

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2011)  
**Heft:** 22

## 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:** 02.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 261 Stellenangeboten



### Film

«El Bulli – Cooking in Progress» heisst ein neuer Film über das vielleicht berühmteste Restaurant der Welt.

Seite 13

### Dorf mieten

Engelberg kann über «rent a village» als ganzer Ort für Veranstaltungen «gemietet» werden.

Seite 3

### Ukraine

In Kiew leiden Hotelprojekte unter Bürokratie und hohen Steuern. Ein Jahr vor der Fussball-Europameisterschaft.

Seite 4

### Koch-Elite

«Man muss sich ernsthafte Gedanken machen, wohin die Schweizer Gastronomie steuert.»

Seite 5

André Jäger, Hotel-Restaurant Fischerzunft Schaffhausen



### La Côte

## Hotellerie profitiert vom Wachstum

Zahlreiche internationale Firmen haben sich in den letzten Jahren in der Region La Côte zwischen Lausanne und Genf niedergelassen. Weitere folgen. Diese wirtschaftliche Entwicklung in der Region gibt auch den Hoteliers Grund zur Freude. Gemäss Vasja Zalokar, Direktor von Nyon Région Tourisme, haben die Logiernächte im vergangenen Jahr in der Region um Nyon um 4,9% auf 157'000 zugenommen. Mit rund 30 Hotels reicht die Kapazität nicht immer aus. dst/mh

Seite 19

### Session

## Nur 11 Stimmen fehlten, um die ST-Mittel aufzustocken

Der Nationalrat hat gestern kurz vor Redaktionsschluss über den Rahmenkredit 2012 bis 2015 abgestimmt, den Schweiz Tourismus (ST) erhalten soll. Das Ansinnen des Bundesrats, die 20 Millionen Franken für Innotour dem ST-Budget abzuziehen, hatte keine Chance. Der Antrag wurde mit 160 zu 13 Stimmen verworfen. Die Mehrheit der Grossen Kammer sprach sich dafür aus, ST in den kommenden vier Jahren mit 207,3 Millionen Franken auszustatten. Das entspricht dem Sta-

tu quo. Eine starke Minderheit – angeführt von Christophe Darbellay (CVP, VS) und Hansjörg Hassler (BDP, GR) – setzte sich für 222 Millionen ein, da ST nur mit zusätzlichen Mitteln das Potenzial in den neuen Märkten ausschöpfen könne.

Bei der direkten Gegenüberstellung der beiden Beträge fiel die Abstimmung sehr knapp aus. 92 Nationalräte sprachen sich für den Status quo aus, 82 Nationalräte für ein Aufstocken der ST-Mittel. Damit ist der definitive

Ausgang eigentlich noch offen. Es kommt nun sehr darauf an, wie der Ständerat in der Herbstsession die Situation beurteilt. Bewilligt er mehr Mittel für Schweiz Tourismus, ist es durchaus denkbar, dass auch der Nationalrat noch nach oben korrigiert.

Die unbefristete Weiterführung von Innotour inkl. Zahlungsrahmen wurde vom Nationalrat einstimmig genehmigt. tl

Weitere Informationen:  
[www.htr.ch/ST-Rahmenkredit](http://www.htr.ch/ST-Rahmenkredit)

# Business am Ruder



Fotolia

Dank besserer Konjunktur wieder in ruhigeren Gewässern: Der Geschäftstourismus hat die Talsohle durchschritten und legt wieder zu.

## Der Geschäftstourismus befindet sich wieder im Aufwind. Gewinner sind 3- und 4-Sterne-Hotels. Wenn sie eine Top-Infrastruktur bieten.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Flaute im Business-Tourismus ist vorbei. Christin Schlüter vom Switzerland Convention & Incentive Bureau in Frankfurt ist überzeugt: «Der Optimismus der Branche ist zurückgekehrt.» Sie registriert mehr Veranstaltungen, mehr Teilnehmer und höhere Budgets. Das zeigte auch die IMEX 2011, die weltweite Messe für Meetings und Incentive fand letzte Woche in Frankfurt statt. Allen voran scheinen die 3- und

4-Sterne-Hotels nach der Rezession weiter vom Geschäft mit dem Geschäft zu profitieren. Barbra Steuri-Albrecht von Schweiz Tourismus registriert bei MICE einen anhaltenden Trend weg vom 5-Sterne-Segment. Grosse Chancen sieht sie für «Top-3-Sterne-Hotels mit Top-Ausstattung».

Die Schweizer Hotellerie hat im internationalen Vergleich gute Karten: Beim Ranking der International Congress and Convention Association (ICCA) sei man wieder

unter den Top Ten, freut sich Steuri-Albrecht. Auch der tiefe Euro wirkt sich vorerst kaum auf das Geschäft aus. «Der Business-Tourismus ist weniger wechsellkursanfällig», so Christian Hunziker vom BAK Basel. Mehr Kunden können wieder aus den drei wichtigsten Auslandsmärkten Deutschland, Frankreich und Nordamerika generiert werden. Zukunftsmärkte, insbesondere für Incentive, sind China, Indien und Brasilien.

Seite 7 bis 11

### Kommentar

Kommissionen? Nein danke. Doch ganz ohne geht es nicht.



SIMONE LEITNER

Hotellers wollen vor allem das eine: Hotelübernahmen mit einer guten Rendite verkaufen. Wer mit globalen Buchungsportalen zusammenarbeitet, generiert zwar mehr Logiernächte und kann neue Märkte erschliessen, bezahlt aber auch Vermittlungsgebühren von bis über 20 Prozent. Das ist, im Hinblick auf die neuen Kunden und auf das weltweite Marketing, okay. Doch ausschliesslich auf die internationalen Grossunternehmen zu setzen, wäre fatal. Zu gross ist die Abhängigkeit.

## «Und das Beste: Für den Hotelier fallen keine Kommissionen an.»

zu klein das Mitspracherecht. Vielmehr ist jeder einzelne Hotelier aufgerufen, einen möglichst grossen Anteil an Gästen über die eigene Website zu generieren. Das allerdings tötet einfacher, als es ist. Denn der Gast, der noch nie in der Schweiz war, googelt sein Traumberg, findet höchstwahrscheinlich eine der bekannten Buchungsplattformen – und bucht dort.

Ein Teufelskreis? Nicht unbedingt. Es ist eine Frage der Balance. Ohne globale Plattformen geht es nicht, doch alternativ dazu sollten die Hoteliers ihre Kräfte bündeln. Wie auf der neuen Buchungsplattform [swisshotels.com](http://swisshotels.com). Dort finden potenzielle Gäste über 2000 Schweizer Hotels und können diese direkt buchen. Und das Beste: für den Hotelier kommissionsfrei.

Seite 2

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



ANZEIGE

Dank MIRELA hat das ganze Team mehr Zeit, gemeinsam mit unseren Gästen, die schöne Bergwelt auf dem Gemmpass zu geniessen!

**MIRELA**  
[www.mirela.ch](http://www.mirela.ch)

Daniela Wilfling, Geschäftsführerin, Berghotel Wildstrubel Gemmpass, Leukerbad

Aus der Region

## Berner Oberland

### Berghotel auf Schynige Platte umgebaut



7,8 Mio. Franken haben die Berner Oberland-Bahnen, die zu den Jungfrauabahn gehören, in den Umbau des **Berghotels Schynige Platte** investiert. Die Fassade des Gebäudes besteht durchgehend aus Metall und Glas. Das Restaurant, der Selfservice-Bereich, die WC-Anlagen und die Küche wurden vollständig erneuert und erweitert. Zudem wurde eine Terrasse gebaut, auf der 170 Plätze zur Verfügung stehen. Eröffnet wurde der neue Betrieb am vergangenen Samstag.

### Stockhornbahn mit gutem Jahresergebnis



Im vergangenen Jahr konnte die **Stockhornbahn** mit rund 79 000 Ersteintritten 3000 Personen mehr transportieren als im Vorjahr. Gemäss «Berner Oberländer» handelt es sich dabei um das drittbeste Ergebnis der bisherigen Unternehmensgeschichte. Im Gastrobereich sei mit 1,4 Mio. Franken Umsatz und einem Gewinn von 171 990 Franken ein Höchstwert erzielt worden.

