in Europas Städten herrschaftliche Bauten hervorbrachte, entstanden die ersten repräsentativen Hotels, welche diesen Namen auch verdienten. Bedenkt man, dass Hotels zu ihren Anfangszeiten lediglich einen Zweck zu erfüllen hatten – nämlich Durchreisenden ein Lager zu bieten –, entstanden zur Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert monumentale, schlossartige Hotels, die schnell zu enormer gesellschaftlicher Bedeutung aufstiegen.

Die anfänglich praktischen Gründe, welche die Leute veranlassten heranzuziehen und in fremden Betten zu nächtigen, wurden durch den Engländer Thomas Cook im 19. Jahrhundert massgeblich verändert. Reiste man vor der industriellen Revolution zu einem bestimmten Zweck, war jetzt auf einmal die Reise selbst der Zweck. Der Tourismus blühte auf, und monumentale Hotels auch ausserhalb der Ballungszentren wurden errichtet. Die eigentliche Hotel-



Hotelfantasien: Projekt «Everland», ein Einzimmerhotel, das an der Expo.02 geboren wurde. ZVZ

architektur war geboren. Seit dem Bau der ersten Hotels haben sich die Grundzüge der Architektur nicht sehr verändert und entsprechen, mit einigen Unterschieden, der Bauweise von Spitalern und Gefängnissen; eine Ansammlung von Schlafräumen entlang lang gezogener Flure mit diversen Wirtschaftsräumen und einigen gesellschaftlichen Räumen für das Vergnügen oder die Nahrungsaufnahme, welche von einem zentralen Eingangsbereich erreicht werden können.

Diese architektonischen Grundzüge waren bis nach dem Zweiten Weltkrieg die einzigen Gemeinsamkeiten – die Hotels unterschieden sich durch masslose Opulenz; die Räume wurden prunkvoll, oftmals mit orientalischen und asiatischen Einflüssen, ausgestattet. Bühnen für die oberen Zehntausend entstanden.

Der Untergang des Dritten Reiches war auch das Ende dieser Entwicklung, und der Pragma-

tismus hielt Einzug; die ersten standardisierten Hotelketten in den USA entstanden, und bald schwappten sie auf Europa über. Man kehrte dem Prunk den Rücken. Hotels, welche architektonisch unspektakulär waren und breite Bevölkerungsschichten ansprachen, schossen überall aus dem Boden, und die alten ehrwürdigen Paläste wurden dem Zeitgeist entsprechend umgestaltet. In den Siebziger-Jahren erreichte diese Entwicklung ihren Höhepunkt, und man stellte bald fest, dass Einheitsbrei an Architektur langweilt und sich das Aussehen der Hotels neu erfinden muss.

Die heutige Vielfalt an Gasthäusern, von opulent-traditionell über exzentrisch-modern bis hin zu auf das Maximum reduziert beweist: Individualismus ist wichtig – oder zurück zu den Wurzeln, mit modernen Einsichten.

tolle Aussichten

Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste, mehr Umsatz, mehr Gewinn. Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank

www.wirbank.ch

Basel • Bern • Chur • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

## Neue Bücher

### Grundlagen für Liebhaber der Naturküche

Dieses Einmaleins trägt den Produzenten, den Konsumenten und der Natur gleichermassen Rechnung und zeigt, dass Bio- lüngst nicht mehr nur mit Birkenstock oder Körnchenpicker gleichgesetzt wird. Der Begriff ist salonfähig geworden. In diesem Buch finden sich Porträts und Produktinfos ebenso wie rund 100 Rezepte. Zahlreiche Fotografien illustrieren die vielfältigen Facetten der Naturküche. saz



Erica Bänziger: **Das grosse 1x1 der Bio-Küche**. Rezepte, Warenkunde, Ernährung, Porträts. Fona Verlag, 249 Seiten, Fr. 44.80.

### Am Tisch mit hungrigen Seefahrern

Man kennt die Wikinger als kriegerisches Volk aus dem Norden.



Doch sicher nicht als nennenswerte Köche. Dieses Themenkochbuch widmet sich den kulinarischen Vorlieben der einstigen See-

fahrer. Es bietet nicht nur Rezepte, sondern stellt auch die Trink- und Essgewohnheiten der Wikinger in den historischen Zusammenhang. Vom gleichen Verlag ist auch ein Alemannen-Kochbuch erschienen. saz

Saeta Godetide, Carolin Küllmer: **Wikinger Kochbuch**. Verlag Felx, 160 Seiten, Fr. 25.50.

### 50 Oasen zum Wohlfühlen und Entspannen

Abschalten – und ein paar Tage ausspannen – das ist für die Gesundheit und das Wohlbefinden uner-



lässlich. Das Angebot an solchen Wohlfühloasen wird immer grösser. Dank eines neuen Wegweisers findet man sich in diesem Dschungel besser zurecht: Die Journalistin Gabrielle Attinger stellt darin 50 Spa-Hotels in der Schweiz und im Ausland vor. esp

Gabrielle Attinger: **Spa-Hotels im Trend**. 50 Wohlfühloasen in der Schweiz und in der nahen Umgebung, die verwöhnen, Energie spenden und heilen. Werd Verlag, 221 Seiten, Fr. 39.90.

### Alles rund um Bed and Breakfasts in der Schweiz

Der neue Bed and Breakfast Guide liefert alle nötigen Informationen zu B&B-Unterkünften in der Schweiz. Beschreibungen in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch sowie Kontaktadressen, Karten der einzelnen Regionen und Fotos helfen den Reisen-



den, eine geeignete Bleibe zu finden. Dank seiner handlichen Größe passt der Führer zudem in jeden Rucksack oder Koffer. esp

B n B Switzerland (Hg.): **Bed and Breakfast Switzerland 2010**. Die besondere Art sich unterwegs daheim zu fühlen. Keine Seitenangaben, 28 Franken.

### Der Hunger von damals und die Lust von heute

Sie ist einfach, bodenständig und in den Südbündner Tälern ein Klassiker: Die «Cucina povera»



diente einst vor allem dafür, den Hunger zu stillen. So trägt eine Speise den Namen «I mazzafam», Hungertöter. Das Buch verrät 75 Originalrezepte der Bergbewohner aus dem Puschlav, dem Bergell, dem Misox und dem Calanca. Die Texte sind auf deutsch und italienisch verfasst. Die Gerichte bestehen aus Grundzutaten wie Kartoffeln, Kastanien, Mais- und Buchweizenmehl, verfeinert durch Gemüse und Kräutern und ergänzt mit dem, was sich traditionell im Stall, Wald oder Fluss vorfindet. saz

Gianni Bertossa: **I mazzafam**. Originalrezepte aus den Südtälern Graubündens. AT Verlag, 168 Seiten, 35 Franken.



Zwei Vorgänger sind an diesem Standort gescheitert: Das «Roi» in Zürich-Wollishofen will nun als Schnittstelle zwischen Gastronomie und Shop überzeugen.

Bilder: Photopress/zvg

# Supercard für Gastrogast

**Das «Roi» in Zürich verquickt Gastronomie und Detailhandel in einer neuen Art: Mittels Kundenkarte können sich Gäste etwa einen «Fernseher essen».**

ANDREAS GÜNTERT

Für Fans von Blaublütern ist der Fall klar: Mit «Roi» muss das französische Wort für König gemeint sein und damit wohl der Gast, der stets König ist. Jean-Paul Saija allerdings, Initiator des gleichnamigen Konzepts in Zürich-Wollishofen, hat eine Erklärung aus der Finanzwelt: «Roi steht für den Return on Investment». Das Kürzel «Roi» bezeichnet den Wert, mit dem ein Investor seinen Gewinn aus einer Anlage berechnet.

## Die Rechnung im Restaurant wird auf einer Karte gutgeschrieben

Gewinn sollen auch die Gäste des «Roi» aus ihren Ausgaben schöpfen können. Beim Konzept, das Gastronomie und Detailhandel in einer ganz neuen Art verquickt, können Gäste ihren Rechnungsbetrag – oder Teile davon – für Einkäufe im «Roi»-Shop einsetzen.

zen. Konkret geht das so: Restaurant-Besucher können ihre Ausgaben auf eine Karte gutschreiben lassen, der Betrag ist ein Jahr gültig. Jeder zusätzliche Besuch öffnet das Konto. Mit diesem Guthaben können Gäste einkaufen im «Roi»-Shop, der von Marken-Partnern wie etwa Philips, Audi oder Bucherer bestückt wird. Man kann sich also, in den Worten Saijas, beispielsweise «einen Fernseher essen».

Wie genau der finanzielle Schlüssel zwischen Gastro- und Detailhandel funktioniert, mag Saija nicht offenlegen. Es ist aber davon auszugehen, dass die Markenartikler auf einen Teil ihrer Marge verzichten und von Gratis-Publizität im «Roi»-Magazin profitieren. Ferner können sie sich auf einer einzigartigen Marketing-Plattform zeigen und generieren über den «Roi»-Newsletter Kundenkontakte. Die Shop-Preise beruhen in der Regel auf Listenpreisen, mögen also etwas über denjenigen in Discountern liegen, sind aber nicht – wie Skeptiker vermuten könnten – unanständig hoch angesetzt. Saija zum Geschäftsmodell: «Das Restaurant ist der Motor, das Konzept liefert das Benzin dafür.» An der Schnittstelle zwischen Gastronomie und Shop hat Saija zudem eine Yield-Komponente eingebaut, um das Lokal an den stets schwierigen Werktagen besser auszulasten. Wer von Sonntag bis Mittwoch im «Roi» speist, erhält 100 Prozent des Rechnungsbetrages als Shopping-Wahrung gutgeschrieben; von Donnerstag bis Samstag sind es 50 Prozent. Das Konzept funktioniert auch im Gegenzug: Wer im «Roi»-Shop einkauft, erhält 30 Prozent des Betrages für einen Restaurant-Besuch gutgeschrieben.



Jungunternehmer Jean-Paul Saija und Myriam Eggers.

## Roi Die Rechnung mit dem Wirt machen

Im «Roi» in Zürich-Wollishofen ist eine mediterran geprägte Küche angesagt. Man setzt auf faire Preise; werktags etwa sind die Mittags-Menüs zwischen 25 und 28 Franken angesetzt. Das Lokal bietet 200 Plätze. Als Geschäftsführerin amtiert Myriam Eggers (zuvor Gastro-Beraterin). Für F&B zuständig ist Stefan Grieder (ex-Noohn, Basel), als Küchenchef Daniel Fischer (ex-Vertigo, Zürich). ag

www.roi-roi.ch



Der Restaurant-Shop mit Markenartikeln: Den Gästen werden die Essenskosten auf das Kundenkonto gutgeschrieben.

## Investoren wie Philipp Degen oder Hiestand waren zu Beginn verwirrt

Eine derart neuartige Geschäftsidee weckt beim nüchternen Eidgenossen Misstrauen. Auch die Investoren – zu ihnen gehören etwa die Fussballer David und Philipp Degen und Fredy Hiestand – waren zu Beginn verwirrt. «Wo liegt hier der Hund begraben?», fragte sich Hiestand. Er fand ihn nicht. Mittlerweile ist er davon überzeugt, «dass das alles funktionieren wird». Selbst für den langjährigen Gastronomie-Berater Peter Herzog hat die Verquickung von Gastronomie und Shopping in dieser Direktheit Neugierwert. «Hier wird quasi das System des Meilensammelns aus der Airline-Industrie in die Restaurant-Welt übertragen», sagt Herzog, «eine spannende Idee, die eher ein Marketing- als ein Gastrokonzept ist.» Wo Herzog die Herausforderungen sieht: «Zwei Vorgänger sind an diesem Standort gescheitert – man muss diese Location wieder positiv in die Köpfe der Leute bringen. Und «Roi» muss es schaffen, seinen Gästen ein relativ kompliziertes Konzept einfach zu erklären.»

## Hotellerie

### Suitehotel und Novotel Hand in Hand

Die Marke Suitehotel wird unter dem neuen Namen «Suite Novotel» in die Novotel-Familie aufgenommen. Die Marke stellte sich am 1. Juli in Luxemburg offiziell vor. «Novotel als internationaler Hotelgigant der gehobenen Mittelklasse ist ein starker Partner für Suite Novotel und hilft der neuen Marke, weltweit zu expandieren», erklärte Pierre Lagrange, weltweiter Marketingdirektor für Novotel & Suite Novotel.

## Gastronomie

### Vegi-Restaurant Tibits hat Luzern im Visier

Tibits will nach Luzern expandieren. Das Vegi-Restaurant Tibits beabsichtigt, in Luzern eine Filiale zu eröffnen. Laut der «Neuen Luzerner Zeitung» sucht die Kette zurzeit nach einem geeigneten Standort. Dem Gründer des Gastrobetriebs, Daniel Frei, schwebt ein Lokal in der Grösse von mindestens 250 Quadratmetern an zentraler Lage vor, so die Zeitung. Die Investitionskosten schätzt Frei auf rund 2 Millionen Franken. Die Restaurantkette Tibits betreibt bereits Lokale in Basel, Zürich, Winterthur, Bern und seit 2008 in London.

## Genuss

### Power-Drink für Kids ohne Koffein und Taurin



Was bisher Erwachsenen vorbehalten war, dürfen nun auch die Kinder: flüssige Power konsumieren. Der neue «Buffalo Junior Drink» richtet sich explizit an die Kleinen und verzichtet ganz auf Koffein und Taurin. Dafür enthält das Muntermacher-Getränk L-Carnitin, das benötigt wird, um auch bei erhöhter Belastung leistungsfähig zu sein.

Zudem ist das Getränk reich an Vitamin B6 und B12, Acai-Beeren und Traubenzucker. Der Power-Drink ist unter anderem zu kaufen bei CC Angherrn, im Getränkefachhandel und beim Schweizerischen Kiosk-Inhaber-Verband.

## Nusstorte zu wenig bündnerisch

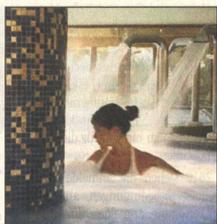


Die Bündner Nusstorte könnte mit Nüssen aus Graubünden noch bündnerischer werden. Eine Studie hat ergeben, dass der Anbau und die Verarbeitung von Walnüssen im Kanton wirtschaftlich möglich wären. Alpina, die Vermarktungsplattform für Produkte aus dem Berggebiet, hat die Studie in Auftrag gegeben. Sie wollte damit prüfen lassen, ob es möglich wäre, den Walnussanbau in Graubünden rentabel zu machen. Alpina vertritt im Vorfeld, es sei unbefriedigend, wenn die namensgebende Zutat in der Nusstorte nicht aus Graubünden komme. Die Nüsse stammen vor allem aus den USA, Frankreich und Bulgarien.

# Spa-Packages mit Glamour geschnürt

**Ein spanisches Luxus-Resort verpackt sein Spa-Angebot in Glanz und Gloria. Es wirbt mit Namen einstiger Filmgrößen.**

SAMIRA ZINGARO



Spa-Angebote mit klingenden Namen sollen Gäste anziehen.

Es gibt Namen, die funkeln. Grace Kelly ist so einer oder auch Audrey

Hepburn. Sie erinnern an jene Zeiten, in denen die Welt des Jet-Sets noch ehrfürchtigen Glanz versprühte. Legenden sterben nie, hat sich vielleicht das spanische Marbella Club Golf & Spa Resort gedacht. Oder doch eher: Mit Speck fängt man Mäuse, mit Glamour Gäste?

Wie dem auch sei: Die Luxus-Anlage an der Costa del Sol – zwischen Marbella und Puerto Banus – hat sein neu aufgelegtes Spa-Angebot nach Stars und Sternchen von damals benannt. Als eine «Hommage an seine berühmten

Gäste» von damals, heisst es in der Pressemitteilung.

«Schön wie Brigitte Bardot» nennt sich etwa eines der Wohlfühl-Packages, das darauf fokussiert, die Alterung der Haut zu verlangsamen. Das Ergebnis soll «jüngendlich frisch» wie einst Brigitte Bardot sein. Ähnliches verspricht der «Grace Kelly Energizer». Dieses Spa-Programm soll belebend wirken und die «Haut zum Leuchten bringen». Wer nach der perfekten Bikinifigur strebe, dem empfehle man die «Liz Taylor Diamantdiät», ein Muss, so der Presstext. Unter

anderem hilft hier ein persönlicher Trainer mit Wassergymnastik oder eine Massage, die der Orangenhaut vorbeugt. Schliesslich kann man «Strahlen wie Audrey Hepburn». Die Behandlungen sollen unter anderem verhelfen, die Haut zu verjüngen.

Der Marbella Club gehört zu den «Leading Small Hotels of the World». Er beherbergt 121 Luxuszimmer und -suiten sowie 14 Villen mit privaten Gärten und Pools. Was der Presstext nicht verrät: dass selbst der legendäre Jet-Set nie mehr so jung wird wie damals.

## Mit Bike und Badekappe

**Ernst Bromeis hat viel vor: Er will die grössten Schweizer Seen durchqueren. Seit einer Woche ist er dabei, den Traum zu verwirklichen.**



Andrea Badrutt/zyg  
**Ernst Bromeis zwischen Rütli und Tetsplatte im Vierwaldstättersee.**

Ernst Bromeis meinte nach dem ersten Tag euphorisch: «Fürmich ist heute ein Traum in Erfüllung gegangen. Ich freue mich auf das, was noch kommt.» Am zweiten Tag ging es mit dem Bike über den Gottard, 120 Kilometer von Altdorf nach Brissago. Der Churer war danach etwas erschöpft. «Das war anstrengend. Es war extrem heiss und ich hatte sehr viel Gegenwind.» Am dritten Tag

durfte Bromeis wieder ins kühle Wasser tauchen – er schwamm von Brissago nach Tenero. «Das war der erste grosse Schwimmtag. 16 Kilometer sind lang, aber mein Kopf scheint sich langsam an die Strecken zu gewöhnen.» Am nächsten Tag stand die längste Etappe mit dem Velo auf dem Programm. 228 Kilometer biken, 15 Kilometer laufen: Von Tenero nach Sion, und das bei 30 Grad.

Am folgenden Morgen weckte sich Ernst Bromeis mit einem Bad im unterirdischen See St-Léonard. Weiter ging es mit dem Bike nach Villeneuve und dann auf dem Wasserweg nach Montreux. Nach den ersten fünf Etappen erholte sich Bromeis am Dienstag von den Anstrengungen. Am 7. Juli geht das Abenteuer weiter: Bromeis schwimmt von Montreux nach Lausanne.



### Zur Person Guglielmo L. Brentel

Der Präsident von hotellerieuisse schwamm bei der Lancierung des Projekts «Blaues Wunder» am 1. Juli mit Ernst Bromeis beim Start im Vierwaldstättersee mit.

[www.htr.ch/blaueswunder](http://www.htr.ch/blaueswunder)

**1. «Mein Traum wurde wahr», sagte Ernst Bromeis. Sie sind mitgeschwommen – war's auch für Sie ein Traum?**  
Wasser war schon immer mein Element, ich bin ja zwischen zwei Seen, dem Thuner- und dem Brienzsee aufgewachsen und alle meine bisherigen 19 Wohnadressen waren in der Nähe eines Wassers. Ein tolles Erlebnis mit Bromeis, er ist ein positiver, nicht missionarischer Mensch.

