

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 49

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

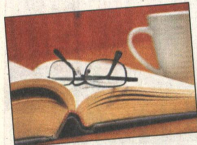
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 05.07.2025

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

**Gastronomie**

Vom Bistro bis zur Starbucks-Cafébar: Was Schweizer Buchhandlungen kulinarisch bieten.

Seite 17

Session

Die Einigungskonferenz der beiden Räte will die «kalten Betten» bekämpfen.

Seite 2

Verbier

Neu leitet der Franko-Amerikaner Yan Baczkowski Verbier Saint-Bernard. Eine untypische Besetzung.

Seite 20

Savognin

«Mit dem Verkauf der Savognin Bergbahnen wollen wir die Existenz der Region sichern.»

Seite 5

Leo Jeker, Verwaltungsrat Savognin Bergbahnen AG

**Klimaschutz**

CO₂ kompensieren. Nur wenn der Standard stimmt.

Auch wenn der Einkauf möglichst ökologisch gestaltet und Energie nachhaltig produziert wird: In der Regel bleiben CO₂-Rechnungen offen, die dann über eine Finanzierung von Klimagasreduktions-Projekten beglichen werden können. Allerdings gerät der Handel mit solchen CO₂-Zertifikaten zunehmend in Verruf: Maximal 30% der Zertifikate stammen aus halbwegs sinnvollen Projekten, schätzt man beim WWF Schweiz. Daran wird auch die morgen zu Ende gehende UN-Klimakonferenz in Cancun wohl nicht viel ändern. Verlass ist aber auf den so genannten «Gold Standard» und eine Kompensation im Inland. gsg

Seite 4

Weihnachtsmärkte**Häuschenlandschaften bringen Städten Tagestouristen**

Aktuell haben Weihnachtsmärkte Hochsaison. Die Tradition aus Marktständen mit handwerklichem, kulinarischem und kulturellem Angebot in der Adventszeit kennt man hierzulande seit Ende der 1970er-Jahre. Im Vergleich zu den berühmten Verwandten in Deutschland sind die Weihnachtsmärkte in der Schweiz noch jung. Und es gibt immer mehr. Allein in Zürich werden dieses Jahr drei neue Märkte und damit insgesamt zehn organisiert. Das Konzept Weihnachtsmarkt scheint bestens in eine Zeit zu passen, in der der Festtageinkauf nicht selten mit Hektik asso-

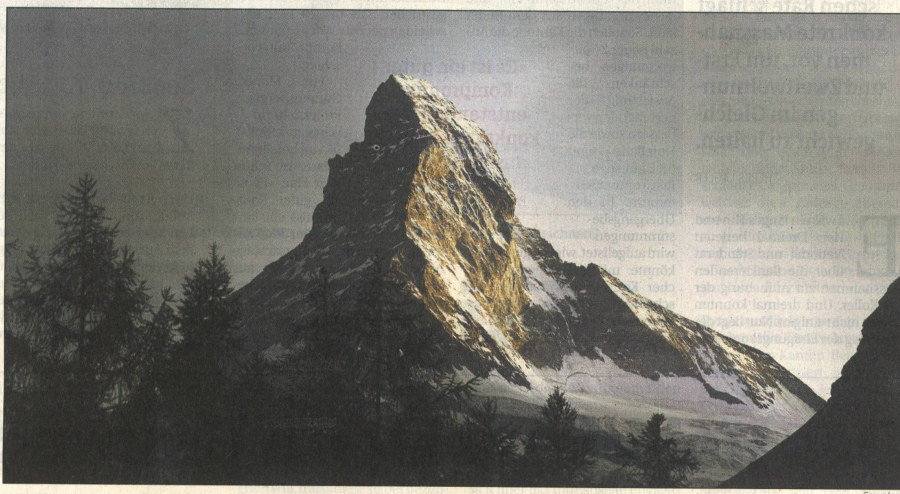


Ein Besucher bestaunt leuchtende Sternenlampen in Bern.

ziiert wird: laut einer Studie der Universität St. Gallen zum Einkaufsverhalten von Schweizer Konsumenten beabsichtigt fast jeder fünfte Schweizer (19,5%), seine Weihnachtspräsente auf einem der Märkte zu kaufen. Damit liegt diese Einkaufsform noch vor dem Internetshopping (16,6%).

Die von der hotel revue befragten Städte bestätigen die Attraktivität der stimmungsvollen Weihnachtsmärkte und bezeichnen sie als interessante Ergänzung zum lokalen Einkaufsangebot im Dezember, gerade für Tagestouristen.

Seite 13

Das «Horu» bringt's

Ein wichtiges USP für Zermatter Hoteliers: das Matterhorn. Ein Hotelzimmer mit Blick aufs «Horu» kostet denn auch mehr.

98 Prozent der Zermatter Hotels gehören den Burgern. Das bringt der Destination Nachhaltigkeit und Authentizität.

SIMONE LEITNER

Damit eine exklusive Destination wie Zermatt auch künftig im Fokus der Gäste bleibt, braucht es Investitionen. Schätzungsweise eine halbe Milliarde Franken wurde in den letzten fünf Jahren ausgegeben. Detaillierte Zahlen sind schwierig zu eruieren, da jeder Hotelier seine finanziellen Aufwendungen selber steuert. Sicher ist: Die Zermatter Hoteliers bauen 2 bis 3 neue Häuser im

Jahr, erneuern und entwickeln Konzepte. Und sie tun es nachhaltig: 98 Prozent der Hotels sind in den Händen der Zermatter Burger und werden der nächsten Generation übergeben. Ein Familienbusiness der besonderen, der erfolgreichen Art. Die Destination generiert im Winter 60, im Sommer 40 Prozent Logiernächte. Trotz des guten Sommergeschäfts ist die Wertschöpfung geringer, der Aufwand der Hoteliers aber grösser.

Ganz ohne Diskussionen geht es auch in Zermatt nicht: Ein Dauerthema, welches Zermatt Tourismus beschäftigt, ist die Kurtaxe. Sie liegt mit Fr. 2.10 deutlich unter dem kantonalen Maximum von Fr. 2.50. Eine Erhöhung auf das Maximum würde zusätzliche 800 000 Franken generieren, welche dem Gast zugute kommen sollen. Doch die Hoteliers lassen sich Zeit mit einer Erhöhung.

Seite 7 bis 12

Kommentar

Der Kanton Bern funkt dazwischen. Das passt ST nicht.



CHRISTINE KÜNZLER

Bern möchte als einziger Kanton mit Schweiz Tourismus (ST) einen Leistungsvertrag für die Grundwerbung abschliessen. Das ist Teil des erweiterten Tourismusförderungsgesetzes, das zurzeit in der Vernehmlassung ist. Der Kanton würde diese Kampagnen dann auch mit Staatsmitteln finanzieren. Das ist löblich und begrüssenswert. Damit würde er gleich lange Spiesse schaffen mit anderen Tourismuskantonen, die ihre Destinationen mit Staatsmitteln unterstützen. Und: Er hätte, so ganz nebenbei, ein Druckmittel.

«Möglich, dass ST unter Druck gerät, wenn sie den Bernern eine Sonderlösung zugesteht.»

chen in der Hand, um die schleppe Destinationenbildung im Kanton anzukurbeln.

Ob der Deal überhaupt zustande kommt, ist offen. ST möchte nämlich keine Leistungsvereinbarung mit dem Kanton abschliessen, sondern wie bis anhin mit den Destinationen direkt. Dass Direktor Jürg Schmid die Gelegenheit nicht ergreift, künftig nur noch mit einem Ansprechpartner verhandeln zu können, erstaunt. Hat er doch wiederholt geäußert, es sei nicht ganz einfach, mit den vielen Berner Ansprechpartnern zu verhandeln. Über die Gründe seiner ablehnenden Haltung lässt sich nur spekulieren. Möglich, dass die Dachorganisation unter Druck gerät, wenn sie den Bernern eine kantonale Sonderlösung zugesteht.

Seite 3

www.htr.ch

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

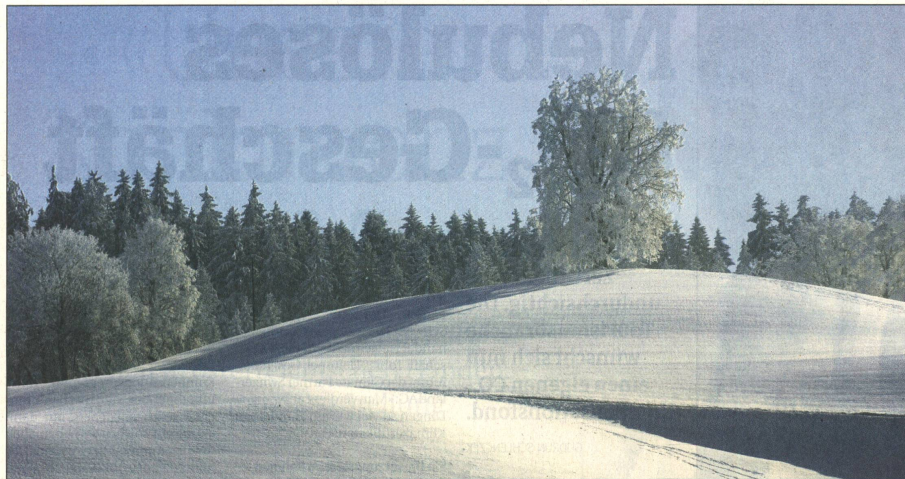


ANZEIGE

«Das 100% sichere Lohnprogramm für das Gastgewerbe. Wir möchten nichts anderes mehr!»

Carla Kuster-Cathomen, Hotel Belmont, Engelberg

MIRELA
www.mirela.ch



Die schneebefleckte Lueg im Emmental: Wird der Kanton künftig den Leistungsvertrag für die ST-Werbekampagne unterzeichnen?

Alan D. Bollat

Bern will. ST nicht.

Der Kanton Bern möchte mit Schweiz Tourismus eine Leistungsvereinbarung für die touristische Grundwerbung unterzeichnen. Das passt Schweiz Tourismus jedoch nicht.

CHRISTINE KUNZLER

Als erster Kanton will Bern mit Schweiz Tourismus (ST) eine Leistungsvereinbarung für die Grundwerbung der Destinationen abschliessen. Damit würde der Kanton nicht nur den Job der Destinationen übernehmen, die bis anhin mit ST direkt verhandeln, sondern auch die Finanzierung der

Kampagnen. Die Destinationen wären dadurch finanziell und personell entlastet und könnten die freiwerdenden Ressourcen anderweitig einsetzen.

Doch noch muss die entsprechende Änderung im Tourismusentwicklungsgesetz angenommen werden: Bis zum 10. Februar 2011 ist das Dossier in der Vernehmlassung.

Im Leistungsvertrag geht es um ST-Basiskampagnen, entsprechend den Bedürfnissen der Berner Oberländer Destinationen, der Stadt Bern und der Berner Mittelland. «Wer zusätzliche Kampagnen will, muss diese selber bezahlen», so der Volkswirtschaftsdirektor Andreas Rickenbacher. Er will mit diesem Vorgehen «ein gewisses Grundrauschen des Kantons» sicherstellen und der «Marke Berner Oberland Leben und Inhalt einhauchen».

Über die Höhe des Budgets für die ST-Grundwerbung, das jeweils für zwei Jahre genehmigt werden muss, will Rickenbacher nichts sagen. «Wir müssen dafür erst die gesetzlichen Grundlagen schaffen

und dann die Regierung und den Grossrat überzeugen.»

Schweiz Tourismus will lieber mit den Destinationen verhandeln

ST-Direktor Jürg Schmid freut sich über das touristische Engagement des Kantons, denn damit könne er die Marke Bern stärken. Eine Leistungsvereinbarung abschliessen will er aber «weiterhin direkt mit den Destinationen. Wir sind ein eingespieltes Team, sprechen die gleiche Sprache, und es funktioniert gut». Darauf angesprochen, dass ST nicht immer glücklich war mit den verschiedenen Berner Ansprechpartnern und lieber einen einzigen gehabt hätte, relativiert Schmid: «Wichtig ist,

dass sich die Destinationen gruppieren.» Das sei heute schon so. Rickenbacher, der davon aus geht, ST begrüsse die angepeilte Lösung mit der kantonalen Leistungsvereinbarung – wie sie in einem Vorgespräch signalisiert habe –, kommentiert den Sinneswandel Schmid nicht. Er wolle Meinungsverschiedenheiten «nicht über die Medien austragen. Ich habe mit Jürg Schmid im Vorfeld Kontakt aufgenommen und werde mit ihm Anfang Januar wieder zusammensitzen».

Für den Berner Tourismusprofessor Hansruedi Müller ist es «begrüssenswert, dass der Kanton die Basiswerbung unterstützt». Die Frage sei jedoch, wie. Es sei heikel, dass eine kantonale Verwaltung direkt mit ST einen Vertrag abschliesse. «Das Aushandeln und Überwachen einer Leistungsvereinbarung sollte über einen anderen Kanal laufen», findet Müller. Er sieht «ein schlankes kantonales Gremium», welches diese Aufgabe übernehmen könnte. «Eine Zwischenlösung wäre, dass der Kanton für die nächsten zwei Jahre als Partner von ST auftritt und dem Gremium so Zeit lässt, sich zu bilden.»

Tourismuskantone sind gegen die operative Einnischung

Dass der Kanton Bern die ST-Werbung finanziert, ist im Sinne der Destinationen, wie eine kleine Umfrage zeigt. Doch auch sie machen sich Gedanken bezüglich des Handlings. «Ich kann mir nicht vorstellen, dass eine Verwaltung die Koordination für die Basiswerbung übernimmt», sagt Beat Aneller, Direktor Thunersee Tourismus. «Das dürfte schon vom Zeitaufwand her nicht drin liegen.» Diese Koordination müsse von der Basis her geschehen, findet er. Auch Stefan Otz, Direktor Interlaken Tourismus, ist der Meinung, dass «der Kanton die zusätzlichen Mittel für die Marktbearbeitung schaffen, nicht aber ins operative Geschäft eingreifen» soll. Die Praxis der Gewaltentrennung bewähre sich in anderen Tourismuskantonen.

MICE-Preise steigen wieder an

An der MICE-Messe EIBTM in Barcelona wurde der neue «Industry Trends and Market Share Report» vorgelegt. Den besten Stand der 3125 Aussteller baute die Jungfrau-Region.

KARL JOSEF VERDING

Mit Spannung erwartet wurde der EIBTM-Report über die Trends und Marktanteile im Tourismus-Business des MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions,

Events). Auf der Nachfrageseite weist sich der medizinische Kongress-Sektor als der stabilste im durchgewachsenen wirtschaftlichen Umfeld des MICE-Geschäfts. Eine Schlüsselrolle spielt hier die pharmazeutische Industrie, die im 2010 wesentlich mehr neue und den Ärzten an Meetings zu präsentierende Produkte in der Pipeline hatte als im 2009. Der Markt dieser Produktkategorie wuchs 2010 um fast 6 Prozent und soll im 2011 um weitere knapp 7 Prozent wachsen.

Die Budget-Restriktionen für Business-Meetings werden weiter gelockert. Ihre Frequenz kam be-

reits im 2010 wieder zurück, aber der Durchschnittsertrag pro Teilnehmer weltweit fiel um 16 Prozent.

Ausgehend von Kernmärkten wie New York und London wird für 2011 wegen der weit intensiveren Auslastung der Kapazitäten eine scharfe Umkehr der Preise in die Aufwärtsschichtung erwartet. Aus dem gleichen Grund werden MICE-Business auch wieder länger im Voraus gebucht.

Auch im Markt der Incentives hat sich die Perspektive aufgehellt. Eine Umfrage der Incentive Research Foundation bei Veranstaltern und Kunden ergab, dass 66 Prozent der Befragten mehr Incentive-Aktivitäten im 2011 erwarten, und 77 Prozent noch mehr im 2012.

An der EIBTM 2010 präsentierten sich an Einzel- oder Gemeinschaftsständen 3125 Aussteller aus

mehr als 90 Ländern. Zum ersten Mal wurden die besten Stände ausgezeichnet – gewonnen hat das Jungfrau-Region-Marketing, für seinen optimalen Standaufbau. Der Jury-Präsident, Rob Allen, CEO der experimentellen Marketing- und Event-Agentur TRO, lobte den Berner Oberländer Aussteller. «Das Jungfrau-Region-Marketing hat ein Stück von den Alpen in die Halle gebracht. Durch den cleveren Gebrauch von Bildmitteln, Aufbauten und Kostümen wurde der Effekt eines Blockhauses erzielt.»

«Das Jungfrau-Region-Marketing brachte ein Stück der Alpen in seine Halle der EIBTM.»

Rob Allen
Jury-Präsident der Stand-Awards

Report-Download: www.eibtm.com

Schweizer lassen sich Ferienlaune für 2011 nicht verderben

Schweizer planen 2011 vermehrt in die Ferien zu gehen. Dies zeigt eine vom Mietwagenunternehmen Avis durchgeführte Umfrage. Schweizer Reisende organisieren sich aber durchaus kostenbewusst. Entsprechend halten sie aktiv nach den besten Angeboten Ausschau und versuchen, alle anfallenden Kosten so früh wie möglich zu kalkulieren und bewusst einzuplanen.

PostAuto lanciert «Augmented Reality» im ÖV

PostAuto bietet als erstes Unternehmen im öffentlichen Verkehr

der Schweiz eine Augmented-Reality-Anwendung an. Mit der neuen Dienstleistung kann man sich via Mobiltelefon über Ausflugstipps und Sehenswürdigkeiten informieren. Die ortsbezogenen Informationen in Echtzeit stammen aus der Datenbank «Freizeit-Klick» von PostAuto.

Schweizer Luftfahrtkunden organisieren sich neu

Die Kunden des Luftverkehrs haben eine neue Stimme: Mit Aviasuisse, dem Verband für die Schweizer Luftfahrt, bündeln sechs regionale Organisationen aus Basel, Bern, Genf, Lugano, St. Gallen und Zürich ihre Kräfte. Der Verband ersetzt die lose organisierte IGL Luftverkehr Schweiz. dst

Lucy strahlt, Festival stockt

Die neue Zürcher Weihnachtsbeleuchtung hat Tagestourismus-Potenzial. Dafür dauert es mit dem geplanten Light-Festival länger als gedacht.

ANDREAS GÜNTERT

Das Aufatmen war stadtweit spürbar: Mit der neuen Zürcher Weihnachtsbeleuchtung «Lucy», die mittels 12.000 Leucht-Kristallen deutlich romantischer strahlt als die technoiden Vorgänger-Röhren-Installation, hat Zürich wieder eine Advents-Illumination nach

Volksgusto. Das kann auch den Tagestourismus fördern, sagt Maurus Lauber. Der Marketingchef von Zürich Tourismus sieht den 2.5 Millionen Besuchern teuren Sternenhimmel (gesponsert von Firmen an der Bahnhofstrasse) als Ergänzung zum bestehenden attraktiven Angebot; Lucy könne ein zusätzliches Besuchsargument für Auswärtige sein. Zwar bewirtschaftet Zürich Tourismus den Tagestourismus nicht aktiv; Lauber glaubt aber, dass Lucy Schweizer in Basel, Bern, St. Gallen oder Luzern zu einer Stunde Bahnfahrt bewegen könne.

Weniger schnell als gedacht hingegen kommt die Idee eines «Zürich Light Festival» (siehe htr

vom 26. August 2010) vorwärts. Messe-Profi und Initiator Willi Gyger, der die Limmatstadt schon ab 2011 mit einem acht- bis elftägigen Licht-Festival beglücken wollte, muss sein Vorhaben aufschieben. Man sei zwar mit vier «ernsthaften» Sponsoren im Gespräch; weil aber deren Budgets für 2011 schon verabschiedet seien und weil es mit dem städtischen Bewilligungsverfahren länger dauere als gewünscht, könne das Zürich Light Festival «nicht vor November 2012» stattfinden, sagt Gyger. Der Initiator plant weiterhin ein Licht-Spektakel, das in der ersten November-Hälfte über die ganze Stadt verteilt stattfinden soll.

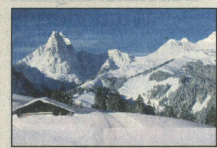
Aus der Region

Berner Oberland

Grindelwald ohne Kontingente für Zweitwohnungen

Die Gemeinde Grindelwald verzichtet darauf, den Zweitwohnungsbau mit Kontingenten zu begrenzen. Eine entsprechende Initiative ist an der Gemeindeversammlung deutlich abgelehnt worden. Die Stimmenden an der Gemeindeversammlung segneten aber eine Reihe von Massnahmen ab, die dazu beitragen sollen, die Probleme bei der Anwendung der bestehenden Vorschriften zum Schutz vor so genannten kalten Betten zu lösen.

Gstaad wird die Eröffnung neuer Bahnen feiern

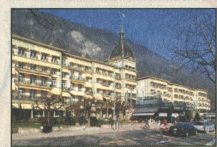


Die Bergbahnen Destination Gstaad AG weilt am 18. Dezember die Sesselbahn Chalberhöni-Vorderes Eggi und am 23. Dez. die Gondelbahn Rougemont-La Videmanette ein. In der Talstation gibt es ab 23. Dezember die neue Swissrent-Vermietstation mit Sport-Accessoires. Die neuen Installationen an der Rinderberg-Ronda sind «schneebereit».

Haslital Hotels starten in erste Wintersaison

Die zwei Meiringer Hotels Sherlock Holmes und Alpin Sherpa werden ab diesem Winter in der gemeinsamen Haslital Hotels AG geführt. Ziel ist es, die Synergien zwischen den zwei Hotels in den Bereichen Geschäftsleitung, Mitarbeitende, Marketing, Verkauf, Einkauf und Administration vollständig zu nutzen. Die Eigentümer der Hotelgesellschaften bleiben unverändert. Operativer Leiter ist Panos Perretes. Zusammen mit Monika Ellinger ist er in beiden Betrieben Gastgeber.

Victoria-Jungfrau: Spa ist wieder hergestellt



Zwei Monate nach dem Brand im «Victoria-Jungfrau» sind die Spezialreinigungsarbeiten beendet; der Russgeruch ist beseitigt. Der Poolbereich mit Hallenbad, Whirlpools und Solebad im Freien wird zu Weihnachten neu geöffnet. Der Wiederaufbau von Saunabereich und Damengarderobe, für die seit dem Brand eine Alternative bereit steht, dürfte noch einige Monate dauern. Vom Brand nicht betroffen war der ESPA. kvy

Valentine
Fritusen Tellerwämer Teigwarenkoher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

Aus der Region

Graubünden

Hotels 2010 mit
nur leichtem
Rückgang

Die Bündner Hotels haben im Tourismusjahr 2010 nur leicht weniger Übernachtungen verbucht als 2009. Die 5825 205 Logiernächte bedeuten gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 0,7 Prozent. Im langjährigen Vergleich liege das Gesamtergebnis über dem Mittelwert von 5,7 Mio. Übernachtungen, teilte Graubünden Ferien (GRF) mit. Im Winter 2009/10 betrug der Rückgang 0,3 Prozent, in der diesjährigen Sommersaison 1,2 Prozent.

Zentralschweiz

Hochstuckli:
Beschnieung mit
Windenergie

Die Elektrizitätswerke des Kantons Zürich (EKZ) haben bei der Talstation Sattel-Hochstuckli (SZ) einen 8 Meter hohen H-Rotor in Betrieb genommen. Die schmalen Flügel des H-Rotors drehen um die vertikale Achse. kfv



CO₂ löst sich nicht in Luft auf. Ein Betrieb kann seinen Ausstoss aber kompensieren, indem er Energiesparprojekte unterstützt.

Nebulöses
CO₂-Geschäft

Der Handel mit CO₂-Zertifikaten ist undurchsichtig. Die Tourismusbranche wünscht sich nun einen eigenen CO₂-Kompensationsfond.

GUDRUN SCHLENCEK

Wer seinen CO₂-Fussabdruck ganz verstehen will, kommt um eine CO₂-Kompensation kaum herum. Doch eine grüne Weste kann man sich damit immer noch nicht so einfach anziehen. Der CO₂-Zertifikatehandel steht in der Kritik, und der morgen zu Ende gehende Klimapfel in Cancun hat die Lage erst mal nicht verbessert: Der Exekutivrat des Clean Development Mechanism (CDM) im UN-Klimasekretariat hat angekündigt, für die umstrittenen Projekte zur Vernichtung des Treibhausgases HFC-23 (Fluorform) wieder Zertifikate auszugeben. Solche «Industriegasprojekte» findet die Non-Profit-Organisation myclimate in Zürich nicht unterstützenswert. Marketingchefin Kathrin Dellantonio: «So etwas unter dem Deckmantel des Klimaschutzes laufen zu lassen, das ist absurd.» Beim WWF in Zürich schätzt man, dass HFC-23-Projekte rund die Hälfte aller ausgestellten Zertifikate – und nicht-additionelle Projekte (solche, die auch ohne Kompensationsgelder realisiert worden wären) nochmal

20 Prozent – ausmachen. «Es dürften also maximal 30 Prozent der Zertifikate aus halbwegs sinnvollen Projekten kommen», schätzt Patrick Hofstetter von WWF Schweiz. Der weltweite Zertifikatehandel ist vielmehr ein dickes Geschäft. Tobias Heimpel, Geschäftsführer der Climate Partner Switzerland AG: «Man verdient an wenigen Dingen so viel wie am Handel mit Klimazertifikaten.»

Ein Umsetzungsziel im Rahmen
der Nachhaltigkeits-Charta

Das zuverlässigste Label im internationalen Zertifikatehandel ist der «Gold Standard», der eine nachhaltige und sozial verträgliche Entwicklung in der betreffenden Region garantiert. MyClimate setzt auf diesen, so weit machbar, so Dellantonio, und fördere ausschliesslich Energie-Projekte.

Kontrollierbare wäre eine CO₂-Kompensation im Inland. «Dann wird oft gefragt», konstatiert Othmar Hug, Marketingchef von Swiss Climate. Doch die rechtlichen Grundlagen für einen inländischen Zertifikatehandel würden gemäss aktuellem CO₂-Gesetz noch fehlen. Einer freiwilligen Kompensation steht dagegen nichts im Weg. Ein nationaler CO₂-Kompensationsfond für Tourismusprojekte ist denn auch eines der Umsetzungsziele im Rahmen der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus. Die Mehrheit der Unterzeichner (Verbände,

Regionen) sowie der acht Destinationen Berner Oberland sprachen sich bei der jüngsten Evaluation dafür und auch eine nationale Klassierung im Bereich Nachhaltigkeit aus. Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes meint jedoch: «Ein solches Kompensationsprogramm muss innerhalb der touristischen Branchen selbst entstehen, nur dann würde ein solches Vorhaben auch finanziell unterstützt werden.» Das hätten erste Abklärungen beim Staatssekretariat für Wirtschaft Seco ergeben, so der STV-Direktor.

MyClimate lanciert
«Branchenlösung Hotellerie»

Wie solche CO₂-Kompensationen in der Schweiz praktisch ausführen können, weiss man bei MyClimate. Kathrin Dellantonio könnte sich die Förderung eines Energieeffizienzprogramms für alle SAC-Hütten oder alle Ferienwohnungen vorstellen. «In den nächsten Jahren werden entsprechende Projekte entstehen», gibt sich Dellantonio zuversichtlich. Fürs erste lanciert MyClimate jetzt eine «Branchenlösung Hotellerie», die von der CO₂-Bilanz bis zur Kompensation reicht. Die Kompensationskosten steigen dabei mit der Anzahl Sterne: Bei einer Jugendherberge (2 Sterne) schlägt eine CO₂-Kompensation mit rund 25 Rappen pro Nacht zu Buche, beim 5-Sterne-Hotel mit knapp einem Franken.

«Ein Kompensationsprogramm muss in den touristischen Branchen selbst entstehen.»

Mario Lütolf
Schweizer Tourismus-VerbandSwiss Travel System ist ab
Jahresbeginn fahrbereit

Die SBB-Tochter, die den öffentlichen Verkehr der Schweiz im Ausland vermarktet, startet zu Jahresbeginn in Zürich.

ANDREAS GÜNTERT

Das feinmaschige ÖV-Netz der Schweiz ist einer der grössten touristischen Trümpfe des Landes. Um dies im Ausland gezielter zu vermarkten, haben die SBB und weitere Schweizer Bahnunternehmen die neue Firma Swiss Travel System gegründet, die der heutige Zürich-

Tourismus-Marketingchef Maurus Lauber ab Januar 2011 operativ führen wird (siehe htr vom 16.9.2010). Durch die Firmengründung, wie sie dieser Tage im «Schweizerischen Handelsamtsblatt» publiziert wurde, werden nun erste Details klar. Swiss Travel Systems wird den Firmensitz in Zürich haben; die Aktiengesellschaft ist mit 300 000 Franken kapitalisiert. Rund 15 Personen werden für den Start-up tätig sein, «weitgehend Mitarbeitende, die bisher im Incoming von Railaway tätig waren», sagt SBB-Sprecher Matthias Müller. Die SBB-Freizeitochter Railaway konzentriert sich ab 2011 auf die nationale

Vermarktung öffentlicher Verkehrsleistungen, kombiniert mit Freizeit-Aktivitäten.

Als VR-Präsident der neuen Firma wird in der Gründungsmittelung Vincent Ducrot genannt, heute noch Leiter des Bereichs Fernverkehr der SBB. Weil Ducrot aber die SBB nächstes Jahr verlassen und per Mitte 2011 neuer Direktor der Freiburger Verkehrsbetriebe TPF wird, ist zu vermuten, dass nach Ducrots Abgang ein neuer VR-Präsident für Swiss Travel System nominiert wird. Gemäss heutiger Hierarchie-Logik wäre dann Ducrots Nachfolger als Leiter des SBB-Bereichs Fernverkehr.

Inländer tragen Oktober-Plus

2,7 Mio. Logiernächte im Schweizer Oktober sind 1 Prozent mehr als im Vorjahr. Der deutsche Export- und Konjunktur-Boom zeigt hier keine Wirkung. Deutsche Logiernächte nahmen um 7,3 Prozent ab.

KARL JOSEF VERDING

Gemäss Bundesamt für Statistik gingen rund 1,4 Mio. Logiernächte

auf das Konto der inländischen Gäste (+21 000), ein Plus von 1,6%. Ausländische Gäste verzeichneten 1,3 Mio. Logiernächte, 0,5% mehr (+6500) als im Oktober 2009.

Trotz schwachem Euro gab es deutlich mehr Logiernächte von Gästen aus Frankreich: insgesamt 95 868, das sind 5 Prozent mehr als in der Vorjahresperiode. Die grösste absolute Logiernächtezunahme aller ausländischen Herkunftsländer entfiel im Oktober auf die Gäste aus Indien. Sie entspricht einem Plus von 11 000 Logiernächten gegenüber Oktober 2009 (+52%). Es

folgen die Gäste aus China (ohne Hongkong) mit plus 8300 Logiernächten (+23%) und die Gäste aus den USA mit einem Anstieg von 6200 Logiernächten (+5,7%). Mit einem Logiernächterückgang von 29 000 (-7,3%) verzeichnen die Gäste aus Deutschland die stärkste absolute Abnahme, gefolgt von Japan mit einem Rückgang von 5000 Logiernächten (-16%).

Das Waadtland hatte 23 000 Logiernächte mehr (+13%). Es folgen die Zentralschweiz und die Region Zürich mit Steigerungen um 19 000 (+7,6%) bzw. 18 000 (+4,4%).

Michel®
FRUCHTIGES VERGNÜGEN SEIT 1929

**Jetzt bestellen!
Michel in Aktion**

- .15 günstiger
33 cl PET
- .10 günstiger
20 cl Glas
- .20 günstiger
1 l Glas
- .20 günstiger
75 cl Glas

Aktion vom 1. bis 22. Dezember 2010 bei Ihrem Getränke-Grossisten

«Unsere Konkurrenz ist das Meer»

Die Aktienmehrheit der Savognin Bergbahnen ist neu in österreichischen Händen.
Leo Jeker nimmt dazu Stellung.

DANIEL STAMFPLI

Leo Jeker, Sie erhielten im Jahr 2006 den Milestone für Ihr Lebenswerk. Nun haben Sie es, die Savognin Bergbahnen, verkauft.

Die Auszeichnung für das Lebenswerk beurteile ich etwas anders. Ich durfte während Jahrzehnten für den ganzen Kanton sehr viel tun, nicht nur in der Region Surses. Mit dem Verkauf der Aktien der Savognin Bergbahnen AG ging es darum, die Existenz einer Region zu sichern. Dies waren die Beweggründe für die Einleitung eines Generationenwechsels auch im Aktionariat.

«Für uns war entscheidend, dass unser Berg weiter als Familienberg betrieben wird.»

Leo Jeker
VR Savognin Bergbahnen AG

Ausgerechnet mit dem Verkauf an die Österreicher, den grössten touristischen Konkurrenten der Schweiz? Die Konkurrenz zu unserem Alpenraum ist das Meer, das Wasser, und nichts anderes. Der Alpenraum ist als Ganzes eine Marke und ein Angebot, welches es zu verkaufen gilt. Alles andere ist kleinkariertes Denken und hat heute im globalisierten Tourismusmarkt keinen Platz.