## Graubünden

### Ferienresort «Aclas Ela» wird nicht gebaut

Das 4-Sterne-Ferienresort «Aclas Ela» in Lantsch/Lenz auf der Lenzerheide kann nicht gebaut werden. Die Stimmberechtigten der Gemeinde hätten den nötigen gesetzlichen Grundlagen nicht zugestimmt, wie die «Südostschweiz» schreibt. Vorgesehen war der Bau von rund 70 Maiensäss-Häusern mit etwa 450 Betten. Das Bündner Unternehmen Grischalpin, welches das Resort geplant hatte, hat ein weiteres Projekt mit rund 300 Betten in Splügen.

### Val Sinestra ist Landschaft des Jahres 2011

Die Unterengadiner Gemeinden Ramosch und Sent erhalten die Auszeichnung «Landschaft des Jahres», die erstmals von der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) verliehen wird. Die preisgekürnte Landschaft ist das Seitental Val Sinestra. Das vom wilden Bergbach durchströmte Val Sinestra zeige eine harmonische Verzahnung von Natur- und Kulturlandschaft, schreibt die SL. Ramosch und Sent setzen sich für eine sanftere touristische Entwicklung ein, im Einklang mit Landwirtschaft, Natur und Landschaft. Die Preissumme beträgt 5000 Franken.

# Ohne Kommission buchen

**Nun ist es so weit: Beim Online-Hotelführer swishotels.com kann direkt gebucht werden.**

SIMONE LEITNER

**W**er bis anhin im Online-Hotelführer swishotels.com blätterte und ein Hotel buchen wollte, konnte dies nur via Telefon oder E-Mail tun. Nun schlägt der Hotelführer ein neues Kapitel auf und wird für den Gast und auch den Hotellier attraktiver. Ab sofort können rund 1400 der über 2000 aufgeschalteten Hotels direkt auf swishotels.com in

Realtime gebucht werden. «Dies ist ein gemeinsames Projekt aus der strategischen Kooperation zwischen hotellerieuisse und STC Switzerland Travel Centre. Dabei stellt STC ihr Buchungs- und Reservationssystem im Rahmen von Leistungen und Gegenleistungen hotellerieuisse zur Verfügung», erklärt Rainer Blaser, CEO von STC. Die grösste Innovation: «Für die online buchbaren Mitgliederbetriebe hat sich hotellerieuisse entschieden, keine Vermittlungscommission in Rechnung zu stellen. Somit sind die Buchungen auf der Plattform swishotels.com kommissionsfrei», sagt Thomas Allemann von hotellerieuisse.

Kommissionen beschäftigen die Hotelliers von jeher. Mit den globalen Online-Buchungskanälen hat das Thema in den letzten

Jahren eine neue Dimension erreicht. Kommissionsätze von weit über 20 Prozent haben die Gemüter in der Branche erregt. Stimmen wurden laut, Alternativen zu suchen, die den Hotellier vor immer höher werdenden Provisionsgebühren schützen sollen. Die beste Option ist natürlich die Direktbuchung auf der eigenen Hotelwebsite. Aber wie kann der Gast direkt auf die hoteleigene Website geleitet werden?

Wenn der potenzielle Gast aus dem Ausland nach Hotels in der Schweiz googlet, ist die Wahrscheinlichkeit grösser, dass er zuerst auf eine internationale

Buchungsplattform stösst, als auf die Internetseite des einzelnen Hotels. Die globalen Player investieren denn auch jeden Monat Millionen von Franken, um die Positionierung bei den Suchmaschinen wie Google zu optimieren.

Also müssen einzelne Hotels zu anderen Möglichkeiten greifen. Das hat hotellerieuisse nun mit dem Hotelführer swishotels.com getan. Und ganz wichtig: swishotels.com ist auf Google bestens positioniert. Mit anderen Worten: Wenn ein Gast beispielsweise nach «Hotels in der Schweiz» sucht, erscheint swishotels.com sehr pro-

minent. Die Plattform geht noch weiter und integriert Bewertungskanäle. Vorerst ist nur bei den drei Pilotbetrieben Hotel Adula, Flims, Hotel Alpina, Klosters, und Hotel Kreuz, Sachseln, eine Gesamtbeurteilung aller Kommentare der wichtigsten Plattformen ersichtlich. «Alle anderen Betriebe können nun selber entscheiden, ob sie die Bewertungen integrieren wollen», so Thomas Allemann.

Mit dieser Analyse kann sich der Gast ein kompaktes Bild über die Bewertungen machen, ohne auf andere Plattformen abzuwandern, die notabene auch Buchungsoptionen anbieten. Die Einbindung der Gesamtbewertung aller Portale wird durch die Partnerschaft von hotellerieuisse mit TrustYou, der Suchmaschine für Internetbewertungen, ermöglicht.

**«Somit sind die Buchungen auf der Plattform swishotels.com kommissionsfrei.»**

Thomas Allemann  
hotellerieuisse

### Best Western gibt sich für das laufende Jahr optimistisch

Am der Generalversammlung in Zürich wurden neue Köpfe gewählt und bisherige bestätigt.

Im Jahr 2010 vermittelte Best Western Swiss Hotels ihren 39 Mitgliedshotels über 18 Mio. Franken, 11% mehr als im Vorjahr. «Für 2011 sind wir gut aufgestellt», sagte CEO Peter S. Michel anlässlich der Generalversammlung vom vergangenen Freitag in Zürich. «Wir haben den Winter gut gemeistert, und die vorauslaufenden Buchungen sind vielversprechend», so Michel weiter.

An ihrer Generalversammlung wählten die Mitglieder neu Jacques

Bettex, Direktor des Best Western Eurötel Riviera in Montreux, in den Vorstand. Der bisherige Präsident, Hannes Imboden, Direktor der Best Western Hotels Bären und Bristol in Bern, wurde für eine weitere Amtsperiode von vier Jahren gewählt. Bestätigt als Vorstandsmitglied wurde ebenso CEO Peter S. Michel. In die Geschäftsprüfungskommission nimmt Mirjam Trinchan vom Best Western Hotel de la Rose in Fribourg Einsitz, die Jacques Bettex ersetzt.

### Fastfood-Pionier auf Rückzug

Das Silberkugel-Restaurant im Zürcher Kreis 5 ist zugegangen. Von der einst grossen Kette gibt es noch zwei Lokale. Ihr Betreiber ist optimistisch.

VIRGINIA NOLAN

Die Silberkugel ist wieder um ein Lokal ärmer: Das Restaurant an der Zürcher Limmatstrasse hat geschlossen – sieben Monate nachdem die Filiale am Stampfenbachplatz wegen einer Miet-

zinserrhöhung schliessen musste. Auch Beat Egli, Betreiber der Silberkugel an der Limmatstrasse, hatte damals über eine zu hohe Miete geklagt, sich zur Zukunft seines Restaurants aber zuversichtlich geäussert. Die Gründe, wieso er das Lokal jetzt verkauft hat, will er nicht kommentieren. «An der Nachfrage hat es nicht gelegen», sagt er lediglich.

Zu ihren besten Zeiten hatte die 1962 gegründete Silberkugel über 20 Ableger. In den letzten zehn Jahren schlossen sechs Filialen. René Wehrli, der die zwei verbleibenden Restaurants in Oerli-

kon und im Kreis 2 führt, will vom Aussterben des Fastfood-Pioniers nichts wissen. «Unsere Betriebe laufen sehr gut», sagt er. Gar stünden die Zeichen auf Expansion: «Was fehlt, ist ein passender Standort. Den zu finden, ist bei Zürcher Mietpreisen nicht einfach.» Um die Einnahmen zu steigern, überlegt sich Wehrli deshalb, seine Lokale künftig auch abends zu öffnen. Wiederholt wird vielleicht auch ein Kulturprojekt, das vergangene Woche zu Ende gegangen ist und die Silberkugel am Bleicherweg abends in eine Theaterbühne verwandelte.