**2. Wie weit konnten Sie mit halten?**  
Leider fühlte ich mich behindert durch den ungewohnten Anzug, ich konnte mich nicht richtig bewegen und musste Bromeis daher rasch ziehen lassen, um ihn nicht zu behindern. Eigentlich wollte ich ihn drei, vier Kilometer weit begleiten, diese Strecke schwimme ich öfters. Das Ganze war für mich keine Aibübung, wir nehmen dieses Engagement für die Umwelt ernst, und Ernst Bromeis fand dies auch «total

cool». Das ist ein ganz toller, anständiger Typ!

**3. Aus welchem Grund engagiert sich hotellerieuisse für das «Blaue Wunder»?**  
Es ist wichtig, dass wir gutes Wasser haben und diesem Sorge tragen. Unser Tourismus lebt von einer intakten Umwelt. Solche Projekte zeigen dies auf lustvolle, gute Art. Deshalb überzeugt uns diese Aktion.

**4. 28 Mitgliederhotels machen mit. Zufrieden?**  
Extrem! Unsere Hotellers sind einfach lässige Typen. Die machen mit und sind dabei, wenn wir gute Themen für unsere Branche bringen, sei dies der Filmaward oder jetzt das Blaue Wunder. Für ein Hotel am Wasser ist das doch eine tolle Sache – und so hatten wir auch null Problem, die 28 Häuser für Bromeis' Übernachtung zu finden. Hotellers investieren eben für ihren Ruf und die Zukunft unseres Landes. eho

**D**as Abenteuer von Ernst Bromeis hat begonnen. Seit letzten Donnerstag ist der 42-jährige Churer unterwegs. Sein Ziel: Bis zum 1. August will er die grössten Seen der Schweiz durchschwimmen und so auf den Wert des Wassers aufmerksam machen. Die ersten Kilometer legte Bromeis im Vierwaldstättersee zurück, er schwamm von Rütli nach Flüelen. Der Präsident von hotellerieuisse Guglielmo L. Brentel begleitete den Sportler ins 14 Grad kalte Wasser.

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

**Herausgeber/Editeur**  
hotellerieuisse  
Morbiystrasse 130, Postfach, 3001 Bern

**Redaktion**  
Chefredaktion: Elisabeth Hölzle/rho.  
Stellvertreterin: Simone Letner/Fischer/ls.  
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Resortleitung aktuell), Christine Königler/K (Resortleitung fokus), Simone Letner/Fischer/ls (Resortleitung dolcevita), Eugenio D'Alessio/eda (Resortleitung cahier français), Alexandre

Caldarajaca, Franziska Egli/fee, Miroslaw Halabala/mh, Theres Lagler Berger/ft, Gudrun Schlenker/sgg, Karl Josef Vending/Nvc, Samira Zingaro/soz.

**Bildredaktion/Fotograph** Alan D. Bollat/adb.  
Layout: Roland Gerber/berg, Regula Wolf/irwo (CO).  
Korrektorat: Paul Le Grand.  
Volantierin: Eveline Späty/esp  
Online-Redaktion: Melanie Roth/rm.  
Sekretariat: Sabina Jörg Patoku, (Leitung), Natalie Alesch, Beatrice Gertschen

**Verlag**  
Leitung: Barbara König.  
Assistentin: Monika Hausmann/m.  
Stellensinners: Angela Di Renzo, Patricia Nobis.  
Geschäftsanzettel: Michael Müller, Bodo Urs Schönenberger.  
Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.  
Auflage: WEMF-begabte 2008/09, verkaufte Auflage: 10 732; Gratisauflage: 769.

**Verkaufspreise** (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.–, ISSN: 1424-0440

**Kontakte**  
Adresse: Morbiystrasse 130, Postfach, 3001 Bern  
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch  
Abonnement: Telefon 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](http://www.htr.ch)  
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.  
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable

## MARKTNOTIZEN

### Brandschutz für ein sicheres und angenehmes Gefühl

Der Sicherheit von Hotelgästen sollte höchste Priorität eingeräumt werden. Die Gäste sollen davon ausgehen können, dass alles für ihren sicheren Aufenthalt getan wurde und sie durch keine Unannehmlichkeiten gestört werden. Im Bereich Brandschutz kann das Hi-Fog-Hochdruck-Wassernebel-System von Contrafeu gezielten Schutz bieten. Es kann in architektonisch besonders wertvollen Gebäuden einen Brand ohne nennenswerte Wasserschäden löschen. Herkömmliche Sprinkler- und Sprühfutanlagen können sehr grosse Wasserschäden verursachen. Auch der nachträgliche Einbau ist schwierig. Hi-Fog-Systeme lassen sich hingegen dank ihren sehr dünnen Rohrleitungen leicht einbauen und ermöglichen damit eine schnelle und einfache Installation.



Die Hi-Fog-Sprühvorrichtungen bekämpfen Feuer mit einer Kombination aus Kühlung, Sauerstoffverdrängung und Abschirmung der Hitzeabstrahlung.

Das Hi-Fog-System benötigt deutlich weniger Wasser als herkömmliche Anlagen. Weil Leitungswasser verwendet wird, sind Menschen, Sachwerte und Umwelt keiner zusätzlichen Gefahr ausgesetzt. Hi-Fog bietet hervorragende Brandbekämpfungseigenschaften durch die Kombination von Kühlung, Sauerstoffverdrängung und Abschirmung der Hitzeabstrahlung. So wird dem Feuer buchstäblich jede Überlebenschance entzogen. Das Hi-Fog System kann auch in grossen und sehr hohen Gebäuden eingesetzt werden. Für die Zentraltechnik wird nur wenig Raum benötigt.

[www.contrafeu.ch](http://www.contrafeu.ch)

Mit E-Guma lassen sich das Gutschein-Business und das Marketing effizient und individuell verwalten.



### Mit wenig Aufwand zur individuellen Gutscheinverwaltung

Hotellers und Unternehmer sehen im hocheffizienten und äusserst bedienerefreundlichen E-Commerce-Gutschein-Management-Systems E-Guma immense Vorteile. Originell und schön gestaltete Gutscheine mit Logo und Design des Betriebes werden auf der Website individuell präsentiert. Die Gutscheine können online gekauft, per Kreditkarte oder Rechnung bezahlt und direkt zuhause ausgedruckt werden. Dank der durchdachten Verwaltungsebene wird der Administrationsaufwand mit E-Guma auf ein absolutes Minimum reduziert. Statistiken, Reports, Schnittstellen zu Buchhaltung, PMS und Kassen gehören dazu. Auch integriert sind Internet-Marketing-Tools zur effizienten Kundengewinnung. Sogar alle bisher vom Betrieb ausgestellten Gutscheine können ins System aufgenommen werden, das oft herrschende und aufwändige Gutscheinchaos ist damit Vergangenheit. Führende Betriebe wie der Europapark in Rust, das Hotel Seemann Plaza in Pfäffikon oder das Hotel FerienArt in Saas Fee setzen die umfassende Lösung mit grossem Erfolg ein. Sie sind nicht nur von den Einsatzmöglichkeiten begeistert, sondern auch von der hohen

Flexibilität der Firma Idea Creation GmbH, die auf die individuellen Wünsche des jeweiligen Betriebes eingeht und eine umfassende Betreuung garantiert. Die einzigartige Software der neusten Generation garantiert lukrative Zusatzgeschäfte zu einem Top-Einführungspreis.

[www.ideacreation.ch](http://www.ideacreation.ch)

### «Swiss SVG-Trophy» ist mehr als eine Auszeichnung



Mit der «Swiss SVG-Trophy» sollen die tollen Leistungen in der Gemeinschaftsverpflegung belohnt werden.

Die Betriebe der Schweizer Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie verpflegen täglich über eine Million Menschen. In Spitälern, Mensen und Personalrestaurants werden höchste Ansprüche gestelt und auch erfüllt. Mit der «Swiss SVG-Trophy» sollen die Leistungen der Berufsleute in diesem bedeutenden Wirtschaftszweig belohnt werden.

Gesund, schmackhaft, abwechslungsreich und preiswert müssen die Angebote in der Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie sein. Und das jeden Tag. Viele Gäste nutzen die Angebote an jedem Arbeitstag, sind häufig sogar auf diese Verpflegungsmöglichkeit angewiesen. Den Gastronomen steht oft nur ein kleines Zeitfenster zur Verfügung, um mehrere Dutzend Personen mit gleich hoher Qualität zu bedienen und

kulinarisch zu verwöhnen. Gemeinschaftsgastronomie ist ein «Mannschaftssport», und was die Betriebe täglich leisten ist Spitzensport. Hervorragende Berufsleute mit Leidenschaft für ihren Beruf sind nötig. Können und Kreativität müssen Hand in Hand gehen. Diese Leistungen will der SVG, der Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie, honorieren.

Gemeinsam mit Pistor als Hauptsponsor der «Swiss SVG-Trophy» und dem Schweizer Kochverband mit seinem grossen Wettbewerbs-Know-how wurde das Projekt erarbeitet. Erstmals können sich nun die Betriebe der Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie in einem auf sie massgeschneiderten Team-Wettbewerb messen.

Dabei sein ist zwar alles – aber nicht nur. Sechs Teams können den Final erreichen, die drei besten von ihnen erhalten neben einer Auszeichnung mit Diplom auch ein Preisgeld. Das Sieger-Team der «Swiss SVG-Trophy» wird zudem offiziell für die Olympiade der Köche nominiert.

Seit dem 16. Juni 2010 stehen die Anmeldeunterlagen und Wettbewerbsbedingungen auf [www.svg-trophy.ch](http://www.svg-trophy.ch) zur Verfügung. Anmeldeschluss ist der 31. Oktober 2010.

[www.svg-trophy.ch](http://www.svg-trophy.ch)

### Neuer Glanz und bewährte Technik für das Hotelbad

Nur das Beste ist gut genug – eine vielgehornte Aussage bei Hotels. Sie gilt auch beim «The Grand Hotel Dolder» in Zürich. Dieses hat seine Luxus-suiten kürzlich mit dem extravaganten und hochwertigen Haartrockner Solis IQ-7 Moonlight ausgerüstet. Dieses Modell ist mit echten Crystallized™-Swarovski Elements verziert und verwandelt damit jedes Badezimmer in eine strahlende Beauty-Oase. Solis-Geräte sind Profigeräte und als solche erstmals für den Hotelbedarf erhältlich. Das Solis-Hospitality-Sortiment hat diverse Haartrockner mit Profi-Technik anzubieten. Alle Modelle können auf Wunsch mit Spiral-Kabel ausgestattet werden. Solis stellt seit 1933 Haartrockner her und hat sich als Leader im professionellen Markt positioniert. Durch die eigene Schweizer Fabrik kann sie sich voll und ganz auf die Kundenwünsche fokussieren.

[www.solis.ch](http://www.solis.ch)



Der Haartrockner Solis IQ-7 Moonlight verstrahlt mit echten Crystallized™-Swarovski Elements deren Luxus – in Profiqualität.

# cahier français

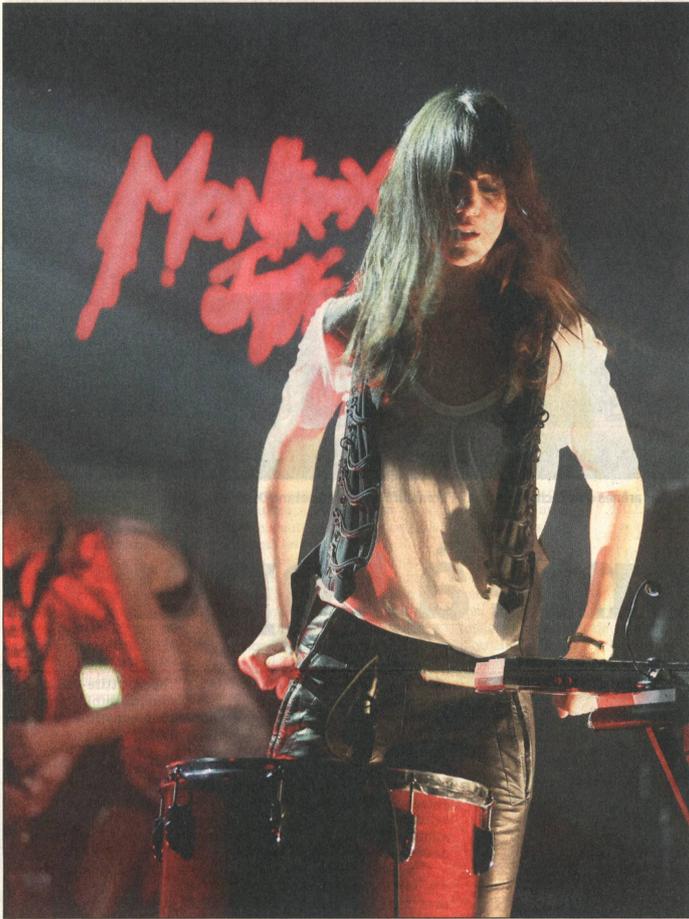
htr hotelrevue No 27/28 / 8 juillet 2010



**Europe orientale**  
L'Est ne peut pas encore rivaliser avec la Suisse sur le plan touristique.  
Page 21



**Genève**  
L'Hôtel InterContinental poursuit sa rénovation.  
Une facture à 100 millions.  
Page 23



Le Montreux Jazz Festival attire toujours une belle brochette de stars. Ici Charlotte Gainsbourg.

Daniel Balmat/Adf

## Montreux, un festival roi

Connue dans tous les recoins de la planète, la manifestation enfantee par Claude Nobs, un ancien de l'Office du tourisme montreuisien, offre à la ville vaudoise une vitrine planétaire aux dimensions étourdissantes. «La puissance de l'impact international du festival, accentuée par les quelque huit cents journalistes mobilisés pour l'occasion, est phénoménale. Il s'agit de l'événement phare de l'année pour toute la région», s'exclame Harry John, directeur de Montreux-Vevey Tourisme.

Quelques chiffres donnent la mesure du rôle de locomotive touristique qu'assume le Montreux Jazz. «Ce rendez-vous musical, qui dispose d'un budget de 20 millions de francs, draine pendant seize jours près de 230 000 personnes, dont 100 000 achètent un billet. Il génère près de 55 000 nuitées hôtelières et un chiffre d'affaires global de quelque 35 millions de francs», indique Harry John.

### Une clientèle qui vient du monde entier

Mieux, la clientèle possède un cachet international qui fait parfois défaut à d'autres manifestations du même acabit: «Environ 20% des visiteurs proviennent de l'étranger, 30% sont alémaniques et 50% résident en Suisse romande, dans l'Arc lémanique notamment», explique le directeur de Montreux-Vevey Tourisme. D'ailleurs, la colla-

**Le Montreux Jazz Festival fait rayonner la cité de la Riviera sur les cinq continents. Coup de projecteur sur un colosse touristique.**

EUGENIO D'ALESSIO

laboration entre l'office du tourisme et l'équipe dirigeante du festival s'exerce à tous les niveaux: la programmation pour les médias, l'organisation du logement et la planification des séjours sont, entre autres, menées de concert. «Et il

### Le Paléo de Nyon, l'autre géant de la scène musicale

Le Paléo Festival, qui se tiendra du 20 au 25 juillet, est, avec le Montreux Jazz, l'autre monstre sacré des festivals romands. Né en 1976, il a attiré l'année dernière la bagatelle de 230 000 spectateurs, dont une forte majorité de Romands (85%). La clientèle alémanique et internationale est, elle, plus clairsemée (respectivement 3% et 12%). Le Paléo affiche un budget de 21 millions de francs. eda

[www.paleo.ch](http://www.paleo.ch)

n'est pas rare que nous mettions sur pied au Centre des congrès des rencontres avec des clients fidèles, qui peuvent être des tours-opérateurs», précise Harry John.

### Une collaboration aux allures de fondement historique

Cette communauté de destin et cette symbiose avec le tourisme montreuisien constituent un des fondements historiques du Montreux Jazz Festival, confirme, dans le sillage d'Harry John, Francesco Laratta, le responsable du service de presse de la manifestation: «A sa naissance, en 1967, le rendez-vous musical créé par Claude Nobs avait pour objectif prioritaire de rendre plus visible et plus attrayante l'offre culturelle de Montreux et, partant, de revitaliser le tourisme de la Riviera vaudoise.» Non content d'illuminer la scène du tourisme de la cité lémanique, le Montreux Jazz Festival s'affirme comme une marque aux ramifications internationales grâce, notamment, à un système de franchise enraciné à Singapour, Tokyo ou Atlanta.

Les Montreux Jazz Cafés (MJC), qui ont déjà pris leurs quartiers aux aéroports de Genève et de Sydney (voir l'hotel revue du 17 juin), contribuent également à la notoriété de la manifestation. Ils batront d'ailleurs la mesure des festivités montreuisiennes au 13e Sommet de la francophonie, qui est agendé du 22 au 24 octobre.

[www.montreuxjazz.com](http://www.montreuxjazz.com)

## Street et Lake Parade, deux mondes

La Street Parade aime un million de personnes qui font trembler Zurich pendant tout un week-end au son de la techno. La Lake Parade de Genève est, elle, réputée plus personnelle.

SIMONE LEITNER/VELINE SPAHR

Chaque année, en août, Zurich fête sa Street Parade, top événement au rayonnement international. Un million de personnes dansent dans les rues au son de la musique techno.

Pour Zurich Tourisme (ZT), c'est un coup de chance. Depuis 10 ans, il profite de la Street Parade comme instrument de relations publiques, invite des journalistes des quatre coins du monde et s'immerge complètement dans la foule. «Grâce à

cette techno parade, nous montrons une autre facette de Zurich», dit Maurus Lauber, directeur du marketing de ZT. Le 14 août, les journalistes seront de nouveau de la partie et rendront compte d'un Zurich fou, coloré et sexy. «Une fantastique publicité pour nous», souligne Maurus Lauber. Stefan Epli, de la Street Parade, apprécie aussi le travail commun avec ZT: «Pas étonnant, la manifestation fait venir tant de touristes à Zurich, plus

qu'aucun autre événement.» Même les hôteliers s'y sont mis: «Aujourd'hui, nous célébrons l'événement et organisons une immense party d'environ 700 personnes sur notre terrasse», révèle Michel Rey, directeur de l'Hôtel Baur au Lac.

Deson côté, Genève organise depuis 14 ans la Lake Parade. Genève Tourisme par contre ne l'utilise pas comme outil marketing, mais se contente depuis 2005 d'y faire référence sur son site web. Par rapport à

sa grande sœur de Zurich, la Lake Parade a la réputation d'être plus personnelle et pas commerciale, même si elle est financée par des sponsors. En 2006, 350 000 personnes l'ont célébrée. Cette année, elle aura lieu le 10 juillet avec plus de 100 DJ's et live acts. Et après le défilé aura lieu une grande party, la Lake Sensation.

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un article de la page 15



La Street Parade, un rendez-vous techno incontournable.

ANNONCE

reception@hotelleriesuisse

L'accès à votre activité future de réceptionniste d'hôtel

[www.hotelleriesuisse.ch/reception](http://www.hotelleriesuisse.ch/reception)  
Téléphone 021 320 03 32

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

### INSPIRATIONS À LA CARTE

Vous trouvez les idées du tourisme suisse excellentes mais pas encore géniales? Venez chercher l'inspiration sur [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch).

