

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2011)  
**Heft:** 8

## 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:** 09.07.2025

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



**Klassiker**

Hacktätschli sind beliebt wie eh und je und lassen sich in unzähligen Varianten zubereiten.

Seite 13

**Parlament**

In der Frühjahrs-session wird auch über die Initiative «6 Wochen Ferien für alle» debattiert.

Seite 2

**Genf**

Das Hotel Mandarin Oriental bereitet sich auf die Zukunft vor. Direktor Marco Torriani schildert seine Pläne.

Seite 20

**Transgourmet**

«Wenn Sie die Kosten im Grosshandels-geschäft im Griff haben, kann nichts passieren.»

Seite 5



Hansueli Loosli, CEO Coop

**Career Day**

Kempinski Hotels sind auf grosser Talentsuche

Über tausend interessierte Hotelfachleute, Studierende und Quer-einsteiger, mehr als 2000 Interviews und viele motivierte Menschen – das ist das Resultat des Kempinski Career Day 2011, der am vergangenen Samstag im Kempinski Hotel Airport München stattfand. Die Teilnehmer hatten die Gelegenheit, mit Vorständen, Führungskräften und über 60 Hoteldirektoren erste Kontakte zu knüpfen und ihre Ein- und Aufstiegschancen bei Europas ältester Luxus-hotelgruppe zu eruieren. Erstmals war der Career Day in diesem Jahr auch für externe Bewerber geöffnet. sls

Seite 4

**Schweizer Tourismus**

Die Städte legen zu, die Aufenthaltsdauer wird kürzer

Das Bundesamt für Statistik legte diese Woche die Zahlen für das Tourismusjahr 2010 vor. Trotz ungünstiger Ausgangslage punkto Frankenstärke hielt der Schweizer Tourismus der Konkurrenz stand und steigerte die Hotelübernachtungen gar um 1,7 Prozent auf 36,1 Mio. Dazu trugen die Schweizer selber, aber auch die boomenden Gästezahlen aus China, Indien und den Golfstaaten bei. «Ein Zwischenhoch», stellte Christoph Juen, CEO hotelieruisse, dazu fest – denn der Dezember wies bereits eine sinkende Tendenz auf. Die aktuellen

Wechselkurse dürften sich negativ auf die Logiernächte auswirken, für 2011 wird mit einem Rückgang um 2 bis 5 Prozent gerechnet.

Im Hoch befinden sich die Städte. Der Geschäftstourismus legte hier gegenüber 2009 um 6 Prozent zu, während die alpinen Destinationen verloren (Wallis -2,9, Tessin -4,6%). «Die Ferienhotellerie ist gefordert», betonte ST-Direktor Jürg Schmid. Deutlich ist die Tendenz zu Kurzreisen, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer sank auf 2,2 Tage. eho

Seite 3



Mit 2,57 Mio. generierte Zürich 2010 die meisten Logiernächte.

**Wer spielt mit wem?**



©Haltweg Kümmerly + Frey/Grafik.rwo

Die kantonalen Tourismusorganisationen müssen ihre Rolle hinterfragen. Auch sonst tut sich einiges in der Destinationslandschaft Schweiz.

CHRISTINE KÜNZLER

In Graubünden sind Davos-Klosters und Engadin St. Moritz mit der Ausrichtung von Graubünden Ferien (GRF) nicht mehr einverstanden. Sie haben einen externen Berater beauftragt, für GRF eine Neukonzeption zu erarbeiten. Die grossen Destinationen möchten lieber mit Schweiz Tourismus (ST) direkt verhandeln. Wallis-Tourismus plant für 2012 eine Neuorientierung: Die neue Organisation «Wallis Werbung» soll künftig die

Destinationen vermarkten. Auch ST-Direktor Jürg Schmid sieht einen Rollenwechsel für die kantonalen Organisationen: Sie könnten sich mehr «um kleine und mittlere Destinationen kümmern».

Erschüttert wird auch die Destinationslandschaft. Im Wallis trennen sich Ortewieder, die sich mühsam zu einer Destination zusammengerauft haben. Die Destination Portes-Du-Soleil-Chablais steht vor dem Aus, das Coeur du Valais schlägt nicht mehr. Die Uni

St. Gallen hat jetzt ein neues Modell lanciert. Dieses sieht drei verschiedene Varianten von Destinationsmanagementorganisationen (DMO) vor.

Der Kanton Bern will direkt mit ST verhandeln. Das passt Destinationen und Politikern nicht, wie sich im Vernehmlassungsverfahren des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) zeigt. Minuten vor Redaktionsschluss traf noch die kantonale Stellungnahme ein. Sie finden sie auf [www.htr.ch/TEGBern](http://www.htr.ch/TEGBern).

**Kommentar**

Generationswechsel: Das Land braucht neue DMOs



CHRISTINE KÜNZLER

Die Welt ist ein Dorf. Reisen wird immer alltäglicher, einfacher, unkomplizierter. Die Auswahl an Destinationen ist enorm, die Konkurrenz im Markt also riesig. Als die Tourismusprofessoren Hansruedi Müller und Thomas Bieger 1997 ihre Destinations-Theorie veröffentlichten, präsentierte sich die Tourismuswelt noch anders. In den letzten 14 Jahren ist denn auch einiges passiert: Kooperationen und Destinationen haben sich gebildet, wieder getrennt oder versuchen sich noch zu finden. In Bern klappt die Destina-

«Eine Herausforderung bleibt auch in der neuen Generation: Kooperieren ist das A und O.»

tionsbildung nicht, im Wallis droht der Zerfall dieser Organisationen. Die Bündner entwickeln nun eine neue Destinations-Strategie.

Wer am Ball bleiben will, muss sich der neuen Situation anpassen. Das gilt auch für die Entwicklung der Destinationsmanagementorganisationen (DMO). Die Hochschule St. Gallen hat jetzt die dritte Generation der DMO lanciert. Ob dieses Modell, welches drei unterschiedliche Varianten von DMO vorsieht, das Gelbe vom Eis ist, wird sich weisen. Einen Versuch jedenfalls ist das Projekt wert. Interlaken nimmt die Herausforderung an und setzt das Konzept als eine der Pilotdestinationen um. Eine Herausforderung bleibt allerdings auch in der neuen Generation bestehen: Kooperieren ist das A und O.

Seite 7 bis 11, CF 19

**www.htr.ch**

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



**Alles paletti!**

Die Software für einfache und schnelle Lagerbewirtschaftung

fideHotel  
[www.fidehotel.ch](http://www.fidehotel.ch)

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

**HOREGO**

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.  
[www.horego.ch](http://www.horego.ch)



Ihre Social Media Spezialisten für Hotellerie und Tourismus.

**blum bryant**

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

**ROTOR Lips**



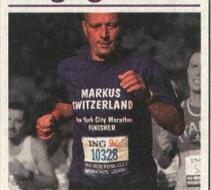
[www.RotorLips.ch](http://www.RotorLips.ch)  
Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf  
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

**PURITY C** – die flexible Lösung



<http://professional.brita.ch>

**Engagement**



[www.bommer-partner.ch](http://www.bommer-partner.ch)  
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Aus der Region

**St. Gallen**

**Rauchverbot:  
Wirte blitzen vor  
Gericht ab**



Das Bundesgericht hat eine Beschwerde von St. Galler Wirten und Liegenschaftseigentümern gegen das Verbot des Rauchens in Restaurants abgewiesen. Das seit Mitte 2010 geltende Rauchverbot verletze gemäss Urteil die Wirtschaftsfreiheit nicht. Nachdem die Initianten beim kantonalen Verwaltungsgericht keinen Erfolg hatten, zogen sie die Beschwerde ans Bundesgericht weiter. Dort sind sie jetzt abgeblitzt.

**Berner Oberland**

**Schnynige Platte  
bekommt Geld für  
Rotenegg-tunnel**

An die Sanierung des Rotenegg-tunnels der Schnynige Platte Bahn hat der Regierungsrat des Kantons Bern einen Beitrag von insgesamt 640'000 Franken genehmigt. Davon stammen 300'000 Franken aus dem Lotteriefonds. Die Schnynige Platte Bahn gehört zu den Jungfraubahnen. Auf einer sieben Kilometer langen Strecke führt sie die Gäste von Wilderswil hinauf zur Schnynige Platte.

**Mittelland**

**Berns Altstadt  
weiterhin ohne  
Ordnungsdienst**



Die obere Berner Altstadt ist die wichtigste «Ausgehmeile» der Bundesstadt. Trotzdem wird es dort weiterhin keinen privaten Ordnungsdienst geben, an dem sich die Wirte beteiligen müssen oder können, wie das zum Beispiel in Biel und Thun der Fall ist. Stadtverwaltung und der Berner Regierungsrat haben einen entsprechenden Konzeptentwurf abgewiesen. Gemäss Berner Gemeinderat bleibt die Polizei für die Sicherheit zuständig.

**Basel**

**Zoo Basel  
plant ein  
Ozeanarium**

Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt hat grünes Licht für die Umgestaltung des Gebietes zwischen dem Zoo Basel und der Heuwaage gegeben. Auf dem Heuwaage-Areal möchte der Zoo Basel mit dem Ozeanarium ein Aquarium bauen, das dem Publikum unter anderem Korallenriffe, Haie, Pinguine und Riesenkralen näher bringt. Eine erste Machbarkeitsstudie zeigt, dass ein solches Aquarium realisiert werden kann. Gemäss der «Basler Zeitung» werden die Kosten auf 70 Mio. Franken geschätzt. Die Bauzeit soll drei bis vier Jahre betragen. **esg**

# Mehr Ferien für alle?

**«6 Wochen Ferien für alle». Über diese Volksinitiative von Travailsuisse befindet der Nationalrat in der Frühlings-session, die nächste Woche beginnt.**

DANIEL STAMPFELI

**D**ie am 26. Juni 2009 mit 107'639 gültigen Unterschriften eingereichte Volksinitiative

«6 Wochen Ferien für alle» verlangt für alle Arbeitnehmenden bezahlte Ferien von jährlich mindestens sechs Wochen. Die Initianten begründen ihre Forderung nach längeren Ferien mit der gesteigerten Arbeitsproduktivität, der Gesundheit der Arbeitnehmenden, der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, den stossenden Unterschieden zwischen den Branchen und

einem Nachholbedarf der Schweiz im Vergleich mit dem Ausland.

Die Erhöhung des Ferienanspruchs um durchschnittlich fünf Wochen verursache volkswirtschaftliche Kosten von rund 2 Prozent der Lohnsumme, so Travailsuisse. Diese 2 Prozent hätten sich die Arbeitnehmenden aber seit langem durch höhere Arbeitsleistungen verdient. Allein zwischen 1992 und 2007 sei die Arbeitsproduktivität der Arbeitnehmenden in der Schweiz um 21,5 Prozent gestiegen, die Realöhne hätten jedoch nur um 4,3 Prozent zugenommen.

hotelleriesuisse lehnt die Initiative entschieden ab. Die Hotellerie

**«Die Sozialpartner kennen die Besonderheiten der Branche am besten.»**

Marc Kaufmann  
Leiter Wirtschaft und Recht

kenne seit Langem einen Ferienanspruch von fünf Wochen, so Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht hotelleriesuisse. Eine staatliche Lösung würde den Spielraum für solche sozialpartnerschaftliche Lösungen einschränken. Die Sozialpartner würden die Besonderheiten, Belastungen und die Produktivität der Branche am besten kennen. «Die flexible privatrechtliche Ge-



Ferien sind bei allen beliebt.

staltung eines Arbeitsverhältnisses als eine der grossen Errungenschaften des schweizerischen Arbeitsmarktes darf nicht gefährdet werden», so Kaufmann. Mit jeder zusätzlichen Erhöhung der Ferienwochen erhöhe sich zudem die finanzielle Belastung des Arbeitgebers, unabhängig davon, wie hoch die Produktivität in der Branche ist.

Im November 2010 hatte die Wirtschaftskommission (WAK) des Nationalrats mit 17 zu 8 Stimmen beantragt, die Initiative abzu-

lehnen. Bereits der Bundesrat hatte in seiner Botschaft vom Juni 2010 die Initiative zur Ablehnung empfohlen.

Neben der Volksinitiative «6 Wochen für alle» berät der Nationalrat am 17. März auch die parlamentarischen Initiativen für mindestens fünf Wochen Ferien für alle von Susanne Leutenegger Oberholzer (SP/BL) und für die Erhöhung des Ferienanspruchs von Ueli Leutenberger (Grüne/GE). hotelleriesuisse lehnt beide Vorstösse ab.

## Agenda CO<sup>2</sup> und MWST

In der Frühlings-session, die am Montag beginnt, stehen mehrere Geschäfte an, welche die Tourismusbranche betreffen:

**Revision CO<sup>2</sup>-Gesetz:** Der Entwurf des Bundesrats beabsichtigt eine ambitionierte Klimapolitik. Das heutige, bis 2012 befristete Gesetz soll weitergeführt und den neuen internationalen Anforderungen angepasst werden. **Ständerat, 7. März**

**ILO-Konventionen:** Der Bundesrat zeigt in einem Bericht auf, welche Konventionen der Inter-

national Labour Organisation (ILO) die Schweiz ohne gesetzgeberischen Aufwand ratifizieren sollte. Den eidg. Räten werden entsprechende Anträge gestellt. **Nationalrat, 8. März**

**Verhüllungsverbot:** Die Ständesinitiative des Kantons Aargau will das Tragen von Kleidungsstücken, die das Gesicht ganz oder teilweise verhüllen, verbieten. **Ständerat, 9. März**

**Mehrwertsteuer:** In einer Zusatzbotschaft schlägt der Bundesrat einen Einheitssteuersatz von

6,5% und die Aufhebung der meisten Steuerausnahmen vor. Der Nationalrat trat auf die Vorlage ein und beschloss, diese an den Bundesrat zurückzuweisen, damit er ein Zweistasmodell mit Beibehaltung gewisser Ausnahmen ausarbeiten kann. **Ständerat, 14. März**

**Gotthard-Strassentunnel:** Die Motion beauftragt den Bundesrat, eine Ergänzung des Gotthard-Strassentunnels mit einer zweiten für den Verkehr bestimmten Röhre vorzulegen. **Ständerat, 16. März**

## Skiorte: Sommer als Chance

**Immer mehr Skigebiete entdecken Sommersaison und Diversifizierung als Wachstumschance. Dies geht aus einer Studie des Beratungsunternehmens Deloitte hervor.**

DANIEL STAMPFELI

Zur Steigerung der Rentabilität planen 65% der 50 von Deloitte

befragten Seilbahnunternehmen in der Schweiz die Ausweitung ihres Sommerangebots, gefolgt von Kooperationen (58%) und einer Preiserhöhung für Ski-Pässe (56%). Die Umfrage zeige, so Deloitte, dass Diversifizierung auch in Zukunft ein wichtiger Faktor für das Seilbahngeschäft sein werde. Die Bahnbetreiber dehnten ihre Aktivitäten zunehmend auf die Gästebetreuung und -beherbergung aus und wollten das ganze Jahr über Gäste anziehen.

62% der Befragten betrachten strengere gesetzliche Auflagen als grösste Herausforderung, gefolgt von einem damit verbundenen Anstieg der Unterhaltskosten. Die Aufwertung des Franks wird von 57% der Befragten als Risiko betrachtet, wohingegen nur 28% die ausländischen Mitbewerber als Problem betrachten. Während kleinere Firmen die ausländische Konkurrenz nicht als Bedrohung sehen, halten grosse Betreiber sie für eine erhebliche Bedrohung.

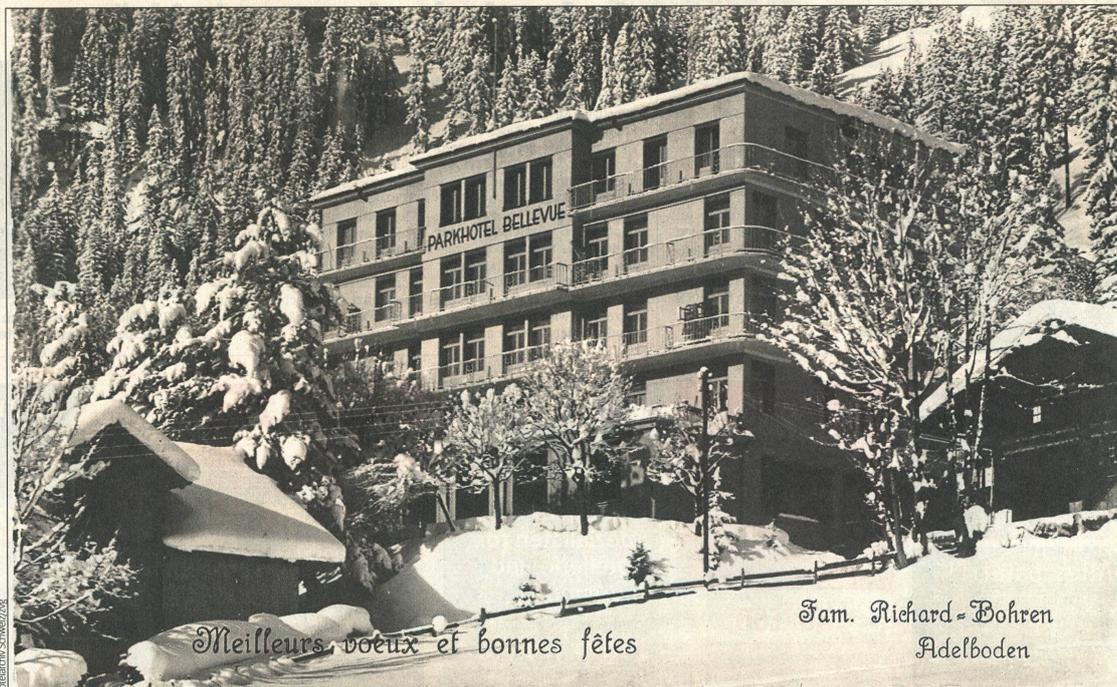
## hotelleriesuisse geht mit STC strategische Partnerschaft ein

**Bündelung der touristischen Kernkompetenzen und Stärkung der nationalen Online-Buchungsplattform**

Online-Vertriebssysteme spielen eine immer wichtigere Rolle in der Hotellerie. Dieser Marktentwicklung trage hotelleriesuisse Rechnung und sei bestrebt, seinen Mitgliedern den Zugang zu attraktiven Vermarktungsplattformen zu erschliessen, schreibt der Verband in einer Medienmitteilung. Die Partnerschaft mit STC Switzerland Travel Centre ermögliche die enge Zu-

sammenarbeit mit einem etablierten Vertriebspartner, welcher das gesamtschweizerische touristische Angebot umfasst. Um die Partnerschaft langfristig abzustützen, wurde hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel in den Verwaltungsrat von STC gewählt. hotelleriesuisse und STC wollen nun weiteres Synergiepotenzial evaluieren und umsetzen. **dst**

**Entrée:** Parkhotel Bellevue, Adelboden. Mehr auf [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)



Meilleurs vœux et bonnes fêtes

Fam. Richard-Bohren  
Adelboden

# Gästemix rettete 2010

**Besser als erwartet: 2010 erzielte die Schweizer Hotellerie 1,7 Prozent mehr Logiernächte. China, Indien und die Golfstaaten federten das zögerliche Europa ab.**

ELSBETH HOBMER

Von einem «erfreulichen Zwischenhoch» sprach Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, am Dienstag vor den Medien. Er spielte damit auf die Zahlen des Bundesamts für Statistik an, die für 2010 gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von 1,7 Prozent auf gesamt 36,2 Mio. Logiernächte ausweisen. Die Schweizer Gäste brachten ein Plus von 2,2%, die Ausländer +1,4%. Als rückläufig (-2%) erwies sich einzig die Eurozone. Gut, dass Wachstumsmärkte wie China (+48,8%), Indien (+21,1%) und die Golfstaaten (+13%) boomten und auch Amerika mit +9,4% kräftig zulegte. «Der internationale Gästemix hat sich für die Schweizer Hotellerie ausbezahl», stellte Christoph Juen fest.

Die Zunahmen sind erfreulich, die Zahlen jedoch relativ. Drei von vier Gästen kommen immer noch aus Europa; aber bei den fünf wichtigsten Euroländern – Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande und Belgien – sank die Anzahl Logiernächte um total 3,2%. Leicht steigern konnte sich Frankreich mit +1,1%. Ernst Matti vom Bundesamt für Statistik schlüsselte die Zahlen differenziert auf: Spitzenreiter innerhalb der Schweiz, aber mit einem Minus von 1,3%, ist Graubünden. Zürich-Region liegt mit dem stärksten Plus von 8,1% auf Platz zwei, gefolgt von Wallis, Berner Oberland und Zentralschweiz. Gut im Rennen innerhalb der zehn meistfrequentierten Gemeinden liegen die Städte: 1. Zürich, 2. Genf, 3. Zermatt, 4. Luzern, 5. Basel, 6. Davos, 7. St. Moritz, 8. Lausanne, 9. Bern und 10. Interlaken. «Es lohnt sich, die Ergebnisse nach Regionen differenziert anzuschauen», empfahl Matti (siehe www.htr.ch).



Frühlingsschnee-Erlebnisse in über 60 Skigebieten. Schweiz ganz natürlich

Mit solchen Sujets will Schweiz Tourismus das lange Frühlingsskifahren bis über die Ostertage – 2011 so spät wie noch nie – bewerben.

Die Dezemberzahlen 2010 kündeten bereits eine leichte Baisse an. Dass der Pfad ins 2011 steiniger werden könnte, sagte auch Christoph Juen voraus: «Dem starken Franken können wir nicht entfliehen. Ich wünsche mir ein stärkeres Bewusstsein für die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.»

Der Tendenz «öfter, aber kürzer reisen» begegnet Schweiz Tourismus mit innovativen Aktionen. Propagiert werden speziell «Frühlingsschnee-Erlebnisse» in über 60 Destinationen, um den Schweizern sowie in den Nahmärkten die späten Ostertage attraktiv zu machen. Und die Sommerkampagne 2011 pusht bewusst Städteferien.

## Jürg Schmid: Zuversichtlich

**Jürg Schmid, der Bundesrat schlägt für 2011/12 für ST zusätzliche 24 Mio. Franken vor. Sagt das Parlament Ja?**

Ich bin überzeugt, dass das Parlament die Sicherung von Arbeitsplätzen als wichtig erachtet. Und sieht, dass der Tourismus die von der Frankenstärke am meisten betroffene Branche ist. Ich erwarte zuversichtlich ein Ja.

**Ist damit die Kürzung 2012-2015 um 20 Mio. vom Tisch?**

Zuerst geben und dann nehmen macht zwar wenig Sinn. Aber das Thema ist leider nicht vom Tisch. Denn der langfristige Entscheid betrifft das Budget, die 24 Millionen sind ein Branchen- und Wirt-

schaftsentscheid. Die Tourismusbranche, drittgrösster Arbeitgeber, muss sich wehren.

**Wo setzen Sie das Geld ein?**  
Im Schweizer Markt. Und in jenen Fernmärkten, in denen die Frankenstärke kein Thema ist.

**Sind auch Vergünstigungsaktionen geplant?**  
Wir werden keine Vergünstigungen finanzieren. Wir betonen den einzigartigen Erlebniswert der Schweiz.

**Was tun Sie konkret?**  
Den Leuten Ideen vermitteln und sie zu den hundert schönsten Erlebnissen in der Schweiz führen, die man im Leben gesehen haben muss.

**Die Städte holen auf, liegt die Zukunft des Schweizer Tourismus in der Stadt statt auf dem Berg?**

Es ist kein Entweder-oder, sondern ein Sowohl-als-auch. Der Berg hat keine Alternative, der Tourismus ist sein einziger Wirtschaftszweig mit Zukunft. Aber unsere Städte sind stark positioniert, sie werden überdurchschnittlich wachsen. Wir haben schöne Städte mit hoher Lebensqualität, es wurde viel investiert. Und die Berge sind ja nah: Für einen Chinesen ist die Schweiz ein Land, er übernachtet in Zürich und fährt von hier aus in die Berge. Diese Vielseitigkeit auf engem Raum ist ja genau unsere Stärke. eh

### Aus der Region

#### Wallis

#### Neueröffnung des «Lindner Golf» in Crans-Montana

Mit einer Investition von über einer halben Million Euro hat die Hotelgruppe Lindner ihr Art-Deco-Hotel in Crans-Montana renoviert: Ein neues Restaurant, eine neu designte Bar und ein Kamminzimmer erwarten nach rund acht Monaten Umbauphase ab sofort die Gäste des Lindner Golf & Ski Hotels Rhodania. Zudem wurde das Gastronomie-Konzept des Hauses neu ausgerichtet. Eine neue Live-Cooking-Station ermöglicht dabei das direkte Zubereiten vor den Augen der Gäste. Zudem liegt das Restaurant nun im Erdgeschoss anstatt wie bisher im ersten Stock.

#### Saas Grund bekommt doch sein Resort



Im Herbst schickte die Bevölkerung von Saas-Grund das Projekt Hohsaa Alpine SA bachab. Ein 40-Millionen-Projekt, das 4,4 Mio. Franken Übernachtungsgelder bringen sollte. Trotzdem soll jetzt mit dem Bau im Talboden begonnen werden, wie die «Rhone Zeitung» vermeldet. Es soll ein Resort aus sechs Ferienhäusern entstehen. Grund für den Sinneswandel: Die Beteiligung der Bergbahnen war der Kritikpunkt. Diese haben sich nun vom Projekt zurückgezogen, Privatpersonen haben den Part übernommen.

#### Graubünden

#### Mehr Geld für elektronische Plattform

Die Bündner Regierung verstärkt ihr finanzielles Engagement für den Ausbau der elektronischen Tourismusplattform. Der bereits bewilligte Beitrag für die interne Projektleitung wird für die Jahre 2009 bis 2012 um 140 000 auf insgesamt 600 000 Franken erhöht. Zusätzlich hat die Regierung das externe Projektmanagement bis Ende 2012 verlängert. Die ePlattform GR ist eine Massnahme der Bündner Tourismusreform «Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus.»

#### «Piz Tschütta» als dezentrales Hotel gescheitert?



Die Betreiber des Hotels «Piz Tschütta» in Vnà wollten als «dezentrales Hotel» expandieren. Doch das Projekt kommt nicht so richtig vom Fleck, die nötigen Privatzimmer – heute nur fünf statt anfänglich 18 – im Dorf fehlen, die Einheimischen vermieten ihre Zimmer lieber gleich selbst, schreibt «Die Südschweiz». gsg

# «Möve» segelt unter fremder Flagge



Eröffnete letzten Oktober in Dubai: Ibn Battuta Gate Hotel.

**Managementverträge statt Eigenmarke, so die neue Strategie von Mövenpick. Das senkt das Risiko.**

GUDRUN SCHLENZCEK

Der Heimmarkt spielt für Mövenpick immer weniger eine Rolle. Die nächsten Schliessungen sind schon angekündigt: Cindy's Diner Basel schliesst per Ende März, der

Beef Club in Zürich Mitte April. In die Räumlichkeiten des Cindy's in der Steinenvorstadt in Basel zieht «Sam's Pizzaland», das siebte der Gastro-Club «its world». Letztes Jahr schloss das Marché im Zürcher Bahnhof, die Restaurants Paradeplatz, Plaza und die Grüt-Farm in Adliswil. Der Fokus liegt auf Hochfrequenzstandorten: Am Flughafen Zürich eröffnen Mitte Mai ein Marché Restaurant und ein Bistro, so dass man Ende 2011 49 Betriebe an 34 Standorten zählt.

Das ist aber nur rund ein Fünftel der weltweiten Präsenz: Aktuell zählt die Mövenpick-Gastronomie 240 Betriebe an 121 Standorten, davon 107 in Deutschland. Dabei expandiert man nicht mehr vorwiegend unter der Marke Mövenpick. Immer wichtiger wird ein Führen im Management, wie bereits in der Autostadt Wolfsburg oder im Zoo Ingolstadt, wo der Brand gar nicht mehr in Erscheinung tritt. Ähnliches gilt für die Hotellerie, auch hier überlässt man

das unternehmerische Risiko lieber Dritten: «Wir wollen primär mit Management-Verträgen wachsen», so Jean-Gabriel Pérés, CEO Mövenpick Hotels & Resorts. Der Expansionsfokus liegt auf Asien, in naher Zukunft will man allein in China zehn Hotels zählen. 24 der heute 69 Mövenpick-Hotels sind in Middle East, zwölf weitere dort in Entwicklung. Anders in Europa: In Deutschland werden dieses Jahr vier Mövenpickhotels schliessen, es bleiben noch neun.

## Schweiz: Der RevPar ist top

**Die Benchmarkdaten 2010 von STR Global räumen der Schweizer Hotellerie wieder einen Spitzenplatz beim RevPar ein, aber nicht bei der Auslastung.**

GUDRUN SCHLENZCEK

Beim RevPar (Zimmerumsatz der verfügbaren Zimmer) hat die Schweizer Hotellerie mit einem Durchschnittswert von 107 Euro

(plus 14%) ihre Spitzenposition im letzten Jahr europaweit noch gefestigt, so die aktuellen Zahlen von STR Global. Der Schweizer RevPar fiel wie auch im Vorjahr fast doppelt so hoch aus wie der deutsche (57 Euro, plus 19%). Österreich wies 62 Euro aus. An zweiter Stelle im RevPar-Ranking folgte Frankreich (100 Euro, plus 8%), gefolgt von Italien und Russland (je 69 Euro). Auch unter den Metropolen der Welt belegt eine Schweizer Stadt den Spitzenplatz, und zwar Genf, gemeinsam mit

Venedig: Beide weisen einen durchschnittlichen RevPar von 144 Euro auf. Erst an dritter Stelle folgt New York (142 Euro, plus 20%).

Ganz anders das Bild bei der Zimmerauslastung: Hier belegt Grossbritannien wie bereits im Vorjahr den ersten Platz (71%, plus 3%), dicht gefolgt von Österreich (70%, plus 10%). Aber auch die Schweizer Hotellerie spielt mit einer 66-Prozent-Auslastung noch im guten Mittelfeld mit: Das europäische Mittel liegt bei 63%.

## Zürcher Handelsgericht entscheidet gegen Nestlé und Nespresso

**Die kompatiblen Kaffeekapseln von Denner verletzen keine Patente, urteilte das Gericht.**

Den Klägerinnen Nestlé und Nespresso auferlegte das Gericht als Folge der Abfuhr der Gerichtsgebühren von 12 000 Franken. Diese können den Entscheid des Zürcher Handelsgerichts ans Bundesgericht weiterziehen.

Beim Kapselstreit geht es um Kaffeekapseln, welche Denner bei Alice Allison SA herstellen lässt. Der Discourter hat sie als Alternative zu den Original-Nespresso-

Kapseln verkauft, aber zu einem deutlich günstigeren Preis. Am 11. Januar erliess das St. Galler Handelsgericht eine superprovisorische Verfügung. Denner musste die Nachahmerkapseln aus den Regalen nehmen. Darauf reichten Nestlé und Nespresso auch beim Zürcher Handelsgericht eine Klage ein. Mit den Nespresso-Kapseln machte Nestlé 2010 mehr als 3 Mrd. Franken Umsatz. dst

## Aus der Region

### Zürich

#### Auf dem Obersee sollen mehr Schiffe fahren



Die Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft ZSG und die Gemeinden am Obersee planen einen Ausbau der Schifffahrt auf dem Obersee in zwei Schritten 2011 und 2012, so die «Obersee-Nachrichten». Die zusätzlichen Kosten des zweiten Schrittes 2012 zur Verbesserung des touristischen Angebots tragen die Seegemeinden. Das erste Kursschiff der ZSG erreicht Rapperswil gegenüber dem alten Fahrplan mehr als eine Stunde früher.

#### Regierungsrat will nicht längere Öffnungszeiten

Die Regelungen zu den Ladenöffnungszeiten sollen im Kanton Zürich nicht geändert werden. Der Zürcher Regierungsrat beantragt beim Kantonsrat, die Volksinitiative «Der Kunde ist König» ohne Gegenanschlag zur Ablehnung vorzuschlagen. Begründung: Die angestrebte Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten auf kantonaler Ebene bleibe so lange praktisch wirkungslos, bis die für die ganze Schweiz gültige Bundesgesetzgebung angepasst sei. Und: Solange die bundesrechtlichen Bestimmungen zum Arbeitnehmerschutz gelten, würde sich kaum etwas ändern.

#### Atlantis AG mit der Lex Koller im Clinch



Gemäss dem Bezirksrat Zürich fällt die heutige Zwischennutzung des Hotels Atlantis mit Studentenwohnungen unter die Lex Koller. Grund: Die Nutzung habe nichts mit «hotelmässigen Dienstleistungen» zu tun, die auch für ausländische Gesellschaften nicht bewilligungspflichtig wären. Eine Lösung: Die Anteile der AG müssten direkt von deren Schweizer Besitzern gehalten werden. Die Neue Hotel Atlantis AG analysiert nun die Lage und prüft, ob der Entscheid des Bezirkes weitergezogen wird.

### Tessin

#### Geld für den Ausbau des Bahnhofs Lugano

Mit 8,74 Mio. Franken beteiligt sich der Kanton Tessin am Umbau des SBB-Bahnhofs in Lugano. Die Gesamtkosten werden sich auf 18,7 Mio. Franken belaufen. Mitträger sind die Gemeinde Lugano, die SBB und der Bund. Das Projekt trägt der Erwartung Rechnung, dass mit dem Neat-Ausbau und der Verbindung Mendrisio-Malpensa (I) die Zahl der Fahrgäste stark wachsen wird.

# Talent für eine Karriere

## Am Career Day von Kempinski Hotels in München kamen tausend Bewerber, allein 300 aus der Schweiz. 640 Stellen sind zu besetzen.

SIMONE LEITNER

Als am vergangenen Samstag die Türen zum Career Day im Kempinski Hotel Airport München geöffnet wurden, strömten junge Talente aus der Hotelbranche in die Eingangshallen. Ambitioniert, motiviert und voller Leidenschaft zeigten sich die über tausend Hotelfachleute, die an der Jobbörse partizipieren wollten. Studierende, Auszubildende und Quereinsteiger, sie alle kamen mit dem Ziel nach München, ein entscheidendes Puzzle-Teil in ihrer noch jungfräulichen Karriereplanung zu finden. Ganz im Sinn von Reto Wittwer, Präsident und Vorstandsvorsitzender von Kempinski Hotels: «Talente finden und fördern hat für uns in den nächsten Jahren oberste Priorität.»

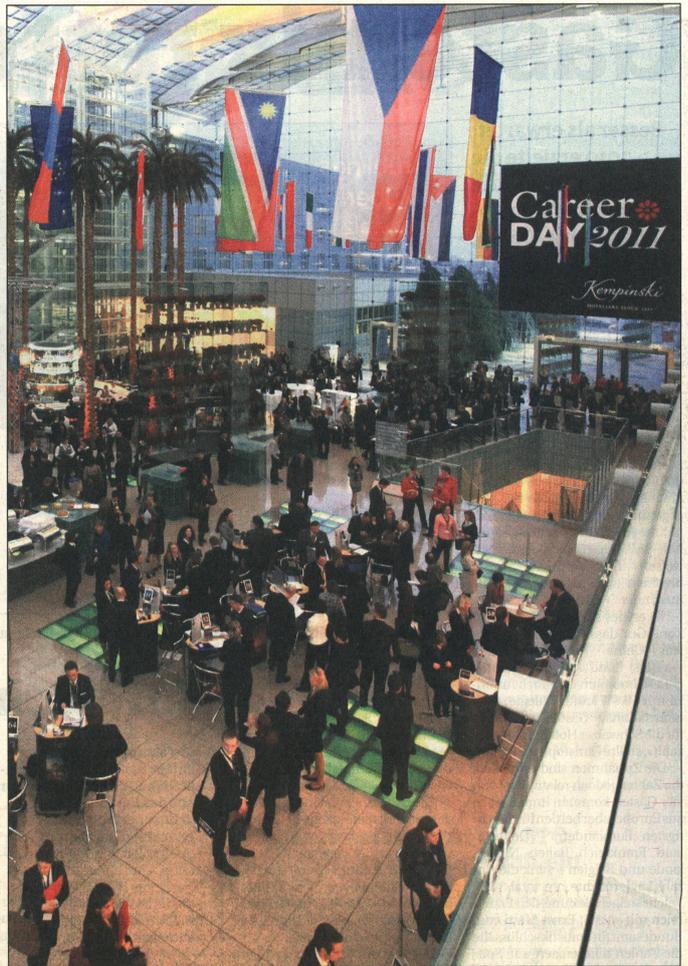
#### Die Luxushotelgruppe schafft 22 500 neue Stellen

Mit gutem Grund, denn Kempinski plant bis 2015 das aktuelle Portfolio auf 120 Häuser zu verdoppeln. Diese Strategie hat Folgen. Sage und schreibe 22 500 neue Mitarbeitende und etwa 60 General Manager werden bis dahin ge-

braucht. Auf die Frage, ob Wittwer den Fachkräftemangel nicht fürchte, konterte er entspannt: «Wir sind ein charismatischer Brand und haben den Vorteil, unsere Mitarbeitenden auswählen zu können.» Er glaubt an Begabung und Passion. Bei Europas ältester Luxushotelgruppe «zählt das Talent, nicht nur das CV», erklärt Reto Wittwer die Philosophie des Unternehmens und die des Career Day. Vormittags stellten sich rund 170 auserwählte interne Kempinski-Mitarbeitende bei den General Managern aus aller Welt vor. Am Nachmittag kamen dann branchenaffine «Quereinsteiger» aus allen Ecken Europas. Allein aus der Schweiz waren 300 Teilnehmende von Hotelfachschulen wie Cesar Ritz, Les Roches, Gfion, IMI Luzern oder Lausanne nach München gereist.