Wie viel mussten die Käufer für das Aktienpaket hinblättern? Darüber wurde Still-schweigen vereinbart.

Konnten Sie in der Schweiz denn keine Investoren finden?

Wir haben in der ganzen Schweiz und in ganz Europa vor zwei Jahren Kontakte aufgenommen und diese sehr gepflegt. Es wurden sehr viele Gespräche geführt, auch mit ernsthaften Interessenten. Wir haben uns auf strategische Investoren konzentriert, die eine langfristige Disposition anvisieren und nicht einen kurzfristigen Gewinn.

Zur Person Bündner Touristiker und Politiker

Leo Jeker (geb. 1943) ist Verwaltungsrat der Savognin Bergbahnen AG. Zusammen mit Astrid Kuoni und Jörg Pool hat Jeker vergangene Woche 51 Prozent der Aktien an der Savognin Bergbahnen AG an die Österreicher Markus Schröcksnadel sowie Anton und Peter Schmid verkauft. Leo Jeker ist auch Vorstandsmitglied des Schweizer Tourismus-Verbandes und Bündner Grossrat (BDP). Vor einer Woche wurde er in seiner Wohngemeinde Zizers zum Bürgerpräsidenten gewählt. dst

Was erwarten Sie von den neuen Mehrheitsbesitzern?

Die drei Personen, die unser Aktienpaket übernommen haben, sind Bergler und beherrschen das Bergbahngeschäft bestens. Sie betreiben bereits heute sieben Skigebiete, primär auf Familien ausgerichtet. Für uns war entscheidend, dass unser Berg weiterhin als Familienberg betrieben wird. Diese Absicht haben unsere Nachfolger klar deklariert.

Wie viel Geld müssen die neuen Eigentümer für Investitionen in die Hand nehmen? Demnächst fallen grössere Erneuerungsinvestitionen an. Dafür ist neues Kapital notwendig. Im 2012 muss

eine ältere Sesselbahn erneuert werden. Die Investitionen dafür betragen rund 9 Mio. Franken. Die Gesamtinvestitionen in den kommenden Jahren belaufen sich auf gegen 40 Mio. Franken.

Es ist davon auszugehen, dass die neuen

Mehrheitseigner auch die Mehrheit im VR halten werden. Über das Schicksal der Savognin Bergbahnen wird also in Zukunft in Österreich entschieden. Aus Erfahrung mit diesen Leuten ist mir bekannt, dass sie immer sehr eng mit der Region, den Territorialgemeinden, der Alpkorporation und den Hauptträgern des Tourismus in der Region zusammenarbeiten. Sie haben dies andernorts schon bewiesen.

Es könnte doch auch ein geeigneter Schachzug der Österreicher sein, einen ausländischen Konkurrenten aufzukaufen und dann zu schwächen?

Das wäre eine fiese Unterstellung. Dies haben die betreffenden Personen überhaupt nicht nötig. Sie sind Unternehmer und ehrgeizig genug, Savognin weiter zu stärken und zu einem Top-Familienberg zu entwickeln.

Auch im Skirensport ist Österreich der Erzfeind der Schweizer. Und Sie verkaufen die Bergbahnen ausgerechnet dem Sohn des Präsidenten des österreichischen Skiverbandes, Peter Schröcksnadel. Das finanzielle Engagement von Markus Schröcksnadel hat mit seinem Vater gar nichts zu tun.

Aber die psychologische Wirkung ist nicht von der Hand zu weisen.

Es ist nun halt so. Peter Schröcksnadel hat einen Leistungsausweis. Dies soll zuerst jemand nachmachen. Das Unternehmerische, die Tätigkeiten der Familie und das jetzige Engagement von Sohn Markus Schröcksnadel muss man sauber trennen.

Auch das Sport- und Designhotel Cube in Savognin ist ein österreichisches Produkt. Wird Savognin zu einer österreichischen Exklave, oder sind Sie gar ein verkörperter Österreicher?

Ich bin Bündner, in den Bergen aufgewachsen, fühle mich mit den Gebirgstälern sehr verbunden und bleibe hier. Die Bürger wissen und schätzen, was ich mache und was ich geleistet habe. Für die Investitionen von 24 Mio. Franken in Bau und Betrieb des Cube ist die Region sehr dankbar. Ich möchte einen Bündner oder Schweizer sehen, der so viel investiert.

Standpunkt

Preiskampf im Internet – leider fehlt oft die Preisparität



JÖRG SCHMID

Leise rieselt der Schnee. Auch die Buchungen auf den Websites unserer Ferienhotels schneien hoffentlich rüchtig herein. Immer öfter klicken sich Gäste durch die schöne neue Online-Welt – auf der Jagd nach dem günstigsten Preis. Vergleichen lohnt sich, für den Gast wie für den Hotelier.

Denn ein guter Preis ist matchentscheidend. Dank übergreifenden Plattformen wie kayak.com, swoodoo.com und Co. sind Angebote sekundenschnell verglichen und stehen im globalen Schaufenster.

«Trauen Hoteliers den globalen Reservationsanbietern mehr als sich selbst?»

Im Zeitalter der totalen Transparenz hat man ihn am besten auf seiner eigenen Website; den besten Zimmerpreis. Der Gast lernt: Nachschauen auf der Hotelpage lohnt sich. Das schafft Vertrauen und Kundenbindung zum einen. Und bringt zum anderen mehr Ertrag: Denn damit entfallen die Kommissionen für Online-Vermittler. Statt diese hohen Abgaben zu entrichten, investiert man lieber in Gästedienstleistungen. Denn das Plus vor Ort begeistert und macht aus einem Kunden einen Freund des Hauses.

Nur ist die Realität leider eine andere: Eine aktuelle Studie der Schweizerischen Tourismusfachschule Sierre zeigt, dass nur gerade 41% der Hotels Preisparität zwischen ihren direkten Kanälen und den starken Online-Anbietern herstellen. Trauen Hoteliers also den globalen Reservationsanbietern mehr als sich selbst? Seien Sie, weil ihre Website noch zu wenig sichtbar ist oder über kein bequemes Buchungssystem verfügt. Sei es, weil die Zeit zur Pflege der eigenen Seite fehlt. Oder weil es an Software mangelt, um effizient die eigenen Preise mit den Bestsellern zu messen. Die Folgen sind fatal. Die fehlende Preisparität führt zu Buchungsverzögerungen und damit zu steigenden Abhängigkeiten und hohen Kommissionszahlungen. Das kann nicht sein. Ich plädiere für gleich lange Spiesse. So wahr man die unternehmerische Freiheit.

Jörg Schmid ist Direktor von Schweiz Tourismus.

Mystères thérapeutiques et littéraires de Trieste



ALEXANDRE CALDARA
RÉDACTEUR

Sur le thème
Voyage en Italie

O n y trouve la bora, l'étoile polaire et le farnedo. Bora claque comme une mâchoire percluse par le froid, elle signifie un vent glacial venu du nord-est sur l'Adriatique. Sous le nom d'étoile polaire se dissimule un café cosu que fréquentait James Joyce. Le farnedo désigne une petite forêt de chêne. Nous nous trouvons à Trieste, dans la ville à la meilleure qualité de vie d'Italie en 2009, selon le quotidien économique «Il Sole-24 Ore». Et pourtant le

chef-lieu de Frioul-Vénétie ne semble pas la destination qui aime le plus les amoureux de culture transalpine. Il ne faut pas compter sur Chateaubriand pour venir à sa rescousse: «Cette ville, régulièrement bâtie, est située sous un assez beau ciel, au pied d'un chaîne de montagnes stériles; elle ne possède aucun monument.» Et pourtant, à Trieste, mystère et exception semblent former un couple inséparable. Au bord de la mer, on trouve un petit hôtel modeste, qui res-

«Au bord de mer, un petit hôtel qui ressemble à tant d'autres et qui fonctionne autrement.»

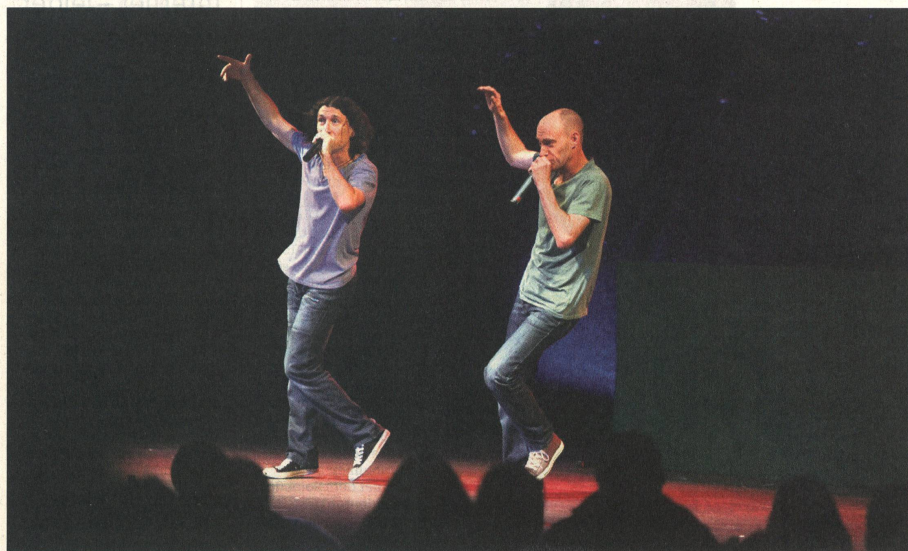
semble à tant d'autres. Mais le Tritone fonctionne autrement. Depuis 18 ans, cette coopérative sociale issue d'un hôpital psychiatrique permet de réinsérer des patients, de les sortir de leur environnement protégé. Et soudain dans un hall d'hôtel quand la

clé arrive moins vite que prévu ou que la réceptionniste écoute de la musique un peu plus forte, le client apprend à partager un moment de vie simple. Il aime ces petites aspérités qu'ailleurs on cache. Le Tritone ne cherche rien à prouver. Il existe c'est déjà ça. Il met en pratique l'antipsychiatrie, ce mouvement porté par Franco Basaglia, dans les années 1960, qui a voulu remettre la vie dans l'hôpital. Et les patients dans le flot de tous les jours avec ce cheval

bleu en carton venu faire la fête au milieu de tous, porté par l'énergie de la thérapie. Trieste célèbre les noces entre la folie et la raison. La ville est profondément littéraire, mais là encore pas de muscles saillants. Dans le parc, on peut s'endormir entre les bustes d'Umberto Saba et Italo Svevo, à coté quelqu'un viendra lire avec volupté. Il existe bien un itinéraire touristique inspiré par les auteurs. Mais seul l'imaginaire peut vous faire ressentir certaines beautés enfouies.



«Das Problem ist, dass viele Jungköche nach dem Lehrabschluss ihren Beruf aufgeben. Kochen ist ein Ausdauersport.»
René Schudel Fernsehkoch



Die **Umbilical Brothers** aus Australien: Der Auftritt der «vernabekten Brüder» war ein umjubelter Höhepunkt am **Arosa Humor-Festival**.

Kabarett-Legende Emil Steinberger eröffnete das 19. **Arosa Humorfestival**. Bis 12. Dezember sollen 24 Künstler aus dem In- und Ausland für Gelächter im Bündner Skigebiet sorgen.

KARL JOSEF VERDING

Emil präsentiert zum Auftakt auf 2000 Meter über Meer inmitten des Skigebiets das Programm «Drei Engel». Die kabarettistische Lesung habe sich im Laufe der vergangenen Jahre mehr und mehr zu einem eigenständigen Bühnenprogramm entwickelt – und entwickle sich immer noch weiter, sagte der 77-jährige Steinberger.

Dass mit Emil ausgerechnet eine Schweizer Kabarett-Legende das diesjährige Humorfestival eröffnet, ist kein Zufall. Der künstlerische Leiter Frank Baumann setzt heuer ganz bewusst vermehrt auf einheimische Unterhaltung.

So sind nicht weniger als zehn der insgesamt 25 auftretenden Künstler aus der Schweiz. Zum Beispiel das Duo Schlatter & Frey, Claudio Zuccolini, das Cabarett Divertimento, Michel Gammethaler oder Leo Wundergut.

Für die internationalen Glanzlichter sorgen unter anderen Mike Krüger, Rolf Müller, Alf Poier, Bodo Wartke oder die Umbilical Brothers aus Australien. Wie in den Jahren zuvor ist auch bei dieser Festival-Ausgabe das «Tschuggen»-Zelt der unumstrittene Dreh- und Angelpunkt der Aroser Humortreise.

Damit auch das Dorf wieder vermehrt in das Festivalgeschehen integriert wird, finden fünf Aufführungen auf der Blatter-Bühne des Bellavista-Hotels sowie eine unter freiem Himmel auf dem Postplatz statt. Nicht fehlen durfte auch in diesem Jahr die Vergabe der Aroser Humorschaukel: sie ging an Joachim Schoss von MyHandicap.ch.

Sessellücken

ST-Chef für Indien, Middle East, Afrika von Dubai aus

Innerhalb der Gruppe der Wachstumsmärkte von Schweiz Tourismus verlegt **Jörg Peter Krebs** seinen Arbeitsort von Zürich nach Du-



bai und wird von dort aus als Direktor IMEA (India, Middle East, Africa) sämtliche Marketing- und Promotionsaufgaben für die Golfstaaten, Indien und Afrika wahrnehmen.

Neuer Leiter für das Marketing bei Howeg

Pascal Perraudin (Bild) ist neuer Leiter Marketing bei Howeg, dem grössten Gastronomiebetriebskonzern der Schweiz. Er trat seine Funktion



am 1. September an und löste **René Kalt** ab, der sich selbstständig macht. Perraudin war zuvor für die Migros Gruppe in Zürich und für die GfK Schweiz in Hergiswil tätig.

Berner Oberland Bahnen AG: Wechsel im Verwaltungsrat

Der Regierungsrat des Kantons Bern hat seine Vertretung bei der Berner Oberland-Bahnen AG neu



geregelt. Für den seit 1993 im VR tätigen **Jürg von Känel**, ex-Direktor des Amts für Verkehr, wurde neu **Stephanie Dübi** für vier Jahre in den Verwaltungsrat delegiert. Die Juristin aus Bern arbeitet in der Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion des Kantons. Der Wechsel wird auf den 1. Januar 2011 erfolgen.

Neue regionale Personalleiterin der Rezidor Hotels

Andrea Löhning (44. Bild) verantwortet für die Rezidor Hotel Gruppe ab sofort das Personalmanagement



in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Italien, Spanien und Südosteuropa. Stationiert in Hamburg, berichtet sie direkt an Area Vice President **Jörg Schiffmann**. Sie folgt auf **Martina Wentz**, die Rezidor verlassen hat.

Lacher auf der Piste



Arosa Humorschaukel für **Joachim Schoss**, Gründer **MyHandicap.ch**.



Emil erhielt den **Arosa Humor-Füller** für sein Lebenswerk.



Highlight am zweiten Tag: das Duo **Schlatter & Frey**.

43 Diplomierte an der HF Thun

43 Diplomanden haben die fünf Semester der Ausbildung an der Hotelfachschule Thun mit Erfolg abgeschlossen und wurden mit dem Titel «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF» bzw. «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF» ausgezeichnet.

KARL JOSEF VERDING



Die Besten (v.l.): **Sarah Stacher**, Basel, 2. Rang (Preis Hotelier-Verein Berner Oberland), **Martina Huber**, Bern, 1. Rang (Preis hotelleriesuisse / Amari Hotels), **Martin Zehnder**, Schliern, 3. Rang (Preis Hotelier-Verein Gstaad-Saanenland).

Leben im Allgemeinen nützt. Und Sie haben in Kauf genommen, dass Sie während zweieinhalb Jahren keine Bäume fällen konnten. Natürlich auch in der Hoffnung, dass sich das langfristig irgendwie auszahlt», so Rohm.

Das Diplom erhielten:

Arnold Franziska, Oberrieden; Blattmann Tanja, Thun; Bode Philipp, Bern; Burger Deborah, Wetzikon; Consuegra Daniel, Basel; Czech Stefanie, Unterseen; Erhart Claudine, Basel; Furrer Steven M., Jegenstorf; Fuss Sarah, Bern; Hackl Fabian, Hochdorf; Hartmann Richard, Düsseldorf DE; Hirsbrunner Luzia, Uerkeims; Huber Martina, Bern; Hug Mischa, Thun; Jost Rahel, Thun; Keller

Andrea, Worb; Kern Mirjam, Rheineck; Lehmann Ann-Katrin, Kernenried; Lüdi Fabienne, Bern; Meier Jenny, Bern; Meyer Olivia-Angela, Ennetmoos; Müller Simon, Zürich; Pernone Manuel, Gumligen; Poffet Seraina Maria, Bätterkinden; Reber Therese, Schangnau; Rubin Barbara, Hohen bei Thun; Schär Lea Barbara, Thun; Schmid Sebastian David, Visp; Sieburgh Michiel Peter, Schliern; Spranzi Claudio, Oberwald VS; Stacher Sarah, Basel; Steuri Conny, Därligen; Thomann Sarah, Uttigen; von Büren Nicole Eveline, Erlinsbach; Walser Debora Eva, Bern; Weber Corinne, Hochdorf; Weber Reto, Oberhofen; Wehren Sandra Marina, Niedervangen; Wiesmann Stefan, Romanshorn; Wullschlegler Nicole, Emmenmatt; Zehnder Martin, Schliern; Zehnder Sandra, Bennau; Zehnder Stephan, Oberstocken.

Pullman Express der Rhätischen Bahn ab jetzt mit Piano-Barwagen

Pro Salonwagen RhB investierte Spendenmittel in den Ausbau des Wagens 3814 in eine Piano-Bar.

Die RhB erhält damit eine einzigartige Bereicherung ihrer Fahrzeugflotte. Mit einem Piano-Barwagen kann der Pullman-Zug der Rhätischen Bahn zu einem Erlebniszug der Sonderklasse ausgebaut werden. Von ihnen sind nur noch der Orient-Express und der Royal Scotsman übrig geblieben. Als Luxuszug in Meterspur ist der Alpine Classic Pullman Express

einzigartig. Die Pullman-Wagen der Rhätischen Bahn repräsentieren, wie die Bündner Grandhotels, einen Teil der lebendigen Geschichte des Bündner Tourismus. Sie sind die einzigen übrig gebliebenen Fahrzeuge aus einer prosperierenden Epoche. Ihre Gäste, sollten schon beim Umsteigen in Chur die besondere Aufmerksamkeit der Bündner Gastgeber spüren.

kjv



(v.l.): **Alby Glatt**, Pro Salonwagen (PS), **Willy Hochstrasser** (PS), **Martha Wiedemann**, Badrutts Palace, Taufpatin, **Jo Müller** (PS), **Sina Stiffler**, Historic RhB, **Martin Sturzenegger**, RhB, **Christina Bucher-Brini**, Standespräsidentin Graubünden, **Silvio Fasciati** (PS), Taufpaten.

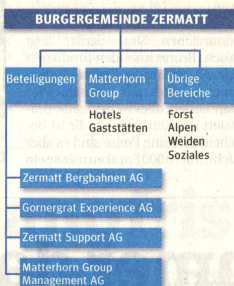
Zermatt: Der Luxus eines Elektromobils Seite 8; **Die Gastronomie mit 233 GM-Punkten** Seite 9;
Das Schwarznasenschaf als Delikatesse Seite 10; **Die Hotelkonzepte mit speziellem Flair** Seite 11 und 12



Trotz Familientradition: Verschlafen haben die Zermatter Burger nichts. Im Gegenteil, sie haben investiert.

Familien-Business: Wem in Zermatt was gehört

JULIEN Hans Peter Hotel Alpenhof	JULIEN Paul Hotel Julien	JULIEN Vrony Rest. Chez Vrony	JULIEN Heinz App. View House
JULIEN Ruedi Hotel Europe	JULIEN Daniela Pizzeria Pub	JULIEN Karin Hotel Admiral	JULIEN Daniela Hotel Chiesa Vallese
JULIEN Sepp Hotel Mirabeau	JULIEN Max Hotel Beau Rivage	JULIEN Norbert App. Casa Valassa	JULIEN Bernhard Hotel Matterhornblick
JULIEN Lemi Hotel Cour des Alpes	GRAND-JULIEN Annette Hotel Albatros	JULIEN Monique Hotel Primat Zurborgen	
TAUGWALDER Hans Hotel Polliux	TAUGWALDER Leander Restaurant Blatten	TAUGWALDER Familie Restaurant Fluhalp	
AUFDENBLATTEN Christof Hotel Rex	AUFDENBLATTEN Karin Hotel Rex	AUFDENBLATTEN Jörg Hotel Alpen Resort	
AUFDENBLATTEN Raoul Hotel Arca	AUFDENBLATTEN Alex Rest. Walliserkanne	AUFDENBLATTEN Andreas Rest. Dolce Vita und Alm	



Quelle: Bürgergemeinde Zermatt

Ganz Zermatt gehört den Burgern

Zermatt hat internationales Renommee und eine starke Bürgergemeinde. 98 Prozent der Destination ist in deren Händen. Und das soll auch künftig so bleiben.

SIMONE LEITNER

Zermatt, für die einen beliebte Feriendestination, für die anderen ein Prestige-Stopp auf ihrer Europareise. Das Bergdorf am Fusse des Matterhorns hat auf eine internationale Klientel genauso Ausstrahlung wie auf Schweizer Gäste-Prominente inklusive. Einen roten Teppich oder gar Blitzlicht-Gewitter von Paparazzi gibt es in Zermatt aber nicht. «Wenn Top-Shots in Zermatt weilen, wird das nicht publik gemacht», sagt Daniel Luggen, Direktor von Zermatt Tourismus. Ob diese Generation, die Banken finanzierten und die Burger bauten Hotels und Ferienwohnungen. «So läuft das heute noch, nur haben die jungen Hoteliers neben dem Bauland noch eine Ausbildung an der Hotelfachschule.» Burgerpräsident, Rechtsanwalt und Notar Andreas Biner ist aber nicht sicher, ob diese Generation mit der Fachausbildung a priori besser wirtschaftet als ihre Eltern. Sie haben aber immer noch ein Ziel: Alles soll sind 1500 Burger, die notabene das Geschehen in der Berggemeinde kontrollieren.

«Diese Generation von Gastgebern ist einmalig und hat sehr erfolgreich gearbeitet.»

Andreas Biner
Präsident Bürgergemeinde Zermatt

Burger kontrollieren nachhaltig ihre Heimat am Matterhorn

Dies tun sie nachhaltig. Bevor die Eltern ihren Kindern die Hotels übergeben, wird noch heftig investiert. «Die neue Generation, die ans Ruder kommt, wird in den meisten Fällen einwandfreie und bestes modernisierte Betriebe überneh-

men», sagt Andreas Biner, Präsident der Bürgergemeinde von Zermatt. Zudem generierten die einheimischen Gastgeber eine grosse Stammkundschaft, dies obwohl sie zum grössten Teil keine Hotelfachschulen besucht, keine Fachausbildungen genossen und keine fundierten Managementfähigkeiten mitgebracht haben. Die Leidenschaft für die Berge, den Sport und ihre Heimat hat die Hoteliers beflügelt. «Diese Generation von Gastgebern ist einmalig und hat mit viel Intuition sehr erfolgreich gearbeitet», so Biner. Und den Ferienort zu einem internationalen Top-Spot gemacht. Einem USP haben die tüchtigen Zermatter aber vieles zu verdanken: dem Matterhorn.

Land wurde immer vererbt

Zermatt, das Bergdorf, das von Familientradition und Landbesitz geprägt ist, wächst kontinuierlich. Denn Land war immer reichlich da, die Banken finanzierten und die Burger bauten Hotels und Ferienwohnungen. «So läuft das heute noch, nur haben die jungen Hoteliers neben dem Bauland noch eine Ausbildung an der Hotelfachschule.» Burgerpräsident, Rechtsanwalt und Notar Andreas Biner ist aber nicht sicher, ob diese Generation mit der Fachausbildung a priori besser wirtschaftet als ihre Eltern. Sie haben aber immer noch ein Ziel: Alles soll sind 1500 Burger, die notabene das Geschehen in der Berggemeinde kontrollieren.

«Wenn Topshots in Zermatt weilen, wird das nicht publik gemacht.»

Daniel Luggen
Direktor Zermatt Tourismus

Strasse nach Zermatt ist Thema

«Zweimal Umsteigen schreckt viele potenzielle Gäste ab, daher will die Mehrheit der Burger die Zufahrtstrasse nach Zermatt ausbauen und für die Gäste öffnen.» Das Projekt einer grossen Parkgarage vor Zermatt wird zur Abstimmung gelangen. Das Parkhaus in Täsch werde aber bei diesem neuen Szenario nicht Aussenseiter. Andreas Biner erklärt: «Der Preis wird entscheiden wer in Täsch oder eben bequemer in Zermatt parken wird.» Wenn die Einwohnergemeinde dem Begehren zustimmt, dann wird der Kanton Wallis entscheiden, ob die Kantonsstrasse ausgebaut werden darf. Auf jeden Fall würde auch der Golfplatz Matterhorn in Randa davon profitieren. Ob mit 9 oder den angestrebten 18 Loch – die Greens 15 Kilometer vor Zermatt sind derzeit für die Gäste zu wenig attraktiv. Auch für die touristische Zusammenlegung von Täsch und Zermatt wäre dieser Schritt von Vorteil. «Eine ausgebaut Strasse würde den schwächeren Sommer auf jeden Fall beleben.» Andreas Biner und die übrigen 1499 Zermatter Burger geben nicht auf. Das eben ist in ihren Genen.

So bequem gewinnt man Stammgäste.

happysystems
I want to sleep on happy-Bett.

Wäscherei Wyss

Schnell
Sauber
Sorgfältig

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

HOSPITALITY LINE

Solis
www.solis.com/hospitality

OctoPlus – die neue 8 kg-Klasse

Mehr Wert, weniger Kosten.
8 kg Waschmaschine und Trockner mit professionellem Trommelvolumen, Wasch- und Trocknungszeiten.

Infos unter
Telefon 056 417 27 51
www.miele-professional.ch

Miele PROFESSIONAL

Zermatt. Mobilität. Wer im autofreien Matterhorn Dorf ein Taxi ruft, fährt in einer Luxuslimousine: Das Elektromobil kostet 70 000 Franken. Und wer fachkundig die Berge besteigen will, bucht einen Bergführer.



Bruno Imboden
sitzt in einer
seiner Kreatio-
nen. Schon bald
wird das Elektro-
Taxi auf Zermatts
Strassen fahren.

Käufer rechnen für das Wunschgefahr. Wer aber extravagante Wünsche hat, wie beispielsweise den Bau eines Tankwagens, muss mit 200 000 Franken rechnen. Über diese Zahlen zu sprechen, bereitet Bruno Imboden keine Mühe. «Die Zermatter, die ein Elektromobil wollen, wissen genau, wie viel es kostet.» Die Legende hingegen, die Lieferzeit betrage mehrere Jahre, sei nicht wahr. Imboden lacht verschmitzt: «Wir liefern innerhalb von zwei bis acht Monaten.» An Bestellungen fehlt es nie, das Geschäft läuft gut. Sollte aber ein ausländischer Gast bei Bruno Imboden ordern wollen, stösst er auf Granit. «Wir bauen nur für Zermatt, Saas-Fee, Riederalp und Bettmeralp.» Da bleibt er stur. «Wir wollen ein kleiner Betrieb, bleiben», so Imboden.

mit bis zu 3000 Kilogramm Nutzlast in die Grundkonstruktion von gut 11 Kubikmeter eingebaut werden müssen.

Ein Lehrberuf ist Elektromobilbauer nicht. Dennoch: Bruno Imboden deckt den Bedarf in Zermatt nicht alleine ab. «Ich habe einen Mitbewerber», wie er betont. Das sei aber absolut in Ordnung.

Elektromobile fahren seit über 30 Jahren auf Zermatts Strassen

Die Wagen der ersten Stunde, gebaut im Jahr 1977, fahren immer noch. Die Technik ist ausgefeilt, die Karosserie aus Aluminium. «Das verhindert Korrosion und spart Gewicht». Mit 2000 Kilogramm liegen Elektromobile gut auf den winterlichen Strassen. Ihre Lebenserwartung beträgt 30 bis 40 Jahre. Das Herzstück ist die Batterie. Strom wird aus dem

«Mein Sohn steigt mit ins Geschäft ein und wird den Bereich Internet modernisieren.»

Bruno Imboden
Elektromobilbauer

Umzug in eine grössere Garage

Doch dem Fortschritt will er sich dennoch nicht verschliessen. Die unterirdische Werkstatt mit den engen Platzverhältnissen sei nicht mehr zeitgemäss. Eine neue Räumlichkeit wird im Sommer 2011 bezogen. Und auch das Internet hält in der Zermatter Firma Stimbo Elektrofahrzeuge Einzug. «Mein Sohn steigt mit ins Geschäft ein und wird bestimmt auch den Internet-Bereich modernisieren.» In der Familie Imboden ist die Nachfolge geregelt. Für Vater Bruno Imboden ein Glück. «Für meinen Sohn aber auch.» Der Fahrzeugbauer zeigt Humor und Berufsstolz.

Gut 500 Elektromobile sind im Ort zugelassen, darunter rund 40 Taxifahrzeuge. Kastenform und Masse von 1,40 mal 4 mal 2 Meter Höhe sind von der Gemeinde vorgegeben und tragen dazu bei, dass das dörfliche Fortbewegungsmittel als Markenzeichen erkannt wird. Eine Herausforderung für die Konstrukteure, wenn ein Abrollkipper oder eben ein Heizöltanker

Hausnetz eingespiessen. Je nach Alter der Batterie, Ladegewicht, Fahrweise, Jahreszeit und dem Steigungswinkel des Untergrunds muss sie täglich aufgeladen werden. Pro Ladung fallen zwischen drei und fünf Franken für Strom an. «Wer viel fährt, sollte eine Ersatzbatterie kaufen», empfiehlt Imboden. Doch auch diese sind kostspielig: Zwischen 6000 und 7000 Franken. «Dann kommt noch dazu, dass diese Batterie sehr schwer ist und nicht von Hand ausgetauscht werden kann.» Bruno Imboden beschönigt nichts. Die Elektromobile sind seine Leidenschaft. Er konzipiert, konstruiert und repariert sie.

Sogar zu Weltruhm gelangte das Zermattmobil: 1981 drehte Charles Jarrott, britisch-kanadischer Golden-Globe-Preisträger, in Zermatt den Film «Condorman». Eine Disney-Actionkomödie mit Michael Crawford. In dieser James-Bond-Parodie kämpft der Superheld mit verrückten Fahrzeugen gegen das Böse.



Die «Kutsche» vom Oeschinensee wird in Imbodens Garage revidiert.

Elektromobil: ein rechteckiger Luxus

Umweltfreundlich, etwas unbequem und ziemlich teuer: Das massgeschneiderte Elektromobil im autofreien Zermatt.

SIMONE LEITNER

Wir produzieren im Boden», scherzt Bruno Imboden und spielt auf seinen Walliser Namen an. In der Tat: Eine steile Treppe führt weit nach unten in die exklusive Autogarage. Wer nun aber an Luxusautos im her-

kömmlichen Sinn denkt, liegt falsch. Bruno Imboden produziert mit seinem Bruder Stefan Elektromobile. «Alles auf Wunsch, alles Handarbeit, alles individuell», prätisiert der Konstrukteur. Er ist bescheiden. Seine Preise sind es aber nicht: Mit 70 000 Franken müsste ein

«Wir haben am Berg immer das letzte Wort»

Als Bergführer erlebt der eidgenössisch diplomierte Wirtschaftsprüfer einen ganz anderen Alltag als im Büro. Gerade diese unterschiedlichen Welten inspirieren Reinhard Zeiter.

SIMONE LEITNER

Reinhard Zeiter ist Treuhänder mit eidgenössischem Fachausweis, Wirtschaftsprüfer und zugelassener Revisionsexperte. Sein Leben ist aber weit riskoreicher, als dies auf den ersten Blick scheinen mag. Er hat einen zweiten Beruf: Zeiter ist Bergführer in Zermatt. «Und das mit grosser Leidenschaft und gros-

sem Respekt», wie er sagt. Jedes Mal wenn Zeiter mit einem Gast unterwegs in den Bergen ist, fühlt er sich wohl und geniesst die Herausforderung. Mit Herausforderung meint Reinhard Zeiter aber weniger den Berg als den Gast. Und genau das sei das Spannende an seinem Beruf: «Wir treffen auf jeder Tour neue Voraussetzungen an, denn jeder Mensch ist anders.»

Als Profi erfasst er die Kenntnisse eines Gastes schnell

Ein routinierter Bergführer erkennt die Fitness und auch die Erfahrung eines Gastes bereits vor der Tour beim ersten Treffen. Auf die Frage, wie dies möglich sei, antwortet Zeiter so: «Die Körperhaltung, die Art wie jemand geht oder auch

die Schuhe bindet – all das sind Indikatoren, die Aufschluss über den Gast geben.» Reinhard Zeiter sagt das nicht etwa wertend, sondern weist vielmehr darauf hin, dass er den Menschen aus Sicherheit



Reinhard Zeiter ist
Bergführer aus
Leidenschaft.

heitsgründen möglichst schnell einschätzen muss. «Nur so können wir Bergführer grosse Risiken ausschalten.»