PURITY C -  
la solution flexible



<http://professional.brita.ch>

Events tous azimuts

## Manifestations

### La danse contemporaine dans la rue

Depuis le 3 et jusqu'au 18 juillet, Neuchâtel accueille la danse contemporaine avec son festival Scène ouverte. Breakdance à la fontaine de la Justice, théâtre acrobatique à la place du port, un public invité à participer aux changements de situations à la place Pury. La danse présentée à Neuchâtel se joue de toutes les pesanteurs avec des compagnies réputées et fidèles comme le Marche Pied, Irina Lorez ou 7273. Un festival détendu dans les rues, plus sophistiqué et pointu en soirée.

www.adh-scene-ouverte.ch

### Jacques Higelin les pieds dans le lac de Morat



Vingt bougies pour l'Estivale Open Air d'Estavayer-le-Lac (FR), un bijou de petit événement de chanson française et de rock avec une grande affiche du 28 au 31 juillet. Jacques Higelin et son érotisme lumineux, le glamour étheré de l'Australienne Micky Green, le chant écorché de Raphaël. Et le plus délégué des employés de métro et ses Wampas.

www.estivale.ch

### Au son des étudiants de l'Académie d'été



Près de 350 étudiants du monde entier prennent part à l'Académie de musique Tibor Varga, à Sion. Cette 48e édition permettra de découvrir ces jeunes talents de la musique ancienne à Ovronnaz, Sierre et même à l'Hôtel Bella Tola de Saint-Luc. Des rendez-vous dans la vieille ville de Sion sont organisés du 15 juillet au 15 août.

www.amsion.ch

### Un florilège d'indisciplines vers la Cathédrale

Plus multidisciplinaire que jamais! Depuis mardi et jusqu'au dimanche 11 juillet, le Festival de la Cité de Lausanne frappe par la variété de ses ambiances. On peut y entendre de la musique jazz et rock sous l'arche du pont Bessière, découvrir le jardin de plantes urbaines de Sophie Guyot et un nouveau plateau à 360 degrés sur la place du Château. Le Festival permet aussi d'apprendre «Comment allumer une guirlande de Noël en plein été», d'écouter l'élégance surannée de François Breut ou d'entendre un texte de Valère Novarina.

www.festivalcite.ch

**Culture. Tourisme.** Les manifestations musicales ou artistiques attirent un public nombreux. La preuve avec le bel canto à Avenches et «Street Painting #5» à Vercorin.

### Le Festival d'opéra d'Avenches, agendé cette année jusqu'au 16 juillet, s'apparente à une poule aux œufs d'or pour le tourisme local. Tour de chant.

EUGENIO D'ALESSIO

Cette manifestation culturelle a permis de replacer Avenches sur une carte géographique et de moderniser, de rajouter l'image de notre cité. Michel Doleires, le directeur d'Avenches Tourisme, bénit le festival d'opéra comme un cadeau du ciel pour le tourisme de ce coin de pays. «Avant 1995, année de fondation du festival, Avenches était avant tout associée aux vieilles pierres de la Rome antique, à un lieu touristique intéressant, mais un rien barbant. Or, l'avènement de l'opéra est à l'origine d'un gain d'image extraordinaire», explique, ravi, Michel Doleires.

Les retombées économiques de ce rendez-vous culturel sont, on s'en doute, de tout premier ordre. «En quinze ans, le bel canto a aimé à Avenches près de 600 000 personnes et généré sur la région quelque 3000 nuitées par édition, soit une proportion de 20% des nuitées annuelles», révèle Michel Doleires. Plus impressionnant encore, le festival d'opéra réalise en moyenne un volume d'affaires supérieur à 5 millions de francs. Les hôteliers et les restaurateurs, eux, sourient à pleines dents. «Pendant le festival, j'affiche tous les jours complet, à tel point que je dois refuser du monde. Mes vingt et une chambres trouvent systématiquement preneurs. Et c'est le cas pour tous les hôteliers de la place avenchoise», lâche Yves Faivre, le directeur de l'Hôtel de la Couronne, un trois-étoiles planté au cœur de l'ancienne cité romaine. «Les soirs de festival, mon restaurant aligne près de cinq cents couverts, alors qu'habituellement, ce chiffre est plutôt d'une soixantaine. Globalement, une journée d'opéra équivaut à un semaine de chiffre d'affaires moyen», raconte Yves Faivre.

Quant au public, il est constitué à 40% d'Alémaniques et à 60% de Romands. «Ces derniers provien-



Une scène de «Lucia di Lammermoor». Les arènes d'Avenches mettent à l'honneur l'opéra de Gaetano Donizetti.

## De Rome à l'opéra

nent en majorité du bassin lémanique, de l'Arc jurassien et de Fribourg, alors que les Alémaniques sont surtout de Bienne, du Mittelland ou de Soleure», précise Michel Doleires. Parmi ces passionnés, il y a certes des mélomanes, mais aussi

des personnes attirées par un événement culturel de renom ou séduites par les arènes. «Le prototype du client ressemble toutefois à un cinquantenaire avec un fort pouvoir d'achat», selon le directeur d'Avenches Tourisme.

Et l'avenir? Michel Doleires se veut optimiste tout en restant réaliste: «Nous ressentons une certaine concurrence, car les événements en plein air sont nombreux en Suisse.»

www.avenches.ch/opera



### A chaud Elena Mosuc

Soprano d'origine roumaine. Elle interprète le rôle-titre de «Lucia di Lammermoor», l'opéra de Gaetano Donizetti à l'affiche de la 16e édition du Festival d'Avenches. Elle se produit à l'Opéra de Zurich depuis près de vingt ans.

### 1. Vous avez voyagé aux quatre coins de la planète. Que vous inspire l'atmosphère d'Avenches?

C'est un lieu à l'écart, tranquille, très beau, où l'on rencontre des gens d'une grande gentillesse. Je ressens dans cette cité un sentiment ambivalent, avec une atmosphère à la fois de travail et de vacances.

### 2. Quel regard portez-vous sur l'association entre opéra et antiquité romaine?

Lier musique et histoire dans des arènes comme celles d'Avenches ou de Vérone est sans conteste un plus pour l'intensité et la beauté du spectacle et, partant, pour le plaisir des spectateurs. J'y vois là une association idéale, artistiquement et psychologiquement prenante. Les arènes d'Avenches sont d'ailleurs un endroit traversé par une forte énergie positive.

### 3. L'opéra attire-t-il, selon vous, un public typé, homogène, constitué uniquement de mélomanes?

Pas toujours. D'ordinaire, une grande partie des spectateurs connaît l'opéra, mais d'autres sont de véritables béotiens dont le bel canto plaît tout simplement à l'oreille. Plus généralement, il existe un public jeune qui devrait assurer la pérennité de cet art, le plus complet de tous à mes yeux.

### 4. Quel a été, à ce jour, votre plus belle expérience scénique?

Mon interprétation dans La Traviata à la Scala de Milan. C'était en 2007. L'expérience a été magique. J'ai éprouvé sur la scène milanaise des sentiments vraiment grandioses. J'étais en transe, applaudie comme une reine par une nuée de spectateurs enthousiastes.

## Une étoile abstraite à Vercorin

Quand un village valaisan de montagne rencontre l'art contemporain, cela provoque des étincelles. Lang et Baumann proposent leur vision du bitume pour un été coloré.

ALEXANDRE CALDARA

La rencontre insolite des habitants d'un village traditionnel et d'une intervention artistique. Une œuvre d'art sur laquelle on peut marcher, rouler, rêver, sans à aucun moment la voir en entier. Des lignes de couleurs déjà terminées et dont le vernissage aura lieu le vendredi 9 juillet, à Vercorin. Il s'agit du deuxième événement proposé par l'association R&Art. Il attire un public suisse



L'intervention de Lang et Baumann a mobilisé des énergies.

en majorité et quelques férus d'expositions internationales d'art contemporain alléchés par le prestige des artistes. La place centrale du village et quatre rues transversales accueillent une fresque géante

de L/B. Sabina Lang et Daniel Baumann, couple d'artistes bernois habitué à imaginer des œuvres monumentales par exemple sur le terrain de football du Dynamo Kiev. Ils sont aussi inventeurs d'un

concept hôtelier avec «Everland», un hôtel éphémère prêt à héberger pour une seule nuit des clients fous d'un usage d'Expo.02.

À Vercorin, ils ont réalisé «Street Painting #5». Une peinture en forme d'étoile qui se déploie en enlacement de lignes empruntant différentes directions. Le designer d'origine valaisanne Jean-Maurice Varone, fondateur de R&Art, explique la genèse de l'œuvre: «Jean-Paul Felley, le co-directeur du Centre Culturel Suisse de Paris, a beaucoup apprécié l'intervention de Felice Varini sur les chalets l'an dernier. Il nous a suggéré de contacter L/B, des artistes habitués à réfléchir à l'échelle d'un lieu, sur des dimensions extraordinaires.» La réflexion de L/B s'est ensuite orientée ainsi: «Pour apporter une variation spatiale à un village typi-

quement valaisan habité depuis des siècles et visité par de nombreux visiteurs, il semblait très intéressant d'intervenir avec un élément aussi simple que la couleur», explique le couple d'artistes dans un texte écrit pour l'installation.

À première vue, les cinq couleurs choisies vives et aux tons parfois durs contrastent nettement avec le cœur du village. Et pourtant, le choix n'a pas été effectué par hasard, pour tuer la monotonie du bitume: «Le bleu changeant du ciel, le jaune des fleurs et des panneaux de tourisme pédestre, le rouge foncé qui rappelle les nuances de bois. L'intégration dans le village est subtile», juge Jean-Maurice Varone. L'œuvre de L/B est à découvrir jusqu'au 3 octobre.

www-art.ch

**Tourisme. Europe orientale.** La région a un fort potentiel de développement, sur le plan hôtelier notamment. Mais elle ne représente pas pour l'heure une concurrence pour la Suisse.

## L'Est, le rival qui monte

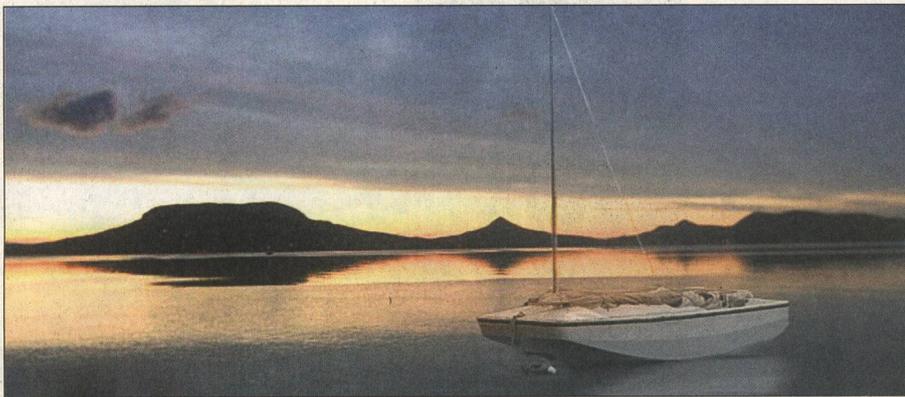
L'Europe de l'Est s'équipe sur le plan touristique. Mais selon Urs Wagenseil, ces destinations ne représentent pas encore une concurrence pour la Suisse.

CHRISTINE KÜNZLER

Urs Wagenseil, professeur à l'Institut de tourisme de Lucerne, en est convaincu: l'Est a un potentiel touristique. Mais le développement exige encore du temps. Ainsi, alors que le développement touristique a besoin d'un leadership stratégique, ces pays répugnent à gérer une branche de manière centralisée, sans doute en raison de leur expérience politique.

### Avec des organisations de développement

Si les Etats soutiennent les projets financièrement ou par des soutiens en personnel, de manière à ce qu'ils puissent être réalisés sur le terrain, ils le font le plus souvent en collaboration avec des organisations de développement, comme l'Onudi. Il leur serait difficile de faire cavalier seul. De tous les pays de l'Est, c'est la Pologne qui est la plus avancée touristiquement, car



Un coucher de soleil sur le lac Balaton, en Hongrie. L'Europe de l'Est présente des paysages variés.

elle jouit de sa proximité avec l'Allemagne. À court et moyen terme, ces pays ne sont pas vraiment une concurrence pour la Suisse. A long terme, peut-être, comme ce fut le cas pour les pays arabes.

Urs Wagenseil, qui a séjourné dans les Balkans, aime la campagne et l'hospitalité de ces contrées. Les paysages sont variés, mais rien de comparable avec la Suisse. Parce qu'ils ont une culture forte dans ce domaine, ces pays bénéficient d'une crédibilité s'agissant des soins médicalisés et du wellness.

Pourtant, les infrastructures ne peuvent encore rivaliser avec d'autres pays européens.

Pour les sports d'hiver, les domaines skiables sont à un niveau totalement différent de celui des pays alpins classiques. Ils répondent aux besoins d'un marché local. L'hôtellerie se développe énormément. En ville, le standard tech-

### «Le savoir-faire augmente sur le plan de la formation touristique.»

Urs Wagenseil  
Institut de tourisme de Lucerne

nique est même parfois supérieur au nôtre, car les installations sont neuves. Et là-bas, comme chez nous, on peut trouver des hôtels de toutes les catégories. Le savoir-faire augmente sur le plan de la formation. Par contre, il n'existe aucune organisation touristique et les transports doivent être améliorés. Urs Wagenseil observe que

c'est avant tout dans les questions de structures qu'il reste à faire.

### Une collaboration s'avère nécessaire

La branche touristique doit apprendre à collaborer. Des stratégies touristiques régionales spécifiques sont nécessaires pour déterminer la direction à prendre. Et, en parallèle, il faut accélérer le développement de la formation.

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

## L'hôtellerie fait son nid

Les chaînes hôtelières internationales misent sur l'Europe de l'Est et renforcent sans cesse leur présence sur place. Le marché principal est la Russie.

ROBERT WILDI

Chaque chaîne d'hôtel aux ambitions internationales se doit aujourd'hui d'avoir au moins un lieu d'implantation à Moscou. Mais

aussi à Prague, Budapest ou Saint-Petersbourg. Et d'autres villes d'Europe de l'Est deviennent aussi de plus en plus attractives. Le développement rapide de l'économie locale qui a suivi la chute du rideau de fer a généré des facteurs d'implantation plus lucratifs.

Ainsi en est-il pour la chaîne d'origine suisse Swissôtel. Implantée à Moscou et à Tallinn (Estonie), ses deux établissements y obtiennent des taux de croissance supérieurs à la moyenne de tous les hôtels de la chaîne. «Ce succès conforte le groupe dans sa déci-

sion de se développer sur le marché de l'Europe de l'Est», relève la porte-parole Eva-Maria Lindner. Un autre Swissôtel est actuellement en construction à Kiev (Ukraine). Outre son attrait culturel, la ville est le siège d'un nombre croissant de sociétés internationales actives dans l'acier, l'industrie chimique, la mécanique ou l'aéronautique et la présence de grandes chaînes hôtelières y est encore peu affirmée.

Swissôtel a d'autres projets en perspective, en Russie notamment. Dans l'hôtellerie, ce pays

bénéficie de la plus forte croissance en Europe orientale. La chaîne américaine Marriott y est bien implantée. La chaîne française Accor domine le marché en Pologne. Mais, en 2009, la crise économique a eu un impact négatif sur les résultats des trois groupes. Les signes d'une reprise sont cependant indéniables et les conditions d'un développement rapide de l'industrie hôtelière en Europe de l'Est sont favorables.

Adaptation Françoise Zimmerli  
sur la base d'un article de la page 8



Tallinn, capitale de l'Estonie, connaît un fort développement.

### En bref

#### Suisse

#### Le Lausanne Palace affiche de bons résultats

Le Lausanne Palace a clos l'exercice 2009 sur un bénéfice de 9,2 millions de francs, un résultat obtenu notamment grâce à l'apport du Château d'Ouchy, propriété de la Loterie Romande, dont il gère les 50 chambres et le restaurant depuis avril 2009. Le directeur du cinq-étoiles, Jean-Jacques Gauer, a par ailleurs annoncé qu'il ouvrirait un hôtel low-cost dans le quartier du Flon d'ici à 2011.

[www.lausanne-palace.com](http://www.lausanne-palace.com)

#### Nouvelle raison sociale pour Genève Tourisme

Genève Tourisme & Bureau des congrès a enregistré un recul de 7,8% des nuitées hôtelières l'année dernière, a-t-on appris lors de l'assemblée générale annuelle qui s'est tenue sous le chapiteau de l'Ecole du cirque de Confignon. Fait marquant de cette réunion, les membres ont accepté à l'unanimité la nouvelle raison sociale de leur association, qui devient Genève Tourisme & Congrès. Cette décision s'accompagne d'un nouveau logo qui met en évidence le «G» de tourisme.

[www.geneve-tourisme.ch](http://www.geneve-tourisme.ch)

#### Les vins valaisans sont sur de bons rails



Alain D. Bollat

La viticulture valaisanne devrait atteindre l'objectif du chiffre d'affaires de 440 millions de francs à l'horizon 2015. Si la branche se porte bien, elle devrait prendre garde à ne pas banaliser certaines spécialités comme l'arvine. Telles sont les principales conclusions d'une étude de la Faculté des hautes études commerciales de Lausanne. L'auteur de l'étude propose par ailleurs de professionnaliser les visites en cave et de renforcer la politique de suivi des clients. eda

# micros

En toute sécurité avec  
le N° 1 à vos côtés  
Check-In Data s'appelle dorénavant  
MICROS-Fidelio Suisse



Chez eux chez les meilleurs: Check-In Data SA a été intégrée au groupe Micros. Micros est le numéro 1 mondial pour les solutions informatiques globales de qualité pour l'hôtellerie, la gastronomie, les cliniques et les parcs de loisirs. Vous pouvez continuer à attendre de nous des solutions innovantes tout en un: logiciel, matériel, installation réseaux, formation, conseil et support en ligne jusqu'à la maintenance. Composante du groupe Micros, nous garantissons la continuité de votre solution en cours et de vos investissements. Nos solutions globales sont durablement rentables grâce à leur efficacité et leur convivialité.

micros | FIDELIO BELLA Vita

MICROS-Fidelio Suisse SA | Rainstrasse 1 | 8143 Stallikon  
Tél. +41 (0)44 701 96 96 | Fax +41 (0)44 701 96 97 | [www.micros-fidelio.ch](http://www.micros-fidelio.ch)

CHECK IN DATA

Chez eux chez les meilleurs

# LE MILESTONE 2010 VOUS ATTEND.

**DÉLAI D'INSCRIPTION:  
31 AOÛT 2010**

L'innovation et la qualité attirent les touristes du monde entier. Les projets exceptionnels dans la branche suisse du tourisme sont donc récompensés chaque année avec la remise du **MILESTONE. Prix du tourisme suisse**. Vous trouverez toutes les informations sur les conditions de participation sur le site [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch).

