

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 46

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 06.07.2025

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

htr **hotelrevue** avec cahier français

18. November 2010

Nr. 46 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA - 3001 Bern/Berne
www.htr.ch

1002893
Schweiz - Nationalbibliothek
1118
019
00618
Hallwilerstrasse 15
3005 Bern
01.01
11.10
30

Die Schweizer Fachzeitschrift für Tourismus Heute: 15 Stellenangeboten



Das sind die Gewinner 2010 (v.l.): Roland Decorvet, CEO Nestlé, 2. Preis; Daniel F. Lauber und Seraina Müller, Hotel Cervo, Nachwuchspreis; Gianni Biasiutti, CEO KWO/Grimselwelt, 1. Preis; Erich Balmer, Balmer's Herberge Interlaken, Milestone für sein Lebenswerk; Susana Ferreira, Zürich Tourismus, 3. Preis; Beat Schmid, Tropenhaus Frutigen, Nachhaltigkeitspreis.

Kommentar

Tourismus-Manager: Viel Abwechslung für wenig Lohn



CHRISTINE KÜNZLER

Die neue, nicht repräsentative Lohnstudie Tourismus bringt es an den Tag: Frauen verdienen deutlich weniger als Männer. Ein Beispiel: Für eine Tourismusdirektorin mit 6 bis 10 Jahren Berufserfahrung beträgt der Median-Brutto-Jahreslohn 75 400, für ihren Kollegen 90 000 Franken. Um die Löhne angleichen zu können, braucht es Transparenz. Und die kann jeder Tourismusdirektor und jede Tourismusdirektorin in den Destinationen selber schaffen.

«Es braucht also Leute, die mit viel Herzblut am lebendigen Tourismus mitwirken.»

Verglichen mit anderen Löhnen aus der Branche für die gleiche Position, verdient der Tourismusmanager wenig. Auch in Relation zu anderen Branchen sind diese Löhne tief. Laut Bundesamt für Statistik verdienen Mitarbeitende im oberen, oberen und mittleren Kader 2008 in der Tabakverarbeitung und der Bank am meisten: 190 000 bzw. 189 540 Franken brutto jährlich (Median). Am Schluss der Rangliste stehen «persönliche Dienstleistungen» wie Coiffeuse sowie die Gastronomie (57 144 / 64 380 Fr.).

Irgendwo dazwischen positionieren sich die Tourismusmanager. Das heisst, wer sich auf eine offene Stelle meldet, muss mit diesem Lohnniveau zufrieden sein. Das selektiert die Bewerber. Es braucht also Leute, welche mit viel Herzblut und Freude am abwechslungsreichen und lebendigen Tourismus mitwirken.

Seite 3

Touristische Meilensteine

Sechs Steine für sechs Gewinner-Projekte: Die Branche traf sich am Dienstagabend im Kultur-Casino in Bern und feierte die Verleihung des Milestone 2010.

ELSBETH HOBMEIER

Die Stimmung war ausgezeichnet, der Anlass ausgebuht, die Auswahl an guten und innovativen Projekten so gross wie noch nie: Der Milestone 2010, der diese Woche in Bern gefeiert wurde, wurde seinem Ruf als «wichtigster Anlass der Branche» mehr denn je gerecht. Über 500 Tourismusleute waren dabei, als die zwanzig nominierten Projekte auf der grossen Leinwand der Kultur-Casino-Bühne vorgestellt wurden. Ein jedes dieser Projekte hätte einen Milestone für seine Innovation verdient – die Jury hatte jedoch nur sechs Preise und Steine zu vergeben.

Mit Charme und Schmiss verkündete Sandra Studer als Moderatorin des Abends die Gewinner und bat sie zum Interview auf die Bühne. Mit dem ersten Preis, dotiert mit

10 000 Franken, ausgezeichnet wurde die Grimselwelt als «beispielhafte und nachhaltige Verbindung von Stromproduktion und Tourismus», die einen grossen Mehrwert für die gesamte Region schafft, wie Laudator Eric Scheidegger/Seco lobte. Gianni Biasiuttis CEO der Kraftwerke Oberhasli AG freute sich sichtlich über die «ersehnte Bestätigung einer grossen Idee und Arbeit». Der zweite Preis ging an die Schokoladenfabrik Maison Cailler für die perfekt gestaltete Ausstellung in Broc, den dritten Preis heimste Susana Ferreira für «Zürich Concierge» ein.

Der ebenfalls mit 10 000 Franken dotierte «Nachwuchspreis» gehörte Daniel F. Lauber und Seraina Müller, welche gemeinsam das Hotel Cervo in Zermatt führen und dieses bereits ein Jahr vor der Eröffnung via Social

Media jung und erfolgreich positionierten. Der Sonderpreis Nachhaltigkeit gebührt dem Tropenhaus Frutigen, das dank Abwärme aus dem Lötschbergtunnel Stör- und Tropenfrüchte wachsen lässt. Und der Backpacker-Tourismus-Pionier Erich Balmer, der mit «Balmer's Herberge» in Interlaken-Matten eine Kultstätte für junge Touristen geschaffen hat, wurde mit einem Milestone für dieses grosse Lebenswerk geehrt.

Alles über den Milestone

Die Bilder auf «People» S. 6.
Die Siegesgeschichten S. 7–12, 19, 24.
Die Reden und die Bildergalerie auf www.htr.ch

Typisch Schweiz

Das 2009 lancierte Label «Typically Swiss» geht in die nächste Etappe. 250 Hotels in der ganzen Schweiz – von Fünfstern bis Berghütte – werben damit.

Seite 2

WEF bleibt

In Davos wurde am Wochenende das erweiterte Kongresszentrum eröffnet. Den Organisatoren des WEF gefällt es. Sie haben sich bereits bis 2018 verpflichtet.

Seite 4

Spa

Wo sich Investitionen in Spas lohnen, welche Rolle Medical-Spas spielen, wie Kosmetika für Hotel-Spas evaluiert werden und welche Flaggschiffe hoch im Kurs sind.

Seite 14 und 15

Crans-Montana

Ein Bijou der Walliser Hotellerie wird bald wiedereröffnet: In Crans-Montana ist das «Crans Ambassador» zum «Luxury Sport Resort» umgestaltet worden.

Seite 21

Bergbahnen

«Sparen ist einfach, wesentlich schwieriger ist es, intelligent zu investieren. Deshalb sind wir alle gefordert.»

Rainer Flaig, Direktor Saas-Fee Bergbahnen AG

Seite 5

www.htr.ch

Adresse: Morbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax: 031 370 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel. 031 370 42 22
Fax: 031 370 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch



Wir machen Hotels erfolgreicher.

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel
www.softaware.com

HOREGO
Ihr Erfolg ist unser Ziel - Votre succès est notre objectif - Il vostro successo è il nostro obiettivo

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten

Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

Polster-Möbel-Klinik

Schoffelgasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93

"De Stör-Polsterer chunt!"

ACHTUNG!
Sessel•Sofas•Bänke
Stühle
Neu beziehen und aufpolstern

- Gratisberatung, Offerte und
- Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- **Rufen Sie uns unverzüglich an: 079 403 39 93**

ILLY

für Ihren Cappuccino!
www.illysafe.ch

BRITA Professional

PURITY C -
die flexible Lösung

<http://professional.brita.ch>

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

Aus der Region

Bern

Destination Jura/ Drei-Seen-Land: Kantonsbeitrag

Für Marketingmassnahmen und für die Entwicklung des Tourismus der Destination Jura/Drei-Seen-Land hat der Regierungsrat für die Jahre 2010 und 2011 einen Beitrag von insgesamt 250'000 Franken bewilligt. Er ergänzt den jährlichen Beitrag an Jura Bernois Tourisme von 420'000 Franken, den der Regierungsrat bereits 2008 bewilligt hat. In der Marketinggesellschaft sind die Jura-Regionen der Kantone Neuenburg, Jura, Solothurn und Bern vertreten. Die Kantone teilen sich in die Kosten für das gemeinsame Marketing: Im 2010 sind das rund 1,7 Mio. Franken.

Berner Oberland

Gstaad unter den Top 3 für Langlauf in den Alpen



Der ADAC Skiguide, Ausgabe 2010/11, kürzt Gstaad zu einer der drei besten Langlauf-Destinationen der Alpen. Die **Region Gstaad** punktet mit der Länge des Loipenangebots (175 km), Flutlichloipen, Skatingloipen und Höhenloipen im Gletschergebiet Glacier 3000. Auch werden die Schneesicherheit und die Qualität der Serviceeinrichtungen und Unterrichtsmöglichkeiten für Langläufer gewürdigt.

Initiative für Winterangebot auf Sparenmoos

Weil das Berghotel Sparenmoos bislang keinen Käufer gefunden hat und somit im Winter geschlossen bleibt, haben sich die Gemeinde Zweisimmen, Zweisimmen Tourismus und eine Interessengruppe kurzfristig entschlossen, den Winterbetrieb auf dem Sparenmoos selbst zu organisieren. Dabei besinnt man sich auf die Wurzeln des früheren Langlaufzentrums. Die Winterlandschaft Sparenmoos wird somit weiterhin zugänglich sein. Busbetrieb, Schlittelweg, Loipenangebot, Winterwander- und Schneeschuhweg werden grossteils erhalten. Die Initianten hoffen jetzt auf eine breite Unterstützung von Gästen und Einheimischen.

Tessin

Winter-Anlagen von Airolo wieder in Betrieb

Die Wintersportanlagen von Airolo-Pescium nehmen in diesem Winter den Betrieb wieder auf. Die neue Betriebsgesellschaft Valbianca SA, die den Gemeinden Airolo (70%) und Quinto (30%) gehört, hat 2,5 Mio. Franken in die Anlagen gesteckt. 1,2 Mio. kosten Renovierungsarbeiten, ein neues Ticketsystem und Investitionen in die Sicherheit. 1,3 Mio. kosten Wartungsarbeiten. Zuletzt standen die Anlagen still. Angestellt sind vier Vollzeitmitarbeiter, die das ganze Jahr lang arbeiten. Im Winter wird die Zahl der Angestellten auf 25 ansteigen. kjv

Plattform für die Schweiz

Die Hotelkooperation «Typically Swiss» geht in eine nächste Etappe. Neue Anmeldungen müssen bis zum 30.11. eingereicht werden.

ELSBETH HOBMEIER

Es ist rundum eine Erfolgsgeschichte: 2009 wurde das Label «Typische Schweizer Hotels» eingeführt, mit dem Ziel, 100 bis 150 Betriebe in der ganzen Schweiz dabei zu haben. Diese Erwartung wurde schnell übertroffen. Ehe es

sich Schweiz Tourismus als federführende Anlaufstelle versah, waren es über 200 Hotels, deren Bewerbung von der eigens gegründeten Fachjury angenommen und bestätigt wurde. Und es melden sich immer wieder neue Interessenten an – die nächste Eingabefrist läuft bis zum 30. November.

Die «Pioniere» Hotels, welche seit der ersten Stunde dabei sind, wurden jetzt betreffend Verlängerung ihres Vertrags



«Liefert uns ein Hotel gute Bilder, können wir es international viel besser verkaufen.»

Nicole Diermeier
Schweiz Tourismus

angeschrieben. Es geht um die Zeitspanne März 2011 bis März 2013. Neu wird das Qualitätslabel Q1 nur noch von jenen Hotels verlangt, welche keine Klassifizierung von hotelieruisse oder Gastrosuisse vorweisen können. «Unser Ziel ist, auch ab 2011 wieder rein regional und preislich breit gefächerte Gruppe präsentieren zu können», sagt Nicole Diermeier, Leiterin Produktmarketing/Hotelkooperation.



Typisch Schweiz: Das Hotel Faferalp im Lötschental, eines von 250 «typically Swiss» Hotels.

«Liefert uns ein Hotel gute Bilder, können wir es international viel besser verkaufen», betont Diermeier. Auf grosses Interesse bei ausländischen Medien stossen auch «Anekdoten, Stories oder gute Packages», mit denen sie die anfragenden Journalisten «füttern» könne. Die Mitgliedschaft bei «Typically Swiss» kostet ein Hotel je nach Grösse zwischen 1950 und 3950 Franken, für Mitglieder von hotelieruisse beträgt der Maximalbeitrag nur 2950 Franken. Dafür geboten erhalten die Betriebe einen internationalen Auftritt und eine effiziente Plattform.

Den eigenen Buchungsprozess gewaltig steigern kann ein Betrieb, wenn er Schweiz Tourismus gutes Bildmaterial zur Verfügung stellt.

Seedorf stellt sich als erste Gemeinde hinter den Naturpark Urschweiz

Die Gegner befürchten, dass der Naturpark die Landwirtschaft und Jagd zu stark einschränke.

Das umerische Seedorf hat sich als erste Gemeinde hinter das Projekt eines Naturparks Urschweiz gestellt. Der klare Entscheid fiel mit deutlicher Mehrheit. Im Oktober hatte sich Gurtellen UR vom Projekt verabschiedet. Ursprünglich war ein Naturpark über drei Kantone (Uri, Nidwalden und Obwalden) geplant. Nachdem Engelberg OW sich bereits 2009 aus dem Vorhaben verabschiedete, blieben noch zwölf Gemeinden in Uri und Nid-

walden. In den nächsten Wochen wird in den sechs Umer Gemeinden Isenthal, Bauen, Erstfeld, Seelisberg, Attinghausen und Wassen über eine Beteiligung am Naturpark abgestimmt. In den vier Nidwaldner Gemeinden Beckenried, Emmetten, Oberdorf und Wolfenschiessen fallen die Entscheide einheitlich am 28. November. Nach dem Nein von Gurtellen hat das Projekt noch eine Grösse von rund 450 Quadratkilometern. dst

Biermarkt wächst um 1,7%

Im Braujahr 2009/10 wuchs der Biermarkt Schweiz um 1,7% auf 4,6 Millionen Hektoliter Bier. Erneut legten die Bierimporte im Berichtsjahr um 7,1% zu.

DANIEL STAMPELI

Der Bierimportanteil am gesamten Biermarkt Schweiz beträgt nun 21,5% (Vorjahr: 20,5%), wie der Schweizer Brauerei-Verband

am Montag mitteilte. Der Inlandsausstoss der Schweizer Brauereien steigerte sich um 0,3% auf 3,6 Millionen Hektoliter, was einem Marktanteil von 78,5% entspricht. Die Importe im Braujahr 2009/10 (1.10.2009 bis 30.9.2010) stammten zu 48% aus Deutschland, gefolgt von Frankreich und Portugal. Von den gesamten Bierimporten im Braujahr 2009/10 wurden 53,1% in Dosen und 28,8% in Einwegflaschen getätigt. Laut Brauerei-Verband sei dies ein starkes Indiz dafür, dass insbesondere im Detailhandel Im-

portbiere verkauft beziehungsweise gekauft werden.

Aktuell erlebe die Schweiz einen anhaltenden Braustätten-Gründungsboom. Zurzeit sind über 300 Braustätten steuerpflichtig, im Jahre 2000 waren es noch 96. Um die Bierkultur in der Schweiz weiter zu fördern, haben der Schweizer Brauerei-Verband und seine Mitgliedsbrauereien die Schirmherrschaft über die Diplom-Biersommelier-Ausbildung der Brauakademie Doemens (Gräfelfing/D) in der Schweiz übernommen.

Entrée: Hotel Beau-Rivage, Genf. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Brisantes und Über- raschendes bei der Lohnumfrage im Tourismus 2010: Männer verdienen nach wie vor wesent- lich mehr als Frauen.

CHRISTINE KÜNZLER

Am meisten zu reden gegeben hat die Lohnungleichheit bei Mann und Frau. Der Präsident des Verbands Schweizer Tourismusmanager (VSTM), Stefan Otz, stellte die Lohn-Studie Ende Woche an den VSTM-Managementtagen in Horn vor. Der mittlere Brutto-Jahreslohn (50% der Mitarbeitenden sind besser oder schlechter bezahlt) für «höchst anspruchsvolle und schwierigste Arbeit» im Tourismus beträgt bei Männern 128'700 und bei Frauen 90'000 Franken. Dies zeigt die Auswertung der Fragebögen von 444 Männern und 845 Frauen, welche in einem touristischen Betrieb tätig sind und sich anonym und freiwillig an der Lohnumfrage beteiligt haben.

Der Branchenvergleich zeigt also: Tourismusdirektoren verdienen weniger als andere Touristiker in vergleichbarer Funktion. Der mittlere Brutto-Jahreslohn der befragten VSTM-Mitglieder mit Führungsaufgabe beträgt für Männer je nach Anzahl Jahre Berufserfahrung zwischen 80'400 und 90'000 Franken, für Frauen zwischen 74'100 und 75'400 Franken.

Frauen im Tourismus sollen sich besser verkaufen

«Das Auswahlverfahren der Stichprobe darf nicht als methodisch gesichert und statistisch repräsentativ bezeichnet werden».



Tourismsdirektoren haben weniger Lohn auf ihrem Konto als ihre Branchenkollegen in vergleichbaren Funktionen.

Keine Top-Saläre

«Es gibt noch viel zu tun, und zwar von beiden Seiten her.»

Géraldine Zuber
Präsidentin Frauen im Tourismus

Frauen haben keine Führungskompetenz – mitgemacht haben, kann sich das Bild verwässern, die Resultate dürfen also nicht eins zu eins genommen werden. Doch sie zeigen klar eine Tendenz auf. Die Lohnungleichheit zeichnete sich schon in der ersten Lohnumfrage

betont Manfred Ritschard & Partner, der die Studie realisiert hat. Weil mehr Frauen in weniger verantwortungsvollen Positionen – 28% der befragten

1998 deutlich ab. «Ich habe nicht mit so grossen Lohnunterschieden gerechnet», sagt Frauen-im-Tourismus-Präsidentin Géraldine Zuber. «Es gibt noch viel zu tun, und zwar von beiden Seiten her. Frauen müssen ihren Wert besser verkaufen.» Sie will sich mit dem VSTM an einen Tisch setzen und Lösungen für höhere Frauenlöhne erarbeiten. «Dass Frauen weniger verdienen als Männer, wusste man», bilanziert Otz. Der Interlakner Tourismusdirektor sorgte in seinem Betrieb für Lohngleichheit, versichert er. «Ich denke, es liegt auch an den Frauen selber: Nicht alle sind bereit, eine Führungsposition zu

übernehmen.» Das zeigt auch die Studie: Top-Positionen sind mehrheitlich männlich, jene in Verkauf, Beratung und Kundenbetreuung weiblich besetzt. 59% aller befragten Frauen, 37% aller Männer finden, sie seien zu schlecht bezahlt.

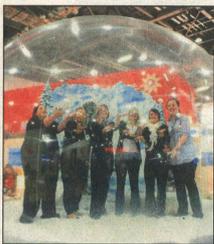
Für die meisten ist eine attraktive Arbeit wichtiger als der Lohn

Überraschenderweise wird Aus- und Weiterbildung wenig honoriert: Für 64% ist sie «eher wenig» oder «sehr wenig» lohnerlevant. 83% wünschen sich, dass ihre Berufsorganisation die Lohnpolitik aktiv beeinflusst. Glück für die touristischen Arbeitgeber: Für 81% der

Befragten ist die attraktive Arbeit wichtiger als der Lohn. Lohnunabhängig betrachtet sind 86% mit ihrer gegenwärtigen Tätigkeit (eher) zufrieden. Aber: Für 79% kann der Lohn ausschlaggebend sein, die Stelle oder Branche zu wechseln! 45% sind mit der Lohnpolitik ihres Arbeitgebers unzufrieden. Vergleicht man die Resultate mit der Lohnerhebung 2008 vom Bundesamt für Statistik, zeigt sich, dass die Mitarbeitenden im Tourismusbüro generell höher bezahlt sind als jene im Reisebüro, Gastgewerbe und in Verkehrläden.

Studie auf www.htr.ch/Lohn

ST mit bestem WTM-Stand



Die Jury gefiel auch die grosse, originelle Schneekugel am Stand.

Der Auftritt von Schweiz Tourismus am Londoner World Travel Market ist Design-Preiseträger. Mehr Interesse als je gab es aus den Golfstaaten und Indien. Auch Schweizer Städte waren gut nachgefragt.

KARL JOSEF VERDING

Die übergrosse Schneekugel, in der Heidi die Besucher zu einem poetischen Ausflug in die winterliche

Schweiz einlädt, hat die Fachjury bei der Auszeichnung des besten Stand-Designs des WTM 2010 speziell überzeugt. Sie hat den ST-Messestand unter 607 Teilnehmern aus 187 Ländern ausgezeichnet. Gewürdigt wurde auch die effektive Kombination der Einzelstände der Destinationen mit den Elementen, welche die Schweiz ausmachen. Was das Schweizer Geschäft speziell im britischen Markt betrifft, sagt Marcelline Kuonen, Managerin UK & Irland von Schweiz Tourismus voraus: «Falls das Pfund auf dem heutigen Kurs im Sommer 2011 und Winter 2011/12 bleiben

würde, könnten britische TOs ihre Kapazitäten für die Schweiz reduzieren.» Die radikalen Sparprogramme der Regierung hätten sicherlich eine grosse Auswirkung auf das Buchungsverhalten der Kunden. «Entscheidend wird immer mehr auch der Preis», so die ST-Managerin: «Die TOs versuchen, Angebote zu schnüren und wenn möglich alle Leistungen zu inkludieren. Zum Beispiel für den Winter die Hotelübernachtung, Mahlzeiten, Skipass, Skimiete, damit die Kunden genau ausrechnen können, mit welchen Ausga-

ben sie zu kalkulieren haben, und keine grossen Extras mehr budgetieren müssen.» Gute Zeichen am WTM zeigten andere Märkte: «Zunehmendes Interesse konnten wir vor allem aus den Golfstaaten und Indien verzeichnen. Auch waren die Städte sehr gut nachgefragt», sagt Marcelline Kuonen. Ihre Prognose: «Gemäss der aktuellen ungünstigen Währungssituation erwarten wir allgemein kein Wachstum der Logiernächte der Hotellerie in 2011. Parahotellerie-Anbieter haben im 2009 und 2010 gezeigt, dass sie trotz dem starken Franken noch Wachstum generieren konnten. Wir gehen aber davon aus, dass der Umsatz des Schweizer Tourismus allgemein im 2011 eher stagnieren wird. Voraussichtlich darf ab 2012 wieder mit einem Wachstum gerechnet werden.»

Duty Free auch für ankommende Passagiere

An Schweizer Flughäfen sollen künftig nicht nur abfliegende, sondern auch ankommende Flugpassagiere in den Duty-Free-Läden zollfrei einkaufen dürfen. Nach dem Nationalrat hat sich auch die Wirtschaftskommission des Ständerats mit 7 zu 4 Stimmen dafür ausgesprochen. Die Gegner in der Kommission argumentierten, die Flughafenläden würden mit der neuen Regelung gegenüber anderen Läden bevorteilt. Der Bundesrat hatte im vergangenen März in Erfüllung einer Motion eine entsprechende Gesetzesänderung vorgelegt.

Tourismus: Weniger Umsatz für viertes Quartal erwartet

Nach einer langen Durststrecke stabilisierten sich im dritten Quartal 2010 die Umsätze und Gewinne im Tourismus, wie dem jüngsten UBS Outlook Schweiz zu entnehmen ist. Auch der Umsatz mit ausländischen Gästen habe einen Boden gefunden, allerdings erwarteten die Unternehmen im vierten Quartal wieder einen Rückgang. Die Beherbergungspreise sind laut UBS weiterhin unverändert geblieben. Auch im vierten Quartal würden für die Preise und Ansätze in der gesamten Branche keine Veränderungen erwartet, so der Outlook weiter.

SBB investiert halbe Milliarde Franken in Bahnhof-Shoppings

Zwischen 2011 und 2016 will die SBB rund 500 Mio. Franken ausgeben, um unter anderem mehr Ladenfläche in den Bahnhöfen zu schaffen. Im 2009 erwirtschaftete sie 1,46 Mrd. Franken Umsätze mit den Läden. Die Mieteinnahmen brachten weitere 300 Mio. Franken. 23 so genannte Haltepunkte sollen aufgerüstet werden. Sie passen sich den steigenden Passagierzahlen an, indem Angebote für Service, in der Gastronomie und im Detailhandel ausgebaut werden. Laut Prognosen soll die Zahl der Passagiere bis 2030 schweizweit um rund 50 Prozent steigen.

Österreich Werbung lanciert neue Event-Plattformen für ihren Verkauf

Nach der Evaluierung durch die Uni St. Gallen werden Verkaufsmesse und Networking-Event getrennt.

Aus der bisherigen «ath – austrian and central european travel business» wird die zweijährliche «ath_sales» als exklusiver österreichischer Handelsplatz mit dem Ansatz eines One-Stop-Shopping. Der Fokus liegt auf Geschäftsanbahnung und Verkauf. Die letzte «ath» findet im Januar 2012 in Wien statt.

Für touristische Entscheidungsträger aus aller Welt startet ab 2013 das zweijährliche Format «ath_experience» mit vier «Säulen»: Produkterlebnis («Erlebnis

des Tourismuslandes Österreich»), Community building, Wissenstransfer und Networking. Ein Generalthema wird die inhaltliche Klammer der Gestaltungselemente einer «ath_experience» sein. Ihre Ziele sind Verkaufsförderung, internationale Media-Coverage, sowie Impulse für die Angebotsentwicklung. Teilnehmer sollen ihre Anforderungen an das Produkt formulieren und nationale Anbieter ihre Produkterfahrung einbringen, zugunsten der Innovation. kjv

Aus der Region

Graubünden

Bündner Regierung will Olympiade

Die Bündner Regierung hat ein «hohes Interesse» an einer Kandidatur Graubündens als Austragungsort von Olympischen Winterspielen. Auch mehrere vom Kanton befragte Bündner Wintersportorte stehen der Idee positiv gegenüber. Das weitere Vorgehen werde Swiss Olympic an der Tagung des Sportparlaments am 19. November 2010 festlegen. Graubünden wollte zuletzt für die Winterspiele 2010 kandidieren. Das Sportparlament von Swiss Olympic gab aber der Kandidatur Bern-Montreux den Vorzug.

Ferienregion lanciert den «Bon Albulas Surses»



Swiss-Image

Fans der Ferienregion Savognin Bivio Albulas können mit dem neuen Bon Albulas Surses Ferien verschenken. Aktuell akzeptieren 25 Hotel- oder Restaurantsbetriebe, 20 Detailhändler, 7 Serviceleister und die beiden Bergbahnen in Savognin und Bivio die Gutscheine. Mit Wert von 10 Franken pro Bon kann man sie in diversen Betrieben einsetzen. Sie sind online via www.savognin.ch/bon buchbar.

Zweite Hotelzone von St. Moritz bleibt unrealisiert

Im September 2009 hatte das St. Moritzer Stimmvolk der Schaffung von zwei Hotelzonen zugestimmt. Die eine bezog sich auf die Jugendherberge, die unterdessen saniert wurde. Die zweite betrifft die Ausbaupläne des Hotels Suvretta, mit der Schaffung eines Sporthotels im Viersternebereich, mehrerer Suiten-Villen und eines Sportcenters. Dagegen haben Anwohner Beschwerde eingelegt. Entscheidet der Kanton positiv, droht ein Gang bis hin vor das Bundesgericht. Eine Kompromisslösung mit der Beschwerdeführer ist laut «Engadiner Post» vorerst nicht in Sicht. kjv

Mittelland

Regiobank kauft Kurhaus auf dem Weissenstein



ZVG

Die Regiobank Solothurn AG will das Kurhaus Weissenstein kaufen. Der Hotel- und Gastronomiebetrieb soll im Frühling 2011 wieder starten. Zur Höhe des Kaufpreises machte die Bank keine Angaben. Die Kurhaus Weissenstein AG gehört mehrheitlich der Stadt Solothurn. Die Bank will im Winter diverse Sanierungsarbeiten ausführen lassen. kjv

Aus der Region

Zentralschweiz

Stadt verlängert Vereinbarung mit Luzern Tourismus



Alain D. Bollat

Der Luzerner Stadtrat will die Leistungsvereinbarung mit der **Luzern Tourismus AG (ITAG)** um vier Jahre bis 2015 verlängern. Der jährliche Beitrag wird bei 460 000 Franken belassen. Das Budget der ITAG soll bis 2012 auf 12,5 Mio. steigen, vergleichbar mit Zürich und Genf. Der Kanton Luzern erhöhte seinen Beitrag um 1,6 auf 2,21 Mio. Franken. Die Luzerner Hotels zahlen neu 1,83 Mio. Franken und damit 450 000 Franken mehr. Die Aktionäre legen um 220 000 auf 810 000 Franken zu.

Salle Modulaire: Klage wegen Millionen-Rückzug

Die 120 Mio. Franken, die ein Gönner zum Bau des neuartigen Musiktheaters Salle Modulaire in Luzern zugesichert hat, werden gerichtlich eingefordert. Die Stiftung Salle Modulaire habe sich zur Klage entschieden, wurde eine Meldung der «Sonntags Zeitung» bestätigt. Ein im Sommer verstorbener Milliardär hatte für den Bau der Salle Modulaire 120 Mio. Franken zugesichert. Die jetzige Gönnerschaft, die das Vermögen des Verstorbenen verwaltet, zog im Oktober die Zusage zurück. Begründung: Beim Projekt gebe es zu viele Ungewissheiten.

Wallis

Lötschberg-Effekt übertrifft deutlich die Erwartungen



Rolf Grossenbacher/BLS

Gemäss der Einschätzung von Thomas Egger, Direktor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete, hat «der Lötschberg-Basistunnel die Erwartungen deutlich übertroffen». Nicht nur das Oberwallis, sondern der ganze Kanton profitiere. Die Frequenzsteigerungen seien ein Abbild dieser Ausstrahlung. Auch die Postautolinien profitieren – einige davon sogar mit einer Verdoppelung. Egger äusserte sich an einer Fachtagung.

Zürich

Flughafen Zürich beantragt 8600 Parkplätze

Die Zahl der Plätze soll bis 2020 schrittweise erhöht werden. Heute stehen Passagieren, Besuchern und Angestellten am Flughafen 17 107 Parkplätze zur Verfügung. An rund 30 Tagen pro Jahr sei die Parkplatzsituation schon kritisch. 46,3 Prozent der Passagiere nutzten im 2009 öffentliche Verkehrsmittel. Der Flughafen hatte im Oktober 2 238 322 Passagiere, 8,2 Prozent mehr als im Oktober 2009. kjv



Das neue Eingangsportal des Kongresszentrums Davos öffnet sich zum Kurpark hin.

1. Reto Branschi, welche Bedeutung hat das erweiterte Kongresszentrum für den Tourismus in Davos?
Das erweiterte Kongresszentrum ist sehr wichtig für Davos. Der Kongress-tourismus ist weniger währungs-, weniger wirtschafts- und weniger wetterabhängig als der Freizeittourismus. Er gibt uns eine gewisse Grundauslastung. In diesem Sommer war das Kongresszentrum wegen des Umbaus vier Monate geschlossen. Wir verloren dadurch 20 000 Logiernächte.

2. Ist es Ihnen bereits gelungen, neue Veranstalter nach Davos zu holen?
Mit dem Erweiterungsbau wollen wir vor allem die vier grossen, bestehenden Kongresse halten. Wir schlossen langfristige Verträge mit ihnen ab. Für 2012 konnten wir aber auch



Nachgefragt
Reto Branschi

Funktion: Direktor der Destination Davos Klosters

zwei neue Kongresse mit über 1000 Teilnehmern verpflichtet.

3. Das World Economic Forum WEF hat bis 2018 verlängert. Sind die Organisatoren zufrieden mit dem Bau?
Das WEF war in der Baukommission vertreten und konnte so viele Feinheiten auf die WEF-Bedürfnisse abstimmen.

4. Lange war das WEF mit der Hotellerie nicht ganz happy. Hat sich da die Situation entspannt?
Vis-à-vis des Kongresszentrums wird ein Hilton gebaut. Der Spatenstich ist bereits erfolgt. Zudem wird ein neues Hotel Ochsen 2 im Dezember eröffnet. Auch das Hotel Grischu wird erweitert und auf den neuesten Stand gebracht. Weitere Projekte sind in der Pipeline. Wir denken, dass das WEF diese wohlwollend zur Kenntnis nimmt. tl

Platz fürs WEF

Davos hat am Wochenende das erweiterte Kongresszentrum eröffnet. Es bietet neu 5000 Personen Platz. Das WEF als prestigeträchtiger Anlass bleibt Davos erhalten.

Theres Lagler

Die Zufahrt zum neuen Eingangsportal des erweiterten Kongresszentrums Davos ist noch nicht begrünt. Trotzdem wirkt das Entrée viel repräsentativer als der bisherige Eingang bei der Dorfpromenade. «Die dortige Situation war unbefriedigend», betont denn auch Architekt Heinrich Degelo. «Die Kongressteilnehmer plumpsten vom Trottoir direkt in den Plenarsaal.» Damit ist nun Schluss. Der Architekt verlegte den Haupteingang und richtete ihn auf den Kurpark aus. Wer ins Gebäude reingeht und durch die raumhohen Fenster zurückblickt, hat freie Sicht auf die Bündner Bergwelt. Wer nach vorne blickt, sieht die neue, grosszügige Wandelhalle vor sich, die zu den Sälen führt.

Zahlen und Fakten zum Kongresszentrum im Überblick
Das erweiterte Kongresszentrum in Davos bietet neu 34 Säle,

bisher waren es 22. Das Prunkstück ist der neue Plenarsaal, der 1800 Personen fasst. Der Saal ist 45 Meter breit und erforderte eine spezielle, wabenförmige Deckenkonstruktion. Darüber befindet sich ein neues Bürogeschoss, das von den Kongressveranstaltern ebenfalls genutzt werden kann. Die Fläche konnte um 3600 Quadratmeter auf 12 000 Quadratmeter erhöht werden. Insgesamt finden 5000 Personen Platz. Bisher waren es 3000. Die Bauzeit dauerte nur gerade 20 Monate. Die budgetierten 37,8 Millionen Franken konnten eingehalten werden.

Das World Economic Forum WEF hat sich bis 2018 verpflichtet
«Wir mussten etwas tun, sonst hätten wir Kongresse verloren», hielt Hans Peter Michel, Landamann der Gemeinde Davos, bei der Eröffnung fest. Nun sei aber ein Meilenstein gesetzt. Die Organisatoren des World Economic Forum WEF, des prestigeträchtigen Anlasses in Davos, haben sich vertraglich bis 2018 verpflichtet. Der scheidende WEF-Geschäftsführer André Schneider ist davon überzeugt, dass Davos mit dem Kongresserweiterungsbau wieder eine Führungsrolle übernehmen kann. Tourismusdirektor Reto Branschi spricht gar von einem neuen architektonischen Wahrzeichen für Davos. Die Destination betreibt das Kongresszentrum im Auftrag der Gemeinde. Es ist ein wichtiges touristisches Standbein. Die regionale Wertschöpfung aus dem Kongress-tourismus beträgt jährlich rund 55 Millionen Franken.