#### 60 Hoteldirektoren sprachen am Career Day mit Bewerbern

Während einige Bewerber feste Gesprächstermine hatten, gingen andere einfach auf die über 60 GMS zu, die alle einen eigenen kleinen Stand hatten, und präsentierten sich in einem kurzen, aber fokussierten Gespräch. «Das war ein ganz tolles Erlebnis», lautet das Fazit der Bewerber. Die anfängliche Nervosität sei schnell verfliegen, denn die Hoteldirektoren seien nahbar und «total nett», sagte eine hochmotivierte junge Dame auf dem Weg zum nächsten Interview. Geduld brauchten die Bewerber vor allem bei den Ständen der Hotels in China und des Mittleren Ostens. Der Erfolg war dem GM des «Emirates Palace» in Abu Dhabi, Hans W. Olbertz, ins Gesicht ge-



Bernd Duckel/ZVG

#### 60 Hoteldirektoren empfingen in der Hotelhalle des Kempinski Hotels Airport München rund tausend interessierte Hotelfachleute, Studierende und Quereinsteiger.

schrieben: «Ich hatte so tolle Bewerbungsgespräche, es ist eine wahre Freude.» Dass Fachleute aus der Schweiz und Deutschland mit ihrem Ausbildungssystem im Mit-

teren Osten und in China grosse Karrierechancen hätten, bestätigte auch der Kempinski Regionalpräsident China & Asien, Michael Henssler, bei der Präsentation sei-

nen Marktes. Wie viele von den 640 weltweit offenen Stellen nach diesem Tag nun besetzt sind, entscheidet sich noch in dieser Woche», so Wittwer.

## Extern «Meine Chance»



Stephanos Matsiridis will nach China.

Stephanos Matsiridis ist Absolvent der Hotelfachschule in Den Haag, schliesst im September mit dem Bachelor ab und weiss, was er will: «In den Mittleren Osten oder nach China!» Der 25-jährige deutsch-griechische Doppelbürger hörte vom Kempinski Career Day, buchte gleich einen Flug nach München und ging am Samstagzielstrebig auf die anwesenden General Managers zu. «Die Gespräche waren alle sehr positiv und ich hoffe, ich werde einen Job bekommen», freut sich der Hotelfachmann. Er interessiert sich für den Bereich Sales & Marketing und findet Revenue Management sehr spannend.

## Intern «Das ist genial»



Anna Soukup will ins Ausland.

Anna Soukup arbeitet als Banquet Coordinator im Hotel Adlon Kempinski Berlin. Den Career Day sieht sie als «geniale Chance», im Ausland einen Job zu bekommen. «Natürlich gefällt es mir im Adlon sehr, aber wenn ich innerhalb dieser Gruppe in den Mittleren Osten, nach Afrika oder China wechseln kann, bin ich sehr glücklich.» Die 27-Jährige ist hoch motiviert: In fünf Jahren sieht sie sich als F&B-Manager. Die Karriereplanung ist Anna Soukup wichtig. Sie hat 2009 die Hotelschool The Hague abgeschlossen. sls Beide Bewerber werden auf facebook.com/htrhotelrevue ihre weiteren Karriere Schritte bekannt geben.

#### Schweiz: Wichtiger Auslandsmarkt für Deutschland

Im letzten Jahr wurden erstmals über 4 Mio. Übernachtungen aus der Schweiz in Hotels mit mehr als neun Betten und auf den Campingplätzen der 16 deutschen Bundesländer registriert. Das zeigen die Nächtigungszahlen des Statistischen Bundesamtes Deutschland. Das entspricht einer Steigerung von 8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Mit diesem hervorragenden Ergebnis belegte die Schweiz im Ranking der für Deutschland wichtigsten Auslandsmärkte Platz drei – nach den Niederlanden und den USA.

#### Ramada und Treff mit satterm Plus im 2010

Nach dem Krisenjahr 2009 konnte die Hospitality Alliance AG im 2010 wieder Erfolg verbuchen. Musste die mit den Marken Ramada und Treff Hotels operierende Hotelgruppe vor Jahresfrist noch ein Umsatzminus von 2,5 % attestieren, so legten die Erlöse 2010 um 16,8 % auf 282,9 Mio. Euro zu. Das bedeutet selbst gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2008 (248,4 Mio. Euro) eine Steigerung um 13,9 %. Zur Hotelgruppe gehören über 70 Ramada und Treff Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

#### Familotel legte beim Umsatz um 12 Prozent zu

Familotel konnte ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 mit einem Umsatz von rund 120 Millionen Euro abschliessen. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Umsatzsteigerung von 12,24 Prozent. Auch im Online-Bereich hat die führende Kooperation für Familienhotellerie in Europa einen Umsatzzuwachs von 34 Prozent verzeichnet. Familotel hat aktuell 52 meist inhabergeführte Mitgliedshotels, davon 32 in Deutschland, 13 in Österreich, 5 in Italien und je ein Hotel in der Schweiz und Ungarn. gsg

#### Der Winter meldet sich nach langer Pause wieder zurück

#### Neue Schneefälle sollen die Bilder von weissen Pistenstreifen in grüner Landschaft vergessen machen.

Die Schneefälle vom vergangenen Wochenende und Anfang dieser Woche lassen Schneesport-Begeisterte und Tourismusverantwortliche etwas aufatmen. Zahlreiche und teils heftige Reaktionen von Touristikern und Hoteliers, meist aus dem Bunderland, löste das Frontbild der htr vom 17. Februar aus.

Auf die in letzter Zeit erschienenen Berichte verschiedenster Medien zu prekären Schneeverhältnissen in tiefen und mittleren La-

gen hat Arosa nun mit einer Spontanaktion reagiert. Die Webseite www.wirhabenschnee.ch widerspiegelt die tollen Gäste-Feedbacks zu den Pisten und Schneeverhältnissen in Arosa, so eine Medienmitteilung von Arosa Tourismus. Die neue Seite soll als Einstiegsplattform für alle Destinationen mit guten Schneeverhältnissen auf den Pisten dienen. dst

Die Reaktionen finden Sie auf: [www.htr.ch/schnee](http://www.htr.ch/schnee)



Coop-Chef Hansueli Loosli prophezeit den nachhaltigen Produkten auch in der Gastronomie eine Zukunft: In den Coop-Restaurants werden im Mittagsgeschäft bereits heute 15 bis 20 Prozent des Umsatzes mit Bio-Komponenten erzielt.

## «Wir bieten bessere Preise»

Die Übernahme der Transgourmet ist für den Detaillisten Coop ein Quantensprung. CEO Hansueli Loosli äussert sich zu den Folgen: Die Preise sollen sinken, um wie viel ist offen.

GUDRUN SCHLENCEK

### Hansueli Loosli, was sind Ihre Ziele mit der Transgourmet?

Wir wollen unsere Position als Nummer zwei im europäischen Grosshandel weiter stärken. Unser Ziel ist, jährlich beim Umsatz währungsbereinigt zwischen 4 und 5 Prozent zuzulegen. Wir streben sowohl ein organisches als auch ein geografisches Wachstum an. Expandieren werden wir vor allem mit dem Cash&Carry-Märkten, aber auch mit dem Belieferungsgrosshandel.

### Wird es auch in der Schweiz noch weitere Cash&Carry-Märkte geben?

In der Schweiz hat es noch Platz für fünf bis sieben Abholmärkte. Dabei wollen wir sowohl Prodega- als auch Growa-Märkte realisieren. Zum Beispiel in Genf wollen wir einen Markt eröffnen.

### Mit dem Grosshandel wachsen Sie stärker als mit dem Detailhandel, verdienen aber weniger: Ist das ein Wachstum um jeden Preis?

Keineswegs. Das Wachstum mit Transgourmet ist für Coop wichtig und richtig, weil im Einzelhandel Schweiz nur noch organisches Wachstum möglich ist. Gastronomie und Gewerbe-grosshandel ist ein uns bekanntes und verwandtes Geschäftsmodell. Mit dem gemeinsamen Einkaufsvolumen können wir auch der Gastronomie und den Gewerbetunden in Europa noch bessere Preise bieten.

### Aber Transgourmet wird das heute gute Ergebnis der Coop-Gruppe schmälern?

Natürlich wird Transgourmet die Prozent-Marge der heutigen Coop-Rechnung beeinflussen. Aber die Investitionskosten und damit das Risiko sind im Grosshandel auch nicht so hoch wie im

Detailhandel. Uns interessiert ja nicht das Wachstum in Prozent, sondern der Frankenbetrag, den wir unterm Strich verdienen.

### Transgourmet erzielt 80 Prozent des Umsatzes im Ausland. Birgt das nicht höhere Risiken?

Wir haben jetzt fünf Jahre Erfahrung im Ausland mit Transgourmet. Wir haben das Geschäft kennengelernt und wissen, was auf uns zukommt. Weder Marge noch Kosten sind mit dem Einzelhandel vergleichbar. Im Detailhandelsgeschäft beträgt der Durchschnittseinkauf 30 Franken und im Grosshandel 700 Franken pro Kunde. Wenn Sie die Kosten in diesem Geschäft im Griff haben, kann nichts passieren.

Wie geht es Ihnen mit dem Auslands-geschäft im Zuge des tiefen Euros? Es zählen nicht nur der Euro, sondern auch osteuropäische Währungen dazu. Währungsschwankungen gab und gibt es immer. Wichtig ist, dass wir in der jeweiligen Währung über Markt wachsen.

### Sie liebäugeln mit Österreich, Italien und Tschechien als weitere Märkte

### für Transgourmet: Gibt es schon Konkretes?

Nein. Wir wollen mit Fegro und Selgros zuerst Polen, Rumänien und Russland definitiv erschliessen.

### Sie sagten, dass Sie der Gastronomie noch bessere Preise bieten können: Um wie viel werden die Preise purzeln?

Das kann ich Ihnen nicht sagen. Fragen Sie mich in zwei Jahren. Aber wir werden sicher Synergien mit Transgourmet nutzen. Gerade bei Eigenmarken

wird es eine Bündelung der Lieferanten geben, so dass es statt fünf vielleicht künftig nur noch zwei sein werden. Dieser Prozess beginnt jetzt aber erst.

### Heute arbeitet Coop mit drei Mineralwasserquellen zusammen, künftig hat man mit der Peralwater Mineralquellen AG eine eigene Thermo. Kann sich hier der Gastronom auf tiefere Preise freuen?

Das Thermen-Wasser steht bereits bei Prodega im Wallis im Regal. Ob mit einer eigenen Quelle auch die Preise sinken werden, das können wir heute noch nicht abschliessend beurteilen.

### Coop hat im Retail einen Namen in Sachen Bio und Fair Trade: Wieso spürt man davon im Grosshandel so wenig?

Ich bin überzeugt, dass Bio und tierfreundliche Haltung zu einem Differenzierungsmerkmal in der Gastronomie wird. Selbst im schnellen Mittagsgeschäft: Die Coop-Restaurants erzielen im Mittagsgeschäft bereits heute 15 bis 20 Prozent des Umsatzes mit Naturfarm- oder Naturaplan-Bio-Komponenten.

### Die Restaurants der Marke «Da Giovanni» weist Coop in der Erfolgsrechnung separat aus. Ist Da Giovanni ein strategisches Geschäftsfeld?

Da Giovanni ist ein Franchisekonzept aus Italien, das auch unabhängig von Coop-Standorten multipliziert werden kann. Im Prime-Tower in Zürich werden wir dieses Jahr ja erst das fünfte «Da Giovanni» eröffnen. Per Ende Jahr werden wir uns dann Gedanken machen, wie wir mit der Umsetzung des Konzepts weiterfahren. Grundsätzlich ist das eigene Betreiben von Gastronomie kein strategisches Feld für uns.

### Haben Sie Pläne in Sachen Gastronomie in anderen Ländern, wo Sie mit Transgourmet präsent sind?

Nein. Wir konzentrieren uns auf den Handel.

### An der Bilanzmedienkonferenz von letzter Woche konnten Sie noch nicht sagen, wann Sie in den Verwaltungsrat wechseln und wer Ihr Nachfolger wird. Wissen Sie jetzt mehr?

Der Verwaltungsrat wird meinen Nachfolger oder meine Nachfolgerin zu gegebener Zeit bekannt geben. Mein Wechsel ins Präsidium von Coop und von der Swisscom wird per 1. September stattfinden.

## Coop mit Transgourmet

Die Coop-Gruppe konnte im vergangenen Jahr beim Umsatz nur leicht zulegen, um 1,7% auf 20 Mrd. Franken. Stattdell dagegen stieg der Reingewinn: Um 9,3% auf 470 Mio. Franken. Das wird sich im 2011 ändern. Auf Anfang Jahr hat man die Beteiligung an der Transgourmet Holding AG, Europas zweitgrösstem Cash&Carry- und Foodservice-Unternehmen mit Sitz in Basel, von 50 auf 100% erhöht. Transgourmet erzielte 2010 einen Gesamtumsatz von 6,2 Milliarden Euro (plus 6,7%). Der Umsatz von Coop wird folglich dieses Jahr massiv zulegen: Dank Transgourmet wird Coop Ende 2011 über 28 Mrd. Franken

Umsatz erzielen. Der Grosshandel wird aber erwartungsgemäss die Marge drücken (siehe Interview). Zu Transgourmet gehören im Belieferungsgrosshandel Hwegin der Schweiz, Transgourmet France in Frankreich und Rewe Foodservice in Deutschland. Im Cash&Carry-Bereich Prodega und Growa CC in der Schweiz, Fegro/Selgros in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland.

Hansueli Loosli (55) wird nach 15 Jahren im September dieses Jahres seinen Posten als CEO der Coop mit dem Verwaltungsratspräsidium tauschen. Aber er wird wie bis anhin VR-Präsident der Transgourmet und von Bell bleiben. gsg

## Böse Wölfe im Tourismuspelz? Nein. Eine Chance.



### Standpunkt

MARIO LÜTOLF  
DIREKTOR STV

Die Diskussion um Sonntagsverkäufe und verlängerte Öffnungszeiten in der unteren Altstadt von Bern regt die Gemüter an. Das wahre Problem sei die Neudefinition der Tourismuszonen, die Initiative sei weder nötig noch willkommen, sie nütze kaum und schade enorm, der Wolf käme im Tourismuspelz durch die Hintertür, hielt die Detailhandelsverantwortliche der Unia im «Bund» unmissverständlich fest.

Sehr geehrte Frau Rimml: Bei allem Respekt vor den sozialpartnerschaftlichen Errungenschaften finde ich, dass das «Tourismus-Bashing» weit am Ziel vorbeischießt. Vielmehr ist es gerade der Tourismus, der dem innovativen Unternehmer auch in Zukunft Potenzial bietet und Chancen eröffnet. Erstens: Tourismus findet nicht nur in den Bergen statt: Die Wiege des Tourismus ist zwar im alpinen Raum. Aber die Städte legen zu: Ein Drittel der Logiernächte verbucht die

### «Der Tourismus sichert 175 000 Arbeitsstellen – rund ein Viertel davon im Detailhandel.»

Schweiz im urbanen Raum, Tendenz klar steigend. Eine Chance für Bern! Zweitens: Reisen ist ein Grundbedürfnis des Menschen. Dank dem gut ausgebauten öffentlichen Verkehr ist Reisen nir-

gends nachhaltiger als in der Schweiz. Noch eine Chance für Bern! Drittens: Der Tourismus ist ein branchenübergreifender Wirtschaftssektor mit rund 35 000 Klein- und mittelgrossen Unternehmen – jedes der KMU aber zu klein für weltweites Marketing. Zwei von drei Gästefranken fliessen ins nicht-touristische Umfeld: Museen, Uhren, Souvenirs, Bekleidung und Ausrüstung, Lebensmittel usw. – erst recht eine Chance für Bern!

Der Tourismus ist der dritt-wichtigste Exportzweig der Schweiz. Er erzeugt über 15 Milliarden Franken an Einnahmen und sichert 175 000 Arbeitsstellen – rund ein Viertel davon im Detailhandel! Ich meine, dass eine ganze Menge guter Gründe dafür spricht, gesetzliche Rahmenbedingungen – durchaus im Interesse der Arbeitnehmenden – an veränderte Kundenbedürfnisse anzupassen. Und nicht den «bösen Wolf» herbeizureden.



«Auch Eintagsfliegen können am Ort Gefallen finden, um sich für einen längeren Aufenthalt zu entscheiden.» **6**  
Pierre-André Pannatier hotellerieuisse VS

## Viel Lob und Ehre in Scuol



Julia und Kurt Baumgartner mit den Töchtern Anna und Nadja.



Donator René Chatelain und Jurymitglied Mario Lütolf.



Zwei Laudatoren aus Scuol: Jon Domenic Parolini und Urs Wohler.



Eine prächtige «Eterna»-Uhr für den «Bündner des Jahres», überreicht von Michael Bambergner (l.) und Jewelier Marco Zoppi (r.).



Starke Bündner Vertretung (v.l.): Jürg und Martina Domenig, Chur, mit Andreas Züllig, Lenzerheide, Präsident der Bündner Hoteliers.

Der Scuoler Hotelier Kurt Baumgartner wurde am Freitagabend als «Bündner des Jahres» gefeiert. Ein grosses Fest mit prominenten Gästen.

ELSBETH HOBMEIER

Eigentlich wollten Julia und Kurt Baumgartner ihre hohe Auszeichnung «klein und bescheiden, wie es unsere Art ist» feiern. Daraus wurde nichts: Über 70 Gäste waren am letzten Freitagabend nach Scuol gereist, um im «Belvédère» dabei zu sein, wenn Kurt Baumgartner geehrt und mit einer wert-

vollen «Eterna»-Uhr beschenkt wurde. Seine Mitarbeitenden hatten ohne sein Zutun alles bestens vorbereitet: Es gab einen musikalisch untermalten Apéro in der Bar und ein grosses, kulinarisch perfektes Diner im Saal.

Schwungvoll waren auch die Laudationes. «Kurt Baumgartner hat immer an die Ganzjahresdestination Scuol geglaubt. Wir danken ihm für dafür aus ganzem Herzen», jubelte Gemeindepresident und Grossrat Jon Domenic Parolini. «Er ist der umtriebige Touristiker der ganzen Region», bekannte Tourismusdirektor Urs Wohler. «Er kam von aussen, setzte sich gegen allen Widerstand durch und half mit, dass das Unterengadin heute eine der wesentlichen Destinationen Graubündens ist», meinte Hanspeter Lebrument, Verleger der «Südschweiz».

Die Auszeichnung «Bündner des Jahres» wird seit 1994 jedes Jahr vergeben. Den Preis ins Leben gerufen hat René Chatelain, Herausgeber des Magazins «Graubünden exclusiv». Er präsidiert als Donator auch die Jury. Den Vorschlag «Baumgartner» hatte Jurymitglied Mario Lütolf, Direktor STV, eingebracht – er freute sich sichtlich, dass «sein» Kandidat das Rennen gemacht hatte.

Baumgartner reiht sich damit in eine Liste von illustren «Bündnern des Jahres» ein. Seine Vorgänger waren von 2009 bis 1994: Dario Cologna, Erwin Rutishauser, Christoph Blocher, Daniela Meuli, Armin Caduff, Mario Pacchioli, Hanspeter Danuser, Rudolf Mirer, Pierin Vincenz, Bruno Gerber, Daniel Schmid, Gian-Franco Kasper, Klaus Schwab, Reto Gurtner, Sabina Schneebeli und Carl Not.

## Sessellücken

### Neuer Leiter für Gastronomie im Tropenhaus Frutigen

Per 21. Februar hat Yves Stucki (26) die Führung der gesamten Gastronomie des Tropenhauses Frutigen übernommen. Er ist verant-



wortlich für das Restaurant Terrasserie mit Sommerterrasse, das Fine Dining Restaurant Esturgeon, die Bar & Lounge und einen Eventbereich bis hundert Personen. Sein Team hat 32 Mitarbeitende. Stucki war Inhaber und Geschäftsführer der Auszeit GmbH in Bern. Als Gastgeber des Restaurants Auszeit im Kirchenfeld-Quartier freute er sich über dessen 13 Gault-Millau-Punkte im ersten Betriebsjahr.

### Geschäftsführerin für das Schweizer Steinbock-Label

Kathrin Spiller ist neue Geschäftsführerin für das Steinbock-Label. Sie hat in Deutschland das Qualitätssiegel Wellness Stars mit-



entwickelt und aufgebaut. Das Steinbock-Label ist ein Schweizer Gütesiegel für Nachhaltigkeit im Tourismus. Geplant ist bis Ende 2011 die Entwicklung eines Zertifizierungssystems für Orte und Destinationen in diesem Segment.

### Eventmanagerin ist neue Leiterin vom Bourbaki-Panorama

Ute Würthenberger (Bild) wird neue Leiterin des Bourbaki-Panoramas in Luzern. Sie ersetzt Judith Christen, die das Museum



im März 2011 nach sechsjähriger Tätigkeit verlässt. Die Betriebsökonomin und Eventmanagerin Ute Würthenberger ist seit 2009 stellvertretende Museumsleiterin. Das Bourbaki Panorama zeigt den Übertritt der geschlagenen französischen Armee von General Bourbaki 1871 in die Schweiz im Neuenburger Jura.

### Leitung von Hotel und Restaurant Blausee wechselt

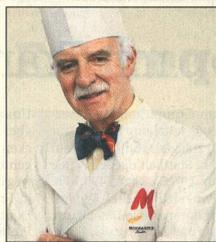
Nach 13 Jahren am Blausee nennt Marcel und Marianne Bailod die Direktion in Hotel, Restaurants, Naturpark und Fischzucht ab, um sich beruflich neu zu orientieren. Am 1. Mai übernimmt Ruedi Baumann die Leitung. Er war in der Modebranche tätig, zuletzt als Geschäftsführer der Ciolina AG. kjv

## Starkoch-Gastspiel in Gstaad

Starkoch Anton Mosimann übernahm am letzten Donnerstag und Freitag die Küche des Gstaader Grand Hotels Park. Zwei weitere Spitzenköche folgen ihm.

KARL JOSEF VERDING

Seit letztem Donnerstag und noch bis zum kommenden Samstag lädt das Restaurant Marco Polo des Grand Hotels Park in Gstaad drei Köche für jeweils zwei ausserordentliche Abende rund um die



Anton Mosimann brachte seine «Cuisine Naturelle» mit.



Martin Fauster verfricht eine einfache, einfallsreiche Küche.

Kochkunst ein. Konkret lud man seine Gäste dazu ein, die Rezepte der Köche Anton Mosimann, Martin Fauster und Vineet Bhatia zu kosten. Mosimann trat auch hier leidenschaftlich für sein Konzept der «Cuisine Naturelle» ein; dieser neue Kochstil meidet in den Rezepten zu viel Butter, Sahne und Alkohol zugunsten frischer Produkte und neuartiger Garmethoden.

Am Montag und Dienstag kochte Martin Fauster. Als Küchenchef im Münchner «Königshof» seit 2004 verfricht auch der Österreicher eine einfache, einfallsreiche Küche. Hier wird ohne nutzlose Extra-

vaganzen zubereitet, im Rahmen einer klaren Methode hinsichtlich des Garens und der Präsentation.

Vineet Bhatia gilt als Pionier der zeitgenössischen indischen Küche. Als er nach London kam, soll er schockiert gewesen sein, als er entdeckte, wie entfremdet die Gerichte seines Heimatlands hier waren.

Mit seiner Einrichtung regt das Restaurant Marco Polo im ersten Stock des Grand Hotels Park zum Reisen an und motiviert zum Kosten neuartiger, fremder Speisen. Es hat kürzlich nach einer neun Monate langen Renovierung seinen hundertsten Geburtstag gefeiert.

### Aufsteigerin Franziska Buser



Der Verwaltungsrat der Switzerland Travel Centre AG (STC) hat Franziska Buser (30) zur neuen Leiterin Partner Marketing gewählt. Als neues Mitglied der Geschäftsleitung ist sie überzeugt: «STC ist ein nationaler Player mit interessanten Entwicklungsprojekten in der Pipeline.» Buser war seit Anfang August 2009 für STC als Business Developerin tätig. In den verschiedenen Strategie- und Qualitätsprojekten erhielt sie einen Überblick über die Tätigkeiten von STC. Zusätzlich ist sie Dozentin an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur.

### Aussteiger Christoph Egger



Ein Mitglied der Geschäftsleitung, Christoph Egger, wird die Jungfrau-bahnen auf die Wintersaison 2011/2012 hin verlassen. Egger habe sich entschieden, eine neue Herausforderung zu suchen. Seit 1999 leitete er die Firstbahn, die 2004 mit der Jungfrau Holding AG fusioniert wurde. Im folgenden Jahr wurde er in die Geschäftsleitung der Jungfrau-bahnen gewählt. Als Leiter Wintersport und Firstbahn war er an der Weiterentwicklung der Unternehmung und der Jungfrau Ski Region beteiligt. Er leitete Projekte wie den Bau der Sessellbahnen Schilt, Honegg und Egernordwand. kjv

## Assistenten mit Durchblick

Touristische Zusammenhänge erkennen, Gäste fachkundig betreuen: Der STV als Trägerorganisation führte eine Berufsprüfung Tourismusassistenten/in mit eid. Fachausweis durch.

KARL JOSEF VERDING

Die 25 Diplomierten sind unter anderem befähigt, ein abwechslungsreiches Unterhaltungsangebot für den Gast zusammenzustellen und Events zu organisieren.

Anlässlich der Diplomfeier vom letzten Freitag durften den Fachausweis entgegennehmen: Abegglen Muriel, Crans-Montana; Bandel-Cai Qiong, Sion; Bichsel Marlen, Langnau

i. E.; Bucher Benedikt, Luzern; Chebot Michèle, Grand-Lancy; de Oliveira Larissa, Lausanne; Ebner Evelyn, Sierre; Fahrur Daniela, Lausanne; Frei-Kriehbühl Bernadette, Immensee; Gallay Marion, Lausanne; Gavillet Alice, La Tour-de-Peilz; Gillioz Vinciane, Crans-Montana; Haas Karin, Allschwil; Hug Gabriella, Olten; Huguet Marie-Thérèse, Plan les Quates; In-Albon Sarah, Sion; Lamberg Valentine, Pully; Liand Joséphine, Savièse; Lori Angie, Sierre; Mattich Andreas, Ebikon; Roth Carina, Chur; Saraiva Antoine, Savièse; Varona Lorena, Corminboeuf; Werren Martina, Huttwil; Zufferey Carole, Sierre.



Auch für Events gut gerüstet: Die diplomierten Tourismusassistenten an der Diplomfeier in Bern.

Es muss doch **nicht** alles so kompliziert sein.

rebagdata  
hotel management solutions  
8812 Morges • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel  
HOTELSOFTWARE

**Destinationen: Die DMO der dritten Generation** Seite 8; **Graubünden bleibt am Ball** Seite 9; **Im Wallis brodelt es** Seite 10; **Unterschiedliche Sicht der touristischen Entwicklung** Seite 11



Kinderkarte Schweiz, erhältlich als Poster im Internet unter [www.swisstravelcenter.ch](http://www.swisstravelcenter.ch)  
©Hallwag Kümmlyer + Frey/Grafik two

aus den beiden erwähnten Destinationen. Wir glauben an die Stärke der Region als Ganzes. Nur mit dieser Gesamtsicht lassen sich grosse, destinationübergreifende Kampagnen umsetzen.»

#### Neuorientierung der kantonalen Tourismusorganisationen

«Im Wallis ist die Situation nicht so schlimm wie im Bündnerland. Wir stören uns vor allem am hohen Beitrag, um 600'000 Franken jährlich, den wir Wallis Tourismus bezahlen müssen», sagt der Zermatter Tourismusdirektor Daniel Luggen. Dieses Geld würde er lieber in ST-Kampagnen stecken. Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus, befürchtet, die direkte Kooperation von ST mit grossen Destinationen und Bergbahnen könnte die bis anhin gute Zusammenarbeit im Wallis gefährden. «Den grossen Destinationen ist mit einem solchen Vorgehen vielleicht kurzfristig gedient,

**«Ich finde es falsch, wenn die grossen Destinationen direkt mit ST kooperieren.»**

Urs Zenhäusern  
Direktor Wallis Tourismus

den kleinen und mittleren aber nicht.» Die Koordinationsaufgabe von Wallis Tourismus sei enorm wichtig. ST könne ja nicht mit allen Destinationen verhandeln. Unabhängig davon steht Wallis Tourismus vor einer grossen Neuorientierung. «Es ist uns ein grosses Anliegen, dass das Projekt Wallis Werbung zügig vorankommt», so Zenhäusern. Die Idee: Ab 2012 sollen die kantonalen Organisationen aus Tourismus, Landwirtschaft und Industrie ihre Marketingaufgaben an die neue Organisation «Wallis Werbung» abtreten. «Vorgesehen ist, dass unser Marketingpersonal auf diesen Zeitpunkt einen neuen Arbeitgeber erhält.» Wallis Tourismus bleibe als Verein bestehen und kümmere sich um die politische Interessensvertretung. «Was der Schweizer Tourismus-Verband für die Schweiz macht, machen wir dann für den Kanton Wallis.»

# Wieder mehr Solo-Läufe

**Die grossen Destinationen lassen die kantonalen Tourismusorganisationen vermehrt links liegen. Das sorgt vor allem in Graubünden für Zündstoff.**

Theres Lagler

**D**avos Klosters und Engadin St. Moritz sind offenbar nicht mehr einverstanden mit der Ausrichtung von Graubünden Ferien. Gaudenz Thoma, CEO von Graubünden Ferien (GRF), bestätigt, dass die beiden Destinationen gemeinsam mit einem Externen ein Papier für eine GRF-Neukonzeption erarbeitet haben. «Unser Vor-

stand hat dieses Papier zur Kenntnis genommen, ist mit der Lancierung des Strategieprozesses 2020 für den gesamten Bündner Tourismus aber gleich einen Schritt weiter gegangen», so Thoma. Die Diskussion über die strategische Weiterentwicklung von Graubünden Ferien obliege dem Gesamtvorstand und nicht einzelnen Destinationen. Sie wäre ohnehin angestanden, da die Leistungsvereinbarung mit dem Kanton Ende Jahr auslaufe. Zu den Inhalten des vertraulichen Papiers sagt Thoma ebenso wenig wie seine Kolleginnen in den Destinationen. Annemarie Meyer, Vizedirektorin von Davos Klosters: «Wir haben unsere Vorstellungen eingebracht. Über die Details äussern wir uns momentan nicht öffentlich.»

#### Die Grossen arbeiten lieber direkt mit Schweiz Tourismus

Tatsache ist, dass die grossen Destinationen vermehrt die direkte Zusammenarbeit mit Schweiz Tou-

risismus (ST) suchen. «Es geht doch darum, zu evaluieren, wo wir uns komplementieren können. Sei dies mit GRF oder ST», sagt Ariane Ehrat, CEO von Engadin St. Moritz, und bringt dazu ein Beispiel: «In den letzten zwei Jahren hatten wir für die Bearbeitung des britischen Marktes einen Vertrag mit GRF und einen Vertrag mit ST. Dabei gab es viele Doppelspurigkeiten. Deshalb haben wir den Vertrag mit GRF aufgelöst.» Davos Klosters hat in seiner revidierten Marketingstrategie sogar festgelegt, dass die Zusammenarbeit mit ST gesucht werden müsse. «Es ist relativ neu, dass Destinationen direkt mit ST zusammenarbeiten können. Wir müssen nun Erfahrungen sammeln. Tendenziell ist es für uns als grosse Destination

mit bekannter Marke spannend, mit ST aufzutreten», so Annemarie Meyer. Sie spricht damit einen weiteren Punkt an. Die Marken der grossen Destinationen weisen je nach Markt einen höheren Bede-

**«Für uns als grosse Destination ist es spannend, mit Schweiz Tourismus aufzutreten.»**

Annemarie Meyer  
Vizedirektorin Davos Klosters

deutungsgrad auf als die Marke Graubünden. Also bringt es wenig, in diesen Märkten unter der Regionemärke aufzutreten. Teilweise sind die Marken auch mit anderen Werten hinterlegt. Das zeigte sich vor drei Jahren, als Engadin St. Moritz eine Beteiligung an der Steinbock-Kampagne von GRF ablehnte. «Zu diesem Entscheid stehe ich noch heute», sagt Ariane Ehrat. «Die Kampagne passe nicht zu den Kernwerten unserer Destination, die wir mit den Begriffen sportlich, hochalpin, schillernd und inspirierend umschreiben.»

Gaudenz Thoma kann mit diesem Entscheid leben: «Wir hatten nie den Anspruch, dass die grossen Destinationen unter unserer Marke auftreten sollen. Wir erwarten aber, dass sie unsere Marke mitziehen.» Die Daseinsberechtigung von GRF ist für ihn auch künftig gegeben: «Graubünden besteht ja nicht nur

#### Jürg Schmid: «Logische Folge»

**D**ie Reibereien zwischen grossen Destinationen und kantonalen Tourismusorganisationen sind Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST), nicht entgangen. Für ihn sind sie eine logische Folge der Destinationsbildung der letzten Jahre. «Powermarks wie Engadin St. Moritz oder Zermatt wollen direkt am Markt auftreten und direkt mit ST kooperieren. Sie sehen nicht in allen Marketingakti-

vitäten der kantonalen Tourismusorganisationen einen Zusatznutzen.» Schmid ist überzeugt, dass die kantonalen Tourismusorganisationen ihre Rolle neu definieren. Eine Möglichkeit sieht er darin, dass sie sich akzentrierter um die kleinen und mittleren Destinationen kümmern. Denn dies kann ST nicht übernehmen: «Wir arbeiten mit den grossen, professionellen und marktfähigen Destinationen direkt zusammen.»

**HÄFELE**  
FINDING BETTER WAYS

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

dia lock

www.swissfilmaward.ch

stars & hotels

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

Für mehr Informationen zum führenden Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns über [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch) oder 031 370 42 42

**htr hotel revue**

**Destinationen. Interlaken.** Eine der Pilotdestinationen, welche das DMO-Modell der dritten Generation umsetzt, ist Interlaken. Das Projekt kann wegweisend für die touristische Zukunft sein.

**Interlaken testet das Destinations-Modell der dritten Generation. Nach diesem neuen Konzept gibt es künftig drei verschiedene Arten von DMOs.**

CHRISTINE KÜNZLER

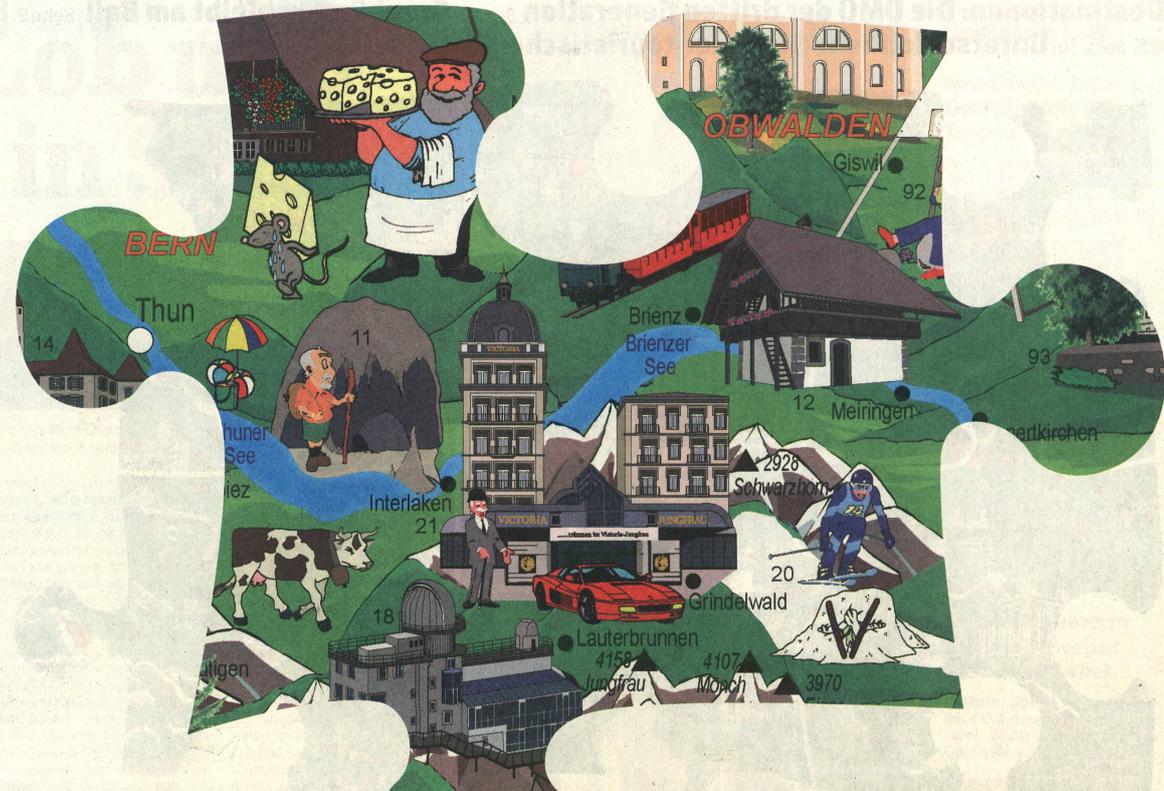
**Z**eit für die dritte Generation der Destinationsmanagementorganisationen (DMOs): Interlaken ist eine der Pilotdestinationen, welche das neue DMO-Modell des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Hochschule St. Gallen (HSG) testen. Das Projekt soll mit Innoutagern unterstützt werden.