**htr** hotelrevue

**STV FST**

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione Svizzera del Turismo  
Federaziun svizra dal turissem



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

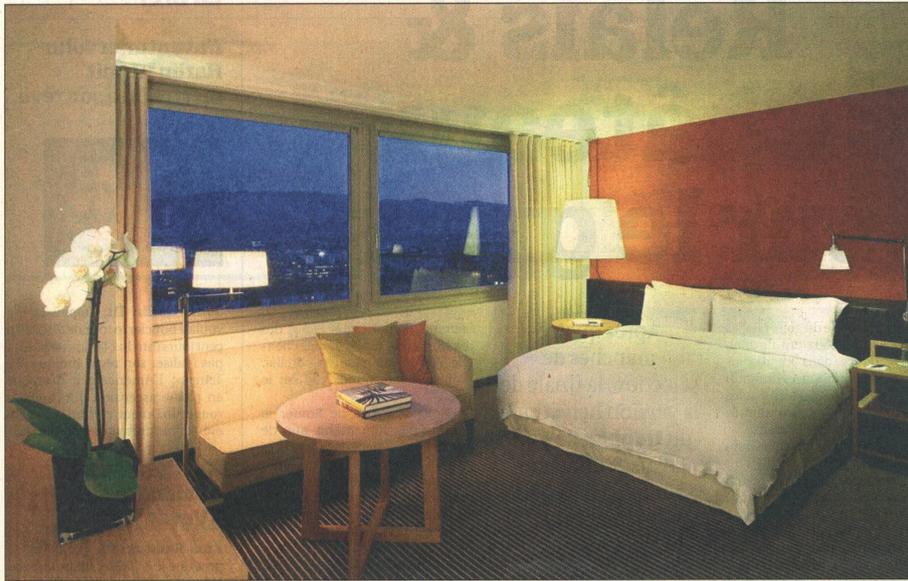
Partenaire de  
l'événement:



Le MILESTONE est décerné par l'htr hotel revue, avec hotelleriesuisse comme organisme responsable; il est soutenu par le SECO dans le cadre du programme Innotour, avec la participation de la Fédération suisse du tourisme et d'HOTELA.



**Hôtellerie. Rénovations.** Des établissements ont fait ou vont faire peau neuve à Genève, La Chaux-de-Fonds et Montreux. Des travaux effectués parfois à coups de millions de francs.



Le design des chambres a été repensé par Tony Chi.

## Une mue épurée

Lancées en 2006, les rénovations de l'InterContinental de Genève se poursuivent. Il ne reste que le lifting des derniers étages.

ALEXANDRE NICOLINI

En gros 100 millions! Au moment d'articuler le montant total des travaux, Michel Perret, directeur général de l'InterContinental, lâche un chiffre rond et une somme rondelette.

Après une première vague de travaux qui avait vu la rénovation des espaces publics et des salles de conférence, le conseil d'administration a décidé, en 2008, de réinjecter une quarantaine de millions afin de finir le travail et de remettre

complètement à neuf ce bâtiment emblématique de l'architecture des années 1960, inscrit au patrimoine des bâtiments.

**Carte blanche à un as de l'architecture d'intérieur**

Et pour ce faire, l'établissement a renouvelé sa confiance à Tony Chi, déjà à la baguette pour les travaux précédents. Grande star new-yorkaise de l'architecture d'intérieur, intronisé l'an dernier dans le cercle très fermé du «Inter-

ior Design Hall of Fame», les Oscars du genre, Tony Chi est l'homme de la situation. «Nous étions très heureux du résultat des premiers travaux. Surtout de la manière dont Tony joue avec les volumes. Nous lui avons donc à nouveau donné carte blanche et il a conçu chambres et suites dans un style

**«Nous désirions inscrire l'hôtel dans une démarche écologique.»**

Michel Perret  
Directeur de l'Intercontinental

26 juin, la dernière vente en date a été un franc succès. Il y en aura encore quelques-unes avant la fin définitive des travaux.

très contemporain et très épuré», se satisfait Michel Perret. Des chambres et des suites qui profitent de l'occasion pour passer de 334 à 340.

Mais les rénovations en cours font également la part belle aux économies d'énergie. Cette optimisation du concept énergétique de l'établissement devrait permettre de diviser par quatre la consommation d'électricité pour l'éclairage, rendre possible une diminution de 30% des besoins énergétiques pour la production de chaleur ainsi qu'une diminution de 40% des besoins énergétiques pour la production de froid grâce à un ingénieux système de remontée des eaux du lac. «Nous avons changé tous les tuyaux», s'exclame Michel Perret.

Dans l'idée d'une réduction de la facture énergétique? Pas vraiment. «Cette démarche nous a coûté plutôt cher et nous n'avons pas regardé à la dépense. Mais nous désirions vraiment inscrire l'hôtel dans une démarche écologique et de développement durable», explique Michel Perret. Ceci dit, à voir les performances du nouveau système, il est raisonnable d'anticiper à terme une baisse de l'addition énergétique...

**Un morceau d'histoire à emporter à la maison**

Depuis son inauguration, en 1964, l'histoire de l'InterContinental est jalonnée de visiteurs prestigieux. Des prix Nobel, des stars du cinéma et du sport, des chefs d'Etat, de Reagan à Castro, la liste est longue comme le Jura. Les rénovations actuelles offrent une opportunité unique de s'approprier un morceau de cette épopée, puisque le mobilier remplacé est régulièrement vendu. Le 26 juin, la dernière vente en date a été un franc succès. Il y en aura encore quelques-unes avant la fin définitive des travaux.

## Livres

Une ode à la cuisine de Markus Neff

Markus Neff, proclamé «cuisinier de l'année 2007», officie à l'Hôtel Fletschhorn, à Saas-Fee. Ce grand



chef est connu pour son art très personnel qui lui a valu 18 points au Gault Millau. «Haute montagne et haute cuisine» rend hommage au talent du maître queux en dévoilant certaines de ses recettes. Des textes aux saveurs poétiques et des photos de haut vol assaisonnent l'ouvrage.

Markus Neff: **Haute montagne et haute cuisine**. Edition AT Verlag, 118 francs.

Tout savoir sur le marketing touristique

L'industrie touristique est un des secteurs clés des économies occidentales. Cet ouvrage décrit



avec rigueur et clarté l'«art de vendre» la branche. Une référence.

Isabelle Frochet et Patrick Legohérel: **Le marketing du tourisme**. Ed. Dunod, 67 francs.

Des lieux insolites à savourer en toute liberté

Ce guide s'adresse à tous ceux qui veulent humer le parfum de l'aventure. Deux cent trente hôtels et



chambres d'hôtes insolites (phare ou grue) s'offrent à la fantaisie libertaire des touristes hors norme.

Denise Cabelli: **1001 nuits insolites**. Dakota Editions, 40 francs.

Le tourisme sous la loupe des sciences sociales

Branché industrielle par excellence, le tourisme a été traditionnellement la chasse gardée des économistes. Or, depuis quelques années,



il est devenu un objet d'étude sociologique. Nourri par les apports de la sociologie et de l'anthropologie, ce petit ouvrage saisit avec finesse les dimensions sociale, culturelle et politique du phénomène. Et il décrit les pratiques et les motivations des touristes. Instructif.

Saskia Cousin et Bertrand Réau: **Sociologie du tourisme**. Ed. La Découverte, 20 francs.

## Les Endroits prennent de l'étoffe

L'hôtel chaux-de-fonnier dispose de 12 nouvelles chambres Deluxe et de trois nouvelles suites spa. Il est désormais le plus grand hôtel de la cité horlogère.

VALÉRIE MARCHAND

Le Grand Hôtel Les Endroits passe de 42 à 57 chambres. «Nous répondons ainsi à un véritable besoin. Nous accueillons de plus en plus de groupes au détriment de clients fidèles. C'est pourquoi l'agrandissement est devenu nécessaire», explique Véronique Colombel-Vogt, la fille du propriétaire, Jean-Pierre Vogt. Bien qu'une piscine jacuzzi avec sauna, une salle de mise en forme avec solarium sont déjà accessibles, trois nouvelles suites spa de 82 mètres carrés, avec chacune un hammam, un sauna, un whirlpool et un coin repos privés, complètent l'offre. «Nous sommes les

seuls hôteliers de l'Arc jurassien à proposer de telles prestations», précise Véronique Colombel-Vogt.

Pour ajouter une touche d'originalité à ces chambres, des élèves de première année de l'Ecole d'arts appliqués de La Chaux-de-Fonds ont été mandatés pour la décoration dans le cadre d'un concours. Le 30 juin dernier, le premier prix a été attribué à Rosella Vonlanthen, du Locle, pour sa série de tableaux intitulés Unesco. Ils représentent l'architecture en damier de La Chaux-de-Fonds.

Mais l'extension ne s'arrête pas là. Douze chambres Deluxe com-

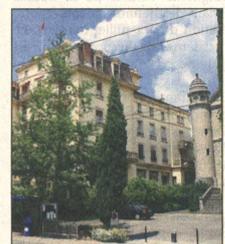


L'hôtel chaux-de-fonnier est connu au niveau international.

plètent encore les nouvelles prestations. Et elles connaissent déjà beaucoup de succès. A peine prêtes, toutes sont déjà occupées. Les

travaux à l'intérieur du bâtiment sont achevés. Seules quelques finitions extérieures sont encore nécessaires. «Le coût total des travaux s'élève à quelque 2,5 millions de francs», indique Jean-Pierre Vogt.

Situé en pleine nature, le Grand Hôtel Les Endroits, héritier de la tradition des fermes-auberges régionales, a su garder leur simplicité cordiale tout en proposant le confort et les agréments d'un hôtel de catégorie 4 étoiles Superior. Connue au niveau international, il sera présenté au public lors d'une inauguration qui aura lieu, en principe, en septembre prochain.



Un établissement montreuilien construit en 1865.

## L'Helvétie de Montreux tourne la page

L'Hôtel Helvétie, témoin du développement touristique de Montreux (il date de 1865), entame une nouvelle vie. Son propriétaire, Anis al Jallaf, un investisseur de Dubaï, veut y réaliser d'importantes rénovations.

MICHEL BLOCH

On ne présente plus l'Hôtel Helvétie. Situé à deux pas du lac et en plein cœur de Montreux, la vénérable bâtisse mérite bien la cure de rajeunissement qui s'y conçoit.

«Nous avons la chance de bénéficier d'un espace (10 000 mètres carrés) et d'un volume (33 000 mètres cubes) importants que nous allons nous employer à repenser pour adapter l'hôtel aux attentes de la clientèle actuelle», souligne David von Arx, directeur de l'éta-

blissement. Une grande brasserie occupera le rez et un spa ainsi qu'un fitness seront créés. Le premier étage sera rénové pour accueillir une salle de conférence et une pièce pour les petits déjeuners. Il en sera de même de la superbe salle historique avec ses vitraux. Galerie d'art et studio d'enregistrement dernier cri s'intégreront dans cet ensemble.

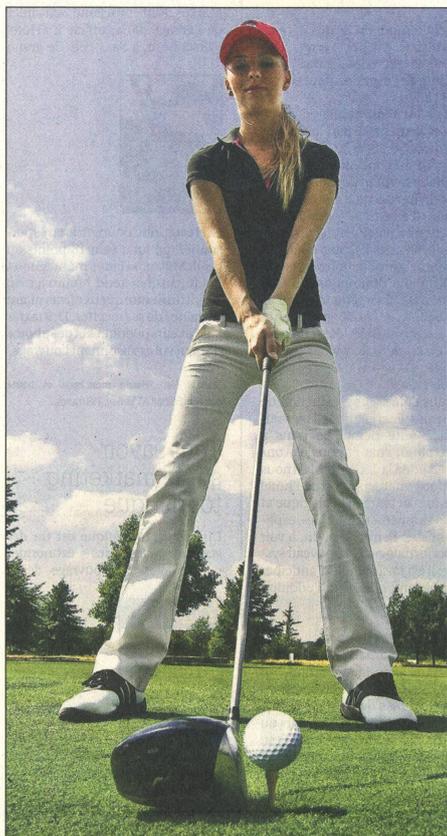
Les 63 chambres seront bien entendu également revues, tandis

que dans une deuxième étape, douze autres seront aménagées dans un bâtiment annexe. Objectif: «Conserver le charme de l'ancien dans un hôtel trois étoiles doté du confort le plus moderne, le tout dans une ambiance décontractée», explique David von Arx, qui précise que les travaux devraient commencer en 2010 pour s'étendre sur 2011. «sans fermer l'hôtel, compte tenu de l'organisation et de la planification imaginée».



«Depuis sa fondation, en 1967, le Montreux Jazz est passé de 1200 spectateurs à 1200 bénévoles.»

Harry John (Page 19)



Un esprit convivial malgré la compétition.

Foto123



Le beau paysage du golf, un des atouts de ce sport. Ici Montreux.

123

## Relais & Châteaux sur le green

Le monde du golf et Relais & Châteaux ont flirté en douceur dans les recoins des clubhouses durant si longtemps qu'il était devenu quasi inévitable qu'un jour, un trophée naisse de leur rapprochement.

Après une première édition du trophée Relais & Châteaux qui s'est tenue l'an dernier, la seconde est en cours. Richard Guyon, directeur de Relais & Châteaux pour la Suisse et le Lichtenstein, entré en fonction l'été dernier, ne fait pas secret sur l'objectif visé par ces journées placées sous le signe de la convivialité: il s'agit davantage d'enraciner sa place auprès d'une clientèle déjà acquise à sa cause plus que de prospecter sur de nouveaux marchés.

«Par cette compétition, nous désirons faire rayonner notre marque dans un milieu qui nous est proche. Les golfeurs sont nos clients», s'enthousiasme-t-il.

Et on ne peut lui donner tort. En effet, depuis des temps quasi immémoriaux, des membres du groupement Relais & Châteaux proposent des formules de week-ends placés sous l'égide du golf et de la gastronomie.

D'ailleurs, 150 d'entre eux, sur un total de 480, se targuent de disposer d'un parcours de golf sur place ou à proximité. Des trophées de golf estampillés Relais & Châteaux existent à l'étranger depuis plusieurs années. La section suisse s'est jetée à l'eau l'an dernier.

### Du beau monde sous le soleil

Sur le green se mesurent trois types de participants. Les membres des clubs dans lesquels se déroulent les manches, des employés ou des proches de partenaires de Relais & Châteaux, tels que les champenois Moët & Chandon ou

Après quatre manches de sélection, la finale de la version helvétique du trophée de golf Relais & Châteaux aura lieu à Weggis en octobre.

ALEXANDRE NICOLIN



Sur 450 Relais & Châteaux, 150 possèdent un golf.

Laurent Perrier, ainsi que des membres du Club 5C, fidèle clientèle VIP du groupement hôtelier. Bref, du beau monde trié sur le volet!

«Nous essayons de limiter le nombre des concurrents afin de garder l'événement dans une proportion qui permette la proximité», explique Richard Guyon. Et que remportent les gagnants? Des séjours dans un établissement Relais & Châteaux évidemment!

### La gourmandise du 9ème trou

Si l'esprit de compétition anime les participants, la journée se veut néanmoins conviviale, gourmande et la gastronomie ne disparaît jamais complètement du tableau.

Gastronomie à déguster sur un green? L'expression n'est pas vaine. Ainsi la tradition veut qu'au moment du turn, terme du vocabulaire consacré qui définit le 9e trou, donc la mi-parcours, les concurrents se sustiennent.

Dans le cas de ce trophée particulier, où l'organisateur désire s'illustrer et être à la hauteur de sa réputation gastronomique, la collation est concoctée par un grand chef du groupement. Par exemple, ce printemps lors de la manche qui s'est tenue au Golf Club de Bonmont (Genève), c'est l'équipe de cuisine du Grand Hôtel du Lac de Vevey qui oeuvrait aux casseroles.

Les meilleurs des quatre premières étapes se sont donnés rendez-vous le six octobre au golf du Park Hotel de Vevey (Lucerne) pour en découdre.

Une dernière confrontation avant la soirée de gala qui conclura cette édition 2010 et... annoncera celle de l'année prochaine.

### En bref

**L'aventurier John Harlin III doit mettre fin à son rêve**



John Harlin III, l'alpiniste qui voulait boucler le tour de Suisse en cent jours (htr du 24 juin), ne pourra pas réaliser son rêve, indique «Le Temps». L'Américain a décroché en pleine ascension des Aiguilles rouges du Dolent, versant suisse. Il a été victime de fractures aux pieds.

**Eros Ramazzotti ne viendra pas à Vevey**

Eros Ramazzotti, qui devait se produire le 31 juillet sur la place du Marché, ne fera finalement pas le déplacement vaudois en raison de



prélocutions insuffisantes. Les détenteurs de billets peuvent se faire rembourser.

**Le nombre d'hôtes étrangers prend l'ascenseur en mai**



Les hôtes étrangers n'ont pas bougé les hôtels suisses en mai dernier, contrairement à la même période de 2009. Avec 1,5 million de nuitées, ils ont effectué 61 000 séjours de plus qu'en 2009 (+4,4%). La clientèle suisse enregistre, elle, 1,1 million de nuitées (+1,6%). eda

## Courir autrement à Nendaz

Une compétition permanente de marche en montagne, «quand je veux, comme je veux»: la station de Nendaz lance un nouveau produit touristique estival, alliant high-tech et alpages.

Découverte.

GENEVÈVE ZUBER

Comment innover en matière d'animation estivale et en même temps améliorer la fréquentation des remontées mécaniques, plutôt marginale par rapport à l'hiver? Une question qui taraude les stations alpines.

A Nendaz, où moins de 10% des transports sont enregistrés l'été, une offre d'un nouveau type a été mise en place. Son nom: «Helvetia Running Challenge», une compétition populaire permanente de marche, de course à pied ou de nordic walking à laquelle on peut prendre

part jusqu'au 24 octobre. Il se trouve que le directeur de l'Office du tourisme de cette station est également champion suisse de course en montagne. Sébastien Epiney a mis ses compétences techniques au service de la mise au point des parcours. «Il existe déjà 800 compétitions populaires hors stade en Suisse, dont Sierre-Zinal ou le Grand Raid VTT Verbier-Grimentz pour ne citer qu'eux. Il s'agissait de trouver quelque chose de différent, non pas un Xe événement concentré sur un week-end, mais une offre permanente et ludique.»

Concrètement, on prend la télécabine jusqu'à Tracouet, à 2200 mètres d'altitude et là-haut, on peut mesurer sa performance sur trois parcours à choix, avec des difficultés et des longueurs différentes, de 3,8 km, 7,7 km et 21,1 km. La montre GPS, remise à la caisse des remontées mécaniques, est un mouchard très pointilleux. De retour chez soi, un e-mail nous dit tout sur la performance réalisée: temps et vitesse de parcours, nombre de calories brû-



Sébastien Epiney, champion suisse de course en montagne.

lées, détails possibles pour chaque portion du tracé, grâce aux zooms de Google Map.

A la fin de la saison, 7000 francs de prix sont distribués, dont la grande partie après tirage au sort, histoire d'attirer le plus grand nombre possible et pas seulement les sportifs d'élite.

## Près de 200 apprentis du canton de Vaud obtiennent leur sésame

Les jeunes issus des métiers de la restauration et de l'hôtellerie ont été fêtés à Lausanne.

La traditionnelle cérémonie de remise des certificats fédéraux de capacité (CFC) et des attestations de formation professionnelle (AFP) des métiers de la restauration et de l'hôtellerie s'est déroulée jeudi dernier au palais de Beaulieu, en ville de Lausanne.