Neuer Fonds mit Hotelimmobilien

Nun können Anleger auch in breit diversifizierte Hospitality-Immobilien in der ganzen Schweiz investieren. Möglich macht dies der von der CS neu lancierte Real Estate Fund Hospitality.

Daniel Stampfli

Die im Fonds enthaltenen Hospitality-Immobilien sind ausschliesslich in dessen Besitz, schreibt die Credit Suisse in ihrem Fonds-Beschrieb. Gesetzlich ausgeschlossen sei eine Beteiligung an

Betriebsgesellschaften. Neben dem Kauf von Bestandesliegenschaften sei auch die Realisierung von Bauprojekten möglich.

Die Immobilienanlagen werden nach Betreiber, Nutzungsart, Alter, Bausubstanz und Lage diversifiziert. Bezüglich Nutzung werden folgende Kategorien angestrebt: Business-, Kongress- und Seminarhotels; Ferien- und Sporthotels in Berg- und Seengebieten; Kur- und Wellnesshotels; Campus-Liegenschaften; Immobilien für den Gesundheitssektor; Wohnapartments mit eingeschränktem hotelähnlichen Dienstleistungscharakter; Wohnen im Alpenraum.

Der Fokus liegt auf Besitz, Akquisition und Entwicklung von er-

tragsstarken Immobilien im Hospitality Business. Ebenso wird die Zusammenarbeit mit national oder international anerkannten Marken und Top-Betreibergesellschaften angestrebt. Die Ertragsoptimierung der Immobilien soll durch erstklassiges Asset Management und Investments in Unterhalt und Weiterentwicklung erfolgen. Laut Lucas Meier, Fondsmanager CS REF Hospitality, hält der Fonds zurzeit Campus-Immobilien der Hotelfachschulen Swiss Education Group in Montreux, Leysin, Caux und Neuenburg im Wert von 93 Mio. Franken. Weitere Immobilien sollen laufend erworben werden. Die erwartete Performance wird mit jährlich 4 bis 5 Pro-

zent angegeben. Eignen würde sich der Fonds für Anleger mit einem mittel- bis langfristigen Anlagehorizont, die in erster Linie laufenden Ertrag suchen, so die Credit Suisse. In einer ersten Phase wird der Fonds nur für qualifizierte Anleger zugänglich sein. Nach spätestens fünf Jahren ist eine Öffnung für private Investoren und eine Kotierung an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange vorgesehen.

Anlässlich der Erstemission (die Zeichnungsfrist endete am 12. November) wurde ein Zielvolumen von rund 500 Mio. Franken angestrebt. Damit könne bereits von Beginn weg eine hohe Diversifikation der Immobilieninvestitionen sichergestellt werden.



Alain D. Bollat

Auch Hotelimmobilien sollen im neuen Hospitality Fund der CS enthalten sein.

Bewertungen von Trip Advisor auf Accorhotels.com

Accor ist die erste Hotelgruppe der Welt, die auf der eigenen Website bei den einzelnen Hotels die jüngsten Hotelbewertungen von Gästen sichtbar macht. Internetnutzer, die auf www.accorhotels.com ein Hotel suchen, werden jetzt direkt über die bei Trip Advisor hinterlegten Hotelbewertungen und Kommentare von andern Reisenden informiert. Trip Advisor ist die weltweit grösste Community-Website im Reisebereich. Der neue Service gilt über www.accorhotels.com für die Hotelmarken Sofitel, Pullman,

MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons, Etap Hotel, Formule 1 in allen Ländern, wo Accor präsent ist.

Kunden planen höhere Ausgaben für Geschäftsreisen

Gemäss einer Umfrage von Deloitte gehen 80 Prozent der befragten Business-Traveler davon aus, dass sie im 2011 die gleiche oder eine höhere Zahl von Geschäftsreisen unternehmen werden. 79 Prozent denken, dass sie dafür den gleichen Betrag oder mehr ausgeben werden. 37 Prozent hatten im letzten Jahr ihre Reisekosten reduziert. kjv

Krise bremst das Reisen

Die schwierige Wirtschaftslage hat sich negativ auf das Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung im Jahr 2009 ausgewirkt. Doch war nicht jede Reiseart gleichermassen betroffen.

Daniel Stampfli

Die Gesamtsumme aller Reisen mit Übernachtungen nahm im

2009 im Vergleich zum Vorjahr um 14% auf 17 Millionen ab. Dies geht aus der jüngsten Publikation des Bundesamtes für Statistik (BFS) «Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2009» hervor. Reisen im Inland sind dabei stärker zurückgegangen (-25%) als Auslandsreisen (-6%). Verzichtet wurde auf Reisen von kurzer Dauer, nicht aber auf klassische Ferienreisen im Ausland. Laut BFS wurden im 2009 rund 75 Millionen Tagesreisen durchgeführt. Die leichte Abnahme gegenüber dem Vorjahr sei allerdings nicht signifikant.

Der Rückgang der Anzahl Reisen ist insbesondere auf kurze Reisen mit ein bis drei Übernachtungen zurückzuführen. Diese haben um 32% abgenommen, wobei Inlandreisen stärker betroffen waren als Auslandsreisen. Reisen mit vier bis sieben Übernachtungen haben indessen um 17% zugenommen, und Reisen ab acht Übernachtungen sind stabil geblieben.

84,9% der Bevölkerung waren im Jahr 2009 mindestens einmal auf Privatreisen mit Übernachtungen.

«Wir müssen kräftig investieren»

Die Saas-Fee Bergbahnen stehen vor grossen Herausforderungen. Direktor Rainer Flaig zu Stärken und Schwächen des Bahnunternehmens.

DANIEL STAMPFU

Rainer Flaig, wie fühlen Sie sich als Ostschweizer in den Walliser Bergen?
Gewisse Facetten der Bergwelt findet man in der Schweiz in unserem Beruf immer wieder. Ich konnte mir in der Zentralschweiz und in den Bündner Bergen einen gewissen Erfahrungs-

«Ich lasse mich und meine Leistung nicht auf einen Betrag reduzieren.»

Rainer Flaig
Direktor Saas-Fee Bergbahnen

Bei Ihrem Abgang bei den Lenzerheide Bergbahnen gab Ihr Salär zu reden. Verdienen Sie nun mehr oder weniger als bei Ihrem vorherigen Arbeitgeber?

Die Diskussionen drehen sich nicht um das Salär, sondern um die vertraglich vereinbarte Abgangsschädigung. Nach neun Jahren aktivem Engagement wollte ich mich und meine Leistung nicht auf einen Betrag reduzieren lassen und als Abzocker dastehen. Darum habe ich auf meine Abgangsschädigung aus freien Stücken verzichtet.

Aber ist das aktuelle Jahressalär höher als das vorherige?

Bei meinem heutigen Job verdiene ich 230 000 Franken plus eine Erfolgsbeteiligung von maximal 50 000 Franken. Bei den Lenzerheide Bergbahnen verdiente ich 195 000 Franken plus eine Erfolgsbeteiligung von maximal 50 Prozent des Grundsalärs.

Sowohl zuvor in der Zentralschweiz als auch danach in Graubünden haben Sie Bergbahnen fusio-

niert. Welche Bahnen werden Sie nun im Wallis fusionieren?

Ich durfte an früheren Orten komplexe Integrationen realisieren. Nach Saas-Fee kam ich aber nicht, um aktiv eine Fusion umzusetzen. Vielmehr kam ich hierher, um das Potenzial der Projekte

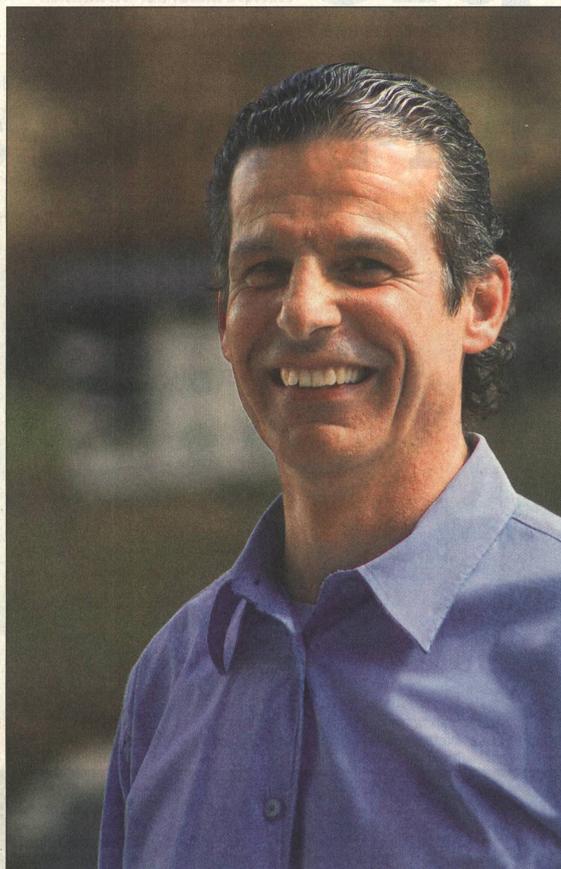
und deren Mitarbeiter richtig anzugehen beziehungsweise nachhaltig zu positionieren. Ich möchte die Prozesse zusammen mit den Mitarbeitenden und Leistungsträgern gestalten und keineswegs einen patriarchalischen Führungsstil pflegen. Ich bin

ein absoluter Gegner von hierarchischen Führungsstrukturen, da gemeinsam Ziele nur durch und mit den Mitarbeitenden realisiert werden können. In der Breite unserer Tätigkeitsfelder ist es enorm wichtig, dass wir die Mitarbeitenden und alle Leistungsträger in der Destination motivieren, integrieren und mitziehen können.

Viele Bergbahnen haben Investitionsbedarf. Wie sieht es diesbezüglich in Saas-Fee aus?

Wir haben einen sehr grossen Investitionsbedarf, in der Höhe eines hohen zweistelligen Millionenbetrags in den nächsten fünf Jahren. Darum sind wir alle gefordert. Sparen ist einfach, wesentlich schwieriger ist, intelligent zu investieren. Wir wollen in Projekte investieren, die Treiber sind und mittelfristig einen klaren Return on Investment bringen.

Eine Studie der Uni St. Gallen ergab, dass mit fairen Preisen und intelligentem Ertrags-



Rainer Flaig, Direktor der Saas-Fee Bergbahnen: «Wir wollen in Projekte investieren, die Treiber sind und mittelfristig einen klaren Return on Investment bringen.»

management mehr Ertrag generiert werden kann. Wie setzen Sie dies um?
Man kann verschiedene Pricing-Modelle betrachten. Die Branche ist bezüglich Innovationen, namentlich im IT-Management, nicht sehr weit fortgeschritten. Sehr wichtig ist, dass wir schweizerisch oder zumindest regional gesamtgesellschaftliche Lösungen unter Mitwirkung des Verbandes anpeilen. Die Rentabilität darf nicht dadurch geschmälert werden, dass Gelder durch zwischenbetriebliche Kanäle verloren gehen. Das Ticketing sollte wenn möglich über eigene Portale abwickelt werden, damit keine Kommissionen an Dritte wegfließen. In diesem Bereich haben wir noch Hausaufgaben zu erledigen. Das gehört eben auch zu einem intelligenten Ertragsmanagement.

Eine andere Studie kam zum Schluss, dass die Bergbahnen bis zu 15 Prozent Energie einsparen können. Wie gross ist dieses Sparpotenzial bei den Saas-Fee Bergbahnen?

Jährlich geben wir rund 1,4 Mio. Franken für Energie aus. Wenn wir mecha-

nisch beschneien müssen, hängt der Energiebedarf jeweils sehr stark von den Aussentemperaturen ab und hat somit einen Energiebedarf von Faktor 3. Ein Sparpotenzial ergibt sich zudem mit dem Minergie-Standard bei den Gebäuden und bei der Spitzenbelastung. Man darf aber nicht vergessen, dass es bei einer Bausubstanz, die 20 bis 30 Jahre alt ist, grosser Investitionen bedarf, um diese auf den gewünschten Standard zu bringen.

Ein Schwachpunkt ist oft die Berggastromie. In Saas-Fee gehören die Bergrestaurants der Burgergemeinde. Wäre eine Übernahme durch die Bergbahnen nicht besser?

Wettbewerb am Berg spornt die Leute stärker an als eine Monokultur, die nur durch einen Betreiber vor Ort sichergestellt wird. Wir überlegen uns aber eine systematische Integration der Betriebe. Dies muss jedoch nicht zwingend eine Übernahme der Gastrobetriebe sein. In einem ersten Schritt wären wir wohl eher Pächter und Betreiber einzelner Bergrestaurants.

Standpunkt

hotelleriesuisse und Regionen werden voll verschränkt



GUGLIELMO L. BRENTEL

Im Zentrum der bevorstehenden Delegiertenversammlung vom 25. November in Bern steht die bereits angekündigte Statutenänderung. Neben Anpassungen wie der Ausrichtung an der Strategie 2015, der Sicherstellung des nötigen Finanzbedarfs zur optimalen Interessenvertretung der Mitglieder oder dem neuen Mitgliederbeitragsreglement, steht die so genannte Vollverschränkung zwischen hotelleriesuisse und den Regionalverbänden im Zentrum. Dieser Fachausdruck aus der Kunststoff- und Automobil-Bran-

«Die Statuten bekräftigen unseren Willen zur 'best practice'.»

che eignet sich hervorragend, um unsere Absichten deutlich zu machen. Wir streben eine klare Aufgabenteilung bei gleichzeitig größtmöglichen Synergien mit unseren Regionalverbänden an. Dies mit dem Grundsatz der bestmöglichen Wirkung gegenüber unseren Partnern und einer hohen Subsidiarität.

Bedingungen für diese Effizienz sind: Die Mindestgrösse der Regionalverbände muss gewährleistet sein, das deren Führung hohe professionelle Anforderungen erfüllen kann. Zusammenhängende Gebiete sind in Zukunft zu bündeln, und schliesslich müssen die Statuten von hotelleriesuisse und der Regionalverbände kompatibel sein.

Zu dieser verdichteten Zusammenarbeit gilt es ja zu sagen. Das heisst, dass alle Mitglieder der Regionalverbände auch Mitglied von hotelleriesuisse sein sollen. Bereits heute profitiert jedes Hotel – ob als hotelleriesuisse-Mitglied oder nicht – von unserer Arbeit: Man denke an den Mehrwertsteuer-Sondersatz, das allen zugängliche Bildungs- und Weiterbildungsangebot, das politische Lobbying, das wir mit Einsitz in den Führungsgremien von Economiesuisse und des Schweizer Gewerbeverbands massiv verstärken konnten, oder das Image der Schweizer Qualitätshotellerie. Die neuen Statuten bekräftigen unseren Willen zur prosperierenden Zukunft von hotelleriesuisse und der Regionalverbände.

Guglielmo L. Brentel ist Präsident von hotelleriesuisse.

Von korrekten Schweizern und anderen Klischees



EVELINE SPAHR
PRAKTIKANTIN

Zum Thema Stereotypen

Die Schweizer seien sehr auf Pünktlichkeit bedacht. Zudem gingen sie am liebsten früh zu Bett, denn die Nachtruhe sei ihnen heilig. Deshalb sollte der Tourist sich tunlichst davor hüten, hierzulande jemanden nach 22 Uhr anzurufen. Und selbst wenn der übermüdete Globetrotter in der Eidgenossenschaft sein Geld einmal im Automaten stecken lasse, sei das kein Problem. Im sicheren und korrekten Alpenland würde

dem Traveller mit grosser Wahrscheinlichkeit der nächste Bankkunde nach-eilen – mit dem vergessenen Geld in der Hand, versteht sich. Nachzulesen ist diese zugegebenermassen etwas freie Übersetzung im «Lonely Planet», einem der meistverbreiteten Individualreiseführer weltweit. Können Sie sich mit dieser Beschreibung der Schweizer identifizieren? Ich jedenfalls nicht. Ein anderes Beispiel. Kürzlich besuchte ich ein Kabarett in Bern. Der Zürcher Comedian

«Die Schweizer seien sehr auf Pünktlichkeit bedacht. Zudem gingen sie am liebsten früh zu Bett.»

bediente sich dabei eines anderen berühmten Stereotyps, um dem Publikum einzuheizen. Er karikierte den langsamen, gemütlichen Berner und hielt ihm den arroganten, geschäftstüchtigen Zürcher als Gegenbild vor. Als der Zürcher Künstler dann auch

noch scherzhaft anfügte, er würde ja nicht in Zürich, sondern im Aargau wohnen, kreischte das Publikum vor Vergnügen: «Noch viel schlimmer», schrie ein etwas vorlauter Besucher. Wir alle kennen sicher genügend Gegenbeispiele, um sowohl die Scherze des Kabaretisten als auch die Beschreibungen im «Lonely Planet» zu entkräften. Dennoch halten sich solche Bilder erstaunlich hartnäckig in unseren Köpfen. Was sagt die Wissenschaft zu diesem Phänomen?

Stereotypen seien klischeehafte Verallgemeinerungen über soziale Gruppen, erklärt ein Soziologielehrbuch. Und weiter: Die Vielfalt des tatsächlichen Verhaltens der Mitglieder einer sozialen Gruppe würde durch Generalisierungen vereinfacht. Dies gelte sowohl für die Fremden als auch für die Selbstwahrnehmung. Bedienen wir uns also letztlich Stereotypen, weil wir die unglaubliche Komplexität der sozialen Welt nicht anders erfassen können?



«Die Reise- und Tourismusindustrie sollte als Türöffner für die Welt betrachtet und behandelt werden.»

Fiona Jeffery Chairwoman World Travel Market

Die After-Show-Party...



Kandertal Tourismus war nominiert: Jährlich wird ein ganzes Dorf in die Blütezeit des Tourismus – in die Belle-Epoque – zurückversetzt.

Bilder Alain D. Bollat

Hoteliers und Touristiker gehören zur Champions League der Networker: Nach der Milestone-Preisverleihung stieg die After-Show-Party.

SIMONE LEITNER

Eine Disziplin beherrscht die Branche ausgezeichnet: das Netzwerken. Kaum waren die Milestone-Sieger bekannt, schon freuten sich die vereinigten Hoteliers, Touristiker und Freunde mit ihnen. Bei Wein und einem Buffet zum Thema «Kreativität versetzt Berge» feierte sich die Branche. Zu reden gibt es immer etwas, schliesslich kennt man sich seit vielen Jahren, mehr noch: man ist befreundet.

Die über 500 Gäste an der Milestone-Preisverleihung amüsierten sich beim Stehdinner in den eden



Martin Werlen, Hotelpartner, und Thomas König, Hotel Sternen Muri.

Räumen des Kulturcasino Bern prächtig.

Es braucht wohl kaum erwähnt zu werden, dass die Feststimmung nach diesem Event noch lange anhält. Denn wer vom Wallis, Tessin oder Bündnerland angereist war, fuhr nicht mehr nach Hause und genoss die schöne Stimmung an spontanen Privat-Events.

Alle Bilder: www.htr.ch/milestonegalerie



Beide haben schon einen Milestone zu Hause im Regal: Peter Keller (Lebenswerk, 2009) und Theo Schnider (Biosphäre Entlebuch, 2007).



Swiss Historic Hotels: Barbara Zaugg, Geschäftsführerin, und Peter Kühler, Gründer der Hotelvereinigung.



Olaf Reinhardt, Private Selection Hotels, und René Kamer, RailAway.



Zürich Tourismus (v.L.): Maurus Lauber und Frank Bumann.



Der Jassclub der Branche (v.L.): Daniel Luggen, Zermatt Tourismus, Marcel Perren, Luzern Tourismus, Harry John, Montreux-Vevy Tourismus, und Globetrotter-Chef André Lüthli.



Patrick Lardi, Tessin Tourismus, Thomas Harder, Swiss Brand Experts AG, Jacques Pernet, hotelleriesuisse, Diego Glus, Albergo Losone, Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse (v.L.).



Käthi Sommer, Verband Campings VSC (v.L.), Jerun Vils, Kandertal Tourismus, Markus Lergier, Bern Tourismus, Frank Bumann, Zürich Tourismus, Jürgen Hofer, Region Solothurn Tourismus.

Aufsteiger Martin Bütikofer



Neuer Direktor des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern wird per 1. Januar 2011 Martin Bütikofer. Der Vorstand des Vereins Verkehrshaus der Schweiz, unter der Leitung von Präsident Franz Steinegger, hat ihn zum Nachfolger des scheidenden Direktors Daniel Suter gewählt. Seit 2005 war Bütikofer Leiter Regionalverkehr bei den SBB. Aus seiner vorgängigen Tätigkeit als Direktor der Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees bringt er langjährige Beziehungen zur Zentralschweizer Wirtschaft und Politik mit.

Umsteiger Bruno Gehrig



Der frühere Verwaltungsratspräsident des Versicherungskonzerns Swiss Life, Bruno Gehrig, wird neuer Verwaltungsratspräsident der Fluggesellschaft Swiss. Er folgt auf Rolf Jetzer, der im September während einer Wanderung an einem Herzversagen gestorben war. Neben seinem neuen Posten an der Spitze der zum Lufthansa-Konzern gehörenden Swiss ist Bruno Gehrig Vizepräsident des Pharmaunternehmens Roche und Mitglied des Verwaltungsrats der UBS. Bis 2003 war er Direktionsmitglied der Schweizerischen Nationalbank (SNB).

Sesselrücken

Grischconsulta mit Projektleiter für Energieoptimierung



Die Pionier-Studie «Energiemanagement Bergbahnen» zeigte grosses Einsparpotenzial. Das Churer Beratungsunternehmen Grischconsulta hat deshalb den Elektroingenieur und Juristen Andy Kollegger als Projektleiter Energiemanagement Bergbahnen engagiert.

Candrian Catering AG hat ab Juli 2011 einen neuen CEO

Nach über 30 Jahren gibt Martin Candrian (Bild) die Verantwortung als CEO der Candrian Catering AG per 1. Juli 2011 an Claudio Bieri weiter. Die Familie Candrian bleibt Inhaberin der Firma und



Martin Candrian VR-Präsident. Bieri ist seit 15 Jahren GL-Mitglied.

Sales-Managerin für deutschsprachigen Markt: Tripadvisor



Diana Maria Schnell ist neue Sales-Managerin für den deutschsprachigen Markt von Tripadvisor, der weltweit grössten Website für authentische Erfahrungsberichte von Reisenden aus aller Welt. Zuletzt war sie beim E-Commerce-Provider Digital River tätig.

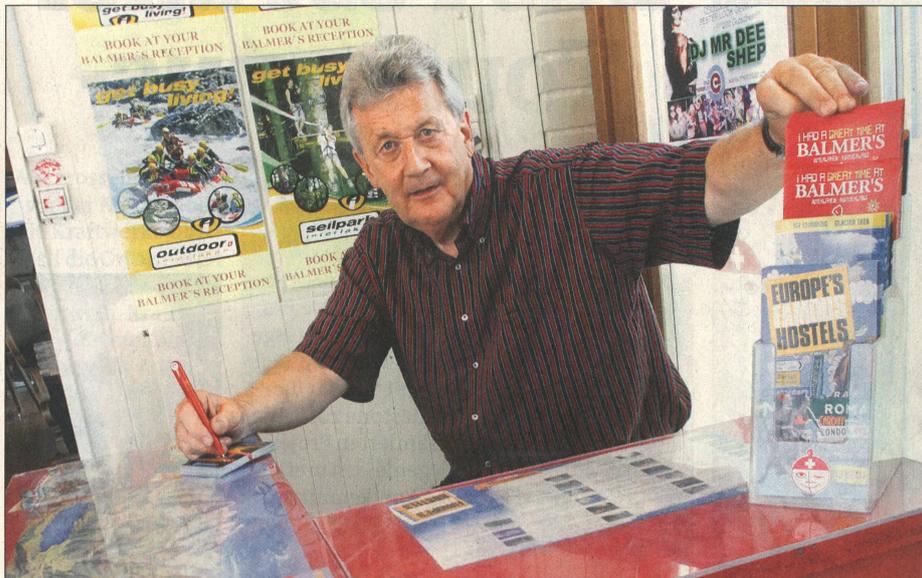
Neuer Leiter für Marketing und Verkauf der Rigi-Bahnen

Robert Biehler (38), gegenwärtig Leiter Tourist Service bei Zürich Tourismus, ist ab 1. März 2011 Leiter Verkauf/Marketing in der Rigi Bahnen AG. Er ist Nachfolger von



Marianne Schüpbach, die per Ende Oktober die Rigi-Bahnen aus persönlichen Gründen verliess. kjv

Milestone 2010: Das Fest Seite 8; **1. Preis: Grimselwelt** Seite 9; **2. und 3. Preis: Maison Cailler und Zürich** Seite 10; **Nachhaltigkeit: Tropenhaus Frutigen** Seite 11; **Nachwuchs: Hotel Cervo** Seite 12



Erich Balmer an der Front: an einem Empfangs-Desk in Balmer's Herberge. Diesen Platz überlässt er nun seinen beiden Töchtern.

Alain D. Bollist

Das Lebenswerk eines Visionärs

Backpacker-Pionier Erich Balmer wird für sein Lebenswerk mit dem Milestone 2011 geehrt. Er hat den Jugendtourismus stark geprägt.

CHRISTINE KÜNZLER

Ein Eigenwilliger und ein guter Touristiker, so charakterisiert der Berner Tourismusberater Fritz Hirsig den 65-jährigen Erich Balmer, «Junior-Senior» von Balmer's Herberge in Matten bei Interlaken. Er mache vieles anders als andere. «Ich handle immer aus der Sicht des Gastes», erklärt er. Unkonventionell zu denken und zu handeln, gehört mit zu seinem Erfolgsrezept. Ein Beispiel: Nächstes Jahr bekommt «Balmer's» Konkurrenz von der attraktiven Jugendherberge, die in Interlaken gebaut wird.

Statt die Faust im Sack zu machen, sucht Erich Balmer nach der Sonne der Medaille: Er wird künftig mit der Jugi kooperieren. «Sie ist keine Konkurrentin, sondern eine Markenbegleiterin», stellt er klar. Ein anderes Beispiel: Übernachtungs-Gutscheine, welche üblicherweise nach einer gewissen Zeit verfallen, sind bei ihm lebenslang gültig. Was er anpackt, hat Erfolg. Ein gescheitertes Projekt? Er denkt lange nach – und kann sich an keins erinnern. Seine Philosophie: «Man bejaht

oder verneint und fasst dann einen Entschluss». Sein Motto: «Organisieren, investieren, delegieren, motivieren, einkassieren».

Ein hervorragender Promoter und schlauer Visionär

Als Balmer 1970 die Pension seiner Eltern «Guet und Gnuag» übernommen hatte, arbeitete er mit fünf Mitarbeitenden. Heute sind es 25, in der Hochsaison 50. Inzwischen hat sich die Herberge vervielfacht: Balmer hat zwei Nachbarhäuser dazugekauft. Nur so kann er all die Gäste unterbringen, die er sich auf seinen Promotionsreisen zu den Universitäten in Nordamerika, Australien und Asien anschaut. Und das sind einige. Er versichert ihnen nämlich glaubhaft, es gebe keinen schöneren Platz auf Erden als jenen, wo seine Herberge steht: «Ein Katzensprung von Zermatt, Paris und Mailand». Nirgendwo es schönere Berge, mehr Seen, Flüsse und besseres Trink-

wasser als im Berner Oberländer «Ma(n)hatten». Balmers Augen funkeln, wenn er erzählt, seine Worte sprudeln. Er schwärmt nicht nur von seiner Region, er verkörpert sie, er lebt sie. Er überzeugt, fasziniert, er ist ein leidenschaftlicher Ferienverführer. Und ein schlauer Visionär: «Jetzt machen wir Promotionsreisen nach Vietnam», denn das sei der zukünftige Zukunftsmarkt. Pioniergeist hat er schon beim Aufbau der Mattener «Adventure-Meile» bewiesen: Er förderte die Agenturen mit dem Kauf von Aktien. Seine jungen Gäste konnten also schon Outdoor-Adventure-Angebote buchen, bevor andere Ferienorte diesen Nervenzettel ermöglichten. Später realisierte er dann auch noch einen Seilpark im Mattener Wald Rügen.

Grosszügig, bekannt, beliebt, kreativ – und manchmal irrational

Heute verantwortet der «Junior-Senior» die Strategie, die Investitionen und das Marketing von «Balmer's». An der Front wirken seine beiden Töchter Fabienne und Carmen. Klar, dass er sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruht: Er hat zwei alterstaugliche Häuser gebaut, die er «Happy Oldtimers» nennt. Under hat das Motel Tent aufgestellt: Zwei-

er-Zelte mit Kingsize-Betten aus dem ehemaligen Luxushotel Bürgenstock. Das Herzstück des Tent-Village ist das sternförmige Zelt, in welchem Anlässe stattfinden.

Grosszügigkeit ist ein weiteres Merkmal von Erich Balmer. Giveaways wie Kugelschreiber, Messer und Becher – alles «made in Switzerland» – verschenkt er mit vollen Händen und bei jeder Gelegenheit.

«Der Milestone ist für mich eine Würdigung, eine Ehre und eine Genugtuung.»

Erich Balmer
Balmer's Herberge

Jene, die er mag, beschenkt er mit einem «Glücksräppler». «Ich bin davon überzeugt, dass alles, was ich gebe, wieder zurückkommt.»

Wer von ihm beschenkt wird, wird es dreifach.

«Ich verfolge diese Dreier-Regel strikte.» Freunde werden mit drei Küsschen bedacht, im 3-Jahres-Rhythmus wird investiert, und so weiter. Und wenn er sich mit jemandem trifft, dann um 15.15 Uhr, 16.16 Uhr und so weiter. Aberglaube, Tick, Philosophie? «Ich bin um 12.12 Uhr geboren», erklärt er lakonisch. Er lebt nach seiner eigenen, nicht immer rationalen Logik – und lässt die andere Seite in ihm erahnen, die verletzliche, sensible, warme.

Balmer ist bekannt wie ein bunter Hund: Sein Fotoalbum zeigt ihm mit Promis aus der ganzen Welt. Er lacht immer wieder, wenn er seine Geschichten und Abenteuer zum Besten gibt und wischt sich auch schon mal eine Träne weg. Nicht immer eine Lachträne – er hat auch Steine auf seinem Lebensweg meistern müssen. Jetzt aber freue er sich riesig über seinen Milestone. Der Stein, der einen neuen Lebensabschnitt einläutet. Einen langen, hoffentlich, denn er hat noch vieles vor. Was dann dereinst auf seinem Grabstein stehen soll, hat er schon bestimmt: Erich Balmer 17.5.1945 – Betriebsferien. «Solange ich lebe», erklärt er, «mache ich keine Betriebsferien».



Ausschnitt aus dem Videoclip mit dem Milestone-Gewinner.

Der Videoclip zum Lebenswerk: www.htr.ch/lebenswerk



Erich Balmer, ausgezeichnet für sein Lebenswerk.

Daniel Fuchs

Laudatio André Lüthi: «Du hast als Pionier Tausenden von Reisenden das Berner Oberland nahe gebracht.»



Laudator André Lüthi, CEO von Globetrotter, ehrt Erich Balmer.

Als Weltenbummler setzte Erich Balmer das um, was ihm selber das Reisen in aller Welt ermöglicht hatte und was er in der Schweiz vermisse: Die erste private Jugendherberge für Rucksackreisende aus aller Welt entstand. Nicht Marketingbücher und -theorien brachten den Erfolg, sondern sein «Gschpür» für Menschen. Statt auf teure Werbekampagnen zu setzen, reiste er nach Asien, wo er seine potenziellen Kunden besuchte. Und ganz nebenbei war er wohl einer der besten Botschafter fürs Berner Oberland. Und manch

glücklicher Balmer's-Rucksackreisende kommt Jahre später als gut zahlender Hotelgast zurück ins Berner Oberland. Erich Balmer ist ein Mensch, der in seiner Leiden-

schaft die berufliche Erfüllung fand. Herzblut, Mut zu bewahren und trotzdem zu erneuern, Faszination fürs Reisen und Unternehmertum sind das Fundament seines Erfolgs. Er weiss, in dir muss brennen was du in anderen entzünden willst – Erich. Du hast als Pionier Tausenden von Reisenden das Berner Oberland näher gebracht. Dein Lebenswerk lebt weiter – deine Töchter werden ihren eigenen Weg gehen – aber getragen von deinen Visionen.» ck

Alle Laudationes in Originallänge: www.htr.ch/laudationes

ANZEIGE

HÄFELE
FINDING BETTER WAYS

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

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

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

hotelfachschule thun
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Wäscherei
Wys

Schnell
Sauber
Sorgfältig

Wäscherei Wys
Moosgasse 21 - 3210 Kerzers
Tel 031 755 80 44 - Fax 031 755 80 42
waescherai.wyss@gmx.ch

Ihr Yield-
Management
Partner.

besuchen Sie unsere Website:
www.hotelpartner.ch

HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

HOSPITALITY
LINE

Solis
BY WITTENBERG

www.solis.com/hospitality

Milestone. Das Fest. Weit über 500 Gäste fieberten mit den Nominierten mit. Nach der Prämierung der sechs Preisträger liess sich dann entspannt bei Speis und Trank networken.



Volles Haus an der Milestone-Feier 2010 im Berner Kultur-Casino.

Bilder Alain D. Bollat / Daniel Fuchs

Das Fest aller Tourismus- Feste



Moderatorin und Gastgeberin:
Sandra Studer, Elsbeth Hobmeier.

Der diesjährige Milestone-Anlass, der am Dienstagabend im Berner Kultur-Casino stattfand, stand unter dem Motto «Kreativität versetzt Berge». Dass das möglich ist, zeigen die eingereichten Projekte. «Jedes Jahr begrüssen wir mehr Gäste am Milestone-Event, und jedes Jahr werden bei uns mehr Projekte eingereicht», freut sich Elsbeth Hobmeier, Milestone-Gastgeberin und Chefredaktorin der htr hotel revue. Vor allem in der Kategorie Nachwuchs sind dieses Jahr auffallend viele Bewerbungen eingegangen.

Sandra Studer, die den Abend professionell und äusserst charmant moderierte, ortete «viel frischen Wind in der Tourismuslandschaft». Denn unter den 110 eingereichten Dossiers waren viele innovative und gute Projekte dabei. «Am liebsten hätten wir alle zwanzig Nominierten mit einem Milestone ausgezeichnet, was aber leider nicht möglich ist», bedauerte Elsbeth Hobmeier. Sechs Projekte haben es aber geschafft, sechs Gewinner und Gewinnerinnen durften einen Meilenstein mit nach Hause nehmen sowie die ehrenden Worte ihrer Laudatoren. Und Erich Balmer, der für sein Lebenswerk aus-

Über 500 Touristiker, 110 innovative Projekte und eine ausgezeichnete Stimmung: Das steht für den Milestone 2010. Die prämierten Projekte geniessen breite Anerkennung.