Tourismuskonzeptionsdirektor Stefan Otz ist begeistert: «Das neue DMO-Modell zeigt auf, welche Destinationen künftig welche Rolle spielen werden. Das ist genau die Frage, die wir uns in Interlaken stellen, um auf das veränderte Umfeld reagieren zu können.» Die Erfahrung mit dem Pilotprojekt soll dann in die Marketingstrategie 2012 plus einfließen. «Wir haben starke Leistungsträger und wollen mit ihnen diskutieren, welche Aufgaben die Tourismusorganisation künftig übernehmen soll. Machen gewisse Doppelpunktigkeiten noch Sinn? Sollen wir Kooperationen weiter ausbauen?» Antworten auf solche und andere Fragen erhofft sich Otz von der Umsetzung des neuen DMO-Modells. Er geht davon aus, dass das Pilotprojekt im Frühjahr gestartet wird. «Bis Ende Jahr wollen wir wissen, was wir künftig machen.»

**Jede DMO hat ihre Aufgabe und kooperiert mit anderen DMOs**

Das Modell der dritten Generation basiert auf verschiedenen Arten von DMOs bezüglich Zweck, Grösse, Aufgaben und Finanzierung. Jede kooperiert mit anderen DMOs und Partnern. Das heisst, es entstehen Netzwerke mit Leistungsträgern und/oder Unternehmen, die lose miteinander verbunden sind oder vertraglich zusammenarbeiten. Ein solches Modell verfolgt ansatzweise die Films Laax Falera Management AG, welche nun die gesamte Destination steuert (siehe Seite 9). Öffentliche Aufgaben sollen von halböffentlichen und privaten unterschieden, entsprechend finanziert und organisiert werden.

Die HSG sieht Netzwerke mit den folgenden drei Akteuren: dem «Systemkopf», der Portal-DMO und mit dem Marktextperten. Der «Systemkopf» führt das Netzwerk, koordiniert



## Die dritte Generation



**«Das neue Modell zeigt auf, welche DMOs künftig welche Rolle spielen werden.»**

Stefan Otz  
Tourismuskonzeptionsdirektor Interlaken

sich im Gegenzug mittels Portals Zugang zu den Destinationen.

«Die Grundhaltung der DMO muss sich ändern», erklärt Pietro Beritelli, Projektleiter und Dozent an der HSG: von der geografisch abgegrenzten zu einer markt- und gästepersonenorientierten Destination. «Damit unterschiedliche Gästesegmente unterschiedliche Produkte in unterschiedlichen Räumen konsumieren können.» Die DMO soll für Attraktionen und Aktivitäten sorgen, welche für bestimmte Märkte und Segmente relevant sind. Ein-

zelne Produkte können destinationübergreifend sein sowie unabhängige und wechselnde Partner einbinden.

**Eine konsequente Ausrichtung auf das Produkt und das Marketing**

«Wir müssen im Marketing von zunehmenden Herausforderungen ausgehen», begründet Beritelli den Schritt in die dritte DMO-Generation. Neue Destinationen und globalisierte Anbieter wie internationale Resortketten und Kreuzfahrtschiffe kommen auf. Es gilt also vermehrt, Kunden und Leistungen nach «Masse und Klasse» zu segmentieren: Auf der einen Seite sind Standardisierung und Kommerzialisierung gefragt, auf der anderen Seite Nischen mit hochpreisigen Produkten.

Der immer härtere Wettbewerb in der Kommunikation erfordert ein umfassenderes Marketing- und

IT-Fachwissen sowie höhere Marketinginvestitionen. «Die Reaktion der DMOs auf diese Entwicklungen war bis jetzt zurückhaltend», so Beritelli. «Für einen wirksamen Einstieg in den aktiven Verkauf, ins E-Business und Community Marketing fehlen oft die Ressourcen.» Die Herausforderungen seien marktgetrieben

und forderten von den Tourismusorganisationen eine konsequente Ausrichtung auf Produkte- und Vermarktungsprozesse. Mittels Marktforschung und professionalisierter Produkteentwicklung liessen sich



**«Branchenfremde Anbieter wie Aldi und Tchibo drängen vermehrt in den Reisemarkt.»**

Pietro Beritelli  
Projektleiter Uni St. Gallen

veränderte Kundenbedürfnisse und Zielmärkte erkennen, um die Leistungsträger in der Angebotsgestaltung unterstützen zu können. Denn der Wettbewerb der Reiseplattformen verschärft sich, branchenfremde Anbieter wie Aldi, Migros und Tchibo drängen vermehrt in den Reisemarkt, gibt Beritelli zu bedenken.

«Will eine DMO das neue Modell umsetzen, braucht sie unter anderem ein Budget von mindestens 2 Mio. Franken, und der Grad ihrer Abhängigkeit von Kuratoren muss unter 80 Prozent liegen.»

## Wer ist wo besser? Ein Tool gibt Antworten.

**Das Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) hat ein Instrument entwickelt, welches Destinationen einen Benchmark ermöglicht. Städte haben das Pilotprojekt getestet.**

CHRISTINE KÜNZLER

Entstanden ist das Benchmarking-Tool aufgrund eines Postulats im Berner Stadtrat: Dieses forderte, die Effizienz und Effektivität von Bern Tourismus zu überprüfen. Das vom Berner Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) entwickelte Instrument wird von Innoutour

unterstützt und soll in den Destinationsmonitor von BAK-Basel integriert werden. Die Tourismusorganisationen von Bern, Basel, Lausanne und Luzern haben das Tool bereits getestet. In der zweiten Pilotphase stellen sich zurzeit drei alpine Destinationen dem Benchmarking. Erste Resultate liegen vor, werden aber nicht veröffentlicht.

Die Indikatoren des neuen Instrumentariums basieren auf dem EFQM-Modell für Excellence. Auf ein Gesamt-Rating mit einer Rangierung der einzelnen Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) wird bewusst verzichtet. «Der Ansatz ist breit und berücksichtigt unterschiedliche Sichtweisen», erklärt FIF-Leiter Hansruedi



Alain D. Bollat  
Berns Tourismus hat gute Noten.

Müller. «DMO-Vertreter hatten auf die Entwicklung des Tools aktiven Einfluss.» Es werden also nicht nur objektive Messkriterien angewendet, sondern auch subjektive Einschätzungen vorgenommen.

Das Vorgehen ist mehrstufig. Erst erfolgt eine Analyse von Dokumenten wie Jahresberichten, Statistiken, Statuten und Konzepten. Interviews mit DMO-Vertretern und Mystery Checks bringen weitere Erkenntnisse. Gegen dreissig Kernindikatoren sowie verschiedene Budget-Kennziffern dienen dem Quervergleich der DMOs. Verglichen werden Bereiche wie strategische Planung, Ressourcen, Verkauf, Innovation, Logiernächtenentwicklung und Budgets. Die Gesamt-

analyse zeigt dann der DMO, wo sie im Vergleich zu anderen steht und wo Verbesserungspotenzial liegt.

Im Vier-Städte-Vergleich ist Bern Tourismus in 14 Bereichen top, in 18 liegt sie im oder über dem Durchschnitt, in weiteren 18 unter dem Durchschnitt. Das wird unter anderem auf das geringe Gesamtbudget zurückgeführt, erklärt Müller. «Insgesamt kann Bern Tourismus ein positiver Leistungsausweis mit einer guten Performance attestiert werden», fasst er zusammen.

«Das Tool hat einiges zutage gefördert», sagt Thomas Lüthi, Marketingleiter von Bern Tourismus. «Der Prozess war spannend. Er zeigte auf, wo wir gut sind und wo nicht.» Unter den Pilotdestinationen habe auch kein Wettkampf stattgefunden. Man habe offen miteinander kommuniziert.

**«Der Prozess war spannend und zeigte auf, wo wir gut sind und wo nicht.»**

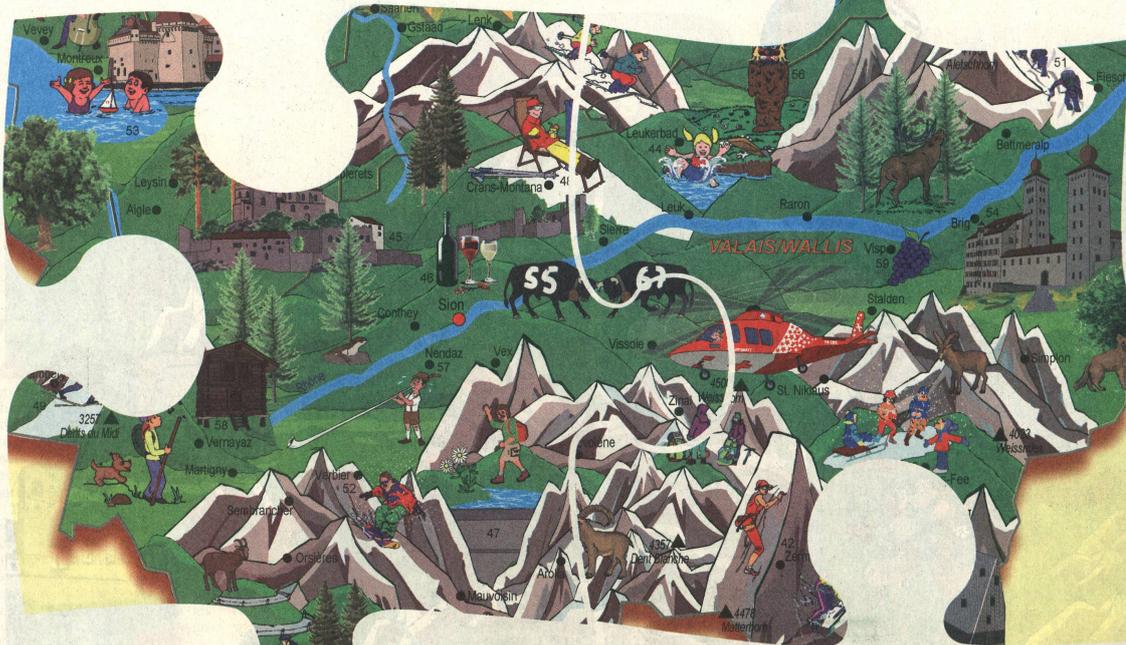
Thomas Lüthi  
Vizelektor Bern Tourismus

Wer sich für das Tool interessiert, erhält Auskunft bei hansruedi.mueller@fif.unib.ch. Um das Benchmarking vornehmen zu können, braucht es mindestens drei vergleichbare DMOs.



**Destinationen. Wallis.** Seit das Tourismusgesetz gescheitert ist, brodelt es in der Walliser Destinationslandschaft. Das Projekt «Tourismus 2015» soll Gegensteuer

geben. Bereits in diesem Sommer



telier-Verein macht gemäss «Walliser Bote» aber bereits mobil gegen diese Ideen.

Als Vertreter der Destinationen ist der Zermatter Tourismusdirektor Daniel Luggen in der Arbeitsgruppe «Strukturen und Finanzierung» mit dabei. «Wir suchen nach dem Ei des Kolumbus», beschreibt er die komplexe Aufgabe. Ein kantonal einheitliches Destinationskonzept sei nahezu unmöglich, weil sich die touristischen Strukturen im Oberwallis (viele Hotels) und Unterwallis (viele Zweitwohnungen) zu stark unterscheiden würden.

Eine klare Erkenntnis der Arbeitsgruppe: «Destinationsbildung

kann man nicht von oben verordnen, sie muss sich aufgrund von natürlichen Gegebenheiten selbst entwickeln», so Luggen.

#### Gewachsene Destinationen funktionieren

Dass es im Wallis touristische Destinationen gibt, die mit Eigeninitiative und -mitteln zum Erfolg gefunden haben, beweisen einige Beispiele. Eines ist Saas-Fee/Saastal Tourismus, wo die Administration ebenso erfolgreich zentralisiert wurde wie in den Destinationen Crans-Montana, Verbier/St. Bernard oder Zermatt/Mattertal. Auch im Aletsch-Gebiet hofft man, nach diversen Anläufen nun auf dem richtigen Weg zu sein. Die Aletsch Arena ist ein Verbund der Submarken Riederalp, Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn. Alle Partner führen jedoch nach wie vor ihre eigenen Tourismusbüros. Um die Partnerschaft zu festigen, suchte die Aletsch Arena zurzeit einen vollamtlichen CEO, sagt Anton König. Der Chef der Bettmeralp Bahnen gehört zum aktuellen Führungsteam. Für Simon Bumann, Geschäftsführer von Saas-Fee/Saastal Tourismus, ist es wichtig, dass Destinationen natürlich zusammenwachsen und nicht aufgrund eines politischen Drucks.

Neidvoll betrachtet Raphaël Granger von Chablais Tourisme die positiven Beispiele aus dem deutschsprachigen Kantonsteil. «Die Ferienstationen im Oberwallis haben es besser verstanden, ihre Destinationspolitik auf langfristige Bedürfnisse auszurichten, während man sich im Unterwallis zu stark von der kurzfristigen Entwicklung im Immobilienmarkt blenden liess.» Dies mache eine sinnvolle Destinationspolitik nun doppelt schwierig.

## Destinationen zerfallen

**Immer mehr Walliser Feriendestinationen leben sich auseinander. Grund sind oft Partialinteressen. Kann das Projekt «Tourismus 2015» den Zerfall stoppen?**

ROBERT WILDI

Optimismus tönt anders. «Die Perspektiven für die Destination Portes du Soleil - Chablais sind düster», sagt Raphaël Granger, Direktor von Chablais Tourisme. Die Kooperation, der 14 Unterwalliser Gemeinden angeschlossen sind, steht vor dem Ende. Grund: Die beteiligten Gemeinden haben sich auseinandergelebt. Alpine Orte wie Champéry, Morgins oder Tor-

gon fühlen sich mit den französischen Ski-Stationen der Portes du Soleil verbunden. Unten im Tal bieten Chablais, Monthey, Saint-Maurice oder Le Bouveret eher Kultur- und Badeferien an. «Seit über zehn Jahren versuchen wir, die Tal- und Berggemeinden im Marketing zu verbinden», sagt Granger.

Der Separatismus greift in den Walliser Feriendestinationen zurzeit um sich. Seit dem Volks-Nein zum Tourismusgesetz im Jahr 2009 gibt es regelrechte Zerfallerscheinungen. Aufgelöst wurde etwa die Destination Coeur du Valais, eine Marketingkooperation von Sion Région und Sierrre/Anniviers. Während Sierrre-Anniviers als Destination weiter existiert, hat sich Sion Région touristisch von allen umliegenden Gemeinden getrennt. Im Oberwallis

ist im letzten Jahr Goms Tourismus aufgelöst worden. Die vier Gästecenter Bellwald, Fiesch/Eggishorn, Ernen/Binntal und Obergoms gehen seither eigene Wege. Es gebe aber nach wie vor projektbezogene Kooperationen, sagt Sibylle Bitterli, Geschäftsführerin im Gästecenter Obergoms. Fiesch-Eggishorn fungiert als Bindeglied der Region zur Aletsch Arena, aus der Goms Tourismus zuvor ausgeschlossen wurde.

So kann es nicht weitergehen, ist man sich im Wallis einig. «Nach dem Scheitern des Tourismusgesetzes fehlt in vielen Regionen ein Plan B», sagt Raphaël Granger. Es herrsche kurzfristiger Egoismus statt langfristiger Gemeinschaftsinn. Experten stimmen zu: «Viele Ferienorte im Wallis haben den Tunnelblick und sehen den direk-

ten Nachbarn als Feind statt als Partner», findet Manu Brocard, Verantwortlicher für Tourismus-Studiengänge an der Fachhochschule Westschweiz in Sierrre. «Auf längere Sicht wird das Wallis gegenüber anderen Destinationen im alpinen Tourismus Marktanteile verlieren», prognostiziert er.

**Wird im Rahmen von «Tourismus 2015» die Kurtaxe verdoppelt?**

Diesen Verlust soll nun das Projekt «Tourismus 2015» verhindern, das vom Walliser Staatsrat Jean-Michel Cina ins Leben gerufen wurde. Er hat drei Arbeitsgruppen eingesetzt und erwartet schon im Sommer 2011 konkrete Erkenntnisse zur möglichen Entwicklung des Walliser Tourismus, der jeden vierten Arbeitsplatz im Kanton sichert.

Die Gruppe «Strukturen und Finanzierung» nimmt eine detaillierte Analyse der Strukturen im Walliser Tourismus vor

und vergleicht mit den wichtigsten Konkurrenten. Unter der Leitung von Luc Fellay, Gemeindepräsident von Champéry, soll die Arbeitsgruppe ermitteln, ob eine Reform der Strukturen notwendig ist und wie diese konkret aussehen soll. Auch die brisante Frage der künftigen Finanzierung des Tourismus soll in dieser Arbeitsgruppe schlüssig beantwortet werden. Inoffiziell macht im Wallis zurzeit das Gerücht die Runde, dass die Gruppe Fellay eine Verdoppelung der Kurtaxe von 2.50 auf 5 Franken anstrebe. Die heutige Beherbergungstaxe soll neu an die Destinationen statt an Wallis Tourismus fliessen. Spruchreife ist noch nichts. Der Walliser Ho-

**«Viele Ferienorte haben den Tunnelblick und sehen den direkten Nachbarn als Feind.»**

Manu Brocard  
Fachhochschule Westschweiz

**«Seit Langem versuchen wir, Tal- und Berggemeinden im Marketing zu verbinden.»**

Raphaël Granger  
Direktor von Chablais Tourisme

## In Heidis Land wird ab jetzt kooperiert

**Das Heidiland auf St. Galler Seite war seit je touristisch besser organisiert und vermarktet. Aber in der Bündner Herrschaft liegen die Original-Schauplätze des Heidi-Romans. Nun gelingt es endlich, zu kooperieren.**

KARL JOSEF VERDING

«Der Gast kennt keine Kantons-grenzen, es ist eine logische Zusammenarbeit», sagt Hannes Güler, Kreispräsident des Kreises Maienfeld und Präsident des neuen Vereins «Tourismus Bündner Herrschaft / Fünf Dörfer» zu dessen Ko-

operation mit der Heidiland Tourismus AG. Die Logik war schon länger bekannt, aber vor vier Jahren scheiterte das Projekt der Zusammenarbeit: Die Tourismusorganisation des Bündner Rheintals namens «Freizeit Graubünden» ging in Konkurs, und zwei Abstimmungen über Kurtaxen als Mitgift für die Ehe mit der Heidiland AG «gingen böse in die Hose», erinnert sich Hannes Güler. Aber jetzt ist man anders aufgestellt und hat auch die Geschäftsfelder für das Angebot der Region erweitert: auf Heidi plus Gastronomie und Wein. Im Verein «Tourismus Bündner Herrschaft», der im letzten Oktober gegründet wurde, sind die Gemeinden Mitglied und tragen 60 000 Franken an sein Budget von 100 000 Franken bei.



Das Heidiland tritt nun als Region für Familien und Geniesser auf.

Touristische, gewerbliche und kulturelle Leistungsträger der Region, wie etwa die Weinbauern, leisten den Beitrag von 40 000 Franken. Das Budget ermöglicht es, alle operativen Aufgaben im Rahmen einer

Leistungsvereinbarung an die Heidiland AG, Bad Ragaz, zu übertragen. In der AG ist die Bündner Herrschaft auch mit einem Verwaltungsrat vertreten.

Die Heidiland Tourismus AG kooperiert ihrerseits mit der bestehenden Heididorf AG in Maienfeld, um hier eine gemeinsame Infostelle für die Gäste bereitzustellen. Die Heididorf AG bekam von der Heidiland Tourismus AG das Mandat, auch für sie die Gästeformation zu betreiben.

Der Bündner Partner leistet auf der Basis seines Budgets ein eher bescheidenes Entgelt für die Gegenleistungen der Heidiland AG im operativen Geschäft und in der Vermarktung. Diese Voraussetzungen könnten sich verbessern, so-

bald Graubünden ein Tourismusgesetz hat. Ausserdem ist man sich aufseiten der Heidiland Tourismus AG des übergreifenden Interesses an dieser Kooperation bewusst. Die neue Gesamt-Destination reicht auf diese Weise vom Walensee über die Original-Schauplätze des Heidi bis nach Malans. «Wir leisten die Gesamtkoordination aus Sicht einer Dachorganisation», sagt Björn Caviezel, Direktor der Heidiland AG, die über ein Gesamtbudget von 3,4 Mio. Franken verfügt. «Wir ergänzen uns sehr gut und können voneinander

profitieren», betont er. Und zum jetzigen Stand der Kooperation: «Es ist eine abgespeckte Leistungsvereinbarung mit der Fokussierung auf die drei Geschäftsfelder der Heidi, Gastronomie und Wein sowie den Betrieb der Infostelle, der dank der Kooperation finanziell im Rahmen liegt», betont Caviezel. «Der Hinzugewinn der Original-Location des Heidi in Maienfeld ist ein wesentlicher Zugewinn für uns, den wir jetzt gemeinsam bewerten. Die oft gestellte Frage zum Original-Schauplatz hat sich somit gelöst.»

**«Die oft gestellte Frage zum Original-Schauplatz hat sich somit gelöst.»**

Björn Caviezel  
Direktor Heidiland Tourismus AG

**Destinationen. Bern.** Vor Kurzem ist die Vernehmlassung des revidierten Tourismusentwicklungsgesetzes abgelaufen. Destinationen und Parteien sind in den zwei wichtigsten Punkten anderer Meinung als der Kanton.

**Das Berner Tourismusentwicklungsgesetz gibt zu reden. Knackpunkte sind die Tourismusfinanzierung und die Marktbearbeitung.**

CHRISTINE KÜNZLER

Das Vernehmlassungsverfahren zur Revision des Berner Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) ist abgeschlossen. Aussern will sich der Kanton dazu noch nicht, die Stellungnahmen sind noch nicht ausgewertet. Abzusehen ist jedoch jetzt schon, dass der Kanton wohl nochmals über die Bücher muss. Kritisiert werden vor allem die Tourismusfinanzierung und die Marktbearbeitung.

So will der Kanton Bern Schweiz Tourismus (ST) Aufträge für die allgemeine, destinationsübergreifende Marktbearbeitung erteilen (vergl. htr vom 9.12.2010). Mit einer solchen Leistungsvereinbarung mit ST sind nicht nur die Destinationen nicht einverstanden, sondern auch ST-Direktor Jürg Schmid. Er wolle wie bis anhin direkt mit den Destinationen verhandeln, sagte er im letzten Dezember gegenüber der htr.

**Die Parteien sind gegen die Einmischung des Kantons**

Auch die bernischen Parteien sprechen sich dagegen aus. So schreibt die BDP: «Es ist nicht Aufgabe des Kantons, selbst in der Marktbearbeitung aktiv zu werden.» Eine solche Leistungsvereinbarung mit ST komme einem direkten Eingriff in die Marktbearbeitung gleich und schwäche die Touristiker in den Destinationen. Die Grünen sind der Ansicht, der Kanton solle die Rahmenbedingungen für zusätzliche Mittel für die Marktbearbeitung schaffen, nicht aber ins operative Geschäft eingreifen. Marktbearbeitung sei eine fachspezifische, komplexe Aufgabe, welche viel Erfahrung und Basiswissen erfordere. Die FDP erachtet «einen solchen Eingriff als nicht gerechtfertigt.» Und die SVP schreibt: «Das Tourismuskennzeichen ist die Kernkompetenz der Destinationen, sie verfügen über das dafür notwendige Know-how.»

**Tourismusfinanzierung: Vorschlag des Kantons kommt nicht an**

Die Tourismusfinanzierung gibt ebenfalls zu reden. Heute fliessen mindestens 85 Prozent des Ertrags

der Beherbergungsabgabe (BA) in die Destinationen zurück. Nach dem revidierten TEG sollen es nur noch 60 Prozent sein. Mit der neuen Regelung würde der Grundsatz «Mittelherkunft – Mittelverwendung fundamental verletzt», schreibt der Hotelier-Verein Berner Oberland. «Wir halten an der heutigen Version fest.» Die Hoteliers sprechen sich dafür aus, die Marktbearbeitung aus allgemeinen Staatsmitteln zu finanzieren. «Wir erachten den Tourismus als Teil der Wirtschaft, und die Wirtschaftsförderung wird aus Steuermitteln fi-

nanziert», argumentieren sie. Auch die Destinationen wollen den Mittelrückfluss aus der BA wie bis anhin beibehalten. Sie schlagen vor, dass Branche und Kanton nach einem Public-Private-Partnership-Modell das Basismarketing zu gleichen Teilen finanzieren.

Für die BDP ist der reduzierte Rückfluss der BA in die Destina-

**«Der Grundsatz Mittelherkunft – Mittelverwendung würde verletzt.»**

Hotelier-Verein Berner Oberland  
Stellungnahme zum TEG

für die Beibehaltung des heute geltenden Gesetzesartikels aus. Dieser Meinung sind auch die Grünen.

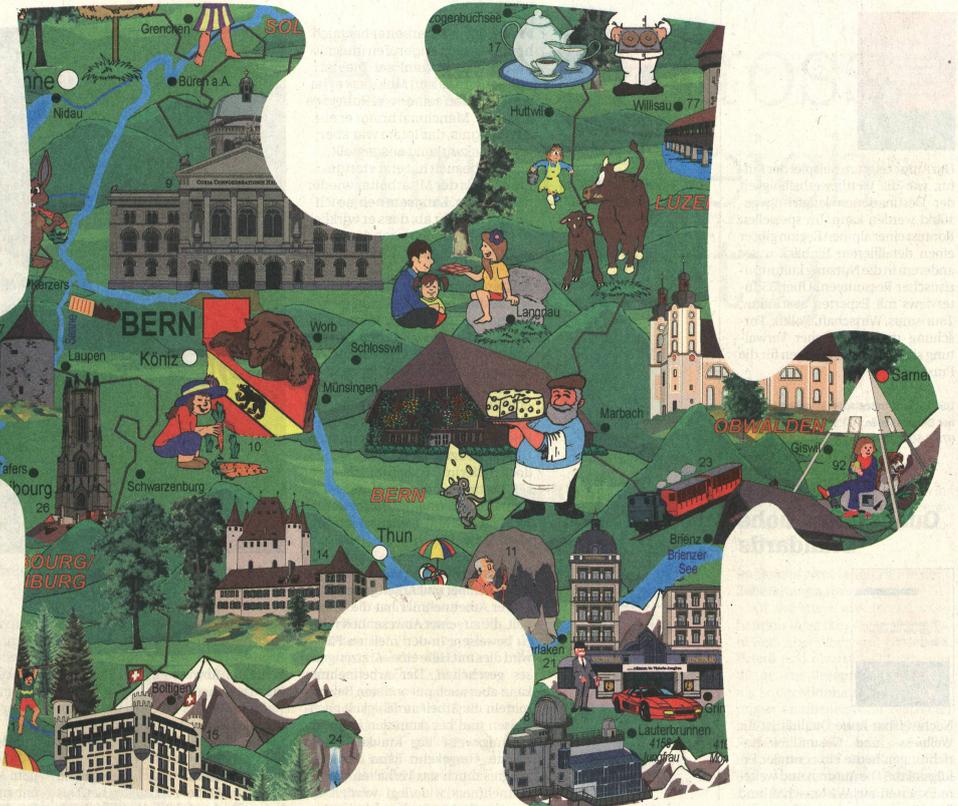
Der Kanton plant zudem, die BA von heute 60 Rappen «deutlich zu

erhöhen». Eine Massnahme, die er mit dem bestehenden TEG realisieren kann. Destinationen, die sich so weit entwickelt haben, dass sie für die künftigen Aufgaben gerüstet sind, sollen vollumfänglich von der Erhöhung ihrer BA profitieren können. Damit sind die Berner Oberländer Hoteliers nicht einverstanden: «Eine Erhöhung der BA kommt für uns nur mit einem gleichwertigen Anteil aus Steuergeldern in Frage.» Gleicher Ansicht sind die Destinationen. Interlaken Tourismus schreibt: «Bei der Erhöhung der BA sollte berücksichtigt

werden, dass die Beherberger nicht weiteren finanziellen Belastungen ausgesetzt werden.» Die Hotellerie habe immer noch einen beträchtlichen Investitionsbedarf.

Die BDP spricht sich für eine Anpassung der BA in moderaten Schritten aus. Nicht nur die Beherberger, sondern auch die Geschäfte, vor allem im Luxussegment, sollen die Abgabe «mit einem Obolus ergänzen», so die SP. Die Grünen plädieren dafür, die zusätzlichen Erträge aus der erhöhten BA «vollumfänglich in die Marktbearbeitung zu stecken».

# Der Kanton Bern muss wieder über die Bücher



## Jeder Ort für sich – unter einem Dach

**In der Jungfrau Region tritt die Dachmarke wieder in den Hintergrund. Glänzen soll künftig jeder Ort für sich. Aber weiterhin unter dem gemeinsamen Dach.**

ROBERT WILDI

Marketing-Gurus setzen heute auf die allmächtige Dachmarke. Sie lässt in der Tourismuskommunikation kaum Platz für die Namen der Gemeinden, in denen die Gäste ihre Ferien verbringen. Dieses Prinzip wird von der Jungfrau Region Marketing AG (JRM) nun zünftig über den Haufen geworfen. Sie präsentiert eine ganz neue Destinations-

strategie, die einen gegenteiligen Ansatz verfolgt. «Die Dachmarke Jungfrau bleibt als erste Orientierung für den Gast zwar bestehen», sagt Geschäftsführer Philippe Sproll. Ins Zentrum der Kommunikation rücken ab sofort jedoch die Ortsmarken Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen. «Wir wollen jeden dieser Orte mit seinen ganz bestimmten Eigenschaften bewerben und damit die Vielfalt der ganzen Region Jungfrau hervorheben», so Sproll. Er kopiert mit dieser Strategie einen Ansatz, den er als Ange-

stellter von Fiat in der Autoindustrie kennengelernt hat. Unter der Dachmarke Fiat-Gruppe werden Marken wie Ferrari, Alfa Romeo, Lancia oder Maserati vereint. «Jede dieser Marken steht für ein ganz spezielles Fahrerlebnis, genau gleich stehen die vier Orte der Jungfrau Region für unverwechselbare Ferienerlebnisse», erklärt Sproll. Grindelwald soll mit Ferienwohnungen, Wengen mit dem Eiger assoziiert werden, Wengen offeriert Aktivverholung im verkehrsfreien Ambiente, Mürren will echte Gemütlichkeit und Entschleunigung anbieten, wäh-

**«Wir wollen jeden Ort mit seinen ganz bestimmten Eigenschaften bewerben.»**

Philippe Sproll  
Jungfrau Region Marketing AG



Lauterbrunnen, Jungfrau Region.

rend Lauterbrunnen für Felsen und Wasser steht.

Sämtliche Marketing-Aktivitäten finden zentral in den JRM-Büros in Grindelwald statt. Die vier Ferienorte behalten ihre eigenen Tourismusbüros und nehmen dort vor allem Aufgaben der Gästebetreuung wahr. «Wir setzen in jeder Des-

tination einen Produktmanager ein, der vor Ort konkrete Gästeangebote entwickelt, die zum beworbenen Image passen», erklärt Sproll. In Mürren hat er die operative Arbeit bereits aufgenommen. In den anderen drei Orten wird die Stelle ab April besetzt sein.

Als wesentlichen Teil der neuen Strategie sieht die Jungfrau Region Marketing AG auch den Ausbau der Kooperation mit touristischen Nachbarregionen vor. Zurzeit wird eine strategische Zusammenarbeit mit Haslital Tourismus entwickelt. Künftig will JRM gemeinsam mit der östlichen Nachbarregion Auslandsmärkte bewerben und Verkaufsförderungsmaßnahmen durchführen. Geplant ist zudem der Aufbau einer integrierten Da-

tenbank mit Interlaken Tourismus und weiteren Destinationen im Kanton Bern zur Umsetzung gemeinsamer Online-Verkaufsaktionen. Die neue Markenstrategie von JRM stösst in der Region auf Zustimmung. «Die Überlegungen dahinter sind absolut richtig», sagt zum Beispiel Urs Kessler, CEO der Jungfrau bahnen. Marken wie Wengen oder Grindelwald hätten eine lange Tradition und seien in Märkten wie Grossbritannien oder Japan nach wie vor stark verankert. Da in den letzten Jahren viel zu stark über Strukturen statt über das Produkt selbst geredet worden sei, habe man die Bewerbung dieser Orte jedoch sträflich vernachlässigt. Für Kessler kommt die neue Strategie deshalb zum richtigen Zeitpunkt.

## Neue Bücher

### Kultur als Vorteil für nachhaltigen Erfolg



Der Autor zeigt am Beispiel der Kultur, wie die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen langfristig gestärkt werden kann. Im speziellen Kontext einer alpinen Region gibt er einen detaillierten Einblick unter anderem in die Nutzung kulturtouristischer Ressourcen. Über 35 Interviews mit Experten aus Kultur, Tourismus, Wirtschaft, Politik, Forschung und öffentlicher Verwaltung sichern Empfehlungen für die Praxis.

Lukas Stiller: **Strategisches Management alpiner Destinationen**. 331 Seiten, Fr. 70.–, ISBN 978-3-503-12692-7

### Erfolg durch Qualität und hohe Standards



Nachweisbar hohe Qualität ist für Wellness- und Gesundheitseinrichtungen heute ein zentraler Erfolgsfaktor. Die Autoren und weitere Experten aus Wissenschaft und Praxis antworten im vorliegenden Fachbuch fundiert auf zentrale Fragen zum Qualitätsmanagement im Gesundheits- und Wellness-Sektor. Sie informieren unter anderem, wie man Dienstleistungsqualität messen kann. Das Buch enthält konkrete Empfehlungen zur Qualitätssteigerung in allen Teilprozessen. dst

Albin Krcazal, Eva Krcazal und Klaus Weiermair (Hrsg.): **Qualitätsmanagement in Wellness- und Gesundheitseinrichtungen**. 329 Seiten, Fr. 69.90, ISBN 978-3-503-12932-4

# Krank sein und die Folgen



BETTINA BALTENSPERGER  
RECHTSBERATUNG  
HOTELLERIEUSUISE

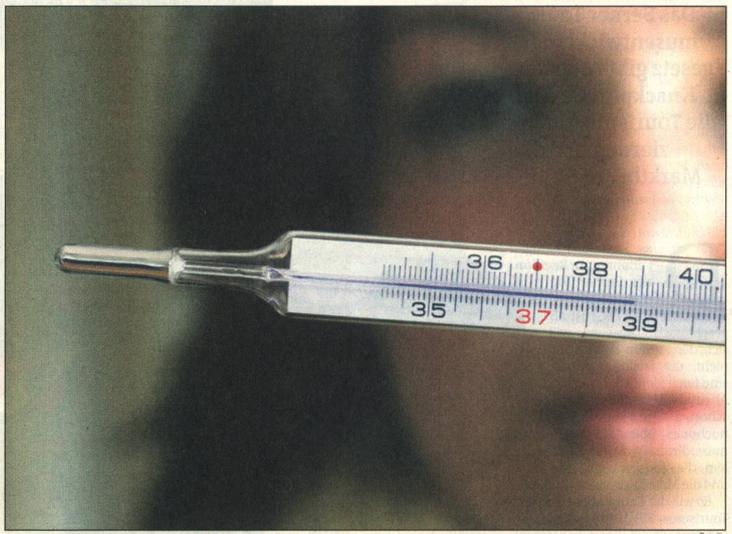
**Frage:** Mein Mitarbeiter hat mich heute Morgen angerufen und mitgeteilt, dass er krank sei. Dies ist nun schon das x-te Mal, dass er im Anschluss an seine zwei Ruhetage krank ist. Manchmal bringt er ein Arztzeugnis, das letzte war aber sogar rückwirkend ausgestellt, der Arztbesuch hat erst stattgefunden, als der Mitarbeiter wieder gesund war. Langsam nehme ich ihm nicht mehr ab, dass er wirklich so oft krank ist. Kann ich dagegen nichts unternehmen? **AF.O. aus R.**

**Antwort:** Arztzeugnisse sind im arbeitsrechtlichen Umfeld von grosser Bedeutung und führen immer wieder zu arbeitsgerichtlichen Auseinandersetzungen. Vor allem im Zusammenhang mit Kündigungen ist der Nachweis einer unverschuldeten Abwesenheit vom Arbeitsplatz von zentraler Bedeutung, um die Nichtigkeit einer Kündigung zu beurteilen. Über das Arztzeugnis finden sich jedoch weder im OR noch im Arbeitsgesetz Bestimmungen. Der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes L-GAV regelt hingegen das Arztzeugnis in Artikel 26.