**Entrée:** Stich aus der Sammlung Eric Lindle. Mehr Informationen auf [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)

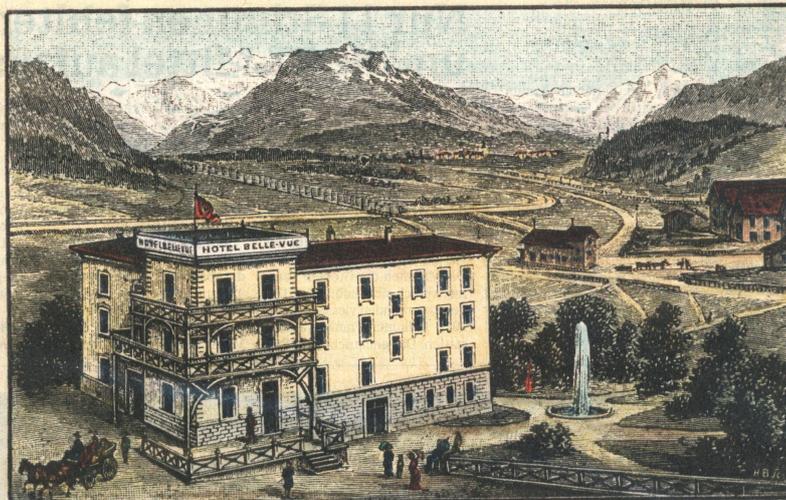
## Hôtel & Pension Bellevue

(Touristen- und Fremdenhôtel)

SAMADEN — OBERENGADIN

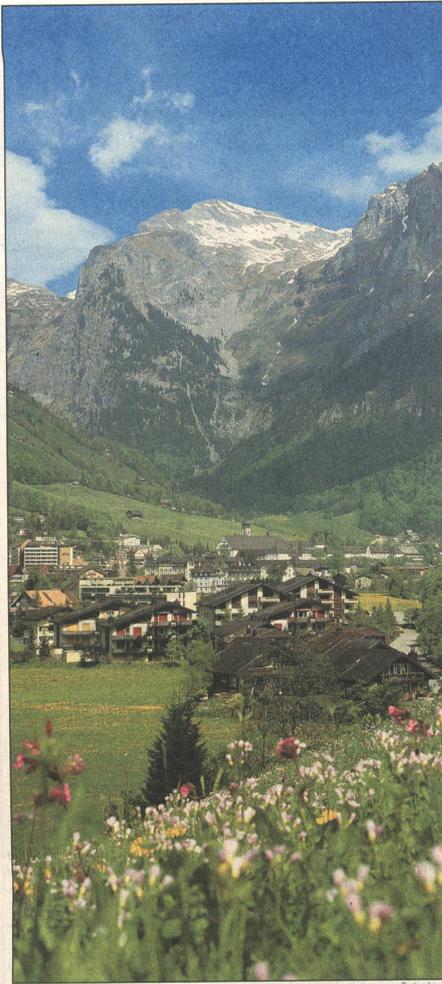
Propriétaire J. LYSS.

Tägliche Tramwayverbindung mit St. Moritz-Bad, Pontresina, Morteratsch-Gletscher.



Eigenes Fuhrwerk im Hause.

Vorteilhafte Einrichtung für Familien. — Pensionspreise mit Zimmer von Fr. 6.— an.  
Gute Küche — Reelle Weine.  
Prächtige Aussicht auf die Bernina-Gruppe. Lohnende Aussichtspunkte in nächster Nähe.



Engelberg kann als ganzer Ort «gemietet» werden.

Swiss-Image

# Eine Firma regiert den ganzen Ort

**Ganze Tourismusorte durch Firmen mieten – das liechtensteinische Produkt «rent a village» macht's möglich. Engelberg hat bereits Erfahrung gemacht.**

DANIEL STAMPFLI

**G**eben Sie den Strassen und Plätzen Namen, welche mit Ihrem Unternehmen in Verbindung stehen. Führen Sie für die Tage eine eigene Währung ein. All das macht den Ort zu Ihrem Dorf. Mit derartigen Anpreisungen wirbt das Liechtensteiner Kommunikations- und Marketing-Unternehmen Xnet mit ihrem Produkt «rent a village» für Firmenanlässe.

Auf der Liste der auszuwählenden Dörfer figurieren neben mehreren österreichischen und deutschen Orten auch Engelberg. «Aufgrund des Angebots und der Infrastruktur sind wir vor Jahren auf Engelberg gestossen», sagt Karl Schwärzler, CEO von Xnet.

**Kunden schlagen gewünschte Orte vor**

«Bleibt es in der Schweiz bei Engelberg, oder ist man auf der Suche

nach weiteren Orten? «Dies ist von der Nachfrage abhängig. Wir sind aber offen für andere Orte», so Schwärzler. Gesucht werde meistens auf Anfrage von Kunden, die einen Wunschort äussern. So sei man damals auch auf Engelberg gestossen.

«Rent a village» nehme jeweils mit den betreffenden Orten Kontakt auf, stelle das Konzept vor, plane die Veranstaltung, kläre die Möglichkeiten am Ort ab und führe dann die Veranstaltung durch, erklärt Karl Schwärzler weiter.

**Wertschöpfung als Gewinn**

Eine Veranstaltung umfasse vom Transfer über die Beherbergung, das Catering, die Tagung, bis hin zu Outdoor-Programmen alles. Je nach Ausrichtung und Programm betragen die Kosten 300 bis 500 Franken pro Person und Tag, alles inklusive.

«Das Gute an unserem Konzept ist, dass die Wertschöpfung am Ort anfällt», so Schwärzler. Bezüglich Beherbergung könne von der einfachen Pension bis zum Fünfsternehotell alles integriert werden.

Zu den Kunden gehören grosse Firmen wie etwa SAP, AEG, Hyunday oder Siemens. Diese Firmen wählen «rent a village», ist Schwärzler überzeugt, weil sie et-

was Anderes suchten und festgestellt hätten, dass der emotionale Mehrwert um einiges höher sei als in einer üblichen Incentive-Destination oder bei einer normalen Tagung. Wichtig sei aber, dass die örtliche Bevölkerung nicht vor den Kopf gestossen werde.

In Engelberg seien bisher drei kleinere und eine grosse Veranstaltung durchgeführt worden. Letztere wurde durch den Basler Leuchtenhersteller Regent Lighting gebucht. Dieser feierte mit 600 Mitarbeitern sein 100-Jahr-Jubiläum.

**«Das Gute am Konzept ist, dass die Wertschöpfung am Ort selbst anfällt.»**

Karl Schwärzler  
CEO der Firma Xnet

**Akzeptanz bei der Bevölkerung**

Frédéric Füsseni, Direktor von Engelberg-Titlis Tourismus hält «rent a village» für «eine sehr gute Sache für Engelberg als Tourismusort». Es werde eine hohe Wertschöpfung generiert. Und die Akzeptanz bei der einheimischen Bevölkerung sei gross.

Das Einsetzen eines «Königs» von Engelberg könnte vielleicht noch etwas Spezielles sein, aber Einfluss auf die örtliche Politik könne nicht genommen werden, so Füsseni weiter. Engelberg Tourismus komme für die Organisation vor Ort in den Genuss einer Kommission, so Füsseni. Die Gemeinde selbst wird für die «Miete» nicht entschädigt.

## Aus der Region

### Zentralschweiz

#### Restaurant auf Insel Ufenau vor Bundesgericht



ZVG

Ob in der Moorlandschaft der Insel Ufenau im oberen Bereich des Zürichsees (Kanton Schwyz) ein Restaurant gebaut werden darf, muss das Bundesgericht entscheiden. Die Schweizerische Aktionsgemeinschaft zum Schutze der Flüsse und Seen (Aqua Viva) zieht einen Entscheid des Schweizer Verwaltungsgerichts weiter. Die Insel Ufenau liege im Perimeter von drei Bundesinventaren und gehöre zu den am besten geschützten Landschaften der Schweiz, begründet Aqua Viva den Weiterzug.

#### Neuer Partner für Projekt Ebisquare in Ebikon

Der Luftbauer Schindler in Ebikon hat der Halter AG vertraglich die Exklusivität für die Realisierung des Projektes Ebisquare zugesichert. Diese stehe allerdings unter dem Vorbehalt der Erfüllung verschiedener Vertragsbedingungen, schreibt Schindler in einer Medienmitteilung. Der definitive Vollzug der Transaktion sei im Verlauf des Jahres 2012 zu erwarten. Schindler sei nach wie vor vom Projekt Ebisquare überzeugt. Das Investitionsvolumen für das Einkaufs- und Erlebniszentrum beträgt rund 500 Mio. Franken.