CHRISTINE KÜNZLER



Riesenfreude: Erich Balmer und Laudator André Lüthi.

gezeichnet worden ist, bekam von seinem Laudator, André Lüthi, dem CEO von Globetrotter, gar einen tibetischen «Einräppler» geschenkt – dies als Geste dafür, dass Balmer seinerseits all jenen Menschen, die er mag, einen «Glücksräppler» schenkt. Von Sandra Studer speziell als «ein herausragendes Projekt in Sachen Musik» geehrt wurde das Trio Marcel Oetiker, das mit innovativen und ungewöhnlichen Tönen für den passenden musikalischen Rahmen der Milestone-Feier sorgte.

Der Milestone-Anlass sei ein Meets and Greets der ganzen Touris-

musbranche, bemerkte Sandra Studer zu Beginn ihrer Moderation. Dass dem so ist, zeigte sich deutlich nach der Prämierung, als Netzwerken unter den Gästen angesagt war. Man zeigte sich unisono einig: Der Milestone-Anlass ist Spitze! Das beweisen jeweils auch im Vorfeld die vielen Anfragen von Touristkern, die am Fest teilnehmen möchten. Leider kann Milestone-Projektleiterin Sabrina Jörg nicht allen Wünschen gerecht werden, da die Räumlichkeiten im Kultur-Casino eben nur eine beschränkte Anzahl von Gästen aufnehmen können.

Klar, dass auch die ausgezeichneten Milestone-Projekte diskutiert wurden. Wie jedes Jahr hätten einige im Publikum anders entschieden, mehrheitlich aber waren die Touristikerinnen und Touristiker mit der Jury zufrieden. «Sehr gute Projekte, breiter und gesunder Mix und gut, dass Projekte wie das Maison Cailler und die Grimselwelt demonstrieren, wie sich Tourismus und Industrie clever vernetzen lassen und was innerhalb bestehender Strukturen machbar ist», so laute-ten einige der Kommentare.



Übergabe: Roland Decorvet (l.) und Dominique de Buman.



Laudator: hotellerieuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel.



Schräg und gekonnt: Das Marcel Oetiker Trio improvisierte mit Schwyzerörggeli, Kontrabass und Schlagzeug.



Die neu designten Milestones: (v. l.) Moderatorin Sandra Studer und Milestone-Projektleiterin Sabrina Jörg lüften das Geheimnis.



Laudator Hans C. Leu (r.) gratuliert den Nachwuchs-Hoteliers.

1. Ihre Musik lebt von Innovation und Kreativität. Also bestens passend zur Verleihung des Milestones?

Ja sicher. Wir versuchen mit unserer Musik Neuland zu finden, insbesondere ich persönlich vom Instrument her. Ich gelangte zur Überzeugung, dass wenn Tradition weiter leben soll, es immer wieder Erneuerungen braucht.

2. Kreative Musik lässt sich meist nicht schubladisieren. Trotzdem, wie würden Sie die Stilrichtung Ihrer Musik umschreiben?

Bei der fusionierten Musik ist es schwierig. Man müsste eigentlich einen Stil erfinden. Aber eigentlich ist unsere Musik geprägt von der Tradition. Allerdings hören dies wenige heraus, da sie abstrahiert wird. Oberflächlich betrachtet, könnte man es als Jazz, Funk und ein bisschen Neue Musik bezeichnen.



Nachgefragt

Marcel Oetiker (31)

Marcel Oetiker (Schwyzerörggeli) spielt im Trio mit Pirmin Huber (Kontrabass) und Chrigi Zünd (Schlagzeug). Oetiker hat im Juni 2010 sein BA-Studium an der Hochschule der Künste Bern (HKB Jazz) abgeschlossen.
www.marceloetiker.com

3. Ihr Instrument, das Schwyzerörggeli, ist in dieser Musikart ein Exot. Wie kamen Sie gerade auf das Schwyzerörggeli?

Ich begann früher mit Flöte, Klarinette, Saxofon und Klavier. Nebenbei versuchte ich mich mit dem Schwyzerörggeli meines jüngeren Bruders. Es kam dann der Zeitpunkt, da das Schwyzerörggeli gegenüber den anderen Instrumenten obenaufschwang.

4. Haben Sie Verständnis dafür, dass Freunde traditioneller Schwyzerörggeli-Musik über Ihre Musik den Kopf schütteln?

Verständnis ja, denn alle haben das Recht auf ihre eigene Meinung. Wichtig ist aber, dass das Andere, auch wenn es einem vielleicht nicht gefällt, respektiert wird. Dies wäre nicht der Fall, wenn man es einfach als schlecht beurteilt.

dst

Milestone. 1. Preis Herausragendes Projekt. Die Grimselwelt ist ein beispielhaftes Angebot von einem im Grundsatz nicht touristischen Unternehmen. Es bietet der Region einen grossen Mehrwert.

Mit grossem Respekt vor der Natur haben die Kraftwerke Oberhasli die Grimselwelt als Tourismusziel erschlossen. Kraftwerke und Stromanlagen wurden zur Attraktion für Alt und Jung.

ELS BETH HOBMEIER

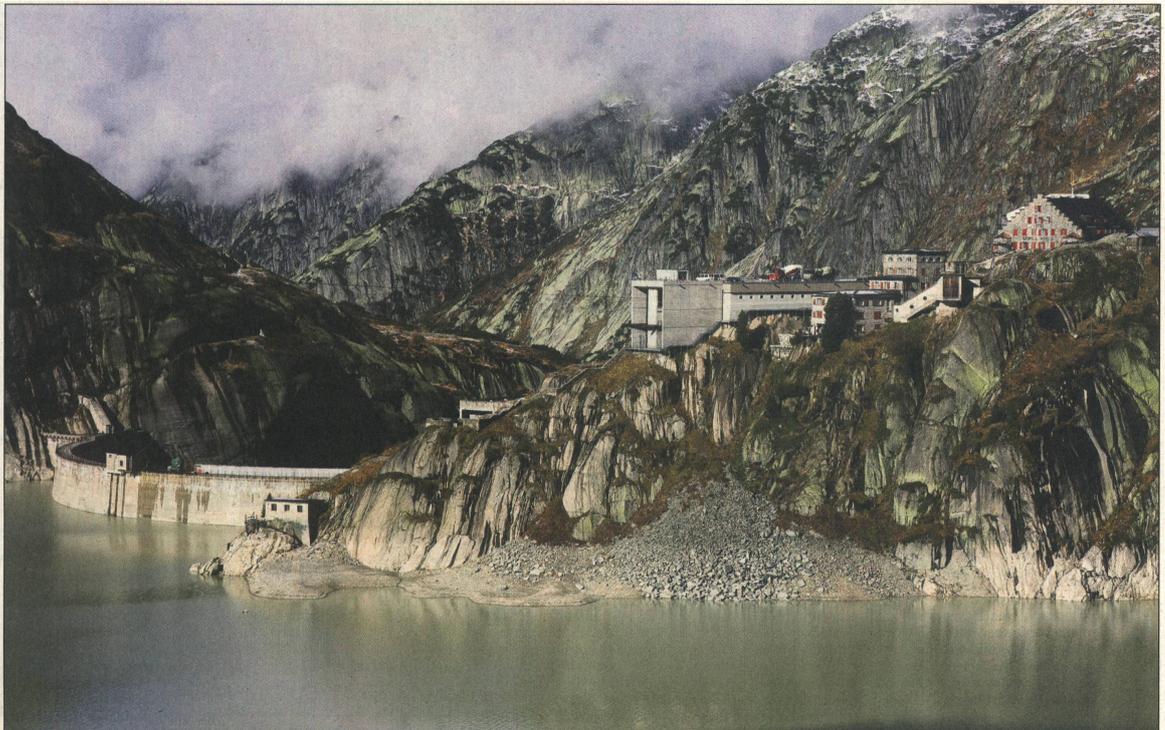
Die Grimselwelt ist eine Welt der Berge und der Schluchten. Und eine Welt des Wassers, der Wasserfälle, der Berg- und Stauseen. Hier errichteten Ingenieure und Kraftwerk-Fachleute anfangs des letzten Jahrhunderts unter schwierigsten technischen Bedingungen eine riesige Industrieanlage im Inneren der Berge. Heute liefern neun Wasserkraftwerke mit acht Speicherseen den Strom für über eine Million Menschen in der Schweiz. Die Kraftwerke Oberhasli AG (KWO) ist die grösste derartige Anlage in unserem Land und auch die bedeutendste im ganzen Alpenraum.

Seit rund zehn Jahren ist die Grimselwelt «öffentlich»

Was in jahrzehntelanger Arbeit sozusagen hinter den Kulissen wider grandiosen Bergwelt rund Wum Grimsel und Susten errichtet wurde, war ursprünglich



Daniel Fritsch



Bilder zvg

Stromgewinnung dank Wasserkraft im wilden Berggebiet der Grimsel. Die schönste Aussicht bietet das traditionelle, aufwendig renovierte Hotel Grimsel Hospiz (rechts oben).

Belebender Stromstoss

nicht für den Tourismus gedacht. Seit rund zehn Jahren ist die Grimselwelt nun aber «öffentlich» geworden. Die KWO beschloss damals, ihrespektakulären

Werkanlagen für die Besucher zugänglich zu machen. Und ihre atemberaubenden Bahnen wie etwa die Gelmerbahn – als die steilste Standseilbahn der Welt – extra für die Touristen fahren zu lassen. Auf Führungen können Turbinen, Werkbahnen, Staumauern und Kristallklüften quasi hautnah erlebt werden.

Das riesige Interesse der Schweizer Bevölkerung, aber auch der Touristen aus aller Welt mag die KWO-Spitze wohl selber überrascht haben. Im vergangenen Jahr wollten an die 30 000 Menschen einen Blick hinter die Kulissen werfen und nahmen an einer Führung teil. Das schuf wiederum neue Arbeitsplät-

Gianni Biasiutti (Mitte), Ernst Baumberger und Mark von Weissenfluh mit Stein.



Nervenkitzel ist garantiert beim Überqueren der Trift-Hängebrücke.



Gegen 30 000 Besucher pro Jahr.

der nächsten Generationen gehen», sagt er und weist darauf hin, dass die Wasserkraft eine ergiebige, saubere und ewig erneuerbare Energiequelle ist.

Breites touristisches Netz nutzt die bestehenden Anlagen

Kernkompetenz der Kraftwerke Oberhasli ist nach wie vor die Produktion von Strom aus Wasser. Als «Nebenprodukt» entstanden ist jedoch ein weitgefächertes touristi-

sches Netz mit den beiden Hotels Handeck und Grimsel Hospiz, den drei bewirtschafteten Berghütten Oberaar, Tälli und Bäregg sowie drei Bergbahnen, der Standseilbahn Gelmerbahn und den beiden Luftseilbahnen Trift und Tälli. Zum Reich der touristischen Grimselwelt gehören auch ein Klettersteig, zwei spektakuläre Hängebrücken, eine Panoramastrasse, eine Kristallluft und ein ganzes Netz von Stollenanlagen – all das wurde einst für die Arbeiter und Ingenieure als Zugang zu den Baustellen erstellt.

«Dieser Milestone ist die ersehnte und erträumte Bestätigung unserer Anstrengungen»

Gianni Biasiutti
Direktor KWO Kraftwerke Oberhasli AG

Einen Besucherstrom löste diesen Sommer das Hotel Grimsel Hospiz aus, das die KWO aufwendig und umfassend renoviert hat und das am 3. Juni eingeweiht wurde. Der historische Arvensaal und der Turmsaal aus der Gründerzeit sind für Gesellschaften und grössere Feiern begehrt, das Restaurant legt Wert auf marktfrische Produkte aus der Region. Die 26 Doppel- und 2 Einzelzimmer wurden mit einheitlichen Naturmaterialien gestaltet. Soeben wurde das «Hospiz» in die Vereinigung der Historischen Hotels aufgenommen. Neu wird es jetzt auch im Winter offen bleiben, dank Zugang via Stollenbahn.

Laudatio Eric Scheidegger: «Mit der «Grimselwelt» ist die Schweiz um einen Typus Destination reicher.»

Die Kraftwerke Oberhasli haben erkannt: Natur und Landschaft können genutzt und geschützt werden, ohne die Ressource aufzubrechen, genau wie das Wasser», sagte Eric Scheidegger, Stellvertretender Direktor des Staatssekretariats für Wirtschaft Seco. «Aus dem Nebeneinander von Elektrizitätswirtschaft und Tourismus schufen die Kraftwerke ein Miteinander. Sie öffneten ihre imposante Industrieanlage im Berg für die Besucher, die nun den Alpentourismus mit dem Industrietourismus verbinden.» Ein Flaggschiff dabei sei die Gelmerbahn, als extrem steile



Eric Scheidegger ist Stellvertretender Direktor des Seco.

Werksbahn, die «in ihrem zweiten Leben Touristen befördert, just for fun». Von der neuen «Grimselwelt», so Scheidegger, «profitieren die Bergbahnen, das Hospiz – das neu den historischen Hotels ange-

hört – und die Berghäuser. Die Wanderrouen, die Hängeseilbrücke und die Radwanderwege werden intensiv genutzt». Und: «Die Kraftwerke Oberhasli betreiben mit «Grimselwelt» klassisches Destinationsmanagement.» Die Reichweite des Marktauftritts werde durch die mit Schweiz Tourismus eingegangene Partnerschaft erhöht. «So entsteht am Grimsel Power aus Wasser und Power aus Landschaft», sagte Scheidegger. «Eine Devise lautet: «Wächst die Vielfalt, wächst der Markt. Mit der «Grimselwelt» ist die Schweiz um einen Typus Destination reicher, was das Wachstum antreibt.» kjv

ze im Berner Oberland: 130 Personen sind heute bei der KWO im touristischen Bereich tätig. «Wir zeigen die Herkunft unseres Grimselstroms mit grossem Stolz», betont denn auch CEO Gianni Biasiutti, «an keinem anderen Ort, wo Wasserkraft in derart grossem Umfang für die Stromproduktion genutzt wird, gehen Natur und Technik so gut Hand in Hand wie hier.» Grosses Gewicht legt Biasiutti auf die Frage der Nachhaltigkeit: «Was die aktive Generation tut, darf nicht zu Lasten



Einst Werk-, heute Touristenbahn.

Valentine's
Fritusen Teilerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.beretschi-valentine.ch

Milestone. Herausragende Projekte 2. und 3. Preis. Die neu eröffnete Erlebniswelt im Maison Cailler in Broc ist äusserst erfolgreich. Mit dem Angebot Zürich Concierge holt Zürich Tourismus Luxus-Gäste ab.

Cailler sinnlich erleben

Das Maison Cailler überrascht. Nicht nur vom Konzept, sondern auch vom Besucherandrang her. Dafür wird das Projekt mit dem 2. Preis ausgezeichnet.

CHRISTINE KÜNZLER

Schokolade, woher sie kommt, was sie bedeutet, wie sie entsteht und wie sie schmeckt. Die Steiner Sarnen Schweiz AG, die Kreaturin von Erlebniswelten, hat im Maison Cailler in Broc eine Ausstellung geschaffen, die überrascht, fasziniert und berührt. Die Geschichte von der Schokoladenfabrik Cailler, aufgelockert mit alten Bildern, Blechschildern

«Ich habe nur den Scheck unterzeichnet, die gute Arbeit hat Steiner geleistet.»

Roland Decorvet
CEO Nestlé

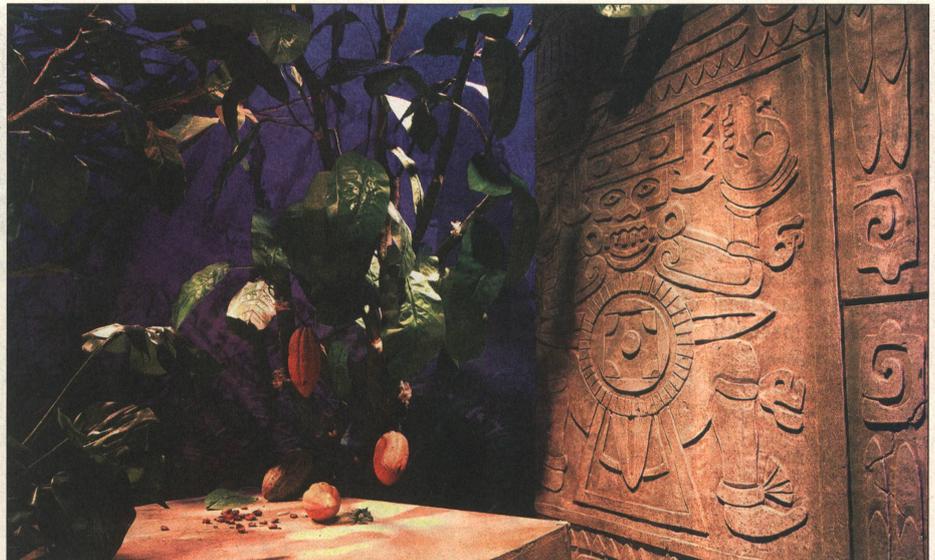
und Verpackungen, führt den Besucher in die süsse Thematik ein: François-Louis Cailler hatte während einer Italienreise 1819 die Schokolade entdeckt und sie dann in seinem Geschäft in Corsier verkauft. Anschliessend wird der

Besucher – in Gruppen zu 20 Personen – in die Zeit der Azteken zurückversetzt, welche die Kakaobohne entdeckt hatten. Ein verführerischer, süsser Duft aus der Jetztzeit begleitet den Besucher auf seiner Reise in die Vergangenheit: In der angrenzenden Cailler-Fabrik wird Schokolade zu Tafeln, Branchli oder Pralinen verarbeitet.

Die Besucherin, der Besucher, erlebt in Show-Räumen auf sinnliche und packende Weise, was die Schokolade auf ihrem Weg in die Schweiz alles erlebt hat. Und das ist einig. Die Geschichte ist nicht nur spannend, sie weckt auch Lust auf Schokolade. Und die wird dann auch gestillt. Allerdings nicht sofort: Erst geht es vorbei an Säcken voller Kakaobohnen und anderen Schokolade-Zutaten. Die Besucher erfahren, dass die Milch – wie schon immer – von Bauern der Region angeliefert wird.

Es darf auch degustiert werden

Erst jetzt darf genascht werden: An der 26 Meter langen Produktionslinie, mit Glaswänden von den neugierigen Besuchern abgetrennt, produziert ein Cailler-Mitarbeiter Mini-Branchli. Einige landen in der Schale am Ende des Laufbands, aus welcher sich Besucher bedienen dürfen. Davon



Von der Kakaobohne bis zur Schokolade: Die Geschichte ist im Maison Cailler mit allen Sinnen erlebbar.

wird auch profitiert, denn zu so frischer Schokolade kommt man selten. Ob es da nicht auch Leute gibt, die in ihrer Euphorie gleich alle ihre Taschen füllen? «Klar gibt es das», bestätigt Thomas Tschuor, der Manager des Maison Cailler. «Aber wegen ein paar Leuten, die zu schnell die Kinderstube durchlaufen haben, wollen wir diesen Genuss all den andern nicht vorenthalteln.»

Vor dem Ausgang dann, darf nochmals degustiert werden: Produkte aus dem Sortiment Cailler. Klar, dass die Lieblingschokolade und -pralinen im angrenzenden Cailler-Shop

Nestlé-CEO Roland Decorvet nahm den Milestone für das «Maison Cailler» entgegen.



Daniel Fuchs

denn auch gekauft werden. T-Shirts und die neu aufgelegten historischen

Plakate sind ebenfalls beliebte Souvenirs.

Besucherrekord: Jahresziel in den ersten Monaten erreicht

Steiners Erlebniswelt kommt gut an: Anfang September hat sich der 200'000. Besucher das am 1. April 2010 eröffnete Maison Cailler angesehen. 180'000 Personen war das Jahresziel. Tschuor erklärt sich den Erfolg auch «mit der guten Presse bei der Eröffnung». «Die Besucher sollen hier ohne Hast zum Herz der Schokolade eintauchen können», sagt er. Dafür sorgen auch die zum Produkt passenden Farben, in denen die Ausstellungsräume gestaltet sind. «Wir haben uns die Zeit genommen, eine Attraktion zu schaffen, die das Herz berührt, alle Sinne anspricht, überrascht und familienfreundlich ist», hält Tschuor fest. Deshalb seien

auch die Eintrittspreise mit 10 Franken für Erwachsene moderat und familiengerecht gehalten. So seien denn auch ein Drittel der Besucher Kinder. Die meisten Gäste reisen aus der Romandie an. «Wir begrüßen aber auch viele ausländische Gäste. Im Sommer machten sie teilweise 50 Prozent der Besucher aus.»

Tschuor will das Maison Cailler touristisch einbinden und die Erlebniswelt so auch vermarkten. «Die Integration in die Destination ist mir sehr wichtig». Verschiedene Hotels in der Region bieten Packages an. Er arbeitet zudem mit RailAway, Carunternehmen und dem «Golden Pass» zusammen. Tschuor will die touristischen Kooperationen weiter ausbauen. «Die Attraktion muss von innen gegen aussen wachsen», hält er fest.

Siehe auch Seite 19

Zürich Concierge: Luxus massgeschneidert

Zürich Concierge, eine Dienstleistung von Zürich Tourismus, bietet luxuriöse Stadttouren an. Vom Shopping bis zum «meet and greet» mit Zürcher Persönlichkeiten.

SIMONE LEITNER

Den Treffpunkt bestimmt der Gast. «Entweder wir holen ihn im Hotel ab oder an einem Standort seiner Wahl», sagt die Stadtführerin Andrea Jacomet, die für Zürich Concierge exklusive und luxuriöse Touren begleitet. Mehr noch, der Service Zürich Concierge lässt den Gast alles bestimmen: Die Art der Tour, den Zeitrahmen, einfach alles. Hinter diesem neuen Angebot steht Zürich Tourismus und schöpft mit 125 Jahren Erfahrung aus dem Vollen.

Von der Shoppingtour bis hin zum GastroTipp

Mit dem Zürich Concierge, den die Tourismus-Organisation im ersten Quartal 2010 lancierte, soll das Premium-Segment bei potenziellen Zürich-Gästen aktiver und gezielter bearbeitet werden. Das Angebot reicht von der Hotelberatung mit Buchung über exklusive Shopping-Touren und Geheim-

tips in der Gastronomie-Szene bis zur Organisation von nicht alltäglichen Ausflügen. Dabei kann beliebig ausgewählt werden, ob der Service einen Aufenthalt in der Limmatstadt von A bis Z organisiert oder nur bestimmte Programme zusammenstellt – ein Angebot, welches

«Dieser Preis zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ein wunderschöner Moment.»

Susana Ferreira
Zürich Concierge



Daniel Fuchs

vor allem auch Firmen für ihre Kundschaft nutzen sollen.

Und so kann ein Shoppingbummel der besonderen Art aussehen: 13 Uhr Treffpunkt vor dem Touristinfo Office im Zürcher Hauptbahnhof. Die Stadtführerin Andrea Jacomet steht schon bereit, stellt sich vor und lässt keinen Zweifel offen, dass sie die Stadt, ihr Programm und die Überraschungen im Griff hat und jedes Detail bestens kennt. «Ich bin eine Stadtführerin und seit über 20 Jahren im Bereich Tourismus tätig.»

Wie Einheimische durch die Limmatstadt bumeln

Das Angebot von Zürich Concierge ist sehr breit gefächert, doch in

Susana Ferreira und Frank Burmann von Zürich Tourismus.

dividuelle Shoppingtouren werden am meisten verkauft. Überraschungen immer inklusive. Mit zielweisem Schritt führt Andrea Jacomet die Gäste durch die Bahnhofstrasse, erklärt kurz und prägnant einige Details, biegt dann in kleine Gässchen ab und gibt den Begleitern endgültig das Gefühl, wie «Einheimische» durch Zürich zu bumeln. Dann folgen Begegnungen mit einer Schokoladen-Liebhaberin, einem Blumen-Afficionado, zwei Dessous-Schneiderinnen und

einem Designer, der Models begeistert.

Die Stadtführerin hat in allen Shops VIP-Status, und mit ihr auch die Gäste. So gibt's im Schokoladen-Shop Truffe an der Schlüsselgasse 12 von Besitzerin Elisabetta Gapei eine herrliche heisse Schokolade und spannende Geschichten. Im exklusiven Blumengeschäft Real-Feel – Look by Christian Felix an der Nüscherstrasse 1 eine Einführung in die Magie der Blütenwelt und einen Blick hinter die Kulissen. Bei

den beiden Unterwäsche-Designerinnen Evelyn Huber und Ramona Kellern von Lyn Lingerie an der Glasmalergasse einen Blick auf die traumhaften Dessous. Und bei Tran Hin Phu, dem Schweizer Modedesigner mit chinesisch-vietnamesischen Wurzeln und Gewinner des Swiss Design Awards ist der Meister gleich selber vor Ort und erklärt seine Kunden-Philosophie. «Ich Nähe für meine Kundinnen auf Mass und kann so die schönsten Seiten des Körpers betonen.»

Laudatio Silvia Affolter: «Zürich Tourismus hat damit ein einzigartiges Angebot geschaffen.»

Die Bedeutung der Qualität von Dienst- und Serviceleistungen im Tourismus steigt stetig. Zürich Concierge trägt dieser Entwicklung Rechnung und wird deshalb mit einem Milestone ausgezeichnet. Wer im Dienstleistungssektor tätig ist, weiss, dass Kundenbindung durch Serviceleistungen nur dann erreicht wird, wenn die Erwartungen des Kunden übertroffen werden. Genau dies ist auch der Schlüssel zum Erfolg von Zürich Concierge: Dieser neue Service von Zürich Tourismus setzt den Wünschen der Gäste keine Grenzen und bietet Dienstleistung in



Silvia Affolter, CEO CityGuideTV – YourStory AG.

Perfektion. Individuelle Beratung und hohe Service-Qualität ermöglichen das Unmögliche und verleihen dem Luxus in Zürich eine ganz neue Dimension. Dabei kann Zürich Tourismus auf fundiertes

Know-how und ein grosses Kontaktnetz zurückgreifen – ein immenser Vorteil, der sich auszahlt und Gästen wie auch Firmen die Tür zu einem unvergesslichen Aufenthalt in Zürich eröffnet. Mit Zürich Concierge hat Zürich Tourismus eine einzigartige Angebotspalette geschaffen, die Gäste im Hochpreissegment gezielt abholt und Zürich als Premium-Reisedestination stärkt. Der neue Service ist wegweisend, denn die Schere zwischen Billig- und Luxusreisen wird stetig grösser. Und der Service ist einzigartig und wurde noch von keiner anderen Tourismusorganisation geboten.» ck

Milestone. Sonderpreis Nachhaltigkeit. Das nachhaltige Tropenhaus Frutigen mit seiner Störzucht, dem Anbau tropischer Früchte, dem Besucherzentrum, Shop und Restaurant ist ein internationaler Besuchermagnet.



Knapp ein Jahr alt und schon Milestone-Sieger: Im Tropenhaus in Frutigen wachsen die Bananen gen Himmel dank Abwärme aus dem Lötschbergtunnel.

Bilder Alain D. Bollat

so viele als im ganzen ersten Jahr erwartet. Dazu beigetragen hat sicher auch Hauptaktionär Coop: Mehrmals erschien in der auflagenstarken Coop-Zeitung ein entsprechender Bericht. Und erfreulicherweise fliesst bis anhin der Besucherstrom übers Jahr gesehen konstant. «Wir sind keine Schlechtwetter-Alternative», betont Beat Schmid. «Der Montag ist im Moment genauso stark wie der Donnerstag.» Nur der heisse Juli fiel etwas schwächer

«Der Milestone ist eine Bestätigung der Idee des Initianten Peter Hufschmied.»

Beat Schmid
Geschäftsführer Tropenhaus Frutigen

aus. Ein kleiner Wermutstropfen: Zwei Drittel der Gäste sind Tagesgäste, nur ein Drittel Feriengäste. Um die Logiernächterelevanz auszubauen, sucht man Kooperationen mit touristischen Leistungsträgern der Umgebung. Profitieren könnten der Einzelhandel und die Gastronomie vor Ort, meint Karin Wiedmer von Frutigen Tourismus.

Die Hauptrolle spielen Stör und Kaviar

Langfristig soll der Hauptsatz mit Störfleisch (Ziel: 45 Tonnen pro Jahr) und Kaviar erzielt werden. Gegenwärtig befindet sich die Fischpopulation im Aufbau, ab 2015 will man bereits 3 Tonnen Kaviar produzieren. Der Absatz soll sowohl im In- als auch im Ausland erfolgen und damit Frutigen in die Welt hinaus tragen. Ein entsprechendes Branding für das exklusive Produkt wird im kommenden Jahr aufgebaut. Denn es ist der einzige Schweizer Kaviar. Und die Zucht als solche nachhaltig.

Aufgrund der grossen Nachfrage nach der Delikatessen sind die meisten Störarten heute bereits vom Aussterben bedroht.

Das alpine Tropenhaus

Der Nachhaltigkeitspreis geht an das Tropenhaus in Frutigen. Ein Projekt, das mit seiner Vielfalt, seiner Energiepolitik und der Vernetzung in der Region überzeugt.

GUDRUN SCHLENZKE



Dank Geothermie ist es in den Tropenhäusern auch bei Kälte warm.

Es gebe kaum einen Betrieb, der so vielseitig ist, freut sich Tropenhaus-Geschäftsführer Beat Schmid. Genau diese Vielseitigkeit, kombiniert mit energietechnischen Raffinessen, macht das im November 2009 ins Leben gerufene Tourismusprojekt auch so nachhaltig und prädestiniert es als Milestone-Sieger 2010 in der Kategorie «Nachhaltigkeit». Mit einer eigenen Störzucht, dem Anbau von tropischen Früchten, einem Besucherzentrum, Shop, Restaurant, Bankett- plus Veranstaltungsgeschäft steht man wirtschaftlich nämlich gleich auf mehreren Beinen.

Energetisch und touristisch vernetzt mit der Gemeinde
Wärmeliebende Störe und Tropenfrüchte im Berner Oberland? Doch, das macht ökologisch durch-



90 Prozent der Besucher lassen sich von der Gastronomie im Tropenhaus überraschen. Das Hauptprodukt: Fisch.



In der Ausstellung erfährt der Besucher viel über den Stör.

aus Sinn: Denn genützt wird der 20 Grad warme Wasserstrom aus dem Lötschbergtunnel, der, bevor er in die Kander fliessen kann, so wieso auf 10 Grad heruntergekühlt werden muss. Die jährlich frei werdenden vier Megawatt Wärme stellen einen Grossteil des Energiebedarfs des Tropenhauses. Alternativen, wie die Häuser in Frutigen mit dem Lötschbergwasser zu heizen,

wurden geprüft, mussten jedoch als unrentabel eingestuft werden.

«Geothermie» ist nicht die einzige nachhaltige Energiequelle des Tropenhauses: Weiter wird das Sonnenlicht genutzt, für Stromproduktion und Warmwasser. Mit einer Turbine produziert man aus überschüssigem Trinkwasser der Gemeinde Frutigen ebenfalls Strom, allerdings nicht fürs Tropenhaus, sondern zu Gunsten der Gemeinde. Das überschüssige Wasser wird im Tropenhaus als Kühlwasser genützt. Ab 2011 sollen zudem die Fischabfälle – zusammen mit Frutiger Klärschlamm – via eine Biogasanlage rund 50 Haushalte mit Strom versorgen. Ökologisch auch der Gewächshausanbau: Bananen,

Geschäftsführer Beat Schmid und Beate Makowsky, Marketing Tropenhaus.

Mango, Papaya und andere Tropenfrüchte wachsen hier ohne Kunstdünger und Pestizide. Das innovative Konzept begeistert nicht nur die Milestone-Juroren, sondern auch Besucher von nah und fern: Bereits bis Oktober zählten die Tropenhaus-Betreiber mit 100 000 Eintritten doppelt



Daniel Fuchs

Laudatio Guglielmo L. Brentel: «Heute ist Frutigen dank dem Tropenhaus ein attraktives Ausflugsziel.»

Statt eine weitere Badeanlage für den gesättigten Wellnessmarkt zu erstellen, könnte man doch mit warmem Wasser auch etwas wirklich Neues entwickeln. Diesem Anspruch folgend, haben findige Köpfe die Idee entwickelt, den Wärmeüberschuss des durch den Gesteinsdruck erwärmten Regen- und Schmelzwassers für die Zucht von Wärme liebenden Fischen und Früchten zu nutzen. Entstanden ist das Tropenhaus Frutigen. Dieses ist auf der einen Seite Museum mit einem Rundgang zu den Themen «Geothermie und erneuerbare Energien» sowie «Aquakultur



Alain D. Bollat
Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotellerieuisse.

und nachhaltige Nahrungsproduktion». Und es ist ein Zuchtbetrieb für Fische und Früchte, die im eigenen Restaurant zu geniessen sind oder an Dritte weiterverkauft werden. Beeindruckend ist die

nachhaltige Fischproduktion, hat man sich doch der anspruchsvollen Aufzucht des Flussbarsches und des sibirischen Störs angenommen.

Heute ist Frutigen dank dem Tropenhaus ein attraktives Ausflugsziel im Berner Oberland, wo Geniesser und Wissbegierige gleichermaßen auf die Rechnung kommen. Dieses im Alpenraum einzigartige Tropenhaus macht Wissensvermittlung und Genuss in einem erlebbar. Es ist höchste Zeit, dass dieses bereits mehrfach ausgezeichnete Projekt den Sonderpreis des Milestone für Nachhaltigkeit erhält.»

Milestone. Nachwuchspreis. Daniel F. Lauber und Seraina Müller, Direktoren des Cervo Hotel und Restaurant in Zermatt, punkten mit einer coolen Werbekampagne und füllen so ihre Betten.

Junges Paar, junge Gäste, junge Medien

Eine «anmüchelig» gestaltete Website ist das eine. Aber man muss die Leute in aller Welt auch noch dazu bringen, sie anzuklicken. Das gelang dem jungen Paar Seraina Müller und Daniel F. Lauber in Zermatt in vorbildlicher Weise. Bereits ein Jahr vor der Eröffnung positionierten sie ihr künftiges Hotel und Restaurant Cervo in einem internationalen User-Umfeld. In kurzen Podcasts zeigten sie die Entstehung des heute sechs Chalets umfassenden Betriebs. Diese Filme setzten sie auf die eigene Webpage, aber verbreiteten sie auch über Facebook, youtube und Twitter. Dank der Nutzung dieser neuen Social

«Unsere Philosophie wird mit dem Milestone ausgezeichnet: Das motiviert uns enorm!»