#### Rechte und Pflichten von Arbeitnehmer und Arbeitgeber

Der Arbeitnehmer hat die Krankheit, die zu seiner Abwesenheit führt, zu beweisen. In den meisten Fällen wird dies mit Hilfe eines Arztzeugnisses geschehen. Der Arbeitnehmer kann aber auch mit anderen Beweismitteln die Arbeitsunfähigkeit nachweisen und hat dann den Lohn beziehungsweise das Krankentaggeld zugute. Umgekehrt kann das Arztzeugnis durch das Verhalten des Arbeitnehmers widerlegt werden. So hat ein Gericht in Basel bei einem Kranken die Lohnfortzahlungspflicht verneint, weil dieser mit einem kranken Knie während seiner Arbeitsunfähigkeit das Dach seines Hauses ausgebaut hat.

Begründete Zweifel an der Arbeitsunfähigkeit können sich auch bei den rückdatierten Arztzeugnissen ergeben; vor allem dann, wenn die Konsultation beim Arzt ohne triftigen Grund erst mehrere Tage nach Beginn der Krankheit erfolgt und sich das Zeugnis allein auf die Schilderung des



Ist der Arbeitnehmer krank und nicht arbeitsfähig, muss er dies gegenüber dem Arbeitgeber belegen können.

Patienten stützt. Der Arbeitgeber hat jedoch seinerseits auch nicht das Recht, Monate nach der krankheitsbedingten Abwesenheit ein Arztzeugnis zu verlangen.

Artikel 26 des L-GAV schreibt vor, dass der Mitarbeitende ab dem vierten Tag seiner Abwesenheit ein ärztliches Zeugnis vorzulegen und dieses innert Wochenfrist nach Ausstellung dem Arbeitgeber zuzustellen hat. Das heisst für den Arbeitgeber, dass sich die Beweislast umkehrt und er dem Arbeitnehmer nachweisen muss, dass dieser in den ersten drei Tagen nicht krank war, wenn er an der Richtigkeit der Krankmeldung zweifelt. Unabhängig von der Frage des Arztzeugnisses und der Beweislast besteht die Pflicht des Arbeitnehmers, seine Vorgesetzten unverzüglich über das Fernbleiben vom Arbeitsplatz zu informieren. Da sich die Beweislast in der Branche aufgrund der Regelung im L-GAV wie oben erwähnt für die

ersten Tage umkehrt, empfiehlt der Rechtsdienst, vom betreffenden Mitarbeitenden in Zukunft ab dem ersten Abwesenheitstag ein Arztzeugnis zu verlangen. Dies ist zulässig, auch wenn der individuelle Arbeitsvertrag dies nicht ausdrücklich vorsieht. Empfehlenswert ist aber, eine solche Möglichkeit in einem Reglement, einem Arbeitsvertrag respektive einem entsprechenden Zusatz schriftlich festzuhalten.

#### Bei Zweifeln Untersuchung durch Vertrauensarzt

Wenn der Arbeitgeber (aufgrund von objektiven Anhaltspunkten) daran zweifelt, dass der Arbeitnehmer wirklich krank ist, hat er die Möglichkeit, ihn zu einem Vertrauensarzt zu schicken. Dies sieht der L-GAV explizit vor, aber auch ohne eine ausdrückliche Regelung ist ein solches Vorgehen zulässig und der Arbeitnehmer hat dieser Aufforderung nachzukom-

men. Nach neuerer Rechtsprechung ist es sinnvoll, dem Mitarbeitenden zwei mögliche Ärzte vorzuschlagen, damit der freien Arztwahl Genüge getan ist. Verweigert der Mitarbeitende eine vertrauensärztliche Untersuchung (nach zusätzlicher Aufforderung), kann der Arbeitgeber die Lohnzahlung einstellen. Das Gleiche gilt, wenn sich eine Arbeitsverhinderung nach der vertrauensärztlichen Untersuchung als nicht bestehend herausstellt, dann kann der Arbeitgeber den in dieser Zeit ausgerichteten Lohn zurückfordern. In gravierenden Fällen ist allenfalls auch eine fristlose Entlassung des Arbeitnehmers zulässig.

#### Haben Sie Fragen?

**Adresse:** redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder htr hotelrevue, Redaktion Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

## impresum

### htr hotelrevue

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

#### Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

#### Redaktion

**Chefredaktion:** Elisabeth Hobmeier/eho  
**Stellvertreterin:** Simone Leitner/Fischer/sls  
**Redaktion:** Daniel Stampfli/dst (Resortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus), Simone Leitner/Fischer/sls (Resortleitung dolce vita), Eugenio D'Alessio/eda (Resortleitung

cahier français); Alexandre Caldarajaca, Franziska Egli/fee, Theres Lagler/Berger/tl, Gudrun Schlenkerz/sgg, Karl Josef Verding/kjv, Sabrina Glanzmann/sag  
**Bildredaktion/Fotograf:** Alain D. Boillat/adb  
**Layout:** Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD)

**Korrektorat:** Paul Le Grand

**Volontärin:** Eveline Spahr

**Online Redaktion:** Melanie Roth/rom

**Sekretariat:** Sabrina Jörg Patoku, (Leitung), Natalie Alesich, Beatrice Gertschen

#### Verlag

**Leitung:** Barbara König  
**Assistent:** Alain Hännli  
**Stellensersatz:** Angela Di Renzo, Patricia Nobs

**Geschäftsanzwäger:** Michael Müller, Bèda-Urs Schönenberger

**hoteljob.ch:** Denise Karam

**Druck:** Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern

**Auflage:** WEMF-bieglaubigt 2009/10, verkaufte Auflage: 9814; Gratsauflage: 1065  
**Verkaufspreise** (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.–, ISSN: 1424-0440

#### Kontakte

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

# Transparent & glaubwürdig!

## htr – Ihr Werbepartner.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

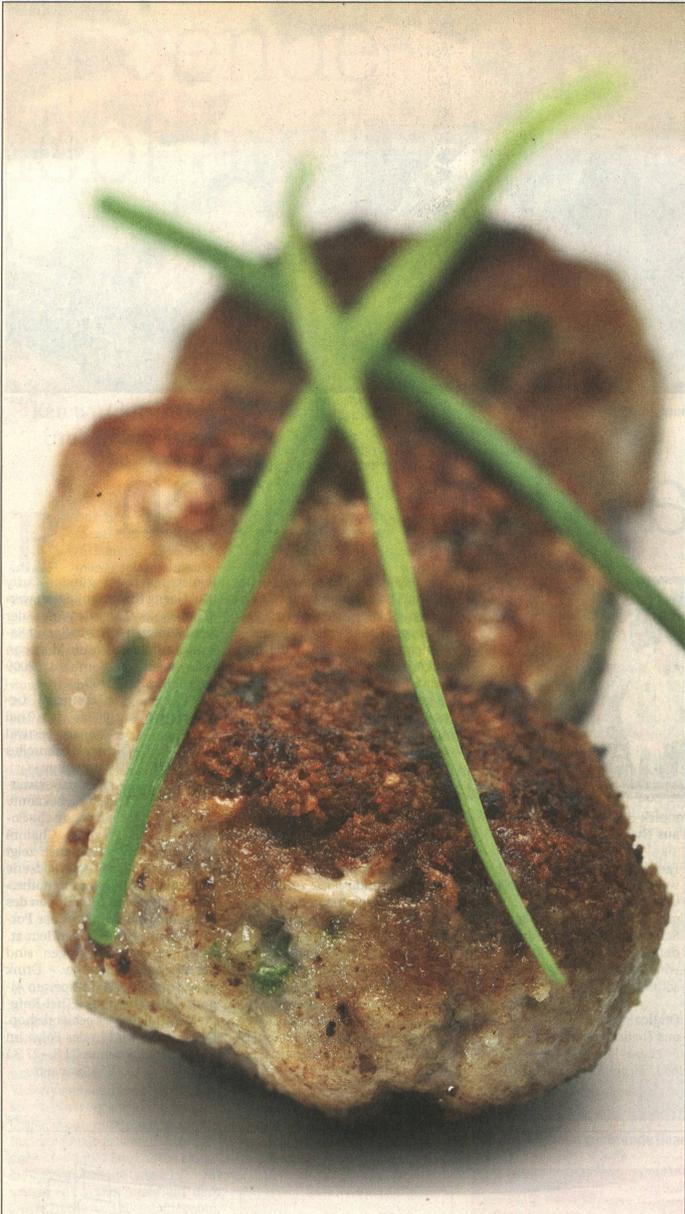
Diese Aussage stützt sich auf die Resultate unserer qualitativen Leserbefragung im Mai 2009.

# hoteljob.ch



## Erlebnispark

Mehr als 30 Themengärten laden in den Kittenberger Erlebnispark zum Lustwandeln.  
Seite 17



Frikadelle, Polpetta, Albondiga: Fast jedes Land hat seine eigene Version des Hacktätschli. Bilder Fotolia

# Aussen kross, innen weich und saftig



**Der Klassiker Ob im Landgasthof oder im Stadtlöckli: Hacktätschli sind von jeher beliebt und lassen sich in unzähligen Varianten zubereiten.**

FRANZISKA EGLI

**«Das Rindshalsstück verfügt über den idealen Fettanteil für ein Hacktätschli.»**

Roni Reif  
Mitinhaber Metzgerei Reif, Zürich

In Luzern erzählt man sich heute noch die Geschichte von Václav Havel, der Hacktätschli Beethovens Neunter Sinfonie vorzog: So zog es den damaligen tschechischen Staatspräsidenten statt an die Eröffnung des Luzerner Kultur- und Kongresszentrums KKL ins Luzerner Altstadtrestaurant Schiff, wo er zehn Jahre her, und noch heute fungiert das Hacktätschli auf der Speisekarte des Restaurants und erfreut sich grosser Beliebtheit. Nicht nur dort: Fast jedes Land hat seine eigene würzige, flache oder kugelförmige Hackfleischspeise. In Deutschland nennt man sie Frikadellen oder Buletten, in Österreich fasziierte Laibchen, in Italien Polpetta, in Spanien Albondigas, in Schweden Köttbullar, in der Türkei Köfte und in Frankreich nach Gegend Brioletes, Boulettes oder Fricadelles. Bei uns werden sie liebevoll als Hacktätschli bezeichnet und erinnern von jeher an Grossmutterns Küche.

**Sie sind urchig, lassen sich aber auch edel und modern zubereiten**

All diesen Versionen gemeinsam ist, dass sie jung und Alt schmecken und in urbanen Lokalen ebenso beliebt sind wie in ländlichen Restaurants. Werner Tobler bezeichnet sie gar als «Soulfood» und trotz internationalem Renomee als «Inbegriff des Liebessens der Schweizerinnen und Schweizer». Tobler, Pächter vom mit 15 Gault-Millau-Punkten dotierten Restaurant Braui in luzernischen Hochdorf, bereitet seine Hacktätschli nicht wie vielerorts üblich mit Rind-, sondern mit Kalbfleisch zu und serviert sie ei-

nem Hackbraten gleich mit Kartoffelstock und Seeli. «Mit Kalbfleisch», ist er überzeugt, «wird die doch eher rustikale Speise fein, edel und zart.»

Manchmal fügt er den Tätschli auch Freiburger Vacherin bei und beweist allein damit, dass sich mit ihnen alles machen lässt: Abgesehen von Brät oder Eiern, von in Milchgetränktem Brot und gedünsteten Zwiebeln kann man ihnen ebenso Champignons oder Pinienkerne, gar Trüffel oder Gänseleber beigegeben. Man serviert sie mit Pommes frites, als Hamburger oder mit Kartoffelsalat, meistens mit Ketchup, manchmal auch mit Sour Cream oder Tzatziki. Der Österreicher TV-Koch Johann Lafer gibt den Seinen dem schönen Saft wegen

Speck bei, während die Sizilianer ihre Polpetta mit Parmesan zubereiten und sie in Tomatensugo schmoren lassen.

**Im Einkauf nicht teuer, aber in der Zubereitung aufwendig**

Ob der Frage, was denn das Geheimnis ihres Burgers sei, lacht Roni Reif. Abgesehen von «Zwiebeln, Petersili und diversen Kräutern» ist die genaue Rezeptur ein Geheimnis, so der Mitinhaber der gleichnamigen familieneigenen Metzgerei in Zürich. Reif, beiläufig Zürichs Szenelöckli wie das «El Lokal» oder des Sommers die «Badi Letten» mit ihren hausgemachten, Bio-zertifizierten 140-grammigen Rindshamburgern. Das A und O eines Hacktätschli sei das Fleisch, «das Rohmaterial», sagt Reif. Sie bevorzugen Rinder – «keine Munis» – aus der Region und für das Hacktätschlifleisch das saftige Halsstück. Das sei wie beim Kuchen, vergleicht Roni Reif: «Für den braucht's Butter, aber nicht zu viel und nicht zu wenig, sondern eine ausgewogene Mischung. Genauso verhält es sich mit dem Halsstück: Es verfügt über den perfekten Fettanteil.» Im Gegensatz beispielsweise zum Schulterstück, welches oft auch für Burger verwendet würde, das der Metzger aber als «zu mager» bezeichne.

Die Bedeutung des Fettanteils im Fleisch betont auch Werner Tobler: Nur damit komme es zu den Hacktätschli-typischen Merkmalen «ausen knusprig, innen weich und saftig». Auch sonst schwärmt der Koch von der Hackspeise, die alle glücklich mache: «Seine Zubereitung ist zwar etwas aufwendig. Aber im Einkauf kostet das Gericht alles andere als alle Welt.»

## Big Mac Kultburger wird 35

In der Schweiz erblickte er 1976 das Licht der Welt und stand bei der Eröffnung des ersten Schweizer McDonald's-Restaurants in Genf bereits auf dem Speiseplan: das berühmteste Hacktätschli-Sandwich der Welt, der Big Mac. Erfunden wurde der Big Mac bereits 1968, also 13 Jahre nach Eröffnung des ersten McDonald's-Restaurants. Eines seiner Merkmale ist, dass in ihm gleich zwei sogenannte Beef Patties stecken, welche den grossen Hunger abdecken sollen. Das kam an, und umgehend hat man den Kultburger weltweit in allen Restaurants ins Sortiment aufgenommen.

«Seither», erzählt Aglae Strachwitz, Communications Manager von McDonald's Schweiz, «haben die Schweizer rund 160 Millionen Big Macs gegessen.» Und das, obwohl McDonald's sein Angebot in den letzten Jahren laufend erweitert hat: Der Big Mac mit seinen durchschnittlich 178 Sesamsa-

men auf dem Brötchen namens Bun ist und bleibt das beliebteste McDonald's-Produkt.

Allen Unkenrufen zum Trotz werden von jeher 45 Gramm reines Schweizer Fleisch für die helvetische Variante des American Burgers verwendet. Dieses stammt seit

**Sein Brötchen zieren rund 178 Sesamsamen: der Big Mac.**



Beginn von der Bell AG. Auch alle anderen Zutaten stammen aus hiesigen Ländern, wie man bei McDonald's nicht müde wird zu betonen: «Rund tausend Schweizer Bauern liefern die Zutaten für den Big Mac. Nicht nur verwenden wir ausschliesslich Schweizer Rindfleisch, sondern auch IP-

Suisse-Weizen», erklärt Mario Federico, Managing Director McDonald's Schweiz. Und in den Sommermonaten würden durchschnittlich zwanzig einheimische Bauern den Eisbergsalat zum Burger liefern.

Das ist in anderen Ländern übrigens nicht anders: Der Big Mac ist in 119 Ländern vertreten und dort auch in länderspezifischen Varianten erhältlich. So wurde er in Indien in «Maharaja Mac» umbenannt, da anstelle von Rindfleisch zuerst Lamm- und heute Pouletfleisch verwendet wird. In Israel wird er koscher ohne Käse serviert, und in Frankreich gibt es ihn auch in einer Variante mit Vollkornbrot. fee



## Nachgefragt

Thomas Schleusser

Der 30-jährige Berner ist seit vier Jahren Chef de Cuisine im Restaurant des Hotels National in Bern, welches sich dem Slow Food verschrieben hat.

www.hotelnational.ch

**1. Das «National» ist bekannt für sein hausgemachtes Ketchup. Verraten Sie uns die Rezeptur?**

Aber sicher: Wir verwenden hierfür Pelati, Rohrzucker, Weissweinessig, Zwiebeln sowie diverse Gewürze wie Zimt, Pfeffer, Cayennepfeffer und was man sonst noch so vorrätig hat. Alles miteinander vermischt wird die Sauce so lange gekocht, bis sie richtig schön eingedickt ist: Wir setzen sie meist am Morgen auf, und am Abend ist das Ketchup fertig.

**2. Wie kamen Sie auf die Idee, ausgerechnet Ketchup selber herzustellen?**

Das entstand noch unter meinem Vorgänger Adrian Duppenhalter, der ein überzeugter Verfechter der Slow-Food-Philosophie war und so vieles wie möglich traditionell zubereitete. Noch heute stellen wir nicht nur Fondos selber her, sondern auch so alltägliche Convenienceprodukte wie Essiggurken, Silberzwiebeln oder eben Ketchup. Damit,

das war auch Duppenhalters Idee, verleihen wir unserer Küche buchstäblich einen eigenen Geschmack.

**3. Gibt es trotzdem Gäste, die nach herkömmlichem Ketchup fragen und das hausgemachte verschmähen?**

Klar. Wer Anhänger von industriell hergestelltem ist, der verlangt in der Regel auch bei uns industriell hergestelltes. Unser Ketchup verfügt weder über Geschmacksverstärker noch über Aromaträger, und das schmeckt man nun mal. Es ist weniger süss, dafür tomatiger, und das mögen nicht alle. Im Gegenzug aber hat unsere Version eine so treue Anhängerschaft, dass wir es mittlerweile auch glasweise über die Gasse verkaufen.

**4. Sie reichen es zum Wiener Schnitzel und zu Pommes. Zu was passt es auch noch?**

Zu unseren hausgemachten Burgern. Und in die Cocktailsauce: Diese ist mit unserem Ketchup besonders fein. fee

## Gastronomie

### «Swiss» serviert Innerschweizer Spezialitäten

Die «Swiss» kooperiert mit dem Restaurant Rathauskeller in Zug. Im Rahmen des kulinarischen Programms «Swiss Taste of Switzerland» serviert die Swiss International Air Lines den Gästen der First und Business Class von Anfang März bis Anfang Juni kulinarische Kreationen aus dem Kanton Zug. Stefan Meier, Chefkoch des Restaurants Rathauskeller in Zug, zeichnet für die Kulinarik verantwortlich. Er kreiert den Fluggästen Innerschweizer Spezialitäten.

### Schaerer-Kaffee für VIP-Gäste des SC Berns



Die Schaerer AG, eine Anbieterin vollautomatischer Kaffeemaschinen für die Gastronomie, ist der neue Preferred Supplier des Schlittschuhclubs Bern SCB. Die Firma ist neu für das Kaffee-Angebot im VIP-Bereich der Berner Postfinance Arena verantwortlich. Seit Anfang Februar stehen zehn Gastronomie-Maschinen von Schaerer im Einsatz.

www.schaerer.com

## Auszeichnung

### Die Prodega verleiht ihren Partner Awards

Die Prodega/Growa Cash + Carry hat ihre besten Partner gekürt. Gold erhielten in den sieben Kategorien: Frigemo AG, Zollikofen, Kategorie Frischprodukte; Dyhrberg AG, Balsthal, Tiefkühlprodukte; Unilever Schweiz GmbH, Thyngnen, Food; Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden, Getränke; Divisa, Willisau, Genussmittel; Vertrag AG, Stäfa, Non-Food; Colgate-Palmolive AG, Therwil, Near Food. esp

### Das Thai Culinary Festival im Mövenpick Hotel Zürich-Flughafen bringt die Küche des südostasiatischen Landes näher. Und dessen Kultur.

SABRINA GLANZMANN

Sie ist vielfältig und raffiniert. Und ihre Geschmacksrichtungen – für westliche Gaumen oft überraschend – machten die thailändische Küche auch hierzulande beliebt. Seit einem Jahrzehnt pflegt das Mövenpick Hotel am Flughafen Zürich die klassische Küche des südostasiatischen Königreichs. «Auf dieser Tradition gründet auch das Thai Culinary Festival», erklärt Food and Beverage Manager Lorenz Hug den Ursprung des Events. Zum nunmehr dritten Mal sind eigens aus Thailand angereiste Köche darum besorgt, während rund dreier Wochen jeweils abends die Kulinarik ihrer Heimat auf die Tel-



Die thailändische Küche: vielfältig, bunt, komponentenreich.

# Thailand in Zürich



Walter Wyssen, Küchenchef im Mövenpick-Hotel Zürich Flughafen (vorne sitzend), mit dem Koch-Team aus Thailand.

lerin Zürich zu bringen. Dieses Jahr sind dies Metta Knaokham, Chef de Partie Garde Manger im Hotel Four Seasons in Bangkok, Chaisiri Prayong, Küchenchef im Sofitel Centara Grand Resort and Villas in Hua Hin, und die Exekutive Chefs Phakin Sukkasem (Hotel Intercontinental, Bangkok) und Thianchai Lorlertsakun (Paradise Beach Resort, Koh Samui). «Unsere Gäste schätzen und erwarten diese Authentizität.» Auch deshalb sei das

Festival laut Lorenz Hug mittlerweile gerade auch bei der lokalen Gastronomiekundschaft ein Begriff. Auf Wunsch sei «auch die Schärfe der Gerichte authentisch», dennoch seien die Köche aber «durchaus kompromissbereit», schmünzelt Hug.

### Originalprodukte werden direkt aus Thailand geliefert

Dieses Jahr riecht es im Mövenpick Hotel Restaurant noch bis

zum 8. März nach Zitronengras, frischem Thai-Basilikum oder Kaffir-Limettenblättern. Nicht nur Zubereitungsart und Präsentation der Gerichte, sondern auch die Produkte sollen originär sein. Diese werden direkt aus Thailand eingeflogen und zweimal wöchentlich angeliefert. Executive Chef Walter Wyssen ist fasziniert ob der sensorischen Dichte, die die thailändische Küche mitbringt. «Ein Thai-Gericht vereint immer mindestens drei Geschmackskomponenten. Salzig, sauer und süss zum Beispiel.»

### Thailändische Weine und kulturelles Rahmenprogramm

So trifft der Gast am Buffet auf Kompositionen wie Som Tam E-Sarn, einen Salat aus Papayastrifen mit Tamarindenjus, Limettensaft, Cashewnüsse und getrocknete Crevetten, oder auf Klassiker wie

Pouletstreifen in grünem Curry (Gai Gaeng Kiew Wan). Dazu werden die «New Latitude Wines» der Siam Winery mit Sitz in Samut Sakhorn empfohlen, wie die Monsoon Valley-Weine Colombar 2009 oder Shiraz Rose 2009.

### «Ein Thai-Gericht vereint immer mindestens drei Geschmacks- komponenten.»

Walter Wyssen  
Executive Chef

Erstmals begleitet das Thai Culinary Festival ein kulturelles Rahmenprogramm. Der weltweit bekannte thailändische Fotograf Chamni Thipmanee zeigt die neue Bildserie «Thailand – A home from home.» Die Schwarz-Weiss-Aufnahmen des Künstlers sind Szenen- oder Porträtaufnahmen aus seiner Heimat.

Weitere Veranstaltungen sind der Workshop «Eat Thai – Drink what?» mit dem Weinexperten Alberto Russo oder der «Thai-Knigge-Kurs» inklusive Kochworkshop. Die Brigade wird in der Folge im Mövenpick Lausanne (11.3.–27.3.) und Genf (30.3.–17.4.) kochen.



Fotograf Chamni Thipmanee.

## FDP

Die Liberalen

# Absurde Bürokratie stoppen!

- > Bürokratieabbau als wirksame Massnahme gegen den zu starken Schweizer Franken.
- > Bürokratie ersetzt Eigenverantwortung und Selbstbestimmung durch Überregulierung.
- > Bürokratie verhindert Investitionen, Innovation, Wachstum und Arbeitsplätze.

www.buerokratie-stopp.ch

Jetzt die Volksinitiative unterschreiben!

Aus Liebe  
zur Schweiz!



ANZEIGE

## Savoy: Die Legende lebt auf

**Flaggschiffe Das Londoner Traditionshotel Savoy erstrahlt in neuem Glanz. Insgesamt 325 Millionen Franken wurden in den Umbau investiert.**

PATRICIA BRÖHM

**B**ritisches Understatement? Nicht im «Savoy» in London. Hier liebt man es schon immer etwas opulenter. Und wenn gefeiert wurde, dann richtig. So flutete man kurzerhand den gesamten Innenhof, als der amerikanische Millionär George Kessler 1905 zu Ehren des Geburtstags von König Edward VII zu einer «Gondelparty» lud. 12.000 rote Nelken und Rosen schmückten die Wände, ein Baby-Elefant servierte auf seinem Rücken die anderthalb Meter hohe Geburtstagstorte und für die musikalische Unterhaltung sorgte Enri-

doppelt so lang. Er war auch etwas teurer als vorgesehen, umgerechnet 325 Millionen Franken statt der veranschlagten 177 Millionen. Doch für den Eigentümer, den saudischen Prinzen al-Walid ibn Talal, dürfte das kein nennenswertes Problem dargestellt haben. Für ihn und die für das Management zuständige Fairmont-Gruppe zählte vor allem eines: das neue Savoy sollte die Tradition des Hauses ins 21. Jahrhundert führen.

Für das Interieur engagierte man Pierre-Yves Rochon, der sich unter anderem mit der Neugestaltung des Pariser Hotels George V einen Namen machte und auch an der Thematik für eine Synthese aus Tradition und zeitgemäßem Luxus sorgte. Charakteristische Elemente blieben erhalten. So der schwarz-weiße Marmorboden in der Lobby oder der holzgetäfelte Savoy-Grill, wo einst Winston Churchill mit seinem Kabinett speiste und heute Celebrity-Chef Gordon Ramsay in der Küche regiert. Neue Elemente fügen sich nahtlos ein, so die ganz in Schwarz und echtem Blattgold gehaltene Beaufort-Bar oder eine Glaskuppel im Thames Foyer.

**«Das war ein Restaurationsprojekt, wie man es wahrscheinlich nur einmal erlebt.»**

Tony Dowle  
Byrne Group

co Caruso. Viele solche Anekdoten ranken sich um das 1889 eröffnete und wohl berühmteste Hotel der britischen Hauptstadt. Ein Haus, so geschichtsträchtig, glamourös und exzentrisch wie seine Gäste: Vivien Leigh und Laurence Olivier lernten sich im Savoy Grill kennen, Oscar Wilde nutzte das Haus für Rendez-vous mit seinem jugendlichen Liebhaber Lord Alfred Douglas und Fred Astaire tanzte 1923 mit seiner Schwester Adele auf dem Dach. Heute wird alles dafür getan, die Legende fortzuschreiben. Ein Beispiel: Bevor das Savoy im Oktober 2010 nach dreijähriger Komplettrenovierung wiedereröffnet wurde, erhielten alle 650 Mitarbeitenden, vom General Manager bis zur Reinigungskraft, Tanzunterricht. Man wollte ihnen so einen besseren Bezug zur Geschichte des Hauses vermitteln.

**Der Umbau war teurer und zeitintensiver als geplant**

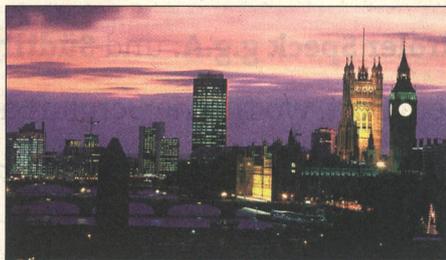
Der Umbau hatte etwas länger gedauert als geplant – nämlich



Fred Astaire 1923 mit Schwester Adele auf dem Hotel-Dach.



Die zum «Savoy» gehörende Beaufort Bar: Hier dominieren goldene Farbtöne und luxuriöse Üppigkeit.



Das Traditions-Haus an der Themse bei Nacht: Das «Savoy» liegt im Herzen Londons und ist umgeben von Sehenswürdigkeiten.



Der Eingangsbereich des Hotels Savoy in London.



Die Monet-Suite trumpft mit hellen Farben und britischer Gemütlichkeit.

## Fairmont Über 60 Hotels

**D**ie im Oktober 2010 wiedereröffnete Hotel-Legende «Savoy» liegt im Herzen von London an der Themse, genauer am «Strand». In diesem Fall gibt es aber trotz Strand keine Badegelegenheit für die Gäste. «Strand» ist vielmehr der Name der Strasse, an der das Savoy liegt. Das Haus ist nur wenige Schritte entfernt von weltberühmten Theatern, Opern und Museen. Das Savoy ist eines von



Das Fairmont Peace Hotel in Shanghai.

mehr als 60 Häusern der Fairmont Hotels & Resorts, zu deren Portfolio auch Ikonen wie das Fairmont Peace Hotel in Shanghai oder das Fairmont San Francisco gehören. Das expandierende Unternehmen ist Teil der FRHI Holdings Limited, einer Hotelgesellschaft, die weltweit 95 Häuser unter den Markennamen Fairmont, Raffles und Swissôtel vereint. pb

[www.fairmont.com/savoy](http://www.fairmont.com/savoy)

## Genuss

### Deutsche Welle in der Bäckerei Buchmann

In der Bäckerei Buchmann in Zürich hat die deutsche Welle Einzug gehalten: An jedem Wochentag wird in der Bäckerei ein typisch deutsches Brot gebacken. Die Woche beginnt mit dem Joggingbrot – eines der erfolgreichsten Brote in Deutschland – und endet mit dem Oldenburger Landbrot, das in Deutschland auch als Stadt-Brot bekannt ist. «Wir haben jedem Wochentag ein deutsches Brot zugeschrieben und wollen so die Vielfalt der deutschen Brotkultur zeigen», erklärt Daniel Wehrli, Verkaufsleiter bei Buchmann, die Idee.

### Neue Pasta-Kreation auf dem Markt

Morga bringt eine neue Pasta-Kreation auf den Markt: **Teigwaren aus Dinkelvollkorn und Soja**. Dinkel ist leicht verdaulich, hat eine ideale Eiweisszusammensetzung, viele ungesättigte Fettsäuren und Vitalstoffe. Soja wiederum ist primär reich an hochwertigen Eiweissen. Die nussig schmeckenden Dinkel-Soja-Teigwaren sind als Spaghetti, Maccaroni und Hörnli erhältlich.



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

## Tourismus

### In Lugano sollen Wasserfontänen sprudeln

In der Bucht von Lugano sollen nach zwölf Jahren wieder Wasserfontänen zum Einsatz kommen. Die geplante schwimmende Plattform beim Kulturzentrum Lac soll Wasser- und Lichtspiele mit bis zu 24 Meter hohen Fontänen erzeugen. 130 Wasserdrisen und 145 Led-Scheinwerfer kämen zum Zug. Die Kosten betragen rund 2 Mio. Franken. Der Gemeinderat muss das Projekt noch bewilligen.

### Steinböcke werben weiterhin für Graubünden



Graubünden Ferien lanciert zusammen mit Davos Klosters, Films Laax und Lenzerheide den zweiten Teil der **Kommunikationskampagne von Graubünden**. Diese steht nach wie vor im Zeichen der Steinböcke «Gian» und «Giachem», die mal in einem TV-Spot über Biker lästern, mal auf Plakaten stehen oder für Online-Kampagnen als Sujet eingesetzt werden. 2007 gestartet, wird die Offensive «Enavant Grischun» im Zeichen der Steinböcke bis 2014 nahtlos weitergeführt. Die Kampagne wird vom Kanton Graubünden jährlich mit 1 Million Franken unterstützt. esp

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

# Unique!

Alpin-mediterraner Genuss mit garantierter Herkunft



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

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

Weitere Informationen: [www.alpin-mediterran.ch](http://www.alpin-mediterran.ch)



Finanziert mit Fördermitteln der Europäischen Union und Italiens



Die Kittenberger Erlebnispfingstgärten sprechen alle Sinne an. Dekorationen und Pflanzen lassen sich gleich dort kaufen.



Rosengarten mit Pavillon.

# Erlebnispfingstgärten für Gäste

**Erlebnis will inszeniert sein: Unter diesem Thema steht das Tourismusforum Euregio Bodensee. Ein Beispiel einer gelungenen Inszenierung ist der Kittenberger Erlebnispfingstgarten.**

CHRISTINE KÜNZLER



Erholung im Gesundheitswassergarten.

Der Kittenberger Schaupfingstgarten im niederösterreichischen Weindorf Schiltren umfasst heute 40 verschiedene Themengärten. Und noch wird weiter gebaut. In diesem Jahr entsteht unter anderem ein riesiges Glas-Haus mit einem Gastronomieangebot, das alle Sinne ansprechen und die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern soll. 10 000 Besucherinnen und Besucher haben sich letztes Jahr die Erlebnispfingstgärten angesehen, dort an einem Workshop oder einem Event teilgenommen, geheiratet, gefeiert, gespielt, eingekauft oder sich einfach erholt. Zu sehen gibt es auf der drei Hektaren grossen Fläche vom japa-

nischen Garten über den Toscanagarten, Gesundheitswassergarten, Rosengarten bis hin zum Familiengarten und Spielgarten alle möglichen Bepflanzungen. «Als vor 15 Jahren der erste Garten realisiert wurde – um Kunden der Gärtnerei einen angelegten Garten zeigen zu können –, war da noch keine Idee von Gartentourismus», hält die Marketingleiterin Manuela Murth fest. Ein ORF-TV-Team legte dann den Grundstein zum heutigen Erfolg: Der Beitrag, den es über den Garten verfasst und ausgestrahlt hatte, kam beim Publikum so gut an, dass die Familie Kittenberger beschloss, die

Schaupfingstgärten laufend weiter ausbauen zu lassen.

**Aus den Schaupfingstgärten wird eine touristische Attraktion**

Arnold Oberacher, Geschäftsführer Con-os Tourismus Consulting in Wien, hat den Kittenberger Erlebnispfingstgarten inszeniert. Er ist einer der Referenten, die am 10. März am Tourismusforum Euregio im Weinfeld zu diesem Thema sprechen (vergl. Kasten). Kittenberger hatte den Berater beigezogen, als der Besucherandrang so gross war, dass er Probleme verursachte. Die Besucherabläufe waren nicht durchdacht, es gab kein Infocenter

und zu wenig Parkplätze. «In den Schaupfingstgärten fehlten alle touristischen Aspekte», fasst Oberacher zusammen. Er habe dann das ganze Areal neu strukturiert und die Familie Kittenberger dazu bewegen, vorsorglich mehr Land zu erwerben, damit die Anlage bei Bedarf vergrössert werden könne.

In einer zweiten Phase dann, vor fünf, sechs Jahren, bekannnten sich Kittenbergers dazu, aus ihren Gärten eine Tourismusattraktion zu machen. «Damals fand ein philosophischer Wandel statt», erinnert sich Oberacher. «Seit da geht es nicht mehr nur um schöne Gärten, sondern auch um eine touristische Attraktion.» Mit dem neusten Erweiterungsbau finde erneut ein Umdenken statt: «Die touristischen Bereiche stehen künftig im Vordergrund, der Garten im Hintergrund. Damit können wir ein breiteres Publikum ansprechen: vom gesundheitsinteressierten Gast bis zu jenem, der Spiel und Spass sucht.»

**Eine bestehende Marke im Freizeitbereich positionieren**

Die grösste Herausforderung für den Berater war und ist «die Visionskraft von Reinhard Kittenberger», fasst Oberacher zusammen. Kittenbergers Ideen touristisch umzusetzen, sei nicht immer einfach. «Er denkt eben nicht nur tou-

ristisch. Sein Ziel ist es, für die Region viel zu bewegen.»

Könnte ein solcher Erlebnispfingstgarten beispielsweise auch in der Ostschweiz realisiert werden? Generell ja, doch «dafür braucht es einen Unternehmer, der seine Marke als Freizeitangebot lancieren will. So wie das Kittenbergers tun», sagt Oberacher. «Einen Garten nur so aus dem Boden zu stampfen, geht nicht. Ein solches Projekt kann nicht funktionieren.»

**Tourismusforum: Erlebnisse inszenieren**

«Erlebnis will inszeniert sein – welchen Mehrwert verschaffe ich meinen Kunden?» Zu diesem Thema sprechen am Tourismusforum Euregio Bodensee, welches am 10. März in Weinfeld stattfindet, folgende Referenten: Arnold Oberacher und Reinhard Kittenberger (Kittenberger Erlebnispfingstgarten), Armin Henzen (Hospitality Management Consultants), Eduardo Zwysig (Lenk Tourismus), Dominik Gügel (Napoleonmuseum) und Yvonne Vogel (Schweiz Tourismus).