#### Sommertest-Auszeichnungen für Hochstuckli

Das Ausflugsziel Sattel-Hochstuckli erreichte in einem internationalen Test in der Kategorie «freundlichstes Kassenpersonal» und «innovativstes Kinderangebot» den 1. Platz, wie die Sattel-Hochstuckli AG mitteilt. In der Gesamtbewertung des Sommerangebots schaffte es Sattel-Hochstuckli auf Platz 2, hinter den Leoganger Bergbahnen im Tirol. Im letzten Sommer waren die Mitglieder des Internationalen «Skiaareatests» anonym im europäischen Alpenraum unterwegs.

## Wallis

#### Grossprojekt in Leukerbad in Planung



ZVG

Die Swiss Development Group (SDG) plant in Leukerbad unter der Bezeichnung «51° Spa Residences» ein 5-Sterne-Premium-Hotel sowie zwei Luxus-Residenzen mit 9 privaten und 21 Hotel-Appartements. Diese sollen bis 2014 gebaut werden, wie dem «Walliser Boten» zu entnehmen ist. Ein Jahr später soll das 5-Sterne-Hotel mit 90 Betten folgen. Insgesamt will SDG in Leukerbad 270 Mio. Franken investieren. ds

# Der Schatz im Keller

**Die Sammlung wertvoller alter Hotelpläne schlummert im Keller der SGH. Nun geht sie als Geschenk an die Stiftung Hotelarchiv und wird damit öffentlich zugänglich und nutzbar.**

ELSBETH HOBMEIER

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) hütet an ihrem Sitz in Zürich seit Jahrzehnten einen für die Hotelgeschichte einzigartigen Schatz. 1943 bis 1944

wurden im Rahmen der «Aktion für die bauliche Sanierung von Hotels und Kurorten» nämlich über 1000 Schweizer Hotels systematisch inventarisiert. Dazu gehörten detaillierte Angaben zum Gebäude, zur Bausubstanz, den sanitären und elektrischen Anlagen, zum Betrieb, Personal und Marktwert, aber auch Grundrisse sowie Innen- und Aussenaufnahmen. Dieser Archivbestand ist ein einzigartiger Querschnitt durch die damals bedeutenden Hotels und eine wertvolle Grundlage für architekturhistorische, aber auch denkmalpflegerische und soziale Studien.

Das im Keller schlummernde «Dornröschen» wird nun aufgeweckt: Letzten Donnerstag übergab die SGH diese Plansammlung dem Hotelarchiv Schweiz zur dauerhaften Aufbewahrung. Dafür kann die Infrastruktur des Wirtschaftsarchivs in Basel genutzt werden. Die Inventarisierung soll im September 2011 abgeschlossen sein. «Ein historischer Moment», jubelte Roland Flückiger, Präsident der Stiftung Hotelarchiv, der mit Graziella Borrelli die Gabe entgegennahm. «Es gibt glückliche Fügungen im Leben», meinte Ulrich Immler, der als SGH-Präsident mit



Elsbeth Hobmeier

**«Historischer Moment für SGH und Hotelarchiv»: (v. l.) Philippe Pasche, Doris Nacht, Roland Flückiger, Graziella Borrelli, Ulrich Immler.**

Direktor Philippe Pasche und Doris Nacht das Geschenk übergab. «Archive sind nicht unsere Kernkompetenz», betonte Immler und

freute sich, dass in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsarchiv diese Schätze nun – auf Anfrage – Interessierten zugänglich werden.

# Baselbiet will weiterhin Alleingang

**Baselland Tourismus hat einen neuen Geschäftsführer – und wehrt sich gegen die Idee linker Landräte. Denn diese wollen die Tourismusorganisationen in Stadt- und Landkanton fusionieren.**

VIRGINIA NOLAN

Baselland Tourismus hat einen neuen Geschäftsführer. Der 35-jährige Tobias Eggmann wird im

September die Nachfolge von Oliver von Allmen antreten, der die Organisation auf Ende Mai verlassen hat. Eggmann ist derzeit beim Tarifverbund Nordwestschweiz verantwortlich für Kommunikation und Unternehmensentwicklung.

Die Besetzung der Stelle soll auch etwas Ruhe in den politischen Zwist bringen, der jüngst entbrannt ist: Baselbieter Politiker der

Grünen und SP wollen die Tourismusorganisationen von Baselland und Basel-Stadt fusionieren – und befinden den Abgang von Allmens als ideale Gelegenheit dafür. Bei Baselland Tourismus stösst die Idee auf Ablehnung.

**«Ich will genau prüfen, wofür Baselland Tourismus die 600 000 Franken verwendet.»**

Marc Joset  
Landrat Baselland, SP

SP-Landrat und Finanzkommissionspräsident Marc Joset hat dafür kein Verständnis: «Dem Touristen sind politische Grenzen egal. Er will über

den Grossraum Basel informiert werden – und zwar an ein und derselben Stelle.» Zudem würde eine Fusion auch das Budget im Landkanton entlasten: «Ich will genau prüfen, wofür Baselland Tourismus die 600 000 Franken verwendet, die es jährlich vom Kanton erhält.»

Diese Ansage macht Christoph Buser, Vorstandsmitglied von Baselland Tourismus, wenig Eindruck: «Unsere Resultate können sich mehr als sehen lassen.» Buser will Stadt und Land weiterhin separat bewerben haben. «Wir haben ganz andere Zielgruppen»,

sagt er. Ausserdem hätten die Tourismuswerber in Basel das Umland stiefmütterlich behandelt, als die Stadt noch für die Vermarktung des Landkantons zuständig gewesen sei: «Unsere Leistungserbringer haben schlechte Erinnerungen daran.» Basel Tourismus liess derweil verlauten, dass man an einer Zusammenarbeit grundsätzlich interessiert sei, sich aber nicht um Kooperationspartner reisse. Ob es zu einer Fusion kommt, müsste in beiden Kantonen, das Parlament entscheiden – vor neun Jahren brachte im Baseltier der bürgerliche Block die Idee zu Fall.

Aus der Region

**Zürich**

**Neuer Arrival Duty-free Shop am Flughafen**

Heute Mittwoch wird am Flughafen Zürich in der Ankunft 2 der erste Arrival Duty-free Shop eröffnet. Damit können ab heute nicht nur abfliegende, sondern auch ankommende Passagiere am Flughafen Zürich zollfreie Waren einkaufen. Ein weiterer Shop soll in der Ankunft 1 im Juli 2011 folgen. Die für den zollfreien Einkauf für ankommende Flugpassagiere notwendige Gesetzesänderung hatten die eidgenössischen Räte anlässlich der Wintersession im vergangenen Dezember genehmigt.

**Kein Neubau auf der Klosterinsel Rheinau**



Der Kanton Zürich verzichtet auf den ursprünglich geplanten Neubau auf der Klosterinsel Rheinau. Für die Projektierung zur Neunutzung hatte der Regierungsrat im Juni 2010 einen Kredit von rund 3 Mio. Franken beschlossen. In den leer stehenden Räumlichkeiten sollen künftig neben einem Probenzentrum für Musiker auch Hauswirtschaftskurse sowie ein Restaurationsbetrieb und ein Museum Platz finden.

**Bern**

**Vereinbarung mit Bern Tourismus verabschiedet**

Der Gemeinderat der Stadt Bern hat den Leistungsvertrag mit Bern Tourismus für die Jahre 2012 und 2013 genehmigt. Die jährliche Abgeltung beträgt je 890 000 Franken plus Teuerungsausgleich im gleichen Umfang wie für das städtische Personal. Der in den beiden letzten Jahren ausgerichtete konjunkturbedingte Zusatzbeitrag von 200 000 Franken, der zweckgebunden für Marketingaktivitäten verwendet werden musste, wird nicht weitergeführt. Zum Jahresbeitrag hinzu kommt jedoch die Übernachtungsabgabe.

**Tessin**

**Gewässerpreis 2011 für die «Bolle di Magadino»**



Der Gewässerpreis 2011 wurde der Stiftung «Bolle di Magadino» und dem Kanton Tessin verliehen – für die Renaturierung der Ticino-Mündung. Mit der Auszeichnung würdigten die Trägerverbände die mustergültige Aufwertung eines national bedeutsamen Feuchtgebiets. Die Bolle di Magadino gelten als einer der bedeutendsten Rastplätze für Zugvögel auf der Nord-Süd-Achse.