Seraina Müller
Leitung Hotel Cervo Zermatt

Media stellten sie bereits weit vor der Eröffnung eine positive Beziehung zu ihren späteren Kunden her. Diese erwiesen dem Haus dann auch eine bemerkenswerte Treue: In der ersten Saison waren die Betten – obwohl in einem hohen Preissegment – bereits zu 70 Prozent ausgelastet. Inzwischen haben sich über 3000 Personen auf Facebook als «Cervo»-Fans gedeutet. Mehrmals wöchentlich updaten Müller und Lauber ihre Website und stehen in ständigem Kontakt mit ehemaligen und zukünftigen Kunden.

«So entsteht bei den Usern das schöne Gefühl, dazugegehört – und dies nicht nur eine Urlaubswoche lang», erklärt der junge Hotelier Daniel F. Lauber den Erfolg. Im Dezember geht das «Cervo» auf seiner Aussichtsterrasse rund hundert Meter oberhalb dem Zentrum von Zermatt in seine zweite Saison. Den Sommer durch wurde gebaut, die neuen Chalets umrunden das alte Haupthaus aus den

Sie erhalten den Milestone-Nachwuchspreis 2010: Seraina Müller und Daniel F. Lauber haben via Social Media ihr «Cervo» jung positioniert.

ELSBETH HOBBMEIER



Der Hirsch ist allgegenwärtig – und wenn's nur sein Geweih ist.

40er-Jahren, wo man sich an der Bar, im gemütlichen Restaurant oder auf der Terrasse trifft und wo sich auch die Réception befindet. Dieses eine Chalet war schon seit Generationen im Familienbesitz – jetzt hat ihm die

«Das ist für uns junge Unternehmer eine Bestätigung für den Weg in die Zukunft»

Daniel F. Lauber
Hotelier Cervo Zermatt

jüngste Generation der Familie einen neuen Daseinszweck zuge-

ein. Im ersten Stock des Chalets befindet sich die «Stuba», wo eine junge Crew unter Leitung von Seraina Müller auf alten Holzstischen Gutes aus regionalen Produkten serviert. Über allem wacht der Hirsch, das «Cervo»-Wappentier und sein Geweih sind in allen Häusern gegenwärtig.

Wer im «Cervo» nächtigt, zieht sich in eines der Wohn-Chalets zurück. Auf Saisonbeginn stehen jetzt 33 Zimmer in insgesamt fünf Häusern zur Verfügung, alle mit natürlichen Materialien und grosszügiger Einrichtung gestaltet. Jedes Chalet verfügt zudem über einen eigenen Wellnessbereich, der ausschliesslich von den maximal zehn Hausgästen genutzt werden kann: Mit Sauna, Sanarium, Cheminée, grossem Ruhe- und raffinierten Duschanlagen – und stets mit Blick aufs Dorf Zermatt und aufs Matterhorn. «Eine Aussicht für die Ewigkeit», verspricht die «Cervo»-Website – so überzeugend, dass ein jeder User sie irgendwann sehen will.

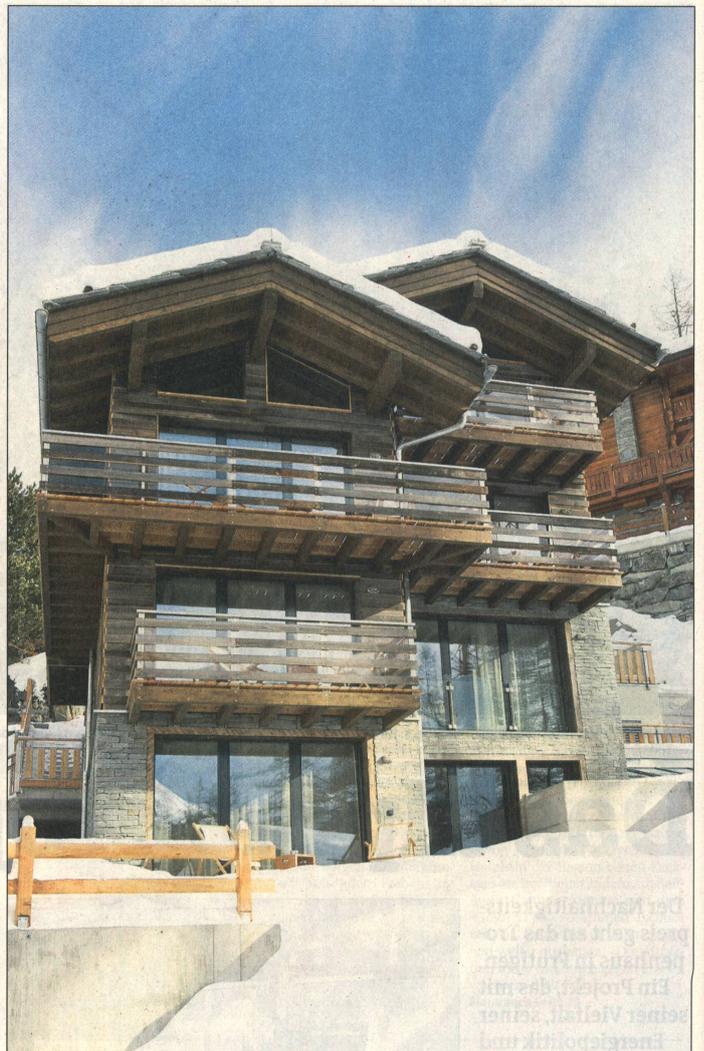
Seraina Müller und Daniel F. Lauber mit dem Nachwuchspreis für ihr «Cervo»-Konzept.



Bereits zum Frühstück: möglichst regionale Produkte.



Natürliche Materialien, grosszügiger Raum: Blick ins Wohnchalet.



Inzwischen sind es fünf Wohnchalets, aber alle mit schöner Aussicht.



So wirbt das «Cervo» auf dem Internet. Und nutzt bewusst Social Media.



Stilsicherheit als Eigenmarke.

Laudatio Hans C. Leu: «Alpine Tradition und moderner Zeitgeist werden hier gekonnt verbunden.»

Am Anfang sei ein Traum gestanden: «Es war der Traum von Daniel Lauber und Seraina Müller, die Ende 2009 am Fusse des Matterhorns das Hotel und Restaurant Cervo eröffneten. Ein altes, privates Chalet am Waldrand bildete den Ausgangspunkt dieses einzigartigen Hotelkonzepts», sagte Hans C. Leu, ehemaliger Direktor des «Giardino» in Ascona und des «Kulm» in Arosa. Daraus sei ein «kleines, aber feines Resort» entstanden, das alpine Tradition und modernen Zeitgeist gekonnt miteinander verbindet und dem Gast in seiner ganzen Individualität gerecht werde. «Mein



Hans C. Leu, Exdirektor «Giardino» Ascona und «Kulm» Arosa.

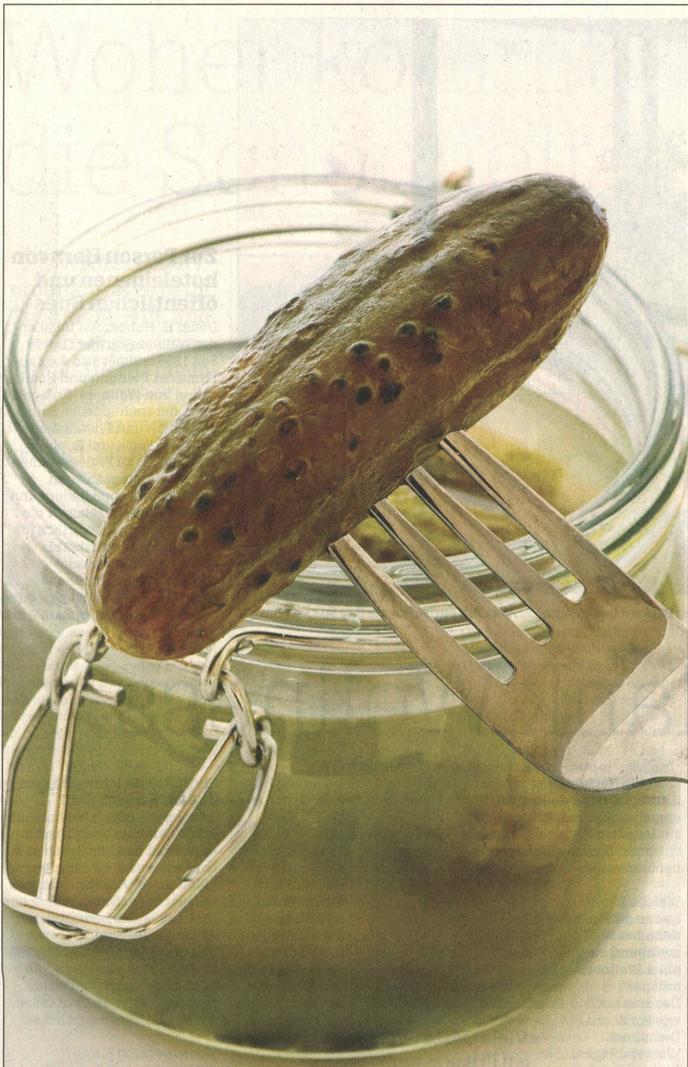
Herz schlägt für Querdenker», sagte Leu: «Querdenker sind für mich Menschen, die sich nicht mit dem Bestehenden zufriedengeben und ihre oftmals etwas verrückten Ideen fernab des Mainstreams konse-

quent verfolgen. Querdenker haben kein einfaches Los, denn es braucht Mut und Durchhaltevermögen, gegen den Strom zu schwimmen und Neues zu wagen», betonte Leu. Jedes noch so überzeugende Hotelkonzept sei langfristig nur erfolgreich, «wenn leidenschaftliche Menschen dahinter stehen, die ihre Rolle als Gastgeber mit ganzem Herzen wahrnehmen». Und: «Wenn im «Cervo» das Kaminfeuer brennt, steht dies symbolisch für zwei Menschen, die genau diesen Funken in sich tragen und jeden Tag aufs Neue zünden. Kreativität versetzt bekanntlich Berge, und sie zahlt sich aus.» kjv

Ernst kocht immer richtig

Ernst
Schweizer Tradition seit 1858.
Ernst Teigwaren werden aus feinstem Hartweizengruss und besten Freilandweizen hergestellt.

www.pasta-premium.com

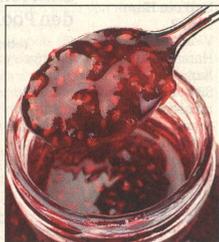


Klassisches Eingemachtes: Essiggurken, am liebsten knackig und fest.

Bilder Fotolia



Pökeln: Schon die alten Seefahrer haben ihr Fleisch so konserviert.



Zuckern: So entsteht Konfitüre.

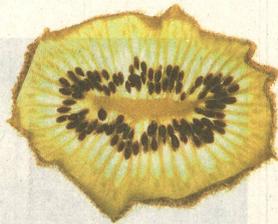
Die Methoden des Haltbarmachens

Konservierung verzögert die Zerfallsprozesse, denen Lebensmittel durch das Einwirken von Mikroorganismen wie Bakterien und Pilze oder durch natürliche Vorgänge wie Austrocknung, Quellung und Oxidation ausgesetzt sind. Je nach Produkt werden unterschiedliche Konservierungsverfahren angewendet. Zur physikalischen Lebensmittelskonservierung gehören Einkoch-Verfahren, die mit Wär-

mezufuhr arbeiten. Dazu zählen das Pasteurisieren bei Temperaturen unter 100 Grad (Halbkonservierung) und das Sterilisieren über 100 Grad (Vollkonservierung, mehrere Jahre haltbar). Tiefrieren und Kühlen dagegen hemmen die Aktivität von Mikroorganismen durch Wärmezug. Weitere physikalische Methoden sind das Trocknen und das Dörren mittels Wasserentzug. Obwohl in der industriellen Produktion mittlerwei-

le weit verbreitet, kommen diese Methoden in ihrer ursprünglichen Form ohne chemische Zusätze aus. Als chemische Methode wird nicht nur die Haltbarmachung mittels moderner Konservierungsmitteln wie Sorbin- oder Benzoesäure bezeichnet, sondern auch altbekannte Verfahren wie das Räuchern, Salzen, Pökeln, Zuckern und das Einlegen in Säure, Alkohol oder Öl zählen. Und mikrobiologische Konservierung schliesslich bedient sich verschiedener Gärprozesse (Milchsäure-, alkoholische und Essigsäure-Gärung), in denen erwünschte Bakterien unge-

wünschte verdrängen. Bei der Milchsäure-Gärung (Fermentierung) zum Beispiel werden Kohlenhydrate von Bakterien zu Säure abgebaut; so sinkt der pH-Wert des Lebensmittels, und das Wachstum von Mikroorganismen wird gehemmt. sag



Das verlängerte Leben der Lebensmittel

Das Einmachen haben wir Napoleon zu verdanken. 1807 machte er sich auf die Suche nach einer Methode, Lebensmittel für die Truppenversorgung haltbar zu machen und schrieb einen Wettbewerb dazu aus. Der Koch Nicolas Appert gewann: Er lötete Dosen zu, erhitze sie und erfand die neue Konservierungsmethode, die das Prinzip des Vakuumverschlusses mit der seit Louis Pasteur bekannten Sterilisierung verband. Johann Carl Weck machte das Einmachen mit seinen Gummiring-Gläsern ab 1900 marktauglich; was folgte, war ein veritabler Siegeszug in Privathaushalten bis in die 1960er-Jahre bis mit dem Aufkommen der Tiefkühltruhen eine andere Methode interessant wurde.

Konservierte Birne aus der Region vs. frische Mango aus Asien

Der Mensch hatte schon lange vor Napoleon das Bedürfnis nach konservierten Lebensmitteln. Gepökeltes Fleisch zum Beispiel war zur Überbrückung langer Seefahrten essenziell. Aktuell erlebt gerade das Einmachen dank entsprechenden Kochbüchern wie etwa von Spitzenköchin Tanja Grandits einen erneuten Boom; selbstgemachtes Pesto oder Chutney sind beliebte Mitbringsel geworden.

Eigenes Haltbarmachen mittels Einmachen und anderen Konservierungsmethoden ist auch ein Thema für Gastronomen. «Jährlich konservieren wir insgesamt 1200 Kilogramm Produkt», sagt Richard Stöckli vom Wilderswiler Hotel Alpenblick mit dem mit 17 Gault-Millau-Punkten honorierten Gour-

Die Konservierung von Lebensmitteln ist auch ein Thema für Gastronomen: Sie kann das saisonale Angebot bereichern und den Terroirgedanken fortsetzen.

SABRINA GLANZMANN



«Regionales zu konservieren, hat auch einen ökonomischen Aspekt.»

Richard Stöckli
Hotel Alpenblick, Wilderswil

met-Stübl. Auch er macht wie längst üblich keinen eigentlichen Wintereinkauf mehr, kauft ad hoc und frisch ein; konservierter Vorrat aber bilde im Winter eine wichtige Basis für die Gerichte der Saison. Dazu gehören beispielsweise 300 bis 400 Kilogramm Pilze. Und: «Im Winter kann es sinnvoller sein, eine

konservierte Birne aus der Region zu verwenden, als eine asiatische Mango einzuflogen», da spiele auch ein ökonomischer Aspekt mit. Dazu kommen noch ethische Fragen und solche nach Authentizität und Geschmack, ist Albi von Felten, Gastgeber im 14 Gault-Millau-Punkte-Restaurant Hirschen in Erlinsbach überzeugt.

Konservierung kann auch die Veredelung eines Produkts bedeuten

Seit 2009 mit dem Pro-Specie-Rara-Gütesiegel ausgezeichnet, finden im «Hirschen» regionale, «alte» Produkte eine bevorzugte Verwendung – auch beim Konservieren. Wie Stöckli schätzt auch von Felten die Haltbarmachung mit gängigen Methoden und arbeitet dafür je nach Verfahren mit entsprechenden Partnern zusammen. Er gibt zu bedenken: «Ein konserviertes Produkt von guter Grundsubstanz ist besser als einschlechtsfrisches.» Dann könne das durchaus eine Veredelung des Produktes bedeuten – auch wenn Vitamine und Mineralstoffe verloren gingen, wie von Felten einräumt. «Die Vitamine sind aber nur ein Punkt.» Auch die Energetik eines Produktes sei bedeutend, der «Inhalt einer «Tomate» sei anders als der einer «08/15-Tomate». Konservierungs als Bereicherung des Angebotes? «Ja, sinnvoll eingesetzt, vor allem während des Winters», sagt von Felten.

Das Rezept Sauerkraut vom Spitzkohl

Rezept von Albi von Felten für 4 Personen

Zutaten:

1 kg Spitzkohl, 8 g Salz, 1 dl Süssmost, 200 g Zwiebeln, 1 dl Weisswein, etwas Rapsöl

Vor- und Zubereitung:

1. Den Spitzkohl nach Belieben in dünne oder dicke Streifen schneiden – Albi von Felten raffelt ihn 1,5 mm dick. Mit dem Salz mischen, gut durchkneten oder mit dem Mörser stampfen, bis es saftet.
2. In einem fest geschlossenen, beschwerten Steinguttopf 4–6 Wochen kühl lagern, bis der gewollte Säuregrad erreicht ist.
3. Die Zwiebeln im Rapsöl andünsten, den Kohl dazugeben und mit dem Weisswein ablöschen. Nach Gusto Wacholderbeeren dazugeben und mit Rahm abschmecken. Das Spitzkohlsauerkraut mit gebratenem Zander oder klassisch mit Speck servieren. sag



Kosmetik

Bio & Naturkosmetik für Hotels

Die Firma Ninkasi beliefert nun auch Hotels mit ihren Bio- & Naturkosmetik-Produkten. Basis aller Ninkasi-Produkte sind Nähr- und Inhaltsstoffe des Biers. Als natürliche Quelle versorgen sie Haut, Haare und Nägel mit B-Vitaminen und Mineralien. Die in der Schweiz bio-zertifizierten Rohstoffe Vollmohndier, Hopfen-, Gersten- und Malz-Extrakt sowie Hefe liefert die Brauerei Locher in Appenzell. Hinzu kommen natürliche Rohstoffe.

www.ninkasi.ch

Spa

17 GM-Punkte für Restaurant in Sylter Spa

Der Gourmet-Führer Gault Millau hat das Restaurant La Merim Grand Spa Resort A-rosa Sylt mit 17 Punkten ausgezeichnet. Der Küchenchef Sebastian Zier ist die «Entdeckung des Jahres». «Sebastian Zier führt ein junges Team, das auf Sylt so überraschend gut aufkocht wie die Fussballer bei der Weltmeisterschaft aufspielte», so der Gourmet-Führer. Ziers moderne Küche auf klassischer Basis entzückte auch optisch, so heisst es weiter. Erst kürzlich hatte sich der Jungstar einen Michelin-Stern erkocht. Auch ein zweites Restaurant des Resorts wurde ausgezeichnet. Das «Spices» erhielt für seine authentische, asiatische Küche 14 GM-Punkte. esp

«Four Seasons» London: ein Stock, ein Spa



Am 15. Dezember 2010 wird das Four Seasons Hotel London at Park Lane seine Pforten öffnen. Das Luxushotel im Londoner Stadtteil Mayfair bietet 192 Zimmer, davon 45 Suiten. Der zehnte Stock ist ganz dem Spa gewidmet: Das Hotel verfügt über neun Einzelbehandlungsräume, jeder mit eigenem Relaxbereich und direktem Blick auf den Hyde Park. Zudem gibt's ein Fitness-Center, diverse Dampfräume, mehrere Saunen sowie Vitality-Pools. fee

Brigels hat ein brandneues Bergspa-Hotel



Das 4-Sterne-Bergspa-Hotel la Val in Brigels öffnet voraussichtlich am 10. Dezember seine Türen. Das Bergspa hat 31 neue Zimmer und Suiten, zwei Restaurants mit Sonnenterrasse, eine Lobby mit Kamin sowie eine Zigarren-Lounge mit Bibliothek und Kamin. Das brandneue, 500 Quadratmeter grosse Bergspa bietet den Gästen unter anderem eine finnische Sauna, eine Kräutersauna, Dampfbäder, Massagen und verschiedene Körperbehandlungen. esp

www.laval.ch

Spa. Rentabilität. Detlef Hubbert sagt, Spa-Investitionen im Hotel lohnten sich. Auch für den Dreisternebetrieb. Geld investiert und generiert wird aber auch mit Medical-Spas.



Das Luxushotel Le Mirador Kempinski am Genfersee bietet nicht nur einen Pool mit bester Aussicht, sondern auch «Private Day Spa Suites».

Zur Person Herr von hoteleigenen und öffentlichen Spas

Detlef H. Hubbert ist Inhaber der Wellness Partner GmbH. Seit 1998 widmet sich die Zuger Firma der Planung und Realisation von Wellness-Anlagen – von der traditionellen Saunalandschaft und Thermenanlagen über Pools und Erlebnis-duschen bis zu Fitnessräumen und Besonnungsanlagen. Nebst öffentlichen Bädern und Fitness-Centern zeichnet die Firma auch verantwortlich für die Spas von Luxushotels wie «Le Mirador Kempinski» am Genfersee, des «Parkhotel» und «Posthotel» in Weggis oder des «Riffalp» in Zermatt. fee

Business dank Wellness

Angesagt sind klassische Saunen, aber auch edle «Private Spas». Denn wahrer Luxus im Hotel-Spa-Bereich sei Ruhe, sagt Detlef Hubbert.

FRANZISKA EGLI

Detlef Hubbert, welche Trends bei den Hotel-Spas beobachten Sie?

Sehr angesagt sind «Private Spas» und Cottages, wie es sie im Parkhotel Weggis oder im Hotel Le Mirador Kempinski am Genfersee gibt. Ruhe und Privatsphäre gelten heute als kostbares Gut, viele Gäste lassen sich das gerne etwas kosten. Aber auch ein Schwimmteich anstelle eines herkömmlichen Pools kommt gut an.

Spa-Suiten finden sich ausschliesslich im Luxusseg-

ment. Inwiefern zahlen die sich aus?

Sie decken ein grosses Bedürfnis ab: Viele Gäste wollen nicht mehr mit anderen Gästen in den Whirlpool steigen. Sie wollen ihre Ruhe, wünschen Sicherheit, nicht zuletzt auch im hygienischen Bereich. Insofern rentieren sich solche individuelle Zonen durchaus. Kommt dazu, dass viele Luxushotels ihr «Private Spa» auch als Package für Nicht-Hotelgäste anbieten. Fällt somit die Übernachtung weg, können sich das auch wieder mehr Leute leisten.

Und apropos Schwimmteich: Generell ist eine Back-to-the-roots-Welle zu beobachten. Schwappet diese auch in den Hotel-Spa-Bereich?

Dieses Bedürfnis nach dem Ursprünglichen nehmen wir tatsächlich auch wahr. In Deutschland und Österreich sind die ganz herkömmlichen Blockhaus-Saunas wieder sehr gefragt, am liebsten mit direktem Seeanschluss. Hierzulande

zieht die Nachfrage nur zögerlich an, da Block-Saunen anspruchsvolle Produkte sind, die zusätzlichen Platz beanspruchen und Baubewilligungen benötigen.

Welche Elemente gehören denn heute zwingend zu einer Wellnessanlage?

Das sind nach wie vor Sauna, Dampfbad, Wasseranlagen, Fitness und Treatments.

Und ein Hammam?

Weniger. Das Hammam im herkömmlichen Sinn, also als Rundlauf durch mehrere Kabinen inklusive Treatment, ist nur einem Hotel mit hoher Auslastung zu empfehlen. Es braucht zu viele Räume und teures Personal, als

dass dies im Hotelbetrieb rentabel zu bewirtschaften wäre.

Heute locken auch 3-Sterne-Häuser mit Wellness. Was empfehlen Sie Häusern mit wenig Platz und Budget?

Ein aufstrebendes 3-Sterne-Hotel, das international bestehen will, kommt um das Thema Wellness nicht herum. Dafür reichen 50000 bis 70000 Franken, die man geschickt in multifunktionale Kabinen mit Sauna und Soft-Dampfbad oder

in Erlebnisduschen investiert. Wichtig ist, dass der Bereich, und sei er noch so klein, ansprechend gestaltet, perfekt eingerichtet und auf der Homepage angepriesen wird.

Sie finden, es lohnt sich gerade hier zu investieren?

Absolut, denn wer bucht heute schon Skiferien, wenn er sich am Abend nicht im Schwitzbad entspannen kann? Eine Rentabilität dieser Anlagen können wir hier in der Schweiz aber nur sehen über das berechtigte Anheben der Zimmerpreise und über mehr Auslastung. Florierende Wellnesshotels, die jährlich neu investieren können, wie wir es im Tirol sehen, sind hier nicht auszumachen.

Von was raten Sie ab?

In kleinen und 3-Sterne-Hotels gilt: Finger weg von Treatments. Die verursachen zu hohe Personalkosten. Ebenso Pools und Jacuzzis mit permanenter Wasseraufbereitung.

Und was bringt die Zukunft?

Glas und Salzwände bleiben im Trend. Bei den Schwitzbädern gibt's vermehrt Abkühlvarianten mit Eis. Und der Wunsch vieler Gäste nach einem kompletten Angebot nimmt zu.



«Viele Gäste wollen Privacy, und nicht mehr mit anderen Gästen in den Pool steigen.»

Detlef Hubbert
Inhaber Wellness Partner

Die einen mit, die anderen ohne Botox

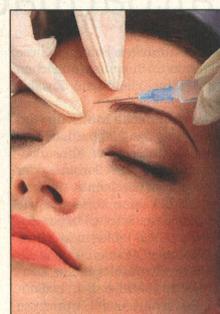
Medical-Spa-Angebote im Hotel entsprechen einem wachsenden Bedürfnis: Steigende Investitionen und doppelte Umsatzzahlen sprechen für sich.

SIMONE LEITNER

Wo hört das herkömmliche Spa auf, und wo fängt das Medical Spa an? «Wenn der Arzt ins Spiel kommt, dann sprechen wir von Medical Spa», sagt Ina Hammerl, Stv. Leitung MedinWell Spa im

«Vitznauerhof Vitalresort». «Das Bedürfnis bei den Gästen ist riesig». Vor allem die umfangreichen Medical-Check-ups von Ärzten seien eine sehr gute Ergänzung zum Ferienangebot. Aber auch ein Schönheits-Chirurg ergänzt das Team: Botox beispielsweise wird im «Vitznauerhof» verabreicht, Eingriffe wie ein Facelift macht der Mediziner in einer nahe gelegenen Klinik. «Und zur Erholung kommen die Gäste dann in den «Vitznauerhof», erklärt Ina Hammerl die Philosophie des Hotels.

Kein Botox, dafür ein Privatspital wird den Gästen des Hotels Hof Weissbad geboten: «Wir konzentrieren uns auf die Entspannung und Erholung», sagt Gastgeber Christian Lienhard. So könne der



Botox wird in einigen Hotel-Spas verabreicht.

Gast beispielsweise im Hotel einen Ferienaufenthalt buchen und parallel in der Klinik seinem drohenden Burnout entgegenwirken, erklärt der Hoteldirektor die Philosophie des Hauses. «Ohne den Aufenthalt als Gesundheitsferien deklarieren zu müssen». Das Hotel Hof Weissbad hat drei Ärzte auf der Lohnliste und Psychotherapeuten in der Nähe, die sich auf entsprechende Anti-Stress-Therapien spezialisiert haben. Mit Erfolg: Alleine in den letzten sechs bis sieben Jahren habe sich der Umsatz verdoppelt. Heute generiert Lienhard mit dem Medical Spa 6,5 Millionen, mit dem Hotelbetrieb 20,5 Millionen Franken Umsatz. Die Investitionen seien aber nicht zu unterschätzen. Alleine die Röntgen-Appa-

turen kosteten mehrere 100000 Franken. Lienhard setzt auch in Zukunft auf Medical: Er denkt über eine Erweiterung für den Bereich Zahnimplantate nach.

Und im Grand Resort Bad Ragaz wird Medical sehr gross geschrieben. Botox oder Schönheitsoperationen bietet das Luxusresort genauso an wie Gesundheits-Check-ups, Burnout-Prävention und Ernährungsberatung. Denn: «Ohne die richtige Ernährung hat alles keinen Sinn», sagt Peter P. Tschirky, Vorsitzender der Geschäftsleitung des Grand Resort Bad Ragaz. Zudem ist er überzeugt, dass der Begriff heute oft auch inflationär gebraucht würde. «Standards werden in den nächsten Jahren für zertifizierte Qualität sorgen», so Tschirky.

Spa. Produkte. Die Evaluation von Kosmetika für die Hotel-Spas ist ein langwieriger Prozess. Und ein Wellnessführer nimmt die aktuellen Flaggschiffe der Schweiz unter die Lupe.

Woher kommt die Schönheit?

Welches Beautyprodukt soll es beim Treatment sein, und welches passt zum Hotel? Diese Fragen beschäftigt Hoteliers und Spa-Managerinnen gleichermaßen.

SIMONE LEITNER

Kosmetikprodukte für Beautybehandlungen und Körpertreatments gibt es zuhauf. Doch welches Produkt passt zu welchem Hotel? Eine Frage, die viel Zeit und unzählige Kostproben erfordert. Internationale Luxusbrands, Swissness assoziierende Crèmes, Produkte mit Fruchtsäuren oder auch Eigenkreationen stehen den Hoteliers und Spa-Managerinnen zur Auswahl. «Ich habe sehr viele Kosmetik-Muster getestet», erinnert sich Thomas Schmid, Managing Director des The Dolder Grand in Zürich. Das Image musste stimmen und die Optik sowieso. Für Schmid war klar, dass die Kosmetika das Hotel, die Philosophie und sogar die Architektur des Spas verkörpern muss. «Wir haben uns schliesslich auf drei Produkte geeinigt: La Prairie steht für Luxus und



Luxusbrands sind bei internationalen Gästen gefragt.



Exklusive Kosmetika für exklusive Häuser.



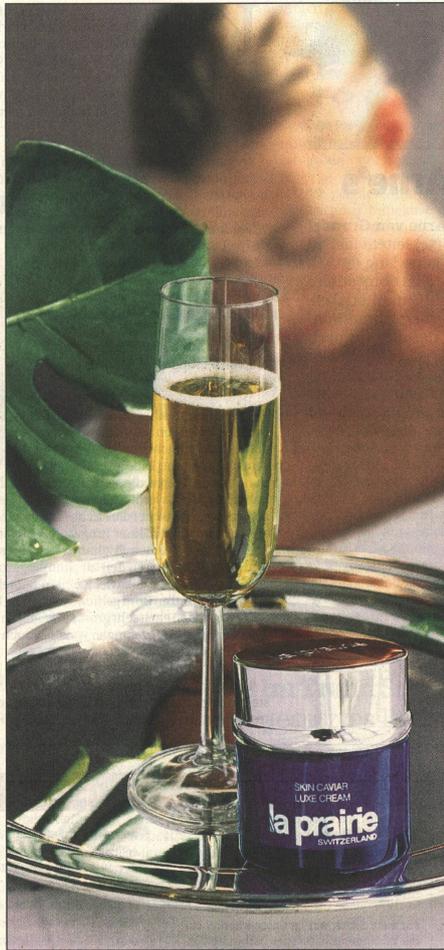
Männer tragen zum Umsatz im Spa heute einen wesentlichen Teil bei.

die Schweiz, Kerstin Florian für ein zeitgemässes Produkt, welches der Umwelt gerecht wird und Kenzoki, ein japanischer Wild, entspricht der architektonischen Ausrichtung des Spas.»

Simpel war der Prozess der Produkte-Evaluation nicht. Hoteldirektor Schmid musste mit den Brands verhandeln. «Das ist üblich, denn wir hatten unsere Vorstellungen und die Unternehmen ihre eigenen.» Heute, drei Jahre nach der Auswahl der Kosmetika, spricht Schmid von einer guten Wahl, die sich sehr bewährt.

Claudia Ribler von La Prairie spricht von einem Unternehmensentscheid. «Welches Hotel unsere Produkte bekommt, das wird von der Geschäftsleitung entschieden.» Eine gewisse Exklusivität müsste La Prairie dem Kunden immer gewähren. Mit anderen Worten: Welche 5-Sterne-Häuser luxuriöse Pflegeprodukte wie La Prairie, Sensai by Kanebo oder Sisley bekommen, wird nicht nur von den Hotelmanagern sorgfältig geprüft, sondern auch von den Kosmetik-Anbietern.

Labels hin oder her: Übertreiben mit den Marken dürfte man aber nicht, sagt Thomas Schmid vom The Dolder Grand. «Wenn ein Hotel mit Brands überschüttet wird, fühlt sich der Gast einfach



La Prairie wird ausschliesslich an 5-Sterne-Hotels vergeben.

nicht mehr wohl oder sogar belästigt.» Es muss also, wie bei allen Entscheidungen, eine gute Balance gefunden werden.

Ein aufwendiger Umbau ist zurzeit im Wellness- & Spa-Hotel Ermitage-Golf in Schönrüd im Gange. «Wir vergrössern unter anderem unser Spa um 1000 Quadratmeter», sagt Heiner Lutz, Mitbesitzer des Hotels. Ob das Luxushotel auch neue Beauty-Produkte an Bord nehmen wird, ist noch offen. «Wir sind sehr zufrieden mit unse-

ren lang bewährten Marken, und daher sehe ich im Moment keinen Handlungsbedarf.» Heiner Lutz gibt zu bedenken, dass das Hotel überwiegend Stammgäste begrüssen dürfe, und diese hätten sich an die Brands gewöhnt. Mehr noch: «Einige kommen wegen dieser Kosmetikbehandlungen extra zu uns.» Was aber sicher ist: Im Hotel Ermitage wird auf grössere Ruheräume fokussiert. «Damit sich der Gast einen ganzen Tag lang im Spa bewegen kann.»

Wellnessguide ist für Hoteliers wichtig

«Traumhotels für Body und Beauty» heisst der neue Wellnessführer von Claus Schweitzer. Die htr nimmt den Guide unter die Lupe.

EVELINE SPAHR

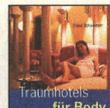
Der Reisejournalist Claus Schweitzer hat sich viel vorgenommen. Sein neuer Wellnessführer mit dem Titel «Traumhotels für Body und Beauty» nimmt für sich in Anspruch, «die aktuellen Flaggschiffe der Wellnesskultur» in der Schweiz, in Österreich, Deutschland und im Südtirol zu benennen und zu klassifizieren. Nach welchen Kriterien

hat Claus Schweitzer die Hotels und ihre Spas bewertet?

60 Punkte sind maximal zu vergeben

Die Stärken und Schwächen jedes Hotels seien anhand eines einheitlichen Bewertungsschemas klar ersichtlich, heisst es im Editorial. Und weiter: «Die Bewertungen reichen von einem Stern (schwach) bis zu sechs Sternen (einmalig).» Schweitzer beurteilt die Kategorien Ambiente, Spa-Infrastruktur, Körperbehandlungen, Beautyanwendungen, Freizeitangebot, Lage, Zimmer, Gastronomie, Service und Preis-Leistungs-Verhältnis. Die vergebenen Sterne zählt er anschliessend zusammen und münzt sie in Punkte um. So kommt er auf eine Maximalzahl von 60 Punkten. Die Häuser mit der höchsten Gesamtpunktzahl seien die aktuellen

Flaggschiffe der Wellnesskultur, die in allen zehn untersuchten Bereichen Spitzenleistungen böten, so Schweitzer. Unter dem Strich bleibt also einiges beim Alten: Der



neue Wellnessführer orientiert sich methodisch am Vorgänger.