**Einzelheiten und Anmeldetalon:**  
[www.thurgau-tourismus.ch](http://www.thurgau-tourismus.ch)

## News

### Kontroverse um Berg- und Alpverordnung



Der Bund will die Berg- und Alpverordnung einer Revision unterziehen und die Begriffe «Alp» und «Berg» besser schützen. Bezeichnungen wie «Alp Beef» oder «Swiss Alp Cheese» wären somit nicht mehr zulässig, falls die Rohprodukte nicht aus einem Sömmerungsgebiet stammen. Für die Revision sprechen sich der Schweizerische Bauernverband und die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete aus. Das Konsumentforum lehnt die Revision ab, da diese nur Mehraufwand und Mehrkosten generieren würde.

### Feldschlösschen mit rückläufigen Zahlen

Feldschlösschen konnte im letzten Jahr nicht vom wachsenden Bierkonsum in der Schweiz profitieren und vertrieb 0,3 Prozent weniger Gerstensaft. Auch der Absatz aller Feldschlösschen-Getränke sank, nämlich um 0,7 Prozent. Das Unternehmen schloss mit den Hauptmarken Feldschlösschen, Cardinal und Carlsberg jedoch besser als die gesamte Schweizer Braubranche. Die Produktion inländischer Biere sank im letzten Jahr insgesamt um 0,5 Prozent, dafür wurden hierzu-lande 6,7 Prozent mehr Importbiere getrunken. Der Schweizer Biermarkt wuchs um 1 Prozent.

### Chinesen rauchen immer mehr Habanos



Die Chinesen rauchen immer mehr kubanische Zigarren. Im letzten Jahr wurden im Reich der Mitte gar mehr Habanos geraucht als in Deutschland. China überholte Deutschland bei der weltweiten Nachfrage und klassiert sich nun auf Platz drei. Mehr kubanische Zigarren werden nur noch in Spanien (Rang eins) und Frankreich (Rang zwei) konsumiert. Dies teilt der Vertriebskonzern «Habanos» mit. Dank der wachsenden Zahl von Rauchern in China und dem nahen Osten erwirtschaftete die kubanische Zigarren-Industrie 2010 ein Absatzplus von 2 Prozent und kam auf 368 Millionen Dollar.

# Guetzli & Co. sind wieder hoch im Kurs

**Biscuits, Salzgebäck und andere haltbare Backwaren aus der Schweiz sind beliebt: Nach einem durchgezogenen 2009 konnten die Biscuits-Bäcker ihre Einnahmen nun wieder steigern.**

EVELINE SPAHR

Die Schweizer Biscuits-Bäcker blicken auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 zurück: Die Branche konnte im letzten Jahr bezüglich Umsatz und Absatz zulegen. Dies teilt Biscoussie, der Schweizerische Verband der Backwaren- und Zuckerwarenindustrie, mit.

Herr und Frau Schweizer liessen sich im letzten Jahr pro Kopf 6,9 Kilogramm haltbare Backwaren schmecken, das sind 200 Gramm mehr als im Vorjahr. Dazu gehören etwa Biscuits, Salzgebäck, Zwieback, Knäckebrot, Cakes oder Getreideriegel. Insgesamt steigerten

die Schweizer Dauerbackwaren-Hersteller ihren Absatz auf 48 687 Tonnen, das ist ein Plus von 3,1 Prozent. Auch der Umsatz befindet sich im Hochflug. Er legte um 3,6 Prozent zu und beläuft sich auf 480,3 Mio. Franken.

Im Vorjahr erlebte die Branche einen Rückschlag. Der Umsatz sank damals um 2,6 Prozent, der Absatz um 1,3 Prozent.

Die Hersteller konnten ihre Verkäufe in der Schweiz ankurbeln: nämlich um 2,7 Prozent auf 32 147 Tonnen. Auch im Ausland verkauften sich die Schweizer Produkte



**Schweizer Biscuits erfreuen sich auch im Ausland einer grossen Beliebtheit: in Deutschland, Frankreich, Österreich oder in den USA.**

besser als im Vorjahr – 16 540 Tonnen an haltbaren Backwaren gingen über die Theke, das ist ein Plus von 4,1 Prozent.

Helvetische Backwaren erfreuen sich vor allem in Deutschland, Frankreich, Österreich und Tsche-

chien grosser Beliebtheit. Aber auch in Saudi-Arabien und den USA stehen sie hoch im Kurs.

In der Schweiz gibt es zurzeit 23 Hersteller von Dauerbackwaren, die Branche beschäftigt 2300 Personen.

### Dämpfer für Emmentaler Switzerland

Das Vorhaben der Emmentaler-Branche, alle Milchproduzenten, Käsehersteller und -händler mittels einer Charta zu vereinen, ist gescheitert. Wie Emmentaler Switzerland mitteilt, wurde die Charta von 95% der Produzenten, aber nur von 50% der Händler unterschrieben, was für die Inkraftsetzung nicht ausreicht. Christoph Stadelmann von Emmentaler Switzerland bedauert das Ergebnis: «Der Zusammenschluss wäre eine Lösung gewesen, die für alle Exponenten zukunftsfähig gewesen wäre.» esp

## Hotellerie Im Seehotel Wilerbad entsteht Erholungszone



Ab Sommer 2012 erweitert ein Wellness- und Fitnesszentrum das Angebot im **Seehotel Wilerbad** am Sarnersee. «Mit dem Wellness- und Fitnesszentrum greifen wir die in Vergessenheit geratene Tradition unseres Hauses als See-Kurhotel wieder auf», erklärt Gastgeber und Hoteldirektor Bruno Odermatt. Geplant ist ein eigenständiges Neubau, der mit dem Hotelgebäude verbunden ist und auf einer Fläche von 1300 Quadratmetern diverse Bäder, Saunen, Dufträume, Massage- und Kosmetikabinen sowie Fitnessgeräte im Innen- und Außenbereich beinhaltet. Das Hotel wird weiter mit fünf JuniorSuiten und einem Panorama-Seminarraum auf dem Dach ergänzt. Der Bau beginnt im Herbst. esp



## Geny's

**Geny Hess,**  
Ex-Hotelier und  
Weinspezialist.  
Geny's Weinkolumne  
erscheint  
monatlich.

Ab eine jahrhundertealte reine Wintertradition kann das Weingut Möhr-Niggli nicht zurückblicken. Denn bis 1987 wurden auf dem Gut neben Weinbau auch Acker- und Milchwirtschaft betrieben. Als der gelernte Förster Forti Möhr-Niggli Ende der 1980er-Jahre zusammen mit seiner Frau Magda den elterlichen Betrieb in Maienfeld übernahm, hatte er sich ein halbes Leben lang um Natur, Wald und Bäume gekümmert. Doch obwohl Möhr-Niggli beruflich so viel mit Holz zu tun hatte, wollte er nicht, dass auch seine Weine nach Holz schmecken.

Für die Forti Möhr-Niggli's ist der Weinbau nicht nur Beruf, sondern auch Berufung: «Ein Leben ohne die Arbeit im Rebberg, ohne mitzuerleben, wie die Reben wachsen und die Trauben reifen, ohne das Keltern des herrlichen Traubenguts, das wäre nicht unser Leben», erklärt das Ehepaar seine Passion. «Natur, Wetter, Böden, die Sorte, die Frucht, der Charakter, die individuelle Handschrift», so lautet Möhr-Niggli's Credo, dem sie auf dem Weingut nachleben und das in den weissen und roten Weinen voll zur Geltung kommt. Die Gewächse bieten ein authentisches Erlebnis. In einer Zeit, in der Weine von grosser Wichtigkeit und Opulenz im Trend liegen, zeigt sich in den Tropfen des Weinguts Möhr-Niggli das Gegenteil. Die klare Handschrift der Winzer spiegelt

# Eng mit der Natur verbunden



**Magda Möhr-Niggli mit Ehemann Forti Möhr-Niggli, Schwiegersohn Matthias Gubler und Tochter Sina Gubler-Möhr (v.l.).**

sich in den Weinen: Sie sind authentisch, erfrischend und filigran.

Eine einträgliche Ernte ist abhängig von guten Rahmenbedingungen. Diese sind im zwei Hektar umfassenden Weinberg Stellibovel, aber auch in den anderen auf dem Gemeindegebiet von

Maienfeld gelegenen Parzellen, vorhanden. Die Arbeit der Möhr-Niggli's unterliegt dem Motto: «So wenig wie möglich eingreifen und nur so viel wie nötig.» Im Rebberg und im Keller spürt man den Respekt vor und die enge Verbundenheit mit der Natur. So werden Weine mit aussergewöhnlicher Harmonie und Ausstrahlung, unterstützt von der terroirbedingten Mineralität, vinifiziert. Durch sorgsame Bewirtschaftung der Böden, naturnahe und schonende Pflege der Reblagen sowie gezielte Ausdünnung und Laubarbeit werden die natürlichen Ressourcen im Weinberg optimal genutzt. Eine wesentliche Voraussetzung für den Qualitätsweinbau sind der sorgfältige Rebschnitt und die individuelle Pflege jedes einzelnen Rebstockes.

Seit einem Jahr leben Tochter Sina Gubler-Möhr und ihr Ehemann Matthias Gubler ebenfalls auf dem Weingut. Die Tochter ist gelernte Lebensmitteltechnologin und hat Lehr- und Wanderjahre auf Weingütern rund um den Erdball – in Italien, Frankreich und Amerika – absolviert. Der Schwiegersohn ergänzt das Team gut, er ist ein weitgereister Önologe mit grosser Auslands Erfahrung im Weinbau. Das oberste Ziel der Generationengemeinschaft lautet, das von der Natur Gegebene zur vollen Entfaltung zu bringen.

Weissweine wie Rotweine erfüllen die in sie gesteckten Anforderungen in hohem Mass. Riesling x Sylvaner (17 Franken), Pinot blanc (19.50 Franken) und Viognier (35 Franken), ein Süsswein, alle präsentieren sich sortentypisch, erfrischend und fruchtbetont. Die Rotweinpalette umfasst den erst Ende des letzten Jahrhunderts in der Herrschaft heimisch gewordenen würzigen Merlot (29.50 Franken). Dem kalkhaltigen Schieferschwemmland und dem idealen Klima entsprechend wird auf dem Weingut der seit Jahrhunderten in der Gegend beheimatete Pinot Noir als Leitsorte vinifiziert. Das jüngste Aushängeschild des Weingutes ist der mit burgundischem Charme ausgestattete Maienfelder Pilgrim (33 Franken). Ein in all seinen Formen – fruchtig, dicht und saftig – bestechender Lagerwein. Besonders aufgefallen ist der klassisch ausgebauten 2009er Maienfelder Pinot Noir (19 Franken) – der Wein ist eine filigrane Delikatesse. Das Fruchtbündel ist charmant, süss, saftig und weich. Und es weist eine herrliche Aromatik auf. Der 2009er Maienfelder Pinot Noir passt ausgezeichnet zu sanft gegartem Kalbsbrustspitz mit Meerrettichschaum auf Wirsinggemüse und Kartoffelstock.

[www.moehr-niggli.ch](http://www.moehr-niggli.ch)

ANZEIGE



# Sensiq™

## Eine neue Erfahrung in jeder Art

In einem schwierigen Markt sind Hotels ständig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, sich von anderen zu unterscheiden. Mit 25 Jahren Erfahrung hat Quadriga Sensiq kreiert, ein leistungsfähiges Gästekomunikations-Portal. Sensiq kann auf jedes Hotel individuell zugeschnitten werden und wurde designt um Ihre Marke zu unterstützen. Mit ständig ändernden Gästeerwartungen, definiert Sensiq das Gästeerlebnis neu und eröffnet eine ganz neue Welt an Wertschöpfungsmöglichkeiten für Hotels.

Um herauszufinden, wie Sensiq auch für Ihr Hotel einen wahren Unterschied machen könnte, besuchen Sie unsere Homepage:  
[www.quadriga.com](http://www.quadriga.com)

Quadriga Österreich und Schweiz  
E-Mail: [office.swiss@quadriga.com](mailto:office.swiss@quadriga.com)  
Telefon: +41 (0) 26 460 77 00

# Quadriga®

Your trusted partner

## «Autobahnhotels» hat bereits 25 Mitglieder

Seit zwei Jahren existiert die Hotelmarketing-Gruppe Autobahnhotels.ch. Nun ist das 25. Haus beigetreten: das Swiss Heidi Hotel in Maienfeld. Die Mitglieder sind 3- und 4-Sterne-Häuser aus der ganzen Schweiz. Vom Holiday Inn Bern Westside zum Hotel Le Cèdre in Bex, vom Albergo Benjamins in Bellinzona über das Best Western in Somerau in Chur bis zum Radisson Blue in St. Gallen. Im Verein aufgenommen werden Hotels, die in unmittelbarer Nähe einer Schweizer Autobahn liegen und mindestens 15 Zimmer haben.

## Das erste Hildegard Hotel der Schweiz ist neu eröffnet

Das Hildegard Hotel in Illgau wurde kürzlich neu eröffnet; es ist das erste Hildegard Hotel der Schweiz. Das Konzept orientiert sich an Hildegard von Bingen, einer Äbtissin, die im Mittelalter gelebt und sich mit Kräutern und ihrer Wirkung befasste hat. Das Hotel umfasst 28 Zimmer, die alle einem Kraut gewidmet sind. So gibt es etwa ein Lavendel- und ein Dinkel-Zimmer. Weiter hat das Haus eine Kräuterküche, die sich an Bingens Kräuterphilosophie anlehnt, sowie einen eigenen Kräutergarten. Und es bietet Platz für Seminare bis zu 25 Personen. esp

# cahier français

htr hotelrevue No 8 / 24 février 2011



**Stations de ski**  
La balance entre promotion et prévention est périlleuse. Le regard de trois directeurs.  
**Page 21**



**Seeland**  
Les trois projets touristiques prévus dans la région entrent dans une phase concrète.  
**Page 22**



Carte pour enfants disponible sous la forme de poster sur le lien internet [www.swisstravelcenter.ch](http://www.swisstravelcenter.ch)  
Hallwag/Kümmerli + Frey/Graphique rwo

## Duo romand en verve

**L**e capital de développement de Crans-Montana est exceptionnel. Loin des turbulences du passé, je vais œuvrer à promouvoir cette destination avec un regard neuf. Philippe Rubod, le nouveau directeur de Crans-Montana Tourisme, ne se laisse guère démonter par la récente tempête qui a emporté son prédécesseur, Dominique Fumeaux. L'hôtelier franco-suisse croit dur comme fer à l'avenir d'une destination qu'il chapeaute depuis le 14 février dernier: «Le tourisme à Crans-Montana, c'est de l'or en barre.»

### Des valeurs puisées dans l'univers de l'hôtellerie

S'il entend soigner les collaborations, notamment avec Valais Tourisme et Suisse Tourisme, Philippe Rubod a une seule idée en tête: accroître encore la notoriété de la station du Haut-Plateau, qui a enregistré près de 270 000 nuitées hôtelières en 2010. Ses valeurs, il les puise dans 30 ans d'expérience sur le territoire de l'hôtellerie de luxe: «L'accueil, le service, la qualité et l'authenticité sont mes boussoles.» Son action, il l'inscrit à la fois dans la continuité et l'innovation: «Je développerai les synergies existantes dans le cadre des événements comme l'Omega European Masters ou le Caprice Festival. J'envisage ensuite de créer de nouveaux événements sportifs ou culturels.» Philippe Rubod s'approprie, dans la foulée, à enfourcher un au-

**A contre-courant d'une tendance à la fragilisation des destinations, Crans-Montana et Verbier Saint-Bernard tirent leur épingle du jeu.**

EUGENIO D'ALESSIO

tre cheval de bataille, celui des marchés émergents: «Il faudra planter ses banderilles en Chine, en Inde et au Brésil. Des voyages de promotion dans ces pays font partie de ma feuille de route.»

Le directeur de Crans-Montana Tourisme s'engage également à battre le fer de l'hébergement de luxe: «Je souhaite favoriser l'arrivée d'établissements de calibre international, car il n'y a pas de destination digne de ce nom sans développement hôtelier.»

Quant à la destination Verbier Saint-Bernard, née fin 2009 et forte de 30 collaborateurs, elle satisfait son nouveau directeur, Yan Baczkowski, entré en fonction le 1er décembre 2010: «Le bilan est plutôt positif. Les acteurs touristiques et les élus politiques conviennent de la valeur ajoutée de cette collabora-

tion. Le regroupement de Verbier, du Pays du Saint-Bernard et de La Tzoumaz est entré dans les mœurs.»

### Pour un développement du tourisme à l'année

Aux yeux de Yan Baczkowski, il s'agit de maintenir la notoriété de la destination sur ses marchés prioritaires tout en développant le tourisme à l'année. «Le prestige lié au nom de Verbier, qui génère plus de 400 000 nuitées annuelles, facilite notre quête de nouveaux événements et de sponsors.» Parmi les projets en cours de réalisation, le directeur de Verbier Saint-Bernard pointe la création d'une centrale de réservations pour toute la destination: «Nous proposons, dès juillet, des offres forfaitaires en matière d'hébergement notamment.»

Yan Baczkowski reste muet sur le développement fréquentatif de Verbier, avec la cons-

truction des Trois Rocs, un projet à 200 millions: «La politique d'urbanisme n'est pas mon domaine de compétence.» Philippe Rubod accueille, lui, sans animosité le récent feu vert du gouvernement valaisan au projet russe Mirax d'Amniona (600 millions): «C'est une bonne nouvelle. J'estime toutefois que tout projet immobilier doit être en harmonie avec l'environnement et la culture locale.»

**«Il ne peut pas y avoir de destination sans développement de l'hôtellerie.»**

Philippe Rubod  
Directeur de Crans-Montana Tourisme

## «Les stations sont dans le déni de réalité»

**Bernard Attinger, le président d'Altitude 1400, porte un regard critique sur la fièvre immobilière qui étroit Verbier, Crans-Montana et une grande partie de l'Arc alpin.**

EUGENIO D'ALESSIO

«Verbier subit une densification immobilière sans trêve, à tel point que la station baignarde arrive à saturation, avec les problèmes de circulation et de transports publics qui accompagnent ce phénomène.» Bernard Attinger, le président de l'association Altitude 1400, qui milite pour un développement durable de l'Arc alpin, voit avec inquiétude l'avenir des grandes stations valaisannes. «Verbier étant

pleine comme un œuf, le développement immobilier investit, telles des métastases, d'autres terres vierges. Je pense aux mayens de Bruson, en face de la station.»

Et l'ancien architecte cantonal valaisan de mettre en garde: «Le

**«On risque de perdre cette qualité majeure qu'est le paysage alpin.»**

Bernard Attinger  
Président d'Altitude 1400

qu'est le paysage alpin.» Bernard Attinger n'est pas moins tendre avec

touriste finit par tuer le tourisme. C'est comme si l'on réunissait 500 personnes sur une île déserte. Avec cette frénésie de construction, on va perdre cette qualité majeure qu'est le paysage alpin.»

Crans-Montana: «A la différence de Verbier, la station du Haut-Plateau continue de s'étaler. Mais paradoxalement, elle occupe un territoire trois fois plus grand que Zermatt pour un tiers de nuitées en moins.»

Le diagnostic du président d'Altitude 1400 est sans appel: «Crans-Montana pratique un tourisme de construction et de promotion, mais pas d'exploitation. J'en veux pour preuve la multiplication

des lits froids ou des lits congelés.» Selon Bernard Attinger, il est temps de prendre le taureau par les cornes, sous peine d'aller dans le mur: «De nombreuses études indiquent que dans dix ans, il y aura 30% de skieurs en moins. Or, les stations d'hiver ne se préparent pas à cette éventualité. Elles sont dans le déni de réalité. Elles devraient au contraire cesser de croître sans discontinuer et réfléchir à un avenir différent.»

**hoteljob.ch**

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

hotelleriessuisse  
Swiss Hotel Association  
Un servizio di hotelleriessuisse

PURITY C –  
la solution flexible



<http://professional.brita.ch>

tout pour la cuisine

PISTOR

WWW.SWISSHOTELFILMWARD.CH



stars & hotels

Ihr Yield-  
Management  
Partner.

besuchen Sie unsere Website:  
[www.hotelpartner.ch](http://www.hotelpartner.ch)

HotelPartner  
BE PART OF OUR SUCCESS

En bref

**Vaud**

**Nyon Région  
Tourisme en quête  
de bobines**



Si vous habitez Saint-George, la Terre Sainte ou Gland, vous pouvez prêter votre bobine à la nouvelle campagne de pub de Nyon Région Tourisme, qui étend en 2011 ses cartes de visite formées de visages souriants à ces trois sites, indique le quotidien «24 Heures». Une séance d'information se tiendra le 9 mars, à 17h30, à la salle communale de Gland. Un bref casting aura lieu dans la perspective de la séance de photo finale.

**Une visite pour  
découvrir les  
secrets de la vigne**

L'Office du tourisme d'Aigle propose jusqu'au 15 mars l'animation «Cav' Au Verre». Accompagnés du vigneron-encaveur Alain Emery, les amateurs de vin pourront découvrir tous les mardis les secrets de la vigne. Ils visiteront, durant une heure et demie, le domaine de la famille et prendront connaissance de son histoire, tout en découvrant les techniques actuelles de vinification. Une dégustation viendra marquer un point final à cette visite, qui est gratuite. Aucune inscription n'est nécessaire. Des infos peuvent être glanées au 024.466.30.00

**Des Yverdonnois  
explorent la  
Grande Cariçaie**



Jusqu'en mai, une trentaine de classes d'Yverdon-les-Bains partent à la découverte de la Grande Cariçaie, le plus grand marais de Suisse, de ses habitants et de la vie qui s'y déroule. Mises sur pied par le Groupe d'étude et de gestion (GEG), cette action s'inscrit dans le cadre du 40e anniversaire de la Convention de Ramsar, du nom de la ville iranienne où elle a été signée en 1971. Son objectif: protéger les sites d'escalade des oiseaux migrateurs dans le monde.

**Le Poivrier  
d'Argent 2011  
passe à la trappe**

Le Poivrier d'Argent, le concours du meilleur cuisinier apprenti de Suisse romande et du Tessin, n'aura pas lieu cette année, faute d'un nombre de candidats suffisant. Seuls trois cantons, Vaud, Neuchâtel et le Tessin, étaient prêts à présenter un candidat lors de ces joutes mises sur pied par l'École professionnelle de Montreux. Les organisateurs ont donc décidé de faire l'impasse sur la quatorzième édition du concours. Le comité d'organisation va se réunir prochainement pour faire le point et mener une réflexion sur l'avenir de l'événement. eda



Le bâtiment du Mandarin Oriental Geneva est plus moderne que jamais, selon son directeur Marco Torriani.

## Le consul, Duke et les salles de bains

**Entretien avec Marco Torriani, directeur du Mandarin Oriental, qui nous montre comment ce cinq-étoiles genevois, témoin de son temps, prépare son avenir.**

MICHEL BLOCH

**Marco Torriani, le Mandarin Oriental Geneva souffle ses 60 bougies...**

L'hôtel, aujourd'hui propriété du groupe Mandarin Oriental, a ouvert ses portes le 14 juillet 1950 et cette année anniversaire, qui va du 14 juillet 2010 au 14 juillet 2011, nous offre l'opportunité de marquer une étape dans la vie de cette Maison. Comprendre notre histoire

permet de mieux saisir notre stratégie pour demain.

**Pouvez-vous nous en dire plus?**  
Trois propriétaires ont écrit l'histoire de l'hôtel, passé de la famille Lendi au Groupe Rafael, puis au Mandarin Oriental. En 1946, Genève avait été choisie pour être le siège de la branche européenne des Nations unies. Le parc hôtelier étant insuffisant, le Conseil d'Etat de Genève a demandé à la Chambre de commerce de trouver des personnes prêtes à investir dans la création d'un grand hô-



**«Comprendre notre histoire permet de mieux saisir notre stratégie pour demain.»**

Marco Torriani  
Directeur du Mandarin Oriental

**Qu'entendez-vous par là ?**

Tout d'abord, le bâtiment qui abrite l'hôtel s'est parfaitement «plié» à de nombreuses transformations et il est aujourd'hui

plus moderne que jamais. Par ailleurs, songez que les 240 chambres que comptait l'hôtel à l'origine étaient toutes équipées de salles de bains, ce qui, à l'époque, était un peu fou. En fait, les propriétaires et leurs dirigeants, pour mes prédécesseurs, ont toujours cherché à anticiper les attentes de leurs clients.

**Quelle est cette clientèle?**

Notre clientèle est internationale. Construit à l'origine pour accueillir à Genève les visiteurs de l'ONU, les voyageurs d'affaires se sont très vite joints à eux. Les Américains ont toujours eu un faible pour notre hôtel. Il faut dire qu'une aile du bâtiment était à l'origine dédiée à des bureaux et que leur consulat général occupait le sommet de l'immeuble. Et un ascenseur direct reliait le consulat au bar de l'hôtel! Lorsqu'en 1955, le président Eisenhower est venu

**Depuis 1989  
à Genève, après  
Montréal**

Marco Torriani, natif des Grisons, débute sa carrière à Davos, puis développe ses compétences en Afrique du Sud, où il rencontre son épouse Geneviève. En 1978, il rejoint Canadian Pacific Hotels and Resorts au Québec, devient ensuite directeur adjoint du «Quatre Saisons» de Montréal. Georg Rafael le nomme alors directeur général du Parc Regent à Montréal, fonction qu'il occupe également au Mayfair Regent à Chicago, puis au Breidenbacher Hof de Düsseldorf avant d'être affecté en 1989 à l'Hôtel du Rhône. mb

à Genève pour le sommet des Quatre Grands, il a «naturellement» logé à l'Hôtel du Rhône.

**On dit que l'hôtel a des relations très étroites avec le monde des arts?**

Cela a toujours été le cas et cette tendance se développe. Les chasseurs d'autographes savaient à l'époque qu'outre les femmes et les hommes d'affaires, les vedettes du cinéma et du show-business séjournaient à l'hôtel. Errol Flynn, Jane Mansfield et Louis Armstrong, Duke Ellington y avaient leurs habitudes! Dès 1993, nous avons organisé, mon épouse Geneviève qui est très mélomane et moi-même, les «Dimanches en musique», qui accueillent le dimanche matin des ensembles réputés. C'est aussi chez nous que Georg Solti et son orchestre donneront un concert lors de la célébration du 50e anniversaire de l'ONU.

**Et comment voyez-vous l'avenir?**

Le Mandarin Oriental Group nous permet de réaliser d'importants investissements. Le style et la philosophie du groupe sont très présents et se traduisent par une ambiance à la fois chic et décontractée. D'ici à fin 2011, les étages 1 à 5 seront totalement rénovés, tandis qu'en août prochain, les rénovations du 6e étage commenceront avec, entre autres, la suite présidentielle duplex de 500 mètres carrés et son immense terrasse sur le toit. Fin 2011, les travaux en vue de l'ouverture d'un nouveau spa de 1200 mètres carrés débiteront et incluront la création d'une superbe piscine donnant sur une terrasse d'été. Notre objectif: maintenir des normes de très haut niveau.

## Découvrir le Jura à fond en cinq jours

**Trans'Jura propose une balade de cinq jours à ski de fond. Et lorsque la neige fait défaut, c'est la randonnée pédestre qui est au programme.**

MIROSLAW HALABA

Les premiers groupes ont utilisé les skis de fond, les suivants des raquettes à neige et, aujourd'hui, c'est à pied qu'ils se déplacent. «François Bichsel, le responsable de Trans'Jura, à Tramelan (BE), ne se décourage pas. Le manque de neige ne perturbe pas fondamentalement l'activité de l'organisation qu'elle a mise en place et qui propose, pour le quatrième hiver consécutif, une randonnée à ski de fond de cinq jours.

**Des clients de cinquante ans et plus**

Par groupes de deux à six personnes, en moyenne, les participants – principalement des personnes de cinquante ans et plus, provenant aussi bien de Suisse romande que de Suisse allemande – partent du Mont-Soleil pour relier, par étape d'une longueur variant entre 14 et 23 kilomètres, La Ferrière, Saignelégier, Les Reussilles. Les bagages sont transportés par

les hôtels partenaires du programme.

L'offre comprend, par ailleurs, aussi une «Trans'Jura Gourmande». Plus court, cet itinéraire, destiné aux fins gourmets, prévoit un repas dans deux restaurants réputés de la région: l'Auberge Vert Bois, au Mont-Crosin, et le Restaurant & Hôtel Georges Wenger, au Noirmont.

«J'ai douze groupes qui se sont inscrits pour ces prochaines semaines et l'un d'eux m'a dit qu'il était partant, avec ou sans neige», indique François Bichsel. L'intérêt manifesté pour cette randonnée en l'absence de neige n'est donc pas étranger aux repérages



Trans'Jura vend les paysages enneigés ou non. Ici, les Prés d'Orvin.

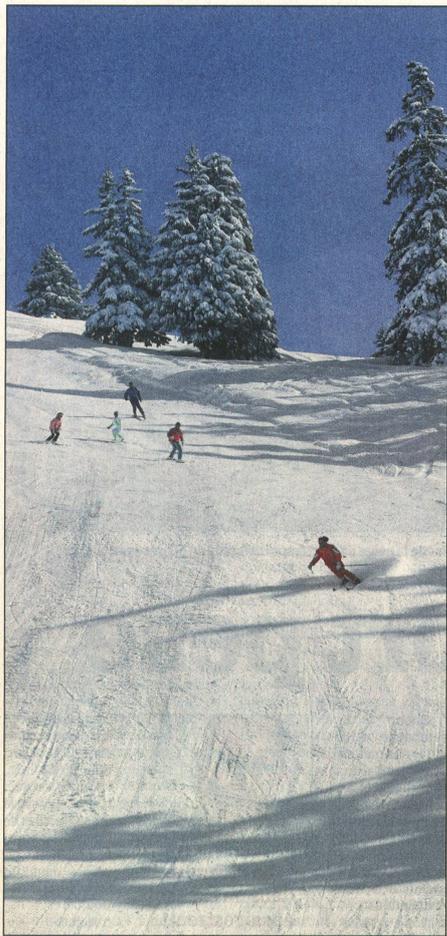
que l'organisatrice a entrepris afin de mettre sur pied, cette année déjà, une version estivale pour les randonneurs et les amateurs de VTT.

**Un reportage dans une émission de TV**

Fervente de ski de fond et de haute montagne, Françoise Bichsel a lancé cette petite entreprise il y a quatre ans en collaboration avec Jura bernois Tourisme où elle tra-

villait. «Sur une envie», dit-elle. Si, par manque de neige et de notoriété de l'offre, la première année n'a pas donné de résultats, les suivantes ont été couronnées de succès, avec à la clé un reportage dans l'émission télévisée «Passe-moi les jumelles». «L'hiver dernier, j'ai eu plus de trente groupes et j'en compte déjà huit cette saison», commente Françoise Bichsel.

www.transjura.ch



La piste du Roc d'Orsay, à Villars-sur-Ollon, dans les Alpes vaudoises. Swiss-Image

# La promotion sans effrayer

La balance entre promotion et prévention est un problème permanent. Tels des funambules, nous sommes sur le fil du rasoir. C'est avec une métaphore criante de vérité que Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme, met le doigt sur un des dilemmes qui transforment la communication touristique en numéro de haute voltige. Surtout à l'heure où les accidents de ski, parfois mortels, se multiplient en raison de la neige dure (La Maison du sauvetage François-Xavier Bagnoud enregistrait pour le seul Valais 397 interventions au 31 janvier contre 267 en 2010 à la même date, selon «Le Temps».

«Pour élargir notre clientèle au-delà des familles, nous vendons Nendaz avec des photos de skieurs qui évoluent dans la poudreuse au milieu d'une nature vierge. Or, ce type de promotion, qu'adoptent la plupart des stations, peut inciter à la pratique du hors piste», concède Sébastien Epiney. Si les réalités commerciales accouchent parfois d'un message promotionnel en contradiction avec la prévention, elles ne débouchent jamais sur la mise en danger de la vie des hôtes. «La sécurité est prioritaire», insiste Sébastien Epiney.

## Les équipes de sécurité veillent au grain

«Si une piste s'avère dangereuse en raison des conditions météo, nos services de sécurité peuvent à tout moment décider de la fermer.

## Les offices du tourisme doivent vendre le ski sans omettre d'évoquer les dangers de ce sport. L'exercice n'a rien d'une sinécure.

EUGENIO D'ALESSIO

Dans le même ordre d'idées, nous n'avons aucun message lié à la peau de phoque, car notre station ne dispose d'aucun domaine sécurisé pour la pratique de ce sport».

## «Nous ne pouvons pas mettre en place une police des pistes.»

Eric Liechti  
Directeur de Diablerets Tourisme

souligne le directeur de Nendaz Tourisme. Qui poursuit: «Sur les 130 kilomètres de promenades d'hiver et de sorties raquettes, soixante-cinq sont fermés en raison des plaques de glace.»

Aux yeux d'Eric Liechti, le directeur de Diablerets Tourisme, la recette d'une promotion réussie est affaire d'équilibre: «Il s'agit de rendre la communication la plus réaliste possible. On peut certes mettre en avant le hors piste pour

faire rêver, tout en dissuadant nos hôtes de braver les interdits.» Et d'ajouter: «Pour le reste, il existe sur notre domaine skiable des règles très strictes, un cadre légal très clair, dont le respect relève de la responsabilité personnelle.» Face aux conditions d'enneigement très particulières qui caractérisent cette saison, Diablerets Tourisme en appelle à la prudence: «Mais nous ne pouvons pas mettre en place une police des pistes», lâche Eric Liechti.

## Les destinations se doivent d'offrir du rêve

Serge Beslin, le directeur de Villars Tourisme, s'inscrit dans la même logique de pensée que son homologue des Diablerets: «Le but d'un séjour touristique, c'est d'offrir une part de rêve et le hors piste fait partie de cette stratégie de communication. En d'autres termes, pour les attirer, nous sommes obligés de faire rêver nos visiteurs.»

Si les offices du tourisme se doivent de délivrer une information objective, le rôle de garant de la sécurité revient en priorité aux professionnels, notamment aux professeurs de ski qui encadrent les groupes: tel est le credo de Serge Beslin. «Notre OT a plutôt un rôle de conseil. Il s'agit d'inciter nos clients à s'assurer les services de professionnels afin de profiter pleinement de leurs activités.» Et de révéler: «Nous allons d'ailleurs éditer une nouvelle brochure avec la liste de tous les guides et accompagnateurs de montagne de la région.»

# Un style nouveau au Grand-Saint-Bernard

Un bureau valaisan a remporté un concours d'idées visant à valoriser la région du Grand-Saint-Bernard. Il éditera une série de cartes-guides.

CLAUDE JENNY

«Grand-Saint-Bernard 360°»: tel est le nom du projet du bureau Gren, à Venthône, qui a remporté le concours d'idées lancé dans le ca-

romande jusque dans la région de Saint-Croix.

«Notre projet vise à valoriser cet itinéraire sur la partie italo-suisse du Grand-Saint-Bernard, mais aussi plus largement toute la région qu'il traverse», commente Vincent Degen, directeur du bureau valaisan de Gren, spécialiste dans le domaine de l'environnement et du développement durable. «Concrètement, nous allons éditer toute une série de cartes-guide pour chacune des communes de GSB 360°, qui mettront en valeur les richesses tant culturelles que touristiques et

romande jusque dans la région de Saint-Croix.

«Notre projet vise à valoriser cet itinéraire sur la partie italo-suisse du Grand-Saint-Bernard, mais aussi plus largement toute la région qu'il traverse», commente Vincent Degen, directeur du bureau valaisan de Gren, spécialiste dans le domaine de l'environnement et du développement durable. «Concrètement, nous allons éditer toute une série de cartes-guide pour chacune des communes de GSB 360°, qui mettront en valeur les richesses tant culturelles que touristiques et



Des cartes-guides seront éditées sur le Grand-Saint-Bernard.

qui seront aisément consultables par les voyageurs, pèlerins ou non», explique Vincent Degen. Ces fiches seront aussi chargeables à partir d'un site internet.

Les offices de tourisme et les communes assureront également la diffusion de ces documents d'un style résolument nouveau. Dans

une deuxième phase, des symboles physiques encore à créer seront éparpillés dans la zone concernée pour assurer l'idée de ce projet qui va donner un coup de jeune à la promotion de cette région frontalière.

www.gren.ch

# Des oiseaux entre deux châteaux

L'Office du tourisme de Sion veut poursuivre le développement de ses produits touristiques existants. Tout en innovant avec notamment un projet de volerie.

CATHY VERCAUTEREN

Parmi les projets d'envergure de l'équipe de l'Office du tourisme de Sion, il y a notamment une volerie permanente entre les châteaux de

Valère et de Tourbillon. Un projet discuté actuellement avec différents partenaires. Autre projet: proposer des repas «dans le noir» dans un établissement qui dispose de l'infrastructure appropriée pour ce genre d'expérience sensorielle. «L'idée est d'utiliser des produits du terroir avec lesquels on confectionnerait des recettes originales», explique Jean-Marc Jacquod.

Un autre projet de l'OT de Sion consiste à développer le produit alimentaire emblématique qui serait propre à la ville. Si ce projet est validé, cette denrée devrait être dé-

voilée pendant la Semaine du goût qui se tiendra en septembre.