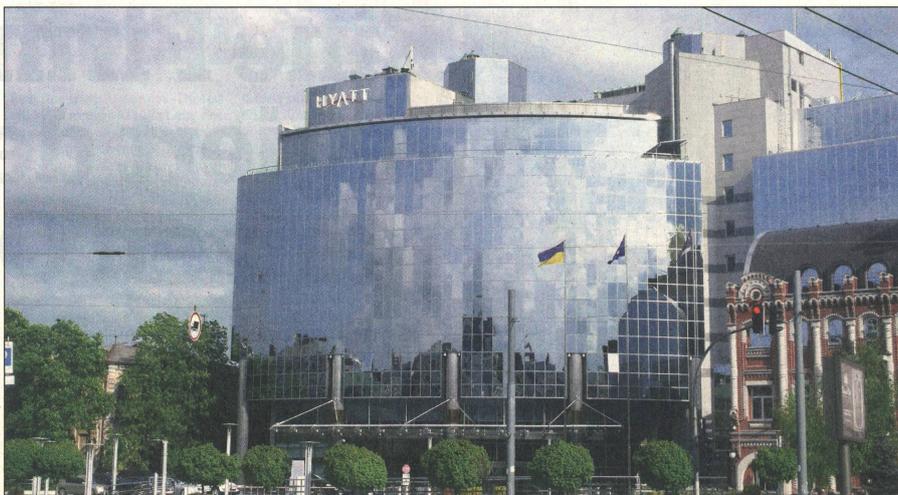
Am 1. Juli 2012 soll in Kiew, der Hauptstadt der Ukraine, das Endspiel der Fussball-Europameisterschaft stattfinden. Doch bislang ist nur ein einziges der geplanten Hotels fertiggestellt: das InterContinental Kiew. Swissôtel will im kommenden Jahr ein 5-Sterne-Hotel eröffnen. Weitere Hotelprojekte ruhen oder wurden gar nicht erst begonnen. Bürokratismus und Finanzierungsprobleme seien daran schuld, heisst es. Die Ukraine gilt weltweit als eines der schwierigsten Pflaster für Unternehmer.

Kiew hat offiziell rund 70 Hotels. Darunter befinden sich vier 5-Sterne-Häuser mit insgesamt 933 Zimmern und acht 4-Sterne-Häuser mit zusammen 1037 Zimmern. Von den übrigen Häusern eignen sich für internationale Gäste aber nur acht 3-Sterne-Hotels (2386 Zimmer) und zwei 2-Sterne-Hotels (330 Zimmer). Hinzu kommt ein knappes Dutzend Apartment-Vermieter. Nur drei Kiewer Hotels gehören zu internationalen Ketten: Hyatt Regency, InterContinental und Radisson Blu.

Vordergründige Ursache für den Hotelmangel: Die internationale Finanzkrise und eine ukrainische Wirtschaftsrezession haben die Hotellerie in Kiew geschädigt. So berichtete die gta, die Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland für Aussenwirtschaft und Standortmarketing, noch im Sommer 2009 von etlichen Neuvorhaben im Kiewer Hotelbau. Der Bericht nennt bekannte Namen wie Sheraton, Fairmont und Crowne Plaza.

**Grosse Hotelketten stoppen Projekte**

Daraus wurde aber nichts. «Das Projekt Fairmont Grand Hotel Kiew ist für unbestimmte Zeit gestoppt, da läuft zurzeit gar nichts», sagt Mike Taylor, PR-Director der Fairmont Hotels & Resorts. «In Kiew planen wir derzeit keine Neueröffnung», räumt auch Carolin Becker ein. Als PR-Managerin von Starwood Hotels & Resorts in München spricht sie für Sheraton. Ebenso im Sande verlaufen ist das Projekt Crowne Plaza: «Zur Eröffnung des Crowne Plaza Kiew haben wir derzeit leider keine weiteren Informationen», beteuert Sophia Vassilev von Fischer-Appel Relations, die



Das Hyatt Regency Kiew wurde bereits 2007 eröffnet und hat 234 Gästezimmer. Die zehnte Etage ist für die Präsidentensuite reserviert.

## Kiew im Rückstand

**Bürokratismus und Steuerlast bremsen die Entwicklung von Hotels in Kiew. Mitte 2012 will Swissôtel eröffnen, andere internationale Ketten geben Projekte auf.**

JOACHIM BARMWOLDT

für die InterContinental Hotel Group spricht.

Doch es keimt auch Hoffnung. So soll das Holiday Inn Kiew voraussichtlich im ersten Halbjahr 2012 eröffnen, sagt Sophia Vassilev. Auch Hilton ist vom Sommer 2012 an in Kiew vertreten. Das Hotel werde 272 Gästezimmer haben,

sagt Jules Kerby, als Director Corporate Communications bei Hilton für Europa zuständig. Ebenso soll das neue Swissôtel Kiew Mitte 2012 eröffnet werden, sagt Evaria Lindner, Senior Manager Communication bei Swissôtel in Zürich. Das Kiewer 5-Sterne-Dozizil sei Teil der «Sky Towers», zwei Türme mit 34 und 47 Stockwerken. Das Swissôtel Kiew hat 505 Gästezimmer und Suiten (darunter 28 serviced Apartments). Der Management-Vertrag wurde laut Evaria Lindner mit der KDD Group abgeschlossen – mit einer der führenden Immobilien- und Investitionsgesellschaften in der Ukraine.

Aktuell erholt sich der Kiewer Hotelmarkt. «Die Situation ist in diesem Jahr besser als im vorigen», sagt Tatyana Khutoryanskaya vom Hyatt Regency Kiew. Nach ihren Angaben kommen wieder mehr Geschäftsreisende, die in der

Ukraine investieren wollen. Ausserdem verzeichne ihr Hotel mehr ausländische Regierungsdelegationen sowie Prüfer der Uefa und auch Touristen. Ähnliches beobachtet Charles Otter, General Manager des Kiewer Radisson Blu Hotels. «Die Stammgäste reisen wieder mehr, aber es kommen kaum neue Gäste», sagt er.

**Unterschiedliche Auslastung und hohe Zimmerpreise**

Die Gästestruktur – viele Businessgäste und wenig Touristen – bewirkt, dass die Hotels von Mitte Februar bis Ende Mai gut besetzt sind. «In dieser Zeit haben wir auch viele Hochzeitsfeiern», so Tatyana Khutoryanskaya vom Hyatt Regency. Im Sommer sei es dagegen eher ruhig. Von September bis November herrsche wieder Betrieb. Die Rack-Rates für ein Standardzimmer reichen in der Kiewer 5-Ster-

ne-Hotellerie von 295 bis 410 Euro pro Nacht. In 4-Sterne-Häusern ist mit 150 bis 320 Euro zu rechnen, in 3-Sterne-Hotels beginnen die Rack-Rates bei etwa 40 Euro.

Geld, Geld, Geld: So lassen sich die drei tiefer liegenden Probleme des Kiewer Hotelmarkts kurz charakterisieren. Zum einen geben ukrainische Banken kaum Kredite für Hotelprojekte. So bleiben, heisst es in Kiew, reiche Privatinvestoren. Doch diese Oligarchen seien vor allem an 5-Sterne-Hotels mit viel Marmor interessiert, um ihre Gäste zu beeindrucken.

Ein weiteres strukturelles Hindernis auf dem Kiewer Hotelmarkt sind die ukrainischen Steuergesetze. Die neue Regierung unter Viktor Janukowitsch hat sie nach allgemeiner Einschätzung komplizierter gemacht. Das vielleicht schwerwiegendste Problem für Hotelunternehmer ist die Korruption.

## Die Krafft AG wächst schweizweit

**Die Basler Krafft AG übernimmt ab sofort die Leitung des Zürcher Designhotels Greulich. Und sie will in drei Bereichen weiter expandieren.**

CHRISTINE KUNZLER

Die beiden Hotels, das Krafft in Basel und das Greulich in Zürich, haben bereits eine Gemeinsamkeit: Beide Konzepte hat der Solothurner Gastroberater Martin Volkart entwickelt. Ab heute, 1. Juni, werden

die beiden – bis anhin unabhängigen – Häuser auch von derselben Organisation geführt: von der Krafft AG. Dort ist Volkart nicht nur Aktionär und Verwaltungsratspräsident sondern auch Mitglied der Unternehmensleitung.