Castello del Sole und Eden Roc sind an der Spitze

Das beste Resultat im aktuellen Guide (57 Punkte) erzielen in der Schweiz das Castello del Sole und das Eden Roc in Ascona. Fragen of-

fen lässt das Bewertungsschema. So erhält das Grand Hotel Kronenhof in Postresina in der Kategorie Körperbehandlungen etwa drei Sterne für klassische Massagen, Fussreflexzonenmassage, Lymphdrainage, Kräuterstempelmassage und Anti-Burnout-Programme. Nach welchen Kriterien Schweitzer diese drei Sterne vergeben hat, ist für den Leser allerdings nicht auf den ersten Blick ersichtlich.

«Hotel Spa of the Year» ist nicht ganz vorne dabei

Das diesjährige «Hotel Spa of the Year», das Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken, kann sich «nur» mit 52 von 60 Punkten schmücken. Das Hotel hat primär in der Kategorie Freizeitangebot schlecht abgeschnitten – hier konnte es nur zwei von sechs Sternen holen.

Und wie beurteilen Hoteliers den neuen Wellnessführer? Marc Eichenberger, der stellvertretende Gastgeber im Park Hotel Weggis, ist zufrieden. Schweitzers Einschätzungen entsprächen der Realität. Und weiter: «Ich freue mich sehr über die Bewertung.» Kein Wunder, hat das Park Hotel Weggis doch seit der letzten Ausgabe um ganze sechs Punkte zulegen können und darf sich nun mit 54 Punkten rühmen. Marc Eichenberger sieht diese Bewertung als Bestätigung der kontinuierlichen Überarbeitung des Wellness-Angebots. Und Peter P. Tschirky von der Geschäftsleitung des Grand Resorts Bad Ragaz sagt zum Guide: «Als Marketing-Instrument sind solche Führer sehr wichtig.»

Claus Schweitzer, Traumhotels für Body und Beauty, AT Verlag, 240 Seiten, ca. Fr. 32.90.

Hotellerie

Richard Gere hat eine neue Aufgabe

Relais & Châteaux, eine Kollektion von fast 500 führenden Hotels und Spitzenrestaurants weltweit, hat Richard Gere zu ihrem Botschafter fürs Jahr 2011 ernannt. Gleichzeitig werde das «Bedford Post», das etwa eine Stunde nördlich von New York City liegt, neues Mitglied der Relais & Châteaux-Familie, teilt das Unternehmen mit. Richard Gere ist Gastgeber im «Bedford Post». Der Schauspieler («Chicago» und «Pretty Woman») tritt damit die Nachfolge des Schriftstellers Douglas Kennedy sowie der Winzerin und Schauspielerin Carole Bouquet an.

Genuss

Süsse Neuigkeiten von Suchard



Ronald Pathé

Suchard bringt neue Praliné-Kreationen auf dem Markt. Suchard Desirs besteht aus 38 Pralinés in neun verschiedenen Sorten und wurde laut Kraft Foods speziell für besondere Anlässe kreiert. Suchard Symphony beinhaltet 20 Pralinés in fünf verschiedenen Variationen.

Valser Silence ist still auf Erfolgskurs

Das neue stille Valser Silence hat seinen Platz im Schweizer Mineralwassermarkt bereits gefunden. Knapp 3,5 Millionen Flaschen gingen seit der Einführung im April 2010 in rund 5500 Verkaufsstellen über den Ladentisch. Valser Silence ist in Hotels, Restaurants und Cafés in Glas- und, zum Mitnehmen, in PET-Flaschen erhältlich. Das stille Valser ist ein Schweizer Premium-Getränk und ergänzt die bestehenden Sorten Valser Classic sowie Naturelle geschmacklich. Valser bietet somit ein stilles, ein mildes sowie ein kräftiges Mineralwasser an. Wie Valser Classic und Valser Naturelle, wird auch Valser Silence in die PET-Flasche «La Bottiglia» abgefüllt, die vom Schweizer Stararchitekten Mario Botta entworfen wurde.

Auszeichnung

Starbucks erhält Preis im Bereich Nachhaltigkeit

Die Starbucks Coffee Company wurde von Kaffee-Experten der Allera Strategies zum zweiten Mal in Folge als nachhaltigstes Unternehmen der europäischen Kaffeindustrie ausgezeichnet. «Die Auszeichnung honoriert, dass sich unsere Werte, wie etwa der nachhaltige Kaffeeanbau, in unserer Arbeit widerspiegeln», sagt Buck Hendrix, Präsident von Starbucks für die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika. Zudem erhielt Starbucks den Preis als «Beste Coffeehouse Marke in Europa». Die Preise wurden am European Coffee Symposium in Rom verliehen. esp



News

Insos Schweiz lanciert einen Gastroguide

Der dreisprachige «Gastro Guide 2011» von Insos Schweiz stellt 50 Restaurants und Hotels aus der ganzen Schweiz vor, in denen Menschen mit einer Behinderung tätig sind. Erstmals stehen in einem Gastroführer damit Menschen mit einer Behinderung im Mittelpunkt. Insos Schweiz vertritt als nationaler Branchenverband die Interessen von 750 Institutionen für Menschen mit Behinderung.

www.insos.ch

Zürich hat einen neuen Einkaufsführer



SWISS-IMAGE

Zürich hat ein neues Einkaufsmagazin mit dem Namen «Zürich kauft ein». Das Magazin präsentiert eine breite Palette an Geschäften, die nach Themen, Stadtkreis und Alphabet geordnet sind. Angereichert wird das Magazin mit Empfehlungen und Tipps, mit Interviews und Hintergrundrecherchen. Wie sein Pendant «Zürich geht aus» erscheint das Magazin künftig jährlich. Es gibt es ab 11. November am Kiosk und im Buchhandel. esp

Die Sardine, ein verkannter Star



Arne's

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

Klein, aber fein – ich liebe Sardinen. Die geradezu winzigen silbrigen Ährenfische sind aus der sardischen Küche kaum wegzudenken. Glitzernd silbrig sind nicht nur ihre Schuppen: Ihr Silber, so ein alter Volksmund, bringt auch das lebensnotwendige Geld in die Taschen der Fischer von Sardinien.

In ganz Sardinien, nein, in ganz Italien bekannt, obwohl das ursprüngliche überlieferte Rezept aus Sizilien stammt, sind die gefüllten Sardinen, die palermitanische Variante, Sarda a Beccaficu – besonders interessant, da die Füllung aus einer Kombination von leicht gerösteten Pinienkernen, Sultaninen, einem Hauch von Knoblauch, Petersilie, Peperoncini und reichlich Olivenöl eine leicht, ja fast exotische, süß-pikante Note erhält. Diese schmeckt mit einem Glas gekühlten Vermentino di Gallura besonders fein.

Die kleinen, silbrig schillernden Sardinen gehören im Mittelmeer zu den wirtschaftlich bedeutendsten Fischen überhaupt. Die Sardinen, die Vagabunden des Meeres, die als unsnet und unkalulierbar gelten, werden häufig bei Nacht gefangen, indem die Fischer die Fische mit einer Lichtquelle anlocken, in einer Ringwade. Das ist ein Spezialnetz, das einen Fischschwarm einkreist, und dann im unteren Teil zusammengezogen wird, so dass die Fische wie in einem Beutel gefangen sind und an Bord geföhrt werden. Im Mittelmeer wurden einst sehr grosse Mengen an den Küsten Sardinien gefangen – daher auch der Name der Insel.

Die wohl grösste Ansammlung von Fischen stellt ein Schwarm von Sardinen dar. Kein anderes Lebewesen auf der Erde lebt in einer gröss-

eren Gemeinschaft. Die Sardinen sind von den Schwarmfischen, wie Sardellen oder Sprotten, leicht durch ihre mit verknöcherten Längskanten versehenen Kiemendeckel zu unterscheiden. Auch besitzen sie eine Reihe von dunklen Flecken entlang der Rückenlinie. Sardinen werden bis zu 25 cm lang, meist messen sie aber unter 20 cm.

gelegt. Gefällig, mit der Hautseite nach oben, mit den frischen Sardinenfilets bestücken. Mit Meersalz und schwarzem Pfeffer aus der Mühle schön pikant würzen. Mit etwas italienischer Petersilie bestreuen und mit Olivenöl beträufeln.

Das Filetieren der Sardinen braucht etwas – im



Fotolia

Ausgesprochen raffiniert mundet mir eine mit frisch filetierten Sardinenfilets reichlich belegte, knusprig gebackene Focaccia, das berühmte köstliche Fladenbrot von der ligurischen Küste. Dazu werden auf dem ausgewählten Teighoden zuerst einige wenige frisch gemörserte Fenchelsamen ausgestreut und etwas fein geschnittener Knoblauch und genügend, aber nicht zu viel frisch gehobelte Zwiebeln aus-

wahrsten Sinne des Wortes – Fingerspitzengefühl. Am besten hält man, so habe ich meine Erfahrung gemacht, mit Daumen und Zeigefinger die Sardine am Nacken und zieht den Kopf, samt Innereien, nach unten ab. Dadurch öffnet sich der Bauch, sodass sich der Rückgrat wunderbar entfernen lässt, indem die Abbruchstelle am Kopf vorsichtig erfasst und ebenfalls vorsichtig nach unten abgezogen wird.

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN

Natürliche Barriere für Allergene sorgt für erholsamen Schlaf



Sorgen für gesunden Schlaf: die Happy-Encasing-Schützbezüge.

Happy Encasing hält sicher von den Hotelgästen fern, was Allergieauslösend sein könnte: Milben, Pollen, Pilzsporen und alle anderen Allergene. Das sorgt für einen gesunden und erholsamen Schlaf – für alle. Möglich ist dies dank Mikrofilamenten. Das einzigartige, aus Mikrofilamenten bestehende Textilmaterial Evolon® stellt die beste natürliche Barriere gegen Milbenallergene dar und genügt höchsten Anforderungen. Selbst winzigste Partikel können das extrem dichte Microfaser-Vlies aus Evolon® nicht durchdringen. Selbstverständlich entsprechen die Happy Encasing-Schützbezüge dem Ökotex Standard 100.

Die Schützbezüge sind für Matratzen, Duvets und Kissen verfügbar. Sie haben wunderbare gästefreundliche Eigenschaften: keine Knistergeräusche, dafür komfortabel, atmungsaktiv und angenehm weich.

Happy-Innovationen in allen Produktbereichen überzeugen wie immer durch ihre Vielfalt und ihre Qualität: die Neue Matratzenkerne mit den Bezugsstoffen Amicor™ Pure und der Auflage Hypersoft, die Bettenmodelle Ecoline, Natura Linea und Natura Classico sowie Decken und Kissen in hochwertigen Qualitäten.

www.happy.ch



Für mehr Sicherheit im Gäste-Internet sorgt die Verbindungsdatenspeicherlösung von Brecom.

Mit Sicherheit ins Internet – Prävention für Hoteliers

Ein Hotelzimmer ohne Internet-Anschluss? Für Hotelgäste undenkbar. Hotelgäste setzen einfach voraus, dass ihnen ein Internet-Zugang zur Verfügung steht. Über die Risiken, die ein solcher Zugang birgt, wird aber weniger häufig nachgedacht. Zufriedene Gäste sind also das eine – die Sicherheit ihrer Verbindung ist das andere. Denn Internet wird auch für illegale Anwendungen genutzt. Hackerangriffe, untertaube Down- und Uploads stellen eine Gefahr dar. Das Risiko, dass ein Gast ohne Wissen des Betreibers illegale Inhalte aufruft, wird unterschätzt. Um nicht auf den Kosten für Urheberrechts-Verletzungen sitzen zu bleiben bietet sich nur eine Lösung an: das protokollieren mit dem Verbindungsdatenspeicher. Bei strafrechtlich relevanten Tatbeständen läuft der Betreiber Gefahr, dass das komplette Gästeinternet-System von den Strafverfolgungsbehörden konfisziert wird, sie kann nur eruiieren, aus welchem Hotel die Up- oder Downloads erfolgt sind. Mit den protokollierten Verbindungsdaten können derlei imageschädigende Vorfälle von vornherein abgewendet werden. Das Protokollieren der Verbindungsdaten erfolgt selbstverständlich rechtskonform und entsprechend den geltenden Datenschutzbestimmungen. Die Lösung von Brecom überzeugt auch durch Flexibilität und Effizienz. Der Verbindungsdatenspeicher ist eine Software-Erweiterung und kann einfach und schnell auf dem Gäste-Internet von Brecom installiert werden. Dank geringem Aufwand für die Konfiguration der Sicherheitslösung werden Zeit und Kosten gespart.

www.brecom.ch

Brandbekämpfung ohne nennenswerte Folgeschäden

Die Sicherheit ist für Hotels ein elementares Qualitätsmerkmal und Verkaufsargument. Die Gäste

wollen davon ausgehen, dass für einen sicheren Aufenthalt vorgesorgt ist. Im Bereich Brandschutz bietet das Hi-Fog-Hochdruck-Wasserebel-System von Contrafeu gezielten Schutz. Ausserdem verhindert es in architektonisch besonders wertvollen Gebäuden bei Brand nennenswerte Folgeschäden durch Löschwasser. Herkömmliche Sprinkler- und Sprühfutanlagen können diese grosse Wasserschäden verursachen. Ihre Montage ist teilweise schwierig, insbesondere bei einem nachträglichen Einbau. Hi-Fog-Systeme lassen sich hingegen dank ihren sehr dünnen Rohrleitungen leicht einbauen und



Die Sprühanlagen von Hi-Fog sorgen für effizienten Brandschutz – und ein sicheres Gefühl bei den Gästen.

ermöglichen dadurch eine schnelle und einfache Installation.

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

www.contrafeu.ch

Teigtaschen mit feinem Inhalt und knuspriger Hülle

Schluss mit der Langeweile auf dem Vegi-Teller: Die neuen dreieckigen Knuspertaschen von Kadi sorgen dafür. Sind in den Varietäten Pilz, Spinat-Ricotta und Tomaten-Mozzarella erhältlich. Sie werden in der Schweiz hergestellt und überzeugen mit einem hohen Füllungsanteil in einem hauchdünnen Knusperteig. Die Kadi-Triangolini können zudem ganz ohne zusätzliche Aromastoffe oder Geschmacksverstärker aus. Sie sind die perfekte Ergänzung auf dem Vegi-Teller und können vielseitig mit fleischlosen Menüs kombiniert werden. Sie passen perfekt zu einem herbstlichen Salatbouquet mit italienischem Dressing, sie überzeugen aber auch als knusprige Beilage zu mediterranem Gemüse.

Die Knuspertaschen sehen nicht nur aus wie selbst gemacht, sie schmecken auch so. Spinat-Ricotta gehört zu den Lieblingsfüllungen von Herr und Frau Schweizer und die Pilzfüllung überzeugt durch ihren harmonischen Geschmack. In Anlehnung an die beliebte italienische Küche bringt die Tomaten-Mozzarella-Füllung südlisches Flair auf jeden Teller. Mit einem Stückgewicht von zirka 31 g sind die Kadi-Triangolini gut portioniert und kalkulierbar. Sie sind schnell im Combi-Steamer oder in der Fritteuse zubereitet.

www.kadi.ch

Jetzt kommt Abwechslung auf den Vegi-Teller. Mit den neuen, knusprigen Triangoli von Kadi.



Das Rüstzeug für festliche Stunden steht bereit

Festtagszeit bedeutet trautes Zusammensein bei besonders raffinierten Menüs, serviert im Sonntagsschicht. Räume und die Tafeln dürfen speziell aufwendig dekoriert werden. Schön, wenn dafür das richtige Rüstzeug zur Verfügung steht.

Das umfangreiche Weihnachtssortiment von Prodega/Growa Cash + Carry ist wieder um einige Neuheiten und Trends erweitert worden. Servietten mit eingewebtem Feenstaub in den Trendfarben Creme und Bordeaux oder Kerzen in Taubenblau, Violett und Silbergrau. Papier-Lichtsterne und leuchtende



Servietten mit Feenstaub zaubern die richtige Feststimmung auf jeden Tisch.

Rentiere verschönern jeden Raum. Fensterdekorationen mit Wintermotiven sorgen sofort für festliche Stimmung. Wer sich mit dekorierten eher schwer tut schaffst mit dem mannshohen, künstlichen Tannenbaum samt Baumschmuck, mit Weihnachts- oder Schneemännern schnell Abhilfe.

Raritäten und Spezialitäten, die verführen: Köstliche Flaminigi Panettone und Pandoro nach traditioneller Art hergestellt, erfreuen nicht nur den Gaumen, sondern – dank wunderschönen, festlichen Verpackungen – auch das Auge. Und die «Scarpato Panettone Dolce Marron Glacé» oder «alla Grappa della Amaronne» sind nicht nur etwas für Naschkatzen. Der Festwein Clair de Die, mit zart perlendem Schaum und geringem Alkoholgehalt, passt bestens zu einem Panettone.

Ein Besuch der Weihnachtsausstellung im November und ein Blick in die grosse Festtagsbeilage der Kundenzeitung Prodega/Growa Express in der Kalenderwoche 48 lohnt sich auf jeden Fall.

www.prodega.ch



Namensschilder am Tisch sorgen für Ordnung. Sitzt der Richtige neben der Richtigen, bleibt er oder sie länger, unliebsame Konfrontationen werden vermieden, Kontakte geknüpft.

Wie man zu Tisch bittet

Zu einem gesetztem Dinner gehört ein Tischprotokoll. Wo die besten Gäste platziert werden und warum Hoheiten immer zuerst kommen.

GUDRUN SCHLENCEK

Sitzende Dinners sind heute zwar dünner gesät. Gab es vor 20 Jahren fast nur solche, ist das Verhältnis zu Stehapéros inzwischen 40 zu 60, schätzt Bernadette Heim, Chefin des Eventverbandes Event Management Circle und Dozentin an der Hochschule Luzern. Immer noch angebracht seien Dinners zu Tisch bei «Corporate Events», das heisst Anlässen für Mitarbeiter, sehr gute Kunden, bei Jubiläen. Und wenn dann sitzend gespiessen wird, dann richtig.

Dann darf auch das so genannte Tischprotokoll nicht fehlen. «Ein Must für den gesetzten Anlass», so Heim, und begründet: «Sitzt der Gast neben dem Falschen, bleibt er nicht bis zum Dessert.» Und reagiere im Extremfall «beleidigt», weiss Angelo Martinelli, Resident Manager des Badrutts Palace Hotel in St. Moritz. Dann, wenn gegen ungeschriebene Hierarchie-Gesetze verstossen werde.

Der beste Platz ist dem Gastgeber vorbehalten

Angelo Martinelli zeigt die Grundregeln einer perfekten Tischordnung auf: Der beste Platz ist dem Gastgeber vorbehalten, oft ist dies der Tisch mitten im Saal. Rechts neben dem Gastgeber sitzt die «wichtigste Frau» respektive die Frau des wichtigsten Mannes. Links vom Gastgeber der zweitwichtigste weibliche Gast, ihm gegenüber der dritt wichtigste. Das Gleiche gilt für den direkt daneben oder in der Nähe platzierten Tisch der Gastgeberin, neben ihr sitzt der wichtigste männliche Gast rechts, der zweitwichtigste links, etc.

Wer «wichtiger» und wer «unwichtiger» ist, entscheidet grundsätzlich der Gastgeber. Die gesamte Tischordnung wird dann gemeinsam mit dem Eventmanager erstellt. Zwei Stunden veranschlagt Bernadette Heim für die Planung

eines Anlasses mit 50 Personen. Bis zum Schluss kann es jedoch immer Änderungen geben. Heim: «Sagte ein wichtiger Gast ab, kann das die ganze Ordnung wieder auf den Kopf stellen.»

Informiert über die Tischordnung müsse auch unbedingt der Chef de Service werden. «Es kommt immer wieder vor, dass ein Gast früher kommt, dann muss er Bescheid wissen», so Heim.

Polarisierende Persönlichkeiten gehören nicht nebeneinander

Vorlieben hin oder her, ist das Mitglied eines Königshauses mit von der Partie, gehöre es immer neben den Gastgeber respektive die Gastgeberin, erklärt Martinelli. Erst danach folgen in der Hierarchie die Staatsoberhäupter. Ein weiterer Grundsatz: Frau und Mann wechseln sich am Tisch ab. Dabei zählt ein Kardinal oder Pfarrer wie eine Frau, kann also neben einem männlichen Gast platziert werden.

«Assendienster sind extrovertierte Menschen, die ein Gespräch am Tisch in Gang bringen.»

Bernadette Heim
Event Management Circle

Kommt eine Frau alleine, was gerade in der Finanz- und der Wirtschaftswelt vorkommen kann, so wird möglichst innerhalb des Teams für sie ein passender Tischpartner ausgesucht. Werde man dort nicht fündig, so engagiere man am besten einen Studenten einer passenden Fachrichtung, empfiehlt Heim. Denn angehende Akademiker hätten das nötige Niveau.

Auffassen müsse man gerade bei Politikern und dürfe nie polarisierende Persönlichkeiten nebeneinander zu Tisch bitten. «Ein SVP-Mann darf nicht neben einer SP-Frau sitzen», verdeutlicht Heim. Nebeneinander sitzen dürfen aber gute und potenzielle Kunden. Das würde man sogar verstärkt machen, denn die «Mund-zu-Mund-Propaganda» sei für den Geschäftserfolg meist die beste, weiss Heim.

Gut beraten ist, wer die Assendienster-Mitarbeiter auf die Tische verteilt. «Das sind extrovertierte Menschen, die ein Gespräch am Tisch in Gang bringen», betont Heim. Die «kniffligste» Tischordnung sei jedoch jene einer Hochzeit, so die Eventmanagerin. Hier gilt heute besonders: Geschiedene Mutter und Ex-Mann so entfernt wie möglich platzieren.



Alan D. Bollat

Wenn Stehapéro, dann mit Namensschild, klein und dezent.

Im Trend Steh-Dinner und gesetztes Dinner zur gleichen Zeit

Das reine Stehapéro ist eher unverbindlich, das gesetzte Dinner bietet nicht die nötigen Kontaktmöglichkeiten. Eine gängige Alternative: Das Apéro im Stehen, anschliessend bittet man zu Tisch. Eine Alternative, die im Trend ist, besonders bei Branchengalas und allgemein dann, wenn der Gastgeber darauf Wert legt, dass sich seine Gäste besser kennenlernen: Steh-Dinner und gesetztes Dinner parallel. «So wird man jedem Gast gerecht, der eine sitzt gerne, der andere steht lieber», meint Stefan Merz von der Merz&Partner Events AG. Die bei solchen Events zwangsläufig entstehende Unruhe sei gewollt, so Merz, die Fluktuation unter den sitzenden und stehenden Gäste fördere den

Austausch. Damit das unterschiedliche «Niveau der Köpfe» nicht unangenehm auffällt, müsse man eine gewisse räumliche Distanz einhalten oder die Tische auf einem Podest anordnen, damit das Köpfe-Niveau wieder ausgeglichener sei, empfiehlt Merz. Als Tischgrösse schlägt Merz einen Sechser-Tisch vor, damit man sich noch unterhalten könne. Serviert wird ein Acht- bis Zehn-Gang-Dinner mit kleinen Portionen, mündgerecht geschnitten. «Solche Dinners sind aufwendiger und teurer», betont Merz. Zunehmend verkaufe er auch Happy-Hour-Events unter der Woche: Erstens seien die guten Locations dann weniger ausbeucht, zweitens hätten die Gäste einen weniger vollen Terminkalender. gsg

Guide Michelin 2011: Schweizer Sterne-Ernte

Mit dem heute erschienenen Guide Michelin Schweiz 2011 ist die Schweizer Gastronomie um ein neues 3-Sterne-Restaurant reicher.

SABRINA GLANZMANN

Die Michelin-Inspektoren zeichnen mit dem Restaurant «Schauenstein» in Fürstenu (GR) unter der Leitung von Andreas Caminada erstmals ein Haus in der deutschsprachigen Schweiz mit drei Sternen aus. Zusammen mit Philippe Rochats Restaurant in Crissier (VD) bleibt die Zahl der Häuser in der Königsklasse bei zwei: Das seit 1998 mit drei Sternen ausgezeichnete «Le Pont de Brent» in Brent (VD) erhält neu zwei Sterne. Inhaber und

Küchenchef Gérard Rabaey übergibt im Januar 2011 an seinen langjährigen Mitarbeiter Stéphane Décotteret.

Erstmals eine Zürcher Adresse mit zwei Sternen ausgezeichnet

Drei Restaurants erhalten erstmals zwei Sterne. Es sind dies das Homann's Restaurant in Samnau (GR), das «Ecco» im Hotel Giardino in Ascona (TI) und «The Restaurant» im Zürcher Hotel Dolder



Andreas Caminada: Chef des 3-Sterne-Hauses Schauenstein.

Grand. Damit führt erstmals eine Zürcher Adresse die 2-Sterne-Kennzeichnung. Insgesamt 14 Mal vergaben die Inspektoren den begehrten Stern neu; beispielsweise



Philippe Rochat: Sein Restaurant erneuert mit höchster Sternenzahl.

kann die Hauptstadt Bern mit dem «Meridian» und dem «Schöngrün» fortan zwei neue 1-Sterne-Häuser vorweisen, und Andy Zauggs «Zum alten Stephan» in Solothurn wird

wieder honoriert, nachdem der Stern im Guide Michelin 2009 gestrichen worden war.

Nach der Auszeichnung von Küchenchef Nenad Mlinarevic als Gault-Millau-«Entdeckung des Jahres» und 15 Punkten erhält das Restaurant Neue Blumenau in Lömmenschwil (SG) nun seinen ersten Stern.

Schweiz bleibt das Land mit den meisten Sternen pro Einwohner

Mit total 113 Sternen (2010: 102 Sterne) bleibt die Schweiz das Land mit den meisten Michelin-Sternen pro Einwohner. Lediglich fünf Sterne wurden in der Schweiz für die Ausgabe 2011 gestrichen. Insgesamt empfiehlt die Ausgabe 2011 auf 520 Seiten 1537 Häuser in allen Komfort- und Preiskategorien – 871 Hotels und 666 Restaurants.

impresum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.

Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Ressortleitung dolce vita), Eugenio D'Alessio/eda (Ressortleitung

chier français); Alexandre Caldera/aca; Franziska Egli/tee; Theres Lagler Berger/lt.

Guðrún Schlencke/gsg; Karl Josef Verding/kjv; Sabrina Glanzmann/szg.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.

Layout: Roland Gerber/grg; Regula Wolf/rwo (CD).

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontär: Eveline Spahr/esp.

Online Redaktion: Melanie Roth/rom

Sekretariat: Sabrina Jörg Patokua, (Leitung), Natalia

Alesch, Beatrice Gertschen

Verlag

Leitung: Barbara König;

Assistent: Alain Hänni.

Stelleninrate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs.

Geschäftsanzüge: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger.

Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beagblugbt 2009/10.

verkaufte Auflage: 9814; Gratisauflage: 1065.

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30; Jahresabonnement Fr. 152.–;

ISSN 1424-0440

Kontakte

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach,

3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

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

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable

Unique!

Alpin-mediterraner Genuss mit garantierter Herkunft



Europa ist die Schatzkammer des guten Geschmacks. Gütesiegel wie g.U., g.g.A. oder DOC garantieren die Authentizität dieser Qualitätsprodukte.

Asiago Käse g.U., Südtiroler Speck g.g.A. und Südtiroler DOC Wein reifen an der Südseite der Alpen. Dort, wo frische Bergluft auf die warme Brise von der Adria trifft, entstehen Spezialitäten mit alpin-mediterranem Charme. **Unverwechselbar gut!**

Weitere Informationen: www.alpin-mediterran.ch



Finanziert mit Fördermitteln der Europäischen Union und Italiens

cahier français

htr hotelrevue No 46 / 18 novembre 2010



Fribourg

Un trois-étoiles devrait être aménagé dans une ancienne usine à chaussettes.
Page 21



Saint-Martin

Samedi 13 novembre, l'Ajoie fête le cochon. Un copieux menu complet.
Page 23

Milestone. Maison Cailler. A Broc, en Gruyère, le temple du chocolat surprend par son concept et par son affluence. Un deuxième prix récompense ce bilan. Dominique de Buman et Roland Decorvet sont ravis.



De captivantes salles d'exposition proposent de suivre les transformations et les phases de fabrication du chocolat.

Photos: Ido

Le chocolat par les sens

La Maison Cailler, à Broc, surprend par son concept et par son affluence. Le Milestone 2010 l'a couronnée d'un deuxième prix.

CHRISTINE KÜNZLER

Le chocolat, son origine, sa signification, sa naissance, son goût. Steiner Sarnen Schweiz AG, un atelier de création de scénographies et de concepts muséaux, a conçu à la Maison Cailler, à Broc, une exposition qui surprend, fascine et émeut. L'histoire de la chocolaterie Cailler, illustrée par de vieilles photos, d'enseignes en fer blanc et d'emballages de toutes sortes, initie le visiteur au thème de la douceur: lors d'un voyage en Italie en 1819, François-Louis Cailler découvre le chocolat,

«Nous avons eu une bonne couverture médiatique lors de l'ouverture.»

Thomas Tschuur
Directeur de la Maison Cailler

puis le vend dans sa boutique à Corsier. Alors, le visiteur – par groupes de 20 personnes – remonte le cours du temps jusqu'aux Incas, découvreurs de la fève de cacao. Des effluves de chocolat accompagnent le visiteur vers ce passé: dans la chocolaterie adjacente, la matière première est transformée en plaques, branches ou pralinés. Dans les salles d'exposition, le visiteur suit le chocolat dans son parcours jusqu'en Suisse de manière sensorielle et captivante. Ce n'est pas seulement passionnant, cela suscite aussi l'envie de

chocolat. Et l'assouvit. Mais pas tout de suite: passage obligé devant les sacs de fèves de cacao ainsi que les autres ingrédients qui composent le chocolat et apprendre que le lait – comme toujours – est livré par 56 agriculteurs de la région. Alors seulement, on peut grignoter:

sur la ligne de production de 26 m de long, séparé des visiteurs curieux par des parois de verre, un collaborateur Cailler produit des mini-branches. Certaines finissent dans une coupe à la fin de la chaîne, dans laquelle le visiteur peut piocher. Dans leur euphorie, certains

ne s'en fourrent-ils pas plein les poches? «Bien évidemment», confirme Thomas Tschuur, le directeur de la Maison Cailler. «Mais pour quelques personnes mal éduquées, nous n'allons priver les autres de ce plaisir.» Avant la sortie, il est possible de redéguster les produits de la gamme Cailler qui peuvent aussi être achetés dans la boutique adjacente. Des T-shirts et des affiches sont également des souvenirs très appréciés.

L'objectif annuel a été atteint dans les premiers mois déjà. Le concept créé par Steiner est de toute évidence le bon. Début septembre, la Maison Cailler a accueilli le deux cent millièmes visiteur depuis son ouverture le 1er avril, alors que la cible annuelle avait été fixée à 180 000 visiteurs. «Nous avons eu une bonne couverture médiatique lors de l'ouverture», déclare Thomas Tschuur, qui voit la raison probable de ce grand succès.

La fréquentation comprend un tiers d'enfants

Et pour que le visiteur plonge avec délectation au cœur de l'univers du chocolat, Cailler a pris le temps «de créer une attraction qui surprend, touche le cœur et les sens et soit propice aux familles». D'où un prix d'entrée modéré pour les adultes de 10 francs. Conséquence: la fréquentation comprend un tiers d'enfants. Les visiteurs, pour la plupart, viennent de Suisse romande. «Nous saluons aussi de nombreux visiteurs étrangers, jusqu'à 50% l'été dernier.»

Thomas Tschuur entend intégrer la Maison Cailler dans l'offre touristique et la promouvoir par ce biais. Plusieurs hôtels offrent des forfaits dans la région. Il travaille également en collaboration avec Rail Away, les caristes et le «Golden Pass». Thomas Tschuur prévoit d'étendre la coopération touristique. Il est convaincu que «l'attraction doit croître de l'intérieur vers l'extérieur.»

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article en page 10

Roland Decorvet: «Le lait de Gruyère ne dépend pas des fluctuations de la bourse, un exemple formidable.»

Roland Decorvet, en tant que directeur de Nestlé Suisse, que signifie, à vos yeux, cette distinction obtenue au Milestone?

Nous sommes enchantés. Nous revenons de loin avec la marque Cailler. On se souvient des mésaventures autour des emballages en 2006. Pour les gens, c'est comme si un grand Bordeaux avait été contaminé. Le projet de la Maison Cailler montre qu'il est possible de retrouver la confiance du public. Nous avons misé sur des valeurs familiales, émotionnelles en valorisant les traditions et l'authenticité.

Quels repères peut-on trouver dans ce temple du chocolat? A l'heure où on parle de développement durable, l'exemple de Cailler est formidable. Cinquante-huit paysans de Gruyère apportent le lait pour fabriquer le chocolat. Ainsi, le lait ne dépend pas des fluctuations de la bourse.

Quel rôle joue l'emplacement de la Maison Cailler?

Un rôle central. Quand vous découvrez ce bâtiment au milieu de la nature, vous comprenez l'importance du facteur humain. Un cadre idyllique, loin des banlieues industrialisées. La même usine est là depuis 100 ans.

Comment expliquez-vous le succès de cette Maison lors de sa première année d'exploitation?

Depuis le 1er avril, nous arrivons à 300 000 personnes. Nous devrions dépasser les 320 000 personnes par an du château de Chillon. Le chocolat fait partie d'une

certaine mythologie suisse, au même titre que les paysages de montagne. Beaucoup de touristes, eux aussi, sont fascinés par cette image d'Épinal.

aca

Laudatio Dominique de Buman: «La Maison Cailler exprime ce sens de l'originalité propre au génie suisse.»

Dans sa laudatio, Dominique de Buman a estimé que l'avènement et le succès de la Maison Cailler témoignent de l'importance que l'on accorde désormais à la dimension culturelle du chocolat: «L'ouverture de la Maison Cailler, à Broc, en Gruyère, couronne la prise de conscience de la portée culturelle d'un bien de consommation autour duquel se meurent le savoir-faire et l'originalité au service du plaisir et de l'émotion.»