Frétilants de bonheur, cent nonante apprentis et apprentis du canton de Vaud ont reçu le précieux sésame qui leur ouvre grand le boulevard du monde professionnel. Parmi ces jeunes figuraient 128 cuisiniers, 16 employés en cuisine, 24 spécialistes en restauration, 6 employés en hôtellerie, 15 spécialistes en hôtellerie et un employé en hôtellerie.

Invité d'honneur, le célèbre chef Frédy Girardet a décerné les prix aux meilleurs apprentis du canton de Vaud, devant un parterre de quelque 950 invités

où figuraient parents, amis, maîtres d'apprentissage et personnalités de la branche.

Pour sa part, le conseiller d'Etat Jean-Claude Mermoud a assuré la partie officielle de cette manifestation en transmettant aux personnes présentes le message du gouvernement vaudois. eda

### Tous les vainqueurs du prix de la «Meilleure moyenne générale»:

**Employé en restauration AFP:** 1. Estelle Barroso, Hôtel-restaurant de la Gare, Moudon, 5.0. **Spécialiste en restauration:** 1. Valérie Gutzwiller, McDonald's Restaurants, Crissier, 5.5. **Employé en hôtellerie AFP:** 1. Sandy Egly, Hôtel de la Vieille-Tour, La Tour-de-Peilz, 4.8. **Spécialiste en hôtellerie:** 1. Daniela Wegmüller, Hôtel du Mont-Blanc au Lac, Morges, 5.5. **Employé en cuisine AFP:** Gaël Duperré, Compagnie hôtelière des Alpes vaudoises, Leysin, 5.2. **Cuisinier:** Pierre Grandjean, Restaurant Le Rendez-Vous, Château-d'Éclaz, 5.4.

### Rectificatif

**La Bourse Evian des jeunes talents, le bon palmarès**

Une malencontreuse erreur s'est glissée dans le palmarès que nous avons publié au sujet de la vingtième édition de la Bourse Evian des jeunes talents (notre édition du 1er juillet dernier). Le deuxième prix du concours, qui est doté de 2000 francs, a, en fait, été attribué au projet «Pure Senses Restaurant», dont les auteurs se nomment Ekaterina Cheina et Dmitry Klyuev, des **Roches Hotel Management School**. Doté de 1500 francs, le troisième prix, pour sa part, récompensé le projet intitulé «Built in Scale Table», que l'on doit à Florent Dumas et à Sophie Ingrid Höglung. Ces deux talentueux lauréats appartiennent au **Glion Institut des Hautes Etudes**. eda

# stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotel revue Nr. 27 / 8. Juli 2010

Der grösste Stellenmarkt der Schweiz  
Le principal marché de la branche

Doppelnummer 29/30  
erscheint am Do. 22. Juli 2010  
Anzeigenschluss Mo. 19. 7. 2010, 12.00 Uhr

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG  
Persönlich und aktuell  
bi dinere Stellervermittlig!  
www.activegastro.ch  
Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

**HOTEL CAREER**

Aktuell über 750 Hotel- und  
Gastronomiejobs in der  
Schweiz.

Besuchen Sie  
**WWW.HOTEL-CAREER.CH**

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

**www.gastrojob.ch**  
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz  
**GastroJob**  
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

## Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung .....	2
Direktion/Kaderstellen .....	3-6
Deutsche Schweiz .....	5-7
Suisse romande .....	7
Svizzera italiana .....	7
International/Marché international .....	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi .....	2
Immobilien .....	9

## Weiterbildung

Mangelnde Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen können zu verhängnisvollen Lücken führen.



Alain D. Bollat

# Von Löchern und Fallen



**PETER B. GROSSHOLZ**  
LIC. PHIL. I  
LEITER WEITERBILDUNG  
HOTELLERIESUISSE

Das momentan wohl berühmteste Loch ist jenes unerschöpfliche im Golf von Mexiko. Die Medien fürchten sich vor dem ominösen Sommerloch, in dem alle News an Bedeutung verlieren. Ein Loch im Sommergeschäft der Hotellerie wünsche ich niemandem. Allerdings gibt es gerade in der Hotellerie ein paar ziemlich heikle Löcher, Interessanterweise haben zu viele sie anscheinend noch nicht bemerkt oder nicht bemerken wollen. Ich weiss, es ist nicht angenehm, ins Leere zu starren. Ich weiss aber, dass es ziemlich schlimm ist, in ein Loch zu fallen. Also ist Hinschauen und entsprechendes Handeln gefragt.

### Das Réceptions-Loch

Kennen Sie das Réceptions-Loch? Haben Sie die Kälte auch schon gespürt, die

entsteht, wenn wenig kompetente Mitarbeitende ohne Aussicht auf Erfolg versuchen, Gästen gerecht zu werden? Haben auch Sie schon Mitarbeitende erlebt, die sich hinter dem PC verkriechen und nicht wirklich für den Gast da sind? Kennen Sie die dunkle Schwärze, die sich ausbreitet, wenn an der zentralen Schaltstelle angestellte Mitarbeitende fehlen? Enttäuschte Kunden werden solch schaurige Orte in Zukunft meiden. Und ebensolche Geschichten erzählen. Und denken Sie daran, die schlechten Nachrichten verbreiten sich bekanntlich schneller als die guten.

### Internet-Löcher

Sind Ihnen die kleinen Löcher in Ihrem Internet-Business vertraut? Dieser kleine Riss in der glänzenden Hülle etwa, der von

der zu wenig präzise definierten Zielgruppe verursacht wird? Der sich plötzlich ausbreiten und ein Loch in die glänzende elektronische Plattform reissen kann? Sind Sie sicher, dass alle Links, die man bei Ihnen anklicken kann, an den richtigen Ort führen und sich nicht in den Weiten dieses endlosen Netzes verlieren? Sind Sie sicher, dass die Abläufe geregelt sind, alle Mails auch ankommen und auch in der vom Kunden erwarteten Frist beantwortet werden? Es gibt für verloren gegangene Kunden keine Rückkehr aus diesem schwarzen Loch.

### Führungslöcher

Und dann ist da noch diese getarnte Fallgrube Führung. Diese Grube ist gespickt mit spitzen Pfählen und oberflächlich abgedeckt. Mitarbeitende kennen sie und

meiden sie gekonnt. Die billigen Tarnungen, die ungeschickte Chefs basteln, sind schnell durchschaut. Die ausgelegten Köder sind nicht wirklich attraktiv und schlagen engagierte Mitarbeitende in die Flucht. Nur die wirklich Harmlosen fallen in solche Führungsfallen. Und mit denen ist der Unternehmenserfolg bös kompromittiert. Das Loch in der Führungskompetenz ist der Zugang zur unendlichen Finsternis, zur ewigen Erfolglosigkeit.

Es kann nicht darum gehen, solche Löcher bloss zu stopfen oder zuzudecken. Füllen Sie sie professionell mit Weiterbildung, mit entsprechenden Kompetenzen. Effektive Führung verlangt nach wirklichen Persönlichkeiten, die sich ihrer Wirkung und ihrer Kompetenzen bewusst sind.

Zusammen mit der htr hotel revue  
das Blaue Wunder miterleben.

Registrieren Sie sich unter [htr.ch/\\_newsletter](http://htr.ch/_newsletter) für den kostenlosen Newsletter der htr hotel revue und erleben Sie das Element Wasser zusammen mit Ernst Bromeis, der die Schweiz durchschwimmt. Tägliche Berichterstattung unter [www.htr.ch](http://www.htr.ch)



**htr hotel revue**

**PIZZA, ANTIPASTI, FOCACCIA & CO.**

**DER PIZZAIOLO KURS**

**DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE**

TERMIN: Herbst / 20.09. bis 24.09.2010  
WERTIGE INFORMATIONEN? GastroSuisse, 4046 Zürich, Tel. 0848 327 111, weiterbildung@gastrouisse.ch, www.gastrouisse.ch

PREIS: CHF 990.- inkl. Diplom

GASTRO\_SUISSE 0773 3184

**Italienisch in Florenz**

**Spezialangebot:**

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern  
**Total SFR 790.-**

Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.

Scuola Toscana  
Via dei Benci, 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 0039/055 244583  
www.scuola-toscana.com

**ERSTE BAusteINE FÜR DEN START AM «FRONT-OFFICE»**

**DER REZEPTIONS KURS**

**DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE**

TERMIN: 4 mal 3 Seminare  
WERTIGE INFORMATIONEN? GastroSuisse, 4046 Zürich, Tel. 0848 327 111, weiterbildung@gastrouisse.ch, www.gastrouisse.ch

HERBST / Start: 20.10.2010  
PREIS: Mitglied GastroSuisse bzw. Mitarbeiter von Mitglied GastroSuisse CHF 2.800.- inkl. Diplom

GASTRO\_SUISSE 0773 3184

**Stellengesuche**

Flexibler, loyaler und aufgeschlossener **Hotel- und Gastronomiefachmann** sprachgewandt, Hotelfachschulabschluss, langjährige Erfahrung in Service, Réception, Administration und Verwaltung sucht ab November/nach Vereinbarung, neue Herausforderung als Führungskraft im administrativen Bereich. Unter Chiffre 7554-4388 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

**Stellenvermittlungen**

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal**. Verlangen Sie das Anmeldeformular. **Stellenvermittlungsbüro Hotella** A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Birmingen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09 [www.hotella.ch](http://www.hotella.ch)

**Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!**

Einfach unter [www.hoteljob.ch](http://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.**

**hoteljob.ch**

**Technik / Hauswart**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
BetriebsökonomIn FH Facility Management	Region Basel	J15607

**Diverses**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Projektleiter/-in Wirtschaftspolitik	Region Bern	J15470
Officemitarbeiter	Region Zürich	J15588

**Lehrstellen/ Praktikum**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionspraktikant/in	Region Bern	J15572
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5551
Employé/e de commerce HGT	Toute la suisse	J5427
Kaufmann/-frau HGT	Ganze Schweiz	J5423
Spécialiste en hôtellerie	Toute la suisse	J5426
Restaurationsfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5421
Spécialiste en restauration	Toute la suisse	J5424
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5337

**Express Stellengesuche**

1	2	3	4	5	6
B1261	Alleinkoch/Küchenchef/Sous-Chef	50	CH	per sofort	D F I E S
B1243	Allrounder/Küchenhilfe/Abwäscher	50	PL	per sofort	D E P L R U S I S
B1213	Aushilfe für Service/Etage oder Réception	29	DE	per sofort	D E
B1220	Betriebsleitung /Geschäftsführung	51	CH	per sofort	D
B872	Direktion Geschäftsleitung	47	CH	per sofort	D F I E S /NO
B362	Event/Bankett/Administration	50	CH	per sofort	D F I E H U
B275	Eventkoordinator / Marketingassistentin	28	CH	per sofort	D F I E S
B1241	Eventmanagement/Marketing/Sales/Diverse	27	CH	per sofort	D F E
B1229	Hotel Direktor	52	CH	per sofort	D F I E S
B763	Küchenchef	56	CH	per sofort	D E S
B1206	Marketing	34	CH	per sofort	D F I E S
B1208	Mittleres Kader HF/Marketing/Reception	32	CH	per sofort	D F E
B140	Personal/ Geschäftsleitung/Verwaltung	44	DE	per sofort	D E
B1265	Réceptionist	28	ES	per sofort	D E S
B1264	Regionale Leitung	33	DE	per sofort	D E
B354	Restaurantassistent/ Empfangsassistent/Serviceangestellter/Barmitarbeiterin	24	DE	per sofort	D F I E T R
B1148	Servicefachangestellte	26	CH	per sofort	D
B835	Spitalhotellerie/Gesundheitswesen/Konzeption/Consulting	30	DE	per sofort	D F E
B1272	Srv. Direktor/F&B Manager	31	DE	per sofort	D F I E S P S V
B656	Team- oder Gruppenleiterin	38	CH	per sofort	D E
B1260	Teilzeit / Service / Reinigung / Administration	24	CH	per sofort	D
B1170	Zimmermädchen/Küchenhilfe/Kellnerin/Service	25	HU	per sofort	D

**Express Stellengesuche**

1	2	3	4	5	6
B1252	Praktikum/Anstellung im touristischen Bereich (60-80%)	21	CH	per sofort	D F I E
B170	Administrativer Bereich / Front Office	32	IT	per sofort	D F I E

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



Für unsere erfolgreich positionierte, wunderschön gelegene Jugendherberge 'Youthpalace' in Davos, suchen wir auf den **1. September 2010** oder nach Vereinbarung eine/n Gastro- und Beherbergungserfahrene/r

### BetriebsleiterIn

**Ihre Hauptaufgaben** Nach einer intensiven internen Schulung und Einführung vor Ort übernehmen Sie auf die Wintersaison 2010/2011 die unternehmerische Leitung und damit alle Bereiche der Betriebsführung. Sie sind zudem verantwortlich für die Weiterentwicklung des F&B-Angebotes und den Ausbau der partnerschaftlichen, regionalen Beziehungen im Sport- und Tagungsbereich.

**Ihr Profil** Sie üben Ihren Beruf mit Passion aus und haben Freude am Umgang mit Individualreisenden und Gruppen aus aller Welt. Wir setzen eine langjährige und fundierte Führungserfahrung im Gastro- oder Beherbergungssektor voraus. Idealerweise haben Sie Ihre Grundausbildung in der Hotellerie (Koch) absolviert und sich später zum Gastrobetriebsleiter oder Hotelier weitergebildet. Sie sind belastbar, zielstrebig, innovativ und bereit, in allen Teilbereichen des Betriebes mit anzupacken. Es fällt Ihnen leicht, ein Mitarbeiterteam von bis zu 19 Personen kooperativ zu führen. **Zusätzliches Plus** Ein Flair für Technik und Fremdsprachenkenntnisse (Englisch Bedingung, Französisch, Spanisch optimal) runden Ihr Profil ab.

**Was wir Ihnen anbieten** Eine vielseitige Aufgabe in einem gut eingeführten und bestens bekannten Haus inmitten einer Top-Destination. Freiraum und Selbstständigkeit, interne Weiterbildungsmöglichkeiten. Intensive Unterstützung durch die Geschäftsstelle der Jugendherbergen. Eine grosszügige Betriebsleiterwohnung im Haus, deren Bezug obligatorisch ist.

Ich freue mich auf Ihre **Bewerbung mit Foto bis 5. August 2010**.  
Schweizer Jugendherbergen | Kathrin Weber | Schaffhauserstrasse 14 | CH-8042 Zürich | k.weber@youthhostel.ch | Tel. +41(0)79 279 98 99 | Mehr Infos unter: [www.youthhostel.ch/davos](http://www.youthhostel.ch/davos).



### HOTEL LORZE CHAM www.hotel-lorze.ch

Wir suchen für unseren Hotel-Garnibetrieb mit 35 modernen Zimmern per sofort oder nach Vereinbarung

#### Geschäftsführer/in

**Wir erwarten:**  
Mehrjährige Rezeptionserfahrung  
Mehrsprachigkeit  
Führungserfahrung im Rahmen eines kleinen Teams

**Wir bieten:**  
Modernen Betrieb  
Zeitgemässe Arbeitsbedingungen  
Selbstständiges Arbeiten  
Interessante Entlohnung

Sollten Sie sich angesprochen fühlen, so senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto und Salärvorstellung an:  
Andreas Messmer – Hotel Lorze – Dorfplatz 1 – 6330 Cham  
Telefonische Auskunft unter: +41 79 334 54 26

## METROPOL

RESTAURANT \* CAFE/BAR \* VERANSTALTUNGEN

Im Sommer 2007 haben wir im Gebäude der Bank Clariden Leu an der Börsenstrasse/Fraumünstergasse mitten im Herzen Zürichs das Restaurant Metropol eröffnet. Mit unserem Konzept haben wir neue Akzente in der Zürcher Gastronomie gesetzt. Als urbanes Restaurant werden hier aussergewöhnliche Highlights aus der ganzen Welt angeboten. Mit seiner einzigartigen Infrastruktur und seiner stilvollen Atmosphäre, verbunden mit einem Top-Service ist das Haus mit Konferenzräumen, einem A-la-carte-Restaurant auf Gault-Millau Niveau und einer Café-Bar ausgestattet.

Wir suchen per 1. September 2010 oder nach Vereinbarung eine frontorientierte Persönlichkeit als

### Direktor/in

In dieser Funktion leiten Sie den Betrieb nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen, führen vierzig Mitarbeiter sozial kompetent, begeistern mit Motivation und als Vorbild.

Mit Ihrer langjährigen Erfahrung, Ihrer überzeugenden Ausstrahlung und Ihrer Persönlichkeit sind Sie der Ansprechpartner für unsere hochstehende Klientel. Sie zeichnen sich durch unternehmerisches Denken mit Weisheit, mit ausgeprägtem Organisationsflair sowie einem teamorientierten Arbeitsstil aus.

Wir kultivieren ein Klima für gute Ideen und bieten eigenverantwortliche Selbstständigkeit mit allen Entwicklungsmöglichkeiten einer expandierenden Unternehmung.

Reizt Sie diese vielseitige Aufgabe in einem dynamischen Umfeld, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung an:  
Kramer Gastronomie, Tatjana Amstutz, Leiterin Human Resources, Herdern-strasse 56, Postfach 1767, 8040 Zürich, Tel. 044 406 85 20 [www.kramergastronomie.ch](http://www.kramergastronomie.ch)



### Boutique Hotel – Spitzengastronomie – Michelin-Stern

Drei Schwerpunkte prägen das Ziel der Stelle: Die Fähigkeit ein gut eingespieltes Serviceteam optimal zu führen, aktiv zu verkaufen sowie durch hervorragende Weinkenntnisse zu brillieren! Erkennen Sie sich wieder? Willkommen bei unserem Auftraggeber – eine Top-Adresse der Branche, Standort: An bevorzugter Lage der Deutschschweiz mit Panoramablick in die herrliche Bergwelt – gleichwohl nur einen Katzensprung von grösseren Stadtzentren entfernt. Das perfekte Küchenmanagement unter der Leitung eines bekannten Grand Chef Relais Château prägt den ausgezeichneten Ruf dieses kleinen aber feinen Betriebes «Typ Bijou» auch weit über die Landesgrenzen hinaus. Der mit Raritäten wohl sortierte Weinkeller ist beeindruckend. Was jetzt noch fehlt sind Sie: Exzellenter Gastgeber an der Front, Botschafter des Hauses und vertraut mit den Mechanismen eines optimalen Guest Relation Managements.

### Restaurantleiter/in

Mitglied des Geschäftsführungsteams

Sie sind sprachlich gewandt, rhetorisch geschickt und schätzen die Atmosphäre eines exklusiven Gourmet Restaurants. Im Umfeld von hoch anspruchsvollen Gästen, wichtigen Persönlichkeiten des täglichen Lebens und internationaler Prominenz fühlen Sie sich wohl. Eine Servicefach-Ausbildung sowie einen Leistungsausweis als Chef de service oder Restaurantleiter bringen Sie mit und gelten als selbstbewusst, lösungsorientiert und organisatorisch starker Gastroprofi.