Franz-Xaver Leonhardt, der das Basler Hotel Krafft mit seiner Frau Catherine führt, wird das «Greulich» interimistisch leiten, bis eine neue Direktorin oder ein Direktor gefunden ist. Die bisherige Direktorin Luzia Penner hat das «Greulich» verlassen. Konzept und Name des Designhotels bleiben unverändert. Leonhardt will nun das erfolg-

reiche Führungskonzept des «Krafft», mit Schulungsmodulen und Feedbackkultur, im Zürcher Hotel implementieren und auch Synergien in den Bereichen Marketing und Administration nutzen. «Und wir werden mit unseren Geschäftspartnern über bessere Konditionen verhandeln.»

**«Wie andere Hotels auch setzt die Krafft AG auf eine Wachstumsstrategie.»**

Franz-Xaver Leonhardt  
Direktor Hotel Krafft

Hotelunternehmen auch setzt die Krafft AG auf

eine Wachstumsstrategie», erklärt Leonhardt. «Wir wollen jedoch eine kleine Gruppe bleiben.»

Wachsen soll sie in drei Bereichen. Nebst dem «Greulich» dürften in den nächsten Jahren weitere Häuser dazustossen. Bereits ist die Eröffnung eines zweiten Hotels in Basel geplant – zurzeit sei das Projekt noch nicht ganz spruchreif. Doch es wird ebenfalls ein Hotel mit Restaurant sein, so

wie das «Krafft» und auch das «Greulich». Zweites Standbein ist die Vervielfältigung des Konzepts der «Krafft»-Bar Consum. Die Suche nach «stimmigen Plätzen in und ausserhalb Basels» ist bereits im Gang, wie Martin Volkart in einem Interview in der «Krafft»-Hauszeitung sagt. Dritter Schachzug: «Wir möchten in Basel gerne eine grosse Bar eröffnen», so Leonhardt. Ein Treffpunkt für Jüngere, wo neben Barbetrieb auch kulinarisches angeboten wird. «Wir finden, eine solche Bar fehlt in Basel noch.» Auch dieses Konzept wird in mehreren Städten umgesetzt.

**hotelleriesuisse: Personenfreizügigkeit existenziell**

«Die aktuellen Diskussionen über die Zuwanderung verkennten den elementaren Wert der Personenfreizügigkeit für den schweizerischen Wirtschaftsstandort.» Dies schreibt hotelleriesuisse in einer Medienmitteilung. Das Spiel mit der Personenfreizügigkeit sei ein Spiel mit dem Feuer: Es gefährde die bilateralen Verträge und schwäche damit die fundamentalen Beziehungen der Schweiz zur EU.

**Jugendherbergen sind mit Jahr 2010 zufrieden**

Trotz schwieriger Umstände blicken die Schweizer Jugendherbergen auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Mit 945 828 Logiernächten konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 1,4% auf 41,1 Mio. Franken gesteigert werden. Auch bezüglich Nachhaltigkeit weisen die Jugendherbergen eine gute Bilanz aus: Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss für Raumwärme pro m<sup>2</sup> wurde im Vergleich zum Jahr 2000 um 37,1% reduziert.

## Dolder ist bestes Stadt-Hotel

**In drei Kategorien der von der «Sonntagszeitung» gerateten Hotels blieben die Spitzenplätze unverändert. Neue Nummern eins gab es bei den Stadthotels und den Ferienhotels.**

DANIEL STAMPELI

Bestes Stadthotel ist neu «The Dolder Grand» in Zürich (Vorjahr auf

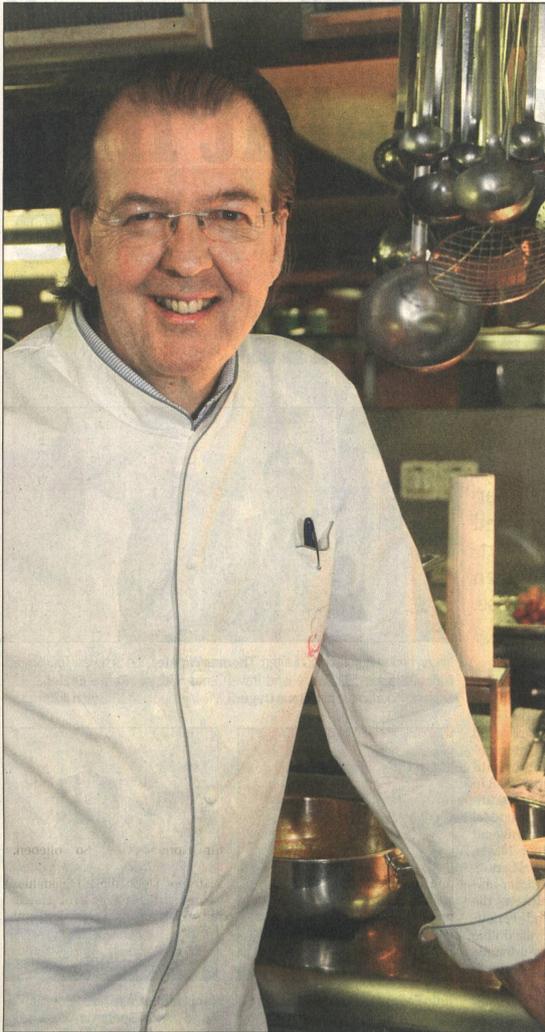
Rang 3). Der letztjährige Spitzenreiter «Baur au Lac», Zürich, belegt jetzt den 2. Platz. Das «Beau-Rivage Palace» in Lausanne-Ouchy fiel vom 2. auf den 3. Rang zurück. Bei den besten Ferienhotels haben die beiden Asconer Häuser «Eden Roc» (neu Nummer 1) und «Castello del Sole» (2. Rang) die Plätze getauscht. Neue Nummer 3 ist das «Gstaad Palace» (Vorjahr Platz 6).

In der Kategorie Nice-Price-Ferienhotels gab es auf den ersten drei Positionen keine Verschiebung.

gen: 1. «Pirmin Zurbriggen», Saas Almagell; 2. «Castell», Zuoz; 3. Sporthotel Valsana, Arosa.

Bestes Wellnesshotel ist nach wie vor das «Grand Resort Bad Ragaz». «Tschuggen Arosa» (2.) und «Victoria-Jungfrau» (3.) tauschten die Plätze.

Bestes Familienhotel ist wie im Vorjahr das «Albergo Losone». Das Märchenhotel Bellevue (2.), Braunwald, und der «Schweizerhof» (3.), Lenzerheide tauschten ebenfalls ihre Plätze.



André Jaeger, «Fischerzunft» Schaffhausen (19 GM), präsidiert die Grandes Tables.

# «Gute Produkte begeistern und beflügeln mich»

**André Jaeger, der neue Guide der Grandes Tables stellt 51 Schweizer Küchenchefs vor. Sind damit alle grossen Talente unseres Landes gefunden?** Man kann nie alle im Boot haben. Es gäbe sicher noch den einen oder anderen, der dazu gehören könnte. Aber einige wollen auch nicht – man kann niemanden zwingen.

**Dann wurden also Köche angefragt, aber...**

...nein, wir fragen nie an, bei den Grandes Tables muss man sich bewerben. Natürlich ist nichts betontiert, die Statuten kann man abändern und eine aktive Suche beschliessen, so wie dies Relais & Châteaux tat. In der überschaubaren Schweiz und durch die «Vorarbeit» der Jeunes Restaurateurs kennt man sich natürlich. Klar gibt's dadurch kollegiale Anfragen hinter den Kulissen. Wir stellen übrigens nicht auf die gängigen Guides ab, sondern bewerten unabhängig.

**Kann man nur mit eigenem Restaurant Mitglied werden?**

Das Alter spielt keine Rolle, nur das Können. Viele Junge haben viel Talent, aber sind angestellt und nicht selbstständig. Dies ist Bedingung bei uns, aber natürlich gibt's auch ein, zwei Ausnahmen, welche die Regel bestätigen.

**Welche Vorteile genießt ein Chef, wenn er dabei ist?**

Wir sind untereinander stark vernetzt, auch im Mitarbeitermarketing, um den guten Leuten innerhalb der Vereinigung Chancen zu bieten. Und wir sind ein starkes und bekanntes Label, das direkt und indirekt Werbung für jedes Mitglied macht. Der Austausch mit Gleichgesinnten ist für einen Küchenchef enorm wichtig, man hilft sich und wirft einander Steine in den Garten.

**Seit einigen Tagen leisten sich die Grandes Tables eine iPhone App. Was versprechen Sie sich davon?**

Sehr viel. Sie entspricht dem heutigen schnellen Leben. Ist man unterwegs, dann findet man via App rasch die Lokale und ist mit einem Knopfdruck verbunden. Für den Nutzer ist sie gratis, da via Jahresbeitrag finanziert.