Et le président de la Fédération suisse du tourisme de décrire la Maison Cailler comme un fruit du savoir helvétique: «Elle offre aux



Dominique de Buman, président de la FST.

visiteurs d'ici et d'ailleurs un gigantesque voyage au cœur d'un rêve dont toutes les phases se trouvent en prise avec la vie. Œuvre de synthèse, elle exprime ce sens de la créativité et de l'originalité

propres à notre génie.» Dominique de Buman n'a pas manqué non plus de louer la richesse informative de l'institution de Broc: «La Maison Cailler décline le chocolat sous toutes ses facettes: historique, gastronomique, économique, didactique, ludique, écologique, médiatique, chromatique, acoustique, bref... unique et magnifique!» Le conseiller national a inscrit le lauréat fribourgeois dans la ligne de la politique touristique suisse, qui consiste à «relever constamment les nouveaux défis de la concurrence en unissant les forces de l'esprit et en émerveillant sans cesse les pulsions du cœur.» e da



Otto Steiner, Roland Decorvet et Thomas Tschuur.

En bref

Suisse

Un nouveau magazine pour le Val d'Anniviers



Le Val d'Anniviers se dote d'un journal culturel, sportif et social. La nouvelle publication prend la succession du défunt «Lo Coher» qui parlait des associations sportives. Le conseiller communal Marc-Antoine Genoud a contacté les sociétés sportives et leur a proposé de relancer un magazine et de l'étoffer. Isabelle Bourgeois, journaliste indépendante installée à Pinsec, est mandatée pour assurer la rédaction de «Les 4 saisons d'Anniviers».

Le stand de Suisse Tourisme encore distingué

Nouvelle récompense pour le stand de Suisse Tourisme qui remporte le prix du meilleur design attribué par les organisateurs du World Travel Market 2010 qui s'est déroulé à Londres du 8 au 11 novembre dernier. Le jury a salué «la combinaison réussie d'un design original et accrocheur, de la présentation des brochures et des éléments symbolisant la Suisse, mis en valeur dans un décor contemporain.» Le nouveau concept de stand modulaire de Suisse Tourisme (ST) qui a été inaugurée en octobre 2009 lors de la foire OLMa en Suisse, continue à susciter l'enthousiasme.

Le tourisme interjurassien encouragé



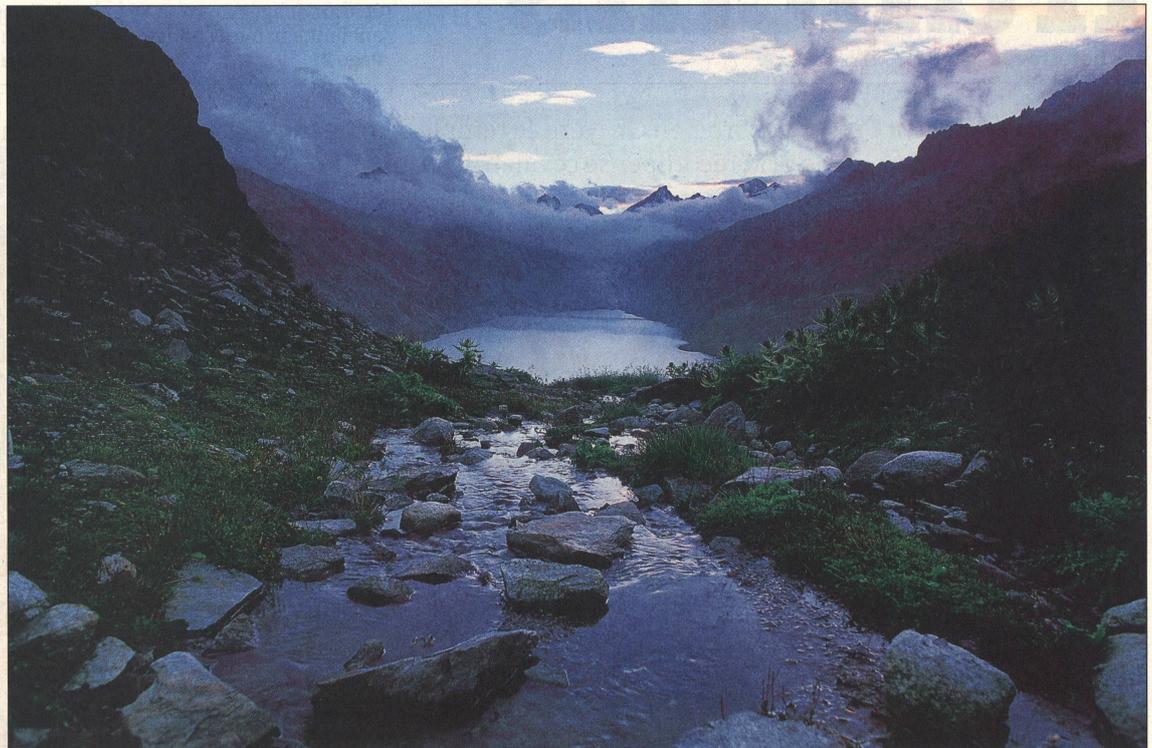
Deux projets interjurassiens d'envergure dans le secteur du tourisme seront soutenus pour un montant total de 750 000 francs par la Nouvelle Politique Régionale du Jura et du Jura bernois. Le premier projet porte sur le soutien à l'innovation et à l'amélioration de la qualité de l'offre dans l'espace interjurassien. Le second vise une forte valorisation touristique du patrimoine commun constitué notamment par la tête-de-moine.

Rectificatif

Le véritable coût d'une mue lumineuse

Dans l'édition du 4 novembre, nous avons écrit par erreur que le château de Chillon disposerait d'un nouvel éclairage devisé à 6000 francs. Il s'agissait en fait de 600 000 francs pour le projet «Château Miróir». On comprend mieux l'ampleur de cette mue qui permettra de réaliser d'importantes économies d'électricité. Elle sera financée à parts égales par Romandie Energie et la Fondation du Château de Chillon. Les travaux seront réalisés cet hiver. aca

Milestone. Lauréats. La 11e édition a couronné des candidats aussi divers que le pays du Grimsel ou le Cervo Hotel & Restaurant. Erich Balmer a également été à l'honneur.



L'exploitation de l'énergie hydraulique dans la région du Grimsel, ici le Bäregg, a débuté en 1925 avec la fondation de la société des Forces motrices de l'Oberhasli SA.

Du Grimsel à Balmer, la valse des vainqueurs

Dans la catégorie «Projet remarquable», le pays du Grimsel a décroché le premier prix pour la mise en valeur touristique de ses installations hydroélectriques. Depuis quelques années, le cœur de la centrale de production de cette région alpine bat au rythme des visites guidées.

Les trains mis en service par l'usine permettent de découvrir des lacs glaciaires, un riche réseau de chemins de montagne et des ponts suspendus. Mieux, des hôtels qui accueillent jadis des ouvriers ont été rénovés. Grâce à cette offre foisonnante, le pays du Grimsel peut se targuer d'être un site exemplaire qui marie avec efficacité industrie et tourisme.

Un service qui rend possible l'impossible

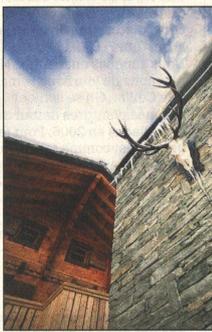
Alors que le deuxième prix de la catégorie «Projet remarquable» a pris la direction de la Gruyère, avec la Maison Cailler (lire la page 19), le troisième prix s'est envolé du côté de Zurich avec le sacre de Zurich CONCIERGE.

Ce nouveau service, concocté par Zurich Tourisme, s'est imposé grâce à un impressionnant tour de force: rendre possible l'impossible. Et pour cause, il ne pose aucune borne aux souhaits de la clientèle en proposant une étonnante palette de prestations à la carte.

Organisation d'hébergement ou d'excursions, escapades gastronomiques, découvertes shopping, visites d'institutions culturelles, Zurich CONCIERGE fait de l'offre

Le Milestone, le Prix du tourisme suisse, a connu un vif succès, mardi soir à Berne. Plus de 500 personnes ont pu découvrir les lauréats de cette 11e édition.

EUGENIO D'ALESSIO



Le Cervo Hotel & Restaurant.

illimitée son porte-étendard. Des conseils personnalisés ainsi qu'une qualité de service irréprochable ravissent aussi bien les voyageurs individuels que les entreprises. Le Prix de la relève, pour sa part, est tombé dans l'es-



La Maison tropicale, à Frutigen.



Zurich Concierge au sommet.

carcelle du Cervo Hotel & Restaurant, qui a ouvert ses battants à Zermatt fin 2009. Il s'agit d'un complexe de luxe de trente-trois chambres réparties dans un ancien chalet des années 1940 et dans cinq autres construits récemment. Chaque chalet dispose de son propre espace wellness. Un an avant l'ouverture de l'établisse-



Erich Balmer, un homme heureux.

ment, les hôteliers Seraina Müller et Daniel F. Lauber avaient lancé le projet Cervo en créant un site web et en plantant leurs banderilles sur les médias sociaux. Ils parlaient du «making-of» de Cervo dans des vidéocasts diffusés sur leur site, Facebook et youtube. De cette manière, la clientèle a très tôt appris l'existence du complexe hôtelier zermattois.

La Maison tropicale, un rôle précurseur

De son côté, le Prix spécial du développement durable a récompensé la Maison tropicale de Frutigen. Inaugurée fin novembre 2009, elle joue un rôle précurseur dans l'utilisation des énergies renouvelables en région alpine. Les eaux chaudes du Lötschberg sont ainsi utilisées pour le premier élevage d'esturgeons des Alpes.

La Maison tropicale propose, entre autres, des visites sur les thèmes «Géothermie et énergies

renouvelables» ainsi qu'«Aquaculture et production alimentaire durable».

L'œuvre d'une vie à Erich Balmer

Le Prix pour l'œuvre d'une vie a couronné cette année Erich Balmer, lequel est considéré comme le pionnier du tourisme backpacker en Suisse. En 1970, il avait repris la pension «Gut und Genug» que son père avait ouverte en face du site du Festival Guillaume Tell d'Interlaken.

Depuis cette époque, Erich Balmer a orienté son offre touristique sur les jeunes qui désirent voyager à moindre frais. La Balmer's Herberge, la plus ancienne auberge de jeunesse privée de Suisse, enregistre en

moyenne quelque 50 000 nuitées annuelles. Le nom de «Balmer's» est devenu une marque et l'auberge un lieu culte pour les jeunes du monde entier.

Cette 11e édition du Milestone a atteint un record de participation avec 110 projets soumis au jury, dont vingt ont été nommés. Elle était placée cette année sous la devise «Une créativité qui soulève des montagnes». Les prix récompensent des concepts touristiques innovants. Le Milestone Prix du tourisme suisse est organisé par l'hotel revue, la Fédération suisse du tourisme, le Secrétariat d'Etat à l'économie et Hotela.

«Si vous voyez quelqu'un qui ne sourit pas, offrez-lui votre sourire.»

Erich Balmer
Pionnier du tourisme backpacker

Hôtellerie. Renouveau. Le Crans Ambassador va rouvrir prochainement, l'Hôtel Mövenpick de Lausanne va s'agrandir et à Fribourg, un trois-étoiles va venir étoffer l'offre.

L'un des bijoux de l'hôtellerie valaisanne, le Crans Ambassador de Crans-Montana, va rouvrir prochainement. La fin d'une saga de plusieurs années.

CLAUDE JENNY

Rouvrira, rouvrira pas? Si oui, quand? La question a été moult fois d'actualité ces dernières années, la réouverture du Crans Ambassador ayant été plusieurs fois annoncée et reportée, alimentant les conversations teintées de pessimisme.

Cette fois, pourtant, le chantier touche à sa fin et tous les travaux devraient être achevés dans un mois environ. «Le Nouvelliste» a annoncé la réouverture pour la saison d'hiver, juste avant les fêtes. Au téléphone, Jean-Marc Boutilly, directeur général, confirme: «Il reste certains travaux à achever, mais tout sera prêt pour le Jour!», le 17 décembre. Réouverture en forme de happy end pour un feuilleton qui avait commencé en mai 2005 avec une mise en faille et une fermeture de l'établissement, l'un des plus prestigieux du Haut-Plateau.

«Une personnalité unique»
L'espoir d'une réouverture rapide avait jailli en 2007 lorsque le groupe Normaah Holding en devint acquéreur pour 15,6 millions lors d'une vente aux enchères mémorable, si l'on en croit la presse de l'époque. Annoncée pour décembre 2008, puis 2009, la réouverture se fit attendre. Il aura en effet fallu du temps et un nouvel investisse-

«Je suis optimiste. Nous avons enregistré de nombreuses réservations.»

Jean-Marc Boutilly
Directeur du Crans Ambassador

Sport Resort, sis dans un cadre idyllique, avec une vue à couper le souffle, à proximité du cœur de la station. Le propriétaire, Jean-Medhi Azuelos, administrateur unique de Normaah Ambassador, a voulu donner à ce palace «une personnalité unique dans un luxe intime et sur mesure».

ment très important, mais dont la direction refuse de dévoiler le volume, pour transformer l'ancien hôtel en un établissement grand luxe, le Crans Ambassador Luxury



La suite du roi.

Qu'est-ce que le Crans Ambassador nouveau? Un cinq-étoiles Superior dans lequel tout a été repensé et refait avec une sélection rigoureuse des matières utilisées. Un soin tout particulier a été voué à la conception et à l'animation des diverses entités de l'établissement.

Les chambres et suites? Au nombre de soixante, elles sont toutes orientées plein sud, certaines avec vue sur les Alpes en prenant son bain. Ajoutez-y un cadre particulier au lounge 180 degrés avec cheminée et baie vitrée, un bar valaisan, un carnet Hublot et un SPA, le 360 degrés, espace de 1300 mètres mariant sport, bien-être et nutrition sous la houlette de Laurence Salomon, naturopathe et spécialiste réputée de la cuisine bio.

Cette dernière sera en bonne compagnie au Crans Ambassador, puisque la restauration portera le label S.T.A.Y. (Simple Table Alleno Yannick), du nom du chef des célèbres restaurants Le Meurice à

Paris et Le Cheval Blanc à Courchevel et détenteur de cinq toques au dernier GaultMillau.

Le directeur se montre optimiste

La direction est assurée par Jean-Marc Boutilly, précédemment directeur général adjoint du Lausanne Palace, puis directeur des Trois Couronnes à Vevey. Un directeur optimiste – «Nous avons déjà enregistré de nombreuses réservations» – car convaincu que le Crans Ambassador possède tous les atouts pour satisfaire une clientèle exigeante.

www.cransambassador.ch

Un fleuron renaît

Le lounge 180 degrés avec cheminée et baie vitrée du Crans Ambassador.

Photos Ild

Le Mövenpick des records

L'Hôtel Mövenpick de Lausanne est en passe de devenir un des plus grands quatre-étoiles de Suisse romande. En automne 2011, il comptera 72 chambres supplémentaires.

NICOLAS VERDAN

L'Hôtel Mövenpick d'Ouchy a les moyens de ses ambitions. Il poursuit sa mue, entamée entre 2002 et 2004. Cet établissement, construit

en 1988, avait alors été entièrement rénové. Aujourd'hui, il s'apprête à rejoindre le peloton de tête des plus grands quatre-étoiles romands. Grâce à la construction d'une nouvelle aile de six étages, au nord, il offrira 72 nouvelles chambres.

L'établissement compte actuellement 265 chambres

Une nécessité pour ce Mövenpick qui compte actuellement 265 chambres et dont le taux d'occupation avoisine les 95% à 100% en moyenne les jours de semaine. Idéalement situé, l'éta-

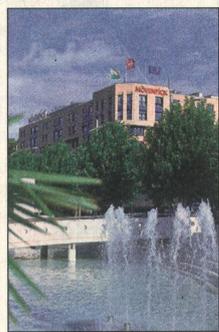
bissement est fréquenté essentiellement par une clientèle d'affaires. Philip Morris, la Maison du sport international ainsi que le Comité international olympique ne sont pas loin.

Les travaux, qui devraient durer dix-sept mois, s'achèveront en automne 2011. Ils sont confiés au bureau lausannois Hofmann & Gailloud. La nouvelle partie du bâtiment sera reliée à l'ancienne par des passerelles couvertes. Six chambres, réparties sur les côtés, auront une vue sur le lac. Les architectes ont dû tenir compte

de la faible surface à disposition pour permettre cette ouverture sur le paysage lacustre. Les autres chambres donneront sur une zone arborisée située dans la cour intérieure. Toutes bénéficieront d'un balcon.

Trois salles de conférence prévues

La nouvelle aile abritera également trois salles de conférences. Le toit sera végétalisé et il accueillera des panneaux solaires. Le coût de ces travaux est estimé entre 15 et 20 millions de francs.



Le Mövenpick de Lausanne.

Hôtel dans une usine à chaussettes

Un nouveau trois-étoiles, aménagé dans une ancienne usine à chaussettes idéalement située, pourrait venir étoffer l'offre hôtelière de la ville de Fribourg.

CLAUDE JENNY

Le projet émane du groupe hôtelier Hôtels et Patrimoine SA, à Genève, qui a pu faire l'acquisition d'une

bâtisse autrefois occupée par Nuthofil, une ancienne manufacture de chaussettes, également appelée Usine Walter par les anciens habitants de la ville de Fribourg.

Un espace de quelque 3000 mètres carrés

Cette manufacture ayant périçité, la reconversion du bâtiment en hôtel représente une utilisation intéressante d'un espace de 3000 mètres carrés sis à un emplace-

ment idéal, à la porte de la ville, juste derrière la Porte dite de Morat, derrière les remparts qui protègent l'entrée nord de la ville.

Le nouvel hôtel s'appellera logiquement Aux Remparts. Il sera situé à mi-chemin entre le centre-ville et la zone artisanale commerciale Agy qui abrite notamment Forum Fribourg, à proximité de la sortie de l'autoroute et du futur Pont de la Poya, qui va faire de ce quartier une zone stratégique du futur de la capitale fribourgeoise.

Ce projet embaie Anne Southam, fondatrice et présidente du groupe genevois qui cofine une demi-douzaine d'hôtels en Suisse romande: «C'est le plus gros projet que nous ayons lancé et le premier hors de l'Arc lémanique. Nous allons investir 8,5 millions de francs pour transformer cet espace.» Et de préciser: «Grâce aux grandes surfaces disponibles, nous allons pouvoir aménager une soixantaine de chambres et des salles de séminaire. Nous visons une clientèle

autant d'affaires que touristique». Si la mise à l'enquête se déroule normalement, le nouvel hôtel sera ouvert début 2012.

Un projet qui ravit Nicolas Zapf

Ce projet réjouit Nicolas Zapf, le directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, car le chef-lieu manque de lits. Ce nouvel hôtel lui semblerait idéalement situé pour cibler prioritairement une clientèle d'affaires.

En bref

Valais

Un complexe médico-social et un hôtel

La commune de Saxon et le groupe BOAS se lancent dans la construction du plus vaste complexe médico-social du Valais. Budgetés à près de 54 millions de francs, les travaux effectifs commenceront au cours du premier semestre de l'année prochaine et l'ouverture du complexe est prévue pour la fin 2012 ou début 2013. Un établissement médico-social de 72 lits y compris une dizaine de lits en accueil temporaire. Ce complexe comprendra aussi un hôtel trois étoiles de 120 chambres et un parking souterrain de 100 places. Le maître d'œuvre sera la commune de Saxon.

Le canton s'est présenté à Strasbourg

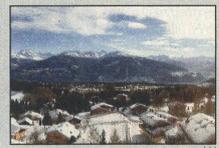


En partenariat avec Suisse Tourisme, le Valais était présent du 11 au 14 novembre 2010 avec un chalet à Strasbourg, sur la place Kleber. Cette action s'inscrit dans le cadre du lancement de la campagne d'hiver de Valais Tourisme pour séduire les touristes français. «Tout a été mis en œuvre pour donner envie aux visiteurs de passer des vacances en Valais et venir découvrir nos traditions», relève Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme.

Chablais, une Fugue inspirée du Slow Up

Le 19 juin prochain la Fugue Chablaisienne propose une excursion inspirée par le Slow Up. Les participants pourront sillonner Monthey, Collombey-Murraz, Aigle, Ollon, Bex et Massongex en vélos, patins à roulettes ou trotinettes. Cette manifestation propose une boucle sécurisée et fermée à la circulation. Ceux qui inaugureront la formule visiteront des coins méconnus de la région et pourront découvrir outre ses espaces naturels, ses activités agricoles et économiennes. Entreprises, associations ou produits du terroir seront en évidence sur des aires d'animation.

Crans-Montana première salle à offrir la 3D



Crans-Montana sera la première salle de cinéma valaisanne à être équipée pour des projections en trois dimensions. Le prix du ticket d'entrée augmentera légèrement, les lunettes nécessaires pour visionner les films devront être achetées ou louées. «Legends Of The Guardians» sera le premier film projeté en 3D. D'ici là, le Cinécran termine les travaux dans sa salle qui compte 188 places. aca

En bref

Jura bernois

Un numéro d'Intervalles pour les gourmands

Intervalles fait la part belle aux produits du terroir. Le 87^e numéro de la revue culturelle emmène le lecteur du Jura bernois aux rives du lac de Bielle à la découverte de trésors gastronomiques. L'ouvrage parle de tête-de-moine, de produits à base de viande, de chocolats ou encore de vin. Des produits que Jean-Christophe Méroz responsable de réalisation juge excellents. Et en annexe figurent des recettes de chefs de la région distingués au GaultMillau 2010. aca

www.intervalles.ch

Pas de super salaires

Surprenant, le sondage 2010 sur les salaires dans le tourisme: les hommes gagnent toujours plus que les femmes.

CHRISTINE KÜNZLER

Ilest souvent question d'égalité de salaires entre les hommes et les femmes. Le président de l'Association suisse des managers en tourisme

(ASMT), Stefan Otz, a présenté l'étude salariale lors des journées du management AMST, à la fin de la semaine passée, à Horn. Dans le tourisme, le salaire annuel brut moyen (50% des salariés sont mieux ou moins bien payés) pour des jobs «hautement qualifiés et difficiles» est de 128 700 francs pour les hommes et de 90 000 francs pour les femmes. C'est ce que montre l'analyse des réponses au questionnaire auquel ont participé 444 hommes et 845 femmes travaillant dans une organisation touristique et en s'appuyant sur une participation anonyme et volontaire.

La comparaison des salaires par secteur montre ceci: les postes de



Un poste intéressant est plus important que le salaire.

direction dans les offices du tourisme sont, dans une fonction similaire, moins bien payés que dans d'autres secteurs de la branche.

Le salaire moyen brut annuel des membres de l'AMST pour un poste de direction se situe, en fonction du nombre d'années d'expérience, entre 80 400 et 90 000 francs pour les hommes et entre 74 100 et 75 400 francs pour les femmes.

Vente et soutien à la clientèle sont plutôt réservés aux femmes

«La sélection de l'échantillon n'offre de garantie ni dans la méthode ni dans la représentation statistique», déclare Manfred Ritschard de Ritschard & Partner qui a réalisé l'étude. En effet, plus de femmes dans des positions subalternes ont participé à l'enquête – 28% de femmes et 5% d'hommes n'ont pas le leadership. Cela peut donc diluer l'image et les résultats ne peuvent donc pas être pris en un.

Mais ils montrent clairement une tendance. L'inégalité salariale s'était déjà nettement dessinée dans le premier sondage de 1998. «Je ne m'attendais pas à un écart de rémunération aussi important», explique

Géraldine Zuber, présidente de la FIT (Femmes et Tourisme). «Il y a encore beaucoup à faire et cela des deux côtés. Les femmes doivent apprendre à mieux faire valoir leurs compétences.» S'asseoir à une table avec l'AMST et chercher des solutions pour parvenir à des salaires plus élevés pour les femmes est l'une des pistes qu'elle envisage.

«On savait que les femmes gagnent moins que les hommes», tempère Stefan Otz. Le directeur d'Interlaken Tourisme assure qu'il veille à une égalité salariale dans

son office. Tout en relevant: «Je pense que cela tient aussi aux femmes elles-mêmes: toutes ne sont pas prêtes à endosser une position de leadership». Ainsi que le montre l'étude, ces positions sont à dominance masculine, la vente, le conseil et le soutien à la clientèle sont plutôt réservés aux femmes. 59% de toutes les femmes interrogées et 37% de tous les hommes jugent qu'ils sont mal payés.

Les collaborateurs d'OT mieux payés que dans la restauration

De manière étonnante la formation et la formation continue sont peu rémunérées. Pour 64%, elles ont «peu à rien» ou «très peu» d'influence sur les salaires. 83% souhaitent que les organisations professionnelles agissent activement sur ce point.

Heureusement, pour l'employeur de la branche touristique: pour 81% des personnes interrogées, un poste intéressant est plus

important que le salaire. Et indépendamment du salaire, 86% sont satisfaits de leur activité actuelle. Mais: pour 79% le salaire peut être la principale raison d'un changement de poste ou

«Les femmes doivent apprendre à mieux faire valoir leurs compétences.»

Géraldine Zuber
Présidente de Femmes et Tourisme

de branche.

En comparant les résultats avec les enquêtes sur les salaires 2008 de l'Office fédéral de la statistique, on peut constater que les collaborateurs des offices de tourisme sont généralement mieux payés que ceux des agences de voyage, de la restauration ou des transports publics.

L'étude est disponible en allemand
www.htr.ch/Lohn

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

L'avis d'une femme

Il faudrait mettre sur pied une formation à l'art de la négociation spécifiquement destinée aux femmes. Véronique Hermanjat, la responsable romande de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT), évoque sur le ton de la boutade sa solution personnelle au fossé salarial entre femmes et hommes qui marque le monde du tourisme helvétique.

Face au verdict sans appel de l'étude présentée par l'ASMT (lire ci-dessus), la responsable de l'Ecole internationale de tourisme de Lausanne invite les femmes à prendre leur destin en main et à faire preuve d'une combativité de tous les instants: «Très souvent, nous n'avons pas assez de punch, nous faisons preuve de timidité excessive au moment de valoriser nos compétences. Or, les femmes doivent manifester davantage de courage lors des négociations salariales.»

Les difficultés sont innombrables

Certes, Véronique Hermanjat est consciente des nombreux écueils qui barrent souvent le parcours professionnel des femmes. Et d'évoquer son expérience au sein de Nyon Région Tourisme, un OT qu'elle a dirigé de 1999 à 2008: «En qualité de directrice, je gagnais 7000 francs bruts par mois, une rémunération bien inférieure à celle de mes collègues masculins du canton de Vaud. Chaque année, je demandais une augmentation, mais en vain. Il est vrai que la plupart du temps, la gestion des



Véronique Hermanjat.

salaires est monopolisée par les hommes.» Aux yeux de Véronique Hermanjat, les femmes sont souvent dans une position inconfortable. «Elles doivent constamment prouver et démontrer qu'elles sont aussi compétentes que les hommes.»

Les femmes ont donc de solides circonstances atténuantes à faire valoir. «Bloquées par des problèmes de mentalité – elles manquent parfois de confiance en elles – et par des pesanteurs sociales, elles ne sont que partiellement responsables de leur sort», explique Véronique Hermanjat. Et d'estimer que les problèmes salariaux ne sont pas spécifiques au tourisme, mais sont révélateurs d'un problème plus général de société. ead

**Une eau douce et sans goût.
Valser Silence, la nouvelle eau plate.**



VALSER
SILENCE

www.valser.ch

L'eau douce sans goût.

Pêle-mêle

Chocolat et rythmes cubains au Beau-Rivage



De début décembre à fin janvier, l'**Hôtel Beau-Rivage de Genève** présente «Cacao & Cha-Cha-Cha». Au programme le groupe cubain Trinidad's harmony et le chocolat à l'honneur. Chaque dimanche, de 16 à 18 heures un Chocolate Bar et Afternoon Tea sont organisés. Plusieurs repas au programme, notamment un dîner du Nouvel-An russe le 13 janvier avec une «légèreté de poire à la vodka». **aca**

www.beau-rivage.ch

Le Pont de Brent perd une étoile au Michelin 2011

Le guide Michelin Suisse 2011 compte un nouveau trois étoiles, le restaurant «Schauenstein», à Fürstenu (Grisons), lequel est dirigé par Andreas Caminada. Du côté des Romands, le restaurant de l'Hôtel de Ville de Crissier (VD), placé sous la houlette de Philippe Rochat, se pare toujours de trois étoiles. Quant au Pont de Brent (VD), il passe de trois à deux étoiles. En janvier 2011, en effet, après plus de 30 ans, son propriétaire et chef, Gérard Rabaey, passera le témoin à Stéphane Décotterd, son proche collaborateur depuis de nombreuses années. **eda**

Avoir la confiture et l'argent de la confiture

La Fondation rurale interjurassienne (FRI) propose d'organiser une filière collective de confitures maison. C'est une visite, l'été dernier, de la maison Ferber à Niedermorschwil, en Alsace qui a lancé la réflexion de proposer une fabrication de qualité pour les confitures du Jura et de la Jura bernoise. Pour mieux valoriser les ressources locales et pour pouvoir positionner ces spécialités à plus large échelle. Sur le plan commercial, les canaux de distribution envisagés sont la vente directe, le circuit court (approvisionnement d'un certain nombre de détaillants) des grossistes et la grande distribution. **aca**

Les amateurs de Syrah attendus à Saint-Maurice

La quatrième édition de la **Fête de la Syrah** se déroule les vendredis 19 et samedi 20 novembre, à la maison de la famille, à Vétroz (Saint-Maurice). 24 producteurs seront présents. Les organisateurs promettent «le meilleur de la Syrah aux palais avides et de grandes émotions». Les producteurs ont été sélectionnés selon des critères basés sur des dégustations et jugements professionnels, les titres d'ambassadeur du vin, les sélections régionales et nationales et quelques coups de cœur subjectifs. **aca**

www.lasyrah.ch



Surveillée par un cochon souriant, la fanfare de l'Edelweiss de Semsales (Fribourg) animait les rues de Porrentruy.

Photos Alexandre Caldara

La route du cochon en Haute-Ajoie

Samedi soir, la Haute-Ajoie fêtait la Saint-Martin. Des grappes de badauds au bord des routes attendent des cars postaux. Impossible d'échapper au symbole du cochon dessiné partout, souvent hilare et enfantin malgré le sort qu'on lui réserve.

«Les halles du village affichent complet depuis le mois de juillet», raconte Olivier D'Haze, président des festivités à Chevenez où 500 repas ont été servis samedi. Le village organise aussi une fête sur trois jours. Avec cinq bars, ouverts samedi jusqu'à 6 h 30.

Une charte de qualité pour les restaurants respectant la région

Il y a une quarantaine d'années, les paysans célébraient la fin des grands travaux des champs en leurs meubles, après avoir rempli granges, greniers et caves pour

La Saint-Martin se fêtait officiellement samedi 13 novembre. Avec un temps doux qui permettait la digestion nocturne d'un menu complet.

Reportage.

ALEXANDRE CALDARA

l'hiver. Aujourd'hui, la Saint-Martin se déroule dans de grandes halles organisées par des clubs sportifs ou dans des restaurants de la région. Depuis 1997, GastroJura a même créé une charte de qualité qui permet aux restaurants fabriquant eux-mêmes au moins un des produits servis et privilégiant les

saveurs régionales d'afficher le label. Au restaurant «Les grottes» de Réclère, samedi soir, plusieurs générations se pressaient autour de grandes tablées.

La damassine, une eau-de-vie toujours très appréciée

Premier plat le toché, un mot de patois qui veut dire gâteau et dont la crème acidulée offre une voie royale à toutes les déclinaisons de cochon. Après l'encas, suit un morceau de bouilli recouvert de pot au feu. Puis la gelée de ménage, dont le bouillon de cuisson est passé au tamis et mis au frais. Pour arriver à ce subtil assemblage des couleurs: purée de pomme et racines rouges. Et... le boudin, véritable roi de la Saint-Martin.

Et cela se poursuit avec les grillades, rôtis. Sans oublier les atriaux composés de poireaux, de foie, de chair à saucisse et de viande recou-



Le temps du boudin.

verte d'une crépinette ou d'une voilette la plus rigide possible.

Puis pour faire passer tout cela le trou ou le sorbet à la damassine.

La légende raconte que le petit fruit rouge a été ramené par les Croisés de Damas. Alors que l'AOC vient de lui être remise, la popularité de cette eau-de-vie ne se dément pas. Samedi, certains s'échappaient même entre chaque plat pour en déguster au bar. Il faut laisser une place pour la choucroute qui comprend évidemment de la saucisse d'Ajoie. La crème au sucre brûlé sera la dernière étape.

A Porrentruy, le marché propose des produits du terroir

Le menu complet paraît déraisonnable, mais les proportions servies permettent tout de même une bonne digestion et la fête ne consiste pas seulement à manger. A Réclère, l'animation est assurée par Dom. Il enchaîne les tubes des années 1980, la piste de danse ne désemplit pas et les plus enflammés hurlent «Que j'aime!», debout sur les tables.

Une des vedettes de cette Saint-Martin aura été la mété: «Il faisait si doux que l'on se croyait à la fête d'été», ironise Christophe D'haz.



Les rues de Porrentruy.

La Saint-Martin ne réjouit pas que les Jurassiens. Les Valaisans et les Fribourgeois l'adorent. «Pour tous, c'est la plus grande fête de Suisse», se réjouit Olivier D'Haze. Il a vécu une édition «d'anthologie».

A Porrentruy, le 14^e marché de la Saint-Martin propose aussi son lot de produits du terroir dans de petites cabanes. La région de Châtel Saint-Denis en est l'invité d'honneur. Les rues de la ville ne désespèrent pas.

Et pour ceux qui voudraient goûter encore au menu complet, l'Ajoie remet cela le week-end prochain avec la Revira.

www.lasaintmartin.ch

Les paniers de saison de La belle bleue

Spécialiste de la vente en ligne de produits du terroir, la société neuchâteloise aimerait intensifier sa collaboration avec des chefs cuisiniers.

VALÉRIE MARCHAND



Olivier de Meuron et Michaël Dusong devant leur stand, à Neuchâtel.

du Goût en septembre 2010. Elle vend aussi parfois ses paniers et d'autres articles divers sur la place de la justice à Neuchâtel.

Michaël Dusong, spécialiste en gestion de projets, et Olivier de Meuron, hôtelier, les co-fondateurs de l'épicerie en ligne, veulent d'ici 2011, inviter des chefs de cuisine renommés ou non à collaborer

avec eux. Il s'agirait de préparer les ingrédients d'un repas avec éventuellement la recette pour que le client n'ait plus qu'à cuisiner le tout.

«Dans ce but, nous recherchons des partenaires qui soient très axés sur les produits régionaux. Indépendamment de ce critère, nous restons ouverts à toutes sugges-

tions», déclare Michaël Dusong. La belle bleue, non donné en référence à la planète et ouverte en 2008, couvre toute la Suisse romande à l'exception de Genève. «Nous avons l'intention d'y travailler d'ici le printemps 2011», explique Olivier de Meuron. L'entreprise compte actuellement sept personnes à Marin-Epagnier et quatorze personnes en Romandie (sans compter les extras et les livreurs).