## Les gens du Valais central doivent devenir des ambassadeurs

«L'année 2009/2010 est l'année du succès de nos activités à forte plus-value telles que la Balade des Divins, les anniversaires organisés à la Tour des Sorciers ou encore les visites guidées qui se sont fort multipliées ces dernières années», déclare le directeur de l'Office du tourisme de Sion Jean-Marc Jacquod. Son idée est de continuer à donner la priorité au développement de

tels produits touristiques avec l'aide et la collaboration de partenaires locaux. Son souhait? Qu'en définitive, les gens du Valais central s'approprient la ville et deviennent les premiers ambassadeurs des attraits touristiques de Sion.

## De nombreux encaveurs réputés sont d'origine séduisoise

Forcément, les produits touristiques développés grâce aux synergies créées génèrent des retombées pour l'économie locale. Une autre priorité de l'OT: valoriser et créer des connexions entre les différents

produits touristiques existants pour rendre la ville encore plus attrayante.

Le terroir urbain est effectivement riche. Jean-Marc Jacquod épingle le nombre d'encaveurs de renommée nationale qui sont d'origine séduisoise, les producteurs de la région ou encore les restaurants qui proposent des mets préparés avec des produits du terroir. Côté patrimoine, il est question de continuer à utiliser la vieille ville et ses vestiges médiévaux comme écrin pour d'autres produits touristiques.

## En bref

### Valais

#### Les maisons rurales comme atout touristique

Le tome III de la série «Les maisons rurales du Valais» va paraître en juin. Il est axé sur les alpages, les différents systèmes d'exploitation, les dépendances rurales mais aussi les catastrophes naturelles et les découvertes réalisées grâce à la dendrochronologie. Dans le Haut-Valais, des maisons de 1300-1400 ont été étudiées: «Ce serait bien d'élargir la recherche à tout le canton. On pourrait en faire un atout touristique, proposer d'habiter au Moyen Âge pendant une semaine», souligne Werner Bellwald, un des auteurs, dans «Le Nouvelliste».

#### La petite arvine ne sera pas protégée

La petite arvine ne sera pas reconnue comme dénomination traditionnelle valaisanne. Le Conseil fédéral s'est opposé à l'adoption de la motion du conseiller national Christophe Darbellay. Selon le gouvernement, le terme de petite arvine désigne un cépage: «Ni le droit suisse, ni le droit européen ne prévoient de protéger des noms de cépages, qui appartiennent au domaine public. Ils sont cultivés ailleurs qu'en Valais.»



#### Une borne wifi dans un taxi de Crans-Montana

Le consultant Frédéric Siedler veut faciliter la vie des touristes. Il a découvert l'usage d'une borne wifi dans des taxis en Corée et a décidé de proposer ce service à une compagnie de taxi du Haut-Plateau. Nombreux sont les touristes à se rendre à Crans-Montana depuis l'aéroport de Genève. Le seul coût est celui de l'installation, puis celui d'un abonnement mensuel de téléphone. Frédéric Siedler a désormais proposé ce service à la compagnie de transports publics SMC: «Ils se sont montrés très réceptifs, en particulier en ce qui concerne l'installation de ce dispositif dans le funiculaire Sierr-Montana.»

#### La bosse à Norbert en vedette



Beau week-end pour l'Avalanche Festival entre Les Marécottes Salvan, 1800 entrées ont été vendues. Au programme un Contest freestyle sur la bosse à Norbert le matin, puis musique et produits du terroir. Les concerts du samedi soir, comme celui du groupe Kyasma ont fait vibrer la station. Le concept freestyle a été le gros succès de cette édition. Le 30 avril un nouveau Contest sera organisé sur la bosse à Norbert. aca

En bref

**Valais**

**Le Rallye du goût couronné de succès à Anzère**



Le Rallye du goût a rencontré un vif succès la semaine passée à Anzère lors de la première édition valaisanne de la balade gourmande à raquettes à neige. «L'événement a attiré 150 participants», s'est réjoui dans «Le Nouvelliste» David Chabbe, le directeur de l'Office du tourisme d'Anzère. Le Rallye du goût transitera demain par Château-d'Œx.

**Suisse**

**Denner gagne une manche contre Nespresso**

Le Tribunal de commerce de Zurich a rejeté une plainte de Nestlé et de Nespresso contre Denner. Les capsules de café concurrentes fabriquées par la société Alice Allison et vendues par Denner ne violent aucun brevet, selon la justice. Les frais de justice vont se monter à 12 000 francs. Parallèlement, le groupe suisse Ethical Coffe Company qui produit des dosettes de café compatibles avec les machines Nespresso, a saisi la COMCO. Les plaignants peuvent encore faire recours auprès du Tribunal fédéral.

**Arc jurassien**

**Une nouvelle offre pour le Chasseral**



Une nouvelle randonnée, à skis ou en raquettes, voit le jour au Chasseral: il s'agit de la Chasseralienne, indique «L'Express». Organisée par des membres du Trophée du Chasseral, cette sortie nocturne devrait avoir lieu ce vendredi, si la météo le permet. Les organisateurs attendent une centaine de participants.

www.teleskiods.ch

**Une septantaine d'artistes vont investir Môtiers**

La sixième édition de Môtiers 2011 Art en plein air prendra ses quartiers dans le village du Val-de-Travers et ses alentours du 18 juin au 18 septembre prochains. Une septantaine d'artistes, dont la liste est presque définitive, présenteront leurs œuvres dans le cadre de ce rendez-vous qui est désormais considéré comme un incontournable de l'art contemporain helvétique. Les artistes sont attendus à Môtiers entre le 25 avril et le 15 mai pour le montage de l'exposition sur un parcours long de quelque quatre kilomètres. Un moment que l'initiative de la manifestation, Marie Delachaux, qualifie de «magique».

**Les chiffres de 2010 réjouissent l'hôtellerie suisse. Mais cette année, le franc fort posera problème.**

ELSBETH HOBMEIER

**M**ardi, face aux médias, Christoph Juen, CEO d'hôtellerie suisse, a parlé d'une «hausse provisoire réjouissante» en faisant référence aux chiffres de l'Office fédéral de la statistique pour 2010. Ils affichent une hausse de 1,7% des nuitées par rapport à 2009, sur un total de 36,2 millions de nuitées. La clientèle suisse a progressé de 1,7%, confortée par une augmentation des hôtes étrangers de 1,4%, provenant des marchés à forte croissance tels que la Chine (+48,8%), l'Inde (+21,1%) et les Etats du Golfe (+13%).

**La zone euro enrégistre un fléchissement**

Seule la zone euro a subi un fléchissement des demandes (-2%). Pour les cinq pays majeurs de la zone euro - Allemagne, France, Italie, Pays-Bas et Belgique - le nombre de nuitées a régressé de 3,2%. «C'est le mix des clients internationaux qui a été bénéfique à l'hôtellerie suisse», a dit Christoph Juen. En Suisse, en pole, mais avec un recul de 1,3%, on trouve les Grisons, puis la région de Zurich, qui enrégistre la plus forte hausse (8,1%), suivie du



Dans sa nouvelle campagne, Suisse Tourisme entend populariser les plaisirs de la neige de printemps dans plus de 60 destinations.

## Le franc fort pèse

Valais, de l'Oberland bernois et de la Suisse centrale. Bien placés, les dix destinations les plus fréquentées, avec un trio formé de Zurich, Genève et Zermatt. Les chiffres de décembre 2010 laissent présager une légère baisse. En 2011, prédit Christoph Juen, «il sera difficile d'échapper au franc fort. Je souhaite une prise de conscience accrue de l'importance du tourisme suisse pour notre économie.»

Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme (ST), attend avec confiance la décision du Parlement d'accorder 24 mio. supplémentaires à ST en 2011. Avec l'idée d'investir sur le marché suisse et les mar-

chés lointains où la force du franc n'est pas un problème. «Et de souligner la valeur du pays comme expérience unique. De suggérer des idées aux visiteurs et de les guider dans les 100 plus belles expériences qu'il faut avoir vécues en Suisse.»

**Voyager plus souvent, mais plus brièvement**

Et comme la tendance est de «voyager plus souvent, mais plus brièvement», ST souhaite populariser les «plaisirs de la neige de printemps» dans plus de 60 destinations, histoire d'attirer les Suisses et les hôtes des pays voisins lors des vacances pascales.

Quant à la campagne d'été 2011, elle met en avant les vacances urbaines. Car, comme le dit Jürg Schmid, «la montagne n'a aucune alternative, le tourisme est son unique secteur économique d'avenir. Mais nos villes sont fortement positionnées, avec une haute qualité de vie - on y a beau-



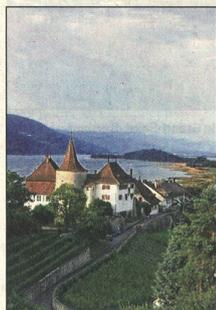
**«La diversité dans un espace aussi restreint, c'est la force de notre pays.»**

Jürg Schmid  
Directeur de Suisse Tourisme

coup investi. Et les montagnes sont proches: pour un Chinois, la Suisse est une région, il passe la nuit à Zurich et de là rejoint les montagnes. Cette diversité dans un espace aussi restreint, c'est là notre force.»

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

## L'ambition du tourisme seelandais



Le château de Certier, au bord du lac de Bienna.

**Les trois projets touristiques prévus dans le Seeland vont entrer dans une phase concrète.**

**L'instance compétente vient de donner son feu vert.**

MIROSLAW HALABA

Le Seeland est prêt à se lancer dans une aventure touristique qui doit lui donner davantage de visibilité. Le comité de la société seeland.biel/bienne a accepté, à l'unanimité, de poursuivre le projet développé par la Haute école de gestion de Lucerne (htr du 13 janvier). Ce projet prévoit la création,

avec l'Office fédéral du sport de Maolin, d'un centre dédié aux sports, notamment aquatiques, la mise en place, avec l'industrie horlogère, d'un parc interactif consacré au temps, et l'aménagement d'un espace de référence voué à la culture maraîchère et au jardinage.

**«Cette année sera importante»**

«L'année en cours sera importante, car elle nous permettra de consolider le projet en prenant les contacts nécessaires, notamment avec les investisseurs», indique Camille Kuntz, le coordinateur du projet et président de la commune de Mörigen. Les deux années suivantes seront consacrées à la réalisation. Et, si tout se passe bien, les

sites pourraient s'ouvrir au public en 2014. Le projet est prometteur. Les initiateurs estiment qu'il devrait drainer «plusieurs centaines de milliers de visiteurs» et créer des dizaines d'emplois. Il a aussi un coût: «Quinze à vingt millions de francs pour le village maraîcher, douze à quinze millions pour le centresportif», note Camille Kuntz.

Pour qui ce projet est-il intéressant? Les milieux économiques - touristiques, notamment - et la population qui devrait voir sa région gagner en popularité, répond Camille Kuntz. Il ne manque cependant pas d'ajouter qu'un tel projet doit aussi tenir compte de l'environnement. «Un obstacle à surmonter sera la mise en phase du projet avec les dispositions du plan

directeur cantonal pour l'aménagement du territoire.» Le village maraîcher présente un attrait tout particulier et pourrait devenir cette «tour Eiffel» que le Seeland appelle de ses vœux. «Il met en évidence les caractéristiques propres au Seeland: l'agriculture, le lac, la restauration», explique Camille Kuntz.

**Le concept favorisera la mobilité douce**

Ce volet comprendrait l'aménagement, dans la région d'Anet, d'un village de vacances de trente à quarante maisonnettes. Un site central et diverses exploitations agricoles assureraient l'animation des visiteurs. Le concept favoriserait, par ailleurs, la mobilité douce et les transports publics.

## La Maison des vins avance

**A Mont-sur-Rolle, le projet de Maison des vins de la Côte a reçu un préavis favorable de la Confédération. De nombreux producteurs ont manifesté leur intérêt.**

ALEXANDRE CALDARA

Tout va vite pour l'idée de la Maison des vins de La Côte. Comme l'explique Luc Pellet, vigneron à Mont-sur-Rolle: «Les premières réflexions se sont déroulées mi-novembre et à la fin du mois nous avions déjà déposé une esquisse de Projet de développement agricole auprès de l'Office fédéral de l'agriculture.» L'avant-projet a reçu un préavis favorable de la Confédération, le Conseil communal de Mont-sur-Rolle s'emparait cette semaine du

sujet, il doit se déterminer sur l'octroi d'un droit de superficie sur une parcelle communale afin de construire le nouveau bâtiment. «C'est en train de devenir un vrai projet...» Pour Luc Pellet l'époque actuelle ne convient pas à la multiplication des petites structures pour valoriser les productions des 2000 hectares du vignoble de La Côte: «Il faut agir au niveau régional.» Les présidents et responsable de productions de 200 maisons ont ex-

primé leur intérêt. Les activités précises de ce futur espace ne sont pas encore connues, mais il s'agirait d'abord d'une grande oenothèque où l'on viendrait déguster et acheter les différents cépages.

Par rapport au Lavaux Vinorama, Luc Pellet précise que la Maison des vins de La Côte serait plus axée sur le paysage «l'endroit s'y prête.» Un des modèles est le Château de Villa à Sierre qui permet de déguster 600 crus.



A Féchy, on salue aussi le projet de Maison des vins de La Côte.

# Secrets de neufs cépages

**La station de recherche de Changins s'apprête à mettre sur le marché de nouveaux cépages. Avec des propriétés étonnantes.**

PIERRE THOMAS

La Suisse, c'est la «cave d'Ali Baba», avec ses cinquante cépages cultivés sur une aire minuscule (15 000 hectares, l'équivalent de l'Alsace). Et les chercheurs helvètes vont mettre à disposition des vignerons de nouveaux cépages qui répondent à plusieurs buts. D'abord, il s'agit de diminuer les produits chimiques de moitié dans la vigne, pour éviter que des résidus subsistent dans le vin.

Ensuite, il faut anticiper les évolutions du climat — pas seulement le réchauffement, mais aussi les fortes précipitations. Or, la vigne est très sensible à l'humidité, qui favorise les maladies. Les raisins sont attaqués par le mildiou (important en Suisse en 2008), l'oïdium (en 2010), la pourriture grise (botrytis, en 2006) et la pourriture acide.

**Le résveratrol a un effet anti-cancéreux à fortes doses**

Pour pallier ces fléaux, dès les années 1970, Changins a développé par croisements naturels huit cépages, blancs (doral, charmont) et rouges (carmoinoir, diolinoir, galotta, gamaret, garanoir, mara), peu pourrisseux. Puis, dès 1996, les études ont porté sur une résistance combinée au botrytis, au mildiou et à l'oïdium. Au départ, 33 cépages ont été croisés; 13 ont fait l'objet d'essais dans le terrain et l'un est en voie d'homologation, le bronner croisé avec le gamaret. Il n'est encore connu que sous son nom de code, IRAC 2091. D'autres

chercheurs ont démontré que ces cépages (mara, gamaret, galotta et IRAC 2091) sont riches en antioxydants. Ceux-ci, tel le résveratrol, protègent le consommateur des maladies cardio-vasculaires. Ces mêmes substances pourraient avoir un effet de prévention du cancer. Mais la quantité nécessaire est très supérieure à l'ingestion conseillée de vin, quotidienne et modérée: il faudrait boire au moins quatre litres de vin rouge par jour pour obtenir un effet anti-cancéreux du résveratrol.

**Une diversification des cépages prometteuse pour Arte Vitis**

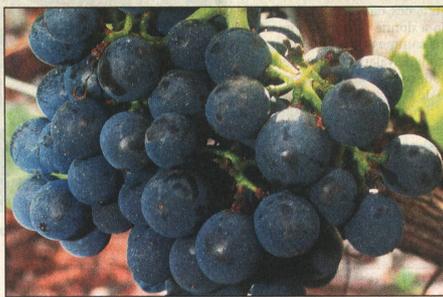
Entre les promesses de moins de maladies à la vigne et chez l'homme, ces nouveaux cépages vont-ils convaincre les vignerons? En quinze ans, la première vague couvre certes 765 hectares, mais c'est seulement 5% du vignoble suisse.

En pays de Vaud, le groupe Arte Vitis a été associé aux essais dans le terrain. Le vigneron-encaveur Henri Chollet, d'Aran-Villette, est enthousiaste: «On les proposera en monocépages purs. On va faire une collection de vins particuliers de haut de gamme, qu'on vendra cher, autour de 30 francs la bouteille. Plus on agrandit l'offre en vins, plus on attire de clients. Et cela permet aussi de vendre notre chasselas (40% du domaine). Les clients

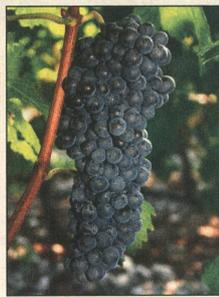


En Lavaux, le groupe Arte Vitis a été associé aux essais.

Alain D. Bollat



Un cépage de Gamaret riche en antioxydants.



Une grappe de diolinoir.

n'ont pas le choix et ils suivent de bon cœur», explique le vigneron. Mais, pour l'heure, Arte Vitis mise sur une autre variété dite «plastique», tant elle s'adapte aux divers terroirs et microclimats: le merlot.

L'après-midi du lundi 14 mars, à l'Hôtel Beau-Rivage à Genève, l'élite des vignerons vaudois en fera déguster une palette. Ce même merlot, qui sourit au Tessin, est boudé aux Etats-Unis, où le film «Sideways» l'a flétri au profit du pinot noir (la fameuse réplique: «Im am not drinking any fucking merlot»). Proposer une vingtaine de vins d'autant de cépages, c'est se prémunir contre les effets si réducteurs de la mode...

## Pêle-mêle

De la gastronomie au cœur des entreprises

Compass Group Suisse avec la marque Eurest s'associe au chef Claude Legras pour le lancement de Millecence Fine Dining, un nouveau concept gastronomique. Le groupe actif dans la restauration collective en Suisse depuis 40 ans aimerait faire entrer la gastronomie au cœur de l'entreprise avec une offre haut de gamme sur mesure développée avec le chef Claude Legras (17 points au GaultMillau). L'objectif d'Eurest est de proposer une offre gastronomique adaptée aux besoins d'une clientèle exigeante, dédiée aux restaurants de direction, aux manifestations VIP ou, pour les collaborateurs, au poste de travail avec des lunches-box soignés.

L'huile de noix vaudoise et sa nouvelle machine



Grand succès pour les noix dans le canton de Vaud. On dénombre aujourd'hui 25 000 noyers sur l'ensemble de son territoire, dont 7 000 plantés l'an dernier. L'huile de noix contribue à cette renaissance. Le moulin de Sévery est la dernière huilerie artisanale à en produire toute l'année. La famille Bovey inaugurerait, le week-end dernier, une nouvelle machine à casser les noix. Elle a un débit de 100 kilos à l'heure. La maison Bovey commercialise aussi un panier de fils métallique pour ramasser les noix.

Des technologies pour les vins de Payerne en Lavaux

Payerne vient de présenter de nouveaux vins et une nouvelle image pour son vignoble en Lavaux. La commune a investi dans des cuves high-tech, changé la date des vendanges et créé une nouvelle palette de produits: un chasselas en barrique, un chasselas surlie, un vin doux ou un nouvel assemblage de gamaret-garanoir. Un cru parainé par l'astronaute Claude Nicollier. Après la création d'une cave à 1,5 millions de francs à Montagny en 2010, Payerne veut se repositionner vers le haut de gamme. La ville possède ses 13 hectares en Lavaux depuis 1545.

# Le Big Mac atteint l'âge de raison

**Le Big Mac, le produit phare de la multinationale américaine McDonald's, est vendu en Suisse depuis 35 ans. Retour sur un mets planétaire.**

FRANZISKA EGLI

En Suisse, il a vu le jour en 1976 — mais il figurait déjà au menu à l'ouverture du premier restaurant suisse, à Genève: le Big Mac, le plus célèbre sandwich mou à la viande hachée du monde. Mais il a été imaginé en 1968, treize ans après l'ouverture des tout premiers

restaurants McDonald's. Une de ses caractéristiques est qu'il s'y cache deux steaks de bœuf hachés, censés satisfaire les grosses faims.

**«Les Suisses ont mangé quelque 160 millions de Big Mac.»**

Aglaië Strachwitz  
McDonald's Suisse

«Depuis lors, révèle Aglaië Strachwitz, directrice de la communication de McDonald's Suisse, les Suisses en ont mangé quelque 160 millions.»

**Le produit le plus populaire de l'entreprise américaine**

Et même si la légendaire enseignement américaine élargit régulièrement sa gamme ces dernières an-

nées, le Big Mac, avec ses quelque 178 graines de sésame sur son petit pain de mie ou «Bun», est et reste le produit McDonald's le plus populaire.

En dépit de toutes les prévisions alarmistes, ce sont bien quarante-cinq grammes de pure viande de bœuf suisse, préparée par Bell, le numéro un de la filière viande suisse, qui sont utilisés pour la version helvétique du «burger» américain. Tous les autres ingrédients proviennent de productions locales comme on se tue à le répéter chez McDonald's. «Près de 1 000 agriculteurs suisses fournissent les ingrédients qui composent le Big Mac. Non

seulement, nous n'utilisons que du bœuf suisse, mais aussi du blé IP-Suisse», relève Mario Federico, le directeur général de McDonald's Suisse. Et pendant l'été, ce ne sont pas moins d'une vingtaine d'agriculteurs suisses qui fournissent la laitue iceberg complétant les «bur-

gers». La recette est la même dans les 119 pays où le Big Mac est disponible: on y trouve des variantes spécifiques à chacun d'entre eux.

**Rebaptisé Maharaja Mac en Inde**

Ainsi, en Inde, où il a été rebaptisé Maharaja Mac, à la place du bœuf, on a d'abord utilisé de l'agneau et maintenant du poulet. En Israël, il est casher et sans fromage alors qu'en France, il existe aussi une version composée de pain complet.

**Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un article en p. 13**



Le Big Mac, un succès mondial.

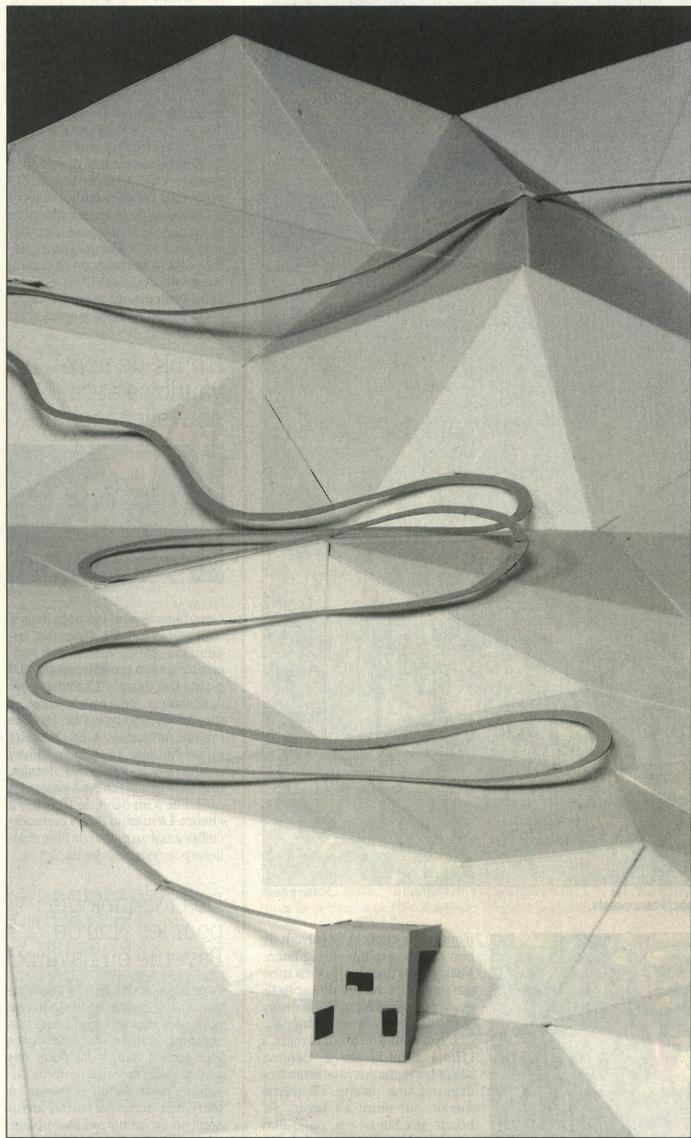
Télenendaz veut relooker les restos d'altitude



Les restaurants d'altitude sur le domaine skiable de Télenendaz vont changer de look. Le domaine skiable entend investir dix millions de francs. Cet été, en collaboration avec Tél'éverbier, un igloo devisé à 2,5 millions de francs sera érigé à 2 950 mètres d'altitude. Il aura une capacité de 150 couverts et sera doté d'une terrasse panoramique. La décoration du restaurant de Tracouet sera repensée. Sont aussi prévus un nouveau restaurant à Tordin et probablement un agrandissement de celui de Plan du Fou. aca



«Pour attirer des visiteurs dans notre station, nous devons, entre autres, veiller à les faire rêver.» **24**  
Serge Beslin Directeur de Villars Tourisme



Une piste de bob de l'extrême conçue par un étudiant en architecture d'Oslo. Photos Idd

## «Imagine» Trient

**E**n choisissant le village de Trient, en Valais, comme terrain d'explorations et d'utopies à offrir à 32 étudiants de l'Ecole d'architecture d'Oslo, le professeur lausannois Philippe Rahm a voulu mettre en avant l'architecture du 21<sup>e</sup> siècle. «Une des richesses de ce village, c'est de n'avoir presque pas été transformé au 20<sup>e</sup> siècle», explique l'architecte. Ce n'est donc pas le pittoresque, mais bien l'absence de tourisme lié au ski qui a attiré l'enseignant. La forte déclivité des pentes de la vallée retient les skieurs, alors qu'elle avait attiré les alpinistes au 19<sup>e</sup> siècle. Quelques hôtels ont été construits.

Les nouveaux enjeux de l'architecture sont beaucoup plus liés à la température, l'humidité et la lumière, qu'auparavant où le choix des matériaux semblait central. Pourquoi Verbier devrait polariser toute l'attention? On peut aussi vendre la notion d'air pur à proximité d'un glacier, pense Philippe Rahm: «Les ressources liées à l'eau et à l'énergie, ont aujourd'hui une valeur en soi. Alors qu'auparavant, Martigny était un lieu d'échanges, par son emplacement sur la route romaine.»

### Un chambre d'hôtel dont les pièces sont éparpillées dans un pâturage

Philippe Rahm n'a proposé aux étudiants ni programme, ni site. En cinq mois, ils étaient libres d'en imaginer l'économie et l'intérêt de les situer, en altitude au cœur des montagnes, dans un monde global. Cela a donné quelques imperfections comme ce bâtiment proposé en zone d'avalanches ou cette distillerie de calvados... alors qu'on fabrique de la Williamine au village, ou des propositions franchement insolites comme une piste de bob de l'extrême ou un centre de kung-fu.

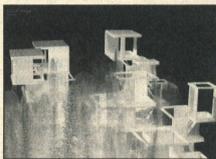
Mais certaines propositions qui paraissent plus traditionnelles, comme la construction d'hôtels, cachaient aussi leur lot de surprises... «Un étudiant a imaginé toutes

Des étudiants norvégiens ont développé des projets pour un village valaisan. Les hôtels deviennent des oasis de nature.

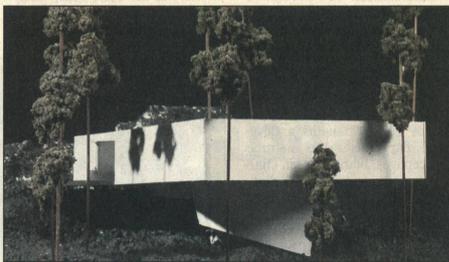
ALEXANDRE CALDARA



Le village de Trient.



Le centre de développement pour les plantes.



Un centre de développement pour les plantes.

les pièces d'une chambre éclatées dans un pâturage, donc au lieu de passer un seuil de dix centimètres, on traverse un champ sur 200 mètres.» Un autre se situait dans les arbres: «Ainsi toutes les pièces sont exposées aux rayons du soleil. En plus, il travaille sur un territoire totalement vierge.» Pour un étudiant, l'Ecole hôtelière de Lausanne pourrait développer à Trient un centre de recherches alpines, basé sur l'étude et le goût des plantes en altitude.

### Une manne inattendue pourrait arriver à Trient

Philippe Rahm aimait l'idée d'arriver dans un village où les habitants ne savaient pas quoi faire pour que les jeunes restent au village. «Ils avaient envisagé de diminuer les impôts, même moi je n'avais pas d'idées.» Si finalement le projet a eu un tel retentissement, c'est parce qu'une actualité inattendue l'a rattrapé avec la perspective du retour des concessions hydrauliques octroyées à des sociétés hors canton pour l'exploitation des eaux destinées à être transformées en électricité. Des millions pourraient être en jeu dans la vallée du Trient. «L'argent ne se trouve pas toujours là où on le croit», ironise Philippe Rahm. Un étudiant a même songé à développer les ultraviols. «Imagine», chantait Lennon.

## L'EHL fête ses projets phare

L'Institut de l'innovation et de l'entrepreneuriat de l'Ecole hôtelière de Lausanne (INTHEL) vient de remettre ses prix dans le cadre des projets étudiants-entreprise. Créativité, succès, ambition et innovation ont été récompensés.

EUGENIO D'ALESSIO

L'Institut de l'innovation et de l'entrepreneuriat de l'Ecole hôtelière de Lausanne, qui fait office de plateforme d'échange de connaissances entre l'EHL et le secteur international de l'accueil, tenait récemment à Lausanne sa cérémonie de clôture des projets étudiants-entreprise.

Ces derniers sont des mandats de conseil que mènent des groupes d'étudiants en dernière année d'études. Dans ce contexte, ils sont encadrés et supervisés par des

professeurs, experts dans la problématique du mandat confié par le client.

Ces missions recouvrent des champs aussi différents que l'audit stratégique et financier, la réalisation de business plans, de nouveaux concepts d'accueil, l'élaboration de concepts de restauration ou de stratégies opérationnelles pour la réalisation de nouveaux concepts. A ce jour, plus de 250 mandats ont été menés à terme et plus de 75% des projets ont été retenus et mis en œuvre dans le secteur de l'accueil.

Cette année, l'Institut de l'innovation et de l'entrepreneuriat de l'Ecole hôtelière de Lausanne a décerné ses prix dans quatre catégories:

**Creativity Award** (grande originalité, nouvelle vision sur le problème posé, grande imagination, anticipation et innovation): le prix revient au projet Accord all seasons, lequel était encadré par Julie Grégoire avec les étudiants Nicolas Bandle, Lena Cremer, Laura Panchaud, Eunbin Song et Delphine Springli.



L'Innovation Award est revenu au Suisse-Majestic. Ici le directeur de l'hôtel **Andrés Oppenheim** avec (de g. à dr) **Esther Vicky Senecy, Martina Heiniger, Andrea Bachmann, Martina Fritz** et **Anne-Sophie Jäggi**.

**Success Award** (faisabilité maximale, grande concordance avec la demande du marché): le prix échoit au projet Aigle Region supervisé par Pierre Anderegg avec les étudiants Romain Leduc, Caroline Lenoir, Imanol Perez-Melero, Camille Séchaud et Jennifer Verdumo.

**Ambition Award** (haut potentiel d'intérêt pour investisseurs et partenaires): le prix est attribué au projet Banque cantonale vaudoise encadré par Jacques Bourloud avec les étudiants Jean-

Philippe Jung, Alex Mégevand, Cyril Nussbaum, Johann Pita et Bastien Touzeau.

**Innovation Award** (de l'idée à sa réalisation): le prix récompense, dans le cadre de la chaire d'innovation Paul Dubrule, le Grand Hôtel Suisse-Majestic, chapeauté par le directeur de l'établissement, Andrés Oppenheim, avec les étudiants Andrea Bachmann, Martina Fritz, Martina Heiniger, Anne-Sophie Jäggi et Esther Vicky Senecy.

## Les gens

### Le Grand Prix du Media Arts Festival, à Tokyo

Michel et André Décosterd, constructeurs de machines visuelles et sonores, viennent de recevoir plusieurs prix internationaux. Les Locoïls ont été primés



pour «Cycloïd-E», le Japan Media Arts Festival est le plus important dans son genre au Japon. Leurs cinq tuyaux horizontaux créateurs de mélodies et de mouvements ont été choisis parmi 2600 dossiers en provenance de 49 pays. Leur œuvre aura été vue par 65 000 visiteurs en deux semaines. Ils préparent en ce moment leur dixième création «Pendulum Choir».

### Le chef sommelier du Chat-Botté va en Bordelais

**Jean-Christophe Ollivier** va quitter la cave du Beau-Rivage de Genève et le poste de chef sommelier du Chat-Botté à la fin du mois de mars. Il va reprendre avec son épouse, les rênes d'un hôtel-restaurant Pian Médoc, dans la région bordelaise. Un nouveau challenge professionnel et personnel à l'aube de la quarantaine pour celui qui a fait preuve d'un remarquable attachement depuis 2003 au Beau-Rivage, après avoir exercé dans de célèbres restaurants gastronomiques. Jean-Christophe Ollivier fut élu, fin 2010, meilleur sommelier de Suisse. Il restera très proche du Beau-Rivage, en continuant à collaborer comme consultant pour des événements ponctuels autour du vin. En attendant l'arrivée du nouveau chef sommelier du Chat-Botté, l'intérim est assuré par **Garry Bovagne**, le second de Jean-Christophe Ollivier. **aca**

# stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 8 / 24. Februar 2011



Hesch gnueg vom Chef?  
Denn chum zu Eus!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

Sehen und gesehen  
werden mit einem Inserat  
in der htr hotel revue

htr hotel revue

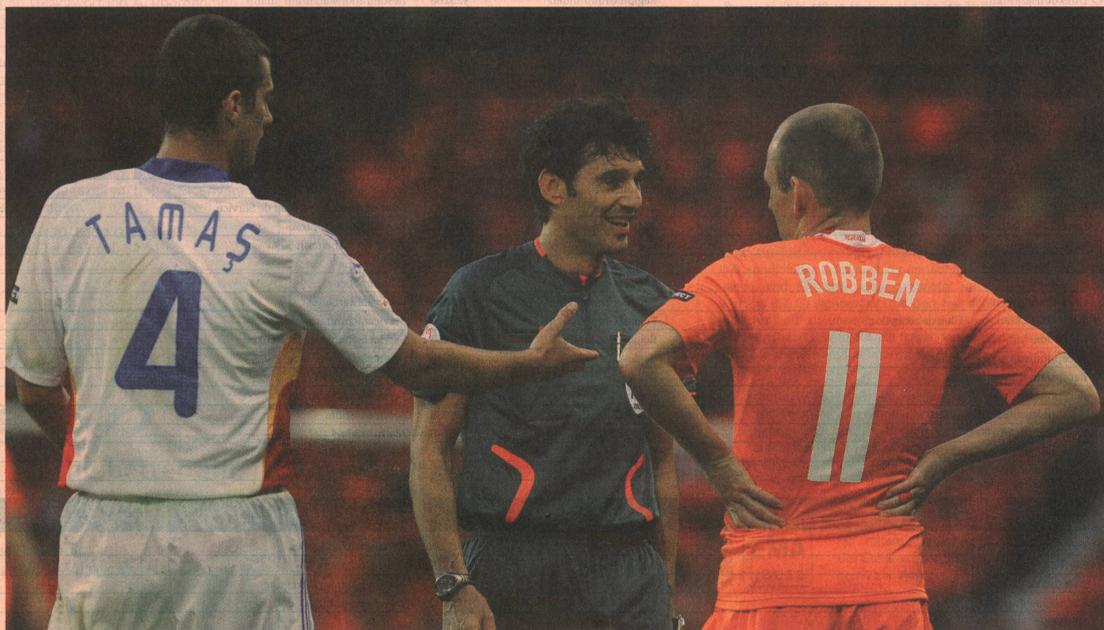


## Inhalt / Sommaire

|  |      |
|--|------|
| Aus- und Weiterbildung .....             | 1    |
| Direktion/Kaderstellen .....             | 3-5  |
| Deutsche Schweiz .....                   | 2-7  |
| Suisse romande .....                     | 8    |
| Svizzera italiana .....                  | 8    |
| International/Marché international ..... | -    |
| Stellengesuche/Demandes d'emploi .....   | -    |
| Immobilien .....                         | 9-10 |

## Corporate Governance

Corporate Governance in KMU und Familienbetrieben stellt den Erfolgsfaktor Mensch in den Mittelpunkt.



Alan D. Bollig

# Spielregeln festsetzen



SUSANNE WIRTH  
INHABERIN EMOVEERE  
WIRTSCHAFTSSYNERGIEN  
WWW.EMOVEERE.DE

Der Begriff geistert recht schwammig durch die Führungsebenen von Unternehmen: Corporate Governance. Tatsächlich gibt es dafür noch immer keine eindeutige und einheitliche Definition.