**Sie selber gehören mit 19 Punkten zur Kochelite der Schweiz. Zeichnet sich mit den Rücktritten von Rabaey, Petermann und Joehri ein Generationenwechsel ab? Kommen genügend Junge nach?**

**André Jaeger von der Fischerzunft Schaffhausen gehört zur Schweizer Koch-Elite. Nachwuchstalente sieht er genug. Doch werde es für Junge immer schwieriger, sich selbstständig zu machen.**

ELSBETH HOBMEIER

Diese Frage haben wir an unserer Versammlung auch heftig diskutiert. Für junge Berufsleute wird es immer schwieriger, sich selbstständig zu machen. Der Staat mit seinen Auflagen punkto Mehrwertsteuer und obligatorischem 13. Lohn ab dem ersten Tag legt ihnen ja alle Hürden in den Weg. Auch die Banken klemmen bei der Finanzierung. Da bleiben nur die Mäzene, die Investoren, welche tolle Betriebe aufbauen können mit Geldern, die nicht in der Hotellerie verdient wurden. Mit Spitzenrestaurants als Aushängeschild, die in den Medien omnipräsent sind und die Ranglisten anführen. Diese Mäzene können mit der grossen Kelle anrichten, während die kleinen Selbstständigen extrem auf Lohn- und Produktkosten achten müssen. Man muss sich ernsthafte Gedanken machen, wohin die Schweizer Gastronomie steuert.

**Dank diesen Mäzenen profitiert der Nachwuchs jedoch von einer grösseren Auswahl an guten Küchen? Schon, aber solchen Betrieben fehlt manchmal die Seele. Die absolute Perfektion kann auch kalt und steril wirken. Prunk allein erdrückt den Gast. Junge Leute sind in unseren 50 hochstehenden Mitgliedsbetrieben auch willkommen und können ebenso viel lernen, wenn sie bereit sind, länger als nur ein halbes Jahr zu bleiben. Die grossen Koryphäen wie Hans Stucki, Fredy**

Girardet... wir alle mussten uns hinaufarbeiten, mussten warten, dienen. Heute sind Herzen und Türen offen für die Jungen, sie kommen relativ schnell weit. Nur: Oft ist für die heutige «Zapp-generation» das Aufsteigen weniger schwer als das Halten des Erreichten.

**Gute Köche seien extrem schwierig zu finden. Erleben Sie das auch so?**

Ich habe ein sehr junges Team. Aber weil ich ausbilden, beraten, coachen muss, arbeite ich heute mehr denn je. Junge, die Freude am Kochen haben, wollen experimentieren und ausprobieren. Man muss sie machen lassen, aber auch den richtigen Ton der Kritik finden, wenn's nicht stimmt. Das alles ist anstrengend und zeitaufwendig. Ich mache selber alle Interviews mit Bewerbern und lasse sie probekochen. Wer die Lehre bei einem «Beutelschneider» gemacht hat, ist bei uns schnell überfordert. Doch es gibt sehr viele gute Leute. Und wenn einer seine Sache bei uns gut macht, kann er nachher auf dem Stellenmarkt ausweichen.

**Sie selber gelten, obwohl nicht mehr 25, als permanenter Entdecker und Überrascher. Wie machen Sie das? Wie finden Sie immer neue Ideen?**

Das ist Passion, das ist meine grosse Freude am Beruf, den ich liebe und lebe. Gute Produkte begeistern und beflügeln mich. Die Ideen finden wir oft im Teamwork. Das macht wirklich Spass. Und der Erfolg verleiht auch eine gewisse Gelassenheit. Natürlich gebe ich die Linie vor, wie ich es haben will in der Fischerzunft.

**Und wenn Sie einmal nicht in der Fischerzunft essen... welches ist der für Sie zurzeit beste Koch?**

Der Beste ist für mich einer, der mit viel Liebe und Respekt auf hohem Niveau kocht. Übrigens habe ich öfter privat ausgezeichnet gegessen, bei Menschen, die mit viel Passion und Engagement kochen.

**Ihr letztes eindrückliches Esserlebnis?**

Vor einem Jahr war ich in Mendrisio in einem einfachen Restaurant, die Vorspeise war eine hauchdünne, unglaublich gute Pizza... sie brachte mich als über-

zeugten Pizzaverächter zum Schwärmen. Und danach ein Gitzli, himmlisch. Sogleich reservierte ich für unsere Generalversammlung vom letzten Sonntag genau diese Pizza und dieses Gitzli. Bis zum letzten Grandes-Tables-Kollegen war jeder begeistert und glücklich.

## Grandes Tables Vier neue Mitglieder. Ein neuer Guide. Und eine neue iPhone App.

Am 22. Mai trafen sich die Mitglieder der Grandes Tables de Suisse zur Generalversammlung im Hotel Villa Principe Leopoldo in Lugano. Dabei wurden vier neue Mitglieder offiziell aufgenommen. Es sind dies: Sascha Berther vom Restaurant Moospinte in Münchenbuchsee BE, Raphael Tuor vom Gasthaus Adler in Nebikon LU, Ambrogio Stefanetti von der Vecchia Osteria in Seselegio TI sowie das Splendide Royal in Lugano als Partnerhotel. «Durch ihre Art, Kreativität und Leidenschaft sowie Service und Gastfreundschaft miteinander zu verbinden, sind sie würdige Vertreter der Grandes Tables Suisse. Wir freuen uns, sie in unseren Reihen zu begrüssen», betonte Präsident André Jaeger.

Diese neuen Mitglieder sind bereits im neuen, in edlem Weiss gehaltenen Guide 2011/12. Das 264 Seiten starke, reich illustrierte Verzeichnis stellt alle 51 Mitgliedrestaurants und 17 Partnerhotels vor. Soeben lanciert wurde auch eine kostenlose iPhone App, über welche sämtliche Adressen der Grandes Tables mühelos gefunden und direkt kontaktiert werden können (Download via [www.grandestables.ch/iphone](http://www.grandestables.ch/iphone)).

Die Grandes Tables werden präsidiert von André Jaeger, der seit vielen Jahren zum exklusiven Kreis der 19-Gault-Millau-Punkte Köche zählt und der in seinem Hotel-Restaurant Fischerzunft in Schaffhausen Massstäbe der Schweizer Gastfreundschaft und Kochkunst setzt. eho

## Mehr Mittel für Schweiz Tourismus und die Märkte



**Standpunkt**  
GUGLIELMO L. BRENTELE  
PRÄSIDENT HOTELLERIE SUISSE

**D**ie klare strategische Ausrichtung von hotellerie suisse trägt Früchte. Mit den Traummassen 40–60–80 erbringen wir den Beweis. 40 Prozent der Hotels in der Schweiz sind Mitglied beim Branchenverband hotellerie suisse, sie repräsentieren 60 Prozent aller Betten und erzielen 80 Prozent aller Logiernächte in der Schweiz. Und auch die prognostizierten Investitionen der Jahre 2010 und 2011 von 1,2 Milliarden

Franken zeugen von der hohen Professionalität unserer Branche und dem Vertrauen der Investoren in den Schweizer Tourismus. Auf der anderen Seite haben wir als standortgebundene Branche aktuell gegen den starken Franken zu kämpfen. Für die Euro- und US-Dollarzone ist der Preis für Ferien in unserem Land währungsbedingt um 20 Prozent gestiegen. Unsere Landeswerbung Schweiz Tourismus muss nicht nur die Marktanteile in Europa

**«hotellerie suisse fordert 210 Millionen Franken für die Marketingorganisation Schweiz Tourismus.»**

und den USA verteidigen, sie muss auch den Binnenmarkt vermehrt bearbeiten. Herr und Frau Schweizer zahlen nämlich aktuell für Ferien, zum Beispiel im Nachbarland Österreich, wegen des schwa-

chen Euros 20 Prozent weniger als zuvor. Kompensieren können wir diese Ausfälle mit Gästen aus neuen Quellmärkten wie China, Indien oder Brasilien. Um die Teuerung im Ausland zu kompensieren und gleichzeitig die erwähnten neuen Märkte zu erschliessen, fordert hotellerie suisse für Schweiz Tourismus 10 Prozent mehr Mittel oder 210 Millionen Franken für die nächsten vier Jahre. Bedenklich und schädlich für den Tourismus ist die kürzlich

lancierte populistische Initiative gegen die Personenfreizügigkeit. Was eine Reglementierung beziehungsweise eine Einschränkung des bestehenden Gesetzes für unsere Branche bedeutet, ist jedem liberalen Unternehmer in diesem Land klar. Die gesamte Schweizer Wirtschaft profitiert von den bilateralen Verträgen mit der EU. Deshalb wird sich hotellerie suisse mit allen Mitteln für den Erhalt des bestehenden Status einsetzen.