Einen Bergführer zu engagieren, ist bei Zermatter Touristen beliebt. Vor allem das mystische Matterhorn steht bei Schweizern und internationalen Bergsteigern ganz oben auf der Wunschliste. Sollte aber jemand den Anforderungen nicht gewachsen sein, dann ist es die Aufgabe des Bergführers, die Tour entweder nicht zu starten oder abbrechen. «Wir haben das letzte Wort.»

Reinhard Zeiter lässt keine Zweifel offen, dass er dieses Machtwort auch spricht, sprechen muss. Ganz nach dem Sprichwort, das unter den Bergführern gängig ist: «Besser den Gast unten im Tal verlieren als am Berg.»

Tödliche Bergunfälle gehören zu Zermatt wie die Berge

Dennoch, das berühmte Restriktio bleibt. «Stimmt, Unfälle passieren, das war früher so und ist heute nicht anders», so Zeiter. Trotz gutem Material, trotz modernen Hilfsmitteln. Schon nach einem Bergsteiger ist die begehrte Bergwelt rund um Zermatt zum Verhängnis geworden: Auf dem Zermatter Friedhof stehen Grabmäler, die tragische Geschichten erzählen vom Absturz

am Matterhorn oder einem anderen Viertausender. Solche Tragödien gehören zu Zermatt.

Einige können aber auch vermieden werden: «Die Rettungsdienste der Air Zermatt sind einmalig und haben schon vielen Gästen das Leben gerettet», betont der Bergführer.

Reinhard Zeiter ist nicht ausschliesslich auf grossen Touren unterwegs. Wenn das Wetter nicht mitspielt, gibt es im Matterhorn Dorf zahlreiche Alternativen. Sei es ein Seilpark oder die Möglichkeit des Eiskletterns – Zeiter begleitet seine Kundschaft gerne überall hin. «Dieses Freizeitangebot ist wichtig für die Destination und rundet unser Winter- wie Sommerangebot sehr gut ab.»

Zermatt. Genuss. Bereits die 233 Gault-Millau-Punkte machen die Destination gastronomisch einzigartig. Nun kommt noch ein Michelin-Stern dazu. Und der neu gekürte «Cigarman of the Year», Hans Peter Julen.



Der erste Stern in Zermatt leuchtet über dem Restaurant Capri im Mont Cervin Palace.

Mit Punkten und Stern

233 Gault-Millau-Punkte: Das macht der Zermatter Gastronomie kein anderer Schweizer Ferienort nach. Nun kommt auch noch der erste Michelin-Stern dazu. Im Restaurant Capri.

ELSBETH HOBMEIER

Die Zermatter Gastronomie ist top, «sie gehört zu den Weltbesten», sagt Tourismusdirektor Daniel Luggen zufrieden. Ein Blick in die Schweizer Ausgabe der beiden wichtigsten Gourmetführer liefert den Beweis. Gault-Millau 2011 listet im Bergdorf insgesamt 17 Lokale auf, die gemeinsam 233 Punkte in die Waagschale werfen können. Spitzenreiter ist mit 16 Punkten das Ristorante Capri im Mont Cervin Palace – Michelin geht offenbar einig mit dieser Rangierung, verleiht der Guide 2011 doch ebenfalls drei möglichen Sternen. «Wir sind stolz», sagen denn auch Kevin und Karin Kunz, das Direktorinnenpaar des Fünfsternehauses Mont Cervin Palace, in dessen viertem Stock das «Capri» logiert. Der



Das «Chez Vrony» in Findeln an der Skipiste ist legendär.

vor drei Jahren gestartete Coup, mit dem Sternerestaurant «Capri Palace» auf Capri ein Joint Venture einzugehen – dort Sommer-, hier Wintersaison für die Brigade unter

der Leitung von Oliver Glowig – hat sich bewährt. Glowig überzeugt mit frischem Meeresgetier und bester italienischer Küche, mischt damit die Restaurantszene im Bergdorf

nachhaltig auf und setzt neue Massstäbe. «Wir suchten bewusst einen Partner für den Zermatter Winter und wurden in Capri fündig», erklärt Kevin Kunz die Idee. Der Austausch klappt: Im Sommer arbeiten einige Zermatter Mitarbeiter aus Küche und Service in Italien mit, im Winter kommt Glowig mit einem Teil seiner Brigade an den Fuss des Matterhorns und belebt die Küche im Anbau des «Petit Cervin».

Gute Lokale im Dorf. Und in den Bergen.

Doch die Konkurrenz in Zermatt schläft nicht. Mit 15 GM-Punkten gut im Rennen liegt das «Le Gourmet» im Hotel Al-

Sterneköch Oliver Glowig.

penhof, wo Heinz Rufibach das Zepter führt. 15 Punkte haben auch Alain Kuster im «Corbeau d'Or» der Mirabeau Alpine Residence und Reinhold Wrobel im Grandhotel Schöneck. Zu ihnen gesellt sich ein bunter Reigen von 14- und 13-Punktern. Denn im Dorf, auf dem Berg und am Pistenrand kann man gut bis sehr gut essen. «Auf die Frage, welches Lokal das beste sei, gibt's in Zermatt zuerst eine Gegenfrage: Was wollen Sie essen?», sagt Daniel Luggen. Die Palette ist weit gespannt, sie reicht von Thai, chinesisch, japanisch, französisch, italienisch bis zu bodenständig und urchig schweizerisch. Aussergewöhnlich gut sind in Zermatt die Lokale mit «Bergfeeling»: Wer einmal im Walser Weiler «Zum See» bei Max und Greti die berühmten Pasta mit Riesencrevetten und zum Dessert die noch berühmtere Riesen-Crèmeschnitte genossen hat, vergisst dies nie mehr; wer einmal «Chez Vrony» in Findeln bei der Skifahrt einen Halt eingelegt hat und dann nach Trockenfleisch, Gnocchi oder einer währschaftlichen Röstli in die fellbespannten Liegestühle gesunken ist, schwärmt noch Jahre davon.

Auch die Fluhalp, das Gitzgädi, das Berghaus Grünsee und die Rifalp sind – um nur einige aufzuzählen – beliebte Halt- und «Tankstellen» für Skifahrer und Wanderer. Aber auch einfachere Gelüste lassen sich befriedigen – sei es am Bratwurstand an der Bahnhofstrasse oder beim legendären Guggelgrill der «Wilden Hilde» am Kirchplatz.

Ein neuer Plan: Die Zermatter

«Swiss Gourmetwochen»

Wenn es nach Kevin Kunz geht, wird Zermatt im Sommer 2011 eine weitere Lücke füllen und erstmals spezielle Genusswochen durchführen. Was in St. Moritz das Gourmetfestival und in Gstaad das Saveurs-

sollen im August 2011 die Zermatter «Swiss Gourmetwochen» werden – mit Betonung auf Swiss- und heimischen Produkten. Lammfleisch, Ehringer Kühe, Egl, Roggenbrot, Käse, Wein.

«Das Wallis hat alles in bester Qualität zu bieten», sagt Kunz. Das Konzept ist eingereicht, jetzt fehlt noch die Zustimmung der Gemeinde. Und das Mitmachen der Gastronomie.

«Wir müssen langfristig denken und investieren»

Hans Peter und Annelise Julen investieren Jahr für Jahr in ihr Viersterne-Superior-Hotel Alpenhof in Zermatt. Der neueste Streich ist die Zino-Davidoff-Lounge, die zum wichtigsten Wettbewerbsvorteil wird.

ELSBETH HOBMEIER

Facebook – das weiteste kam aus Kanada.

Dieser Titel verpflichtet! Wie oft rauchen Sie? Ich bin ein Genussraucher und genieße sehr gerne ab und zu eine Zigarre. Ganz gemütlich, wenn ich genügend Zeit habe.

Sie haben Ihrem «Alpenhof» eine neue, schöne Zino-Davidoff-Lounge angebaut. Ist sie für ganz Zermatt offen? Ja, sie ist öffentlich, aber Priorität haben unsere Hotelgäste. Als am 1. Juli 2009 im Wallis ein rigoroses Rauchverbot eingeführt wurde, wusste ich: Das



Hans Peter und Annelise Julen im neuen Fumoir ihres «Alpenhof».

mache ich nicht, meine Gäste bei Minusgraden und Hudewetter vor die Tür zu schicken. Da reichte ich sofort ein Bauge-

such ein, konnte im September den Bau starten und im Dezember 2009 die neue Lounge eröffnen.

Wird sie genutzt?

Ja, sie wird ausserordentlich geschätzt, zeitweise müssen wir Nicht-Hotelgäste abweisen. Es wird auch sehr gerne konsumiert, ich stelle eine Umsatzsteigerung fest. Aber die hohen Investitionskosten im Bereich einer Million Franken sind natürlich noch lange nicht wettgemacht. Ich sehe diese Lounge jedoch auch als Wettbewerbsvorteil für den Alpenhof.

Seit 1983 erweitern und renovieren Sie Ihr Hotel kontinuierlich. Was kommt als Nächstes?

So ein Hotel ist ein schwarzes Loch; wenn man es auf dem neusten Stand halten will, muss man ständig investieren. Wir müssen langfristig und nachhaltig denken, ganz speziell hier in Zermatt, wo die Konkurrenz mit rund 140 Hotels besonders gross ist. Ein jeder spornt den andern an. ... Als nächstes werden wir die Küche modernisieren. Und einige weitere Zimmer.

Sie präsidieren den Verwaltungsrat der Bergbahnen Zermatt. Sind dort alle Wünsche erfüllt?

Wir haben seit dem Jahr 2002, als vier Unternehmen zu einem fusionierten Unternehmen, insgesamt 300 Millionen Franken ins Skigebiet investiert. Es war ein grosser Nachholbedarf da; früher herrschte öfter ein Geist von «Investitionsverhinderung». Heute sind wir mit über 30 Anlagen sehr gut aufgestellt. Die nächsten zwei, drei Jahre sind wir in einer Konsolidierungsphase. Gewisse Abrundungen sind noch offen, etwa die Verbindung zu Italien mit einer Bahn Testa Grigia-Matterhorn.

Werden die Zermatter Bahnen auf die kommende Wintersaison hin teurer?

Ja, aber sehr geringfügig. Die Teuerung muss ausgeglichen werden. Diese Politik verfolgen wir seit Jahren, und sie hat sich bewährt.

Hans Peter Julen, Sie sind Gault-Millau-«Cigarman of the Year». Erhielten Sie Echos? Sehr viele und sehr schöne Echos sogar, über E-Mail, SMS,

Zermatt. Schafe. Das Schwarznasenschaf wird am Fusse des Matterhorns gezüchtet und in der Gastronomie als Delikatesse serviert. Der Hotelier und Schäfer Ruedi Julen erzählt im Stall von seiner Leidenschaft.



Das Schwarznasenschaf mit seinem typischen dunklen Gesicht, hellem Pelz und gebogenen Hörnern ist seit alters her im Mattertal zu Hause.

Zu Besuch bei Wolli & Co.

Wolli, das Schaf aus Zermatt, ist nicht nur Bilderbuchfigur. Das Schwarznasenschaf ist auch eine beliebte Delikatesse. Mit dem Hotelier Ruedi Julen vom «Europe» zu Besuch im Stall.

ELS BETH HOBMEIER

Jeden Mittwochnachmittag zieht ein als «Wolli das Schaf» verkleideter Mensch durch Zermatts Strassen und lässt sich mit strahlenden Kindern fotografieren. Und in so manchem Feriengepäck reisen danach die Bilderbücher «Wolli im Winterland» und «Wolli am Matterhorn» mit heimzu. Jeden September wird am Schäferfest auch eine gehörnte «Miss Zermatt» gekürt. Keine Frage: Das im Mattertal beheimatete Walliser Schwarznasenschaf ist eine wichtige Persönlichkeit im Bergdorf.

Erwachsene schätzen diese Schafasse ebenso, aber vor allem auf dem Teller, als saftige Lammkeule, als Lammhüftli, Lamm-entrecôte, Trockenfleisch oder Lammwurst. Zum Beispiel im Restaurant «Schäferstube», wo abends auf dem offenen Feuer frisches Zermatter Lamm gebraten wird. «Es ist ein besonders schmackhaftes Fleisch und bökelt überhaupt nicht», sagt Ruedi Julen, der Besitzer des benachbarten Viersternehotels Europe.

Der Hotelier, der als Hobby Schafe züchtet

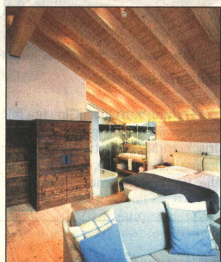
Ruedi Julen muss es wissen. Denn er präsidiert nicht nur die Vereinigung der Zermatter Schäfer, sondern ist auch Lieferant allen ein-



Das Schwarznasenschaf grüsst von Wänden und als Sitzfell.

heimischen Lammfleisches, das in der «Schäferstube», dem «Alpenhof», dem «Mirabeau» und im «Europe» – also in seinem und seiner Brüder Hotels – serviert wird. Sobald er seinen eleganten Markenpullover mit einer Fleecejacke und alten Jeans vertauscht, wandelt er sich auch vom Hotelier zum Schaf-

züchter und steigt glücklich hinauf gegen Zmutt zum Stall, wo er nach Jahreszeit 200 bis 250 Tiere hält. Die wuscheligen, auffallend zutraulichen Schäfer mit schwarzem Gesicht und langem weissem Fell freuen sich offensichtlich über den Besuch ihres Meisters. Ruedi Julen kennt sie, sie kennen ihn. Er weiss auch, welche Tiere genau jene



Holz, Stein, Glas, Stoff und Leder prägen die neuen Zimmer.



Ruedi Julen mit einem jungen Schwarznasenschaf.

Zeichnung aufweisen, die für die Zucht vorgeschrieben ist: Auf den Knien ein schwarzer Fleck, auf den Hinterläufen ein schwarzer Punkt, schön gebogene Hörner, sowohl bei männlichen wie bei weiblichen Tieren. Jedes Jahr kommen in diesem Stall rund 100 Jungtiere zur Welt.

Werden sie nicht zur Weiterzucht auserkoren, dann sind sie in vier bis fünf Monaten schlachtreif. Den Sommer verbringen sie auf der Alp in bis zu 3000 Metern Höhe und ernähren sich von guten Kräutern. «Es sind liebe Tiere, berggänglich und genügsam», sagt Julen, «und es ist ein schönes Hobby für mich». Er ist seit seinem 14. Lebensjahr ein «Schäfer» – heute gemeinsam mit einem Bruder und zwei Kollegen.

Höhepunkt im Züchterleben sind die Ausstellungen. Jeweils im Frühling und im Herbst reist Julen mit seinen besten Tieren hinunter nach Visp. Dort werden sie rundum gekämmt und geblüht, auf dass sie als Schönste prämiert werden. «Wir Züchter kennen das schon einige Tricks», lacht Ruedi Julen und erzählt, dass ihn auch schon hin und wieder der Zermatter Dorfoffe an die Ausstellung begleitet...

Begehrtes Fleisch, frisch oder getrocknet

Während der Preis für Schafwolle von einst zwölf auf heute noch

zwei Franken gesunken ist und damit im geschäftlich uninteressanten Bereich dümpelt, ist das Fleisch begehrt wie noch nie. Das meiste geht frisch in die familieneigenen Restaurants, Ruedi Julen produziert aber auch Trockenfleisch, das aufgehängt wird und bei einer Luftfeuchtigkeit von 62 bis 68 Grad reift. Auch für die alte Walliser Spezialität «Gsottus» wird getrocknetes Schaffleisch verwendet – man muss allerdings suchen, um das Gericht, das die Familien noch zubereiten, auf einer Speisekarte zu entdecken.

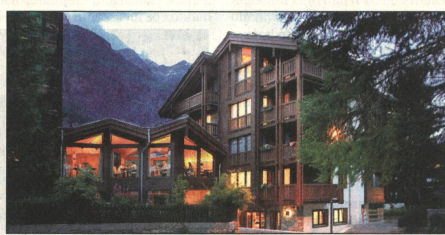
Das Schwarznasenschaf ist auch in Julens soeben ausgebautem Viersternehaus Europe (siehe unten) allgegenwärtig. Im Wellnessbereich bildet ein Schafhorn den Türgriff zur Sauna, in den neuen Hotelzimmern schmücken Fotos von Schafen die Glastrennwand zur Dusche und die Wände. In der Lounge laden weiche Schaffelle zum Hineinkuscheln, Schwarznasenschafe zieren die Tapete. Und sogar zum Kaffee an der Bar gibt's ein kleines Schaf – ein süßes aus Guetzi Leins.

Hotel Europe Und immer wieder grüsst das Schaf

Mitten in Zermatt und doch ruhig und mit Blick aufs Matterhorn – das sind die Attribute, mit denen das Hotel Europe seit vielen Jahren wirbt. Mit der Einweihung des neuen Anbaus und eines Verbindungstrakts zwischen Bisher und Neu sind mehrere Vorzüge dazugekommen: Das «Europe» ist in den Viersternebereich vorgerückt, hat den bisherigen 23 Zimmern 16 neue beigegeben, hat einen futuristischen Wellnessbereich sowie eine gemütliche Bar-Lounge zu bieten.

Vor Kurzem noch eine Wiese, seit Juli 2010 ein neuer Anbau
«Hier war vor Kurzem noch eine Wiese», sagt das Hotelier-Ehepaar

Ruedi und Marianne Julen. Im Mai 2009 wurde mit dem Anbau an das bestehende Hotel begonnen, ein Jahr später, am 1. Juli 2010 war er bezugsbereit. Während die Zimmer im Haupthaus traditionell möbliert und mit Bildern aus Zermatts Geschichte dekoriert sind, wurde für die 16 neuen Räume eine deutlich andere Sprache gewählt. Hier dominieren Holz, Stein, Glas, Stoff und Leder im Designer-Stil. Und es grüsst das Zermatter Schwarznasenschaf von Wänden und (als Fell) von Stühlen – das Züchter-Hobby des Hausherrn (siehe Text oben) wurde zum Thema. Gekonnt umgesetzt wurde diese Thematik von Julens Schwester Marie-Christine, welche in Los Angeles als In-



Hotel Europe mit Anbau und Verbindungstrakt.

nenarchitektin tätig ist. Das Schaf ist zwar präsent, bleibt aber dezent – bei einem Rundgang durchs Haus kann das Entdecken der immer

wieder überraschenden Details zum ganz persönlichen Spiel für den Gast werden. Auch im Wellnessbereich: In puristischer, an-

sprechender Architektur laden Ruheraum, Saunen, Dampfbad und Whirlpool zum Entspannen ein. Holz, Stein und Glas auch hier. Lichter setzen wohnliche Akzente, und beim Öffnen der Glastüren fasst man an das perfekt gebogene Horn eines Schafs...

Im neuen Restaurant wird die Gourmethalbpension serviert

Im Zwischentrakt eingerichtet wurde zudem ein neues, helles Restaurant. Hier wird die bei Hotelgästen beliebte Gourmethalbpension mit einem Fünfgangmenü serviert, während die Bar mit ihren Schaffelhockern sehr bald zum Treffpunkt vor oder nach einem Zermattbummel geworden ist. eho

Zermatt. Innovation. Als erstes Zermatter Minergie-Hotel ist das «Firefly» ein ökologischer Vorreiter. Für die Umsetzung dieses Projekts musste Zeit und vor allem auch Geld investiert werden – 20 Millionen Franken.

Erdnähe und Erdwärme

Das «Firefly» ist das erste Minergie-Hotel von Zermatt. Mit ihrem selber erdachten und verwirklichten «Glühwürmchen» haben Michael und Maria Kalbermatter Massstäbe gesetzt.

ELSBETH HOBMEIER

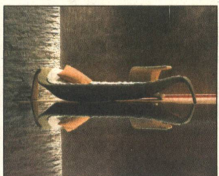
Die Idee eines eigenen Hotels wurde einst in den ersten gemeinsamen Ferien von Maria und Michael Kalbermatter geboren – in der Firefly-(Glühwürmchen)-Bar auf der Karibik-Insel Moustique. «Wir wollten diese Erinnerung lebendig halten», erklärt das Ehepaar die Namenswahl für sein vor zwei Jahren eröffnetes Haus. Das Projekt brauchte Zeit. Denn ins Konzept flossen alle guten und weniger guten Erfahrungen, welche die Kalbermatters auf eigenen Reisen machten. Begrenzte Frühstückszeiten, unappetitliche Reste-Buffets, die Berechnung aller möglichen Extras – all das kam für ihr Haus nicht in Frage, wussten sie. Im Gegenteil: Der Gast solle sich im «Firefly» möglichst frei fühlen und nicht jeden Wunsch extra berappen müssen. Das Frühstück wird in der eigenen Suite gepflegt aufgedeckt, bestellt wird was das Herz begehrt. Jede Suite verfügt über eine moderne Küche, wo nach Kochaktionen alles stehen gelassen werden kann. «Unsere Gäste schätzen es, sich mal selber etwas Kleines zuzubereiten oder sogar mit Freunden zu kochen», sagt Maria Kalbermatter. Ein eigenes Skilehrer-Team, ein schöner Wellness- und Fitnessbereich mit Personal Trainer, die Kletterwand im Sommer und Eisbahn und Eisstock-Anlage im Winter – das «Firefly» will möglichst viele Wünsche erfüllen.

«Wir wollten ein kleines, exklusives, persönliches Haus»

Preislich positioniert sich das Viersterne-Superior-Hotel bewusst im oberen Segment. Das zeigt auch die Grösse und Ausstattung der 14 Suiten, die auf 30 bis 154 Quadratmetern mit Livingroom, Cheminée, Essplatz, offener Küche und Schlafzimmern mit eigenem Bad zwei bis acht Personen Platz bieten.



Blick in den Livingroom einer der 14 Suiten.



Zum Relaxen lädt der grosszügige Wellnessbereich ein.



Der Weinkeller wurde in den Fels hinein gebaut und steht für Degustationen offen.



Altes Holz prägt die Fassade des «Firefly».



Maria und Michael Kalbermatter in der Bar 55.

Die vier Elemente Feuer, Wasser, Erde und Luft bestimmen die Farbe der Einrichtung. Objekte wie die Baumstamm-Stühle des Künstlers Spoon setzen Akzente. «Das Hotel ist unser drittes Kind, wir wollten ein kleines, persönliches, exklusives Haus», sagen Michael und Maria Kalbermatter. Sie wohnen mit Tochter und Sohn im selben Gebäude, sie konzipierten und führen das Hotel selber – beide als berufliche Quereinsteiger. Michael Kalbermatter, gebürtiger Zermatter, ist Unternehmer mit eigenem Transport- und Taxigeschäft, seine bay-

rische Frau Maria war im Bankfach tätig. Investiert haben sie rund 20 Millionen Franken, die Bauzeit zog sich wegen des grossen Volumens und nötiger Felsprengungen über zweieinhalb Jahre hin.

Pionierrolle mit dem ersten Minergie-Hotel für Zermatt

Bewusst gefällt wurde auch der Entscheid für alternative Energie und eine Minergie-Bauweise, dies als erstes Hotel in Zermatt. Geheizt wird mit Erdwärme via Erdsonden, die Fenster sind dreifach verglast, die Lüftung ist ein ausgeklügeltes System. «Dank der Bauführung, die ich selber übernahm, kenne ich die ganze Technik des Hauses von A bis Z», sagt Michael Kalbermatter. Selber gesucht hatte er auch das Altholz für die Fassade und den in den obersten Suiten sichtbaren Dachstock; «altes Holz wird immer schöner, ohne dass man später viel tun muss», erklärt er seine Philosophie.

Die Bar 55 wird abends zum gut frequentierten Treffpunkt

Ein wahres Bijou ist der in den Fels eingelassene Weinkeller, der einen schönen Rahmen für Degustationen bietet, oder für spontane Partys mit eigenem Trockenfleisch und gepflügten Weinen. Und jeden Abend gut frequentiert ist die bis zwei Uhr morgens offene Bar 55 mit gemütlichem Kaminfeuer und Billardtisch.

Online Marketing – mit Profit Blended Learning Lehrgang – BLL

Sie wollen morgen mehr neue Gäste dank wirkungsvollem Internet-Marketing generieren und Gäste zu Stammgästen machen? Dann brauchen Sie den richtigen Mix zwischen klassischem Marketing und dem heute wichtigen strategischen Online-Marketing. Am modernen BL-Lehrgang gestalten Sie diesen Mix aktiv gemäss sorgfältiger Analyse und gleichzeitiger Optimierung Ihres eigenen Online-Marketings.

Ziele

- Sie analysieren Ihren eigenen Internet-Auftritt und setzen Tools ein, mit denen Sie die Effizienz Ihrer Website überprüfen können.
- Sie erkennen Optimierungspotenziale und sind in der Lage, das Internet gewinnbringend für Ihr Unternehmen einsetzen zu können.
- Sie lernen die wichtigsten Begriffe und Funktionsweisen kennen, damit Sie Anpassungen und Entwicklungen richtig steuern, begleiten und kontrollieren können.
- Sie lernen den richtigen Mix mit Ihrem klassischen Marketing kennen und ergreifen konkrete Massnahmen für Ihren wirkungsvollen Auftritt.
- Sie erarbeiten und präsentieren Ihr umsetzungsreifes Online-Marketingkonzept.

Vorkurs:	CHF 400.00
Hauptkurs inkl. Impulstag:	CHF 950.00
Prüfung:	CHF 300.00
Gesamtpaket pauschal:	CHF 1500.00
Vorkurs und Hauptkurs pauschal:	CHF 1250.00

Gesamte Kursdauer: 24. Januar bis 10. Juni 2011 (max. 15 Kursteilnehmer)

Auskunft und Anmeldung:
hotelleriesuisse
Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon +41 (0)31 370 43 01
Telefax +41 (0)31 370 42 62
www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Zermatt. Konzepte. Ausgefallen, ansprechend und vor allem unverwechselbar sollten neue Hotels sein. Wenn Zermatter Burger für Gäste bauen, dann mit viel Sinn für das Aussergewöhnliche.

Wenn Kunst bewohnbar wird

Als Künstler, Designer und Architekt setzt Heinz Julen seit 20 Jahren Akzente – nicht nur im Wallis. Nun baut er sein eigenes Hotel in Zermatt.

SIMONE LEITNER

Vor 20 Jahren hat Heinz Julen einen architektonischen Meilenstein gelegt. Mit dem Event- und Kulturzentrum Vernissage im Herzen des Matterhornorfes machte der junge Designer von sich reden. Gäste aus aller Welt lobten die urbane Bar, die Kunstgalerie und natürlich den unbeschreiblich exotischen Kinosaal. Julen scheute sich nicht, auf 1600 Meter – inmitten Viertausendern – Beton und Glas mit Holzelementen zu mischen und auch nicht, alle Möbel vom Barhocker bis zum Cheminée selber zu bauen. Seine Kunstwerke an, gefiel und verkaufte sich weltweit.

Die 20-jährige Erfahrung hat den Zermatter Künstler aber nicht

Eröffnet Hotel: Heinz Julen.

konventioneller gemacht. «Das neue Backstage Hotel wird die Gäste überraschen», verspricht Julen. Daran zweifelt niemand. Mittlerweile wird Heinz Julen von Zermatt um Rat gebeten und auch mal kopiert. Wohl kein anderer Burger hatte eine so grosse Medienpräsenz wie er. Positive und auch negative. Wie damals, als das Hotel Into scheiterte. Darüber spricht Heinz Julen heute unverkrampt.

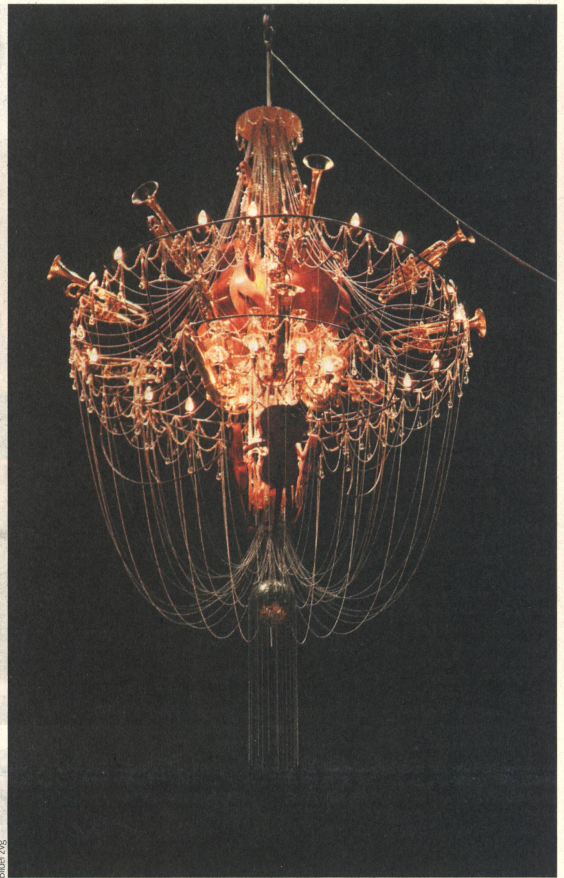
Doch im Zentrum steht für ihn nun sein neues Projekt, das Backstage Hotel, das vor Weihnachten eröffnet wird. «Wir sind schon ausgebucht.» Heinz Julen kann sich aber nicht zurücklehnen. Er sei mit den Ausbauarbeiten bis zum letzten Tag beschäftigt. Das Konzept spricht, wie es für Julen nicht unüb-

lich ist, eine biblische Sprache. Der Wellnessbereich ist in sieben Würfel eingeteilt, die die Schöpfungsgeschichte erzählen. «In unserer themenbezogenen Wellnesslandschaft werden Körper, Geist, Kunst, Musik und Natur vereint.» Ein Erlebnis der anderen Art eben, ein Erlebnis à la Heinz Julen. Als eines der markantesten Einrichtungsobjekte nennt er den Unplugged-Leuchter, der in der Lobby des Hotels hängen wird. Und immer zur Eröffnung des Zermatt-Unplugged-Festivals wird der Leuchter «wie in einer Prozession ins Zelt getragen». Symbolik ist für Heinz Julen essenziell.

Fakten Backstage Hotel auf dem «Vernissage»

Das «Backstage» bietet 6 Cube-Lofts, in welchen Kunst bewohnt werden kann, 6 Doppelzimmer-Deluxe mit freistehender Badewanne und Blick auf die Berge und 7 Doppelzimmer mit Cheminée-Ofen. In den Bau wurden rund 10 Mio. Fr. investiert. Als dominierende Materialien wählte Heinz Julen Nussbaumholz und Chromstahl. Die Zimmerpreise bewegen sich zwischen 490 und 600 Fr. pro Nacht. Das Café im Hotel wird öffentlich zugänglich sein. sls

Der Unplugged-Kronleuchter wird in der Lobby des neuen Backstage Hotels hängen.



«Matthiol» mit viel Design und Detailliebe

Um in Zermatt ein neues Hotel zu positionieren, braucht es ein spezielles Konzept. Das «Matthiol» setzt auf Design und eine ehrliche Küche.

SIMONE LEITNER

Betty Summermatter hatte einen Traum. Die Zermatterin wollte ein Hotel bauen, welches bis ins kleins-



Benjamin Mohr, Küchenchef (L), Betty Summermatter, Gastgeberin, Mitbesitzerin und VR-Mitglied, mit Manuel Berger, Hotel-Manager.

te Detail ihre Handschrift trägt. Die Gastgeberin hat denn auch alles selber konzipiert und umgesetzt. Als tragendes Element des Hotel Matthiol im Zermatter Winkelmaten-Quartier diente eine Pflanze namens Matthiola. Die satte Blüten-Farbe Lila hat Betty Summermatter so sehr inspiriert, dass sie Lila als Farbakzent im Hotel aufgenommen hat.

Im ganzen Haus sind es die Details, die den Gast überraschen. Luxuriöse Tapeten schmücken die Wände, hochwertige Möbel laden zum Relaxen ein, und eine aussergewöhnliche Wellnessanlage lässt

die Herzen nach dem Ski- oder Snowboardtag höher schlagen. Das Hotel Matthiol wurde im letzten Jahr eröffnet und erfreut sich einer guten Auslastung. «Wir fokussieren auf eine gemischte Klientel aus aller Welt», fasst Manuel Berger, stellvertretender Gastgeber, zusammen. Der 26-jährige Hotelmanager hat sein Metier von der Pike auf gelernt: Zuerst eine Kochlehre, dann die Hotelfachschule Thun. Berger ist stolz auf das Hotel Matthiol. Und auf das gastronomische Konzept: «Wir legen abends viel Wert auf eine ehrliche und top-frische Küche.» Für 60 Franken kann der Gast ein

Drei-Gang-Menü essen. Frühstück gibt es von 8 bis 13 Uhr, «das reichhaltige Buffet und unser Abendessen schätzen auch Gäste, die nicht bei uns wohnen», unterstreicht Manuel Berger die kulinarische Ausrichtung, die vor allem regionale Produkte verwendet. Auch der Weinkeller mit Schwerpunkt Wallis liegt dem jungen Hotelier am Herzen.