### Definition

Obwohl seine Wurzeln bis in die 1930er-Jahre zurückreichen, wurde der Begriff der Corporate Governance erst viel später geprägt. Nach einer Reihe spektakulärer Firmenpleiten versuchte der Cadbury Report 1992 erstmals, gesetzliche Rahmenbedingungen und wirtschaftsethische Aspekte in ein Regelwerk für die verantwortungsvolle Unternehmensführung in Grossbritannien zu giessen. Management ist vor allem den Interessen der Stakeholder verpflichtet. Grundsätzlich bezeichnet Corporate Go-

vernance heute die Gesamtheit internationaler und nationaler, obligatorischer wie freiwillig geschaffener Regeln, Vorschriften, Werte und Grundsätze, die bestimmen, wie Unternehmen zu führen und zu überwachen seien.

### Kennzeichen einer Good Governance

Zu den Kennzeichen einer «Good Governance» zählen eine funktionsfähige Führung, eine zielgerichtete Zusammenarbeit von Unternehmensleitung und -überwachung, eine transparente Unternehmenskommunikation sowie ein angemessener Umgang mit Risiken. Dabei ist das Management langfristiger Wertschöpfung wie auch den Interessen der Stakeholder eines Unternehmens verpflichtet. Der Dachver-

band der Schweizer Wirtschaft economicuisse beispielsweise hat 2002 den sogenannten Swiss Code of Best Practice (Swiss Code) verabschiedet, der zehn Verhaltensregeln für eine vorbildliche Corporate Governance auflistet.

### Auch kleine Betriebe profitieren

Man kann davon ausgehen, dass weltweit alle grossen Unternehmen ein Corporate-Governance-Regelwerk implementiert haben. Hier geht es vor allem darum, das Vertrauen von Investoren und Anlegern in die Führung zu stärken. Aber auch kleine und mittelständische Betriebe, Familienunternehmen, wie sie etwa in der Hotel- und Gastronomiebranche häufig zu finden sind, können von der Entwicklung und Ein-

führung einer Corporate Governance profitieren. Eine sogenannte Family Business Governance ist typischerweise sehr individuell auf die Bedürfnisse eines Familienbetriebs zugeschnitten und regelt beispielsweise Identität und Eigentum, die Souveränität der Unternehmensleitung, also die Unabhängigkeit vom Kapitalmarkt, sowie die aktuelle und den Spielraum für die künftige Management- und Gesellschafterstruktur. Ein solcher Kodex stellt aber vor allem den Menschen in den Mittelpunkt, also das Miteinander von Management, Mitarbeitern und Kunden. Und nimmt damit entscheidenden Einfluss beispielsweise auf Betriebsklima, Loyalität der Mitarbeiter und ihre Identifikation mit dem Unternehmen – Faktoren, die wesentlich sind für den wirtschaftlichen Erfolg.



Hotelfinden! Sie haben die Wahl. [www.swisshotels.com](http://www.swisshotels.com)

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

# Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

# hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch) den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!



## Direktion / Geschäftsleitung

| Position, Arbeitgeber  | Ort                   | Job-Code |
|------------------------|-----------------------|----------|
| Restaurant Manager     | Region Basel          | J25194   |
| Direktionsassistent    | Region Graubünden     | J25266   |
| Betriebsleiter/in      | Region Zentralschweiz | J25305   |
| Direktionsassistent/in | Region Zürich         | J25046   |

## Reception/Reservation

| Position, Arbeitgeber                    | Ort                   | Job-Code |
|--|-----------------------|----------|
| Assistant Front Office Manager           | Region Bern           | J25288   |
| Chef de Reception                        | Region Bern           | J25232   |
| Front Office Manager/in                  | Region Bern           | J25290   |
| Rezeptionist/in                          | Region Bern           | J25293   |
| Réceptionist/in                          | Region Bern           | J25188   |
| Leiter Administration                    | Region Bern           | J25217   |
| Réceptionistin                           | Region Bern           | J25213   |
| Réceptionistin                           | Region Bern           | J25197   |
| Réceptionistin                           | Region Graubünden     | J25270   |
| Chef de réception                        | Region Graubünden     | J25228   |
| Front Office Manager / Chef de réception | Region Graubünden     | J25267   |
| Réceptionistin                           | Region Ostschweiz     | J25253   |
| Réceptionistin                           | Region Zentralschweiz | J25040   |
| Rezeptionist/in                          | Region Zürich         | J25282   |
| Rezeptionist/in 80-100%                  | Region Zürich         | J25255   |
| Nachtportier Aushilfe 20-40%             | Region Zürich         | J25054   |
| Praktikant/in 60-100%                    | Region Zürich         | J25256   |
| Rezeptionist/in                          | Tessin                | J25191   |
| Rezeptionist/in                          | Region Freiburg       | J25278   |

## Küche

| Position, Arbeitgeber               | Ort                       | Job-Code |
|-------------------------------------|---------------------------|----------|
| Koch / Köchin EFZ                   | Region Basel              | J25319   |
| Commis de Cuisine                   | Region Bern               | J25312   |
| Koch/Chef de partie                 | Region Bern               | J25309   |
| Sous-chef                           | Region Bern               | J25031   |
| Chef de partie                      | Region Bern               | J25289   |
| Jungkoch                            | Region Bern               | J25209   |
| Sous-chef                           | Region Bern               | J25211   |
| Koch                                | Region Bern               | J25051   |
| Chef de partie                      | Region Graubünden         | J25268   |
| Chef pâtissier                      | Region Graubünden         | J25047   |
| Chef Entremetier                    | Region Graubünden         | J25257   |
| Commis de cuisine                   | Region Graubünden         | J25269   |
| Koch / Köchin EFZ                   | Region Mittelland (SO,AG) | J25318   |
| Commis de cuisine                   | Region Ostschweiz         | J25292   |
| Chef de partie                      | Region Zentralschweiz     | J25264   |
| Chef de partie                      | Region Zentralschweiz     | J25041   |
| Commis de Cuisine                   | Region Zürich             | J25183   |
| Jungkoch/-köchin                    | Region Zürich             | J25323   |
| Commis de cuisine                   | Region Zürich             | J25030   |
| Junior Sous Chef                    | Region Zürich             | J25240   |
| Koch/Chef de partie                 | Region Zürich             | J25254   |
| Hilfskoch 60-100%                   | Region Zürich             | J25053   |
| Köchin / Koch                       | Region Zürich             | J25301   |
| Küchenchef                          | Region Zürich             | J25307   |
| Chef Pâtissier                      | International             | J25306   |
| Commis pâtissier (England - Jersey) | International             | J25049   |
| Chef de partie                      | Region Freiburg           | J25238   |
| Commis de cuisine                   | Region Freiburg           | J25237   |
| Koch/Köchin                         | Region Freiburg           | J25195   |
| Demi-chef de partie                 | Region Freiburg           | J25294   |

## F&B/Catering/Events

| Position, Arbeitgeber           | Ort                       | Job-Code |
|---------------------------------|---------------------------|----------|
| Service Mitarbeiter / In        | Region Bern               | J25216   |
| Chef de Service Bankett         | Region Bern               | J25314   |
| Barkeeper                       | Region Bern               | J25214   |
| Serviceangestellte              | Region Bern               | J25222   |
| Barista                         | Region Bern               | J25045   |
| Teammitglied Anlassorganisation | Region Mittelland (SO,AG) | J25182   |
| Catering Manager/in (CH)        | Region Zürich             | J25303   |
| Travelling Chef                 | International             | J25229   |

## Service / Restauration

| Position, Arbeitgeber             | Ort          | Job-Code |
|-----------------------------------|--------------|----------|
| Restaurationsfachfrau/-mann       | Region Basel | J25321   |
| Service Mitarbeiter /-in Teilzeit | Region Basel | J25187   |

## Service / Restauration

| Position, Arbeitgeber                | Ort                       | Job-Code |
|--------------------------------------|---------------------------|----------|
| Restaurationsfachfrau/-mann          | Region Basel              | J25322   |
| Restaurationsfachfrau/-mann          | Region Bern               | J25050   |
| Servicefachfrau/Servicefachmann      | Region Bern               | J25283   |
| Restaurationsfachfrau                | Region Bern               | J25279   |
| Commis de Bar                        | Region Bern               | J25287   |
| Chef de Bar                          | Region Bern               | J25286   |
| Chef de Service                      | Region Bern               | J25285   |
| Stv. Restaurant Manager              | Region Bern               | J25262   |
| Serviceaushilfen                     | Region Bern               | J25298   |
| Restaurationsfachfrau/-mann          | Region Bern               | J25316   |
| Mitarbeitende/r Room-Service         | Region Bern               | J25317   |
| Servicefachangestellte               | Region Graubünden         | J25271   |
| Chef de Service/stv. Chef de Service | Region Graubünden         | J25263   |
| Restaurationsfachfrau                | Region Mittelland (SO,AG) | J25192   |
| Service Mitarbeiterin 50%            | Region Zentralschweiz     | J25252   |
| Chef de rang                         | Region Zentralschweiz     | J25039   |
| 2. Sommelier                         | Region Zentralschweiz     | J25273   |
| Service Mitarbeiter                  | Region Zürich             | J25044   |
| Servicefachmitarbeiter/in            | Region Zürich             | J25299   |
| Servicefachangestellter Bankett      | Region Zürich             | J25244   |
| Servicefachangestellte/r             | Region Zürich             | J25243   |
| Service Mitarbeiter/in               | Region Zürich             | J25260   |
| Servicepraktikant/in                 | Region Zürich             | J25196   |
| Serviceaushilfe                      | Region Zürich             | J25055   |
| Maitre d'hôtel                       | Tessin                    | J25291   |
| Commis de rang                       | Region Freiburg           | J25277   |
| Chef de rang                         | Region Freiburg           | J25239   |

## Hauswirtschaft

| Position, Arbeitgeber    | Ort                   | Job-Code |
|--------------------------|-----------------------|----------|
| 1. Gouvernante           | Region Zentralschweiz | J25295   |
| Gruppenleitung Reinigung | Region Bern           | J25218   |
| 1. Gouvernante           | Region Freiburg       | J25189   |

## Marketing/Verkauf/KV/IT

| Position, Arbeitgeber         | Ort                       | Job-Code |
|-------------------------------|---------------------------|----------|
| Sachbearbeiterin Finanzen 90% | Region Basel              | J25274   |
| Einstieg in den Verkauf       | Region Mittelland (SO,AG) | J25198   |
| Meeting & Event Coordinator   | Region Zentralschweiz     | J25186   |
| Personalverantwortliche/r     | Region Zürich             | J25308   |
| Event Sales Coordinator/in    | Region Zürich             | J25304   |

## Beauty/Wellness/Fitness

| Position, Arbeitgeber      | Ort         | Job-Code |
|----------------------------|-------------|----------|
| Fitness-Trainer (Teilzeit) | Region Bern | J25284   |

## Diverses

| Position, Arbeitgeber            | Ort                   | Job-Code |
|----------------------------------|-----------------------|----------|
| Sachbearbeiter/in Rechnungswesen | Region Bern           | J25236   |
| Kinderbetreuerin                 | Region Graubünden     | J25181   |
| Etageportier (m)                 | Region Zentralschweiz | J25265   |

## Express Stellengesuche

| 1     | 2  | 3  | 4  | 5          | 6          |
|-------|--|----|----|------------|------------|
| B1739 | Chef de Rang                             | 33 | SK | per sofort | D E SK     |
| B329  | Chef de service/Gastgeber                | 54 | AT | per sofort | D F E      |
| B1142 | Direktion/Réception/Marketing            | 48 | DE | per sofort | D F E E    |
| B1752 | Empfang/Reception                        | 28 | CH | per sofort | D E        |
| B1674 | F&B Bereich, Service, auch Aushilfsweise | 47 | AT | per sofort | D F E E    |
| B731  | Küchenchef                               | 43 | DE | per sofort | D F E E    |
| B275  | Marketingassistentin                     | 29 | CH | per sofort | D F E E ES |
| B140  | Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung   | 45 | DE | per sofort | D E        |
| B1574 | Réceptionist oder Back Office            | 53 | CH | per sofort | D F E E    |
| B1736 | Reiseleitung / Reception                 | 24 | CH | per sofort | D F E E ES |
| B1746 | Service                                  | 27 | GR | per sofort | D E GR     |
| B898  | Service/Restauration/Bar/Events/Bankett  | 21 | CH | per sofort | D E        |
| B1747 | Sous-Chef/ Küchenchef                    | 32 | CH | per sofort | D E        |
| B1753 | Tourismus                                | 28 | HU | per sofort | D F E      |

1 Referenznummer - Numéro des candidats

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

3 Alter - Age

4 Nationalität - Nationalité

5 Eintrittsdatum - Date d'entrée

6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 21. 2. 2011. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerberdossier finden Sie unter [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

Wollen Sie Ihren Gastrovirus während den normalen Büroarbeitszeiten leben?



Wir machen es möglich!

Falls Sie der Meinung sind, dass ein geregeltes Familienleben und viel Freizeit bei einem verantwortungsvollen Job als

**Sous-Chef (m/w)**  
Eintritt nach Vereinbarung

nicht möglich ist, dann sollten Sie unbedingt weiterlesen!

Das Graf-Z befindet sich im Parterre des Bürohauses «Portikon». Es umfasst ein Restaurant mit einem Selbstbedienungs- und einem À-la-carte-Bereich mit 200 Sitzplätzen und grosser Terrasse mit 240 Sitzplätzen, ein Bistro/Take-away sowie das Catering für die Stockwerkverpflegung, Konferenzen und Sonderveranstaltungen. Der Betrieb ist mehrheitlich auf die Büroöffnungszeiten ausgerichtet.

Haben Sie Erfahrung in der Systemgastronomie und in der À-la-carte-Küche und sind interessiert auch etwas mehr an Verantwortung zu übernehmen? Sind HACCP, Menügestaltung, Rezepturen und Bestellwesen keine Fremdwörter für Sie?

Sie lieben Ihren Beruf und konnten sich in der Kochkunst bereits unter Beweis stellen, speziell auch in der «Cook & Chill»-Produktion. Sie suchen eine Herausforderung und sind bereit im Team neue Wege zu gehen. Sie sind engagiert, kreativ, qualitätsbewusst und pflegen ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Einsatzbereitschaft ist für Sie kein Fremdwort und Ihre aufgestellte Art motiviert Sie im Team zu Höchstleistungen.

Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und Sie kommen schon bald in den Genuss von geregelten Arbeitszeiten, hoher Eigenverantwortung und attraktiven Anstellungsbedingungen.

Graf Z AG, Thurgauerstrasse 130, 8152 Glattpark  
info@graf-z.ch, Frau F. Yancy, Tel. 058 680 34 14

Die Gastronomiegruppe **ZfV**

Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

**Bistro Steinhalle**

Helvetiaplatz 5, 3005 Bern  
suchen wir per sofort einen

**Junior-Küchenchef (m/w)**

Das Bistro Steinhalle verwöhnt nicht nur Museumsbesucher, sondern auch Gäste, die ein feines Mittagsmenü oder abends ein gepflegtes Essen mit einem ausgesuchten Wein geniessen wollen.

**Ihre Aufgabe:** Sie sind bereit und in der Lage, diese verschiedenen Ansprüche in der Küche umzusetzen und die Ihnen unterstellten Mitarbeitenden anzuleiten. Weiter gehören zu Ihrem Aufgabengebiet die Menüplanung (à la carte und Bankette), die Gesamtverantwortung im Küchenbereich sowie die Erstellung der Arbeitspläne und Arbeitszeitkontrolle der Küchenmitarbeitenden.

**Ihr Profil:** Wir wünschen uns eine kreative, leistungsbereite Persönlichkeit, die eine Ausbildung als Koch vorweisen kann und erste Führungserfahrungen mitbringt. Sie zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und fördern aktiv die Zusammenarbeit und Weiterentwicklung des Teams.

Im Weiteren suchen wir per sofort einen

**Koch (m/w)**

**Ihre Aufgabe:** Sie sind verantwortlich für die Zubereitung der Menüs und arbeiten auf allen Posten mit. Zudem übernehmen Sie die Ablösung des Küchenchefs während dessen Abwesenheiten.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine Person, die eine Ausbildung zum Koch mitbringt und bereits Erfahrungen im à la carte Bereich sowie in der gehobeneren Küche vorweisen kann.

Die Öffnungszeiten des Bistros sind dienstags bis samstags jeweils von 10.00 bis 23.30 Uhr und sonntags von 10.00 bis 18.00 Uhr. Sie arbeiten mit Zimmerstunde und sind auch bei Spezialanlässen sowie während Sonderausstellungen flexibel und einsatzbereit.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Evi Baumann, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

ZfV-Unternehmungen  
Zweigstelle Bern, Postfach 933, 3000 Bern 9  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
info@zfv.ch, [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

**MOTEL SAN GOTTARDO \*\*\***

Für unser Motel in Piotta Leventina Tessin suchen wir **junge/n, motivierte/n**

**Geschäftsführer(in) / Direktor(in)**

Das Motel hat 60 Zimmer (120 Betten) umfasst einen Speisesaal mit 120 Plätzen, eine Bar mit 50 Plätzen, Konferenzräume sowie eine Terrasse.

Sie bringen ausgewiesene unternehmerische und gastronomische Fähigkeiten mit und haben in ähnlicher Stellung Erfahrungen gesammelt und sprechen Italienisch.

Suchen Sie aufgrund Ihrer Fähigkeiten die Herausforderung, dann sind Sie unsere Frau oder unser Mann.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto an:

Area City Quinto SA, z. H. Frau Dell'Agnola Prisca, 6776 Piotta  
Tel. 091 873 66 40

**Residential and Office**  
Nordstrasse 1, CH-8006 Zurich  
Phone +41 (0)44 368 36 68, Fax +41 (0)44 368 36 36  
[www.ema-house.ch](http://www.ema-house.ch), [info@ema-house.ch](mailto:info@ema-house.ch)



**Für Tage, Wochen oder länger residieren, arbeiten oder tagen unsere Gäste in der vielfältigen Welt des EMA house.**

Einer jungen, initiativen und flexiblen Persönlichkeit offerieren wir eine abwechslungs- und anforderungsreiche Position als

**Réceptionist/in**

Als wichtiges Mitglied eines kleinen Teams erledigen Sie selbstständig und zuverlässig alle, an einem Frontoffice/Service Desk zukommende Aufgaben. Zudem sind Sie eine gewiefte Verkäuferin und verstehen es, unsere Angebote am Telefon, bei persönlichen Präsentationen vor Ort und bei schriftlicher Offerstellung ins richtige Licht zu stellen. Vor allem sind Sie aber eine gepflegte, offene und engagierte Person mit Gastgeberflair, die den menschlich Anteilnehmenden Kontakt zu unserer anspruchsvollen internationalen Klientele schätzt. Wenn Sie die folgenden Anforderungen erfüllen und Sie diese Aufgabe interessiert, so freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung:

- Hotel KV, HOFA, GAFA, Hotelfachfrau oder andere Berufe/Tätigkeiten mit Dienstleistungs- und Fronterfahrung
- Sehr gute D- sowie E-Kenntnisse aus längerem Sprachaufenthalt (m/s); weitere Sprachen von Vorteil
- Fidelio- od. andere Hotelloftware-Kenntnisse erwünscht
- Gute MS-Office-, Internet- & E-Mail-Anwenderkenntnisse
- PW-Ausweis
- Eintritt nach Vereinbarung



Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Urs Schärer oder Frau Jsabelle Bucher gerne zur Verfügung.

**Bettmeralp**  
... the better alp.

Bettmeralp ist im Sommer und im Winter ein beliebtes Ferien- und Ausflugsziel mit einer gut ausgebauten touristischen Infrastruktur. Unser Direktor geht im Frühjahr 2011 in Pension. Bettmeralp Tourismus sucht für diese interessante und anspruchsvolle Aufgabe als

**Geschäftsführer (-in)**

eine 30-50 jährige, initiative und unternehmerisch denkende Persönlichkeit.

Diese anspruchsvolle Kaderfunktion beinhaltet die

- Organisation und Führung von Bettmeralp Tourismus
- Vermarktung der Destination Bettmeralp in enger Zusammenarbeit mit den Partnern der Aletsch Arena
- Führung und Entwicklung der Mitarbeitenden von Bettmeralp Tourismus
- Abklärung und Bearbeitung von Spezialaufträgen des Präsidenten und des Vorstandes

**Erwartet wird**

- Kaufmännische/betriebswirtschaftliche Grundausbildung mit Vertiefung in den Bereichen Management und/oder Marketing (Fachhochschule)
- Mehrjährige Führungserfahrung mit einem Team bzw. einer eigenständigen Unternehmung
- Integere, souveräne Persönlichkeit mit der Fähigkeit, sich in Äusserungen und Handlungen positiv einzubringen
- Strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln
- Gute Sprachkenntnisse Deutsch, Englisch, Französisch von Vorteil

**Wir bieten**

- Eine selbständige, anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit in einer einmaligen Destination
- Angenehmes Arbeitsklima mit einem motivierten Team
- Der Verantwortung entsprechende Entlohnung und fortschrittliche Sozialleistungen

Wenn diese Stelle Ihr Interesse geweckt hat und Sie den Anforderungen entsprechen, senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bis spätestens 4. März 2011 an den Präsidenten von Bettmeralp Tourismus:

Bettmeralp Tourismus  
Herrn Patrick Jenelten  
CH - 3992 Bettmeralp  
T: +41 27 928 60 60  
[www.bettmeralp.ch](http://www.bettmeralp.ch)



**La Capriola**

... bereit fürs Leben

La Capriola ist eine Stiftung, die jungen Menschen mit Handicap eine Chance auf Ausbildung und damit den Einstieg in die Hotellerie und Restauration ermöglicht. Mit unserem in der Schweiz einzigartigen Konzept der Integration in den ersten Arbeitsmarkt eröffnen wir – nach sechs Jahren Erfahrung in Davos – im kommenden Sommer ein weiteres Ausbildungszentrum in Luzern.

In unser neues Team suchen wir ab 1. Juli 2011

**AusbildnerIn (80%)**

Sie fördern die Lernenden am Ausbildungsplatz in den Bereichen Küche, Service, House-keeping und Réception in Zusammenarbeit mit den Kadermitarbeitenden unserer beiden Partnerhotels Continental Park und Schweizerhof und unterstützen sie beim Erlernen der theoretischen Fachkenntnisse.

Sie verfügen über eine Berufsbildung in der Gastronomie/Hotellerie und über pädagogische Erfahrung, sind geduldig, einfühlsam, belastbar, flexibel und können Jugendliche motivieren.

**LeiterIn Wohnen/Freizeit (100%)**

**& BetreuerInnen Wohnen/Freizeit (evtl. Teilzeitpensum)**

Sie fördern und unterstützen die Lernenden in ihren Selbst-, Sozial- und Alltagskompetenzen in unserer Wohngemeinschaft sowie in ihren beruflichen Kompetenzen in Zusammenarbeit mit Ausbildner, Erziehungsberechtigten, Berufsschulen, usw.

Sie verfügen über eine Fachausbildung in Sozialpädagogik oder eine gleichwertige Ausbildung, sind geduldig, einfühlsam, belastbar und flexibel.

Interessiert und neugierig, mehr über La Capriola zu erfahren?

Rufen Sie mich an oder schicken Sie mir Ihre Bewerbung bis am 11. März 2011!

Stiftung La Capriola · Marlis Saladino · Via Spinatsch 22 · 7014 Trin  
Tel. 081 530 01 63 · [saladino@lacapriola.ch](mailto:saladino@lacapriola.ch) · [www.lacapriola.ch](http://www.lacapriola.ch)

## HANS IM GLÜCK

MÄRCHENHAFT FRISCH

Wir suchen per 1. April 2011 oder nach Vereinbarung

### Köchin/Koch 100%

MIT DEM BESONDEREN ETWAS

Die Stiftung Pigna führt in der Stadt Kloten das Gasthaus Hans im Glück. Die Besonderheit des Gasthauses liegt in der Zusammenarbeit von Menschen mit Behinderung und Gastronomieprofis.

#### Sie führen...

...selbständig einen Posten zusammen mit Lernenden und/oder Menschen mit Behinderung. Mithilfe bei der Angebotsplanung und mitdenken bei der Umsetzung ist für uns Selbstverständlichkeit.

#### Sie verfügen...

...über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch. Eine Zusatzausbildung als Diätkoch oder Erfahrung in diesem Bereich sind wünschenswert. Eine grosse Sozialkompetenz und arbeiten mit und für Menschen sind neben Ihrer Fachkompetenz weitere Fähigkeiten, die Sie bei uns einsetzen wollen.

#### Wir bieten...

...Ihnen einen Arbeitsplatz in einem lebhaften Betrieb, faire und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen und fortschrittliche Sozialleistungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennenlernen!

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

**Gasthaus Hans im Glück**, Beat Schmid, Leiter Gastronomie, Graswinkelstrasse 54, 8302 Kloten, Telefon 044 800 15 18

11172-808

## Die Gastronomiegruppe (zfv)

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 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 Neueröffnung des von uns im Auftrag geführten

### Personalrestaurants «plattform»

auf dem Maag Areal in Zürich West

suchen wir per 01. Mai 2011 einen

### Küchenchef (w/m)

**Ihre Aufgabe:** In der Funktion als Küchenchef sind Sie hauptsächlich für die Angebotsplanung der verschiedenen Menüs und des Cateringangebots, den Einkauf der Waren und die Kalkulation der Menüs, die Lagerbewirtschaftung sowie die aktive Mitarbeit auf allen Posten zuständig. Im Weiteren gehören die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten 4 Mitarbeitenden, die Erledigung administrativer Arbeiten sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihren Aufgaben.

**Ihr Profil:** Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und können nebst mehrjähriger Berufserfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie auch Führungserfahrung vorweisen. Zudem sind Sie eine leidenschaftliche Fachperson mit einem hohen Qualitätsbewusstsein und Kreativität. Neben guten IT-Kenntnissen gehört unternehmerisches Denken und Handeln sowie Kosten- und Preisbewusstsein zu Ihren Stärken. Sie handeln im Interesse der Unternehmung, entwickeln neue Ideen und verfolgen diese mit Energie. Auch unter Arbeits- und Zeitdruck arbeiten Sie ruhig und effizient. Im Weiteren sind Sie bestrebt, die Qualität der Produkte ständig zu verbessern. Sie vermitteln eine wohlwollende Atmosphäre und schaffen durch klare Kommunikation Transparenz. Zudem vertreten Sie als Führungskraft die Interessen der Unternehmung. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag in drei Schichten entweder von 06.00 – 16.00 Uhr, von 07.00 – 17.00 Uhr oder von 08.00 – 18.00 Uhr. Bei Spezialanlässen sind Sie flexibel und einsatzbereit.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://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](http://info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

11307-807

## GDI GOTTLOB DUTTWEILER INSTITUTE

Für unseren Veranstaltungsbereich in GDI Gottlob Duttweiler Institute in Rüschlikon/Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine verkaufs- und beratungsorientierte Persönlichkeit als

### Sales Representative Events 100%

Als einzigartiger und historischer Ort der Begegnung stellen wir unsere kompletten Dienstleistungen und Räumlichkeiten für Firmen- oder Gesellschaftsanlässe zur Verfügung. Wir legen grossen Wert auf gepflegte Gastronomie und herzliche Gastlichkeit. Unsere 11 Räumlichkeiten für 2 bis 300 Personen werden für Konferenzen, Tagungen, Seminare, Workshops, Bankette oder Events genutzt (kein Tagesbetrieb).

#### Ihr Aufgabebereich

- Verkauf der Dienstleistungen des Veranstaltungsortes des GDI
- Planung, Durchführung und Nachbearbeitung von Anlässen
- Veranstaltungsplanung der Segmente Events, Tagungen, Privatfeiern
- Mitverantwortung für die optimale Auslastung des Veranstaltungsortes
- Erstellung schriftlicher Angebote und Aufträge
- Telefonische Betreuung von Firmenkunden und Kundenpflege (CRM)
- Koordination zwischen der Veranstaltungsabteilung und den operativen Abteilungen

#### Ihr Profil

- Abgeschlossene Berufsausbildung mit Erfahrung im Vertriebsverkauf
- Organisationstalent mit positiver, natürlicher Ausstrahlung und ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein
- Kenntnisse über operative Bankettabläufe im Service und in der Planung (wünschenswert)
- Hohe Affinität zu Kunden und Gästen
- Kommunikationsstark
- Selbstständiges Arbeiten und Detailgenauigkeit
- Gepflegtes Erscheinungsbild
- Sehr gute PC-Kenntnisse
- Deutsch in Wort und Schrift, Englischkenntnisse

#### Perspektiven

- Spannende Herausforderung in einer geschichtsträchtigen Unternehmung an traumhafter Lage
- Anspruchsvolle, vielseitige Tätigkeit mit hoher Eigenverantwortung und Entwicklungsmöglichkeiten
- Hervorragende Sozialleistungen der Migros-Gemeinschaft

Interessiert? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen in elektronischer Form mit Foto an:

GDI Gottlob Duttweiler Institute  
juerg.schlatter@gdi.ch (Head of Finance & HR), Tel. +41 44 724 62 20,  
[www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

11494-809

## SCHWEIZERHOF

BERN

THE BÜRGENSTOCK SELECTION



Das Traditionsrestaurant Schweizerhof Bern wird im Frühjahr 2011 neu eröffnet. Möchten Sie von Anfang an Teil unseres Teams sein und als dynamische, flexible, einsatzfreudige und leidenschaftliche Persönlichkeit (m/w) mit Ihrer Erfahrung zu einer erfolgreichen Eröffnung beitragen? Folgende Stellen sind zu besetzen:

### F & B

Assistant Manager für die Jack's Brasserie Barista «Kaffeespezialist»  
Leiter Lobby Bar  
Commis de Cuisine  
Chef de Partie

### TECHNIK/UNTERHALT

Leiter Technischer Dienst und Unterhalt  
Mitarbeiter Technischer Dienst und Unterhalt

### ADMINISTRATION

HR Mitarbeiter  
Sachbearbeiter/Buchhalter/Controllor

### FRONT OFFICE

Chasseur/Doorman

Wenn Sie an einer dieser anspruchsvollen und herausfordernden Positionen interessiert sind, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an untenstehende Adresse. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

### AUSHILFEN

Aushilfen für sporadische Einsätze im Bankettservice sowie Housekeeping  
Die Evaluation findet mittels Casting an folgenden Terminen statt:  
Samstag, 19. März 2011, um 10, 14, 16 Uhr  
Montag, 21. März 2011, um 17, 19 Uhr  
Ort: Lorrainestrasse 6a, 3013 Bern

Bitte melden Sie sich per E-mail ([marina.ferrari@schweizerhof-bern.ch](mailto:marina.ferrari@schweizerhof-bern.ch)) mit Angabe des gewünschten Casting-Termins an. Zum Casting bringen Sie Ihre kompletten Unterlagen mit. **Bitte keine schriftlichen Bewerbungen einreichen.**

Weitere Informationen und Stellenangebote finden Sie unter:  
[www.schweizerhof-bern.ch/kontakt/karriere](http://www.schweizerhof-bern.ch/kontakt/karriere)

Schweizerhof Bern – Frau Marina Ferrari – Bahnhofplatz 11 – 3001 Bern  
Telefon 031 326 80 88 – [marina.ferrari@schweizerhof-bern.ch](mailto:marina.ferrari@schweizerhof-bern.ch) – [www.schweizerhof-bern.ch](http://www.schweizerhof-bern.ch)

11488-804

## Die Gastronomiegruppe (zfv)

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 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 geführten

### Gastronomiebetriebe der BEA bern expo

Mingerstrasse 6, 3014 Bern

suchen wir per 01. April 2011 oder nach Vereinbarung eine/n

### Betriebsassistenten/-in

**Ihre Aufgabe:** Ihr Aufgabengebiet umfasst hauptsächlich das Überwachen der Messerestaurants sowie die Mitarbeiterkoordination und -führung während Events und Anlässen. Im Weiteren gehören die Angebotsplanung und das Offertwesen im Bereich Bankett und Catering, die Besprechung und Betreuung der Anlässe, die Erledigung der Beveragebestellungen sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihren Arbeiten.

**Ihr Profil:** Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe mit und verfügen über Koordinationstalent. Sie sind sich der Bearbeitung von Offerten gewohnt und können sich sowohl mündlich als auch schriftlich in stilsicherem Deutsch ausdrücken. Sie handeln im Interesse der Unternehmung und bleiben auch in schwierigen Situationen ruhig und besonnen. Sie sind kreativ, zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und sind sehr verantwortungsbewusst. Als Führungskraft vertreten Sie die Interessen der Unternehmung und übernehmen Verantwortung für getroffene Entscheidungen. Die Arbeitszeiten richten sich nach den Bedürfnissen des Betriebes und der anstehenden Messen und Events.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Evi Baumann, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

### ZFV-Unternehmungen

Zweigstelle Bern, Postfach 933, 3000 Bern 9  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[info@zfv.ch](http://info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

11507-807



SORELL HOTEL SEEFELD

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

Für unser

### Sorell Hotel Seefeld

Seefeldstrasse 63, 8008 Zürich

suchen wir per 01. Mai 2011 einen

### Nachtportier

**Ihre Aufgabe:** In dieser Funktion sind Sie für die Betreuung unserer Gäste beim Check-in und Check-out und die Bearbeitung der eingehenden Reservationen während der Nacht zuständig. Sie sind zudem für die Bearbeitung der Tagesabschlüsse, die Erledigung diverser Reinigungsarbeiten und für den Aufbau des Frühstücks- sowie des Restaurantbuffets verantwortlich. Im Weiteren sind Sie Ansprechpartner für unsere Gäste während der Nacht.

**Ihr Profil:** Die Sprachen Deutsch und Englisch (wenn möglich auch Französisch und Italienisch) beherrschen Sie einwandfrei und finden sich mit den Programmen Fidelio und Microsoft Office problemlos zurecht. Sie handeln stets im Interesse der Unternehmung und bleiben auch in schwierigen Situationen ruhig und besonnen. Sie zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und vermitteln eine wohlwollende sowie unterstützende Atmosphäre. Sie arbeiten jeweils an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag von 21.45 bis 06.45 Uhr.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen direkt an Angela Tauro, Leiterin Personalwesen.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch) oder [www.sorellhotels.com](http://www.sorellhotels.com).

### Sorell Hotels Switzerland

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

11519-801

Karriereplanung –  
einfach gemacht  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

## BELVOIRPARK

**Herzlich willkommen  
zu einer neuen Herausforderung!**

Für unseren lebhaften Betrieb suchen wir nach Vereinbarung eine/n:

### Chef de Service

- Sie verwöhnen unsere anspruchsvollen Gäste im À-la-carte-Restaurant und im Bankettbereich.
- Sie begleiten unsere Studenten während ihrer praktischen Ausbildung in unserem Restaurant.

Sie sind motiviert und verstehen es, in einer nicht alltäglichen Kaderposition die Gastfreundschaft in unserem Hause mitzuprägen und in hektischen Momenten den Überblick zu bewahren.

- Sie bringen eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie oder einen Hotelfachschulabschluss mit.
- Sie arbeiten teamorientiert und überzeugen durch Begeisterung, Qualitätsbewusstsein und mit Ihrer natürlichen Autorität.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

**Belvoirpark Hotelfachschule Zürich HF**  
Herr Marius Casanova  
Seestrasse 141  
8002 Zürich  
044 286 88 69

Wir freuen uns auf Sie!

### INTERLAKEN



### JUNGFRAUREGION

... auch im 2011 im Trend: die «Ferien-  
ecke» und schönste Terrasse in In-  
terlaken ... und im Du Lac suchen wir  
noch in unser Profi-Team:

### Produktion/Küche:

- **Commis/Jungköchin**
- **Küchenhilfe** (Abwasch, Reinigung)

### Praktikum:

- **Frontoffice** (D/E gute Kenntnisse)
- **Frontoffice-Service** («go-between»)

Haben wir Ihr Interesse geweckt...  
**Bitte nur Kurzbewerbung, vollst.**  
Dossier erst nach Kontakt mit  
Ernst Hofmann, Tel. 033 822 29 22.  
dulac@bluewin.ch

Wir suchen nach Übereinkunft für unsere  
Trattoria AL PORTO, modern eingerich-  
teter Betrieb, breit abgestützter Kunden-  
kreis, à la carte und Bankette, Restau-  
rant mit 110 Plätzen, Saal 40 Plätze und  
Seeterrasse

### Geschäftsführer/in

- Erfahrung in der Führung eines ähn-  
lichen Betriebes «italienische Küche  
und Ambiente»
- Gastgebernatur, zuvorkommend
- Verkaufsorientiert
- Motivierter Personalführung
- Gestaltung der Menükarten mit dem  
Küchenchef
- Administrative Arbeiten wie: Pflege des  
Internets, Offerten, Menüs, Karten und  
Aktionen vorbereiten, Kundenkartei usw.
- Entlohnung Fixum, Umsatz- und BE-I-  
Beteiligung

Interessenten senden ihre kompletten  
Unterlagen an:

Harissen Betriebe AG  
Harissenbucht 3, 6362 Stansstad  
079 248 94 43



Lieben Sie Qualität?  
gesucht per 1. April 2011

### Jungkoch

mit 1 – 3 Jahren Berufserfahrung

Unser Küchenchef Adrian Frieden  
freut sich auf Ihre Bewerbung!