Weitere Aspekte: Attraktive Ganzjahresstelle oder auf Wunsch Saison-Anstellung, flache Hierarchie, klare Vorgaben, Eintrittstermin auf Ende Sommer/Herbst; cvtl. früher/später nach Vereinbarung. – Interessiert? Bereit für eine echte Herausforderung in einer der beliebtesten Schlemmeradressen der Schweiz? Dann bitte Lebenslauf mit Foto via Mail senden oder Infoline +41 44 802 12 00 anrufen. Ausserhalb der Bürozeiten +41 79 402 53 00 – Bin gespannt auf Sie und das Gespräch mit Ihnen!

Ralf-Ansgar Schäfer

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. 044 802 12 00 · Fax 044 802 12 01  
[www.schaeferpartner.ch](http://www.schaeferpartner.ch)  
[ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch](mailto:ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch)

### 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 **1. August 2010** oder nach Vereinbarung eine/n

## Assistant Restaurant Manager (w/m) 100 %

Im ISO 9001:2000 wie auch OHSAS 18001 und ISO 14001 zertifizierten **Novartis-Personalrestaurant St. Johann in Basel** werden pro Tag 4'000 bis 5'200 Konsumationen an Selbstwahlbuffets, in der Cafeteria sowie an verschiedenen Kiosken und Outlets getätigt. 80 bis 100 Business-Lunches werden für das bediente à la carte Restaurant und die Banketträumlichkeiten zubereitet. Ausserdem werden täglich rund 40 bis 60 Auditorien und Sitzungszimmer durch die Inhouse-Catering-Abteilung bedient. Zusätzlich ist dem Betrieb eine Patisserie-Produktionsstätte angeschlossen, welche täglich 9 verschiedene Stationen beliefert.

In dieser anspruchsvollen und vielseitigen Kaderposition sind Sie für die innovative Führung der Selbstbedienungsrestaurants sowie der Cafeteria nach den geschäftspolitischen Grundsätzen und Richtlinien von SV Schweiz verantwortlich. Sie sind eine frontorientierte Persönlichkeit und verstehen es, ein Team von 60 Mitarbeitenden zu führen. Kompetent überwachen Sie den Service und die Abläufe im Restaurant. Des Weiteren sind Sie für die Planung, Organisation und Durchführung von Sonderanlässen zuständig. Diverse administrative Arbeiten runden Ihr Aufgabengebiet ab.

#### Ihr Profil

- Gastgewerbliche Grundausbildung
- Abgeschlossene Hotelfachschule sowie betriebswirtschaftliche Weiterbildung
- Mehrjährige Berufserfahrung in einem Grossbetrieb
- Mindestens 5 Jahre Führungserfahrung, wenn möglich mit entsprechender Weiterbildung
- Innovative, kommunikative und dienstleistungsorientierte Gastgeberpersönlichkeit
- Fundiertes PC- und Administrationswissen
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse
- Gepflegte Erscheinung und zuvorkommende Umgangsformen

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen Annamarie Rusch, Human Resources Consultant, Tel. +41 43 814 14 40. Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und Angaben zu Ihren Lohnvorstellungen an:

SV (Schweiz) AG  
Annamarie Rusch  
Human Resources Consultant  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
CH-8600 Dübendorf 1



### Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

### Personalrestaurant der DOW Europe GmbH

Bächtobelstrasse 3, 8810 Horgen

suchen wir per sofort einen

### Küchenchef (m/w)

**Ihre Aufgabe:** Sie übernehmen die Organisation des gesamten Küchenbereichs sowie die aktive Mitarbeit auf allen Posten der Produktions- und à la carte Küche. Die Führung, Schulung und Qualifikation der Ihnen unterstellten 8 Mitarbeitenden liegt ebenso in Ihrer Verantwortung wie die Durchführung von Caterings. Zudem sind Sie für die Küchenrendite, die Erstellung der Menüpläne, den Einkauf sowie die Inventarbearbeitung zuständig und überwachen die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsvorschriften.

**Ihr Profil:** Wir suchen eine selbstständige, innovative und verantwortungsbewusste Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position verfügt. Zudem besitzen Sie ein hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken sowie gute PC-Kenntnisse. Sie stecken sich anspruchsvolle Ziele, bleiben auch bei kaum überschaubaren Aufgaben arbeits- und handlungsfähig und verfügen über Englischkenntnisse. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 6.00 bis 15.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel einsetzbar.

**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](http://www.zfv.ch).

ZfV-Unternehmungen  
Flielenstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[info@zfv.ch](mailto:info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

## Gastroconsult

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Im Auftrag der Gemeinde Visp suchen wir per 1. Dezember 2010 für das **Restaurant La Poste**, welches im **Kultur- und Kongresszentrum Visp** integriert ist eine/n

### Mieter/in oder eine/n Geschäftsführer/in

www.lapostevisp.ch

Nach über 4 Jahren erfolgreicher Tätigkeit übernimmt der bisherige Betreiber eine neue Herausforderung. Das Restaurant La Poste ist ausgerichtet auf ein breites Gästesegment, verbunden mit einer aussergewöhnlichen gastronomischen Dienstleistung. Ein gepflegter à la Carte Service, die Ausrichtung von gesellschaftlichen Anlässen (Bankette) sowie der unkomplizierte Mittagsservice, sind Qualitätsmerkmale die diesen interessanten Betrieb heute auszeichnen.

Sie sind eine Gastgeberpersönlichkeit mit einer abgeschlossenen Berufslehre im Hotelfach mit eidg. Fachausweis und verfügen über mehrjährige Erfahrung mit fundierten Fachkenntnissen in der Gastronomie (Küche, Service, inklusive Fähigkeitsausweis). Ihr Profil wird abgerundet durch Unternehmergeist, Führungskraft und Organisationsstalent.

Die Gemeinde Visp bietet Ihnen einen spannenden Arbeitsplatz im lebhaften Kultur- und Kongresszentrum zu fairen und zeitgemässen Anstellungs- bzw. Mietbedingungen.

Der Betrieb verfügt über folgende Räumlichkeiten:  
EG: Restaurant 60 Sitzplätzen, Saal 30 Sitzplätze, Sitzungszimmer, 40 Sitzplätze, Gartenterrasse 80 Sitzplätze, UG: Kegelbahn, Im Obergeschoss, in Zusammenarbeit und Absprache mit dem Kultur- und Kongresszentrum im Bereich Catering: Bankettplätze 600 und 590 Theaterplätze.

Sie sind Gastgeber/in aus Leidenschaft und Ihre Gastronomieerfahrung ist auf hohem Niveau?

Dann sind Sie bereit, das Restaurant La Poste in Visp zu übernehmen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen bis zum **30. Juli 2010**.

Für Fragen melden Sie sich bei:

**Gastroconsult AG**  
Unternehmensberatung, Tina Müller  
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22  
Tel. 031 340 66 29 | Fax 031 340 66 33  
tina.mueller@gastroconsult.ch  
www.gastroconsult.ch

### welcome hotels & restaurants

Die Gaho Holding AG verwaltet acht Hotelbetriebe und zehn Restaurants. Alle Betriebe sind Mitglieder der **welcome hotels & restaurants**, befinden sich in unmittelbarer Nähe des Flughafens Zürich und sind trendige Unternehmen im 3- bis 4-Sterne-Bereich.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

#### Personalfachfrau/-mann 100%

Ihre Hauptaufgaben:

- Mithilfe und Unterstützung
- Mitarbeiterbetreuung/ -entwicklung
- Mitarbeiterrekrutierung/ -marketing
- Lohnbuchhaltung (mit MIRUS-Software)
- Personaladministration

Wir bieten:

- selbstständige Tätigkeit innerhalb gut eingespieltem HR-Team
- zeitgemässe Entlohnung
- langfristiges Engagement

Sie verfügen über eine kaufmännische oder gastronomische Grundausbildung und praxisorientierte Personalfachausbildung. Haben mehrjährige Erfahrung in allen operativen Tätigkeiten des HR (vorzugsweise im Gastgewerbe). Sie besitzen ein breites Fachwissen im operativen Bereich des Personalmanagements (Arbeitsrecht, L-GAV, Sozialversicherung, Bewilligungswesen) sowie Kenntnisse des Mitarbeitermanagements MIRUS?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihr komplettes Bewerbungsossier.

Für Auskünfte steht Ihnen Herr Antonio Nigg unter Tel. 044 8047526 zur Verfügung.

GAHO Holding AG  
Herr Antonio Nigg  
Holbergstrasse 1  
8302 Kloten

www.welcomgroup.ch

Ihr Gastgeber mit Herz



Kategorie: Unikat

## Kloster Kappel

Seminarhotel und Bildungshaus

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen.

Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare und theologische Weiterbildungen statt.

Wir suchen per 15. August 2010 oder nach Vereinbarung eine/n fachlich fundierte/n, kommunikative/n und verkaufsorientierte/n

### Leiter/in Reservation und Verkauf 100%

**Ihr Aufgabengebiet:** Sie führen ein Team von ca. 6 Mitarbeitenden in den Bereichen Seminarorganisation und Réception. Sie sind dabei verantwortlich für die Organisation, den Verkauf und die Administration. Sie unterstützen aktiv bestehende Werbemaassnahmen, gestalten unsere Website und beeinflussen das Wachstum des Betriebes nachhaltig. Sie sind direkt der Geschäftsführung unterstellt.

**Ihr Profil:** Sie sind dienstleistungsorientiert und sprachgewandt (D/E/F), überzeugen durch ein sicheres und zuvorkommendes Auftreten, haben bereits Erfahrung in der Seminarorganisation der Hotellerie (evtl. auch im Sales- und Marketingbereich), verfügen über fundierte EDV-Kenntnisse (MS- Applikationen, Fidelity V8) und haben Freude am Verkauf der einzigartigen Klosteranlage Kappel am Albis.

Es erwartet Sie ein vielseitiges, forderndes Aufgabengebiet in einem spannenden und dynamischen Umfeld.

Für nähere Auskünfte steht Ihnen gerne Jürgen Barth (Geschäftsführer) Telefon 044 764 88 10, zur Verfügung – oder besuchen Sie uns unter [www.klosterkappel.ch](http://www.klosterkappel.ch). Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Diese senden Sie bitte bis 18. Juli 2010 an:

Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel a. A.



## HOTEL SEEROSE

CLASSIC & ELEMENTS

Herzlich willkommen in unserem aussergewöhnlichen Designhotel SEEROSE CLASSIC & ELEMENTS.

Ein 4-Stern Hotel, bekannt für seine Atmosphäre, Innovation und erfolgreiche Entwicklung. Als Familienbetrieb orientieren wir uns am Wohl des Gastes und leben unsere Vision vor:

**Ja-Philosophie, Harmonie und ganzheitliche Führung.**

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine

### LEITUNG ANLÄSSE OPERATIV (M/W)

Die operative Gastronomie entspricht ganz ihrem Naturell: Sie sind offen, gewandt, dynamisch und verstehen es ausgezeichnet, Stimmungen im Team und bei den Gästen wahrzunehmen und harmonisch zu beeinflussen. Als Fundament stärkt sie im Alltag unter anderem eine abgeschlossene Berufsausbildung im Bereich Service sowie der Erfahrungswert aus einigen Praxisjahren mit Führungsaufgaben.

Sie sind deshalb bereit, die herausfordernde Aufgabe anzunehmen, sich mit einem eingespieltem Team für alle operativen «food & beverage»-Service-Dienstleistungen in den Bereichen Bankette und Meetings verantwortlich zu zeigen.

Dann freuen wir uns über Ihren Besuch auf unserer Website, welche weitere Informationen zu dieser interessanten Stelle für sie bereit hält sowie die Zusendung ihrer kompletten Bewerbungsunterlagen via Post oder E-Mail an Manuela Villiger, Verantwortliche Mitarbeiter

**HOTEL SEEROSE** AM HALLWILERSEE 5616 MEISTERSCHWANDEN  
TEL. +41 (0)56 676 68 68 (DIREKT 60) HOTEL@SEEROSE.CH  
WWW.SEEROSE.CH



Bernaqua, Erlebnisbad & Spa, ist die Wohlfühl-Adresse der Extraklasse. In der atemberaubenden Architektur erwarten unsere Gäste einzigartige Bades- und Wellnessangebote. Das Leistungsspektrum umfasst ein Erlebnisbad, Fitness, Spa, Römisch-Irisch Dampfbad und Sauna.

Wir suchen per 1. August 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

### Stv. Leiter/in Spa & Wellness

**Ihre Aufgaben:**

Zu Ihrem Aufgabengebiet gehören die professionelle Beratung und Betreuung unserer Gäste, das Durchführen diverser Massagen sowie die Bewirtschaftung unseres Reservierungsprogramms mit seinen Stammdaten. Sie sind für die Behandlung von Gästebemerkungen, die Bearbeitung von Gruppenanfragen und für diverse administrative Arbeiten zuständig. Dazu kommt die Stellvertretung unserer Leiterin Spa & Wellness während ihrer Abwesenheit. Dabei sind Sie verantwortlich für die Qualitätssicherung des gesamten Massageangebots.

**Ihr Profil:**

Sie haben bereits Erfahrungen als Leiter/in oder Stellvertretung in einem Spa gesammelt. Vorzugsweise verfügen Sie über Berufserfahrung in der gehobenen Hotellerie, sowie Anwenderkenntnisse mit dem Reservierungsprogramm «Bella Vita». Des Weiteren verfügen Sie über eine abgeschlossene Ausbildung als Masseur/in. Sie übernehmen gerne Verantwortung, sind zuverlässig und zielorientiert. In stressigen Situationen können Sie schnell handeln und verlieren Ihr Ziel nicht aus den Augen. Den Gast beraten und behandeln bereitet Ihnen ebensoviel Freude wie administrative und organisatorische Arbeiten im Hintergrund. Sie sind flexibel und zuverlässig, bereit für unregelmässige Arbeitszeiten (auch abends und an Wochenenden) und besitzen ein gepflegtes Erscheinungsbild. Professionalität, Belastbarkeit und Teamfähigkeit sowie gute Französischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

**Wir bieten Ihnen:**

Eine anspruchsvolle und herausfordernde Tätigkeit in einem dynamischen Team mit attraktiven Anstellungsbedingungen. Sie werden gefordert und tragen mit Ihrer Kompetenz zum Gesamtprojekterfolg bei.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann erwartet Frau Nicole Meili, Personelles, gerne Ihre vollständige Online-Bewerbung unter [www.migros.ch/jobs](http://www.migros.ch/jobs)

Bei Fragen steht Ihnen Frau Seraina, Schütz, Leiterin Spa & Wellness, unter Tel. 031 556 95 41 oder E-Mail: [seraina.schuetz@bernaqua.ch](mailto:seraina.schuetz@bernaqua.ch), zur Verfügung.

[www.bernaqua.ch](http://www.bernaqua.ch)  
[www.westside.ch](http://www.westside.ch)



Die Gastronomiegruppe (zfv)

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

Für das von uns im Auftrag geführte

**Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen**  
Engelgasse 9, 4052 Basel  
suchen wir per 01. August 2010 einen

**Küchenchef (m/w)**

**Ihre Aufgabe:** Sie sind für das Führen der Küchenbrigade (ca. 4 Mitarbeiter) sowie die aktive Mitarbeit bei der Menüproduktion zuständig. Zudem sind Sie für eine innovative Angebotsplanung, den gesamten Einkauf, die Schulung der Mitarbeitenden sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien verantwortlich.

**Ihr Profil:** Sie sind eine selbständige, flexible und zuverlässige Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position verfügt. Zudem besitzen Sie ein hohes Qualitätsbewusstsein sowie unternehmerisches Denken und Handeln und ein grosses Mass an Kreativität. Sehr gute IT- und Kalkulationskenntnisse sind ein Muss. Sie arbeiten ziel- und erfolgsorientiert, sind offen für Neues und können Verantwortung übernehmen. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 6.00 bis 15.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel einsetzbar.

**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](http://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

**Votre sourire a de l'avenir**

Vous avez le sens du service, l'esprit d'équipe et l'envie de progresser. Alors rejoignez les équipes de Accor, leader de l'hôtellerie en Europe avec plus de 40 hôtels en Suisse.

**Revenue Manager Pays (H/F)**

**Mission :**

- Il / Elle est responsable de la mise en œuvre des méthodes RM multimarques dans le pays afin d'optimiser le chiffre d'affaires selon les stratégies marketing des marques, du pays, de la région, de l'hôtel et selon les besoins des clients.
- Il / Elle est chargé(e) du déploiement des ressources humaines, des processus, des formations, des méthodes et des outils adaptés en Revenue Management.
- Il / Elle s'assure que tous les processus RM sont en place dans son périmètre et que les stratégies soient connues, distribuées et mises en œuvre dans les hôtels.
- Il / Elle fait augmenter la qualité et le volume du chiffre d'affaires des hôtels.

**Profil :**

- Expérience confirmée en RM
- Français/Anglais indispensable, Allemand un plus
- Lieu de travail : Zürich ou Crissier

Envoyez votre candidature (CV+Lettre+certificats) à :  
Nathalie Morel-Favre (nathalie.morel-favre@accor.com)

**Consultez toutes nos offres sur [accor.com](http://accor.com)**

ACCOR

Die Gastronomiegruppe (zfv)

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

Für das von uns im Auftrag geführte

**Restaurant Forum im WBZ**  
Schaffhauserstrasse 228, 8057 Zürich  
suchen wir per 01. September 2010 einen

**Koch mit Stellvertreterfunktion (m/w)**

**Ihre Aufgabe:** In Zusammenarbeit mit der Betriebsleitung erarbeiten Sie das Tagesangebot für unsere Gäste, bereiten die saisonalen, frischen Spezialitäten vor, regenerieren angelegerte Menükomponenten und präsentieren diverse Snacks sowie Salate am Buffet. Zudem betreuen Sie die Gäste während des Mittagsservices am Buffet, schulen die Mitarbeitenden und sind für die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zuständig. Im Weiteren erledigen Sie diverse administrative Arbeiten und vertreten die Betriebsleitung bei deren Abwesenheiten. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Montag und Samstag von 8.00 bis 15.30 Uhr. Bei Spezialanlässen sind Sie zudem flexibel und einsetzbar.

**Ihr Profil:** Sie haben eine Ausbildung zum Koch absolviert, sind frontorientiert, verfügen über gute PC-Kenntnisse (Word/Excel) und haben von Vorteil Erfahrung im Cook & Chill-Verfahren. Zudem sind Sie kreativ, entwickeln neue Ideen, stecken sich anspruchsvolle Ziele und verlieren auch bei hohem Arbeitsanfall die Übersicht nicht. Im Weiteren beschreiben Sie sich als engagiert, teamfähig und initiativ.

**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](http://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

**ARENA**  
FREIZEIT UND SPORT ADELBODEN

In Adelpoden wird eine neue Sportanlage gebaut! Ein Teilangebot der neuen Freizeit- und Sportarena Adelpoden ist das Restaurant mit 100 Innenplätzen und Panoramaterrasse. Das Betriebskonzept sieht ein Restaurant mit Bar vor, welches im Normalbetrieb über den Mittag Menüs und zu den restlichen Tageszeiten Snacks anbietet. Das Restaurant wird von Juni bis April während sieben Tagen geöffnet sein.