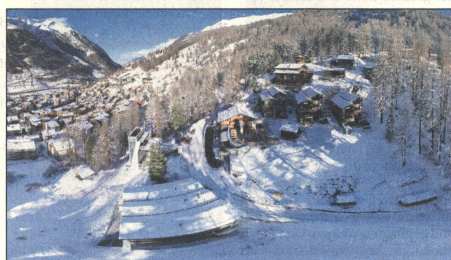
Die 23 Zimmer und Suiten kosten pro Nacht zwischen 450 bis 1000 Franken. Und wer den Promifaktor sucht, der findet ihn: Bond-Regisseur Marc Forster ist Freund des Hauses und Investor.

Drei neue Chalets fürs «Cervo»

Das Hotel Cervo gilt als edelste «Jagdhütte Zermatts». Gerade richtig zur Wintersaison wurden drei weitere Chalets fertig. Damit stehen 33 Zimmer bereit.

ELSBETH HOBMEIER

Morgen startet das Hotel Cervo in seine zweite Wintersaison. Das Konzept hat sich bewährt: Hier das Haupthaus mit Restaurant, Lounge und Bar, dort die «Wohn-Chalets» mit Zimmern und Suiten. Doch das noch so junge Hotel wurde bereits erweitert: Mit den drei neuen Chalets verfügt das «Cervo» jetzt über 33 Zimmer, welche viel Intimität bieten, aber auch direkt mit dem Hauptgebäude verbunden sind, so dass Gesellschaft findet, wer diese sucht. Jedes der Chalets bietet einen eigenen grossen, luxuriösen Wellnessbereich mit Outdoor-Jacuzzi. Das Frühstück könnten sich die Gäste in ihre Suite bringen lassen, in



Mit den drei neuen Chalets verfügt das «Cervo» jetzt über 33 Zimmer, welche auch direkt mit dem Hauptgebäude verbunden sind.

einem originellen Picknick-Korb – «aber das will fast niemand, die Leute treffen sich morgens gerne am Zmorgetisch», stellen Daniel Lauber und Seraina Müller als Chefs des «Cervo» fest. Um das Frühstücksbuffet noch grosszügiger präsentieren zu können, bauten sie jetzt einen neuen Raum an. Zudem erweiterten sie das Restaurant mit zwei neuen Stuben auf 70 Plätze. Dies war nötig, wurde doch die von Seraina Müller geführte «Cervo»-Küche mit bereits 13 Gault-Millau-Punkten schnell zum Geheimtipp. Ab 12 Uhr gibt's bis spät nachts durchgehend warme Küche, was auch beim Après-Ski sehr geschätzt wird: Die direkt an der Abfahrt von der Sunnegga liegende Cervo-Bar gilt als idealer Einkkehrschwung.

Das Viersterne-Plus-Hotel im Stil einer Jagdhütte – Daniel Lauber ist ein passionierter Jäger – hat sich in-

nerhalb der grossen Zermatter Hotelkonkurrenz schnell als besonderes Haus etabliert. Die bewusste Vermarktung über Social Media brachte nicht nur viele jüngere und neue Gäste nach Zermatt, sondern im November auch einen «Milestone» für Seraina Müller und Daniel Lauber mit entsprechendem Medienecho. «Die Buchungslage ist für den Winter bereits sehr gut», betont das junge Paar, das 20 Mio. Franken in sein selber entwickeltes Projekt investiert hat. Was Seraina Müller zudem besonders freut: Die Wochengäste essen – obwohl bewusst keine Halbpension angeboten wird – drei- bis viermal im «Cervo»; «das ist eine Bestätigung meiner Küche», sagt die Chefin. Als Rennrennter nennt sie ihr Osso Bucco, die Wachtelbrüschchen, die Côte de Boeuf, den Cervo Burger. Und ganz speziell die Cervo Fries mit Trüffelöl.

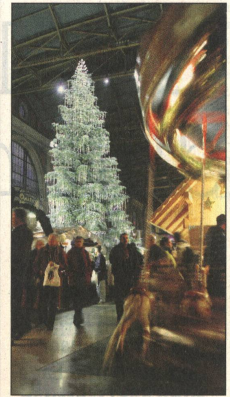


Hotellerie

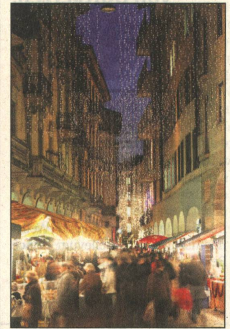
In Basel öffnet ein neues Design-Hotel seine Pforten: das Hotel D.
Seite 15



Der älteste Weihnachtsmarkt der Schweiz auf dem Barfüsserplatz in Basel führt rund 150 Stände.



Christkindlmarkt Zürich: Der grösste gedeckte Markt Europas.



Der Mercatino Natalizio in der Via Nassa in Lugano.

Entschleuniger im Advent

Lebkuchenduft in der Nase, gebrannte Mandeln im Mund, besinnliche Lieder im Ohr und eine Glühweinasse in der Hand: Wer dieser Tage über Weihnachtsmärkte schlendert, kann sich mit allen Sinnen auf die bevorstehenden Festtage einstellen. In der Schweiz kennt man die beschaulichen Holzhäuschenlandschaften erst seit drei Jahrzehnten (siehe Zweitext). Seitdem kommen regelmässig neue dazu – dieses Jahr in Zürich gleich deren drei, so am Bellevue zum Beispiel. «Weihnachtsmärkte sind eine wertvolle Ergänzung zum kommerziellen Einkaufsgeschäft im Dezember», stellt Maurus Lauber von Zürich Tourismus fest. Sie würden eine «Entschleunigung im Weihnachtshopping» bringen und auf das Fest einstellen; dies wirke sich vor allem positiv auf den Lokal- und Tagestourismus aus. Denn: «Shopping ist austauschbar geworden», sagt der Leiter Marketing. Die

Weihnachtsmärkte bilden in den befragten Städten ein stimmiges Zusatzangebot zum hektischen Festtags-Shopping. Sie nützen dem Tagestourismus im Dezember.

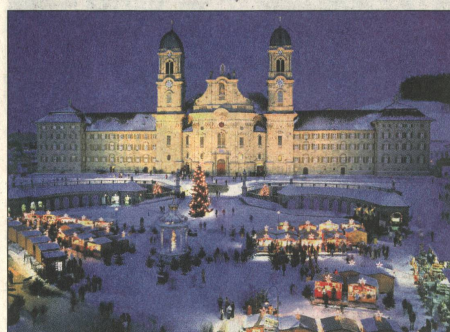
SABRINA GLANZMANN

Einkaufsläden und -zentren seien im Dezember dieselben wie in anderen Monaten, die Städte auch – vorhandene Weihnachtsmärkte mit einem alternativem Einkaufsangebot können deshalb erst einen Anreiz bringen, in das stimmungsbereichende und dekorierte Stadtzentrum zu fahren oder in die Stadt

zu reisen. Es unterstütze das Reisebedürfnis der Leute im Dezember. Daneben lässt sich für die letzten drei Jahre auch ein Anstieg im Dezember-Übernachtungstourismus feststellen: im Vergleich zu 2008 verzeichnete Zürich hier im 2009 7,1% mehr Übernachtungen.

Mehrwert für das lokale Einkaufs- und Gastroangebot

Auch in Bern sieht man im Markt einen attraktiven Mehrwert für das bestehende Einkaufsangebot sowie für die lokale Gastronomie. «Die beiden Märkte auf dem Waisenhaus- und Münsterplatz konkurrieren die Geschäfte und Restaurants der Altstadt nicht»; im Gegenteil seien sie deren Chance für zusätzliche Spontankundschaft, sagt Thomas Lüthi, Vize-director und Marketingleiter von Bern Tourismus. Aus tagestouristischer Sicht sei in den vergangenen Jahren die Zusammenarbeit mit Railway, dem Freizeitangebot der



Der grösste Innerschweizer Weihnachtsmarkt in Einsiedeln.



Festliche Stimmung vor der Stiftskirche in St. Gallen.

SBB, gut gelaufen, der Markt passe auch sehr gut zur Unesco-Kulisse. Und als wichtiger Bestandteil der Stadtführung «Adventsbummel» werden die Märkte zu rund 80 Prozent als Ausflug von Berner Firmen besucht, die im Anschluss oft ein Abendessen in einem Berner Restaurant einnehmen. Hinsichtlich Übernachtungen sei laut Lüthi das

touristische Potenzial der Weihnachtsmärkte aber noch zu wenig ausgeschöpft, insbesondere für asiatische und amerikanische Gäste. Auch um hier anzusetzen, stehe Bern Tourismus konstant in Diskussion mit der Marktkommission und den Standbetreibern.

St. Gallen, mit seinem Stiftsbezirk eine andere Stadt mit Unesco-

Weltkulturerbe, hatte in diesem Jahr erstmals eine Reihe von Individualgästen, die das spezifische Arrangement mit Weihnachtsmarktbesuch buchte; generell seien laut Marketingleiterin Astrid Nakhostin aber Tagesbesucher der Stadt das Publikum des Marktes.

Basel: Weihnachtsmärkte nützen der Seminar- und Kongressstadt

Für Basel war der Weihnachtsmarkt in den vergangenen Jahren ein «tolles Instrument, um Gäste anzusprechen. Noch vor zehn Jahren hatte Basel wie viele kongress- und seminarprägte Städte mit einem wenig ausgelasteten Dezember zu kämpfen», sagt der Basler Tourismusdirektor Daniel Egloff. Man begann, auf Freizeittourismus zu setzen, auch auf Angebote inklusiver Weihnachtsmarktbesuch. Dies habe funktioniert: «Kein Monat ist in den letzten zehn Jahren so stark angewachsen wie der Dezember», so Egloff; die Logiernächte seien in dieser Zeitspanne um 70% gestiegen.

Neues Event im Basler Weihnachtsangebot

Den Löwenanteil mache im Dezember aber der Tagestourismus aus – auch in Basel zeige sich dies beispielsweise an den beliebten Railway-Arrangements. In diesem Jahr wird der Weihnachtsmarkt auf dem Barfüsser- und Theaterplatz erstmals vom «Basler Winterzauber» auf dem Messeplatz ergänzt. Mit Riesenrad, Eisbahn und Showbühne setzt die Eventorganisatorin Hapema auf Erlebnis und Unterhaltung. Das Ramada Plaza Basel, hinter dem Riesenrad gelegen, ist Hotel-Partner des «Winterzaubers» und legt ein Package auf, das laut General Manager Petra Emmel bereits gut nachgefragt werde. Für das ebenfalls nahe Swissôtel Le Plaza sei das neue Event für Übernachtungen weniger relevant; man spüre aber eine vermehrte Belegung des F&B-Bereichs, so Jana Jeschek, Director of Revenue & Marketing.

Eine 700-jährige Tradition

Die Geschichte der Weihnachtsmärkte ist die Geschichte einer langen deutschen Tradition. Sie reicht bis in das 14. Jahrhundert zurück: 1310 wurde der Christkindlmarkt in München erstmals urkundlich erwähnt. Damals erhielten Handwerker und Gewerbetreibende, wie Spielzeugmacher, Bauern oder Korbflechter, in der Zeit vor Weihnachten die Erlaubnis, Verkaufsstände auf dem Münchner Marktplatz aufzustellen. Dabei dienten diese Märkte hauptsächlich dazu, sich für den kalten Winter ausreichend mit einem Vorrat an Nahrungsmitteln

und wichtigen Gebrauchsgütern wie warmer Kleidung einzudecken. Es profitierten also sowohl die Bewohner als auch die Händler der Stadt, weshalb sich der Brauch von Stadt zu Stadt weiterverbreitete. Wichtig wurde schon früh auch die Verpflegung vor Ort: vor allem warme Speisen und Getränke der Zuckerbäcker für die Marktbesucher kamen ihrem Verweilen zugute. Einer der berühmtesten und ältesten Weihnachtsmärkte überhaupt ist der Dresdner Striezelmarkt. Er geht zurück auf ein Privileg, das der sächsische Kurfürst Friedrich II.

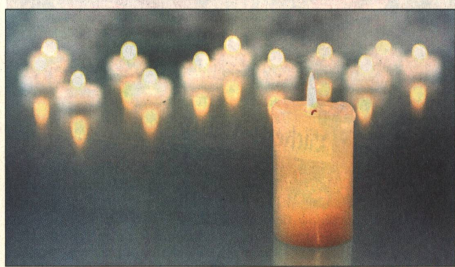
im Jahr 1434 ausstellte. In seiner ursprünglichen Form ein ein-tägiger Fleischmarkt, lockte er ab dem 16. Jahrhundert immer mehr Handwerker und Händler aller Branchen aus benachbarten Ortschaften an. Als 1700 die Marktdauer verlängert wurde, zählte der Dresdner Striezelmarkt neben dem Nürnberger Christkindlesmarkt bald zu den bedeutendsten deutschen Weihnachtsmärkten. Der Name leitet sich vom Dresdner Christstollen ab, der im Mittelhochdeutschen «Strutzel» oder «Striezel» genannt wurde. In der Schweiz ist die Tradition erst 31-jährig: 1979 wurde in Basel erstmals ein Weihnachtsmarkt durchgeführt. Organisiert werden die Märkte heute von Markt- und Gewerbeverbänden oder von kommerziellen Unternehmen. sag

Früher diente ein Weihnachtsmarkt dazu, sich mit einem Vorrat für den kalten Winter einzudecken.

Kerzenlicht im Hotel: möglichst duftfrei

Adventszeit ist Kerzenzeit, auch in der Hotellerie. Drei 5-Sterne-Häuser zu Gebrauch und Lagerung der Lichtspender und zum Einsatz von Duftkerzen.

SABRINA GLANZMANN



Kerzen schaffen Atmosphäre – auch in Hotels.

Wenn die Tage kälter und länger sind, kommen Kerzen bevorzugt zum Einsatz – als stimmungsvolle Lichtspender oder als Teil einer feierlichen Atmosphäre etwa. Auch in der Hotellerie sind sie wichtiger Bestandteil der Einrichtung und Dekoration, nicht nur in der Advents- und Weihnachtszeit. «Im Bellevue Palace Bern spielen Kerzen ganzjährig eine wichtige Rolle», sagt Direktor Urs Bühler. Ganz wichtig dabei ist: Die

Kerzen dürfen weder russen noch übermässig tropfen. «Nichts ist unschöner als dicke Wachs Tropfen auf der edlen weissen Tischdecke bei einem Staatsbankett oder einer Hochzeit.» Um dies von vornherein zu verhindern und die Brenndauer zu verlängern, gefriert das «Bellevue Palace» seine Spitzkerzen für Bankette während mehrerer Stunden. Während des Jahres werden die Kerzen aller Farben und Formen

geköhlt gelagert: «kühl und trocken – das ist genau wie beim Wein», vergleicht Bühler. Im Kühlhaus lagert laut Marketing- und Salesdirektorin Franziska Gaitzsch auch das Luzerner Grand Hotel National seine Kerzen, und

«Wir lagern alle Kerzen kühl und trocken – das ist genau wie beim Wein.»

Urs Bühler
Direktor Bellevue Palace Bern

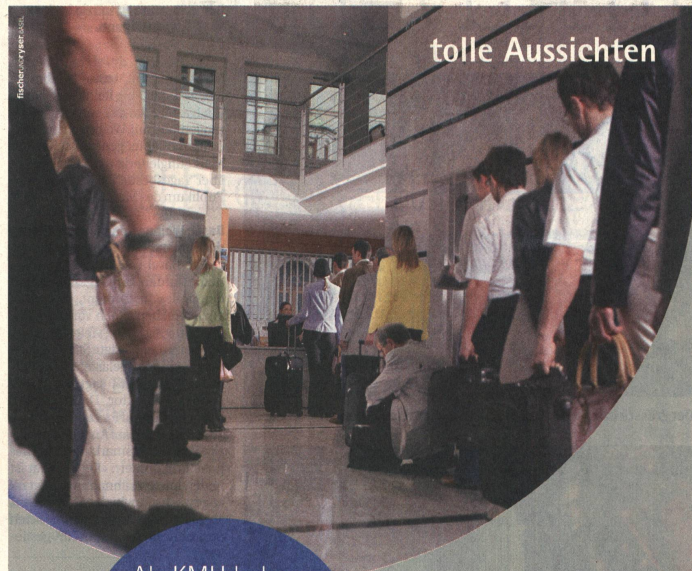


In der Hotellerie sind russ- und tropffreie Kerzen besonders wichtig (im Bild: Spitzkerzen).

aus starken Essenzen oder ätherischen Ölen reagieren. Auch für das Grand Hotel National Luzern sind Duftkerzen kein Thema. Das Kulm Hotel St. Moritz setzt sie nur im Spärbereich ein; dabei seien natürliche Essenzen ein Muss, gerade um Kopfweh und andere unerwünschte Reaktionen auf synthetische Düfte zu umgehen.

Heinz Bader von der Kerzenmensch Schönbachler AG, Lieferant für Gastronomie und Hotellerie: «Duftkerzen sind wie ein Parfum. Nicht jeder Mensch mag die gleichen», und so würden sie auch nicht bei allen dasselbe auslösen. In der Schweizer Hotellerie beobachtet Bader einen eher zurückhaltenden Einsatz von Duftkerzen, und wenn, dann stellt auch er eine Nachfrage vornehmlich für Spa- und Wellness-Bereiche fest.

ANZEIGE



tolle Aussichten

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

WIR Bank
www.wirbank.ch

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

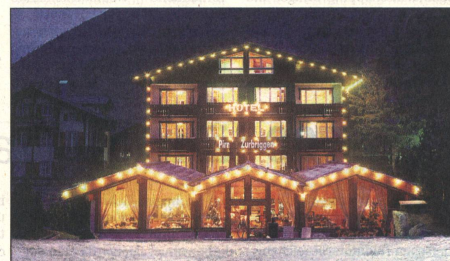
Das Rating der besten Schweizer Winterhotels kürt neue Könige

Grosser Wechsel bei den 4-Sterne-Hotels: Den ersten Platz belegt das Wellnesshotel Pirmin Zurbriggen. Und: Sieben Neue haben es ins Hotel-Ranking von Karl Wild geschafft.

GUDRUN SCHLENCZEK

Auf das Rating von Hotellexperte und Publizist Karl Wild wartet die Schweizer Hotelbranche alljährlich gespannt. Heute wird das Geheimnis gelüftet: Bei den 5-Sterne-Hotels konnte das «Badrutts Palace» in St. Moritz seinen ersten und das «Tschuggen» in Arosa seinen zweiten Rang weiterhin behaupten. Das «Gstaad Palace» landete auf dem dritten Platz (2009: Platz 4) und verdrängte das «Kulm» auf den vierten Rang, gefolgt von «The Carlton» in St. Moritz, das sich gleich um zwei Ränge verbesserte.

Einen grossen Wechsel gibt es dagegen beim Rating der 4-Sterne-Hotels. Auf den ersten Platz schaffte es in diesem Jahr das Wellnesshotel Pirmin Zurbriggen. Als «ein Hotelbijou mit Magnetwirkung» beschreibt Karl Wild das Hotel in Saas-



Bestes 4-Sterne-Winterhotel 2010: Wellnesshotel Pirmin Zurbriggen.

Almagell, das dieses Jahr selbst im Sommer erstmals zu 100 Prozent ausgelastet war. Abgelöst wurde durch das Walliser Erfolgschalet das «Le Grand Chalet» in Gstaad, das nun den dritten Rang belegt. Der zweite Platz gehört dem «Guarda Val» in Lenzerheide-Sporz, eine «Majensäss-Idylle», die man gemäss dem Testerteam um Karl Wild erlebt haben muss.

Konstanz zumindest beim ersten Platz der besten 3-Sterne-Winterhotels: Weiterhin das Waldhaus am See, St. Moritz. Mit dem Romantik-Hotel Schöneegg in Wengen ist

ein Oberländer Haus das zweitplatzierte (2009: Rang 5). Bei den Top-Hotels haben die Bündner die Nase vorn: Fast die Hälfte liegt in Graubünden. Am besten hält noch das Berner Oberland mit, zeigt der Blick ins Ranking von Karl Wild.

Sieben Hotels schafften neu den Sprung in die Ranglisten: Darunter das «Cervo» und das Hohnegg-Resort in Zermatt und das «Guardaval» in Scuol. Dessen Hotelier Kurt Baumgartner, dem noch weitere Hotels in Scuol gehören, wird von Wild als neuer «Unterengadiner Hotelkönig» betitelt.



Bequeme hohe Betten, warme Farben und edle Materialien. In den Zierkissen widerspiegeln sich jeweils die Farben des Zimmers.

Bilder zvg

D wie Design. Das Hotel D.

Basel hat ein neues Design-Hotel: Das Hotel D. Das Haus mit 48 Zimmern gehört zur französischen Hotelgruppe Diana. Ob sie weitere Hotels in der Schweiz eröffnet, ist offen.

CHRISTINE KÜNZLER

Schlichte, meist auf Mass geschreinerte Möbel, sanfte Farben und edle Materialien: Das Basler Architektenteam um Lorenz Wyss hat mit viel Herzblut ein attraktives Gami-Hotel geschaffen. Für die Architekten, die unter anderem das Restaurant Bruderholz umgebaut haben, ist das «D» das erste Hotel. Untergebracht ist das Hotel in zwei ehemaligen Wohnhäusern, die ausgehöhlt und dann zusammengebaut worden sind. Der Standort ist attraktiv, das «D» liegt gleich gegenüber dem «Les Trois Rois».

Wyss hatte in der Gestaltung weitgehend freie Hand. «Unsere

Vorgabe war, ein Hotel zu bauen, das es in Basel noch nicht gibt und in welchem sich Businessgäste und Familien wohl fühlen», erklärt er. Zudem müsse das Haus der 4-Sterne-Kategorie nach hotellerieusuisse entsprechen. Wie hoch die Investitionen sind, darüber will der Hoteldirektor und Sohn der französischen Besitzerfamilie, Julien Baly, keine Auskunft geben. Er bestätigt lediglich, dass sie «hoch» waren.

Verschiedene Standards

Das Interieur und der Komfort der Zimmer mit Flatscreen, iPod-Deck und Regendusche sind qualitativ hochstehend. Ob das Konzept mit dem eher bescheidenen Selbstbedienungs-Frühstücksbuffet in der Lobby aufgeht, muss sich weisen. Was die trendige Gästegruppe Motel One erfolgreich umsetzt, kann im 4-Sterne-Hotel eine heikle Gratwanderung sein.

Julien Baly, Absolvent der Hotelfachschule Lausanne, dürfte mit 27 Jahren einer der jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz sein. Er will mit seinem Design-Boutiquehotel «sowohl Businessleuten, Trendset-

tern und Globetrottern ein unvergessliches Erlebnis bieten». Die 48 Zimmer gibt es in verschiedenen Farbkombinationen, Standards und Grössen. Das kleinste Zimmer umfasst 15 m² und kostet zwischen 205 und 340 Franken, ist aber ebenso gut ausgestattet wie die mittleren und grösseren Zimmer, die teilweise Balkon haben. Im Untergeschoss sind ein moderner

Fitnessraum und eine kleine Sauna untergebracht.

Das Thema Nachhaltigkeit sei ein wichtiger Grundstein von Hotel D, so Baly. Er werde, wenn möglich, mit regionalen Lieferanten zusammenarbeiten und Bioprodukte verwenden. So liegen denn auch biologische Kosmetikprodukte in den Hotelzimmern auf. Und Gäste können, wenn sie wollen, beim Auschecken Pro Natura mit einer Spende beglücken.

Ob die Franzosen weiter in die Schweiz expandieren, ist offen

Baly betreut seine Gäste zusammen mit acht ebenfalls sehr jungen Mitarbeitenden. «Das Housekeeping haben wir outgesourct.» Er will

«Basel hat enormes Potenzial, wir haben hier eine AAA-Location gefunden.»

Julien Baly
Direktor Hotel D



Hier in der Hotellobby wird gefrühstückt.

sein Haus im ersten Jahr «zu 50 Prozent auslasten. Unter der Woche mit Businessgästen und am Wochenende mit Familien». Dafür arbeitet er unter anderem mit Basel Tourismus zusammen.

Baly ist im «D» verantwortlich für das operative Geschäft. «Die Strategie machen wir in der Gruppe», also in der französischen Hotelgruppe seiner Eltern, der Hôtels et Résidences Diana. Die Gruppe umfasst neben dem Basler Hotel acht 2- und 3-Sterne-Hotels im Elsass. Diana, sagt Baly, verfolge die Strategie, «alle zwei bis drei Jahre die Hotels zu renovieren. Die Kon-

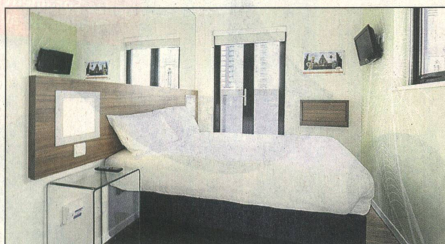
kurrenz ist gross, also müssen wir aktuell sein.» Weshalb Ballys gerade nach Basel expandieren, hat mehrere Gründe. «Basel hat enormes Potenzial, und wir haben hier eine AAA-Location gefunden», so Baly. In Zürich oder Genf wäre ein so guter Standort erheblich teurer gewesen. Zudem ist seine Mutter eine gebürtige Baslerin. Will Diana weitere Hotels in der Schweiz eröffnen? «On verra», sagt der junge Hoteldirektor unverbindlich. Erst wollte man sehen, wie sich das Basler Haus entwickle. Wenn Schweiz, dann wäre Genf ein Wunsch-Standort.

«5-Sterne-Bett», aber Fönen kostet extra

Der Kampfpreis des Markteinstiegs der Tune-Gruppe in Phuket beträgt 3 Dollar für ein «5-Sterne-Bett». Alles weitere kostet extra.

KARL JOSEF VERDING

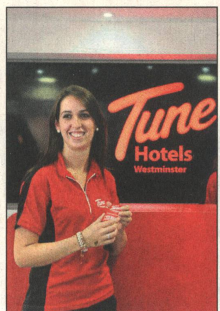
Die von der thailändischen Fluggesellschaft Air Asia lancierte Hotel-Gruppe Tune setzt auf Tiefpreise, wenn sie ein neues Hotel eröffnet, wie letzthin in Phuket. Das galt auch für London, denn die Gruppe ist in Europa angekommen. Das



Tune-Hotel: Ein Bett mit 5-Sterne-Komfort.

erste europäische Tune-Hotel wurde vor einem halben Jahr in der Londoner City eröffnet. Weitere 14 UK-Betriebe sind geplant.

Im Tune-Hotel ist neben der Schlafstatt mit «5-Sterne-Komfort» alles extra zu bezahlen: Das Handtuch plus Seife und Shampoo



Lib in Gäste-Wertungen: Tune's Lowbudget-Freundlichkeit.

schlägt mit 2,50 Franken zu Buche, der Haarfön mit 3 Franken für «unbegrenzten Gebrauch», und die Klimaanlage des Zimmers mit 7 Franken für 24 Stunden. Der TV wird pro Übernachtung mit 3 Franken verrechnet. Das Frühstück kostet 7,50 Franken.

All diese Massnahmen verkauft die Gruppe als Motivation zu ökologischem Handeln. Vorallem aber ermöglichen diese Zusatzeinnahmen die Niedrigpreis-Politik beim Markteinstieg der Tune-Hotels. Allerdings ist die 3-Dollar-Kampfpriestzeit für die Übernachtung an einigen Standorten bereits Vergangenheit, wie in Gäste-Bewertungen geklagt wird. London kostet heute heute nämlich um die 120 Franken.

Tourismus

Im Engadiner Schnee wird die Nacht zum Tag

Am Corvatsch finden in diesem Winter die «Snow Nights – Live in Concert» statt. An fünf Freitagabenden ist ab 19 Uhr nicht nur auf der beleuchteten Nachtpiste einiges los, sondern auch auf der Tanzfläche. Dabei sorgt jeweils eine Live-Band für gute Stimmung. Stiller geht es auf der Glüna Plana zu – mit einem Vollmond-Skifahren. Der Vollmond lässt sich aber auch bei einer Schneeschuhwanderung auf Muottas Muragl erleben.

www.corvatsch.ch

News

Emmi hat «Le Petit Chevrier» aufgekauft

Emmi baut seine führende Stellung auf dem Schweizer Markt weiter aus: Der Luzerner Milchverarbeiter übernimmt die Käsemarke «Le Petit Chevrier» von der Fromagerie Bettex per 1. Januar 2011. Die Produktion des Ziegenkäses wird vom wadtländischen Champagnaturozins luzernerische Kaltbach verlagert. Die Fromagerie Bettex verarbeitet laut Angaben von Emmi rund eine Million Liter Ziegenmilch pro Jahr und erwirtschaftete damit im letzten Jahr einen Umsatz von 2,1 Millionen Franken. Die Übernahme muss nun noch von der Wettbewerbskommission abgesegnet werden.

Entscheid in der Gstaader Käse-Affäre



zvg

Der ehemalige Geschäftsführer der Milchproduzenten Genossenschaft Gstaad, Hanspeter Reust, ist des Betrugs schuldig gesprochen worden. Das Thuner Gericht urteilte, bei der Lieferung des billigeren Bergkäses anstelle von AOC-Alpkäse habe es sich nicht um eine Verwechslung gehandelt. Hanspeter Reust erhält eine bedingte Geldstrafe von 40 Tagessätzen zu 660 Franken. In den weiteren Anklagepunkten wurde Reust freigesprochen, wie die «Berliner Zeitung» berichtet.

Auszeichnung

Die Widder Bar ist «die beste Whisky Bar 2010»



zvg

Die Widder Bar im Zürcher Widder Hotel ist vom Whisky Guide Schweiz als «die beste Whisky Bar 2010» ausgezeichnet worden. Barchef Markus Blattner's «Library of Spirits» umfasst mehr als 800 Tropfen und 250 Whiskysorten, darunter 180 Single Malts. Der Preis wurde am 2. Dezember zum Auftakt der viertägigen Genussmesse «Whisky-schiff Zürich» überreicht, wo im Rahmen der Präsentation des neuen Whisky Guide Schweiz 2011 die «Switzerland's Best Whisky Awards» verliehen wurden. esp

KaffeeEin Hauch
Weihnachten in
der Kaffee-Tasse

Was wäre die Weihnachtszeit ohne die Düfte nach Tannen, Orangen, Nüssen oder Spekulatius? Für Kaffeeliebhaber gibt es diese Aromen nun auch als flüssiges Geschmackserlebnis in der Tasse. Damit ist nicht die Aromatisierung fertiger Kaffeegetränke mit süssigem Sirup gemeint, sondern **Kaffeebohnen**, die gleich nach der Röstung mit Aromen und Düften gemischt werden. Über 50 Kaffees mit verschiedenen Geschmacksrichtungen finden sich auf dem Online-Kaffeeportal Kaffee Select. Die Varianten reichen von Kompositionen mit Mandel, Amaretto, Haselnuss und Nougat, über fruchtige Sorten mit Orangen oder Mango, bis hin zu Kreationen mit After-Eight und Lakritz. **esp**

www.kaffee-select.de

**Geny's**

Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, befasst sich hauptsächlich mit Schweizer und europäischen Weinen. Er pflegt im Auftrag auch Wein- und -keller. Geny's Weinkolumne erscheint monatlich in der htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

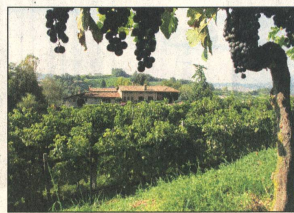
htr hotel revue.

htr hotel revue.

htr hotel revue.

Still und heimlich hat sich der Weinbau betriebs der Familie Carozza während den vergangenen Jahren zu einem verlässlichen Produzenten Tessiner Spitzenweine mit realen Preisen entwickelt. Keine Sammlung guter Tessiner Merlots wäre vollständig ohne Weine von der Tenuta Colle d'Avra. Es sind hervorragende Gewächse mit Ausbrüchen von Leidenschaft und Kraft. Intensiv aromatisch und perfekt ausgewogen demonstrieren sie anschaulich, welches Potenzial der Merlot aus dieser Gegend zu bieten hat. Mit Superlativen muss man zwar vorsichtig sein. Sie stimmen anspruchsvolle Menschen zu Recht skeptisch. Aber bei den Weinen der Tenuta Colle d'Avra sind sie angebracht. Die Weine vereinigen viele denkbar gute Eigenschaften in sich. Deshalb repräsentieren sie all das, was die Natur hergibt.