Le client n'a plus besoin de se déplacer partout

Le concept connaît un vif succès. A Marin-Epagnier, la serre d'une surface de 400 m² a récemment été doublée. «Nous enregistrons une progression des commandes de 10 à 15% chaque mois», précise l'hôtelier. Autre défi, intéresser les Suisses-allemands à leur démarche. «Ils sont attachés à une conscience éthique et se sentent responsables au niveau universel.

Nous pourrions les persuader facilement», estime Olivier de Meuron. Autre but, livrer plus régulièrement les entreprises.

«Une surface est ainsi dédiée à nos paniers et les employés peuvent les acheter au lieu d'aller faire leurs courses à l'extérieur. Ce système est idéal pour les frontaliers», relate-t-il. La société travaille avec des supermarchés et également avec des privés (célibataires, couples ou familles) sous forme d'abonnements ou de livraisons à la demande. Bières artisanales, Natura-Beef, shampoing bio aux huiles essentielles, produits labellisés Max Havelaar, produits laitiers, condiments, pain, confitures, miel, ou encore sapins de Noël, etc. Le client n'a plus besoin de se déplacer partout pour se procurer ce dont il a besoin et contribue ainsi à économiser de l'énergie. Tel est le concept de La belle bleue.

www.la-belle-bleue.ch



aca

www.lasyrah.ch



«La sprinteuse Marie-Jo Pérec n'était pas à l'aise dans son hôtel, car elle n'avait pas de couloir pour elle seule.»

Laurent Ruquier Humoriste

Le Milestone se surpasse

Le Milestone a rassemblé, mardi soir à Berne, une belle brochette de personnalités du monde du tourisme, de la politique et de l'économie. L'ambiance était à la fête.



Bonne humeur de rigueur pour ce quatuor d'Hotela: (de g. à dr.) Michael Bolt, Daniel Baumgartner, Carole Markwalder et Peter Eyer.

Animée avec brio par Sandra Studer et égayée par la musique du Marcel Oetiker Trio, la 11e édition du Milestone Prix du tourisme suisse a connu, et c'est devenu un scénario classique, un succès phénoménal. Le Kultur-Casino de Berne a été pris d'assaut par plus de 500 représentants du tourisme, de la politique et de l'économie qui sont venus applaudir les lauréats de cette 11e édition.

Elsbeth Hobmeier, rédactrice en chef de l'htr hotel revue et présidente du jury, a vanté la qualité des dossiers présentés. Elle a estimé que la crise était «source de créativité et de courage». Et de constater que le Milestone bat année après année des records de participation.

Le drink de bienvenue et le cocktail d'inauguration ont permis aux acteurs du tourisme de se retrouver dans une atmosphère chaleureuse. Très minoritaires, et c'est devenu là aussi un scénario classique, les Romands ont toutefois goûté à pleines dents à cette soirée de gala: «Le Milestone permet un networking superbe et renforce les liens de cette grande famille qu'est le monde du tourisme», a jugé Dominique Faesch, directrice de Région Yverdon-les-Bains Jura-Lac. Quant à Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme, il a loué l'encouragement à l'innovation, véritable marque de fabrique du Milestone.



Marliène Flückiger et Jean-Jacques Marti, directrice et président de Fribourg Tourisme, entourés Nicolas Zapf, dir. de l'Union fribourgeoise du tourisme.



Robert Deillon (à g.), AIG, et Harry John, dir. Montreux-Vevy Tourisme.



Charles-André Ramseier (à g.), OTV, Yann Engel, Tourisme neuchâtelois.

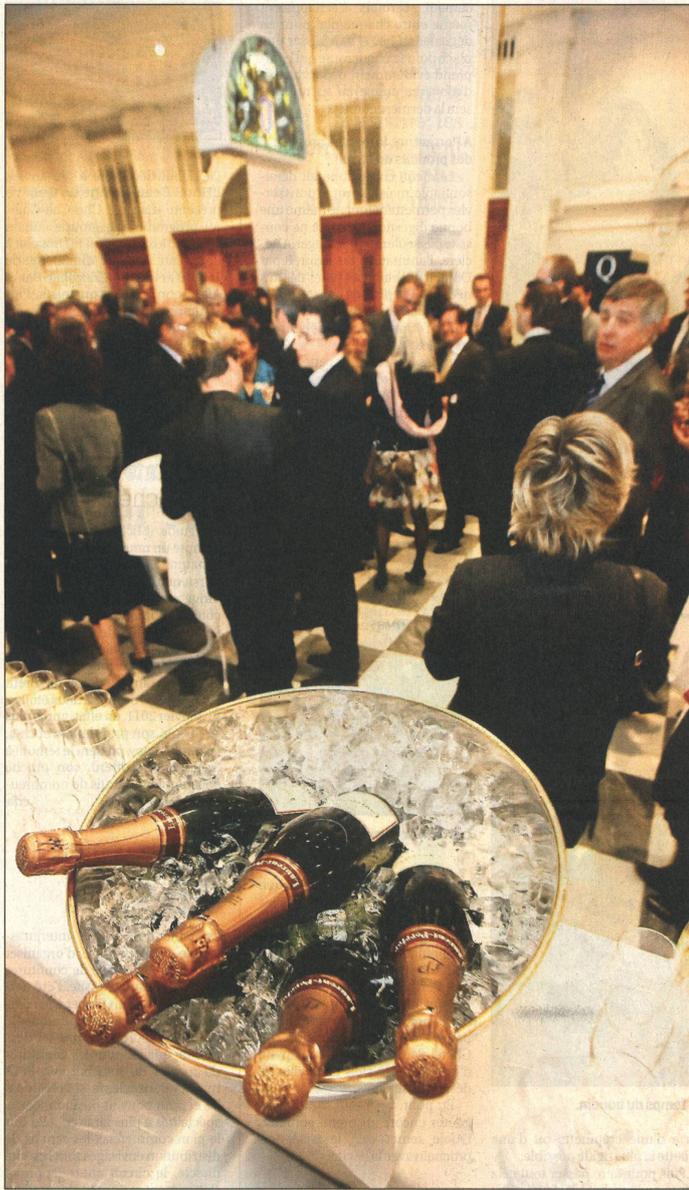


Sébastien Epiney (à g.), en compagnie de Michael Meier.



Marc-Etienne Gartmann (à g.), ASEH, et Samuel Salvisberg, EHL.

Photos et documents audiovisuels de la soirée consultables sur www.htr.ch/milestone



Le drink de bienvenue du Milestone, qui a attiré une foule compacte mardi soir au Kultur-Casino de Berne, s'est déroulé dans une ambiance festive.

Les gens



Martin Bütikofer à la tête du Musée des transports

Martin Bütikofer (photo) est le nouveau directeur du Musée suisse des transports de Lucerne. Il entrera en fonction le 1er janvier 2011. Il succède à Daniel Suter, qui s'apprête à prendre la direction de Swiss Olympic. Depuis 2005, Martin Bütikofer était responsable du trafic régional et membre de la direction de la division du trafic voyageurs des CFE Agé de 49 ans, il est ingénieur électronique et diplômé en économie.



Nouveau directeur à l'Interprofession de la vigne et du vin

Gérard Philippe Mabillard (photo) vient d'être nommé à la direction de l'Interprofession de la vigne et du vin du Valais. Avant d'occuper ce poste, il était directeur de la destination Verbier Saint-Bernard. Il a également été directeur marketing aux Bains de Saillon. Spécialiste en communication et en marketing, Gérard Philippe Mabillard, 45 ans, a notamment travaillé pour les groupes Swatch et Calvin Klein. Il remplace Pierre Devanthery.

Le Prix du patrimoine revient à Jürg Wyss

Jürg Wyss a obtenu le Prix du patrimoine 2010 «pour son engagement à récupérer des machines servant à la fabrication des



boîtes à musique lorsque des usines sur le déclin s'en débarrassent». Le médecin Jürg Wyss a fait don de l'ensemble de sa collection au Musée des arts et des sciences de Sainte-Croix (VD). Le Prix du patrimoine sera remis le mardi 23 novembre à Beaulieu dans le cadre du Salon des antiquaires.

«Bien vivre en Pays de Vaud» fait la part belle au tourisme

Sur plus de 300 pages, l'édition automne/hiver 2010/2011 de «Bien vivre en Pays de Vaud», éditée par Didier Benais, consacre un bon tiers de son volume au tourisme vaudois et en offre un panorama fort complet à la veille de la saison hivernale.

Le chapitre touristique s'ouvre par une interview de Charles-André Ramseier, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud et seul Romand à avoir reçu le Prix Milestone en 2005. A six mois de son départ pour se lancer dans un nouveau projet, le directeur de l'OTV brosse une radiographie des atouts touristiques du Pays de Vaud. Ce volet est complété par une série d'articles signés de Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme, Harry John, directeur de Montreux-Vevy Tourisme, Ermano Castelli, directeur de Morges Région Tourisme, Vasja Zalokar,

La quatrième édition de «Bien vivre en Pays de Vaud» est sortie récemment de presse. Cette revue, joliment confectionnée et à la riche contenu parle de gastronomie. Mais pas uniquement: ce numéro consacre aussi un espace important à l'architecture.

CLAUDE JENNY

nouveau directeur de Nyon Région Tourisme, Adrien Genier, directeur d'Estavayer-le-Lac & Payerne Tourisme et Dominique Faesch, directrice d'Yverdon-les-Bains Région Jura/Lac. D'autres écrits mettent en relief les particularités et les nouveautés de chacune des principales

régions touristiques du Pays de Vaud. La gastronomie est à l'honneur ainsi que les golfs, les centres thermaux et les établissements scolaires et médicaux.

Graphisme original et agenda des événements «à ne pas manquer»

Cette publication luxueuse consacre aussi une place importante à l'architecture avec, notamment, des interviews du municipal lausannois Olivier François, de l'architecte cantonale Stéphanie Cantalou et de «M. construction durable de l'Etat, Yves Roulet. Plusieurs ingénieurs et architectes sont à l'honneur. Un agenda des événements «à ne pas manquer» durant les mois à venir complète ce sommaire qui se marie avec un graphisme original et une iconographie très soignée. En vente dans les kiosques vaudois en grand et petit format.

stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 46 / 18. November 2010

AG

ACTIVE GASTRO ENG

Mier hend au für Dich
de passend Job!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

**HOTEL
CAREER**

Aktuell über 950 Hotel-
und Gastronomiejobs
in der Schweiz.

Besuchen Sie
WWW.HOTEL-CAREER.CH

**Jobs
online**

www.luzern-hotels.ch

Luzern
hotellerieuisse Swiss Hotel Association

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

**Der Weg
zum Ziel...**

www.hotellerieuisse.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotellerieuisse.ch

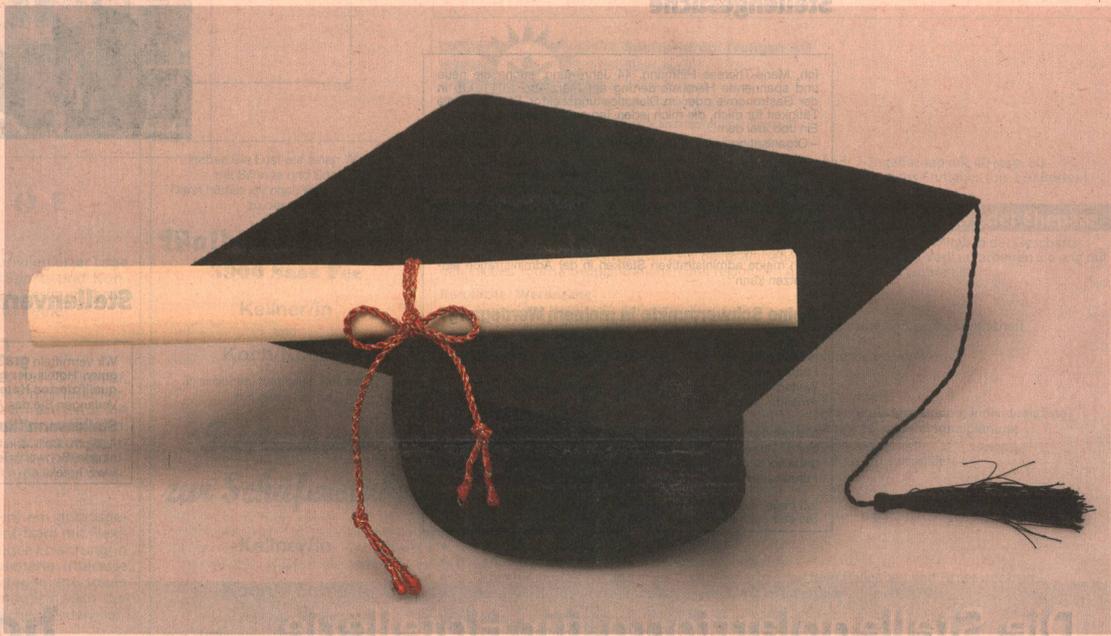
hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-4
Deutsche Schweiz	3-7
Suisse romande	-
Svizzera italiana	7
International/Marché international	7
Stellengesuche/Demandes d'emploi	2
Immobilien	8

Diplomarbeiten

Diplomarbeiten sind auf der tertiären Stufe der krönende Abschluss. Viel zu wenig erkannt sind aber Wert und Nutzen solcher Arbeiten.



Fotolia

Ungenutztes Potenzial



HANNA E. RYCHENER LIC.PHILI
DIREKTORIN UND INHABERIN
DER INTERNATIONALEN SCHULE
FÜR TOURISTIK AG IN ZÜRICH
UND IN LAUSANNE

Jeder Bildungsgang der höheren Berufsbildung, insbesondere der Höheren Fachschulen erfordert für einen erfolgreichen Abschluss eine Diplomarbeit. Diese orientiert sich an wissenschaftlichen Vorgaben, und muss zwingend ein der Ausbildungsrichtung entsprechendes Thema behandeln. Diplomarbeiten bilden nebst den Abschlussprüfungen die Krönung der Ausbildung. Das gesamte erlernte theoretische und praktische Fachwissen soll in vernetzter Form in diese Arbeiten einfließen. Sie werden nach genauen Vorgaben sauber strukturiert verfasst und die vielfältigen Methoden werden sinnvoll angewandt. Daraus entstehen Konzepte, Businesspläne, Zukunftsszenarien und vieles mehr.

Viel zu oft werden für diese Arbeiten aber von den Diplomanden selber die Themen

«erfunden». Und das führt leider oft zu so genannten «Schubladenarbeiten», weil sich niemand konkret dafür interessiert, egal wie gut die Qualität der Arbeit ist.

Auftraggeber gesucht

Gesucht und gewünscht sind vielmehr konkrete Aufträge von Arbeitgebern und Unternehmungen aus dem Umfeld des Tourismus. Glücklicherweise dürfen die Schulen bereits mit verschiedenen Organisationen oder Unternehmungen zusammenarbeiten, welche Diplomarbeitsthemen als Aufträge vergeben. Viele Arbeitgeber sind sich noch nicht bewusst, dass sich ihnen diese Möglichkeit bietet und sie so spannende Ideen oder Projekte, die im Raum stehen, aber noch nicht entwickelt oder analysiert werden konnten, erarbeiten

und vorbereiten lassen können von jungen, engagierten und innovativen Studierenden.

Win-win-Situation für alle

Viel zu wenig erkannt ist dabei, dass durch solche Diplomarbeiten für alle Beteiligten eine absolute Win-win-Situation entsteht. Die Auftraggeber können eigene Ideen und Projekte erarbeiten lassen, ohne selber den Zeitaufwand dafür betreiben zu müssen und vor allem ohne oder mit nur ganz geringem Kostenaufwand. Die Diplomanden erhalten spannende Aufträge und erarbeiten ein Werk, das konkret von Interesse ist und eine Chance hat, ganz oder teilweise umgesetzt zu werden. Die Schulen können die Netzwerkpflege weiter führen

und allen interessierten Kreisen solche Arbeiten auch zur Verfügung stellen.

Weiterer Nutzen

Nicht zu vergessen ist, dass solche Diplomarbeiten auch für die Jobsuche einen wertvollen Beitrag leisten können. Arbeitgeber könnten die Arbeiten als interessanten Indikator nutzen, um festzustellen, wie viel Potenzial ein Bewerber schon bewiesen hat. Bewerberinnen und Bewerber hingegen können sich mit ihrer Arbeit profilieren und beweisen, dass sie in der Lage sind, das theoretische Wissen auch in praxisbezogenen umzusetzen.

Betriebe, die ein Thema im Rahmen einer Diplomarbeit erarbeiten möchten, wenden sich direkt an die jeweilige Fachschule.

Alles für eine erfolgreiche Karriere!
hoteljob.ch

htr hotel revue

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

KOMPAKTES WEINWISSEN FÜR GASTROPROFIS

DER WEIN BERATER

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE

Mit International anerkanntem Zertifikat WSET® Level 3

WETERE INFORMATIONEN? GastroSuisse 8046 Zürich Tel. 0848 377 111 www.gastro-suisse.ch

TERMINE berufs begleitend
FRÜHLING: Start 21.03.11
HERBST: Start 03.10.11

GASTRO_SUISSE 8046-0341

FORUM 25 JUBILEE

DAS GÜNN ICH MIR

25. GastroForum für die Frau
9. bis 13. Januar 2011, Lenzerheide
Geistreich, lehrreich und überraschend.

Anmeldung: www.gastro-suisse.ch

GASTRO_SUISSE 8046-0341



Life Sciences and Facility Management

Institute of Facility Management

Building Personalities in Research and Practice

Master of Science (MSc) in Facility Management

- Consecutive Master Study Programme
- Lectures held in English / 90 ECTS
- Full-time 3 Sem. / Part-time 5 Sem.
- International Faculty and Students
- Requirements: Bachelor's Degree in FM, Business, Hospitality Management, Civil Engineering, Architecture, etc.

www.ifm.zhaw.ch/master | mscfm.isfm@zhaw.ch
Information Session: Tuesday, Nov. 30th, 2010, 05.00 p.m.



Stellengesuche

Ich, Marie-Therese Hiltmann, 44 Jahre jung, suche die neue und spannende Herausforderung auf März/April 2011. Ob in der Gastronomie oder im Dienstleistungssektor, Sie haben die Tätigkeit für mich, die mich jeden Tag aufs Neue herausfordert. Ein Job, bei dem...

- Organisation gefragt ist und eine klare Kommunikation gelebt wird
- Ich mein Englisch und Französisch anwenden kann
- Ich mit Menschen/Gästen oder Kunden zu tun habe
- Ich meine breite Führungserfahrung unter Beweis stellen kann
- vernetztes und wirtschaftliches Denken gefragt ist
- Ich sehr selbstständig arbeiten kann
- Ich meine administrativen Stärken in der Administration einsetzen kann

Meine Schwerpunkte in meinem Werdegang

KV als Grundausbildung
Weiterbildung an der Hotelfachschule Belvoirpark mit höherem Fachausweis
Weiterbildung an der Fachhochschule St. Gallen im Bereich Projektmanagement

Mehrjährige Führung eines 3*-Sterne-Business-Hotels
Seit 5 Jahren stv. Geschäftsführung in einem Sport- und Kongresshotel mit Anlansorganisation bis zu 2500 Personen und Führung der Administration inkl. Buchhaltung, Lohnwesen.

Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Sie erreichen mich unter 076 413 30 30.

Stellenvermittlungen

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

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!



Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ori	Job-Code
Praktikantin an der Hotelreception (w)	Region Zürich	J21805
Praktikant/in Sales & Marketing	Region Bern	J21793
Praktikant/in Rezeption	Region Graubünden	J21668
Kaderpraktikant/in Service	Region Zentralschweiz	J21669
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
B1520	Chef de Service	46	CH	per sofort	D E
B1581	Hotelfachfrau	26	PH	per sofort	D E
B1538	Kellner, Barkeeper	26	SK	per sofort	D E
B1522	Koch, Chef de Partie, Sous Chef	30	GR	per sofort	D E GR BG TR
B174	Küchenchef, Koch	45	CH	per sofort	D F E S JP
B1388	Night Auditor, Kfm. Sachbearbeiter, Kellner, Betriebsassistent	45	DE	per sofort	D E
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	44	DE	per sofort	D E
B1605	Praktikum oder Lehrstelle	25	BR	per sofort	D E PT
B970	Réception/Housekeeping	35	CH	per sofort	D F E
B1516	Receptionist, Night Auditor, Allrounder	24	CH	per sofort	D F E
B1574	Réceptionist oder Back Office	52	CH	per sofort	D F E S
B3	Service Mitarbeiter	43	CH	per sofort	D F

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1578	Service oder Reception 60-80% Mo.-Do. bis 18.00 Uhr	32	DE	per sofort	D E
B1328	Anfangsouvernante/Hotelfachfrau	20	BR	per sofort	D F E S PT

- 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 unser ****Sterne-Hotel Ascovilla in Ascona (www.ascovilla.ch) suchen wir ab sofort oder spätestens zu Beginn der nächsten Saison im März 2011 eine/n

Hoteldirektor/in

In dieser Funktion sind Sie mit unserem schon bewährten und vorhandenen Mitarbeiterstamm für die komplette Führung unseres schönen Hauses verantwortlich.

Wir bieten Ihnen eine Dauerstellung und sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Von Ihnen erwarten wir fundierte Führungserfahrung im Hotelwesen, Organisationstalent sowie Mehrsprachigkeit.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto, Referenzen und Zeugnissen (bitte nicht per E-Mail).

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an
Frau Heseler
Dreier Immobilien
Untere Brinkstrasse 81-89
44141 Dortmund - Deutschland
Tel. 0049 231 51 71 0

Unterstatement auf Top Level.

«Weniger ist mehr. Das professionell geführte Erstklasshotel in einer einzigartigen Deutschschweizer Destination konzentriert sich auf das Wesentliche, das Ursprüngliche. Es ist zugleich Unterstatement, Philosophie und Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens! Insbesondere das schenkwerte Design, die herausragende Architektur und das exklusive kulinarische Konzept: Eine auf hohem Niveau gelungene Verbindung aus französisch-mediterraner Küche, raffiniert ergänzt mit regionalen, saisonalen Angeboten. Nachhaltig und authentisch durch Verwendung einheimischer Frischprodukte. Ein grosszügiger Spa mit Wellbeing-Oase, Beauty-Center, wunderschönen Bädern und atemberaubender Aussicht in Verbindung mit mehreren beliebten Restaurants – das bekannteste davon mit den höheren Weihen eines namhaften Gastroführers bedacht – ergeben ein weiteres USP des Hauses. Hier kommen Sie ins Spiel: Führungsstärke, Durchsetzungsvermögen, Versiertheit in organisatorischen und F & B-administrativen Belangen sowie konsequente Qualitätskontrolle als Führungstool sind Ihre Eckpfeiler des Erfolgs in einem Bijou von Hotel mit Höchstbenotungen durch die Gäste.

Food & Beverage Manager

als Mitglied der Geschäftsleitung w/m

Für diese spannende Executive Position – rund 80 Mitarbeitende unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich – benötigen Sie einige Jahre internationaler Erfahrung in leitender F & B-Stellung. Sie kennen die Kundenbedürfnisse und Kennzahlen grosserer Betriebe à fond, stellen die ehrgeizigen Performance-, Quality- & Standards-Vorgaben sicher, übernehmen das zentrale Management des F & B-Einkaufs (Food und Non-Food), erarbeiten effiziente Konzepte und widmen sich der aktiven Schulung & Förderung der Mitarbeitenden bzw. Nachwuchskader. Idealprofil: Von der Küche her kommend, Hotelfachschulabschluss oder dipl. Restaurationsleiterin, ausgeprägtes Zahlenflair, selbstbewusst, sprachlich fit – D/E in W & S sind ein Must, zusätzlich F oder I von Vorteil – und vertraut mit saisonalen Besonderheiten. Dank frühzeitig geplanter Nachfolgeregelung kann der Eintrittstermin flexibel gehandhabt werden: Mehrmonatige Kündigungsfristen sind ok. Wollen Sie das Angebot prüfen? Uns genügt zunächst Ihr CV/Foto via Mail oder Ihr Anruf auf +41 84 802 12 00. Ausserhalb der Bürozeiten über Mobile +41 79 402 53 00. **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
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



Sportzentrum Frutigen AG

Sportweg 1
3714 Frutigen
Tel. 033 672 50 50
www.sportzentrum-frutigen.ch
info@sportzentrum-frutigen.ch

Für die Nachfolgeregelung im gepflegten **Restaurant Hallenbad**, 7-Tagebetrieb mit 40 resp. 80 bedienten Innen- und Aussenplätzen sowie der Führung des **Gruppenhaus Frutighus** (bis 170 Betten) mit nationaler Kundschaft suchen wir per Sommer 2011 einen

Leiter Restaurant und Beherbergung - m/w - Einzelperson oder Ehepaar

Sie prägen das Profil der künftigen Angebotsgestaltung und übernehmen als Mitglied der Geschäftsleitung die operative Verantwortung für beide Betriebe. Im Marketing und Verkauf arbeiten Sie eng mit den lokalen Tourismusorganisationen und regionalen Ausflugsbetrieben zusammen.

Beruflicher Werdegang

- Ausbildung Hotelfachschule oder Küchenchef
- Mehrere Jahre erfolgreiche Berufspraxis in der Betriebsführung und gastronomischen Angebotsgestaltung
- Führungserfahrung in einem Sportzentrum oder Jugendherberge von Vorteil

Ihre Stärken

- Fähigkeit zur betriebswirtschaftlichen Führung eines Restaurants
- Umgang mit unterschiedlichen Gästesegmenten (Jugendliche, Sportgruppen, Individualgäste)
- Konsequente an die Betriebsbedürfnisse angepasste Angebots- und Personalplanung
- Echter Gastgeber mit Verkaufsflair und Sinn für Kundenbindung
- Lösungs- und teamorientierter Führungsstil in einem Betrieb mit saisonalen Nachfrageschwankungen

Wir erwarten

- Wille zur Übernahme von Verantwortung und einem mittel- und langfristigen Engagement im Berner Oberland / Frutigen
- Initiative und Organisationsgeschick
- Kommunikative Art und sorgfältige Arbeitsweise
- Offen für eine aktive und enge Zusammenarbeit mit dem Hallenbad und Fitnesszentrum
- Bereitschaft für unregelmässigen Betrieb mit definierbaren Präsenzzeiten

Wir bieten

- Feste Anstellung im Monatslohn inkl. erfolgsabhängiger Entschädigung
- Einbringen von eigenen Ideen zur aktiven Gestaltung des Angebots und Packages
- Dienstwohnung vorhanden

Motivierten Nachwuchstalenten mit nachweisbaren Erfolgen bieten wir die Möglichkeit zu einem einmaligen Karrieresprung.

Für Fragen steht Ihnen unser VR-Mitglied, Martin Allenbach, Tel. 079 295 82 42, gerne zur Verfügung. Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbung **6. Dezember 2010** an folgende Adresse: Sportzentrum Frutigen AG, Postfach 59, 3714 Frutigen, eMail: frutighus@sportzentrum-frutigen.ch



Davos – das wär's!

Der Meierhof: im 4-Sterne-Hotel an privilegierter Lage in der grössten Schweizer Ferien-, Sport- und Kongressdestination Davos wechselt die Besitzerschaft; deshalb sucht sie auf den Frühling 2011 eine

Direktion

Der voll renovierte Zweisaisonbetrieb hat 75 Zimmer, 130 Betten, ein Hotelrestaurant sowie ein renommiertes A-la-carte-Restaurant, eine schöne Infrastruktur mit neuer Wellnessanlage und einem grossen Hallenbad. Das Haus ist im Markt gut etabliert – der neue Besitzer will auf dieser Grundlage aufbauen und gleichzeitig eine Neuausrichtung und -entwicklung in die Wege leiten.

Idealerweise ist der neue Direktor(-in) ein gutausgewiesener, initiativer junger Fachmann(-frau) mit Flexibilität und Kreativität sowie mit einiger Erfahrung in leitender Stellung in der (Ferien-)Hotellerie. Interesse an einem langfristigen, vollen Engagement sowie Kenntnisse der englischen, wenn möglich auch der französischen und italienischen Sprache werden vorausgesetzt.

Ihre Bewerbung mit tabellarischem Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto richten Sie an den scheidenden Hotelier, der Ihnen gerne auch telefonisch für Informationen zur Verfügung steht:

Riet Frey
Hotel Meierhof Davos
Promenade 135, CH-7260 Davos Dorf
riet.frey@meierhof.ch / www.meierhof.ch
T +41 (0)81 416 82 85 / F +41 (0)81 416 39 82

Haben Sie Lust auf einen Winter mit Schnee und Sonne. Dann hätten wir noch folgende Stellen zu besetzen:

Waldhüs Bodmen 3906 Saas Fee

Kellner/in
und
Koch/Köchin

in schönes, rustikales Restaurant mit guter Küche.

Restaurant zur Schäferstube

Kellner/in
und
Koch/Köchin

in sehr schönes, traditionelles Restaurant mit feiner Küche.

Bewerbungen an:

Manser Sepp
Restaurant Waldhüs Bodmen
z. Hd. Martin Beutler
3906 Saas Fee
E-Mail: morenia@bluewin.ch

TRANSfair

Dienstleistungen, die bewegen

TRANSfair ist eine dynamische Sozialfirma, die geschützte Arbeitsplätze für Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung anbietet. Im Bereich Gastronomie suchen wir per 1.2.2011 oder nach Vereinbarung eine Leitung Food und eine Leitung Produktion. Die zentrale Produktionsküche beliefert vier Restaurationsbetriebe in Thun, einen grossen überregional tätigen Cateringservice sowie ab Frühjahr 2011 sämtliche Anlässe im neu eröffneten Kultur- und Kongresszentrum KKTThun.

Leiter/in Food (100%)

Aufgaben: Sie koordinieren und planen den zentralen Einkauf und gewährleisten einen reibungslosen Produktionsablauf für die Küche, für die von TRANSfair geführten Gastronomie-Betriebe, für die Caterings sowie für das KKTThun. Sie übernehmen übergeordnet die Verantwortung für die Einsatzplanung und die Mengestaltung.

Anforderungen: Als belastbare, teamfähige und führungserfahrene Persönlichkeit verfügen Sie über eine Ausbildung als Koch und eine Weiterbildung im Bereich Planung und Organisation. Sie zeichnen sich zudem mit Ihrer Berufserfahrung aus, die Sie in einer Grossküche sowie im Bankett- und Cateringbereich gesammelt haben. Gute EDV-Kenntnisse sind Voraussetzung.

Leiter/in Produktion (100%)

Aufgaben: Sie führen die Gruppenleitungen sowie die leistungsbeeinträchtigten Mitarbeitenden und sind verantwortlich für das Tagesgeschäft der Produktionsküche.

Anforderungen: Als belastbare, teamfähige und führungserfahrene Persönlichkeit verfügen Sie über eine Ausbildung sowie Berufserfahrung als Koch. Idealerweise bringen Sie zudem Kenntnisse im Umgang mit leistungsbeeinträchtigten Menschen mit. Gute EDV-Kenntnisse sind Voraussetzung.

Angebot: eine sinnvolle, vielseitig herausfordernde Tätigkeit in einem motivierten Team und fortschrittliche Anstellungsbedingungen.

Neugierig? Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an: Stiftung TRANSfair, Biergutstrasse 1A, 3608 Thun. Weitere Auskünfte: Martin Dummermuth Eggemann, Bereichsleiter Gastronomie, 033 334 04 44, oder www.trans-fair.ch.

WORK & GSTAAD IN GSTAAD & WORKS FOR YOU



Den Gipfel Ihrer Karriere erreichen Sie bei uns dank der internationalen Spitzenhotellerie. Alle anderen Gipfel ganz bequem mit den 62 Bergbahnen unseres riesigen Skigebietes. Willkommen in Gstaad!

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

Arosa – ein renommierter Wintersportort im Herzen von Graubünden



Wir suchen für das Gastrounternehmen TSCHUGGENHÜTTE ab Frühjahr 2011 oder nach Vereinbarung eine(n):

GASTGEBER/GASTGEBERIN

Als unternehmerische Persönlichkeit übernehmen Sie die Verantwortung für die Gesamtführung. Sie leiten ein Team von ca. 60 Mitarbeitern und werden in den Bereichen Personelles, Administration, Buchhaltung und Budgetierung von einer internen Stabsstelle unterstützt.

Sie stehen bereits in leitender Stellung in einem Gastronomiebetrieb und verfügen über eine fundierte, praktische Ausbildung in den Gastroberufen. Sie sind kreativ, frontorientiert, belastbar und blicken auf einige Jahre Berufserfahrung zurück.

Interessiert? Dann richten Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung an: Andy Abplanalp

Arosa Bergbahnen AG · Seeblickstrasse · 7050 Arosa
Telefon +41 (0)79 631 87 67
andy.abplanalp@arosabergbahnen.ch



HOTELUZWIL

Das Hotel Uzwil befindet sich zwischen Wil und St. Gallen. Unser Angebot umfasst 38 moderne Hotelzimmer, 49 Serviced Apartments, die neue Brasserie Allegra mit 60 Sitzplätzen und Banketträumlichkeiten, das externe coffee&more mit 40 Sitzplätzen sowie die Tabasco Bar & Lounge.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

• eine/n Abteilungsleiter/in Logement / Direktionsassistent/in

Als flexible und belastbare Persönlichkeit betreuen Sie unsere anspruchsvollen und internationalen Gäste mit viel Freude und Professionalität. Neben der Unterstützung sowie der Stellvertretung des Gastgebers, führen Sie selbstständig den Bereich Logement und sind für den aktiven Verkauf und die Positionierung der Produkte Hotel Uzwil und Serviced Apartment zuständig. Die Einhaltung des Budgets sowie weitere buchhalterische Aufgaben gehören ebenfalls zu Ihrem vielseitigen Tätigkeitsgebiet. Sie definieren sich als Visitenkarte des Hauses und überzeugen durch vorbildliche Kundenorientierung und täglich gelebte Gastfreundschaft im Sinne des Gastgebers. Sei dies bei der Betreuung der Gäste beim Check-in und Check-out oder an der Telefonzentrale.

Wir wenden uns an eine selbständige und initiative Person mit einer Grundausbildung im kaufmännischen Bereich sowie einer Weiterbildung zur Direktionsassistentin oder einem Hotelfachabschluss. Berufserfahrung im Bereich Serviced Apartments und Hotellerie ist von grossem Vorteil. Sehr gute PC-Kenntnisse, ausgeprägtes Organisationsvermögen, Qualitäts- und Kostenbewusstsein sowie sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift runden Ihr Profil ab.

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir unser Unternehmen zu einem erstklassigen Businesshotel ausbauen. Wenn Sie dieses Ziel mit uns erreichen wollen, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Cornelia Lemmenmeier
Leiterin Personal
Hotel Uzwil, Bahnhofstrasse 114, 9240 Uzwil
cornelia.limmenmeier@buhlergroup.com

Für Fachfragen steht Ihnen Herr Patrick Schneider, Geschäftsführer Hotel Uzwil, gerne per Telefon +41 71 955 70 70 oder E-Mail patrick.schneider@hotel-uzwil.ch zur Verfügung.