Die Freizeit- und Sportarena Adelpoden AG sucht per Ende November/Anfang Dezember 2010 (abhängig vom Baufortschritt) eine/n

**Leiter/in Restaurant (100%)**

**Ihre Aufgaben:**

- Führung des Restaurants in der Freizeit- und Sportarena Adelpoden
- Umsetzung und Weiterentwicklung des Gastronomiekonzepts
- Führung der Restaurant-Mitarbeiter
- Planung und Zubereitung des Speise- und Getränkeangebots
- Bedienung des Buffets, der Bar und Kasse, ausfallsweise Speise- und Getränkeservice
- Wareneinkauf und Verwaltung des Warenlagers
- Kostenkontrolle, Einhalten der Budgetvorgaben und Reporting
- Verantwortung für die Hygiene in der Restaurant-Infrastruktur

**Unsere Erwartungen:**

- Eine junge, innovative, dynamische Persönlichkeit mit Gastronomie-Erfahrung (vorzugsweise abgeschlossene Koch-Lehre)
- Haufenweise Motivation und Wille, einen neuen Betrieb aufzubauen, mitzugestalten und weiterzuentwickeln
- Hohe Einsatzbereitschaft und Idealismus
- Kundenorientierung, Verantwortungsbewusstsein, Selbstständigkeit, Flexibilität, Belastbarkeit, Teamfähigkeit

**Unser Angebot:**

- Die einmalige Gelegenheit, einen neuen Gastronomiebetrieb in einer Sportanlage aufzubauen und weiterzuentwickeln
- Vielseitiges Arbeitsgebiet
- Ideale Einstiegsmöglichkeit in eine leitende Position
- Lohnsystem mit Erfolgsbeteiligung

Für Auskünfte und Informationen zum Betriebskonzept steht Ihnen Geschäftsführer Adrian Haueter unter Tel. 078 866 27 28 gerne zur Verfügung. Sind Sie bereit, sich dieser Herausforderung zu stellen? Dann senden Sie uns bitte Ihre schriftliche Bewerbung bis 22. Juli 2010.

Freizeit- und Sportarena Adelpoden AG, Postfach 130, 3715 Adelpoden  
info@arena-adelpoden.ch / [www.arena-adelpoden.ch](http://www.arena-adelpoden.ch)

Wir suchen für unser tolles Küchenteam:

**Jung-Koch m/w**  
mit Freude am Kochen

**Wir bieten:**  
Super Lohn  
Zimmer im Hause  
Abwechslungsreiche Küche  
mit saisonalen Aktivitäten

Bitte Bewerbungsunterlagen an  
Martina Meier oder Leonhard Büttnier  
info@restaurantheimat.ch  
[www.restaurantheimat.ch](http://www.restaurantheimat.ch)

8953 Dietikon Vorort von Zürich 15 km  
044 740 83 47

**Wädenswil am Zürichsee...**

Aussergewöhnliches Gasthaus mit eigener Brauerei sucht dich, zur Verstärkung unseres Teams, einen

**Restaurantsfachmann/-frau Koch/Köchin**

Für unseren jungen, lebhaften Betrieb wünschen wir uns eine Persönlichkeit, die freundlich, aufgestellt und belastbar ist, zudem Schweizerdeutsch spricht und mit Herzblut unsere Gäste verwöhnt. Bist du dich zuverlässiges Arbeiten gewohnt, bewährst auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf und wünschst du in einem jungen, aufgestellten Team zu arbeiten? Dann zögere nicht, uns zu kontaktieren. Auf deinen Anruf ab 11.00 Uhr (noch besser, auf die vollständige Bewerbung) freut sich Stefan D. Schlegel.

Wädi-Brau-Huus AG, Florhofstrasse 13  
8820 Wädenswil, Telefon 044 783 93 92

hotelfachschule thun  
soul, passion & system

Die Hotelfachschule Thun ist eine Vollzeitschule von hotellerieuisse, an der sich junge Erwachsene während 2 1/2 Jahren zur **Dipl. Hôtellerie-Restauratrice HF** und zum **Dipl. Hôtellerie-Restaurateur HF** ausbilden lassen.

Auf Anfang 2011 suchen wir eine/n

**Küchenchef/in (100%)**

Sie erwartet das folgende Umfeld:

- In einem über den Mittag lebhaften Betrieb erbringen wir unsere Dienstleistungen gegenüber den Studierenden und anderen Kunden gemäss unserem Credo «soul, passion & system».
- Neben den Studierenden unserer Schule werden unsere Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung, Restauration und Catering auch von externen Kunden beansprucht.
- Unseren Gästen erbringen wir die F&B-Dienstleistungen im Selbstbedienungsrestaurant und an der Kaffeebar.
- Die Küchen-Infrastruktur dient nebst der täglichen Speisezubereitung auch als Ausbildungsstätte für unsere Studierenden.

Ihre vielseitigen Aufgaben bei uns sind:

- Produktionsplanung und Umsetzung für täglich 200 Mittagessen (Mo.-Fr.)
- Tägliche Mitarbeit in der Küche
- Organisation und Durchführung von Anlässen bis 250 Personen und Caterings (ab 50 Personen bis zum Grossanlass von über 1000 Gästen)
- Führen der Küchenbrigade (2 Köche, 2 Lernende, 1 Mitarbeiter Werterhaltung)
- Ausbildung von Lernenden.
- Sehr enge Zusammenarbeit mit den Küchenfachlehrern

**Ihr Profil:**

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch
- Berufliche Weiterbildung: Gastronomiekoch oder dipl. Küchenchef/Produktionsleiter
- Führungserfahrung
- Mehrjährige Kocherfahrung auf gehobenen Niveau
- Grundkenntnisse in der Gemeinschaftsverpflegung
- Idealerweise zwischen 28 und 40 Jahre

Wir bieten Ihnen in einem schulischen Umfeld eine herausfordernde Tätigkeit in einem kleinen Team. Das vielfältige Arbeitsgebiet verlangt Teamfähigkeit, gute Planung und Organisation sowie Selbstständigkeit. Haben Sie zusätzliche Fragen? Auskünfte erteilt Ihnen gerne Samuel Menti, Leiter Gastronomie, oder der jetzige Stelleninhaber Stephan Marof. Telefon 033 227 77 77.

Sind Sie interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung bis **5. August 2010** an:

Hotelfachschule Thun  
Samuel Menti, Mönchstrasse 37, Postfach 113, 3602 Thun  
Unter [www.hfthun.ch](http://www.hfthun.ch) erfahren Sie mehr über uns!

GASTRONOMIE AM RHEIN **güterhof**

Direkt an der Schiffände in Schaffhausen gelegen, sind wir ein toller Trendbetrieb mit Restaurant, Terrasse, Bar/Lounge, Sushi-Bar, Café Caterings und einem sehr guten Küchenchef.

**Küchenchef gesucht**

Die Küchenbrigade mit Sous-Chef, 5 ausgebildeten Köchen, 2 Hilfsköchen und 3 Lehrlingen freut sich auf einen neuen Küchenchef. Wir bieten eine grosse Produktionsküche und eine Showküche direkt beim Gast. Das A-la-carte-Restaurant mit 80-90 Sitzplätzen und 120 auf der Terrasse, dem Bankettaum für 90 Gäste, Caterings und vor allem eine grosse Spanne im Angebot, garantieren einen abwechslungsreichen, trendigen, jungen, modernen Arbeitsplatz.

Alle unsere Karten finden Sie im Inhaltsverzeichnis unter «Downloads» auf der Homepage [www.gueterhof.ch](http://www.gueterhof.ch).

Wir suchen einen Küchenchef zwischen 34 bis 50 Jahren – ein Organisationstalent mit Freude & Kreativität beim Kochen. Als sehr wichtig erachten wir die Präsenz in der Showküche, die gleichbleibende Qualität und Standards. Den guten Mix zwischen vorzeigen, vorbereiten und doch die Organisation, Abläufe, Mitarbeiterplanung und -führung, Verbesserungen usw. im Griff haben. Das ist die Herausforderung. Wir sind ein Sieben-Tage-Betrieb.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbungen per E-Mail [info@gueterhof.ch](mailto:info@gueterhof.ch).

Sehr gerne können Sie mich vorgängig auch anrufen, um mehr über die offene Küchenchef-Stelle zu erfahren.  
Linda Prager, 052 630 40 40

Güterhof – Gastronomie am Rhein  
Linda Prager, Freier Platz 10, 8200 Schaffhausen  
Tel. 052 630 40 40  
ein Betrieb der prager. gastronomie AG  
<http://www.gueterhof.ch>

**Lüderenalp**

\*\*\* Hotel Restaurant  
3457 Wasen im Emmental

\*\*\* Hotel-Restaurant 1150m

Seminar-Hotel mit 60 Betten, Restaurant für 200 Personen, mit schönster Aussichtsterrasse zu den Berner Alpen

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams ab August

**Aide du Patron  
Restaurationsfachfrau/-mann  
Hotelfachfrau/-mann**  
auch mit Service-Einsatz

Lieben Sie die abwechslungsreiche Arbeit in einem jungen Team, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Fam. L. u. B. Held  
3457 Wasen i. Emmental  
Tel. 034 437 16 76, Fax 034 437 19 80  
[www.luederenalp.ch](http://www.luederenalp.ch)  
[hotel@luederenalp.ch](mailto:hotel@luederenalp.ch)

**HOTEL BÄREN**

BERNSTRASSE WEST 56  
CH-5034 SUHR

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine Person mit einem grossen



für unsere Gäste. Verfügen Sie über gründliche Fachkenntnisse und viel Motivation, als

**Servicefachangestellte/r**

unsere Gäste einen bärenstarken Service zu bieten? Sind Sie ausserdem zuverlässig, flexibel, charmant, haben Sie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und arbeiten gerne in einem jungen Team, so sind Sie genau die richtige Person. Wir freuen uns von Ihnen zu hören!

Im neu renovierten Hotel Bären verwöhnen wir nationale und internationale Gäste im gemütlichen Suhrrenstübli sowie im 14-Punkte-Restaurant Bärenstübli. Stilvolle Bankette und Caterings bis 600 Personen runden unser Angebot ab.

Hotel Bären Suhr Karina Wodrich  
Bernstrasse West 56; 5034 Suhr/Aarau  
[www.baeren-suhr.ch](http://www.baeren-suhr.ch) [mailbox@baeren-suhr.ch](mailto:mailbox@baeren-suhr.ch)



Für unser Papa Joe's American Restaurant & Caribbean Bar an der Schauplatzstrasse in Bern suchen wir per 1. August 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

**Barmitarbeiter/-in**

Du sollst aufgestellt, belastbar und freundlich sein. Wenn Du ausserdem über ein gepflegtes Ausseres und gute Deutschkenntnisse verfügst bist Du bei uns genau richtig. Service- oder Barerfahrung sind von Vorteil. Hast Du Lust in einem jungen motivierten Team und in einem angenehmen Umfeld zu arbeiten, dann sende Deine Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Papa Joe's American Restaurant & Caribbean Bar  
Markus Jäggi, Schauplatzstrasse 23, 3011 Bern  
Telefon 031 310 11 55 • [pjbe@gastrag.ch](mailto:pjbe@gastrag.ch) • [www.papajoes.ch](http://www.papajoes.ch)



SORELL 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 schönes

**Sorell Hotel Zürichberg**

Orellistrasse 21, 8044 Zürich

suchen wir per 23. August 2010 eine/n

**Bankett- und Seminarassistent/in**

**Ihre Aufgabe:** Sie sind zuständig für den Verkauf von Banketten und Seminaren, die Menüsprache und Beratung der Kunden, das Erstellen von Menükarten und Verkaufsdossiers sowie den Empfang und die Betreuung der Gäste vor Ort. Zudem helfen Sie aktiv bei der Organisation von internen Events und Messeauftritten mit.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine flexible, kreative und neugierige Persönlichkeit, welche über einen Hotelfachabschluss, Erfahrung im F&B-Bereich sowie gute Sprachkenntnisse in D/F/E verfügt. Sie zeichnen sich zudem durch eine hohe Leistungsbereitschaft aus und arbeiten auch unter Druck ruhig und effizient. Ausserdem bringen Sie Empathie, Teamfähigkeit und Dienstleistungsorientierung mit und lieben den Kontakt mit Gästen und Kunden.

**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](http://www.zfv.ch) oder [www.sorellhotels.com](http://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](mailto:info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

**Luzerner  
Psychiatrie**

ambulant · stationär · kinder- und jugendpsychiatrie

Die Luzerner Psychiatrie ist die grösste Anbieterin von psychiatrischen Dienstleistungen im Kanton Luzern. Das Unternehmen ist an 21 Standorten vertreten.

Für die Klinik St. Urban mit 228 Patientenbetten und für den gehobenen Bankettbereich des Ehemaligen Klosters St. Urban, suchen wir per 1. September 2010 oder nach Vereinbarung einen / eine

**Diätkoch / Diätköchin 100%**

Ist Kochen Ihre grosse Leidenschaft? Verbindet Ihre Küchenphilosophie aussergewöhnliche Kreativität mit Qualitätsbewusstsein?

In unserer modernen Küche, bieten wir Ihnen als initiative, team- und leistungsorientierte Persönlichkeit eine interessante Stelle an, in welcher Sie unsere Patienten mit Ihrem Ideenreichtum verwöhnen können. Dienstleistungsbereitschaft sowie Flexibilität sind für Sie selbstverständlich.

Voraussetzung für diese Stelle ist eine abgeschlossene Lehre als Diätkoch / Diätköchin ergänzt mit Erfahrung in der klassischen Gastronomie.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an Marcel Pauli, Küchenchef, Telefon 062 918 50 71.

Luzerner Psychiatrie  
Personaldienst  
Schafmattstrasse 1  
CH-4915 St. Urban  
Telefon 062 918 55 55  
[www.lups.ch](http://www.lups.ch)

**club zur geduld**

Ein Haus – ein Lebensstil  
Ein Club nach angelsächsischem Muster, einen in höchstem Mass kultivierten Ort privater Geselligkeit und der älteste noch bestehende Club der Schweiz.  
Im Club zur Geduld in Winterthur trifft sich alles, was Rang und Namen hat – sei es in Politik, Wirtschaft, Kultur oder Wissenschaft.

Um unsere hohen gastronomischen Ziele zu erreichen, suchen wir (m/w) per 1. September 2010 oder nach Übereinkunft

**Chef de Partie**

jung, flexibel, dynamisch, gewohnt selbstständig zu arbeiten und mit Freude an internationaler Spitzenküche

**Servicefachangestellte**

jung, gepflegt, deutsche Muttersprache, herzliche Gastgeberin mit Freude am Beruf

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Für nähere Auskünfte stehe ich gerne zur Verfügung

Club zur Geduld  
Martin Marty  
Postfach  
8402 Winterthur  
[info@zurgeduld.ch](mailto:info@zurgeduld.ch)  
052 212 14 79



Das Hotel Holiday ist das \*\*\* Standard Seminar- und Businesshotel in Thun. Das Hotel verfügt über 58 Zimmer und 15Uite, mit 110 Betten, einen gepflegten Gastronomiebetrieb mit einzigartiger Gartenterrasse sowie Bankett- und Cateringbereich. Wir sind gemäss Q-Gütesiegel zertifiziert.

Für unseren lebhaften und abwechslungsreichen Betrieb suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung zur Verstärkung erfahrene Teamplayer

**Réceptionist/in**

Fidelio-Kenntnisse sind von Vorteil sowie beherrschen von Fremdsprachen.

UND

**Service Mitarbeiter/in**

Sie verfügen über Erfahrung im gepflegten A-la-carte-Service.

**Ihr Profil:** Sie haben eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung. Sie sind aufgestellt, selbstständig, Flexibilität und Teamgeist zählen zu Ihren Stärken.

Eine spannende Aufgabe erwarten Sie.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freuen wir uns.

HOTEL RESTAURANT HOLIDAY  
z. H. Rudolf Hauri, Gwattstrasse 1, 3604 Thun  
Telefon 033 334 67 67  
[www.holidaythun.ch](http://www.holidaythun.ch) [info@holidaythun.ch](mailto:info@holidaythun.ch)

**Hotel Therme Vals**

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

Hier suchen wir Sie für die laufende Saison:

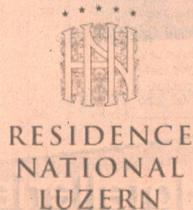
Im Roten Saal  
Service MitarbeiterIn

In der Blauen Halle  
Chef/in de bar  
Service MitarbeiterIn

Auf der Etage  
Nachportier  
Ferienablosung Portier  
Zimmerfrau

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

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



Die RESIDENCE NATIONAL in Luzern bietet an unvergleichlicher Lage seit über 20 Jahren individuell möblierte Wohnungen für Kurz- und Daueraufenthalte. Das Gebäude Grand Hotel National bildet die Kulisse für dieses einzigartige Wohnerlebnis mit 5-Sterne-Service.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. August 2010 oder nach Vereinbarung eine

### HOUSEKEEPINGMITARBEITERIN 100%

Sie unterstützen unser Team in der Reinigung unserer Suiten und tragen mit Ihrem Einsatz und Ihrer Liebe zum Detail bei, die hohen Ansprüche unserer Gäste zu erfüllen.

Sie haben bereits Erfahrungen in 4 oder 5-Sterne Häusern gesammelt. Als vertrauenswürdige Mitarbeiterin arbeiten Sie gerne im Team. Sprachkenntnisse in Deutsch und eventuell Englisch zeichnen Sie aus.

Wir bieten ein kleines dynamisches Team, geregelte Arbeitszeiten und einen Arbeitsplatz in schönster Umgebung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Referenzen und Foto an: Grand Hotel National AG, Frau Nicole Winkler, Haldenstrasse 4, 6006 Luzern, Tel. 041 419 08 08



Die Mitarbeitenden des Etagenservice im Stadtspital Triemli Zürich leisten einen wesentlichen Beitrag zum Komfort und dem Wohlbefinden unserer Patientinnen und Patienten. Für das Team mit 2 Gruppenleitungen und 45 Mitarbeitenden suchen wir per 1. Oktober 2010 oder zum nächst möglichen Termin eine/einen

### Leiterin/Leiter Etagenservice, 80–100%

In dieser Funktion sind Sie für die Planung, Organisation und Entwicklung der Dienstleistungsprozesse Ihrer Abteilung verantwortlich. Sie führen und unterstützen die Gruppenleitungen im Tagesgeschäft und sorgen für eine unterstützende Zusammenarbeit mit den vernetzten Bereichen. Im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden. Sie setzen Ihre Visionen, Vorstellungen und Grundsätze gezielt in den Alltag ein und verlieren dabei nicht den Sinn für die Realität.

Die Funktion erfordert:

- Abschluss in Hotelfachschule, Facility Management oder Hauswirtschaftlicher Betriebsleitung
- Führungsbildung und/oder Erfahrung in Prozessorganisation und Führung
- Initiative, Offenheit, Belastbarkeit und Durchsetzungsvermögen
- Vernetztes Denken und Handeln
- Ausgeprägte Sozialkompetenz

Wir bieten Ihnen:

- Interessante Führungsaufgabe mit hoher Eigenverantwortung und Kompetenzen
- Unterstützung durch das eingespielte Führungsteam
- Gezielte Fortbildungen
- Attraktive Anstellungsbedingungen der Stadt Zürich

Trifft das Anforderungsprofil auf Sie zu und suchen Sie eine neue Herausforderung?