Grand Café Restaurant Schuh  
Höhweg 56 | 3800 Interlaken | 079 704 95 08  
info@schuh-interlaken.ch



## BELVOIRPARK

An der Hotelfachschule Belvoirpark bilden wir jährlich 144  
Studierende aus aller Welt aus, welche auch bei Ihnen in  
der Praxis mitarbeiten. Bei uns können Sie Ihr Know-how  
einbringen und stetig erweitern.

Für unsere Abteilung Bankett/Catering suchen wir nach Verein-  
barung eine/n:

### Chef Bankett/Catering Chef de partie Bankett/Catering

Sie bringen Ihre Ideen, Teamgeist und eine grosse Portion Liebe  
zum Kochen mit. Ihre Wanderjahre als Koch haben Sie in guten  
Betrieben abgeschlossen, sind zwischen 25 und 35 Jahre jung  
und haben Freude, Ihr Wissen auch an unsere Studierenden  
weiterzugeben und unsere Gäste auf höchstem Niveau in unser-  
em Restaurant zu verwöhnen.

Sind Sie neugierig auf diese spannende Herausforderung?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto  
an:

**Belvoirpark Hotelfachschule Zürich HF**  
Herr Marius Casanova  
Seestrasse 141  
8002 Zürich  
044 286 88 69

Wir freuen uns auf Sie!

### Die Gastronomiegruppe **(zfv)**

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsge-  
richtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der  
Schweiz sowie mehr als 2'000 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.

MISHIO steht für eine frische, aromareiche, gesunde und schnelle  
Küche in Anlehnung an die thailändische, vietnamesische und  
chinesische Garküche. MISHIO bedeutet Licht und Salz. Licht hat  
auch bei der Umsetzung unseres Gastrokonzeptes eine grosse Rolle  
gespielt. Salz, das einst teuer war als Gold, symbolisiert eine ge-  
schmackvolle Küche.

Für unser

### Restaurant Mishio

im Sorell Hotel Seidenhof, Sihlstrasse 9, 8021 Zürich  
suchen wir per 19. April 2011 einen

### Assistant Restaurant Manager

**Ihre Aufgabe:** Sie sind hauptsächlich zuständig für die Betreuung  
und Bedienung der Gäste im Restaurant Mishio sowie der Hotelgäste  
während dem Frühstückservice. Zudem unterstützen Sie den Res-  
taurant Manager bei den Bestellungen sowie verschiedenen admini-  
strativen Aufgaben. Ebenfalls überwachen Sie die Einhaltung der  
Arbeitssicherheits- und Hygienrichtlinien.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine aufgestellte, flexible und ge-  
pfligte Persönlichkeit, welche über eine abgeschlossene Servicelehre  
sowie organisatorische Fähigkeiten verfügt. Zudem bringen Sie gute  
Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch mit. Sie verlieren den  
Überblick nicht, setzen Prioritäten angemessen und nutzen Syner-  
gien mit anderen Bereichen. Probleme lösen Sie systematisch und  
sind interessiert an neuen Aufgaben. Sie gehen aktiv auf andere zu,  
fordern und ermutigen die Mitarbeitenden in ihren Leistungen und  
vertreten die Interessen der Unternehmung. Sie arbeiten an 5 Tagen  
zwischen Montag und Samstag von 8.00 bis 17.00 Uhr oder mit  
Zimmerstunde von 10.30 bis 14.00 Uhr und von 17.45 bis 23.15  
Uhr.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

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

### hirslanden Klinik St. Anna

Die führende Privatklinikgruppe setzt mit ihren 14 Privatkliniken, über 100  
integrierten Kompetenzzentren und mehr als 50 spezialisierten Instituten  
Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Men-  
schen stehen für uns im Mittelpunkt.

Zur Ergänzung unseres jungen, dynamischen Teams suchen wir per Mai  
2011 eine/n

### Servicefachangestellte/r 50-80 %

Sie führen selbständig eine Station im à la Carte Restaurant und in der  
Lounge, sind für die Durchführung von Anlässen verantwortlich und arbei-  
ten im Selbstbedienungsrestaurant mit. Sie übernehmen sowohl admini-  
strative und organisatorische Aufgaben unter Berücksichtigung hoher  
Qualitäts-, Service- und Hygienestandards sowie auch Reinigungsarbeiten  
mit gleich grosser Begeisterung. Ihre Beachtung ist in Richtigkeit, der Zu-  
friedenheit unserer Gäste und des optimalen Verlaufs des Services gebün-  
delt.

Sie haben eine Ausbildung als Servicefachangestellte/r abgeschlossen und  
weisen mehrere Jahre Berufserfahrung und einwandfreie Deutschkennt-  
nisse aus. Ihr Organisations- und Planungsgeschick setzen Sie in der tägli-  
chen Arbeit um. Sie sind idealerweise zwischen 28 bis 40 Jahre alt, sind  
flexibel (Wochenenddienst 2-3x / Monat) und haben Freude am Beruf.

Wir bieten Ihnen in eine abwechslungsreiche Aufgabe in unserem lebhaf-  
ten und modernen à la Carte Restaurant mit gemütlicher Lounge und Ter-  
rasse. Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Für weitere  
Auskünfte steht Ihnen Frau Ana Diz, Leiterin Restauration (041 208 34 24),  
gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

**Klinik St. Anna AG**  
Frau Mirjam Ebnöther  
St. Anna-Strasse 32  
6006 Luzern  
T 041 208 30 24  
mirjam.ebnoether@hirslanden.ch  
[www.hirslanden.ch](http://www.hirslanden.ch)

### MEDIZINISCHE KOMPETENZ - INDIVIDUELL, RUND UM DIE UHR KLINIK ST. ANNA, LUZERN



## hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie,  
Gastronomie und Tourismus.

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

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association  
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

**SAVOY** 1838  
**BAUR EN VILLE**  
ZÜRICH · SWITZERLAND  
MANFRED & CHRISTINA HÖRGER

Für unser 5-Stern-Hotel der internationalen Spitzenklasse suchen wir nach Vereinbarung eine fachlich bestens ausgewiesene und einsatzfreudige

**1. Bankettsekretärin**

Sie haben Freude an der Arbeit mit einem internationalen, anspruchsvollen Gästekreis und konnten bereits einige Jahre in der Schweizer Hotellerie Berufserfahrung sammeln (von Vorteil im Bankettbereich).

Ihre Stärken liegen im administrativen Bereich und in der Organisation. Sie können sich rasch in neue Arbeitsabläufe einarbeiten und beherrschen Excel, Word und von Vorteil auch Fidelio Banqueting Suite 8. Ihre Muttersprache ist Deutsch, des Weiteren sprechen Sie Englisch, Französisch und Italienisch.

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post an:

Savoy Hotel Baur en Ville  
Personalabteilung  
Poststrasse 12  
8001 Zürich  
Tel. 044 215 27 70  
Ansprechperson: Frau N. Schnetzler

Ein malerischer Garten direkt am Ufer des Lago Maggiore, der neue 2000 m<sup>2</sup> grosse Eden Roc Spa und Kulinarik auf höchstem Niveau in vier Restaurants machen uns zum stolzen GaultMillau "Hotel des Jahres 2010". Innovativer, zuvorkommender Gästeservice ist eine verinnerlichte Konstanz für das Team unseres eleganten Fünfsternehauses, zu dem wir auch Sie gerne zählen würden.

**GaultMillau**  
Hotel des Jahres 2010

**ASCONA PUR**

Zur Ergänzung unseres Gastgeberteams suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt bzw. nach Vereinbarung einen

**MAÎTRE D'HÔTEL (m/w)**  
für unser Restaurant Eden Roc (15 Punkte GaultMillau) in Jahresanstellung

In dieser wichtigen Schlüsselposition sind Sie zuständig für:

- Organisation, Durchführung und Überwachung des Frühstücks-, Halbpensions-, à la carte-, Wein- und Etagen-Service
- Leitung grosser Bankette, Hochzeiten und Gala-Diners mit bis zu 200 Personen
- Sicherstellung eines reibungslosen Serviceablaufs sowie für die Führung der Service-Brigade
- Sicherstellung der Gästezufriedenheit und Einhaltung der Qualitätsstandards der "Leading Hotels of the World" sowie der "Swiss Deluxe Hotels"
- Erstellung der Arbeits- und Freitagspläne
- Organisation und Durchführung von Schulungen des Service-Teams sowie Verantwortung für die Weiterentwicklung der Mitarbeiter
- Sicherstellung der Hygienestandards im Servicebereich
- Maximierung der Verkaufstätigkeiten

Von unserem neuen Führungsmittglied erwarten wir:

- Abgeschlossene Berufsausbildung und mehrjährige Berufserfahrung in gleicher Position in renommierten Häusern der Spitzenhotellerie
- Hohe Fach- und Sozialkompetenz
- Sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Italienisch, Englisch und Französisch
- Passionierter Gastgeber mit hoher Affinität zu Weinen und zur italienischen Kultur
- Kommunikation, Professionalität, Kreativität, Flexibilität sowie Belastbarkeit gehören zu Ihren besonderen Stärken
- Zielorientiertheit, Effizienz und Durchsetzungsvermögen
- Verkaufsorientierter Teamplayer mit einem Auge für Details
- Interesse an einer langfristigen Herausforderung

Neben einem modernen Arbeitsplatz bieten wir Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Aufgabe in einem jungen und dynamischen Team.

Möchten Sie in der Sonnenstube der Schweiz leben und arbeiten? Sind Sie top-motiviert und bereits für diese interessante berufliche Herausforderung?

Dann warten wir gespannt auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen inklusive aktuellem Foto, die Sie bitte an Frau Cathleen Gläser, Leiterin Human Resources, senden. Wir freuen uns, Sie schon bald persönlich kennen zu lernen!

Mehr erfahren Sie unter [www.tschuggenhotelgroup.ch](http://www.tschuggenhotelgroup.ch).

**HOTEL EDEN ROC**  
Via Albarella 16 • CH - 6612 Ascona  
Tel. +41 (0)91 785 71 71 • Fax +41 (0)91 785 71 43  
[www.edenroc.ch](http://www.edenroc.ch) • [info@edenroc.ch](mailto:info@edenroc.ch)

THE LEADING HOTELS OF THE WORLD  
MEMBER OF TSCHUGGEN HOTEL GROUP  
VIRTUOSO  
FIVE STAR

**HOTEL ALLEGRA**

**Hotel Allegra**  
7504 Pontresina/Engadin

Das Garni-Hotel wurde im Juli 2000 als Neubau eröffnet. 52 moderne, grosszügige Zimmer. Direktzugang zum Hallenbad mit Aussenbecken

Das Hotel im Zentrum von Pontresina

Wir suchen für die kommende Sommersaison,  
Eintritt nach Übereinkunft oder ab 1. Mai 2011

**zur Ergänzung unseres Teams:**  
**Réceptionist/in (D/I/E)**  
**Réception Praktikant/in (D/I/E)**

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

**Hotel Allegra**  
Via Maistra 171  
Daniel Kern, Direktor  
7504 Pontresina/Engadin

Tel.: 081 838 99 00 Fax: 081 838 99 99  
E-Mail: dakern@allegrahotel.ch

Erlebnis **wald egg** **schlugge bock**

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

Zurzeit sind folgende Stellen frei:

- Koch
- Chef de Partie
- Restaurationsfachfrau/mann
- Küchenhilfe

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

Niklaus und Anita Dörig  
Äusserer Egg 977, CH-9053 Teufen AR  
Telefon +41 71 333 12 30  
www.waldegg.ch

LANDBEIZ **RUSSBRÜGG**

RESTAURANT **REUSSBRÜCKE**

Gastgeber und leidenschaftlicher Koch willkommen! Eintritt 1. April

Chance für eine(n) **Service-mitarbeiter(in)** und einen **Commis de Cuisine** in einem nicht ganz alltäglichen Betrieb eine interessante Stelle zu finden

Für Infos Telefon 044 760 11 61, Herr Klaus Imhof verlangen

Restaurant Reussbrücke,  
Muristrasse 32, 8913 Ottenbach  
www.reussbruecke.ch

**132 offene Stellen!**

Auf die Sommersaison aber auch für Jahresstellen haben wir viele interessante Angebote. Unter anderen suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung:

**Commis de Cuisine, Chef de Partie**  
**Sous Chef**  
**Service, Chef de Rang**  
**Réceptionist/in**

Haben Sie Interesse? Für weitere Angaben stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und freuen uns von Ihnen zu hören.

**gastro S**

Gastro S Howald GmbH  
Hauptstrasse 47  
4105 Biel-Benken  
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 061 485 80 80

Weitere Angebote unter [www.gastro-s.ch](http://www.gastro-s.ch)

keine News mehr verpassen mit htrnews! Anmelden unter [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

htr hotelrevue

**Strandhotel**

CH-3807 Iseltwald

Für unser 3-Stern-Hotel direkt am Brienzsee mit 40 Betten und regem Restaurationsbetrieb (10 Autom.- von Interlaken) suchen wir ab 15. April oder nach Übereinkunft für Saisonstelle folgende Mitarbeiter

**Service**  
**Serviceangestellte (w/m)** mit A-la-carte-Erfahrung  
**Küche**  
**Koch (w/m)**

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns.

Familie Hornung-Hornberger  
Strandhotel  
3807 Iseltwald  
info@strandhotel.ch  
www.strandhotel.ch  
Tel. 033 845 13 13

Ihr Einsatz zählt!

**Service-mitarbeiter/in**  
befristet April – September 2011

Für unser Restaurant Seegarten mit 200 Sitzplätzen an der grössten Flaniermeile Luzerns, suchen wir erfahrene und dynamische Servicemitarbeiter. Sie schätzen die Arbeitszeiten der Gastronomie und verwöhnen unsere Gäste nach Herzenslust? Dann sind Sie die richtige Person für uns!

**Interessiert?** Detaillierte Informationen finden Sie unter [www.grandcasinoluzern.ch](http://www.grandcasinoluzern.ch)

Ihre Bewerbung: Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an folgende Adresse: Grand Casino Luzern AG - Personalabteilung - Haldenstrasse 6 - Postfach - 6002 Luzern

**GRAND CASINO LUZERN**

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

SWISS historic hotels

**Grandhotel Giessbach**

BRIENZ

70 individuell eingerichtete Zimmer und Suiten • Parkrestaurant Les Cascades (140 Plätze) mit grosser Terrasse gegenüber den Giessbachfällen • Gourmet-Restaurant Le Tapis Rouge (40 Plätze/14 Pkte. GM) mit der atemberaubenden Aussichtsterrasse • Hotelbar • Grosszügige Seminar- und Konferenzräume bis 100 Personen • Banketträumlichkeiten bis 250 Personen • 22 Hektaren Gärten und Park, Naturschwimmbad, Tennisplatz • Europas älteste Standseilbahn • Haus-eigene Schiffsstation

**Mit Ihnen gemeinsam möchten wir einen spannenden und erfolgreichen Sommer im Märchenschloss am Brienzsee erleben!**

Ab Mitte April bis Mitte Oktober 2011 suchen wir:

**SERVICE/F&B/BAR/BUFFET**

- Chefs de Rang
- ServiceeinsteigerInnen
- F&B PraktikantIn
- PraktikantInnen Service
- Barkeeper
- Buffet/Stewarding-Mitarbeiter

**KÜCHE Parkrestaurant & Gourmet-Restaurant**

- Chefs de Partie
- Demi-Chefs de Cuisine
- Commis de Cuisine
- Mitarbeiterkoch/Tournant
- PraktikantInnen
- Casseroiers

**HAUSWIRTSCHAFT**

- Etagenportier, Deutschkenntnisse erforderlich

**Genauere Stellenbeschreibungen finden Sie unter Jobs auf: [www.giessbach.ch](http://www.giessbach.ch)**

Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto freuen sich:  
Grandhotel Giessbach, CH-3855 Brienz  
Susanne Crilovich-Cocoglia, Leitung Personalwesen  
Tel. +41 (0) 33 952 25 25 Fax +41 (0) 33 952 25 30  
personal@giessbach.ch [www.giessbach.ch](http://www.giessbach.ch)

**SORELL HOTEL KRONE**

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

Für unser **Sorell Hotel Krone**  
Marktstrasse 49, 8401 Winterthur

suchen wir per 01. Mai 2011 oder nach Vereinbarung einen **Commis de Cuisine (w/m)**

**Ihre Aufgabe:** Als Commis de Cuisine übernehmen Sie allgemeine Mise en Place Arbeiten und führen einen Posten zusammen mit dem Küchenchef oder einem Chef de Partie. Dabei sind Sie sowohl für das Gourmet-Restaurant Pearl, welches mit 15 Gault Millau-Punkten ausgezeichnet ist sowie auch für unser Bistro La Couronne im Einsatz. Zudem sind Sie für die Einhaltung und Umsetzung der Arbeitssicherheits- und Hygienrichtlinien zuständig und übernehmen allgemeine Aufräum- und Reinigungsarbeiten. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag hauptsächlich mit Zimmerstunden und teilweise auch im Früh- oder Spätdienst.

**Ihr Profil:** Sie können eine abgeschlossene Ausbildung als Koch vorweisen und haben bereits Erfahrungen in der gehobenen Gastronomie gesammelt. Sie sind neugierig und bereit, Neues zu entwickeln und sind bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte ständig zu verbessern. Zudem haben Sie die Bereitschaft in einem kleinen Team mitzuwirken und mit hoher Leistungsbereitschaft unsere anspruchsvollen Gäste zu begeistern.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personalwesen, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch) oder [www.sorellhotels.com](http://www.sorellhotels.com).

**Sorell Hotels Switzerland**  
ZFV-Unternehmungen  
Flüelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
info@zfv.ch, [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

Die Gastronomiegruppe **(zfv)**

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 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 Neueröffnung des von uns im Auftrag geführten **Personalrestaurants «platform»** auf dem Maag Areal in Zürich West suchen wir per 15. Mai 2011 einen **Koch (w/m)**

**Ihre Aufgabe:** In der Funktion des Kochs sind Sie für die Zubereitung der warmen und kalten Gerichte für das Free-Flow-Buffet, die Warenpräsentation sowie die Mitarbeit bei der Angebotsplanung und der Kalkulation der Menüs zuständig. Im Weiteren gehören die Ausgabe der Mahlzeiten am Buffet, die Vorbereitung von Apéros sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihren Aufgaben.

**Ihr Profil:** Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie mehrjährige Erfahrung in grösseren Gemeinschaftsgastronomiebetrieben. Zudem konnten Sie von Vorteil auch Erfahrung im gehobenen Gastronomie-segment sammeln. Sie haben hohe Qualitätsansprüche, welche Sie in Ihrer täglichen Arbeit umsetzen. Sie handeln im Interesse der Unternehmung, sind bestrebt, die Qualität der Produkte ständig zu verbessern und zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft. Auch unter Arbeits- und Zeitdruck arbeiten Sie ruhig und effizient, entwickeln neue Ideen und verfolgen diese mit Energie. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag in drei Schichten, entweder von 06.00 - 15.30 Uhr, von 07.00 - 16.30 Uhr oder von 08.00 - 17.30 Uhr. Bei Spezialanlässen sind Sie flexibel und einsatzbereit.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

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

hotel  
restaurant  
catering

www.randstad.ch

**randstad**

Zürich, Tel. 058 201 45 30  
oerlikon@ch.randstad.com

Bern, Tel. 058 201 42 00  
bern@ch.randstad.com

Basel, Tel. 058 201 41 00  
basel@ch.randstad.com

Genève, Tel. 058 201 49 00  
geneve@ch.randstad.com

Lausanne, Tel. 058 201 48 00  
lausanne@ch.randstad.com

**Jobs à la carte**

## Stellenvermittlungen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.  
Verlangen Sie das Anmeldeformular.  
**Stellenvermittlungsbüro Hotelia**  
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09  
www.hotelia.ch

**HOTEL CAREER** **HORESTO**  
**Jobs**

www.hotelcareer.fr www.horesto.ch

Offres et recherches d'emploi  
sur 2 portails de recrutement spécialisés  
pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

## Svizzera italiana

Ligabue Group, in the perspective of an enlargement, is looking for a

## TRAVELLING CHEF

His core responsibilities will be:

1. Looking for, developing and realizing new recipes and menus in line with company's economic objectives and quality standards;
2. Elaborating and preparing themed menus;
3. Drawing up procedures on food preparation methods and dish layout, in order to grant consistency in restoration services on every vessel;
4. Showing and explaining new culinary proposals to the kitchen staff through an intense training on the job;
5. Cooperating with the Purchasing Department in searching and choosing new food products;
6. Cooperating in analyzing and elaborating food costs;
7. Following start up guidelines in operational activities.

The ideal candidate has a hotel management school degree, an excellent knowledge both oral and written of English and German.

The candidate must have at least a two-year experience in similar positions within international companies, be open to travel frequently within national and international territory and be able to interact in a multicultural environment.

It is required an excellent knowledge of Microsoft Office complete package and ability in the use of information systems.

Furthermore, the ideal candidate has organization skills, result orientation, accuracy and ability to work in a team.

**The seeking is urgent.**

Place of work: Lugano

Please send your c.v. to the address: selezione.personale@ligabue.it indicating «CHEF\_CH» as a reference.

**HOTEL RESTAURANT**  
VIA PATRIZIA 47  
6612 ASCONA

**ARCADIA**  
MICHELE E VERENA BOLZ  
TEL. 091 791 10 15 / 10 13 / 10 14  
FAX 091 791 08 13

**HOTEL RESTAURANT ARCADIA,**  
6612 ASCONA  
beim Golfplatz und Lido, 10 Min. von der  
Piazza entfernt.

Haben Sie Lust, im Tessin zu arbeiten?  
Für unser Restaurant mit gutbürgerlicher  
und saisonaler Küche suchen wir zur  
Ergänzung unseres Teams ab Mitte  
März 2011

**Servicemitarbeiterin**  
**Servicepraktikantin**

Sie sind freundlich, zuverlässig und freuen sich auf eine neue Herausforderung. Senden Sie uns Ihre Unterlagen oder rufen Sie uns an.  
Familie M. Bolz  
Hotel ARCADIA  
Via Patrizia 47, 6612 Ascona  
Tel. 091 791 10 15  
www.arcadia.li info@arcadia.li



**CONTINENTAL  
PARKHOTEL  
LUGANO**  
www.continentalparkhotel.ch

Für die Sommersaison 2011  
bieten wir in folgenden Bereichen  
Arbeitsstellen an:

**FRONT-OFFICE Mitarbeiter/in**  
**SERVICE Fachangestellte/er und Commis**  
**KOCH/KÖCHIN**

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Edgar Fassbind  
Via Basilea 28  
CH-6900 Lugano  
edgar.fassbind@continentalparkhotel.com

# 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

## IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

**htr hotelrevue - stellen revue / marché de l'emploi**  
**- immobilienrevue / marché immobilier**

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus  
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

**Herausgeber / Editeur:** hotelleriesuisse, 3001 Bern

**Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:**

Monbijustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

**Chefredaktion / Rédactrice en chef:** Elisabeth Homberger

**Verlagsleitung / Chef d'édition:** Barbara König

**Kundenberatung / Conseiller à la clientèle:** Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger

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

**E-Mail:** inserate@htr.ch / **Homepage:** www.htr.ch

**Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi:** www.hoteljob.ch

**Anzeigentarif** (pro mm und Spalte) / **Tarif des annonces** (par mm et colonne):

**Stellenrevue / marché d'emploi - Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue**

- Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10  
- Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10  
- Kadernotizen / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschlagung 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/quadrif CHF 2.10

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

## Termine

- **Ausgabe / Numéro** Nr. 9/2011

Nr. 10/2011

Nr. 11/2011

Nr. 12/2011

- **Erscheint / Parution** 3. 3. 2011

10. 3. 2011

17. 3. 2011

24. 3. 2011

- **Anzeigenschluss / Délai** 28. 2. 2011

7. 3. 2011

14. 3. 2011

21. 3. 2011

**Anzeigenschluss / Délai**

**Stellen / annonces emploi** Mo / Lu 12 Uhr

**Liegenschafts- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr**

**Doppelnummern**

Nr. 27/28 / 7. 7. 2011

Nr. 29/30 / 21. 7. 2011

Nr. 51/52 / 22. 12. 2011

**Numéros couplés**

**Herstellung / Production:** Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

**Auflage WEMF-beglaubigt 2010 / tirage contrôlés REMF 2010:** Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9814 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 467 Ex.  
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 EX.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

**HESSER**

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration  
seit 35 Jahren

Wir sind die Drehscheibe für die Vermietung-Verkauf von Hotels u. Restaurants und die Spezialisten für Marketing u. Betriebsanalysen für bessere Betriebsergebnisse

Wir erarbeiten vorgängig eine kostenlose Betriebsanalyse und Offerte

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

**Berg-Hotel**

Toplage –  
mitten im Skigebiet  
auf 2222 m gelegen  
im Aletschgebiet VS  
mit:  
26 Zimmern (56 Betten)  
Rest. und Speisesaal (120 Plätze)  
Sonnenterrasse (120 Plätze)  
In gutem Zustand  
Per Anfang Mai zu verkaufen  
VP: Fr. 1,55 Mio.  
Anfragen unter Chiffre 11491 an htr  
hotel revue, Monbijoustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern.

**Die Herausforderung für einen motivierten,  
initiativen Kleinunternehmer**  
im interessanten und erfolgsorientierten Umfeld  
in Silvaplana. An guter Verkehrslage vermieten wir ein  
gubürgerliches, gemüthliches

**Hotel/Restaurant**

\*\*\*Hotel mit 32 Betten und 80 Sitzplätzen in Restaurant  
und 60 auf Terrasse.  
Mietinteressenten melden sich für eine Dokumentation:  
FOPP Organisation & Treuhand  
Via Mulin 4, 7500 St. Moritz  
rudolfopp@fopp.ch

Auf Frühjahr 2011 ist die bekannte Tratoria Al Porto in Stansstad neu

**zu verpachten**

In privilegierter Umgebung direkt am Vierwaldstättersee, modern eingerichteter Betrieb, sehr gutes Renommee mit erstklassigem und breit abgestütztem Kundenkreis. Ganzes Jahr offen. Restaurant ca. 110 und Saal mit 40 Plätzen, grosse Seeterrasse, Schiffsanlegesteg, eigene und öffentliche Parkplätze. Der erfreuliche Betrieb eignet sich für dynamische, junge Fachpersönlichkeiten. Interessenten melden sich schriftlich bei: Harissen Betriebe AG, Harissenbucht 3, 6362 Stansstad, Tel. 079 248 94 43, E-Mail: hotel-central-li@bluewin.ch

**Gastroconsult**

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Im Auftrag der Eigentümerin, der Raiffeisenbank Aesch-Pfeffingen,  
vermieten wir frisch renovierten und umgebauten

**GASTRONOMIEBETRIEB  
in Aesch BL**

**Standort**

- Gut frequentierter Standort Hauptstrasse - Tramhaltestelle
- Dienstleistungs- und Gewerbebetriebe in unmittelbarer Nähe
- Parkplätze vorhanden

**Fläche | Mietart**

- Gesamt 130 m<sup>2</sup> Bruttofläche inklusive Lagerräume
- Erdgeschoss und Untergeschossfläche
- Faire Mietzinsbedingungen (Normalmieter)

**Bedienungskonzepte**

- Bediente Gastronomie
- Take-Away - Angebot
- Café-Bar und Loungebereich

**Eröffnung | Mietbeginn**

- 1. Juni 2011

**Sind Sie bereit? Was wir von Ihnen bis zum 31. März 2011 erwarten:**

- Vorstellung Ihrer Firma (Leitbild, Geschäftsphilosophie, Angaben zu Referenzbetrieben)
- Betriebskonzept ausgerichtet für die umgebaute und renovierte Gastronomiefläche in Aesch
- Einsendeschluss: 31.03.2011

**Wir stehen zu Ihrer Verfügung für:**

- Die Versendung der Mieterdokumentation mit allen notwendigen Informationen
- Telefonische Auskünfte oder Anfragen per E-Mail
- Koordination und Organisation Vermieter – Mieter

Bitte melden Sie sich bei:

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



**Saas-Fee**  
SAASTAL

Zu vermieten im Herzen vom Saastal ab  
01. Juni 2011 Hotel-Restaurant \*\*\*s:

- 30 Betten (neu renoviert)
- Restaurant mit 50 Plätzen
- Saal mit 40 Plätzen
- Küche / Pizzeria,
- zentrale Lage
- eigener grosser Parkplatz

Neugierig? → [www.hoteltenne.ch](http://www.hoteltenne.ch)

Bewerbungen an: Familie Patrick  
Zurbriggen, Casa Montanara, 3910  
Saas-Grund oder per E-Mail:  
pat.zurbriggen@bluewin.ch



Zu vermieten, Region Zürich

**Gasthof Löwen, Mönchaltorf  
Hotel / Restaurant**

80 Plätze Restaurant / Sääll / Buffetbar, 50 Gartenplätze,  
18 Hotelzimmer, Parkplätze, Inventar / Mietpreise auf Anfrage,  
5-Zimmer Wirtwohnung, Renovation im Jahr 2007

Wir suchen Gastgeber, die ihre Ideen engagiert umsetzen möchten.  
Langjähriger Vertrag mit fairen Mietbedingungen.

Andi Hafner, 076 576 09 13, [info@gasthofloewen.ch](mailto:info@gasthofloewen.ch)

**Gemüthlicher Landgasthof im Raum Zürich/Winterthur zu verpachten**

Die Fakten: Stark frequentiert, gubürgerliches à la carte-Restaurant & Stübli mit je rund vierzig Plätzen, qualitativ hochstehende ehrliche Gastronomie. Hervorragend laufender Garten mit über hundert Plätzen, grösseres rustikales Kellergewölbe und weitere Räumlichkeiten für spezielle Anlässe geeignet. Im Hause oder in unmittelbarer Nähe zu wohnen ist möglich. Ein ca. 30 m<sup>2</sup> grosses Büro ist im günstigen Mietzins enthalten. Alles in allem: Bestens laufender Betrieb mit gutem Namen und grosser Stammkundschaft.

**Gut eingespieltes Gastro-Paar-/Duo  
als Gastgeber**

Gepflegtes Haus mit reichlich eigenen Parkplätzen. Konzeptionelle Freiheit und Potential für ideenreiche Gastronomie! Wir sehen für diese Aufgabe ein erfolgreich eingespieltes Paar/Duo, wobei ein- oder Sine idealerweise selber kocht. Überaus vorteilhafte Einstiegsvariante, faire attraktive Konditionen. Professionelle Servicemitarbeitende können übernommen werden; jedoch kein Musskriterium. Wir beraten Sie gerne unverbindlich und diskret. Für weitere Infos: CV mit Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie.

Ansgar Schäfer

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01  
[www.schaeferpartner.ch](http://www.schaeferpartner.ch)  
[ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch](mailto:ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch)

**Liegenschaften finden –  
neu auch online  
[www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)**

**htr hotel revue**

**Anzeigen**

**SONDERANGEBOT !!!**

Malen, Fassadenrenovation mit Gerüst inkl. Isolationen usw.  
100% WIR bis Ende März 2011 bis Fr. 50.000.–

Bärtschiger, Tel. 079 6266851, Fax 062 2961850

# immobilienrevue **htr** marché immobilier

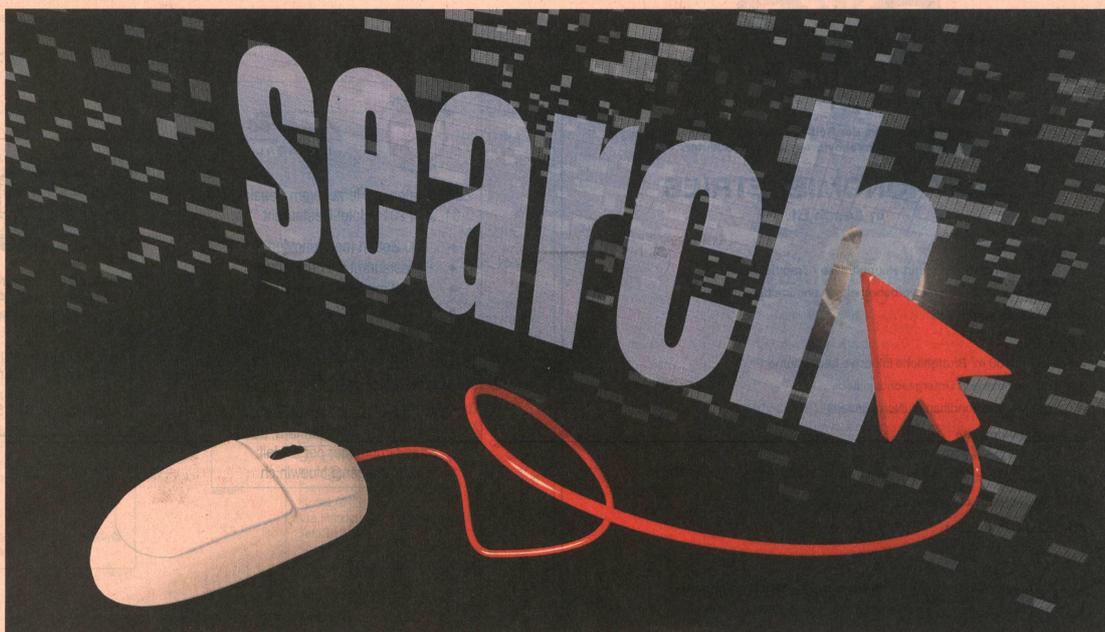
htr hotel revue Nr. 8 / 24. Februar 2011

## Liegenschaften verkaufen – neu auch online [www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)

**htr** hotel revue

### Google-Places

So schafft es  
Ihr Hotel in die  
Top 10 bei den  
Suchanfragen  
bei Google.



## Web-Suche optimieren



**DAVID SCHLEE**  
GESCHÄFTSFÜHRER  
VON HOTEL-HOSTING  
[WWW.HOTEL-HOSTING.DE](http://WWW.HOTEL-HOSTING.DE)

Wenn man bei Google nach einem Hotel sucht, kommen oft noch vor den organischen Ergebnissen zu den Google Places (Google Maps) Ergebnisse. Dadurch rutschen die organischen Ergebnisse weiter nach unten, häufig sogar ausserhalb des Sichtbereiches. Ein bedeutender Anteil der Klicks entfällt damit mehr und mehr auf die Google-Places-Einträge. Für Hotels ist es nun umso wichtiger, auch in den Google Places Listings die vorderen Plätze einzunehmen. Dabei gelten andere Kriterien als bei der klassischen Suchmaschinenoptimierung.

### Tipps zum textlichen Inhalt

Nachfolgend erhalten Sie einige Tipps, wie Sie Ihr Hotel für Google Places optimie-

ren können: Sorgen Sie dafür, dass Adresse und Telefonnummer korrekt eingetragen sind, damit Google Places den Eintrag in Google Maps zuordnen kann. Mehrfacheinträge (z. B. Hotel und Restaurant) sollten Sie vermeiden. Legen Sie fünf Kategorien wie z. B. «Hotel», «Wellnesshotel», «Tagungshotel» usw. für Ihr Hotel an. Erstellen Sie einen Text mit bis zu 200 Zeichen, der Ihr Hotel gut beschreibt und die wichtigsten Keywords enthält. Pflegen Sie ausserdem zusätzliche Details wie Ausstattung, Lage, Service, Parkplätze etc. Anhaltspunkte dafür finden Sie in der Hilfe von Google Places.

### Neben Text auch Bilder einbeziehen

Sie können bis zu zehn Fotos hochladen, die Ihr Hotel perfekt darstellen. Zusätzlich

werden bei Hotels Fotos von anderen Portalen wie Holidaycheck, HotelGuide und Trivago angezeigt. Es lohnt sich also, auch dort Bilder hochzuladen. Weiter können Sie ausserdem bis zu fünf Videos auf Youtube hochladen und mit Google Places verknüpfen. Damit können Sie sich besser von anderen Einträgen abheben.

### Verbindung zu anderen Seiten

Neben der Beschreibung bei Google selber werden auch Informationen von anderen Seiten, z. B. von Bewertungs- und Buchungsportalen, angezeigt. Prüfen und optimieren Sie auch diese Einträge. Setzen Sie in den zusätzlichen Details bei Google Places einen Link auf die gewünschte Buchungsseite und einen auf die Arrange-

mentsseite Ihrer eigenen Hotelwebseite. So ermöglichen Sie den Kunden, ohne Umwege eine Buchung vorzunehmen. Ausserdem können Sie die Buchungsraten über die eigene Homepage erhöhen.

### Gute Kunden einbeziehen

Bitten Sie Ihre Kunden um Bewertungen bei Google Hotpot, dem neuen ortsbezogenen Empfehlungssystem von Google. Motivieren Sie ausserdem Ihre Kunden, Bewertungen auf den wichtigsten Bewertungsportalen wie Holidaycheck u. a. abzugeben. Kontrollieren Sie diese Bewertungen regelmässig. Sie können zwar negative Bewertungen nicht vermeiden, aber Sie können darauf reagieren und erhalten nützliche Hinweise zur Verbesserung der Qualität.

★ [WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH](http://WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH)

**stars&hotels**  
Swiss Hotel Film Award