Einzigartiger Arbeitsplatz

Die Kartause Ittingen zählt zu den führenden Seminar- und Kulturzentren der Schweiz. Unseren Gästen stehen ein Hotel mit 68 Zimmern, ein Restaurant- und Bankettbereich mit gegen 1'000 Plätzen und 20 Kursräumlichkeiten mit bis zu 300 Plätzen zur Verfügung. In einzigartiger historischer Umgebung bieten wir einen unvergleichlichen Rahmen für vielfältige gesellschaftliche Anlässe.

In dieses höchst interessante Umfeld suchen wir zur Ergänzung unseres Kaderns per Februar 2011 oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef

Sie führen zusammen mit über 20 Mitarbeitenden die vielseitige und moderne Küche und sind verantwortlich für ein kulinarisch hochstehendes, abwechslungsreiches Angebot. Es macht Ihnen Freude, die eigenen Produkte aus Landwirtschaft, Gärtnerei und Käserei zu veredeln. Die Stelle erfordert eine starke und teamorientierte Führungspersönlichkeit, die sich durch Flexibilität, Kreativität und Organisations-talent auszeichnet.

Weitere Informationen finden Sie unter www.kartause.ch – Offene Stellen.

Ihr Kontakt für Fragen und Bewerbungsunterlagen mit Foto:

Stiftung Kartause Ittingen
Thomas Jann, Hoteldirektor
CH 8532 Warth
thomas.jann@kartause.ch
Telefon +41 52 748 44 11



htrnews

Newsletter der htr hotel revue

htr hotel revue

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 14 Seminarräume sowie einer Eventhalle für 200 Personen. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt inmitten von einzigartigen Kunstwerken eingebettet in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere anspruchsvollen Gäste geniessen internationale Gerichte mit saisonalen Akzenten sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter. Für unser 17-köpfiges Team im Housekeeping suchen wir per 1.2.2011 oder nach Vereinbarung eine/n

LeiterIn Housekeeping

Sie sind verantwortlich für einen reibungslosen Ablauf im Bereich der Etage, der Lingerie, der Pausenverpflegung, der Reinigung und Dekoration. Ebenso zeichnen Sie sich verantwortlich für das Non-Food-Lager, die Betreuung der drei auszubildenden Hotelfachfrauen und die Koordination der Bestuhler.

Wir bieten

- hohe Eigenständigkeit
- spannendes und herausforderndes Umfeld
- strukturierte Betriebsabläufe

Sie bieten

- Erfahrung in der Hotellerie im Housekeeping (Lehrabschluss als Hotelfachfrau von Vorteil)
- Führungserfahrung
- gute Deutsch- und Englischkenntnisse (mündlich & schriftlich)
- gute PC Kenntnisse (Word, Excel, Outlook)

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

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

Hotel Wellenberg – the place of individuality

Im Herzen der Altstadt von Zürich – das Hotel Wellenberg. Seit über zwei Jahrzehnten ist unser Haus Treffpunkt und Zuhause von Individualisten, Geschäftsleuten, Ferienreisenden, Stars und Sternchen.

Unser Viersterne-Superior-Hotel bietet 45 Zimmer und Suiten über 5 Etagen. Für unser Haus suchen wir auf Mitte Januar 2011 oder nach Vereinbarung eine

Housekeeping Managerin

Sie sind 23-30 Jahre jung, bringen eine abgeschlossene HOFA-Ausbildung mit und verfügen über Erfahrung in ähnlicher Position. Sie können sich vorstellen, ein kleines Team zu leiten, sind gepflegt, kommunikativ, belastbar und gerne bereit, zusätzliche Verantwortung zu übernehmen. Dienstleistungsbereitschaft, Flexibilität sowie Englisch in Wort und Schrift bringen Sie mit.

Eine spannende Herausforderung und ein junges Team erwarten Sie. Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto an:

HOTEL WELLENBERG
Tanja Eyer, Mitglied der Geschäftsleitung
Niederdorfstrasse 10
8001 Zürich
tanja@hotel-wellenberg.ch
www.hotel-wellenberg.ch

Grand Hotel Villa Castagnola

Das Grand Hotel Villa Castagnola, einziges 5-Sterne-Superior-Hotel in Lugano, renommiert für Tradition und Prestige und direkt am Ufer des Luganerssees gelegen, offeriert seinen Gästen 60 Zimmer und 23 Suiten, die Gourmet-Restaurants «Le Relais» mit der Terrasse im Garten und das «Galleria Arté al Lago», Konferenz- und Bankett-Räume sowie 2 Residenzen. Um unser junges und dynamisches Team zu verstärken suchen wir

2. Gouvernante

Eintritt per 1. März 2011 (oder nach Vereinbarung)

Sie sind fachlich gut ausgebildet und haben Freude in einem 5****S Hotel zu arbeiten. Sie sind kundenorientiert, setzen auf Qualität, sind motiviert, belastbar und flexibel betr. Arbeitszeit und bewahren auch bei grossem Arbeitsaufwand die Ruhe.

Neben Italienisch verfügen Sie auch über gute Deutsch- und Englischkenntnisse.

Sie haben bereits langjährige Erfahrung in gleicher Stellung und sind willig, die Gäste zu verwöhnen und den Teamgeist zu pflegen.

Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen, Sie diese abwechslungsreiche und interessante Aufgabe anspricht und Sie gerne in der Sonnenstube arbeiten möchten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto und Zeugnissen senden Sie bitte via Post oder E-Mail an unten stehende Adresse. Es werden nur Bewerbungen in Betracht gezogen, welche die oben genannten Anforderungen erfüllen.

Ivan Zorloni, Direktor
Grand Hotel Villa Castagnola
Viale Castagnola 31
6906 Lugano
hr@villacastagnola.com

Die Gastronomiegruppe



Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 120 Betrieben in der 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 unser

Restaurant St. Peter

In Gassen 10, 8001 Zürich

suchen wir per 01. Dezember 2010 oder nach Vereinbarung eine

Betriebsleitung (m/w)

Das Restaurant St. Peter befindet sich im Herzen der Stadt Zürich, direkt neben der Bahnhofstrasse. Der lebhaft betrieb umfasst zwei Selbstbedienungsrestaurants, das neuzeitliche Kaffeebarkonzept «Memento – Caffè Bar & Lounge» sowie einen umfassenden Auslieferung- und Cateringservice. Täglich werden rund 1'000 Gäste kulinarisch verwöhnt.

Ihre Aufgabe: In dieser anspruchsvollen Kaderposition übernehmen Sie die gesamte Führung des Betriebes. Als leidenschaftlicher Gastgeber/in mit hohen Qualitätsansprüchen nehmen Sie die Anliegen unserer Gäste direkt wahr und setzen sich mit überdurchschnittlichem Engagement für deren Wohl ein. Sie organisieren Spezialitätenwochen sowie Sonderaktivitäten und sorgen für die Weiterentwicklung des Betriebes sowie die Gewinnung neuer Gäste. Daneben sind Sie verantwortlich für die gesamte betriebswirtschaftliche Organisation und Führung des Betriebes und zeichnen verantwortlich für die Führung, Einsatzplanung sowie Aus- und Weiterbildung der Ihnen unterstellten 34 Mitarbeitenden.

Ihr Profil: Wir wenden uns an eine Führungspersönlichkeit, welche neue Ideen mit Energie verfolgt und sich selbst klare und anspruchsvolle Ziele setzt. Sie sind stets bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte zu verbessern, setzen angemessene Prioritäten und sind lösungsorientiert. Sie fördern die Zusammenarbeit und die Weiterentwicklung des Teams und gehen konstruktiv mit Kritik um. Sie führen Ihre Mitarbeitenden mit Hilfe klarer Ziele und Spielregeln. Neben dem Abschluss einer Hotelfachschule oder einer Weiterbildung zum eidg. dipl. Betriebsleiter bringen Sie mehrjährige Führungserfahrung in einer ähnlichen Funktion mit.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld in einem einzigartigen Restaurant mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZFV-Unternehmungen

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



Das Spital Davos ist ein Akutspital der Grundversorgung mit integrierter Langzeitpflegeabteilung und insgesamt 75 Akut- und 32 Pflegebetten für die Spitalregion Davos.

In unserer Spitalküche werden täglich zwischen 300 bis 350 Mahlzeiten für Patienten, Mitarbeiter, Gäste und externe Stellen zubereitet. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. März 2011 oder nach Vereinbarung eine/n

Koch mit Zusatzfunktion als Pâtissier (oder Confiseur) 100% (w/m)

Ihre Aufgaben:

- Produktion und Fertigung von warmen und kalten Gerichten
- Produktion von Süss-Speisen und Gebäck
- Kontrolle am Verteilerband
- Mithilfe bei der Ausbildung von Lernenden
- Einhalten der Hygienevorschriften

Unsere Anforderungen:

- Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung als Koch
- Berufserfahrung in der Fertigung von Süss-Speisen und Kleingebäck
- Gute Fachkenntnisse und Freude am Beruf
- Saubere, effiziente und selbstständige Arbeitsweise
- Sehr gute Deutschkenntnisse
- EDV-Kenntnisse

Unser Angebot:

- Abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Aufgabe in kollegialem Team
- Angenehmes Arbeitsumfeld
- Attraktive Anstellungsbedingungen und Arbeitszeiten
- Weiterbildungsmöglichkeiten

Sind Sie an dieser abwechslungsreichen Tätigkeit in unserem Hause interessiert? Dann zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen. Wir freuen uns auf Sie.

Bei Fragen steht Ihnen Herr R. van de Velde, Küchenchef, 081 414 84 46, oder Herr Ph. Müller, Leiter Personalwesen, 081 414 84 12, gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an:

SPITAL DAVOS
Philipp Müller, Leiter Personalwesen, Promenade 4, 7270 Davos Platz
Telefon 081 414 84 12
pmueller@spitaldavos.ch
www.spitaldavos.ch



Darf Arbeit Spass machen? – Arbeit muss Spass machen!

www.kreuz.ch

Top-Stellen für junge Schweizer Gastroprofis
(eidg. Fachausweis)

Betriebsassistent/in für Réception und Hotelfachfrau für Housekeeping

Wir freuen uns auf deine Bewerbung.
Also, bis bald im «Chrüz z'Egerchinge»

Kreuzfidele Grüsse Mimi, Louis & die Kreuz-Crew



CONFISERIE SPRÜNGLI
Tradition seit 1836

Zur Verstärkung unseres Führungsteams am belebten Zürcher Paradeplatz suchen wir nach Vereinbarung einen

KÜCHENCHEF (100%)

In dieser spannenden und herausfordernden Funktion sind Sie verantwortlich für die Menugestaltung und Präsentation unseres Angebots. Engagiert führen Sie ein Team von sechs Mitarbeitenden, unterstützen diese aktiv bei der täglichen Arbeit und setzen Vorgaben sowie Ihre eigenen Ideen kreativ um. Weiter gehören die Bestellungen und die Einhaltung und Umsetzung der Hygienevorschriften zu Ihrem Aufgabengebiet.

Wir wenden uns an eine Persönlichkeit zwischen 35 und 45 Jahren mit abgeschlossener Kochlehre und einigen Jahren Berufs- sowie Führungserfahrung. Sie sind Koch aus Leidenschaft und setzen sich mit dem gastronomischen Umfeld und den Bedürfnissen unserer Gäste laufend auseinander.

Wir bieten Ihnen eine interessante Tätigkeit in einem gepflegten Tagesbetrieb, eine geräumige Küche mit Tageslicht und Einkaufsvorgünstigungen.

Möchten Sie sich dieser Herausforderung stellen? Dann richten Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an: Confiserie Sprüngli AG, Frau E. Bollhalder, Bahnhofstrasse 21, 8022 Zürich.

Confiserie Sprüngli AG
Bahnhofstrasse 21 8022 Zürich.
Tel. 044 224 46 46 www.spruengli.ch



HOTEL ALLEGRO BERN

KURSAAL BERN

Das 4* Superior Lifestyle Hotel im Kursaal Bern bietet stilvolles und trendiges Wohnen an zentraler Lage. Es ist Teil einer einzigartigen ALL IN ONE Dienstleistungskombination mit Kongress- und Kulturzentrum, Grand Casino sowie Bars und Restaurants.

Für unsere Verkaufsabteilung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen jungen, motivierten

Sales Manager (m/w)

Wir wenden uns an eine kontaktfreudige, selbständige und kundenorientierte Persönlichkeit mit einem repräsentativen und gewinnenden Auftreten, welche unsere Verkaufspolitik umsetzt. In dieser Position sind Sie verantwortlich für die Akquisition und Betreuung von Firmenkunden im Markt Schweiz.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung in der Hotellerie oder haben eine Hotelfachschule absolviert und können bereits Erfahrungen im Verkauf vorweisen. Fundierte Fremdsprachenkenntnisse (E / F von Vorteil) sowie Freude am Umgang mit anspruchsvollen und internationalen Kunden zeichnen Sie aus.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit mit Entwicklungspotential in einem modernen Umfeld und ein junges, engagiertes Mitarbeiterteam.

Wir freuen uns bereits jetzt, Sie kennen zu lernen! Bitte senden Sie Ihre umfassende Bewerbung an:

Hotel Allegro Bern AG
z.Hd. Alexandra Lemann, Leiterin Human Resources
Kornhausstrasse 3
3000 Bern 25
Tel: 031 339 55 00, e-mail: alexandra.lemann@kursaal-bern.ch



Das Tropenhaus ist ein attraktives Ausflugsziel und nimmt im Alpenraum die führende Rolle in der Nutzung erneuerbarer Energien ein. Es züchtet Stör und Kaviar in einer Aquakultur und Früchte im Gewächshaus. Der Gastronomie-Bereich beinhaltet die «Terrasserie» mit 75 Plätzen, das Fine Dining Restaurant «Esturgeon», kombiniert mit einer Bar/Lounge und einer Sommer-Terrasse mit jeweils 40 Plätzen sowie einen Eventbereich unter Palmen für rund 100 Gäste.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort einen

Sous-Chef (m/w 27–35 Jahre alt)

Sie sind diplomierter Koch mit Erfahrungen in À-la-Carte- sowie Bankett-Veranstaltungen und interessieren sich für eine abwechslungsreiche Küche rund um die Themen Fisch, Früchte, Saisonalität und Regionalität. Sie sind interessiert an der Weiterentwicklung der Dienstleistungen und des Angebots unter der Berücksichtigung von Nachhaltigkeit und Ökologie.

Sie kochen auf hohem Niveau, im Bereich Führung setzen Sie klare Akzente und besitzen Kompetenzen in Sachen Angebots- und Rezepttreue. Idealerweise haben Sie auch Erfahrung mit den lateinamerikanischen und asiatischen Kochkünsten. Ein junges und begeistertes Team erwartet Sie in einer tropischen Atmosphäre. Werden Sie Teil dieser Erfolgsgeschichte. Auf Ihre Bewerbungsunterlagen per E-Mail (ein Dokument als PDF) oder per Post, freut sich Barbara Bieri, Leiterin Finanzen & Dienste.

Tropenhaus Frutigen
Postfach 14, 3714 Frutigen
barbara.bieri@tropenhaus-frutigen.ch
Tel. 033 672 11 44



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

Sorell Hotel Zürichberg

Orellstrasse 21, 8044 Zürich

suchen wir per Januar 2011 eine

Gouvernante

Ihre Aufgabe: In dieser Funktion sind Sie für die Führung des gesamten hauswirtschaftlichen Bereichs zuständig. Sie koordinieren die Mitarbeitenden auf der Etage, überprüfen die Aufgabenerfüllung, leiten die Lingerie und erledigen den Einkauf in Ihrem Bereich. Sie sind verantwortlich für die Ausbildung unserer Lernenden und schulen die Mitarbeitenden. Im Weiteren kommt Ihre Kreativität in den verschiedenen, mehrmals jährlich wechselnden Dekorationen zum Ausdruck.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine Ausbildung sowie Weiterbildung im hauswirtschaftlichen Bereich und haben bereits mehrere Jahre Erfahrung als Führungskraft. Ihr Kommunikationsstil ist offen sowie klar in Deutsch, Englisch und Französisch – jede weitere Sprache ist von Vorteil. Zudem haben Sie sehr hohe Qualitätsansprüche, Ihre Arbeitsweise ist selbständig sowie initiativ und Sie verfolgen Ihre Ziele mit Eifer sowie Konsequenz. Belastbarkeit, Überzeugungskraft sowie Innovationsfähigkeit sind für Sie eine Selbstverständlichkeit. Sie sind mit Leidenschaft Gouvernante und haben Freude an Ihren Aufgaben.

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

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

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

Sorell Hotels Switzerland

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren
Traumjob
mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den
gewünschten Job-Code eingeben und
direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!



Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleiter	Region Mittelland (SO,AG)	J21821
Betriebsleitung Stellvertretung Jugendherberge	Region Mittelland (SO,AG)	J21822
Geschäftsführer/in	Region Zentralschweiz	J21692
Business Development Manager	Region Zürich	J21695
Restaurant Manager 90 %	Region Zürich	J21704
Geschäftsführer/in	Region Basel	J21675
Geschäftsführer/in	Region Basel	J21676

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales Manager	Region Zürich	J21886
Sales & Marketing Manager	Region Zürich	J21825
Head Marketing Services	Region Zürich	J21799
Sales Manager Hotel	Region Zürich	J21670

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Reception	Region Zürich	J21884
Receptionist/in	Region Zürich	J21887
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J21842
Chef de réception	Region Bern	J21848
Shift Leader	Region Bern	J21856
1. Réceptionistin/CH	ganze Schweiz	J21860
Receptionisten/in	Region Oberwallis	J21871
Réceptionist	Region Zürich	J21830
Receptionistin (w)	Region Zürich	J21800
Reservationssekretär/in	Region Oberwallis	J21810
Réceptionist / Direktionsassistent/in	Region Oberwallis	J21823
Nachtportier 40- 80%	Region Basel	J21492
Réceptionist/in	Region Zürich	J21708
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich	J21714
Réceptionistin/Chef de réception (w)	Region Graubünden	J21794
Rezeptionist/in	International	J21796
Receptionsmitarbeiter(in)	Region Mittelland (SO,AG)	J21798
Telefonistin 80%	Region Zürich	J21672
Chef Concierge	Region Genf	J21687

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
F&B-Assistentin	Region Schaffhausen	J21877
Verkäufer/in	Region Bern	J21840
VIP Serviceaushilfen/Hostessen	Region Bern	J21845
Verantwortlicher Take away	Region Bern	J21849
Leiter Gastronomie	Region Bern	J21850
Bankettsachbearbeiter/in	Region Zürich	J21826
Seminarfrontleiter (m)	Region Zentralschweiz	J21690
Stv. Geschäftsführerin (w)	Region Zentralschweiz	J21691
F&B Assistent (m)	Region Zürich	J21697
F&B Trainee (m)	Region Zürich	J21694

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous-chef	Region Graubünden	J21879
Küchenschef	Region Zürich	J21881
Sous-chef	Region Graubünden	J21882
Chef Entremetier	Region Zürich	J21883
Chef de partie	Region Bern	J21874
Commis de cuisine	Region Bern	J21875
Souschef	Region Schaffhausen	J21876
Demi-chef de partie	Region Oberwallis	J21839
Alleinkoch	Region Bern	J21841
Jungkoch	Region Bern	J21843
Sous-chef	Region Bern	J21844
Sous-chef	Region Zürich	J21828
Demi-Chef de Partie/Commis de Cuisine	Region Zürich	J21829
Gastgeber/in 80 - 100 %	Region Basel	J21804
Grilleur -Verkaufsmitarbeiter	Region Zürich	J21807
Köche	Region Graubünden	J21808
Chef pâtissier	Region Oberwallis	J21811
Commis de cuisine	Region Ostschweiz	J21812
Koch	Region Graubünden	J21819

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef pâtissier	International	J21835
Sous-chef	International	J21836
Chef de partie	International	J21834
Küchenschef	International	J21837
Koch	Region Zürich	J21707
Sous-chef	Region Graubünden	J21724
Chef de partie	Region Graubünden	J21715
Chef de partie	Region Graubünden	J21666
Küchenschef/in	Region Ostschweiz	J21703
Koch	Region Ostschweiz	J21705
Jungkoch 90 %	Region Ostschweiz	J21706
Chef de partie	Region Zürich	J21698

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Service-mitarbeiter/in	Region Zürich	J21885
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Bern	J21873
Gastgeberpersönlichkeit	Region Bern	J21846
Serviceaushilfe	Region Bern	J21847
Commis de rang	Region Oberwallis	J21851
Service-mitarbeiter/in	Region Bern	J21852
Chef de rang	Region Oberwallis	J21853
Chef de service	Region Oberwallis	J21854
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Bern	J21838
Stv. Restaurationsleiter	Region Bern	J21855
Servicefachangestellte	Region Zentralschweiz	J21858
Service-Aushilfe	Region Zürich	J21868
Service-mitarbeiter 80%	Region Zürich	J21869
Service-mitarbeiter/in	Region Zürich	J21870
Service-mitarbeiter/in	Region Zürich	J21806
Barfachfrau/-mann	International	J21831
Chef de rang	International	J21832
Demi-chef de rang	International	J21833
Stv. Chef de service Bankett	Region Zürich	J21801
Chef de rang	Region Zürich	J21802
Chef de rang	Region Zürich	J21824
Bankettaushilfe	Region Zürich	J21710
Restaurantleiter	Region Zürich	J21711
Service Mitarbeiter/in Rôtisserie	Region Zürich	J21713
Servicefachangestellte/r	Region Zentralschweiz	J21716
Restaurantfachfrau/-mann	International	J21795
Restaurantmanager Assistent/in (VAE - Dubai)	International	J21797
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Ostschweiz	J21667
Allrounderin für Service und Küche	Region Basel	J21677
Service-mitarbeiterin	International	J21679
Service-mitarbeiterin	International	J21680
Assistant Manager - Café Bars	Region Zürich	J21693
Service-mitarbeiter	Region Zürich	J21696
Restaurant Leiter/ Chef de Service	Region Ostschweiz	J21700
Chef de Rang 80 %	Region Ostschweiz	J21701
Service-mitarbeiter/in 80 - 90 %	Region Ostschweiz	J21702
Bankett-Aushilfen	Region Zürich	J21699
Betriebsassistentin/FrontleiterIn	Region Zürich	J21671

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Gouvernante	Region Oberwallis	J21872
Mitarbeiterin Hauswirtschaft	Region Zürich	J21878
Flexible Mitarbeiterinnen und Studentinnen (w)	Region Zürich	J21803

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Kosmetikerin	Region Graubünden	J21723
Kosmetikerin	International	J21678

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Metzger/Koch	Region Graubünden	J21859
Leiter/in Finanz- & Rechnungswesen	ganze Schweiz	J21809
Chef Concierge	Region Genf	J21689



Wir suchen per sofort (oder nach Vereinbarung) eine/n

SERVICEFACHMITARBEITER (M/W)

Wir bieten Ihnen einen herausfordernden Arbeitsplatz in unserem F&B Serviceteam in einem abwechslungsreichen und dynamischen Arbeitsumfeld mit internationaler Kundschaft und der Möglichkeit, eine Karriere bei Hilton zu starten. Für diese Stelle bringen Sie eine abgeschlossene Service-/Hotelfach-Ausbildung mit, fließende Deutsch- und gute Englischkenntnisse und vorzugsweise erste Serviceerfahrung in einem grösseren Hotel (kein Muss).

Ihre Bewerbung nimmt Herr Christian Schmid gerne elektronisch (christian.schmid@hilton.com) entgegen.

9166-537



Für unser dynamisches, innovatives und nicht alltägliches Seminarhotel Schützen*** mit Klinikbetrieb in Rheinfelden, suchen wir per sofort eine/n

Servicefachmitarbeiter/-in (100%)

Sie haben eine abgeschlossene Hotelfach-/Servicefachlehre, oder einige Jahre Berufserfahrung im Spiceservice. Es gefällt Ihnen, unseren Gästen ein kompetenter Gastgeber zu sein. Sie haben Power und sind kontaktfreudig.

Für diese Stelle setzen wir Deutsch als Muttersprache voraus.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Schützen Rheinfelden AG, Personaldienst, Bahnhofstrasse 19, 4310 Rheinfelden

Für eine erste Kontaktaufnahme stehen wir Ihnen jederzeit gerne unter Tel. 061 836 24 82 zur Verfügung. www.hotelschuetzen.ch www.hoteleden.ch www.klinikschuetzen.ch

8680-538

Zur Verstärkung unseres Teams für das Restaurant Bergblick in Aeschi b. Spiez suchen wir für die kommende Wintersaison (Januar 2011) folgende Mitarbeiter

- **Küchenhilfe/Allrounder (aktive Mithilfe in der Produktion und Fertigung)**
- **Aushilfe Servicemitarbeiter(in) 60%**

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung inkl. Foto per Post oder Mail.

Adresse: Herr R. Tanner, Kühnenhus, 3772 St. Stephan, Tel. 079 278 59 15. Oder Mail: rtanner@hotmail.ch

9184-539

S

Jobs auf dem Silber-tablett.

Wenn Sie etwas bewegen wollen, steigen Sie am besten bei der SV Group ein: In Sachen Gemeinschaftsgastronomie macht uns niemand etwas vor. Mit Kerntätigkeiten in der Personalgastronomie, im Care und Eventcatering, Hotelmanagement und in öffentlichen Restaurants bieten wir Ihnen spannende Möglichkeiten innerhalb eines der vielfältigsten Unternehmen der Branche. Und unser internationales Engagement sorgt für zusätzliche Dynamik in Ihrer Karriere.

Wir suchen per 1. Dezember 2010 eine/n motivierte/n

Mitarbeiter/in Empfang 100 %

Das Zurich Development Center in Zürich, ist ein Lern-, Arbeits-, Präsentations- und Konferenzzentrum der Zürich Versicherungs-Gesellschaft. Das Center ist 7 Tage/Woche 24 Stunden/Tag geöffnet. Der Betrieb umfasst 83 komfortable Hotelzimmer, 15 verschiedene grosse Labräume eingerichtet mit der modernsten technischen Infrastruktur, 2 Restaurants, 2 Lounges und diverse Outlets. Den Gästen steht ein Dienstleistungsangebot auf hohem Niveau zur Verfügung, welches zwischen August 2002 und Dezember 2008 auch durch externe Firmen genutzt werden konnte und ab 2009 ausschliesslich zum internen Gebrauch der Zurich zur Verfügung steht.

In Ihrer Funktion sind Sie für folgende Aufgaben zuständig:

Gästeempfang, Betreuung und Verabschiedung der Seminar- und Übernachtungsgäste, Mitverantwortung für das Kassawesen, Bedienung der Sicherheitsanlagen, der Telefonzentrale und für weitere in Zusammenhang mit dem Empfang stehende Aufgaben, flexible Arbeitseinsätze (7 Tage x 24 Stunden) Ablösung des Nachtporriers bei dessen Abwesenheit.

- Profil:**
- Abschluss einer Hotelhandelschule SHV und/oder Aus-/Weiterbildung im Empfangsbereich, oder Erfahrung im Empfangsbereich der gehobenen Hotellerie
 - Englisch und Deutsch in Wort und Schrift (interne Firmensprache ist Englisch), weitere Sprachkenntnisse von Vorteil
 - Freundliches, kundenorientiertes und gepflegtes Auftreten
 - Kommunikationsfähig, belastbar, flexibel und dienstleistungsorientiert

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

Robert Suter
Hotel Manager
SV (Schweiz) AG
Zurich Development Center
Kaltenstrasse 48
CH-8044 Zürich



International



The Royal Academy of Culinary Arts in Amman, Jordan and affiliate of Les Roches International School of Hotel Management has the following vacancies

**Pastry Instructor
Culinary Instructor**

Requirements
We are looking for highly motivated professionals, team players that have demonstrated a passion for excellence and are able to develop and instruct industry relevant curriculum. Successful candidates have a track record of achievements in leading international establishments.

Dedicated, the highest professional attitude, able to motivate and good theoretical subject knowledge are essential. Fluent in English at a First Cambridge Certificate level. Previous experience in training or teaching is of advantage but not a requirement. Excellent interpersonal skills, able to inspire, lead and educate young adults.

We offer
Guidance and training to enter the field of hospitality education
Expatriate financial package
New and purpose build teaching facilities
The excitement of being part of a new, national project
Exposure to an interesting country and culture

Applications
Should be sent via e-mail by the 30th November 2010.

Anton Würsch
Director
The Royal Academy of Culinary Arts
awursch@raca-lesroches.edu.jo

Managed & operated by



Svizzera italiana



7 ways to dine...

Für unsere etablierten SEVEN-Restaurants in ungezwungener Lifestyle-Atmosphäre in Ascona, suchen wir für die Sommersaison 2011 engagierte und front-orientierte Gastgeberpersönlichkeiten als ...

- Sushi Chef**
- Chef de Partie**
- Commis de Cuisine**

- Chef de Service / Sommelier**
- Chef de Bar**
- Service / Barmitarbeiter**

WAS SIE ERWARTET ...

Ein lebhafter, modern strukturierter Betrieb mit einer jungen und motivierten Brigade. Interessante Aufstiegsmöglichkeiten, zeitgemässe Anstellungsbedingungen an einem attraktiven Arbeitsplatz, faire Entlohnung.

WAS WIR ERWARTEN ...

Freundlichkeit, Aufgeschlossenheit, eine teamorientierte Persönlichkeit und den Willen, das Beste für unsere Gäste zu geben.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto & Referenzen.

Breuer & Co
Personalbüro
PF 892, CH-6612 Ascona
personal@seven-ascona.ch



seven ristoranti · bar · sea lounge CH-6612 Ascona
Tel. +41 (0)91 780 77 77 www.seven-ascona.ch

**hoteljob.ch – der
Online-Stellenmarkt
der htr hotel revue**

Für mehr Informationen zum führenden Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns über inserate@htr.ch oder 031 370 42 42



immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 46 / 18. November 2010



Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen
Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch Rubrik Beratung «Beraternetzwerk»

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

Sie haben einen Betrieb
zu verkaufen – zu vermieten
oder Sie suchen einen Betrieb?

Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe –
teilen Sie uns Ihre
Anforderungskriterien mit.

Wir sind auch die Spezialisten zur
Optimierung der Wirtschaftlichkeit von
Hotels, Restaurants, Um- und Neu-
bauprojekte. Eine erste Analyse zum
Aufzeigen der Verbesserungsmög-
lichkeiten ist kostenlos.

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

Zu vermieten / verkaufen
in einem Sommer- und Wintersportort im
Kanton Graubünden
per 1. Mai 2011 oder nach Vereinbarung

Hotel-Restaurant
Mit sehr guter und treuer Stammkundschaft

- Restaurant mit 75 Sitzplätzen
- 20 Aussensitzplätze
- 13 schöne Hotelzimmer mit allem Komfort
- 4-Zimmer-Ferienwohnung
- 5 Studios für 2 - 5 Personen

Der Betrieb bietet für solvente und ausgewiesene Fachleute eine gute Existenz. Idealerweise ist er Koch und sie arbeitet an der Reception.

Interessenten senden Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an Herrn Th. Marthaler.

Marthaler Treuhand & Revisionen
Gäuggelstrasse 20
7002 Chur
Tel. 081 250 45 90 Fax 081 250 45 91
E-Mail: info@marthaler-treuhand.ch

Zu verpachten:
Grosse Hotel-Tagungsliegenschaft am Zürichsee
60 Zimmer, Restaurant und diverse Tagungsräume, Hotel 3-Stern-Standard, eignet sich auch als Schulungszentrum
www.imhotel.ch
liliane.rentsch@imhotel.ch • Tel. +41 31 371 04 11

Zu verkaufen nach Vereinbarung
Hotel Restaurant 3 Rosen* in Biel**
Zentrale Lage, mit 17 Zi., Restaurant mit total 165 Sitzplätzen.
VP Fr. 2,95 Mio. inkl. Inventar im Wert von Fr. 350 000.–
Kontakt: S. Hunziker, 058 680 34 00 oder info@busos.ch

Hotelübernahme – Nachfolgeregelung – Neues Hotelkonzept!?!?

CH-Ehepaar in bestem Leistungsalter 48/44-j., ein Kind, mit reichlich Gastroerfahrung, sucht zur Realisation von einem neuartigen Hotel-Gastrokonzept per Herbst 2011-bis Frühling 2012 ein Hotel mit 30 bis 60 Zimmern zur Übernahme in Pacht mit Vorkaufsrecht, evtl. auch Partnerschaft möglich. Bei Partnerschaft evtl. auch früher möglich, wir sind jedoch noch bis Ende 2011 vertraglich an einen, durch Top-Eigenleistung gut funktionierenden, jedoch nicht eigenen Betrieb gebunden. Gute Eigenkapitalisierung zur Realisation vom Konzept ist vorhanden.

Wir suchen ein Hotel mit min. 3-Sternen-Standard, das zum jetzigen Zeitpunkt keine tollen Buchungszahlen aufweist und mit einem neuen Konzept auf Kurs gebracht werden kann. Das Hotel sollte im Grünen liegen, gute Wander- und Spaziermöglichkeiten müssten vorhanden sein. In der Nähe müsste ein Gewässer «See/Fluss» sein. Zum Hotel müsste noch etwas Umschwung gehören, für Aussenaktivitäten.

Besitzen Sie ein solches Objekt und suchen eine Nachfolgeregelung? Kontaktieren Sie uns unter Chiffre 9780-5301 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, für ein erstes Kennenlernen.

Anzeigen

Zu verkaufen: elektronische
Stempeluhren
ab Fr. 480.–

- ▶ Rechnende Ausführung ab Fr. 620.–
- ▶ Badge-System ab Fr. 995.–
- ▶ Stets rev. Occ. mit Garantie

Jaeggi Uhrenanlagen
Zentralfassung GmbH
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 044 202 34 61
www.jaeggi-co.ch
info@jaeggi-co.ch

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

htr hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi – immobilienrevue / marché immobilier

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Hombeier
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, Alain Hännli
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
- Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10
- Kaderrubrik / rubrique cadres / tourisme 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	Nr. 47/2010	Nr. 48/2010	Nr. 49/2010	Nr. 50/51/2010
– Ausgabe / Numéro	25. 11. 2010	2. 12. 2010	9. 12. 2010	16. 12. 2010
– Erscheint / Parution	25. 11. 2010	2. 12. 2010	9. 12. 2010	16. 12. 2010
– Anzeigenschluss / Délai	22. 11. 2010	29. 11. 2010	6. 12. 2010	13. 12. 2010

Anzeigenschluss / Délai: Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr Liegenschafts- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern / Numéros couplés: Nr. 27/28 / 8. 7. 2010 Nr. 29/30 / 22. 7. 2010 Nr. 50/51 / 16. 12. 2010

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

Auflage WEMF-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REMP 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten versagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.