Peter Wirz, Leiter Hotellerie, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte unter Telefon 044 466 12 13.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie an:

Stadtspital Triemli Zürich, Bereich Human Resources  
Patrick Böhler, HR Berater  
Birmensdorferstrasse 497, 8063 Zürich

Nähere Information erhalten Sie unter: [www.triemli.ch/jobs](http://www.triemli.ch/jobs)

An Ihrer Seite  
Stadtspital Triemli

## Svizzera italiana



**Tschuggen Hotel Group**  
-dieser Name ist Synonym für drei Luxushäuser und ein Sporthotel an den Traumorten der Schweiz: **Arosa, Ascona und St. Moritz**. Ob inmitten imposanter Bergwelten oder am glitzernden See, ob auf 1800 Metern oder 200 Metern Höhe – machen Sie Ihren nächsten Karriereschritt mit uns.

### LIFESTYLE PUR

Für unsere vier luxuriösen Hotels suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine(n) erfahrene(n)

#### PUBLIC RELATIONS MANAGER

**Ihre Herausforderung:** Sie sorgen für eine perfekte Kommunikation der unzähligen News unserer dynamischen Hotelgruppe und pflegen den engen Kontakt zu Journalisten und Partnern aus aller Welt. Sie sind Hauptansprechpartner für die drei PR-Agenturen in London, Mailand und Dubai. Sie repräsentieren die Gruppe an Veranstaltungen in unseren Hauptmärkten und betreuen die Pressevertreter vor Ort in unseren Hotels. Sie optimieren die interne Kommunikation und schreiben stilischer Texte für alle Häuser. Zusammen mit der zentralen Marketingabteilung unterstützen Sie die einzelnen Hotels bei ihren diversen Aktivitäten.

**Ihre Qualitäten:** Sie verfügen über fundierte, langjährige PR-Erfahrung in ähnlicher Position, haben einen modernen sowie sicheren Schreibstil und Freude am journalistischen Texten. Als PR-Profi verfügen Sie über ein starkes Beziehungsnetzwerk zu Medienvertretern in der Schweiz und in Deutschland. Sie sind eine engagierte, flexible und kommunikative Persönlichkeit mit sehr guten Fremdsprachenkenntnissen (e/f/ w.m. i) und der notwendigen Bereitschaft zur Mobilität (Ascona, St. Moritz, Arosa).

Auf Ihre Bewerbung mit Foto und Ihren Anruf freut sich:  
**Corinne Denzler, Group Director Tschuggen Hotel Group**  
c/o Hotel Eden Roc, 6612 Ascona  
c.denzler@tschuggenhotelgroup.ch, Tel. +41 (91) 785 71 71.



MEMBER OF TSCHUGGEN HOTEL GROUP

## Suisse romande



Industry Hiring Managers rank Glion among the top 3 Hospitality Management Schools in the world for an international career!

(Source: FNS, UK, Global Research, September 2007)



GLION INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION provides quality education to some 1'500 international students per semester in the fields of Hospitality, Tourism, Event, Sport and Entertainment Management. Glion is accredited by the Commission on Institutions of Higher Education, New England Association of Schools and Colleges (www.neasc.org). Glion Management Services SARL is the shared services company for the School.

Glion is part of Laureate Education Inc. (www.laureate-inc.com) – a worldwide leader in education services. The Laureate Company has a network that stretches from North & South America to Europe and Asia. Laureate has a total of 59 universities in 21 countries currently enrolling over 550,000 students.

Glion Institute of Higher Education is looking for a full time:

### KITCHEN INSTRUCTOR

#### TASKS AND RESPONSIBILITIES

- Operate a kitchen unit with a group of international students
- Follow prescribed curriculum to create a challenging and consistent education for every student
- Guarantee existing standards are respected
- Ensure the safety and sanitation of the kitchen, classroom, equipment and students within their area of instruction
- Motivate and guide students to adhere to the company's standards of excellence
- Ability to combine academic and operations tasks within the same environment
- Evaluate and administrate teaching documents

#### YOUR PROFILE

- 5 years experience in an international environment in Food & Beverage as Head chef (or equivalent)
- Fluent in English and French
- Training or teaching skills qualifications would be an added value
- Excellent interpersonal skills, confident communicator and ability to motivate students
- Innovator in kitchen concepts and processes

PLACE OF WORK: Glion (Switzerland)

START DATE: Immediately or upon agreement

Interested candidates should e-mail their CV including certificates and motivation letter to: [jobs@glion.edu](mailto:jobs@glion.edu)

[www.glion.edu](http://www.glion.edu) - [info@glion.edu](mailto:info@glion.edu)

## Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter [www.hoteljob.ch](http://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 Basel	J15587
Geschäftsführer (w/m)	Region Zürich	J15486
Direktor/in	Region Zürich	J15539
Geschäftsführer (w/m)	Region Zürich	J15629
BetriebsökonomIn FH Facility Management	Region Basel	J15606
BetriebsleiterIn	Region Graubünden	J15608
Pächter für Neukonzept	Region Bern	J15569

### Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Convention Coordinator (m/w)	Region Zürich	J15466
Vermögensberater	Region Basel	J15591
Regionalleiter Catering	Region Bern	J15582
Assistant Convention Manager (m/w)	Region Zürich	J15628

### Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsassistent/in	Region Zürich	J15487

### Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Rezeptionistin / Receptionist	Region Zentralschweiz	J15485
Guest Relation Mitarbeiter/in	Region Zürich	J15491
Front Office- & Reservationsmitarbeiter/in	Region Zürich	J15492
Réceptionist (m)	Region Zürich	J15339
Junior Rezeptionist/in (Spanien - Costa Brava)	International	J15542
Réceptionist/in	Region Bern	J15574
Réceptionsmitarbeiter (m/w)	Region Bern	J15585
Rezeptionist/in	Region Zürich	J15595
Nachtportier	Region Zürich	J15598
Réceptionist/en	Region Zentralschweiz	J15627
Chef de Réception (w)	Tessin	J15621
Front Office, Guest Relation Angestellte/r	Region Zürich	J15603

### Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicemitarbeiter/in	Region Bern	J15570
F&B Manager/in	International	J15564
Commis de Cuisine (m/w)	Region Zürich	J15462
Bankett & F&B Leiter	Region Bern	J15560
Teamleiter Catering Services	Region Bern	J15557
Restaurant Manager (m/w)	Region Zürich	J15614
Verantwortlicher Take away	Region Bern	J15552
Gastgeber	Region Zürich	J15480
Weinverkäufer	Region Zürich	J15494
Restaurantleiter / F&B Manager	Region Zürich	J15483
Chef de cuisine	Region Waadt/ Unterwallis	J15473

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	Region Bern	J15579
Koch / Aushilfskoch	Region Zürich	J15467
Commis de cuisine	Region Zürich	J15343
Commis de cuisine (Irland - Carlow)	International	J15461
Chef Pâtissier	ganze Schweiz	J15497
Commis de Cuisine (m/w)	Region Zürich	J15489
Küchenchef	Region Zürich	J15482
Exec. Sous Chef	International	J15481
Chef de partie	Region Bern	J15479
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J15478
Chef de partie	Region Zürich	J15476
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J15475
Commis de Cuisine	Region Ostschweiz	J15597
Sous Chef	Region Graubünden	J15596
Chef de Partie	Region Zürich	J15593
Sous Chef (m/w)	Region Zürich	J15586
Koch	Region Bern	J15581
Küchenchef/in	International	J15623
Chef de partie (Irland - Cork)	International	J15626
Sous-Chef	International	J15615
Chef de partie	International	J15617
Alleinkoch (w/m)	Region Bern	J15613
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J15543
Sous-chef	International	J15562
Chef pâtissier	International	J15565

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	International	J15566
Chef de partie tournant	International	J15567
Chef de partie (England - London)	International	J15568
Chef de Partie (m/w)	Region Bern	J15576
Executiv Küchenchef	Region Bern	J15578
Chef de partie	Region Bern	J15580

### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Buffetaushilfe	Region Bern	J15561
Chef de rang	Region Bern	J15545
Chef de rang	Region Bern	J15549
Chef de service	Region Bern	J15551
Chef de service	Region Bern	J15553
Chef de rang	Region Bern	J15554
Servicefachangestellte (m/w)	Region Bern	J15555
Servicefachangestellte (m/w)	Region Mittelland (SO,AG)	J15558
Servicefachangestellte (m/w)	Region Mittelland (SO,AG)	J15559
Service - / BarmitarbeiterIn	Region Zürich	J15571
Commis de Rang (m/w)	Region Bern	J15573
Chef de Rang (m/w)	Region Bern	J15575
Betriebsassistent	Region Bern	J15584
Junior Chef de Service (m/w)	Region Zürich	J15589
Chef de Rang	Region Zürich	J15592
Commis de rang (Irland - Carlow)	International	J15474
Chef de rang (Irland - Carlow)	International	J15477
Service-Mitarbeiter (m/w)	Region Zürich	J15490
Stv. Restaurationsleiter/in	Region Zürich	J15493
Servicefachmitarbeiter(in)	Region Zürich	J15495
Commis de rang	Tessin	J15459
Demi-chef de rang	Region Oberwallis	J15460
Bankett-Aushilfe	Region Zürich	J15344
Demi-chef de rang (Irland - Carlow)	International	J15624
Chef de rang	International	J15616
Praktikant/in Service	Region Bern	J15618
Demi-chef de rang	Tessin	J15619
Chef de service (England - Wiltshire)	International	J15620
Commis de rang	Region Oberwallis	J15600
Sommelier/Sommelière (England - London)	International	J15601
Commis de rang	Region Zentralschweiz	J15602
Servicefachangestellte	Region Basel	J15604
Chef de Rang	Region Graubünden	J15609
Chef de Service	Region Graubünden	J15610
Servicefachkräfte	Region Graubünden	J15611
Servicemitarbeiter 80% (m/w)	Region Zürich	J15612
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J15540
Chef de rang	Region Oberwallis	J15541

### Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Serviceaushilfen	Region Mittelland (SO,AG)	J15556
Serviceaushilfen	Region Bern	J15550
Barmitarbeiter	Region Bern	J15548
Barmaid/ Barman (Spanien - Costa Brava)	International	J15599
Barmaid/ Barman (England - London)	International	J15625
Seminarmitarbeiterin (m/w)	Region Mittelland (SO,AG)	J15468
Barmanager/in (England - London)	International	J15458
LeiterIn Bankett & Events	Region Zürich	J15484
Chef de bar (w/m)	Region Zürich	J15488
Chef de bar	Region Graubünden	J15594
Bar Manager/in	International	J15563

### Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Zimmerfrau	Region Zürich	J15465
Zimmerfrau	Region Zürich	J15464
Hauswirtschafts-MitarbeiterIn	Region Bern	J15547
2. Gouvernante	Region Bern	J15544
1. Gouvernante	Region Graubünden	J15622

### Beauty / Wellness / Fitness / Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseurin	Region Bern	J15577
Kosmetikerin / SPA Réceptionniste	Region Bern	J15471
SPA Réceptionniste	Region Bern	J15472

**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

Altershalber im Zentrum der Hauptstadt  
von Costa Rica

**zu verkaufen, (evtl. zu vermieten)**

Neu renoviertes Hotel mit 17 Zimmern.  
Mehr Infos über  
E-Mail: bucanero1@racsa.co.cr  
oder Tel. 00506 8837 0737

Altershalber möchten wir unser schönes  
und weit über die Landesgrenzen  
bekanntes

**Berggasthaus**

verkaufen. Weitere Infos über Grösse,  
Standort und Umsätze erhalten Sie  
unter Chiffre 7553-4387 an htr  
hotel revue, Monbijoustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern.

Zu vermieten ab September oder nach  
Vereinbarung

**Kleine gemütliche Bar in Cham**

Altershalber geben wir die seit 18 Jahren  
bestehende beliebte Bar weiter. Das  
Raucherlokal ist voll eingerichtet inkl. Kl.  
Küche. Das Inventar muss abgekauft  
werden.  
Tel. 079 288 27 88



**Bourgeoisie de Fribourg**

A louer dès le 1<sup>er</sup> février 2011

Restaurant «Aigle Noir», joyau architectural de notre patrimoine immobilier avec excellent potentiel de développement (rue des Alpes 10 à Fribourg).

Les locaux sont constitués d'une importante surface exploitable à l'usage exclusif de restaurateur et de plusieurs salles complémentaires (banquets, conférences, cocktails dînatoires, etc.) mises gratuitement à la disposition du tenancier.

L'offre s'adresse à un professionnel passionné et dynamique, capable de garantir une qualité gastronomique d'un très bon niveau tout en exploitant une salle à boire traditionnelle.



Les intéressés-es au bénéfice d'un capital financier personnel sont priés-es de s'adresser à la:

Régie de Fribourg SA, anne-marie.perroud@rfsa.ch, tél. direct 026 350 55 21



www.rfsa.ch



Hoch über dem Walensee  
direkt an der Skipiste

**HOTEL ARVENBÜHL  
AMDEN**

Einmalige Gelegenheit mit Potenzial!  
Hotel mit 21 Apartments, Top Küche,  
Restaurant mit grosser Terrasse,  
grosszügigem Speisesaal,  
Sauna/Solarium, Ski- und  
Spielräumen etc. etc.

Ausserdem: eine 5.5 Zi. Hotelier-  
wohnung, diverse Personalzimmer  
und Parkplätze.

Kaufpreis auf Anfrage.  
Variante: Kauf Aktiengesellschaft  
oder nur Liegenschaft

roland.gempeler@privera.ch  
043 233 38 08

**PRIVERA AG**  
Hüscherstrasse 3  
8304 Wallisellen

**Adecco Hotel & Catering**  
better work, better life

Basel – Bern – Genève – St. Gallen  
Luzern – Lausanne – Zürich

**0800 880 830**

adecco.ch

**IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE**

**htr hotelrevue – stellen revue / marché de l'emploi  
– immobilienrevue / marché immobilier**

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus  
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Herausgeber / Editeur: hotellerieuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédacteur en chef: Elisabeth 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/quadr. CHF 2.10  
– Stellenausschreibung / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadr. CHF 2.10  
– Kadernrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadr. CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / seulement demande d'emploi)  
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/quadr. CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine	Doppelnummer	Nr. 31/2010	Nr. 32/2010	Nr. 33/2010
– Ausgabe / Numéro	Nr. 29/30/2010	5. 8. 2010	12. 8. 2010	19. 8. 2010
– Erscheint / Parution	22. 7. 2010	2. 8. 2010	9. 8. 2010	16. 8. 2010
– Anzeigenschluss / Délai	19. 7. 2010	2. 8. 2010	9. 8. 2010	16. 8. 2010

Anzeigenschluss / Délai Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern	Nr. 27/28 / 8. 7. 2010	Nr. 29/30 / 22. 7. 2010	Nr. 50/51 / 16. 12. 2010
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 contrôlé 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 weiter ganz oder teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden.  
Der Verleger und die Inserenten unterschreiben 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. 27 / 8. Juli 2010



## htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

Mit der htr hotel revue und dem neuen wöchentlichen newsletter htrnews sind Sie rundum informiert über die Branche, die Trends und die Konkurrenz.  
**Jetzt unter htr.ch registrieren und eine exklusive Geschenk-Packung der Selection-Dyhrberg gewinnen.** Anmeldeschluss für die Verlosung ist der 31. Juli 2010.

htr **hotel revue** [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**Wasser**  
Innovatives  
Wassermanage-  
ment – gut für die  
Umwelt und das  
Portemonnaie.



Swissimage

# Wassermanagement



**BEAT HAGMANN**  
LIC. RER. POL., PROJEKTLEITER  
WIRTSCHAFTSPOLITIK UND  
NACHHALTIGKEITSBEAUF-  
TRAGTER HOTELLERIESUISSE

Als Grundlage jeglichen Lebens ist Wasser unsere wertvollste Ressource. Obwohl nur gerade 3% der global vorhandenen Wasserressourcen zum Trinken geniessbar sind, steigt die Nachfrage nach Wasser seit Jahrzehnten. In den letzten 50 Jahren hat sich der Konsum vervierfacht. Als Folge des Klimawandels, der Verschwendung und Verschmutzung sowie des Bevölkerungswachstums soll der weltweite Wasserverbrauch bis 2040 um weitere 50% zunehmen (A.T. Kearny). Als endliche Ressource wird Wasser (wir trinken noch immer dasselbe Wasser wie die Dinosaurier) zunehmend zu einem knappen und entsprechend kostbaren Gut. Prognosen gehen davon aus, dass 2050 vier Milliarden Menschen in Regionen mit akuten Wasserproblemen leben werden. Effizientes Wassermanagement ist

deshalb gefragt denn je. Das gilt insbesondere für die Hotellerie in den alpinen Regionen, die vom Klimawandel stark betroffen sein werden (Schmelzen der Gletscher). Dabei geht es auch darum, das Lebenselixier Wasser für die kommenden Generationen zu sichern.

### Der Wasserkonsum

Der Wasserkonsum in der Schweiz beträgt heute rund 400 Liter pro Person und Tag. Davon entfallen rund 30% auf Toilettenspülung, 20% auf Baden und Duschen, 19% auf Waschmaschinen, 15% auf Kochen und Trinken, der Rest auf Körperpflege, Geschirrspüler und sonstiges. Diese Zahlen können nicht (teil)weil auf den durchschnittlichen Hotelgast übertragen werden (es gibt keine verlässlichen Daten für die Hoteller-

ie). Doch sie weisen auf Handlungsfelder eines effizienten Wassermanagements hin.

### Handlungsfelder Hotellerie

Bei herkömmlichen Toilettenspülkästen gehen 9 bis 14 Liter Wasser pro Spülung durch das Abflussrohr. Für ausreichende Hygiene genügen jedoch schon 6 bis 8 Liter. Es empfiehlt sich deshalb, zeitgemässe Spülkästen mit wassersparender Zweimeinigen-Spültechnik oder mit individueller Spül-/Stopp-Technik zu verwenden. Bei Duschen kann der Wasserverbrauch mit dem Einbau von Durchflussreduzierern bis zu 50% Wasser reduziert werden. Solche Ventile mischen Luft unter das durch den Schlauch fliessende Wasser. Damit bleibt der gefühlte Wasserdruck gleich und das

Duscherlebnis wird nicht negativ beeinträchtigt. Solche wassersparende Ventile können auch anderswo eingebaut werden. Mit modernen wasser- und energieeffizienten Waschmaschinen lässt sich Wasser und Geld sparen. Einsparungen können jedoch auch mit einfachen Mitteln mit herkömmlichen Maschinen erzielt werden. Vorwaschen beispielsweise rechtfertigt sich nur bei tatsächlich stark verschmutzter Wäsche. Am effektivsten arbeitet eine Maschine zudem, wenn die Ladekapazität ausgenutzt wird, und für leicht verschmutzte Wäsche reicht auch ein Sparprogramm. Falls sich die Waschmaschine an die Kalt- und Warmwasserleitung anschliessen lässt, wird der Heizstab der Maschine entlastet, die Programmlaufzeit wird verkürzt und es werden 10 bis 20% Energiekosten gespart.

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

**Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg**

Alle Netzwerkpartner unter:  
[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch) Rubrik Beratung «Beraternetzwerk»

**CURAVIVA.CH**

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association