Die grosse Leidenschaft für die engere Heimat, das Land, die Böden und die daraus hervorgebrachten Produkte sowie die grosse Freude an der Natur waren ausschlaggebend, dass die Familie Carozza das 17 Hektar umfassende Landgut – wovon 7,4 Hektaren für den Weinbau genutzt werden – 1980 erworben hat. Hauptberuflich produziert die Familie seit Generationen landwirtschaftliche Maschinen. Die lange Zeit brach gelegenen und verwahrlosten Weinberge auf dem Landgut der Colle d'Avra wurden rekultiviert und im Laufe der Jahre mit 27 000 Rebstö-



Die Azienda Agricola Avra in Castel San Pietro.

cken bepflanzt. Heute wachsen 90 Prozent Merlot und je 5 Prozent Cabernet Sauvignon und Chardonnay auf dem Gut. Von Anfang an war es das erklärte Ziel, lang erprobte Vinifikationsmethoden anzuwenden und dadurch hochwertige Prädikatsweine zu erzeugen. Die besondere Bodenbeschaffenheit und die ausgesprochen sonnenverwöhnten Südlagen der Rebberge sind wichtigste Faktoren. Bei den Arbeiten in den Weingärten steht auch das Bewahren des mikrobiologischen Lebens im Vordergrund.

Unmittelbar nach der Lese werden zirka 85 Prozent der Ernte deklassiert und verkauft. Nur hochqualitatives Traubengut, etwa 15 % der Ernte respektive 8000 Flaschen, werden unter dem

Namen des Weinguts, Colle d'Avra, abgefüllt. Erträge werden reduziert, mit der Lese wird gewartet, bis die Trauben vollreif sind. Das handverlesene Traubengut wird schonend gepresst. Vergoren wird nach traditionellen Methoden. Zudem wurde in die Regelung von Temperatur und Feuchtigkeit investiert. Aufwendige Spezialtechnik kommt zum Einsatz, was sicherlich ausschlaggebend ist für die üppige und schneidende Eleganz der Weine. Die bis ins letzte Detail durchgeplante Kellerei bietet ideale Verhältnisse für einen langen Produktionsprozess der Weine. Auf die Flasche gefüllt, entwickeln und altern die Weine bis zu ihrer vollen Reife bei optimalem Klima in einer Naturhöhle auf dem Landgut.

Weintrinken, die auf Gradlinigkeit, Fruchtigkeit, fein würzige Aromen, verführerisch herbe Fülle, also auf einen erfrischend süffigen Tropfen Wert legen, können wir den in 700 Liter grossen Eichenholzfässern ausgebauten 2009er Merlot Colle d'Avra Classico empfehlen. Erhebt man ein Glas, gefüllt mit dem im Barrique ausgebauten 2006er Merlot Colle d'Avra Riserva, präsentiert sich dieser dem Auge in einem glänzenden purpurroten Kleid mit klaren violetten Reflexen. Er hat ein dezentes beeriges Bukett mit leicht toastiger, würziger erfrischender Note. Bemerkenswert sind das Gleichgewicht, die Harmonie, die Aromen von Dörrfrüchten, eingepackt in eine verführerisch anmutende Tanninstruktur.

impressum**htr hotel revue**

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

Herausgeber/Editeur

hotelleneuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Holmeier/eho.

Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.

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

cahier français), Alexandre Caldaraca/aca, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/lt, Gudrun Schlenker/kgg, Karl Josef Verding/kjv, Sabrina Gianzani/szg.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.

Layout: Roland Gerber/ger, Regula Wolff/rwo (CD).

Korrektorat: Paul Le Grand.

Volontar: Eveline Spahy/esp.

Online Redaktion: Melanie Roth/rm.

Sekretariat: Sabrina Jorg Patoku, (Leitung), Natalie

Verlag

Leitung: Barbara König.

Assistent: Alain Hännli.

Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Bodo Urs Schönenberger.

Druck: Buchler Grafico AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2008/09.

verkauft Auflage: 10 732, Grattaufgabe: 769.

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.-.

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach,

3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

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

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable

ANZEIGE

**NOCH MEHR COOH!**

Käse, Butter, Cremes, Milch, Frischkäse und Joghurts... COOH deckt alle Bedürfnisse an Qualität und Frische und bezaubert die Geschmacksnerven Ihrer Kunden. Den Unterschied machen bei COOH nicht nur die mit hohem Anspruch und viel Leidenschaft kreierten Rezepturen, sondern auch das ausgezeichnete Preis-/Leistungsverhältnis. COOH ist so frisch, COOH ist so cool: eben frischlich kuhl!

Und es gibt noch mehr COOH. Das ganze Sortiment mit allen Neuheiten finden Sie auf www.cooch.ch.

Ob literarisch angehauchte Restaurants, kleine, gemütliche Cafés oder auch Starbucks: Schweizer Buchläden verfolgen unterschiedliche Gastro-Konzepte.

EVELINE SPAHR



Das Café Littéraire im Stauffacher in Bern: Hier steht einmal pro Woche ein Rezept aus dem Kochbuch des Monats auf der Speisekarte.

Cafés, nicht nur für Lesehungrige

Einmal pro Woche: Kochen, wie es im Buche steht

Andere Wege beschreitet das Café Littéraire in der Buchhandlung Stauffacher; das Berner Traditions-geschäft gehört ebenfalls zu Thalia. Im Café im zweiten Stock liegen stets die neusten Kochbücher auf, an der Wand hängen Fotografien von Autoren, die hier gelesen haben. In diesem literarischen Ambiente kann der Gast am Mittag zwischen verschiedenen warmen Speisen wählen – im Sommer lädt gar eine sonnige Terrasse zum Verweilen über den Dächern von Bern ein. «Wir achten auf eine biologische, gesunde und saisonale Küche», sagt der Servicemitarbeiter Oliver

«Gerade Buchhandlungen passen sehr gut in unser Third-Place-Konzept.»

Reto Zangerli
Starbucks

Inäbnit. Auf der Speisekarte stehen etwa Gemüse-Quiches mit reichhaltigen Salaten oder frische Pastagerichte. Und einmal pro Woche wird gekocht, wie es im Buche steht. Oliver Inäbnit: «Am Freitag servieren wir jeweils ein Menü aus dem Kochbuch des Monats». Kürzlich war es ein Hirsotto auf Ratatouille aus «Was koche ich heute?» von Erica Bänziger.

Buchhandlungen mit integriertem Starbucks

«Orell Füssli hat intern und extern geführte Cafés und zudem drei

Filialen, welche die Verkaufsfläche mit Starbucks teilen», erklärt der für das Marketing Zuständige András Németh. Eine dieser drei Filialen befindet sich am Bellevue-Platz in Zürich. «Grundsätzlich schätzen unsere Kunden, dass wir einen Starbucks haben», sagt die hiesige Filialleiterin Ursula Zangerli. Seit der Integration der Kaffee-Kette sei der Lärmpegel gestiegen, die Umsätze der Buchhandlung konnten jedoch nicht auf markante Weise zulegen. Denn die Kunden von Starbucks seien nicht unbedingt deckungsgleich mit denjenigen von Orell Füssli. Starbucks zeigt sich zufrieden. «Unsere Filialen in den Buchhandlungen laufen sehr gut», sagt Reto Zangerli, Mediensprecher von Starbucks. Die



Die Bäckerei Weder betreibt das Kafi Rössli in St. Gallen.

Kaffeehäuser von Starbucks verstehen sich als dritte Orte neben dem Zuhause und dem Arbeitsplatz, Orte, wo man sich entspannen, diskutieren oder eben auch lesen. Gerade Buchhandlungen passen sehr gut in dieses Third-Place-Konzept, so Zangerli.

Das Kafi Rössli in der St. Gallischen Buchhandlung Rössliort gehört der Bäckerei Weder. «Wir bieten alles, was man in einem Café erwartet: Kaffee, Süssgebäck, Sandwiches und Fruchtkuchen», sagt Filialleiter Jörg Caluori.

Wie das Kafi Rössli, setzen die meisten Schweizer Buchhandlungen also auf klassische Cafés. Kochbuchläden, wo explizit nach Büchern gekocht wird und auch Kochschulkurse angeboten werden, fristen hierzulande ein Schattendasein. Im Ausland hingegen gibt es Vorreiter: Etwa der mit tausenden von kulinarischen Werken bestückte Laden «Books for Cooks» im Londoner Viertel Notting Hill. In Deutschland gibt es Pendants, etwa das «Koch Kontor» in Hamburg.

Neue Bücher

Gaumenschmaus für festliche Anlässe

Die Schweizer Spitzenköchin Irma Dütsch präsentiert in einem zweisprachigen Kochbuch



(Deutsch/Französisch) Rezepte für die grössten Feste im Jahr, wie Weihnachten oder Ostern.

Irma Dütsch, **Festtagsrezepte von Irma Dütsch**, Weber AG Verlag, 320 Seiten, Fr. 89.

Ein Buch für leidenschaftliche Chocoholics

Baumkuchentörtchen mit Bratapfel-Schokoladencreme oder asiatischer Schokoladenpud-



ding mit Roter Grütze: André Jaeger, **Chocolate Affairs** by André Jaeger, Benteli Verlag, 176 Seiten, Fr. 85.

Kulinarische Klassiker aus drei Jahrzehnten

Alfons Schubbeck hat die deutsche Küche in den letzten 30 Jahren mitgeprägt. Seine berühmtesten Gerichte vereint der Spitzenkoch nun in einem Kochbuch, das auch die wichtigsten Stationen seines Lebens dokumentiert.

esp

Alfons Schubbeck, **Meine Klassiker**, Gräfe und Unzer Verlag, 320 Seiten, ca. Fr. 43.



Lachs frisch verliebt in Cantadou Meerrettich! Und Sie?



Cantadou Lachslollies

Menügang: Apéritif, Vor- und zubereiten ca. 10 bis 20 min.
Rezept für 40 Personen:

Zutaten:

60 Tranchen	Lachs
1.250 kg	Cantadou Meerrettich

Zubereitung:

60 Tranchen geräucherter Lachs mit Cantadou Meerrettich bestreichen, aufrollen, kühl stellen und in dicke Scheiben schneiden und z.B. auf Holzspiesse stecken und als «Lollies» servieren.



Du souris à partager



Caretti Gespür für Stil: Die Wassertränke (links unten) blieb erhalten, ebenso das «gewächshäusliche» Ambiente. Und meldet sich eine Gesellschaft an, wird eines der Häuser kurzerhand in ein unkonventionelles Säl umfunktioniert.

Bilder Alain D. Bollat

Im Zaubergarten

Das besondere Konzept Einst war es eine Gärtnerei. Heute ist es ein Lokal, das ebenso auf Lukullisches wie auf eigenwilliges Interieur setzt: das Restaurant Eislume in Worb.

FRANZISKA EGLI

Just auf dem Weg von der Brauerei zur Kirche liegt sie, die «Eislume». Und besonders in dieser schnee- und kerzenreichen Jahreszeit verströmt sie auch von aussen etwas Märchenhaftes. Denn das Restaurant in Worb bei Bern befindet sich in einer einstigen Gärtnerei, ge-

nauer: in deren Gewächshäusern, die des Abends erleuchtet sind und das Areal in ein fast zauberhaftes Ambiente tauchen.

Durch das angelaufene Glas erblickt man edelgedeckte Tafeln und Tische und liebevoll hergerichtete Ecken vergangener Zeiten. Drinnen dann sorgen unzählige Kerzen

sowie ausgewählte Details und witzige Elemente für eine warme Stimmung. Vor allem aber zeugen sie von einem exzellenten Stil und gemahnen an die Vergangenheit des Hauses: Da wurden Blumentöpfe in Lampenschirme umfunktioniert und werden Einmachgläser als Kerzenhalter gebraucht. Dabei dienen die drei Gewächshäuser als «Speisesäle», während in der Gärtnerei die Bar und in einem Anbau die Küche untergebracht ist.

Mittendrin in diesem verspielten Refugium ist Mario Caretti, der mit stilicherem Auge und hohen Ansprüchen nach dem Rechten sieht. Caretti, ein erst 28-jähriger Worbser mit italienischen Wurzeln, hat ursprünglich – wen wundert's – Dekorationsgestalter gelernt. Bald schon schwebte ihm etwas «Erlebnisreicheres» vor, erklärt er. So wurde er auf die Gärtnerei Hofmann aufmerksam, in der nur noch der Blumenladen, nicht aber die Gärtnerei in Betrieb war.

Caretti kloppte bei Hofmanns an, man wurde sich einig, er trommelte Freunde zusammen, richtete die eher rudimentären Räume so gut es ging für eine unkonventionelle

«X-mas Lounge» her und nannte sie «Eislume»: «Weil es zur Jahreszeit passte und wegen der Vergänglichkeit», erklärt er – schliesslich war es als einmaliges, sechswöchiges Projekt für den Winter 2003/04 gedacht. Doch die «Eislume» schlug ein und lockte innert kürzester Zeit Gäste aus nah und fern an. Heute Abend sei gar ein Gärtnerverband aus Deutschland zu Gast, weiss der Jungunternehmer zu berichten.

Und so hat Caretti das Projekt von Mal zu Mal verlängert, das Team vergrössert, die Küche ausgebaut. Heute bieten er und sein junges Team – hier ist keiner über 30 – Platz für 50 Gäste und ein Sechsgangmenü, das monatlich ändert. Zudem verpasst er der «Eislume» jedes Jahr ein neues Kleid, und das in einer Sommer- und einer Winterversion. Lautete das letztjährige Motto «Verwunschener Garten», so heisst das aktuelle «Aquatic». Dafür, erklärt der Gastgeber, wechsle er nicht einfach ein paar Details aus, sondern gestalte das Lokal von Grund auf neu, «und das vom Boden bis zur Decke».

www.eislume-worb.ch



Die hellen Gewächshäuser sorgen für eine märchenhafte Stimmung.

MARKTNOTIZEN



Köstlichkeiten für die Verwöhnten – zum Beispiel schwarze Hummerravioli.

Weihnachtliche Gourmet-Genüsse für die Gäste

Damit an den Festtagen so richtig herzlich geschenkt werden kann, verpackt Le Patron die Belegschaft vor den Festtagen – denn schliesslich wird der grösste Teil der köstlichen Gourmet-Kreationen immer noch liebevoll von Hand hergestellt. Für allerhöchste kulinarische Ansprüche empfiehlt die Patron die köstlichen Buttermilch-Pasteten. Sie sind die Krönung des «Le-Patron-Pasteten-Handwerks» und ein wahrer Augen- und Gaumenschmaus. Unter der knusprigen Kruste verborgen sich erlesene Morchel- und Kalbfleischfüllungen, verfeinert mit einem Schuss Brandy oder Rotwein. Unschlagbar frisch und ausgesprochen köstlich sind die göttlich gefüllten Ravioli. Zarter Pasteteig, gerne auch in schwarz, umhüllen feinste Hummer-, Morchel- oder Trüffel-Füllungen. Dazu passen festliche Pasta-Saucen, verfeinert mit Champagner und Rahm oder Morcheln und einem Spritzer Cognac. Oder doch lieber ein aromatisches Pesto? Das Highlight: Pesto veredelt mit Balsamico und Honig. Wer es eher traditionell mag, serviert seinen Gästen ein Filet im Teig vom Schwein. Hübsch dekoriert und schön verpackt in einem knusprigen Kuchen-Blätterteig. Die Farce besteht aus einer Mischung aus Schweine- und Kalbfleisch, bereichert mit Schinken, Champignons und Pistazien.

Das Le-Patron-Festtagsortiment ist vom 22. November bis zum 31. Dezember 2010 erhältlich. Gewisse Artikel sind das ganze Jahr über verfügbar.

www.lepatron.ch

Restaurants mit Panorama-Bildern neu entdecken

www.lunchgate.com ist das von Gastronomen entwickelte und zurzeit wohl am schnellsten wachsende Restaurant-Portal der Schweiz. Die Lösung ermöglicht erstmals eine virtuelle Entdeckungstour mit exklusiven Panorama-Bildern durch die lokale Gastronomie und Hotellerie. Restaurants können ihre Mittagsmenüs, Events und aktuelle Informationen ohne Zusatzaufwand eingeben und mit einem Mausklick auf acht Kanälen publizieren.



Die Adresse für kulinarische Hochgenüsse unterwegs: Das Lunchgate-App.

Lunchgate-Angebot ist selbstverständlich auch auf Facebook, iPhone und iPad abrufbar. So können Lokale unterwegs in einer unbekannten Stadt ausfindig gemacht und online besucht werden. Sämtliche Panorama-Bilder des Restaurants, tagesaktuelle Mittagsmenüs, Hausspezialitäten sowie Speise- und Getränkekarten können Gastronomen auch auf die eigene Homepage integrieren.

www.lunchgate.ch

Neue Standards beim Sous-Vide-Garen mit Julabo

Prorest präsentiert die neue Produktlinie «fusionchef by Julabo» für innovatives Niedertemperaturgaren in der Gastronomie. Dank technischen Neuerungen setzt Julabo mit diesen neuen Geräten welt-



Ein Gerät, tausend Möglichkeiten feine und gesunde Gerichte stressfrei herzustellen: Der «fusionchef by Julabo».

weite Standards im Premium-Sous-Vide-Garen.

Die Teams der Schweizer Kochnationalmannschaft und die Juniorenkochnationalmannschaft wurden durch Prorest mit Julabo-Geräten ausgerüstet. Spitzenköche wie Andreas Caminada, Antonio Colaianni, David Martinez, Marco Hartmann, Marcus G. Lindner, Heiko Nieder, Eduard Hitzberger, Leo Urschinger, Friedrich Zemanek und viele andere arbeiten mit einem Julabogerät. Sie werden von René Widmer, Prorest Gastronometechnik betreut.

Schon einmal ein 60-Minuten-Ei aus dem Julabo probiert? Oder ein Rinderhaxen, der über 36 Stunden im Julabo gegart wurde? Der Sous-Vide-Profi René Widmer zeigt in seiner Prorest Koch-Akademie in Rafz wie das funktioniert.

Und das sind die ganzen Vorteile: Garantie für hohen Nährstoffgehalt, kein Auslaufen der Nährstoffe, Konzentration des natürlichen Aromas, stressfreie Arbeiten durch vereinfachte und effizientere Arbeitsabläufe, Haltbarkeit bis zu 21 Tage ohne Qualitätsverluste, Optimierung des Garverlustes von 40 auf maximal 5 Prozent, der natürliche Geschmack der Speisen bleibt erhalten, geringere Warenaufkosten durch weniger Koch- und Lagerverluste, Frische, Farbe und Aussehen bleiben bis zum Verbrauch erhalten, verlässliches Endergebnis durch Temperaturkonstanz von +/- 0.01 °C, kein Austrocknen der Speisen, dadurch minimale Kochverluste, minimaler Verbrauch von Zutaten wie Salz, Öl, Gewürz, verkochen nahezu unmöglich, optimal für Catering.

www.prorest.ch

Hochwertiger Teegenuss für Unterwegs

Kaffee nehmen schon alle mit. Und wie steht es mit Tee? Eilles Tea hat sein Sortiment für Teeliebhaber um hocharomatische Take-Away-Tees erweitert. «Eilles Tea To Go» heisst das neue Produkt. Das Handling ist denkbar einfach, denn der grosse Teebeutel ist in den «To-Go-Deckel» integriert, der Comfort Pack schützt das Aroma mit der hygienischen Einzelverpackung. Jetzt nur noch heisses Wasser in den Doppelwandbecher geben, Folie entfernen und Deckel aufsetzen – fertig. Nach der Ziehzeit verschwindet der Teebeutel im Deckel und kann nicht mehr weiterziehen. Zum Entfernen des Teebeutels muss der Deckel nicht mehr geöffnet werden.

Die edlen Teesorten, in Blatt-



Einfach mitnehmen und geniessen: «Tea To Go» von Eilles Tea.

und Brokenqualität, aus den bekanntesten Anbaugebieten der Welt sind servierfertig im Nylonbeutel verpackt. Das Wasser hat es mit diesem modernen, absolut geschmacksneutralen Material leicht, den Tee sanft zu umspielen. Acht erlesene Teesorten stehen zur Auswahl: Grüntee Asia Superior Blatt, Darjeeling Royal Second Flush Blatt, Assam Spezial Broken, Earl Grey Premium Blatt, Rooibos Vanilla, Kräutergarten, Pfefferminzblätter und Sommerbeeren Früchte. Als Zubehör werden doppelwandige Kartonbecher, ein Thekendisplay zur Erleichterung der

Auswahl, aufmerksamkeitsstarke Postermotive und eine Fassadenfahne angeboten.

www.hochstrasser.ch

Umweltschonende und kostengünstige Handtücher

18 Prozent weniger Volumen – dank einer neuartigen Kompressionstechnik. Der Hersteller von Hygieneprodukten, die weltweit tätige Firma Kimberly-Clark Professional, bringt diese Neuheit auf den Markt. Den fertigen Papierhandtüchern wird die Luft entzogen, damit passen mehr Handtücher in eine Banderole, auf eine Rolle und in die Umverpackung. Es passen mehr Handtücher in eine LKW-Ladung, der Lagerplatz wird reduziert, die Spender müssen seltener nachgefüllt werden. Die Umweltbelastung durch den Transport wird reduziert und es fällt deutlich weniger Verpackungsmüll an. Zwölf Handtücherqualitäten der Marken Kleenex und Scott werden komprimiert geliefert. Sie sind aus dem ausserordentlich saugfähigen Airflex-Material hergestellt. Mit der Komprimierung passen je nach Artikel sieben bis achtzehn Prozent mehr Handtücher in die Verpackung ohne die Qualität der Produkte zu beeinträchtigen. Ihre Saugfähigkeit, Reißfestigkeit, Hygiene und Komfort zeichnet sie auch künftig aus.

Der Einsatz der Komprimierungstechnik beim Verpacken ist Teil der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie von Kimberly-Clark Professional: «Reduziere heute, respektiere die Zukunft». Im Rahmen dieses Programms strebt das Unternehmen die Reduzierung des Ressourcenverbrauchs über den gesamten Lebenszyklus seiner Produkte vom Design über die Beschaffung der Rohstoffe bis hin zur Entsorgung an.

«Unser Ausgangspunkt ist die Erkenntnis, dass unser heutiger Ressourcenverbrauch die Welt von morgen prägt. In diesem Sinne bemühen wir uns um die Senkung des Verbrauchs in allen Phasen des Produktzyklus. Reduzierter Verbrauch ist der Schlüssel, um die Auswirkungen unserer Aktivitäten und der unserer Kunden auf die Umwelt zu verringern», sagt Lisa Morden, Global Sustainability Manager bei Kimberly-Clark Professional.

www.kcprofessional.com/de/

cahier français

htr hotelrevue No 49 / 9 décembre 2010



Alpes vaudoises
Les pools de promotion
s'apprêtent à recruter
un spécialiste du marketing.
Page 22



Chiens de traîneau
La métairie de Gléresse
propose depuis cet hiver des
promenades insolites.
Page 24

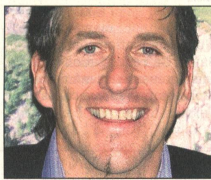


Les cimes neuchâteloises des paysages à promouvoir.

Le point de vue du directeur

Tourisme neuchâtelois n'apparaît pas dans la brochure de Suisse Tourisme cet hiver. Les campagnes habituelles d'affichage n'ont pas pu être lancées en Suisse allemande. De même, le label Unesco n'a pas pu être valorisé comme il aurait dû l'être, alors que l'inscription de La Chaux-de-Fonds et du Locle au Patrimoine mondial était porteuse d'espoir.

«Voilà les principales conséquences de la suppression de la subvention cantonale 2010», déclare le directeur de Tourisme neuchâtelois, Yann Engel. Ce dernier ne souhaite pas faire de la polémi-



Yann Engel, directeur
de Tourisme neuchâtelois.

que quant aux coupes budgétaires du gouvernement, mais simplement témoigner de son inquiétude et de son incompréhension.

«Déjà à fin 2005, début 2006, l'Etat a été confronté à des problèmes financiers et a décidé de faire des coupes linéaires de 10% dans toutes les subventions qu'il octroyait», explique le directeur. Ce qui signifie que l'apport habituel de 477 000 francs à Tourisme neuchâtelois a été réduit à 430 000 francs. Depuis, il a toujours été soumis à cette coupe de 10% et ce, jusqu'à la suppression totale du soutien étatique pour 2010. «Par contre, la plupart des autres associations qui ont subi une coupe de l'Etat pour leur budget de 2006 ont à nouveau pu recevoir une aide dès 2007», déplore Yann Engel.

La révolte du tourisme neuchâtelois

De 2005 à 2009, le tourisme dans le canton de Neuchâtel a progressé constamment. Mais brusquement les responsables de la branche s'inquiètent. Depuis le deuxième semestre de 2009 et durant l'année 2010, la remise en cause de ses activités a été brutale avec la suppression de la subvention cantonale. En effet, le Grand Conseil a choisi l'année dernière de biffer sa subvention de 430 000 francs. «Nous sommes au régime pain sec et eau», déplore Bernard Soguel, président de Tourisme neuchâtelois. Avant la votation du budget 2010, un appel a été lancé au Conseil d'Etat mais il n'a pas été entendu. Pourtant, une subvention pourrait être rétablie en 2011, mais sans aucune garantie à ce jour. Les activités de promotion, d'accueil, de coaching du développement de l'offre et des grands événements risquent d'être en péril.

«Il faut pouvoir planifier les grandes manifestations»

Fort heureusement, les championnats du monde de course d'orientation ont connu un vif succès cette année et ont rapporté une manne financière non négligeable.

Autre opération de sauvetage pour 2010, la création d'une société de marketing, soutenue par la Confédération, qui couvre les cantons de Neuchâtel, du Jura, de Berne, de Soleure et de Fribourg.

Pour 2016, les Championnats du monde de lutte devraient avoir lieu dans la région. «Mais ils doivent être organisés longtemps à l'avance», explique Bernard Soguel. D'où l'importance de pouvoir planifier financièrement de tels événements. «Le potentiel économique est aujourd'hui mal utilisé et nous ne pouvons pas le développer comme nous le voudrions», précise l'ancien conseiller d'Etat. La branche est

Manque de compréhension vis-à-vis de la branche, incohérence: les mots ne manquent pas pour critiquer l'Etat qui a supprimé sa subvention en 2010.

VALÉRIE MARCHAND

d'ailleurs intéressante pour le canton au niveau des recettes et au niveau de l'emploi. «Le chiffre d'affaires dans le secteur tertiaire du tourisme était de 400 millions pour l'année passée, la masse salariale de 180 millions et les rentrées fiscales de 23 millions.»

Pour les prestataires touristiques, l'Etat manque de connaissance

«Le chiffre d'affaires dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, proprement dit, se situe aux environs de 330 millions, sur lequel est prélevé 0,7% pour la taxe de patente. Ce qui représente pour le canton 3354 places de travail et 180 places d'apprentissage»,

«Au niveau marketing, on nous coupe les vivres d'une manière brutale.»

Laurent Amez-Droz
Représentant des régions

souligne Michel Vuillemin, président de GastroNeuchâtel. Autre acteur touristique surpris par les décisions de l'Etat, Laurent Amez-Droz, représentant des régions et des associations de développement: «Au niveau marketing, on nous coupe les vivres d'une manière brutale. Tout cela n'est pas très cohérent. Pourtant, nous ne pouvons pas nous permettre de dormir sur nos lauriers. Nous espérons que le Grand Conseil se montre visionnaire», déclare-t-il.

Les prestataires touristiques estiment d'ailleurs que l'Etat manque de connaissance vis-à-vis de la branche.

Le budget 2011 est traité au Grand Conseil durant ce mois de décembre. L'analyse des chiffres du chef du Service de l'économie, Patrick Cossetini, diffère de celle des acteurs touristiques: «En 2010, la subvention cantonale a été de 1 million de francs. A cela s'ajoute environ 900 000 francs qui constituent une subvention communale. Enfin, le dernier apport est celui d'une partie des taxes de séjour. En 2011, il est possible que la subvention étatique s'élève à 500 000 francs de plus», relate-t-il.

«Notre démarche est avant tout préventive»

Quant à Bernard Soguel, président de Tourisme neuchâtelois, il regrette la rupture de dialogue avec l'Etat depuis 2009, mais il estime que la situation serait actuellement plus encourageante.

«Nous avons reçu des propositions de députés pour venir à une situation normale. Par ailleurs, notre démarche est avant tout préventive. Si les nuitées diminuent, faute de moyens financiers et de marketing, nous devons supprimer des emplois. Cette démarche ne serait pas logique vis-à-vis du canton qui subit déjà une psychose au niveau financier», conclut-il.

**Aide financière
Les autres Romands
mieux soutenus**

D'autres régions sont plus épaulées que Neuchâtel. Le canton de Vaud verse 8,5 millions de francs par an à son Office du tourisme. Quelque 2,5 millions sont attribués à la région de Fribourg. Président de Valais tourisme, Urs Zenhäusern indique que la subvention cantonale est d'environ 1,2 million. «Elle s'est élevée à 1,5 million. Dans le cadre de situations exceptionnelles.» Président de Genève Tourisme, Jean-Pierre Jobin indique, pour sa part, que le canton perçoit 500 000 francs de subventions.

ANNONCE

reception@hotelleriesuisse

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

www.hotelleriesuisse.ch/reception
Téléphone 021 320 03 32

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Dormir
c'est sensuel.

roviva
OBJECTS

www.roviva.ch

PURITY C -
la solution
flexible



http://professional.brita.ch

hoteljob.ch

La piattaforma per
l'impiego leader nei
campi dell' industria
alberghiera,
della gastronomia
e del turismo.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Un servizio di hotelleriesuisse

toutpourlacuisine

pistor

En bref

Valais

L'EPFL étudie la mobilité à Verbier



La deuxième édition du Green Pioneering Summit de Verbier du 9 au 12 décembre présentera au public l'étude «stratégies innovatrices pour un futur durable». Vincent Kaufmann, professeur de sociologie urbaine et d'analyse de mobilité et Sébastien Mufano, géographe, tous deux professeurs à l'EPFL ont mené cette étude. Ils ont recensé les principaux problèmes de la station, dont des capacités d'accès routières limitées.

Trois projets de parkings souterrains

La commune de Bagnes a soumis la semaine dernière à l'enquête publique trois projets de parkings souterrains. Près de 50 millions pourraient être investis ces prochaines années. Ces trois espaces, qui devraient abriter plus de 800 places. Ce projet prévoit la transformation des deux parkings en plein air existants, ainsi que la réalisation d'un nouvel espace de parking, celui des Marais Verts. C'est par ce dernier que la commune de Bagnes entend démarrer ce grand chantier pour continuer à disposer des places en plein air des autres parkings et désengorger la circulation du centre.

Le prix culturel à une audace de la tradition



Erika Stucky a reçu samedi dernier le Prix Culturel de l'Etat du Valais. La chanteuse et musicienne incarne la rencontre entre la culture traditionnelle suisse et le monde du jazz, du show et du cinéma américain. Née en 1962 à San Francisco de parents suisses, Erika Stucky s'est établie dès 1971 avec sa famille à Mörel dans le Haut-Valais. Ces dernières années, elle a beaucoup tourné avec son spectacle «Bubbles + Banges».

La cabane du Vieux Emosson est à vendre

Le groupe de Martigny de la section Monte Rosa du club alpin suisse a décidé de vendre la cabane du Vieux Emosson. Il ne s'agit pas vraiment d'une cabane, mais d'un dortoir engoncé dans la roche, au-dessous de la buvette du Vieux Emosson. Seize lits qu'il ne sont pas très régulièrement occupés et des infrastructures qui méritent une remise à neuf quasi-complète. Myriam et Nicolas Vouilloz gèrent actuellement la buvette et le dortoir, ils estiment dans le quotidien «Le Nouvelliste» qu'il a un certain potentiel à exploiter.

Valais. Destinations. Verbier Saint-Bernard vient de se donner un directeur atypique né aux Etats-Unis. Le domaine skiable de Crans-Montana s'offre un sacré coup de jeune.



Verbier est une des mecs des sports d'hiver en Suisse. La station a généré l'année dernière quelque 950 000 nuitées.

Ou'entendez-vous par là?

A La Baule, j'ai dû échafauder des stratégies pour remplir les périodes creuses de l'année, pour répondre aux capacités hôtelières douze mois durant. C'est tout le défi de la quadri-saisonnalité que l'on retrouve à Verbier. En clair, il faudra développer l'offre touristique en dehors de la saison hivernale afin d'être compétitifs toute l'année.

Par quels moyens?

Je compte m'appuyer sur les socles les plus solides de notre région, à savoir l'histoire, la culture, le sport et la gastronomie. Une autre piste passe par la mise en valeur d'un tourisme d'affaires annuel qui mènerait sur les petits séminaires ou les incentives.

Nourrissez-vous des projets concrets?

Pour l'heure, je ne veux pas m'avancer. Je ne dispose pas de baguette magique, mais j'ai des idées et une certitude: je vais mettre en route un plan d'action de trois à cinq ans qui sera guidé par l'ambition de satisfaire aux nécessités de la quadri-saisonnalité.

Quels sont, à vos yeux, les atouts et les faiblesses de la destination?

Parmi les atouts, je citerais une ambiance et des paysages que je qualifierais de magiques, de féériques. Le sens de l'accueil dont font preuve les commerçants m'a également séduit. Quant aux faiblesses, il s'agit notamment de relever à Verbier des défis en matière de parkings. Mais je reste confiant, car j'estime avoir un produit qui tient la route.

Un directeur doté d'une expérience internationale

Directeur de la destination Verbier Saint-Bernard depuis le 1er décembre, Yan Baczkowski, 38 ans, est né dans les montagnes de l'Etat de New York. De 1995 à 2005, il a œuvré en qualité de directeur de la Maison de France, l'équivalent de Suisse Tourisme, à New York. Avant de rejoindre l'Office du tourisme de La Baule, en Loire-Atlantique, Yan Baczkowski est bilingue français-anglais, il maîtrise l'espagnol et dispose de connaissances de russe, eda

L'Américain de Verbier St-Bernard

Yan Baczkowski vient de prendre les commandes de la destination Verbier Saint-Bernard. Ce Franco-Américain n'a jamais œuvré en Suisse. Interview d'un directeur atypique.

EUGENIO D'ALESSIO

Yan Baczkowski, vous ne connaissez pas le Valais. Comment comptez-vous surmonter ce handicap?
Je ne vis pas cette réalité comme un handicap. J'y vois au

contraire des aspects positifs: je viens à Verbier sans a priori, avec un esprit ouvert et des idées auxquelles les gens du coin n'auraient pas forcément pensé. J'en suis convaincu, mon expérience va s'adapter aux besoins de la destination. Pour le reste, j'ai déjà géré un office de tourisme, je connais les nouvelles technologies et je suis familier de l'événementiel.

Les remous qui ont agité Verbier, avec le départ prématuré de votre prédécesseur, Gérard-Philippe Mabillard, ne vous font-ils pas peur?
Je ne connais pas les tenants et les aboutissants de cette affaire. Je me garderai donc de porter un quelconque jugement. En ce qui me concerne, j'ai le regard tourné vers

l'avenir avec le souci de trouver les chemins qui permettront de faire évoluer la destination.

Certes, mais votre principal défi ne sera-t-il pas de recoller les pots cassés d'une structure en crise?
Je ne vois pas de pots cassés à Verbier Saint-Bernard. J'ai au contraire le sentiment d'être entouré d'une équipe qui a envie de réussir.

A La Baule, vous avez travaillé dans le cadre du tourisme



«Je ne vois pas de pots cassés au sein de mon organisation.»

Yan Baczkowski
Directeur de Verbier Saint-Bernard

balnéaire. Comment voyez-vous la transition vers le tourisme montagnard?
Un rappel tout d'abord: je suis né dans les montagnes de l'Etat de New York. Puis un constat: mon parcours professionnel m'a mis au contact, vous l'avez justement souligné,

d'une destination comme La Baule. Or, cette station française présente les mêmes problématiques que celles de Verbier.

Crans-Montana se paie un lifting

Le domaine skiable de Crans-Montana s'offre un coup de jeune. A l'image de la station qui veut se repositionner «familles chic». L'offre a été réorganisée avec des espaces fun, nature et ludique.

GENEVIÈVE ZUBER

Crans-Montana, station au glamour un peu palissant et à la clientèle vieillissante... Le Haut-Plateau a mis en place toute une stratégie

pour en finir avec ce cliché. Depuis peu, un vent nouveau souffle sur la station et les inaugurations de cinq étoiles se succèdent, de quel redorer son image haut de gamme.

Cet hiver, la station en compte six désormais avec, en particulier, la réouverture du Crans-Ambassador (63 chambres). Fermé depuis six ans, le chalet géant s'apprête à reprendre vie dans quelques jours.

Pour repositionner son image, Crans-Montana cible résolument toute la famille, des enfants aux grands parents en passant par les jeunes branchés «after ski» ou fêtes nocturnes. «Il y a actuellement un très fort dynamisme en matière

d'offres sportives, culturelles et de loisirs et chaque hôte devrait y trouver leur compte.

Nous espérons ainsi élargir la clientèle de la station», explique Xavier Bianco, responsable marketing de Crans-Montana Tourisme.

Le domaine skiable du Haut-Plateau symbolise bien ce repositionnement. A la suite d'un sondage et d'une étude réalisée par l'Université de Lausanne, l'offre a été complètement réorganisée de manière à répondre aux attentes des différents membres de la famille: un espace fun avec snowpark et bordercross à Cry d'Er, de la



Crans-Montana veut répondre aux attentes de toute la famille.

glisse dans le secteur Plaine-Morte - Nationale, un espace nature plus tranquille avec culture et expositions sur les pistes à Aminona et tout un secteur ludique dédié aux petits et aux débutants en matière de sports de neige.

Crans-Montana life également son image en misant résolument sur les nouveaux moyens de com-

munication. Exemple: l'accès gratuit au Wifi dans les établissements publics de la station.

Crans-Montana Tourisme espère qu'une vingtaine de bars et autres bistrots auront fait le pas d'ici à la fin de la saison en attendant que les 80 établissements de la station jouent tous le jeu, à moyen terme (pour 120 francs le boîtier).

La collaboration est essentielle au sein du tourisme suisse. Le Tourism Professionals Meeting, organisé à Sierre, vient de le rappeler.

MIROSLAW HALABA

Voilà plusieurs années déjà que les responsables des associations et des institutions faïtières du tourisme suisse rappellent à leurs membres, chaque fois qu'ils le peuvent, les vertus de la collaboration. L'idée de placer le traditionnel Tourism Professionals Meeting (TpM), organisé vendredi dernier à Sierre par la fédération suisse de la HES-SO Valais, sur ce thème, n'en a pas moins été judicieuse, car les expériences faites dans ce domaine ont montré de nouvelles voies à la collaboration.

Les bons exemples sont foisonnants

«Par rapport à d'autres pays, la Suisse a du succès avec la coopération touristique», a indiqué le professeur Peter Keller, orateur invité à la manifestation. Les problèmes rencontrés par certaines destinations ont toutefois montré que le travail en commun obtient de meilleurs résultats lorsque les acteurs cherchent davantage à réaliser des projets qu'à mettre en place des structures. Les bons exemples ne manquent pas: le Swiss Travel System, SuisseMobile ou encore, dans le domaine hôtelier, le groupement

«Le business model permet à une entreprise de nommer ce qu'elle fait.»

Yves Pigneur
Professeur à l'HEC de Lausanne

me un modèle de coopération «exemplaire sur le plan international». «La coopération est un choix stratégique de premier ordre et qui répond à certaines règles», a souligné Peter Keller, sans manquer de

Matterhorn Valley Hotels qui, soit dit en passant, se cherche désormais un CEO. Le travail effectué par Suisse Tourisme avec ses partenaires constituerait même

préciser qu'elle n'est toutefois pas nécessaire dans tous les cas.

Directeur de Saas-Fee Saastal Tourismus, Simon Bumann, qui a vécu dans sa région une création de destination – réussie celle-là –, était bien placé pour formuler quelques-unes de ces règles. Pour lui, il importe d'avoir une vision à long terme, de tester la volonté de collaborer des partenaires, d'associer les leaders d'opinion aux travaux.

Dans le cas de la création d'une destination, les initiateurs du projet doivent particulièrement veiller à ce qu'ils n'aient pas plus vite que

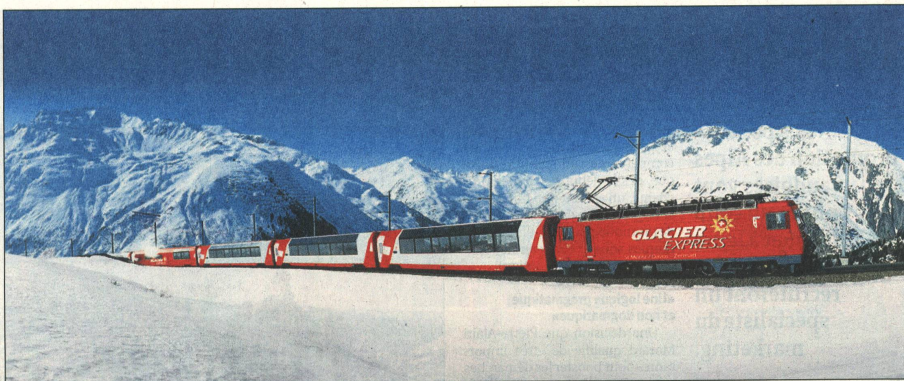
la base. D'où cette recommandation de Peter Keller: sonder périodiquement la satisfaction des partenaires associés à la coopération.

Mettre sur le papier un modèle de fonctionnement

Un autre sujet d'action et de réflexion intéressant pour les professionnels de la branche a été amené par le professeur à l'HEC Lausanne, Yves Pigneur. Coauteur de l'ouvrage «Business Model Generation», il a détaillé les avantages, pour une entreprise, voire une destination, de mettre sur le papier son

modèle de fonctionnement. «Un business model, a-t-il dit, permet à l'entreprise de nommer ce qu'elle fait et d'adopter ainsi un même langage pour le communiquer à l'interne et à ses partenaires.» Et de citer les exemples de Nespresso ou du fournisseur en ligne LeShop et sa collaboration avec La Poste.

Roland Schegg, chercheur à l'Institut de tourisme de l'HES-SO Valais, est aussi convaincu de l'utilité de cet instrument. Pour lui, le «business model est une occasion de repenser son entreprise afin de se préparer pour l'avenir».



Le Swiss Travel System, ici une rame du Glacier Express, est un bon exemple de travail en commun dans le milieu touristique.

Le salut passe par la coopération

Quinze étudiantes se mettent au gris-vert

L'Ecole internationale de tourisme de Lausanne (EIT) met sur pied, pour ses étudiants de dernière année, un travail de management de projet en conditions réelles. Une première romande qui s'est tenue sur un site militaire.

EUGENIO D'ALESSIO

Quinze jeunes femmes confinées, l'espace d'une semaine, sur la

place d'armes de Bure, près de Porrentruy, avec pour mission la mise en valeur touristique du site militaire jurassien: la scène n'est pas puisée dans le répertoire de la télé-réalité, mais bien dans l'arsenal pédagogique de l'EIT.

Créer un concept de visite dans la place d'armes jurassienne

Pour accompagner la démarche théorique de son cours de management de projet, l'institution lausannoise se propose désormais, à l'instar d'autres écoles supérieures, de confier un mandat d'entreprise à ses étudiants de

dernière année. Pour le lancement du concept, c'est la société Ruag qui a mobilisé les étudiantes de la première volée afin de créer un concept avec signalétique pour les visiteurs du Ruag Training Support et d'élaborer, sur la place d'armes, des offres de prestations destinées aux entreprises.

«Ce concept est tout sauf fictif. Il s'agit de la mise en œuvre d'un projet en conditions réelles avec une organisation et des objectifs concrets. En clair, les idées que nous soumettons à Ruag doivent être réalisables», explique Sandra Stevanovic, responsable de la

communication au sein du groupe des 15 étudiantes. Et de poursuivre: «Dans cette perspective, nous avons créé une micro-entreprise au sein de l'école en nommant une cheffe de projet et des responsables des finances, de l'administration et de la communication.»

Aussitôt dit, aussitôt fait, les jeunes femmes ont pris leurs quartiers, du 28 novembre au 4 décembre, sur le site militaire pour donner corps à leur projet touristique. «Nous avons imaginé plusieurs concepts qui permettent de promouvoir la place d'armes de Bure, notamment par le biais de visites à l'intention d'entre-



«Nous avons mis en place une micro-entreprise en nommant des chefs de service.»

Sandra Stevanovic
Responsable de la communication

prises qui organiseraient des séminaires ou pour des associations sportives qui viendraient en camps», explique Sandra Stevanovic.

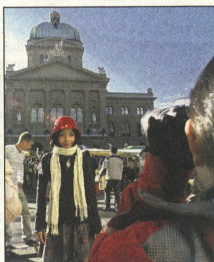
Découvrir les biotopes

Parmi les solutions proposées à Ruag, la responsable de la communication cite la découverte des biotopes de la place d'armes, du cœur technologique de Ruag, l'organisation de camps de survie ou de courses de vélos militaires. Les quinze étudiantes ont également créé un nouveau concept de panneaux visant à faciliter la visite des lieux.

Les hôtes asiatiques affluent

Le nombre de nuitées était en hausse en octobre et pendant la saison d'été. Les touristes indiens et chinois affichent l'augmentation la plus forte parmi les hôtes étrangers. Tour d'horizon.

EUGENIO D'ALESSIO



Les Chinois sont toujours plus nombreux à visiter notre pays.

Le tourisme helvétique traverse une période que l'on peut qualifier de positive: l'hôtellerie a enregistré 2,7 millions de nuitées en octobre dernier, soit une augmentation de 1% (+28 000 nuitées) par rapport à octobre 2009, indique l'Office fédéral de la statistique. Les hôtes indiens ont généré 1,4 million de nuitées, soit une croissance de 1,6% (+21 000 nuitées). Les visiteurs étrangers affichent, pour leur part, 1,3 million de nuitées, soit une hausse de 0,5% (+65 000 nuitées).

Parmi les touristes étrangers, les Indiens et les Chinois ont généré en octobre la plus forte augmentation, avec respectivement 11 000

nuitées (+52%) et 8300 nuitées (+23%). Les Allemands enregistrent, de leur côté, le recul le plus marqué, avec 29 000 nuitées en moins (-7,3%). Quant aux régions touristiques, la palme revient à la région lémanique (Vaud), avec 23 000 nuitées supplémentaires (+13%).

Les chiffres pour la saison d'été, qui s'étend de mai à octobre, sont eux aussi réjouissants. Le nombre de nuitées enregistrées pendant cette période se chiffre à 20,3 millions, soit un bond de 2,5% (+498 000 nuitées) par rapport à la même période de 2009. Les touristes étrangers, avec 11,5 millions de

nuitées, affichent pendant cette période estivale une progression de 382 000 nuitées (+3,4%). Les Asiatiques enregistrent une croissance de 312 000 nuitées (+21%). Parmi les hôtes originaires de ce continent, la Chine a généré 101 000 nuitées supplémentaires (+63%), soit la plus forte progression des touristes étrangers. Elle est suivie par l'Inde, avec une hausse de 65 000 nuitées (+27%), les pays du Golfe (+41 000/+15%) et le Japon (+35 000/+9,2%).

Au cours de la saison d'été, les visiteurs helvétiques ont pour leur part été à l'origine d'une hausse de 116 000 nuitées (+1,3%).

En bref

Suisse

La Maison des terroirs dans les chiffres noirs

La Maison des terroirs, à Grandson (VD), vient d'annoncer des comptes équilibrés pour 2010, avec un léger bénéfice. Ce résultat confirme que l'institution, qui a vu le jour en 2006, est désormais viable. Le budget 2011 est d'ailleurs estimé avec une croissance positive du chiffre d'affaires grâce, notamment, à la vente des célèbres paniers garnis. Pour mémoire, la Maison des terroirs se donne pour objectif d'offrir aux prestataires de la région ainsi qu'au tourisme une vitrine contemporaine dans une maison patrimoniale, rénovée Minergie. eda

Des raquettes, des traces et la tombée de la nuit



Swiss Image

Des nouveautés hivernales pour l'Office du Tourisme de Châtel-Saint-Denis, les Paccots et la Région. La balade Ecotrace permettra aux enfants d'être sensibilisés à l'impact de leur passage dans la nature avec des raquettes: les 29 décembre et 2 mars. La balade des trappeurs leur permettra de découvrir le plaisir de la tombée de la nuit et la vie de la faune: les 5 janvier et 8 mars. aca

www.les-paccots.ch

Entreprises taxées à Val-d'Illiez

Les sociétés qui ont pignon sur rue à Val-d'Illiez (VS) doivent désormais s'acquitter chaque année d'une taxe de promotion touristique, indique le quotidien «24 Heures». Objectif: favoriser le développement du tourisme local en mettant à contribution ses bénéficiaires directs et indirects. Les montants perçus viendront en effet financer des opérations de promotion touristique. Grâce à cette nouvelle taxe, acceptée en novembre dernier, la commune valaisanne espère encaisser quelque 140 000 francs supplémentaires l'année prochaine. eda

Une course pour les sensations nocturnes



LOO

Le samedi 11 décembre 2010 se déroulera la nouvelle course de ski alpinisme et raquettes nocturne Night Race à Flaschen, près de Loèche-les-Bains. Une vertical race ouverte à tous aura lieu à 17 heures à 1536 mètres d'altitude. Les coureurs devront gravir 777 mètres d'altitude avant de franchir l'arrivée. aca

www.torrent.ch

En bref

Genève

Patrimoine
en marche à
l'Université

Le cycle de conférences «Chemins historiques patrimoniaux en marche» de l'Université de Genève s'est clôturé ce jeudi 9 décembre, avec Claude Reichler, professeur de lettres à l'Université de Lausanne, sur le thème de «la représentation des chemins dans les récits de voyages dans les Alpes». Ce cycle complète le certificat Patrimoine et Tourisme.

www.unige.ch/formcont/

Un Passeport
Gourmand
inédit

Fotolia

Pour la première fois, le **Passeport Gourmand** propose une édition entièrement genevoise et permettra de découvrir les meilleurs établissements à prix d'ami. Depuis 23 ans, le Passeport Gourmand ravit les palais avec ses trois guides.

www.passeport-gourmand.ch

Marketing d'altitude

Les pools de promotion des Alpes vaudoises vont donner un coup de fouet à leurs démarches. Ils recruteront un spécialiste du marketing.

CLAUDE JENNY

Appelés à présenter vendredi dernier à Onnens, lors du 11e rendez-vous

du tourisme vert, «la stratégie marketing et la promotion des Alpes vaudoises pour réussir ensemble sur les marchés», Pierre-Alain Morard, directeur marketing de l'Association touristique Aigle-Leysin-Col-des-Mosses, et Philippe Solms, chargé de mission de la Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV), ont démontré que le vent soufflait très clairement dans la direction d'un partenariat renforcé. La nouvelle n'a pas encore été officialisée, mais la décision de principe a été

avalisée par les divers partenaires et l'engagement de la personne compétente est imminent, de sorte que, dès le début de l'année prochaine, un «M. ou une Mme Marketing» viendra épauler les efforts de promotion des trois entités déjà réunies sous le chapeau de l'APV (Alpes vaudoises promotion).

«Une logique pragmatique et non dogmatique»

Une décision que Pierre-Alain Morard qualifie de «très importante» pour booster les démarches promotionnelles menées par l'APV pour le compte de «Pays d'Enhaute Promotion», de l'«Association touristique Aigle, Leysin, col des Mosses» et d'«Alpes Promotion» (Villars, Gryon, Diablerets). «En recourant aux services d'un professionnel, nous renforçons, sous un même chapeau, la structure qui vise à fédérer les diverses destinations. L'image globale des Alpes vaudoises y gagnera encore en visibilité», confie Pierre-Alain Morard. Chargé de mission pour la CITAV, Philippe Solms a apporté un concours précieux à l'APV en pilotant, avec le concours d'un consultant extérieur, Erich Baptist, une étude sur la stratégie marketing et promotion de la région. Ce travail de réflexion, qui a réuni acteurs politiques et

«L'image globale des Alpes vaudoises gagnera encore en visibilité.»

Pierre-Alain Morard
Directeur de marketing

Swiss-Image

Les Diablerets, une destination qui devrait être encore mieux commercialisée à l'avenir.

touristiques, a clairement démontré que l'union faisait la force: «Le défi est de prouver que les divers partenaires peuvent travailler ensemble pour le bien commun des diverses destinations», résume Philippe Solms. Ce spécialiste opérationnel de la CITAV – qui par convention coiffe les associations régionales de développement Aigle Région et Pays d'Enhaute Région – salue une démarche qu'il qualifie de «logique pragmatique et non dogmatique». Il ajoute que le ren-

forcement de l'APV est désormais possible, parce qu'il repose «sur des entités régionales fortes» que sont les trois sociétés de promotion en place, lesquelles conserveront leur existence propre et leur rôle opérationnel local.

L'Etat de Vaud demande une simplification des structures

A terme, Philippe Solms n'exclut pas que la CITAV puisse se fonder au sein de l'APV, là encore par souci d'efficacité puisque ce sont sou-

vent les mêmes personnes qui siègent dans les deux organes. Sans vouloir bousculer les étapes, il souligne que si les Alpes vaudoises ont opté pour une voie qu'il qualifie de «singulière» pour gagner en efficacité promotionnelle, elle s'inscrit dans le contexte régional. L'Etat de Vaud, qui financera une partie du nouveau poste de spécialiste marketing de l'APV, en appelle d'ailleurs à une simplification des structures chargées de la promotion d'une région.



ENCORE PLUS DE COOH !

Fromages, beurre, crèmes, lait, fromages frais et yogourts... COOH répond désormais à tous vos besoins en qualité et en fraîcheur, et charmera les papilles de vos clients. Concoctée avec exigence et passion, COOH se distingue également par son excellent rapport qualité-prix.

COOH, c'est frais, c'est bon, c'est fraiment bon !

Et il y a encore plus de COOH, avec toute la gamme et ses nouveautés, sur www.cooch.ch.

A elle seule, Zermatt compte 233 points Gault Millau. Sans compter une première étoile au Michelin pour le restaurant «Capri» du Mont Cervin Palace. Difficile de faire mieux.

ELSBETH HOBMEIER



Avec 15 points au Gault Millau, «Le Gourmets», de l'Hôtel Alpenhof où officie Heinz Rufibach, est bien placé, malgré une vive concurrence.

Zermatt à la pointe



Le Restaurant Zum See.



Mélodies d'Italie règnent dans les cuisines du Capri Palace & Spa.

Un coup qui a porté ses fruits

Manifestement, le Michelin est d'accord avec ce classement, puisque le guide 2011 lui accorde maintenant une étoile (sur trois). «Nous en sommes fiers», confie Kevin et Karen Kunz, le couple qui dirige le cinq-étoiles. Le «coup» gastronomique qui visait à lancer il y a trois ans une joint-venture avec le restaurant étoilé du Capri Palace & Spa a porté ses fruits. Le chef Oliver Glowig convainc avec des fruits de



Les chaises longues de «Chez Vrony», à Findeln.

mer d'une grande fraîcheur et la meilleure cuisine italienne qui soit. Il bouscule ainsi durablement la scène de la gastronomie dans la station en établissant de nouveaux critères. «Nous avons délibérément cherché un partenaire pour l'hiver à Zermatt et l'avons finalement trouvé à Capri», dit Kevin Kunz pour expliquer le concept.

L'échange fonctionne bien: en été, quelques collaborateurs du palace de Zermatt travaillent en Italie à la cuisine et au service et, en hiver, le chef vient avec une partie de sa brigade au pied du Cervin, donnant ainsi un nouvel élan à la

cuisine de l'annexe du palace, le «Petit Cervin». Mais la concurrence est vive à Zermatt. Avec 15 points au Gault Millau, «Le Gourmet», de l'Hôtel Alpenhof où officie Heinz Rufibach, est bien placé, de même qu'Alain Kuster, du «Corbeaud'Or» au Mirabeau Hotel & Residence et Reinhold Wrobel, au Grandhotel Schöneck.

Ces derniers sont rejoints par une foule de 13 et 14 points. Car il est possible de bien, voire de très bien manger, partout. «A la question de savoir quel est le meilleur restaurant de Zermatt, mieux vaut répondre: que souhaitez-vous

manger?», remarque Daniel Luggen. Car la palette va du restaurant thaï, chinois, japonais, français ou italien à la cuisine suisse, très couleur locale.

Des auberges de montagne à l'atmosphère chaleureuse

Excellents aussi à Zermatt, les auberges de montagne à l'atmosphère chaleureuse: celui qui a goûté aux célèbres pâtes aux gambas ou au mille-feuilles géant du restaurant «Zum See», chez Max et Greti, au pied du Cervin, n'est pas près de les oublier. Comme celui qui fait halte «chez Vrony» à Findeln et «pique un roupillon» sur les chaises longues après la viande séchée, les gnocchis et les copieux röstis: il en parle avec enthousiasme bien des années après.

A en croire Kevin Kunz, un autre projet est en cours à Zermatt: des semaines culinaires, organisées en août 2011. Elles porteront l'accent sur la «suisse» et les produits locaux. Car, relève l'hôtelier, «le Valais peut tout offrir et de la meilleure qualité». Le concept est déposé et n'attend plus que l'approbation de la commune et, bien sûr, la participation des restaurants.

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

Pêle-mêle

Un guide des meilleurs risotto du monde

Le risotto, une des spécialités italiennes (et tessinoises) les plus appréciées au monde est valorisée avec art dans le Guide Gallo. Il présente les «101 meilleurs risotto du monde» interprétés par des grands cuisiniers de 24 pays. Parmi eux il y a huit chefs de cuisine suisses. Le journaliste tessinois Alberto Dell'Acqua est le responsable international du guide qui est diffusé dans le monde entier en 200 000 exemplaires et quatre langues par la maison Riso Gallo (leader du marché européen du riz de qualité et dans la restauration).

www.risogallo.ch

Une collection privée pleine d'impressionnisme



La Fondation Gianadda, à Martigny, accueille jusqu'au 13 juin les trésors d'un collectionneur anonyme. Il a prêté plus d'une centaine d'œuvres sur une proposition de Marina Ferretti Bocquillon, conservatrice du Musée des Impressions de Giverny. Une collection axée sur l'art européen avec de l'impressionnisme, du post-impressionnisme et du surréalisme.

www.gianadda.ch

Un couturier indien revisite les vitrines des capsules

La marque Nespresso s'apprête à mettre en place un partenariat annuel avec des artistes, dans le cadre du projet baptisé N-Art. Pour cette première édition les créateurs de capsules s'associent avec l'étoile montante de la mode indienne Manish Arora. L'union de la tradition et de la modernité, la combinaison de la broderie avec des matériaux extravagants et originaux et l'utilisation de couleurs flamboyantes. Voilà comment Manish Arora s'est imposé chez Nespresso. Le créateur de mode a eu carte blanche pour appliquer sa vision créatrice au réseau mondial des boutiques. Il a créé un conte de fée avec 16 princesses. L'histoire se passe dans le royaume imaginaire Swig.

Pas de deux luxueux au Beau-Rivage

Un forfait comprenant des entrées au Ballet Béjart et une nuit au palace font le bonheur des deux partenaires. Les touristes américains viennent.

ALEXANDRE CALDARA

Lausanne. Le Beau-Rivage lui aussi se joint à la fête: du 18 au 23 décembre, ses clients peuvent bénéficier de places première catégorie pour les dernières créations de la compagnie couplée avec une nuit en chambre supérieure ou Deluxe. Pour Alexandra Herrmann, chargée de communication, l'identité du ballet est importante: «Il symbolise l'excellence partout dans le monde, pour nous il est bien de rester connectés avec la vie culturelle de Lausanne.» Même son de cloche pour Dominique Carrupt, administrateur de la compagnie de danse: «C'est un échange de bons procédés.

Lausanne. Le Beau-Rivage nous offre une belle vitrine, on se retrouve sur leur newsletter, leur conciergerie nous connaît, c'est très profitable.»

Même si un DVD des spectacles est offert aux clients, Alexandra Herrmann ne voit pas de liens directs entre les deux institutions. «Mais bien sûr des valeurs telles que la persévérance et la perfection semblent

«Persévérance et perfection semblent vitales en danse comme dans le luxe.»

Alexandra Herrmann
Chargée de comm. du Beau-Rivage

vitales en danse de haut niveau comme dans l'hôtellerie de luxe.» L'hôtel est aussi partenaire du Prix International de Lausanne, qui se déroulera en février.

La première clientèle du Beau-Rivage restent les Suisses. «Il sont



Les spectacles de Béjart ont une renommée mondiale.

très attachés à cette offre. Au niveau international, c'est aux Etats-Unis que ce forfait semble avoir le plus grand succès. Mais nous n'attirons pas une nouvelle clientèle avec ce type d'offre», précise Alexandra Herrmann. Dominique Carrupt note que pour les hôtes prestigieux du ballet ou pour des banquets, la collaboration est aussi précieuse. Au programme du palais de Beaulieu cette année, «Dionysos (suite)», une pièce du répertoire de Maurice Béjart avec des costumes signés Gianni Versace. Puis deux créations «Syncope» de Gil Roman, directeur artistique de la compagnie et «Aliam O-Est», une réflexion sur les rituels d'Océanie écrite par Sthan Kabat Louët.

www.brp.ch
www.bejart.ch

Pour l'Europe, le vin du Vully fait jaser, on le prive d'AOC



Alain D. Bollaert

L'appellation d'origine contrôlée (AOC) des vins du Vully n'est plus reconnue sur le plan européen. Le problème est simple: l'Europe ne veut pas de deux manières différentes pour définir l'appellation d'une seule région. Quand bien même il s'agit d'une des réalités de l'intercantonalité de ce vignoble situé entre les lacs de Morat et de Neuchâtel. Les Fribourgeois affirment prélever moins de raisin au mètre carré. Les Vaudois se disent plus exigeants sur la teneur en Suisse. Il faudra retrouver l'AOC... aca



«Mes fans regardent la télévision le samedi, vont au restaurant le dimanche et passent des vacances normales.»

Alain Morisod Chanteur

24

Chienne d'excursion

Une première dans le Jura: des promenades avec des **chiens de traîneau**. La rencontre entre un passionné français et son amour pour Chasseral.

ALEXANDRE CALDARA

Vous pensiez tout connaître des excursions dans la neige. Ou comme l'écrit Jackie Mauchausat: «Les pistes de ski vous rappellent douloureusement le périhélique aux heures de pointe...» Le Franc-Comtois a une solution dans son traîneau. Depuis 20 ans, il se passionne pour cet antique moyen de locomotion des populations nordiques. Cette année, il exporte son talent dans le Jura bernois. La métairie de Gléresse organisait dimanche dernier la première promenade de son histoire: «Neuf personnes ont participé à ce petit convoi, c'était extraordinaire ces 44 chiens guidés par cet homme qui connaît la région», raconte Eudard Stettler, tenancier de la métairie. Il s'agissait d'une promenade d'une heure comme passer dans le traîneau, elle sera reconduite début janvier. Mais on peut aussi participer à la conduite d'un attelage en le louant pour une journée ou une demi-journée.

Cette nouvelle proposition est née de la rencontre entre les deux hommes: «Il y a deux ans, Jackie Mauchausat a mangé chez nous, il nous a parlé des chiens. Puis nous avons fait une promenade avec lui en partant du pont des Anabaptistes jusqu'à Chasseral, nous étions enthousiastes.»



Départ de l'aventure pour les chiens et les hommes.



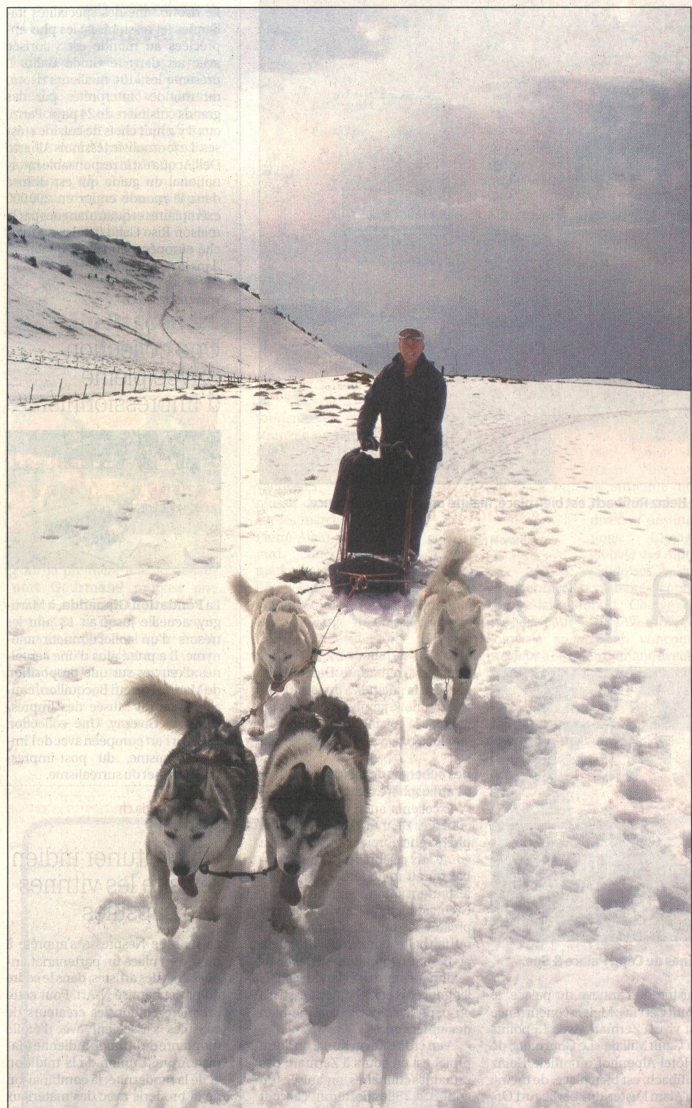
De nouvelles sensations de glisse.



Une vue inédite de Chasseral en tant que passer du traîneau.



Le mythique aboiement du chien polaire, vrai plus que nature.



Le plaisir de créer de nouvelles traces.

Photos Eudard Stettler/Ido

www.mettairiegleresse.ch

Les Roches font la fête à leurs étudiants diplômés

L'école hôtelière Les Roches, à Bluche, vient d'organiser une fastueuse cérémonie de promotion. Une étudiante thaïlandaise a particulièrement brillé.

EUGENIO D'ALESSIO

C'est devant un parterre de personnalités touristiques, politiques et diplomatiques que l'école Les Roches de Bluche, en Valais, a remis leurs diplômes à 171 étudiants originaires de 54 pays. La jeune Thaïlandaise Siriporn Siripreechpong s'est distinguée dans la catégorie BBA en obtenant les meilleurs résultats parmi une volée de 103 étudiants.

Orateur invité à la cérémonie, Simon P. Casson, le directeur général du Four Season Hotel de Doha, au Qatar, a tenu un discours tout empreint de sagesse et de saine philosophie de vie: «Le conseil le plus important que je puisse vous donner pour votre carrière profes-

sionnelle est de vous comprendre vous-mêmes et d'être aussi bien que possible en accord avec votre personnalité.»

Les étudiants qui ont reçu un prix:
BBA - Bachelor of business administration (103 étudiants) Siriporn Siripreechpong, de Thaïlande, obtient le prix pour les meilleurs résultats académiques. Le prix pour la meilleure dissertation a été attribué à Roseann Yeo Zihui, de Singapour. **MBA - Master of business**

administration (36 étudiants) Les meilleurs résultats ont été obtenus par Shaheena Nanji, du Canada. Les progrès les plus spectaculaires ont été réalisés par Chun Heng Zhu, également du Canada. **Post Graduate Diploma** (30 étudiants) Le prix pour les meilleurs résultats a été décerné à Ekaterina Cheina, du Canada. Le prix pour l'étudiant qui a réalisé les progrès les plus marquants est revenu à Debora Leitao Mattos, du Brésil. **BSC-Bachelor of science** (deux étudiants) Le prix pour les meilleurs résultats a distingué Maria Luna Ruffo, d'Italie.



Siriporn Siripreechpong entourée de Colin Small (à gauche), Dean of Undergraduate Studies des Roches, et d'Arie A. J. van der Spek, CEO.

Médaille d'or pour une apprentie du canton de Vaud

Déborah Reynaud vient de remporter le championnat suisse de boulangerie-pâtisserie 2010. Elle s'est adjugée la médaille d'or à l'Ecole professionnelle Riche-



mont, en ville de Lucerne. Les créations originales de cette jeune femme de 19 ans ont su convaincre un jury composé de professionnels de la branche. Déborah Reynaud œuvre au sein de Jowa Eculens depuis le mois d'août 2007. L'été dernier, elle avait terminé son apprentissage de boulangerie-pâtisserie en qualité de meilleure apprentie du canton de Vaud. Ce titre lui avait permis de se mesurer aux autres championnes cantonales de la branche.

Les gens

Nouvelle directrice pour la Fondation de l'Hermitage

Sylvie Wuhrmann (photo) est la nouvelle directrice de la Fondation de l'Hermitage, à Lausanne. L'actuelle conservatrice du musée prendra ses fonctions en août 2011. Sylvie Wuhrmann, 46 ans, succédera à la Genevoise **Juliane Cosandier**, 66 ans, qui quittera son poste «après 16 années de succès ininterrompus», selon les termes du conseil de fondation. La nouvelle directrice est licenciée en lettres de l'Université de Lausanne



et titulaire d'un DEA de l'Ecole des hautes études en sciences sociales de Paris. Elle entend poursuivre la série de rétrospectives d'artistes phares et la présentation des grands mouvements artistiques.

Jörg Krebs œuvrera désormais à Dubaï

Jörg Krebs assumera, dès le 1er avril 2011, la direction des marchés



de la région Inde, Moyen-Orient et Afrique pour le compte de Suisse Tourisme (ST). Il exercera ses nouvelles fonctions en ville de Dubaï. Cette nomination s'inscrit dans le cadre de la réorientation stratégique des marchés et de marketing amorcée par ST en novembre dernier. Actif au sein de ST depuis 1988, Jörg Krebs a travaillé dans les filiales de l'organisation en Allemagne et en Espagne et, depuis, 1997, au siège de Zurich. Directeur marketing IMB-GIM (Université de Berne), il avait entamé sa carrière professionnelle à Francfort.

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotel revue Nr. 49 / 9. Dezember 2010

**KOMPAKTES WEINWISSEN
FÜR GASTROPROFIEN**

**DER WEIN
BERATER**

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

Mit international
anerkannten Zertifikat
WSET® Level 3

**WEITERE
INFORMATIONEN?**
GastroSuisse
8046 Zürich
Tel. 044 377 1111
www.gastrosuisse.ch

TERMINE
berufsbegleitend

FRÜHLING: Start 21.03.11
HERBST: Start 03.10.11

GASTRO_SUISSE



Durchblick

**Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement**

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

**Wo Experten sich treffen!
Wissen, was in der
Schweizer Reisebranche
läuft!**

www.travelindustryclub.ch

Inhalt / Sommaire

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

Ziele setzen

Es ist wieder
Saison der Ziele,
der Zielvorgaben
und der Ziel-
vereinbarungen.



Ziele richtig formulieren



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

Unternehmen haben grosse Visionen umrissen und strategische Felder definiert, und nun müssen die Mitarbeitenden mitziehen. Der anspruchsvolle Prozess des Jahres wird soeben wieder angeworfen. Mit brachialer Gewalt. Jetzt müssen nämlich die Ziele heruntergebrochen werden. Für Mitarbeitende ist es frustrierend, wenn sie verstehen, dass das, was «ihr» Unternehmen erreichen will, für sie zu gross sein soll. Sie kriegen bloss Teile, Stücke, Reste, Splitter. Niemand weiss, woher dieses Bild des Herunterbrechens kommt. Kann es denn sein, dass Mitarbeitende mit Puzzelteilen oder mit Stückwerk ausgestattet werden? Und warum muss in der Dienstleistung, in der es um Vertrauen, um Teamwork, um Verständnis und um Motivation geht ein solch gewalttätiges Bild zirkulieren?

Vielleicht kommt es daher, dass für die meisten Vorgesetzten Führen immer noch eine Machtgeschichte ist und man gerade in der Disziplin der Vorgaben (was nicht gleich Ziel ist) diese Macht zeigen kann. Da werden dann vom Baum der strategischen Ziele einzelne Äste heruntergerissen und den Mitarbeitenden vorgeworfen.

Aufgaben statt Ziele

Wenn Führungspersonen ihre eigentliche Aufgabe nicht als solche sondern als Funktion verstehen, dann ist die Zielgeschichte eine gewalttätige Arbeit. Es geht dann jeweils nicht darum, gemeinsam vorwärts zu kommen, sondern den Mitarbeitenden zusätzliche Dinge aufzutragen um sie zu disziplinieren und unter Druck zu setzen: «Mehr Zusatzverkäufe machen»

(mit diesen Pennerprodukten), «endlich Ordnung im Magazin erstellen» (welche Ordnung?), «effizienter vorgehen» (weil gespart werden muss). Das wären die eigentlichen Aufgaben von Mitarbeitenden, dass es so ist, wäre Führungsaufgabe. Solche Aufgaben sind niemals anspruchsvolle Ziele.

Wirksame Ziele definieren

«Ziele sind dann wirksam, wenn sie das Unternehmen voranbringen». «Die Summe aller erreichten Ziele im Unternehmen bedeutet die Realisierung der Vision». Im NDS HF Hotelmanagement etwa wird mit solchen Argumenten die Bedeutung von Zielen klargemacht. Auf dass die Führungspersonen ihren Mitarbeitenden sinnvolle, das heisst im Interesse des Unternehmens

brauchbare und für die Mitarbeitenden motivierende und herausfordernde Ziele mitgeben können. Mitarbeitende sollten sich weiterentwickeln können und zwar zum Nutzen des Betriebes. Gemeinsam Ziele erreichen heisst, sie den Mitarbeitenden erklären und erstrebenswert darzustellen. Ziele und die zu ergreifenden Massnahmen sollten gemeinsam definiert werden. Und es sind nicht irgendwelche Stücke, oder Teile, die «rausgerissen», «runtergerupft» oder eben «runtergebrochen» werden. Sondern sie sind Teil eines Ganzen. Ich wünsche Ihnen Erfolg beim Formulieren anspruchsvoller und ansprechender Ziele für Ihre Mitarbeitenden.

Und übrigens: Gezielte Weiterbildung kann Ihnen dabei helfen. www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung

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

Die Two Spice AG verwaltet und führt die Restaurationsunternehmen der Höschgass Gastro AG, Yooji's AG, Jack & Jo Ltd. und der Nooba AG.

Am 1. September eröffneten wir zwei neue Betriebe im Kesselhaus in Winterthur. Zum Einen das Lifestyle Restaurant Yooji's mit grosser Sushi Bar, Terrasse und Take Away, zum Anderen die urbane, trendige Boiler Room Bar mit einem amerikanischen Foodangebot im englischen Pubservice-Style. Wir suchen auf 1.1.2011 einen neuen „Macher“ als

Geschäftsführer 100% (m/w)

Besitzen Sie ein ausgeprägtes Betriebsdenken, haben Sozialkompetenz, sind vif, sportlich und jung(-geblieben)?

Sie sind verantwortlich für die gesamten Betriebsabläufe, die Budgetplanung und den Erfolg dieser beiden vielseitigen und interessanten Betriebe. Dazu gehört die Mitarbeiterführung, die Einsatzplanung, die Gästebetreuung und Pflege, die Eventorganisation und das Bestell- und Inventurwesen. Sie sind im täglichen Einsatz im Restaurant und verlieren den Überblick auch in hektischen Situationen nicht!

Sind Sie zwischen 25 und 35 Jahre jung?

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie und einigen Jahren Berufserfahrung an der Front. Zudem weisen Sie bereits gute Führungserfahrung vor und/oder haben eine abgeschlossene Hotelfachschule. Ihnen ist Ordnung und eine strukturierte Organisation wichtig. Sie sind offen für Neues und für verschiedene Kulturen. Wenn für Sie zudem Verantwortungsbewusstsein, Flexibilität und Teamfähigkeit selbstverständlich ist, dann freuen wir uns auf ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Two Spice AG
Barbara Schwegler, Riesbachstrasse 61, 8034 Zürich
Tel 043 443 00 72, Fax 043 443 00 71
barbara.schwegler@twospice.ch, www.twospice.ch



Die Gastronomiegruppe



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

Für die von uns im Auftrag geführte

Cafeteria der Berufsschule Niklausstrasse

Niklausstrasse 16, 8006 Zürich

suchen wir auf Anfang Januar 2011 eine

Cafeterialeitung (w/m)

Ihre Aufgaben: In dieser interessanten Führungsposition sind Sie hauptsächlich für die Organisation und Führung des Betriebes zuständig. Dies beinhaltet das Einhalten und Umsetzen der betrieblichen und unternehmerischen Vorgaben und Abläufe, die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten Mitarbeitenden, die Menüplanung sowie die Sicherstellung der Qualität der Menüs, die Erledigung diverser administrativer Arbeiten inkl. Budgetplanung, die Bedienung der Gäste an der Front sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien.

Ihr Profil: Sie haben bereits in einer ähnlichen Funktion gearbeitet und bringen die nötige Küchenkompetenz mit. Ebenfalls verfügen Sie über gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse und können administrative Aufgaben einfach bewältigen. Sie haben ein Zahlenflair, sind kreativ und Neuem gegenüber aufgeschlossen. Unter Arbeits- und Zeitdruck arbeiten Sie ruhig und effizient, handeln im Interesse der Unternehmung und bleiben sich dabei selbst treu. Zudem sind Sie bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte ständig zu verbessern. Sie vermitteln eine wohlwollende, unterstützende Atmosphäre, können angemessen mit verschiedenen Personengruppen kommunizieren und schaffen durch klare Kommunikation Transparenz. Als Führungsperson setzen Sie sich anspruchsvolle Ziele, gewinnen die Mitarbeitenden dafür und vertreten die Interessen der Unternehmung. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag jeweils von 07.00 – 16.30 Uhr. Es gilt zu beachten, dass die Cafeteria während 13 Wochen Schulferien geschlossen bleibt.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser «Schiff». Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Schifftube, Saal, Weinstube, Seerosenbar und 30 individuellen Zimmern.

In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus nah und fern.

1. Gouvernante

Sie sind etwa zwischen 22 und 38 Jahre alt, lieben Ihren Beruf und die Menschen. Kundig und tatkräftig besorgen Sie gemeinsam mit Ihren Fachfrauen und Lernenden ein aussergewöhnliches Haus. Mit Gespür für Schönes und Wesentliches schaffen Sie so für unsere Gäste in der Fremde täglich von Neuem ein echtes Zuhause.

Eine anspruchsvolle, vielfältige und abwechslungsreiche Aufgabe, ein junges Team, Wertschätzung, Unterstützung und Weiterbildung erwarten Sie.

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.

Beatrice Fuhrer, Hotel Restaurant Schiff
mit Seerosenbar, 8808 Pfäffikon SZ
Tel. 055 416 17 18 www.schiff-pfaeffikon.ch

Ganzjahresausflugsgebiet

Sattel-Hochstuckli

Wir suchen für das Gastrounternehmen MOSTELBERG (direkt bei der Bergstation) ab Frühjahr 2011 einen

Pächter / Geschäftsführer

Das Berggasthaus Mostelberg befindet sich auf 1200 m.ü.M. Im Sommer ist es Ausgangspunkt zu Rodelbahn, Hüpfburganlage, Erlebniswanderwege und Europas längster Fussgängerhängebrücke. Im Winter liegt es im Herzen des Schneesportgebietes mit Skiliften, Schlittelweg und Winterwanderweg.

- Sie sind engagiert, flexibel, gästeorientiert und verfügen über ausreichende Erfahrung in der Führung eines Gasthauses.
- Sie sind kommunikativ, aufgestellt und verfügen über einen guten Umgang mit Menschen.
- Sie sind an einer langjährigen Pacht oder Geschäftsführung mit Zukunftsperspektiven interessiert.

Ihre neue Herausforderung?

Richten Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung an:
Mathias Ulrich, Mitglied der Geschäftsleitung.
Sattel-Hochstuckli AG, Postfach 36, 6417 Sattel
Telefon 041 836 80 80
mathias.ulrich@sattel-hochstuckli.ch



hotellerieuisse, der Unternehmensverband der Schweizer Hoteliers, steht zusammen mit seinen 3'200 Mitgliedern für eine qualitätsbewusste und zukunftsorientierte Schweizer Hotel- und Beherbergungswirtschaft. Der Hauptsitz des Verbandes ist in Bern, mit Geschäftsstellen in Lausanne und Bellinzona. hotellerieuisse beschäftigt rund 100 Mitarbeitende.

Projektleiter/-in Hoteldatenbank und WEB Hotelführer

Ihre Aufgaben

- Sie konzipieren und organisieren die permanente Weiterentwicklung der Hoteldatenbank bezüglich Datenerhebung (Statistik, Text, Bild, etc.), halten diese damit jederzeit aktuell und bauen die Daten systematisch weiter aus.
- Sie pflegen und erweitern die Schnittstellen der Hoteldatenbank zu regionalen, nationalen und internationalen Informations-, Buchungs- und Bewertungsportalen.
- Zudem sind für die Pflege der Inhalte sowie die Weiterentwicklung des WEB Hotelführers www.swisshotels.com verantwortlich.
- Sie erstellen ein e-Marketingkonzept für den WEB Hotelführer und setzen dieses um.
- In Ihren Arbeiten werden Sie von einer Mitarbeiterin unterstützt mit welcher Sie ein Team bilden, für das Sie sich verantwortlich zeichnen.

Ihr Profil

- Sie haben eine höhere Ausbildung in der Hotellerie oder im Tourismus (Stufe HF oder FH) mit spezifischer Weiterbildung im Bereich Informatik oder eine Grundausbildung in Informatik mit einem Flair fürs Marketing.
- Sie verfügen bereits über einige Jahre Berufserfahrung im Tourismus. Dabei haben Sie sich vertiefte Kenntnisse im Bereich EDV (Datenbanken) und Marketing (insbesondere im Bereich Social Media) angeeignet.
- Sie sind initiativ, arbeiten selbstständig, exakt und gehen systematisch vor. Zudem sind Sie verhandlungsgeschickt und zielorientiert. Als Person sind Sie teamfähig und kommunikativ mit einem sicheren Auftreten.
- Ihre Muttersprache ist Deutsch. Sie können sich jedoch sowohl in Französisch wie auch in Englisch mündlich und schriftlich gut ausdrücken. Italienischkenntnisse sind von Vorteil.

Der Arbeitsort ist am Hauptsitz von hotellerieuisse in Bern. Hotellerieuisse bietet ihren Mitarbeitern ein attraktives Umfeld mit attraktiven Anstellungsbedingungen und ausgezeichneten Sozialleistungen.

Interessiert? Für weitere Auskünfte steht Ihnen Daniel Beerli, Leiter Mitgliederservice und Kooperationen, unter Tel. 031 370 43 35 gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung

hotellerieuisse
Valérie Gerber
Sachbearbeiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
valerie.gerber@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch



Für die historische Jugendherberge im Schloss Laufen/in Dachsen suchen wir ab 15. Februar bis 15. November 2011 eine

Betriebsleitung

(ideal geeignet für ein junges Paar oder zwei Einzelpersonen, Saisonstelle)

Das Schloss Laufen, unmittelbar über dem Rheinfall gelegen, bietet Individualitäten aus aller Welt, Bankettgästen und vor allem vielen Gruppen, Schulklassen und Familien Unterkunft und Verpflegung an. Insgesamt stehen 91 Betten zur Verfügung.

Ihr Aufgabengebiet

Sie leiten das Haus, unkompliziert, charmant und mit einer ausgeprägten Dienstleistungsorientierung. Die Aufgaben umfassen die Bereiche Administration, Reservierung, Beratung und Verkauf, Hauswirtschaft, Unterhalt, Einkauf und Küche.

Ihr Profil

Sie übernehmen gerne Verantwortung, sind sich gewohnt, flexibel und selbstständig zu arbeiten. Sie sind ein Gütigkeitsprofil mit gutem Zeitmanagement. Sie sind genau und zuverlässig und können ein kleines Team von bis zu 3 Mitarbeitern führen. Sie bringen Führungserfahrung aus dem Gastronomie- oder Beherbergungssektor mit oder haben mindestens eine Abteilung

im Dienstleistungssektor erfolgreich geführt und möchten nun selber einen Betrieb leiten. Fremdsprachenkenntnisse in Englisch und Französisch runden Ihr Profil ab. Ideale Profil-Besetzung bei Paaren, die sich bewerben: Büro/Reservierung/Hauswirtschaft & Küche/Einkauf/Unterhalt.

Was wir bieten

Eine sehr gehobene, abwechslungsreiche, nicht alltägliche Arbeit mit viel Freiraum für Ideen. Sie werden von der Geschäftsstelle in Zürich aktiv in Ihrer Tätigkeit unterstützt. Der Bezug der 3-Zimmer-Betriebsleiter-Wohnung im Schloss ist obligatorisch.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an: Schweizer Jugendherbergen | Kathrin Weber | Schaffhauserstrasse 141 8042 Zürich | k.weber@youthhostel.ch | Tel. 044 360 14 33 |

Einsendeschluss: 23. Dezember 2010.

herbergen. So muss es sein. Schweizer Jugend-

Spitzenküche | Anspruchsvolle Führungsaufgaben | Kreative Angebote

Auf sehr hohem Niveau kochen, im Bereich Führung klare Akzente setzen sowie Kompetenzen in Sachen Angebotsplanung, Kalkulation und Rezepturen einbringen: Das sind die drei Schwerpunkte! Spricht Sie der Mix aus modernstem Küchenmanagement, Top Cuisine und anspruchsvollen Führungsaufgaben an? Dann sollten wir miteinander sprechen! Unser Auftraggeber ist übrigens ein Firstclass-Hotel in einer Deutschschweizer Destination.

In Sachen Kulinarik geht alles in Richtung frisch, speziell, optisch ansprechend und innovativ, dem Zeitgeist entsprechend mit mediterranem Einschlag, ergänzt durch saisonale und regionale Spezialitäten. Das Ganze leicht, bei 1A-Qualität und unter Verwendung einheimischer Frischprodukte. Dabei liegen Ihnen Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte ebenso am Herzen wie der Wunsch für anspruchsvolle Gäste aus aller Welt verführerische Kreationen zu produzieren.

Küchenchef/in mit Flair für Top Cuisine

oder starker-Sous-chef mit Potential zur Führung der gut 20-köpfigen Brigade

In einem z.B. von Punkten, Sternen, Hauben oder ähnlich ausgezeichneten Erstklassbetrieb haben Sie bereits einige Jahre in einer Führungsposition Erfahrungen gesammelt. Diese hohe Qualitätsstufe in einem größeren Umfeld umzusetzen sehen Sie gleichermassen als Chance und Herausforderung. Idealprofil: Exzellenter Hands-on Chef de Cuisine oder ein erfahrener starker Sous-chef mit entsprechenden Leistungsausweisen auf dem Sprung zum Executive Chef.

Highlights der Stelle: Ganzjährige Anstellung trotz saisonalen Charakters, kurze Entscheidungswege, Mitglied des Kaders, klare Vorgaben, attraktive Entlohnung. Der Eintrittstermin kann flexibel gehandhabt werden. Interessiert? Organisatorisch starke Küchenfachperson/lichkeit informiert Sie gerne! Am besten vom 1. Lebenslauf mit Foto online senden oder anrufen. Auch ausserhalb der Büroöffnungszeiten: +41 79 402 53 00. Ich freue mich auf das Gespräch mit Ihnen! Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 • 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 • Fax 044 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

Zur Neueröffnung im April 2011 suchen wir eine/n

KÜCHENDIREKTOR/IN

Stellenantritt 1. Februar 2011

STELLENBESCHREIB

Direkt dem Geschäftsführer unterstellt / Verantwortung über 2 Hotels / Planung und Engineering des gesamten Food-Angebots / Führen von 2 Küchenbrigaden / Verantwortlich für Food-Einkauf von 2 Hotels

STELLENPROFIL

Eidg. dipl. Gastronomiechef / GaultMillau-Erfahrung / Mehrjährige Tätigkeit als Küchenchef in 4- oder 5-Stern-Hotels / Erfahrung im Bankettbereich und in der Gourmet-Restoration / Führungs- und Motivationsqualitäten / Hohe Sozialkompetenz

Mehr Infos und weitere Jobangebote auf www.hotel-belvoir.ch

Belvoir

Das Hotel mit Seeblick für Mitarbeiter mit Weitblick.
Hotel Belvoir, Säumerstrasse 37, 8803 Rüschlikon
Telefon +41 43 388 33 84, info@hotel-belvoir.ch

Residential and Office
Nordstrasse 1, CH-8006 Zürich
Phone +41 (0)44 368 36 68
Fax +41 (0)44 368 36 36
www.ema-house.ch, info@ema-house.ch

EMA
house

Im «EMA house – The Zurich All Suite Hotel» und in den «EMA house Serviced Apartments» bieten wir unseren Gästen «a home away from home».

Etagenverantwortung/Gouvernante

Als unsere junge, initiative und flexible Etagenverantwortliche tragen Sie mit Ihrem House-Keeping-Team von 13 Vollzeit-/Teilzeit- und Aushilfsmitarbeiterinnen massgeblich dazu bei, dass sich unsere anspruchsvollen, kosmopolitischen Gäste bei uns zu Hause fühlen. Sie sind durchsetzungsfähig, gut organisiert und strukturiert und Sie scheuen sich nicht, auch mal selber anzupacken.

Wenn Sie an dieser selbstständigen, abwechslungsreichen Aufgabe interessiert sind, angenehme Arbeitszeiten und einen zentralen Arbeitsort schätzen sowie die folgenden Anforderungen erfüllen, so freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

- HOFA / GAFA oder entspr. ähnliche Berufserf.
- Teamleitungserfahrung
- Sehr gute Deutsch- (m/s) und gute Englischk. (m)
- Gute PC-Anwenderk. (MS Office, Internet, E-Mail)
- Fahrausweis (PW)
- Eintritt nach Vereinbarung

Für Auskünfte steht Ihnen Urs Schärer gerne zur Verfügung. Weitere Infos zu unserem Haus finden Sie auf www.ema-house.ch

HOTEL LINDENHOF

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

Auf Mitte März 2011 oder nach Vereinbarung suchen wir in Jahressstelle eine

Hauswirtschaftsleiterin (d/f/e)

- Sind Sie diejenige Person, welche...
- ... ein erfahrenes Team zielorientiert führen kann?
 - ... mit diesem überdurchschnittliche Leistungen erbringt?
 - ... unsere auszubildenden Hotelfachfrauen betreut und begleitet?
 - ... weiss was ökologische Grundsätze sind?
 - ... die wirtschaftlichen Zusammenhänge erkennt?
 - ... eine effiziente Einsatzplanung praktisch umsetzt?
 - ... das Departements-Netzwerk pflegt?
 - ... als Teamleiterin motivierend am selben Strick zieht?
 - ... kalduktiv in Zimmer und Linienie mithelfen kann?
 - ... den Gästeaufenthalt zum wirklichen Erlebnis macht?

Wenn Sie diese Person sind, freuen wir uns auf Ihre schriftlichen Unterlagen. Hansjörg Inhof gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.

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

CAMPUS SURSEE
Lernen / Leben / Erleben

CAMPUS SURSEE – Lernen/Leben/Erleben

Der CAMPUS SURSEE (www.campus-sursee.ch) ist mit über 50 modularen Seminar- und Gruppenräumen, mehr als 340 Hotelzimmern, einem breiten Gastronomieangebot in 3 Restaurants und einem multi-medialen Konferenzsaal (bis 500 Personen) eines der grössten Seminar- und Tagungszentren im Herzen der Zentralschweiz. Unsere umfassende Infrastruktur mit Ihren vielseitigen Sport- und Freizeitmöglichkeiten bildet zusammen mit unseren professionellen Dienstleistungen die ideale Plattform für Seminare, Tagungen und Veranstaltungen jeder Art. Deshalb schätzen und nutzen Veranstalter aus allen Bereichen der Wirtschaft, Bildung und Kultur sowie die Gäste unserer Partnerschulen den Campus als attraktiven Begegnungsort und inspirierendes Lernumfeld.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n und motivierte/n

GruppenleiterIn Hauswirtschaft (Stv. BereichsleiterIn)

Ihre Aufgaben

- Verantwortlich für die Organisation eines Gebäudes mit 140 Hotelzimmern
- Mitverantwortlich für die generelle Ordnung und Sauberkeit im und um die Gebäude
- Mitverantwortung bei der Führung von ca. 3 Mitarbeitenden
- Stellvertretung der Bereichsleitung HWS bei deren Abwesenheit
- Ausbildungsverantwortliche für die lernenden Hotelfachleute
- Aktive Mitarbeit beim Etagenservice in den Hotelzimmern sowie bei Reinigung und Sauberkeit der Seminar- und Freizeiträume, der Verkehrsflächen, Treppen und Sanitärräume

Ihr Profil

- Ausbildung als Hotelfachfrau EFZ und Lehrmeisterkurs
- Teamorientierte und belastbare Persönlichkeit mit erster Führungserfahrung
- Ein hohes Mass an Sozialkompetenz und Flexibilität sowie Freude im Umgang mit Lernenden
- Gepflegte Erscheinung, gute Umgangsformen, PC-Kenntnisse
- Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten (inkl. Wochenende)

Wir bieten Ihnen

- Motiviertes Team, keine Langeweile
- Moderne Infrastruktur
- Langfristiges Engagement mit Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Sozialleistungen
- 15 Gehminuten ab Bahnhof, ÖV-Anschluss

Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gerne Frau Regula Knobell, Bereichsleiterin Hauswirtschaft, Tel. 041 926 23 48 oder regula.knobell@campus-sursee.ch (keine Bewerbungen via E-Mail).

Sind Sie an einer abwechslungsreichen und spannenden Aufgabe interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an: Persönlich, Frau Claudia Tschopp, Bereichsleiterin Personalwesen, CAMPUS SURSEE, Postfach, 6210 Sursee.

***HOTEL aarau WEST
OBERENTFELDEN

Das Hauswirtschaftsteam ist
charmant – kreativ – flink
und
hält Ausschau nach einem neuen Mitglied als

Leiterin Hauswirtschaft

Ihr Aufgabengebiet:

- Mithilfe und Organisation von Reinigungsarbeiten -
- Einteilung und Gestaltung der Mitarbeiterpläne -
- Teilnahme und Durchführung regelmässiger Schulungen -

... und das sollten Sie mitbringen:

- Abgeschlossene Lehre im Hauswirtschaftsbereich -
- Erfahrung in leitender Position oder grosser Wille -
- Ausgeprägter Sinn für Sauberkeit -
- Muttersprache deutsch -
- Mündliche Englischkenntnisse -
- Spass am Organisieren -
- Flexibilität und Improvisationstalent -

Das HOTEL aarau-WEST in Oberentfelden ist ein neues *** Business-Sport Hotel. Neben 70 Doppelzimmern verfügt das Hotel über ein modernes Sportcenter sowie eine 18-Loch Golfanlage. Zur Infrastruktur gehören unter anderem das Golfrestaurant sowie Seminarräumlichkeiten.

Wir freuen uns Sie kennen zu lernen! Bis bald!

HOTEL aarau-WEST

Theresia Volgger
rv@aarau-west.ch
Muhenstrasse 58, 5036 Oberentfelden
062 737 01 01

ein Betrieb der AARGAUHOTELS.CH

HOTEL DES BALANCES
LUZERN

Ins-B-irierend anders kommt das Restaurant im Hotel des Balances daher: Bar, Lounge und Terrasse mit herrlicher Sicht auf die Reuss, marktfrische Küche, ein beeindruckendes Weinangebot und ein einzigartiges Ambiente bilden den Rahmen für eines der schönsten und besten Lokale der Stadt. Hierfür suchen wir nach Vereinbarung eine motivierte Gastgeberpersönlichkeit als

RESTAURANT MANAGER

Weil Sie auch kommunikativ und sprachgewandt sind, bereitet Ihnen der Umgang mit Menschen Freude und beflügelt Sie, die Erwartungen unserer Gäste wenn immer möglich zu übertreffen. Sie verfügen über ein ausgesprochenes Flair für die Gästebetreuung, sind belastbar, bringen Flexibilität und Teamgeist mit und können gut organisieren und koordinieren.

Wir bieten Ihnen einen Arbeitsplatz in einem harmonischen Umfeld mit einem jungen, gut eingespielten Team, welches sich freut, mit Ihnen die hohen Zielsetzungen anzugehen und unser Restaurant «Balances» mit Elan weiterhin auf Erfolgskurs zu halten. Entsprechende Kompetenzen sowie attraktive Anstellungsbedingungen sind für uns eine Selbstverständlichkeit.

Interessiert? Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Peter E. Büsser gerne zur Verfügung oder freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

WEINMARKT CH-6004 LUZERN, SWITZERLAND
TEL +41 41 418 28 28 FAX +41 41 418 28 38
INFO@BALANCES.CH WWW.BALANCES.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
Unternehmerpersönlichkeiten als Pächter/in	Region Zürich	J22342
Verantwortlicher Gastronomie	Region Bern	J22411
Geschäftsführer	Region Zürich	J22421
Geschäftsführer/in	Region Basel	J22274
Betriebsassistent	Region Bern	J22414
F&B Verantwortlicher	Region Bern	J22410

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Executive Account Manager	Region Zürich	J22350
Sales Manager	Region Bern	J22277
ProjektleiterIn Hoteldatenbank u. WEB Hotelführer	Region Bern	J22425

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J22385
Teamleiterin/Teamleiter Empfang	Region Zürich	J22429
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J22386
Empfangsleitung	Region Bern	J22413
Rezeptionistin	Region Zürich	J22333
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J22409
Reservations Agent/in	Region Zürich	J22382
Réceptionniste	Region Graubünden	J22353
Réceptionniste/Réceptionisten	Region Zürich	J22416
Chef de Réception (w)	Tessin	J22366
Chef de réception	Region Oberwallis	J22360
Reservations Supervisor	Region Zürich	J22367
Trainee Front Office	Region Basel	J22284
Security Mitarbeiter	Region Zürich	J22368
Rezeptionistin	Region Zürich	J19411
Portier	Region Zürich	J22369
Rezeptionist (w)	Tessin	J22370
Rezeptionist/in	Region Bern	J22391
Chef de réception	Region Bern	J22412
Réceptionniste	Region Zentralschweiz	J22423

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Anlassleiter (70%-100%)	Region Zürich	J22272
Chef de rang	Region Basel	J22279
Barmitarbeiter/in	Region Zürich	J22343
F&B Trainee m.	Region Zürich	J22334
Cateringmanager	Region Zürich	J22379
F&B Assistent m	Region Zürich	J22340

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef pâtissier	Region Graubünden	J22389
Chef de partie	Region Zürich	J22336
Chef de Partie	Region Bern	J22393
Commis de Cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J22419
Chef de partie	Region Graubünden	J22354
Küchenchef	Region Bern	J22394
Koch/Chef de Partie	Region Bern	J22358
Chef de Partie	Region Bern	J15576
Commis de Cuisine	Region Zentralschweiz	J22363
temp. Koch für Cateringanlässe	Region Bern	J22395
Verantwortliche/r Pâtisserie	Region Bern	J22381
Küchenchef	Region Zürich	J22383
Koch/Köchin	Region Zentralschweiz	J22417
Konditor	Region Zentralschweiz	J22422
Jungkoch	Region Bern	J22415
Chef de partie	Region Bern	J22426
Chef de partie	Region Oberwallis	J22384
Koch	Region Zürich	J22263
Commis de cuisine	Region Bern	J22396
Diätkoch	Region Basel	J22278
Demi Chef de Partie Tagesstelle	Region Basel	J22280
Sous Chef Tagesstelle	Region Basel	J22282
Trainee Kitchen	Region Basel	J22285
Chef pâtissier	Region Graubünden	J22324
Commis de cuisine	Region Graubünden	J22390
Koch für temporäre Einsätze	Region Bern	J22392
Commis de cuisine	Region Graubünden	J22325
Sous-chef	Region Mittelland (SO,AG)	J22328

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
stv. Restaurantleiter	Region Bern	J22365
Commis de rang	Region Oberwallis	J22359
Commis de rang	Region Graubünden	J22361
Chef de rang	Region Graubünden	J22362
Chef de bar	Region Oberwallis	J22387
Demi-chef de rang	Region Oberwallis	J22388
Serviceamitarbeiter/in	Region Bern	J22398
Serviceaushilfen	Region Bern	J22403
Serviceaushilfe	Region Bern	J22405
Chef de service	Region Bern	J22397
Serviceaushilfe	Region Mittelland (SO,AG)	J22399
Serviceaushilfen	Region Freiburg	J22400
VIP Serviceaushilfe Hostessen	Region Bern	J22401
Chef de service	Region Bern	J22402
stv. Restaurantleiter	Region Bern	J22404
Serviceaushilfe	Region Bern	J22406
Servicefachangestellte/r	Region Bern	J22408
Serviceamitarbeiter/in	Region Zürich	J22261
Restaurantleiter/-in	Region Zürich	J22273
2. Serviceamitarbeiter/in	Region Graubünden	J22276
Trainee Service	Region Zürich	J22281
Servicefachfrau	Region Graubünden	J22283
Trainee Service	Region Basel	J22292
Serviceaushilfe für die Weihnachtszeit	Region Zürich	J22326
Silvestereinsatz im Service	Region Zürich	J22327
Tournant Bar u. Serviceamitarbeiter/in	Region Graubünden	J22323
Bankett-Aushilfen	Region Zürich	J22337
stv. Chef de service Bankett	Region Zürich	J22339
Chef de rang	Region Graubünden	J22351
Service-Mitarbeiter/in	Region Bern	J22355
ServiceamitarbeiterIn ca. 40%	Region Basel	J22356
Chef de Rang	Region Basel	J22357
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J22364
Serviceamitarbeiter/in	Region Zürich	J22329
Bardame	Region Graubünden	J22352
Stv. Chef de Service	Region Zürich	J22378
Serviceamitarbeiter	Region Graubünden	J22424
Chef de Bar	Region Zentralschweiz	J22420

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hauskeeping Manager	Region Zürich	J22262
Anfangsgouvernante	Region Zürich	J22428
TeamleiterIn Unterhaltsreinigung	Region Zürich	J22332
Portier/Officemitarbeiter m	Region Zürich	J22341

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Nachtbäcker/in	Region Zürich	J22377
Nachtportier	Region Zürich	J22430
Kinderbetreuerin (ca. 60%)	Region Bern	J15976
Innendienst/Verkauf/Administration	Region Ostschweiz	J22259
Verkäuferin für die Vor- & Weihnachtszeit	Region Bern	J22407

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1578	Service od. Reception 60-80%	32	DE	per sofort	D E
B1328	Anfangsgouvernante/Hotelfachfrau	20	BR	per sofort	D F E P T
B1279	Ass.F&B, Ass.Event Manager,Reception,Marketing	32	CH	per sofort	D F E DK
B1622	Chef de Service/Betriebsassistent	43	CH	per sofort	D E
B1142	Direktion/Réception/Marketing	47	DE	per sofort	D F E E
B1618	F&B-Management, Marketing/Sales-Assistent	26	CH	per sofort	D F E
B1581	Hotelfachfrau	26	PH	per sofort	D E
B1374	Küchenchef	52	CH	per sofort	D F E E
B731	Küchenchef	42	DE	per sofort	D F E E
B174	Küchenchef,Koch	45	CH	per sofort	D F E ES JP
B1486	Manager Marketing,Verkauf, Kommunikation	41	CH	per sofort	D E
B1388	„Night Auditor,Sachbearbeiter, Kellner,Betriebsass.“	45	DE	per sofort	D E
B1650	Rezeptionistin/Restaurationsfachfrau	20	CH	per sofort	D F E
B1574	Réceptionniste	52	CH	per sofort	D F E E
B3	Serviceamitarbeiter	43	CH	per sofort	D F
B1634	Service/Rezeption	27	LV	per sofort	D E RU LV

1 Referenznummer - Numéro des candidats

2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)

3 Alter - Age

4 Nationalität - Nationalité

5 Eintrittsdatum - Date d'entrée

6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 6. 12. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.
Weitere Bewerberdossier finden Sie unter www.hoteljob.ch

Restaurant Schloss Wülflingen

Das grosse, geschichtsträchtige Herrschaftshaus mit viel Charme ist gänzlich renoviert und erweitert worden. Verschiedene Restaurationsräume, für à la carte wie auch für Bankette, gehören ebenso zu den Vorzügen des Hauses wie das junge, innovative Team, die herzliche Gastfreundschaft die wir pflegen und das fröhliche, moderne Ambiente, das wir unseren Gästen bieten.

Für unser Team suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

- **Patissier/Pâtissière**
- **Koch – Chef de Partie Entremetier**

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

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

Restaurant Schloss Wülflingen
Herr Georges Gisler
Wülflingerstrasse 214
8408 Winterthur
oder per E-Mail an: gisler@schloss-wuelflingen.ch



BÄCKEREI HUG
SEIT 1877

Seit 1877 steht der Name Bäckerei Hug für gutes Brot in der Zentralschweiz. 280 Mitarbeitende fertigen und verkaufen täglich beste Gebäcke und andere Delikatessen.

Für unsere Filiale mit Café/Restaurant im Herzen der Luzerner Altstadt suchen wir ein/e

Filialleiter/in (100%)

Ihr Aufgabenbereich: Als Filialleiter/in sorgen Sie gemeinsam mit Ihrem Team für die Zufriedenheit unserer anspruchsvollen Kunden in einem Bäckereigeschäft mit Restaurant und Café. Zusammen mit dem Produkt-Management entwickeln Sie ein standortgerechtes Gastronomie-Angebot. Sie sind für die Einhaltung unserer Umsatz- und Kostenziele in Ihrer Filiale verantwortlich. Weiter übernehmen Sie die Führung eines Teams mit 20 Mitarbeitenden in Verkauf, Service und Küche. Das Coaching Ihrer Mitarbeitenden und eine optimale Personalplanung gehören ebenfalls zu Ihrem vielfältigen Aufgabengebiet. Die Kontrolle des Wareneinkaufs und die Überwachung und Einhaltung der Hygiene- und Qualitätsvorschriften sind Teil Ihres täglichen Geschäfts sowie auch die Präsentation unserer Produkte und die laufende Berichterstattung an unsere Verkaufsleiterin Filialen.

Ihr Profil: Sie sind eine Führungspersönlichkeit und ein/e ausgewiesene/r Gastronomie-Fachfrau/mann mit Wirtspatent. Im besten Fall konnten Sie bereits Erfahrungen als Berufsbildner/in sammeln. Sie sind versiert im Umgang mit MS Office und Kassensystemen. Als wichtige/r Repräsentant/in unseres Unternehmens verfügen Sie über ein sicheres Auftreten und pflegen beste Umgangsformen. Ihre persönlichen Stärken liegen in Ihrem unternehmerischen Denken und Handeln. Es gelingt Ihnen, Ihre Mitarbeitenden für die Umsetzung der Unternehmensziele zu motivieren. Gemeinsam mit Ihrem Team wollen Sie Spitzenleistungen vollbringen. Engagement und Herzblut zeichnen Sie als Gastro-Profi mit Ambitionen aus.

Unser Angebot: Auf Sie wartet eine spannende und herausfordernde Führungsaufgabe, die viel Eigenverantwortung fordert. Werden Sie Teil eines traditionsreichen und gleichzeitig zukunftsorientierten Unternehmens mit einem vielfältigen Leistungsangebot und einer regional starken Marktstellung.

Wir freuen uns über Ihr Interesse und auf Ihre Bewerbung.

Bäckerei-Konditorei Hug AG
Grossmatten 22 • CH-6014 Luzern
Steffi Meier • steffi.meier@baeckerei-hug.ch
Tel. +41 (0)41 259 00 11 • Fax +41 (0)41 259 00 01

Der Löwen in Nänikon bei Uster,
ein gepflegtes Speiserestaurant
(16 GaultMillau), sucht:
Servicefachfrau/-mann 100%
Eintritt nach Vereinbarung.
Carmen Stalder, Telefon 044 942 33 55
www.loewen-naenikon.ch

Adecco Hotel & Catering
better work, better life

Aarau – Basel – Bern – Genève –
St. Gallen – Luzern – Lausanne – Zürich
0800 880 830 adecco.ch

Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch!
«mitarbeiten – mitgestalten»

Saas-Fee
SAASTAL

Für die Wintersaison suchen wir in unserem dynamischen Team einen

verantwortungsbewussten, kreativen
Chef de partie oder Jungkoch w/m

*Gute Entlohnung *Studio/Wohnung vorhanden

Der GletscherGarten ist ein kleiner Familienbetrieb mit persönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum. Sie lieben es, selbstständig zu arbeiten und haben Freude, wahre Gastfreundschaft zu pflegen. – Dann sind Sie bei uns genau richtig.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf und Ihre Bewerbung!

Chalet-Hotel GletscherGarten

Spezialitäten-Restaurant «Carl Zuckmayer-Stube»
Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthamatten
CH-3906 Saas Fee
Telefon 027 957 21 75, Fax 027 957 30 00
E-Mail: welcome@hotelgletschergarten.ch
www.hotelgletschergarten.ch

Wir bieten einem

Privatkoch

in unserem Haushalt die Möglichkeit, seine fundierten Fähigkeiten in verschiedenen kulinarischen Richtungen auszuüben. Wir wünschen uns eine Person, die die Küche einer luxuriösen Residenz mit hohen Hygiene-Standards führen und instand halten kann, an der Menügestaltung aktiv mitarbeitet, Interesse zeigt, seine Kompetenzen ständig zu erweitern, mit einer Belastbarkeitsgrenze oberhalb von 50% zeitlich flexibel ist, um bei Einladungen auch für unsere Gäste da zu sein.

Um sich gut in unser 8-köpfiges Haushaltsteam zu integrieren, sollten Sie mehrsprachig sein.

Als Gegenleistung für unsere hohen Erwartungen bieten wir ein Arbeitsumfeld der obersten Luxusklasse in zwei verschiedenen Ländern (Schweiz und Südf frankreich) in einem kinder- und tierlosen Haushalt, einen hohen Grad an Selbstständigkeit in Ihrer Arbeit, ein überdurchschnittliches Gehalt, geregelte Freizeit, Unterstützung in allen Bestrebungen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und eine externe Wohnung.

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns schon jetzt unter
Chiffre 9931-5402 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.



HTMI The Hotel and Tourism
Management Institute Switzerland

HTMI Hotel & Tourism Management Institute, Sörenberg is looking for a talented, experienced and ambitious individual from Switzerland and Europe to become Food & Beverage Instructor starting by 17th January 2011.

Your profile:

- Must be very positive, a great communicator must enjoy challenges, working flexible hours, have the ability to motivate our students to adhere to the school's standards of excellence.
- Have minimum of 5 years experience in working internationally with proven track record.
- Extensive knowledge of wine and beverage.
- Working knowledge with HACCP and ISO systems.
- Hotel Management Degree, preferably in Food and Beverage.
- Fluent in English, German an asset.
- IT skills: Word and Excel in Windows, Apple knowledge is a plus.

A competitive package will be offered for the right candidate with educational support.

If you are interested in this challenging, yet rewarding, career opportunity please send us your CV at career@htmi.ch



Justiz- und Sicherheitsdepartement

Die Zufriedenheit unserer Gäste ist Ihr Verdienst!

Sie haben Erfahrung im Frontbereich, einen kaufmännischen Hintergrund oder eine Ausbildung im Hotelfach und besitzen angenehme Umgangsformen. Wenn Sie den Kontakt mit Gästen schätzen, dienstleistungsorientiert, flexibel und belastbar sind, ergänzen Sie unser Team ideal als

Réceptionist/in

im Arme-Ausbildungszentrum Luzern (AAL). Dank Ihrer Erfahrung bewältigen Sie die Arbeiten an unserer lehrhaften Réception problemlos. Nähere Informationen zu dieser Stelle finden Sie unter www.stellen.lu.ch oder im Kantonsblatt vom 04.12.2010.



CAMPUS SURSEE – Lernen/Leben/Erleben!

Der CAMPUS SURSEE (www.campus-sursee.ch) ist mit über 50 modularen Seminar- und Gruppenräumen, mehr als 340 Hotelzimmern, einem breiten Gastronomieangebot in 3 Restaurants und einem multi-medialen Konferenzsaal (bis 500 Personen) eines der grössten Seminar- und Tagungszentren im Herzen der Zentralschweiz.

Unsere umfassende Infrastruktur mit ihren vielseitigen Sport- und Freizeitmöglichkeiten bildet zusammen mit unseren professionellen Dienstleistungen die ideale Plattform für Seminare, Tagungen und Veranstaltungen jeder Art. Deshalb schätzen und nutzen Veranstalter aus allen Bereichen der Wirtschaft, Bildung und Kultur sowie die Gäste unserer Partnerschulen den Campus als attraktiven Begegnungsort und inspirierendes Lernumfeld.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für unser Selbstwahl-Restaurant eine engagierte und motivierte Restaurationsfachfrau/mann als

stellvertretende/r Restaurantleiter/in

Ihr Profil

- Abgeschlossene Lehre als Restaurationsfachperson
- Von Vorteil erste Erfahrungen in Führungspositionen
- Banketterfahrung, vorzugsweise mit Grossanlagen
- Verkaufserfahrung in Restauration und Bankettbereich
- Gute PC-Kenntnisse (MS-Office, Kassensysteme)
- Teamorientierte, initiative und belastbare Persönlichkeit
- Gepflegte Erscheinung mit sehr guten Umgangsformen
- Regelmässige Wochenend- und Abendschicht gewohnt

Wir bieten Ihnen

- Motiviertes Team, viele Gäste, keine Langeweile
- Moderne Infrastruktur
- Langfristiges Engagement mit Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Sozialleistungen
- 15 Minuten ab Bahnhof, ÖV-Anschluss

Für Fragen steht Ihnen Frau Monika Wolf, Bereichsleiterin Restauration+Bankette, Tel. 041 926 23 28 oder monika.wolf@campus-sursee.ch gerne zur Verfügung (keine Bewerbungen per E-Mail).

Sind Sie an dieser abwechslungsreichen und spannenden Aufgabe interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:
Persönlich, Frau Claudia Tschopp, Bereichsleiterin Personalwesen, CAMPUS SURSEE, Postfach, 6210 Sursee.



Swiss School
of Tourism and Hospitality



Kochen ist Ihre Passion!

Für unsere zweisprachige Hotelfachschule in Chur/Passugg suchen wir Sie per sofort oder nach Vereinbarung als **Koch w/m** für eine vielseitige Aufgabe.

Sie verwöhnen einerseits unsere Gäste mit kulinarischen Highlights im öffentlichen à la carte Restaurant Paulaner's, andererseits möchten Sie Ihr Fachwissen im praktischen Küchenunterricht jungen internationalen Studierenden vermitteln.

Sie haben mehrjährige Berufserfahrung und sind zuverlässig. Sie sprechen sehr gut Deutsch und Englisch und verfügen über didaktisches Flair.

Interessiert? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: Marco Haas, Leiter Betriebswirtschaft, Commercialstrasse 19, 7007 Chur. Unser Küchenchef, David Puser, steht Ihnen gerne für Fragen unter Tel. 081 255 17 02 zur Verfügung.

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

Seminarhotel GERZENSEE

Das Seminarhotel Gerzensee ist ein Haus der Stiftung der Schweizerischen Nationalbank und verfügt über das Qualitäts-Gütesiegel Stufe III. Es bietet über 52 Hotelzimmer an und für Seminare, Bankette und Apéros stehen diverse Räumlichkeiten zur Verfügung.

Wir suchen per **1. März 2011** oder nach Vereinbarung eine/n

Stv. Leiter/in Küche 100 %

In Ihrer stellvertretenden Leitungsfunktion sind Sie für folgende Aufgaben zuständig:

Leiten der Brigade bei Abwesenheit des Küchenchefs (5 Personen), Führen eines Postens, Betreiben und Fördern der Mitarbeiter- und Teamentwicklung, Einhalten und Umsetzen der ISO und SV Richtlinien, Qualitätssicherung, Mithilfe bei der Menüplanung, Wirtschaftlicher Wareneinkauf, Anleiten und Überwachen der Speiseproduktion nach LMV, Einhalten der gesetzlichen Vorschriften zur Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz.

Profil:

- Abgeschlossene Kochausbildung
- Vielseitige Berufserfahrung sowie erste Führungserfahrung
- Hohe Sozialkompetenz
- Versierte PC-Anwenderkenntnisse
- Zuverlässige und selbstständige Arbeitsweise

Wir bieten:

- Spannendes und herausforderndes Umfeld
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

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

Seminarhotel Gerzensee
Clemens Stampfli
Hotel Direktor
Dorfstrasse 2
3115 Gerzensee

www.seminarhotelgerzensee.ch

managed by SV

EINFACH GUT

Das ist unser Motto, welches Du bald miterleben und prägen kannst. Zur Ergänzung unseres jungen, dynamischen Teams suchen wir eine Stütze mit abgeschlossener Berufsausbildung, Verkaufstalent und ersten Erfahrungen als Chef de Rang.

SERVICEFACHANGESTELLTE/R
(100%)

PER SOFORT ODER FEBRUAR 2011

Wir freuen uns auf Deine Bewerbung an
info@restaurantlagerhaus.ch
oder per Post.

RESTAURANT
LAGERHAUS
Dorfstrasse 42 · 3000 St. Gallen

Stellengesuche

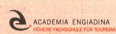
Ich (45) aus dem französischen Jura suche eine neue Herausforderung als

Serviceangestellte

Meine langjährige Berufserfahrung konnte ich in einem A-la-carte-Restaurant sammeln. Ich besitze die Berufsmaturität und spreche neben meiner Muttersprache Französisch noch fließend Deutsch und Englisch. Ich bin motiviert, in Ihrem Restaurant oder an Ihrer Bar Ihre Gäste zu verwöhnen.

Telefon 0033 635 27 32 07

Aus- und Weiterbildung



Der Lehrgang CAS Sport-, Kultur- und Corporate-Eventmanagement wird durchgeführt!

Kurzfristige Anmeldungen werden noch bis 17. Dezember 2010 angenommen. Weitere Informationen finden Sie unter www.academia-engiadina.ch oder www.htwchur.ch

Höhere Fachschule für Tourismus GR
Quadratscha 18, 7503 Samedan
contact@academia-engiadina.ch

HTW Chur, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung, Commercialstr. 22, 7000 Chur
itt@htwchur.ch



Der Lehrgang CAS Sport-, Kultur- und Corporate-Eventmanagement wird durchgeführt!

Kurzfristige Anmeldungen werden noch bis 17. Dezember 2010 angenommen. Weitere Informationen finden Sie unter www.academia-engiadina.ch oder www.htwchur.ch

Höhere Fachschule für Tourismus GR
Quadratscha 18, 7503 Samedan
contact@academia-engiadina.ch

HTW Chur, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung, Commercialstr. 22, 7000 Chur
itt@htwchur.ch

campus
MuristaldenWir suchen für unser
Schulbistro auf März 2011
oder nach Vereinbarung
einen Jungkoch w/m

Beschäftigungsgrad: 80-90% in Jahresarbeitszeit

Sie bringen mit:

- Freude am Beruf
- Hohe Leistungsbereitschaft
- Teamfähigkeit
- Selbstständigkeit
- Kreativität
- Patisseriekenntnisse erwünscht

Wir bieten Ihnen:

- Geregelte Arbeitszeit – Tagesdienst
- Angenehmes Arbeitsklima in einem kleinen Team
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit einem kurzen handgeschriebenen Brief bis zum 20. Dezember 2010 an:

Campus Muristalden AG
z. Hd. Franz Loosli, Bistro
Muristrasse 8
3000 Bern 31

Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr Franz Loosli, Co-Leiter Bistro, unter Telefon 031 350 42 28, von 8.00 bis 10.30 oder 14.00 bis 15.30 Uhr.

Campus Muristalden AG
Gymnasium, Fortbildungsklassen
Volksschule, H-K, Internet
Weiterbildung, gestalterisches Propädeutikum
Muristrasse 8, CH-3000 Bern 31
Tel 031 350 42 50, Fax 031 350 42 00
www.muristalden.ch

Svizzera italiana

Siamo un rinomato albergo a 5 stelle sul Lago Maggiore e per completare il nostro Team per la stagione estiva 2011 cerchiamo ancora personale motivato e intraprendente nelle seguenti posizioni:

Ricevimento

Capo ricevimento, D/I/E, con almeno 2 anni di esperienza, ev. in posto annuale
Ricevionista (m/f) D/I/E
Praticante di ricevimento I/D/E
2. Concierge D/I/E
Night Concierge D/I

Assistente F & B D/I/E

Collaboratori del servizio

Maitre d'hotel, D/I/E, con almeno 6 anni di esperienza e conduzione personale
3. Maitre, D/I/E oppure E
Chef de rang, D/I/F
Commis de rang, D/I/F
Praticante (m/f)
Buffetdame

Attendiamo con piacere la vostra candidatura corredata da curriculum vitae, certificati e foto a: Casella postale 1669, 6648 Minusio

hoteljob.ch

hotelleriesuisse

Swiss Hotel Association

Veränderungen
beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus

Die PILATUS-BAHNEN AG mit der steilsten Zahnradbahn der Welt und dem «Berg voller Möglichkeiten» bietet ihren Gästen aus der Schweiz, Europa und Übersee das ganze Jahr ein vielseitiges Angebot an Freizeiterlebnissen. Auf 2132 m ü.M. werden im neu renovierten Hotel Pilatus-Kulm und im Hotel Bellevue nicht nur die Ausflugs- und Hotelgäste verwöhnt, sondern auch hervorragende Möglichkeiten für Tagungen, Familienfeste und Events aller Art und Grösse geboten. Weitere Vergleichenmöglichkeiten gibt es in den Bergrestaurants Krienseregg, Fräkmüntegg und im Restaurant Chalet.

Für die Abteilung Hotel- & Gastronomie suchen wir – per Februar, spätestens März 2011 eine/r

Betriebsassistent/in 100%

Ihre Aufgaben:

Sie sind verantwortlich für den Geldfluss, die korrekte Verbuchung der Tagesumsätze, Kellnerabrechnungen, Vorbereitung und Kontrolle der Monatsabschlüsse sowie die Rechnungsstellungen. Sie sind zuständig für die Systempflege der Protel-Software und der FLM-Kassen. Sie schulen die Mitarbeitenden in der Anwendung der Kassensysteme und im Bereich Abrechnungswesen. Weiter sind Sie verantwortlich für das Qualitätsmanagement der Hotels & Gastronomie. Bei Engpässen helfen Sie im Service und an der Rezeption mit. Zudem unterstützen Sie die Personalabteilung in administrativen Belangen. Sie sind die verlässliche Schnittstelle zwischen der Hotel & Gastronomie und allen Abteilungen der PILATUS-BAHNEN AG.

Ihr Profil:

Sie haben eine abgeschlossene Berufslehre (von Vorteil einen KV-Abschluss). Sie bringen Erfahrung aus einer gleichen oder ähnlichen Funktion in einem Hotellerie- oder Gastronomiebetrieb mit. Zudem besitzen Sie ein selbstsicheres Auftreten und sind selbstständiges und exaktes Arbeiten gewohnt. Nebst Deutsch sprechen Sie gut Englisch. Flexible Arbeits- und Wochenendeinsätze machen Ihnen nichts aus.

Unser Angebot:

Wir bieten Ihnen einen vielseitigen Arbeitsplatz, bei der Selbstständigkeit und Eigenverantwortung gefragt sind. Es erwarten Sie ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer dynamischen Unternehmung sowie ein ungewöhnlicher Arbeitsplatz auf 2132 m ü.M.

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

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



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-
bauprojekten. 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

Willkommen in der Bündner Herrschaft!

Gasthaus Krone Malans

Das seit Generationen von der Familie Boner geführte Gilde-
Haus sucht infolge Pensionierung der heutigen Besitzerfamilie ein

Gastgeber-Ehepaar/Pächter

welches die anspruchsvolle Aufgabe als Pächter mit viel Freude
und Elan übernehmen möchte.

Voraussetzung nebst Fachwissen und entsprechender Erfahrung
ist die Bereitschaft, sich sowohl mit der kulinarischen wie auch
der traditionellen Seite dieses einmaligen Betriebes zu identifizieren
und die erfolgreich aufgebaute Ausrüstung weiterzuführen.

Nähere Angaben zur Krone Malans finden Sie unter
www.krone-malans.ch, und fordern Sie unser Vermietungs-
dokument an.

Wenn Sie das Gefühl haben, die Krone Malans könnte Ihre neue
Heimat werden, sollten wir uns unbedingt kennenlernen.

Nähere Angaben und Auskünfte erhalten Sie unter
Hans Fopp, Edenstr. 20, 7270 Davos Platz
hans.fopp@bluewin.ch, Tel. 079 774 55 19

Affaire commerciale à reprendre:

Café-Restaurant Design

haut de gamme (2009), Lausanne centre.

Reprise de Fr. 450'000.-

Chiffre d'affaire et clientèle garantis.

Loyer Fr. 3150.-

manmoon00@gmail.com

Zu verkaufen

Restaurant Walliserkanne im Musikdorf Ernen

Gut gehendes Speiserestaurant mit
folgenden Räumen

- Speiserestaurant mit Bar ca. 40 Plätze
- Küche mit Abstellraum
- Saal UG 26 Plätze
- Sommerterasse 30 Plätze
- Eigene Parkplätze, weitere gute Park-
möglichkeiten

- Der Betrieb liegt im Zentrum von
Ernen
- Ernen verfügt über 2300 Fremden-
betten
- liegt im Landschaftspark Binntal
- im Sommer internationale Musikfest-
wochen
- liegt am schweizerischen Radweg
- gute Wintersaison: In Unmittelbarer
nähe Aletschgebiet, Loipe Goms,
- angrenzend Lebensmittelladen mit
Migros Produkten

Eignet sich sehr für ein innovatives
Wirtehepaar.

Auskunft erteilt: Renata Kalberrmann
Inhaberin, 3995 Ernen, 079 678 02 62

Kauf und Verkauf – Vermittlung und Beratung von Hotel- und Gastroliegenschaften

www.fred-siebenmann.ch

Finden Sie mit einem Klick Ihre Hotel- oder Gastroliegenschaft,
oder verkaufen Sie mit einem Klick Ihre Angebote auf unserer
Homepage.

Neue attraktive Angebote, z.B.

- 4**** Hotelanlage mit Baulandreserve Region Thunersee
- Historische und attraktive Hotelliegenschaft in Bergün

www.fred-siebenmann.ch

Anzeigen

Antiquariat für Kenner

!!Gourmet ab Herbst 1977!! bis...

(intern. Magazin f. gutes Essen)

Preis nach Vereinbarung.

Weitere Auskunft unter

Chiffre 9819-5329

an htr hotel revue

Monbijoustrasse 130

Postfach – CH-3001 Bern

SPA-Angebot

wegen Umzug zu verkaufen

Klafs Bio Profi Sauna/Dampfbad 8 P.
NP CHF 20520.- VP CHF 9500.-

Riviera Whirlpool Startet Public 220
NP CHF 29750.- VP CHF 13800.-

Sauna + Whirlpool CHF 20'000.-

Fotos: www.la-perle.ch
Telefon 026 670 14 66

hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

Le No 1 parmis les plates-formes de l'emploi suisses
pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse.

hotellerieuisse

Swiss Hotel Association

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: hotellerieuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Holmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Bëda-Urs Schönerberger

Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss, Alain Hänni

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 / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadr CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / seulement demande d'emploi)
1 Woche / semaine CHF 50.-, 2 Wochen / semaines CHF 70.-, 4 Wochen / semaines CHF 100.-

Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces

– Immobilien / immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.- verrechnet.

Termine	Doppelnummer	Nr. 1/2011	Nr. 2/2011	Nr. 3/2011
– Ausgabe / Numéro	Nr. 50/51 2010	6. 1. 2011	13. 1. 2011	20. 1. 2011
– Erscheint / Parution	16. 12. 2010	6. 1. 2011	13. 1. 2011	20. 1. 2011
– Anzeigenschluss / Délai	13. 12. 2010	3. 1. 2011	10. 1. 2011	17. 1. 2011

Anzeigenschluss / Délai Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern	Nr. 27/28 / 8. 7. 2010	Nr. 29/30 / 22. 7. 2010	Nr. 50/51 / 16. 12. 2010
Numéros couplés			

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 versichern ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate
zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 49 / 9. Dezember 2010

Liegenschaften finden – neu auch online

www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue

Benchmarking

Wissen Sie
wie Ihr Betrieb
im Vergleich
zur Konkurrenz
steht?



Der Preis ist nicht alles



BARBARA FELLMANN
PROJEKTLITERIN
BRANCHENANALYSEN
HOTELLERIESUISSE

Nebst persönlichen Präferenzen, der erwarteten Servicequalität oder den diversen Angebotspaketen, spielt der Preis eine wichtige Rolle, bei der Entscheidung des Gastes, ob er eine Leistung bezieht oder nicht. Dies gilt auch für die Wahl des Hotels, in dem der Gast seine Ferien verbringt und für die Anzahl Nächte, die er bleibt. Durch die vermehrte Präsenz von Onlinekanälen hat die Preistransparenz in den letzten Jahren stark zugenommen, und es ist für den Gast relativ einfach geworden, die Preise verschiedener Angebote und Anbieter weltweit zu vergleichen. Doch für den Hotelier stellt der angebotene Preis nicht das einzige Kriterium dar. Verschiedene Faktoren beeinflussen die Preisgestaltung, die als oberstes Ziel die Wirtschaftlichkeit des Betriebes hat. Die Einnahmen des Hoteliers

hängen zum einen vom Preis ab, gleichzeitig spielen aber auch die Auslastung sowie der Ertrag pro verfügbares Zimmer (RevPAR) eine wesentliche Rolle. Wer im Markt Erfolg haben will, muss seine Marktposition und die seiner Mitbewerber kennen. Dies gilt auch für die Hotellerie. Es ist entscheidend zu wissen, wo man steht, um eine optimale Preisstrategie ausarbeiten und diese kontinuierlich optimieren zu können.

Benchmark-Tool

Um den Hoteliers bei der Erarbeitung und Überprüfung der eigenen Preisstrategie zu unterstützen, liefert das STR-Global-Benchmark-Tool die entscheidenden Kennzahlen. Dieses einfache und wirksame, internationale Benchmark-Instrument, ermöglicht dem Hotelier einen Ver-

gleich mit den Mitbewerbern, der auf absoluter Vertraulichkeit aufbaut. Die Auswertungen umfassen Zimmerauslastung, durchschnittlichen Zimmerpreis, Einkommen pro verfügbares Zimmer (RevPAR) und Marktanteil. Zu jedem dieser Kriterien erfährt der Hotelier, wo er im Vergleich zu seinen Konkurrenten steht.

Einfache Anwendung

Jedes Hotel kann seine Vergleichsbetriebe (auch im Ausland) frei aussuchen. Einzige Einschränkung: es müssen mindestens vier Hotels sein, die beim Benchmark-Tool mitmachen. Damit keine einzelbetrieblichen Daten einsehbar sind, enthält die Auswertung jeweils die Kennzahlen des eigenen Betriebes sowie die Mittelwerte aus der Vergleichsgruppe. Je nach Bedürfnis kön-

nen diese Kennzahlen täglich oder monatlich verglichen werden. Dank modernster Technologien stellt das STR Global Benchmark-Tool eine effiziente, einfache Lösung dar: Der Hotelier muss einzig die Anzahl verkaufte Zimmer und den Netto-Logementumsatz online erfassen und erhält im Gegenzug den Auswertungsbericht per E-Mail zugestellt. Weitere Vergleiche können zudem online individuell gestaltet werden.

Sonderangebot

Für Mitglieder von hotelleriesuisse ist die Teilnahme am STR-Global-Benchmark-Tool während der Testphase bis Ende 2011 kostenlos (regulärer Preis CHF 750.– bis CHF 1500.– pro Jahr). Ein Versuch lohnt sich in jedem Fall, egal ob kleines Ferienhotel oder grosser Stadtbetrieb.



Auch unterwegs.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association