«Eine Olympia-Kandidatur überfordert die Stadt Luzern und auch den Rest der Zentralschweiz.»

Urs W. Studer Luzerner Stadtpräsident



Neu an der Binzstrasse 38: Zur technischen Plattform, die auch Distributionspartnern und Destinationen angeboten wird, unterhält **STC** im Leistungsauftrag von Schweiz Tourismus ein **Call-Center** in sechs Sprachen.



Aus dem Kanton Solothurn: **Marina Gelmi** und **Claudine Folberth** vom Hotel Balsthal.



**Petra Elmeyer**, Grand Hotel Zermatterhof, **Stefan Schär** und **Valeria Theiss**, vom Radisson Blu am Zürich-Flughafen (v.l.).



**Michèle Berry**, Villa Sassa, und **Doris Reiter** vom Romantik Hotel Sonne in Küsnacht.



**Melanie Stalder** und **Christian Pfund**, «Sedartis» Thalwil, **Isabelle Schiegg**, Hotel du Théâtre Zürich (r.).

## STC weicht mit Partnern neue Büros ein

**Switzerland Travel Centre STC** kann weiter wachsen: Das Zürcher Unternehmen feierte mit den Partnern die grosszügigen Platzverhältnisse.

SIMONE LEITNER

**S**witzerland Travel Centre STC mit Hauptsitz in Zürich lud ein, und die Hoteliers, Touristiker und Nachbarn kamen: Das Unternehmen hat auf die neuen Büroräumlichkeiten an der Binzstrasse 38 in Zürich angestossen. 1998 gegründet, zog die Firma zum dritten Mal um. «Nun haben wir genügend Platz», freute sich Rainer Blaser, CEO von Switzerland Travel Centre. STC bietet Individualkunden und Reiseveranstaltern weltweit die Möglichkeit, Hotels und Ferienwohnungen in der Schweiz online zu buchen. Verzaubert wurden die Gäste am Einweihungsabend vom Illusionisten Christian Bischof, der das Publikum subtil und charmant überraschte.



In den neuen Büroräumlichkeiten: **Thomas Winkler** von Schweiz Tourismus, **Rainer Blaser**, CEO Switzerland Travel Centre STC, und **Rafael Enzler**, Schweiz Tourismus, mit **Klaus Oegerli**, VR-Mitglied von STC (von links).



**Julio Fadel** und **Denise Muscara** von Accor Hotels Switzerland.



**Tanja Müller** vom Kulm Hotel in Arosa mit **Kai Spehr** von Myclimate.

### Eine Leiterin für die Solothurner Filmtage

Nach dem Festival-Gründer Stephan Portmann und seinem Nachfolger Ivo Kummer wird mit Seraina Rohrer erstmals eine Frau das Programm wie auch die Organisation der Solothurner Filmtage verantworten. Ab dem 1. August ist sie Direktorin des traditionsreichen Filmfestivals. Die 33-jährige Filmwissenschaftlerin leitete mehrere Jahre das Pressebüro des Internationalen Filmfestivals Locarno. Sie koordinierte die Lancierung des nationalen Pilotprojekts «Réseau Cinéma CH», einer Kooperation Schweizer Fachhochschulen und Universitäten im Bereich der Filmbildung. Sie hat als Kuratorin im In- und Ausland gearbeitet und ist Mitglied der Fachkommission «Fiktion» der Zürcher Filmstiftung. kjv

### Neue Präsidenten in Ostschweiz und Lugano

Die hotellerie ostschweiz und die Sektion Lugano von hotellerieuisse haben neue Präsidenten. Urs Majer, Direktor des Hotels Walhalla St. Gallen, wurde an der Hauptversammlung im Hotel Bad Horn einstimmig zum Nachfolgervon Caspar Lips gewählt, der anschliessend zum ersten Ehrenmitglied von hotellerie ostschweiz erkoren wurde. Nach zwei Jahren beendet Carlo Fontana aus beruflichen Gründen sein Mandat als Präsident der Sektion Lugano. Nachfolger ist Roland Galliker, Direktor des Hotels Federale, Vizepräsident von hotellerieuisse Ticino und Mitglied der Kommission für die Hotelklassifikation im Tessin. kjv

### Peter B. Grossholz Leiter Berufsbildung bei hotellerieuisse

**Peter B. Grossholz**, als Leiter Weiterbildung und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung ein langjähriger und erfahrener Kademitarbeiter von hotellerie-



uisse, übernimmt ab 1. Juni die Leitung des Bereichs «Berufsbildung». Damit nimmt er Einsitz in der Geschäftsleitung.

### Sesselrücken



### Neuer Direktor im Hotel Eden in Spiez

**Jürgen Kögler** (55, Bild) ist neu Direktor im Hotel Eden. Während der letzten 3 Jahre war er General Manager des «Einstein Congress» in St. Gallen. Er folgt auf **Gerald Nowak**, der sich neuen Projekten widmet. Kögler kam im April 2007 aus Stuttgart, wo er 12 Jahre lang das Kongresshotel Maritim leitete. In St. Gallen führte er das «Einstein

Hotel» durch die Um- und Ausbauten zum «Einstein Congress».

### Direktionswechsel im Ramada Hotel Regina Titlis



**Alain Packes** (40, Bild) wird ab 1. Juni neuer Direktor des Ramada Hotels Regina Titlis in Engelberg. Er war die letzten viereinhalb Jahre Direktionsassistent und F&B-Manager im Ramada Plaza Basel Hotel

& Conference Center. Vorher war er Restaurantleiter im Hotel Seeburg Luzern und im Ferienort Walliserhof Saas-Fee. **Thomas Taanun** fungiert neu als Assistant Executive Manager und übernimmt dabei die Verantwortung für die Gastronomie im Ramada Plaza Basel.

### Neubesetzung der Schulleitung im Schulhotel Regina

**Thomas Rüedi** wird Schulleiter des Schulhotels Regina in Interlaken. Er ist seit 29 Jahren in verschiedenen Funktionen und seit Januar 2010 offiziell als stellvertretender Schulleiter/Rektor für das Schulhotel Regina tätig. Er tritt seine neue Funktion ab Beginn des Schuljahres per 1. Juli 2011 an. kjv

## reception@hotellerieuisse: Die willkommene Weiterbildung



hotellerieuisse als Kompetensträger für Hotelpfänger bietet Ihnen für Ihre persönliche Weiterentwicklung und Ihr berufliches Fortkommen:

- Festigung Ihrer Persönlichkeit und Sozialkompetenz
- Flexibles Online-Learning
- Direkter Transfer des Gelernten in die Praxis
- Anerkannte und zertifizierte Modulabschlüsse
- Steigerung Ihres persönlichen Marktwertes

**Kursdaten Zyklus 7:**  
**Modul 1:** 03.–08.10.2011  
**Modul 2:** E-Learning, Self Learning  
**Modul 3:** 28.11.–03.12.2011

**Kursdaten Zyklus 8:**  
**Modul 1:** 05.–10.03.2012  
**Modul 2:** E-Learning, Self Learning  
**Modul 3:** 07.–12.05.2012

weiterbildung@hotellerieuisse.ch, [www.hotellerieuisse.ch/reception](http://www.hotellerieuisse.ch/reception), Tel. +41 (0)31 370 43 01



ANZEIGE

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

rebagdata  
hotel management solutions  
8033 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

**Geschäftstourismus: Gutes Geschäft für Kongresshäuser** Seite 8; **Die aktuellen Trends bei MICE** Seite 9; **Technik ist das A und O** Seite 10; **Die wichtigsten Auslandsmärkte** Seite 11



## Neue Werte verlagern das Geschäft

**Top-Technik, funktionale Ausstattung – aber kein Luxus: Das verlangt der MICE-Kunde heute. Gute 3-Sterne-Hotels profitieren davon.**

GUIDRÜN SCHLENCEK

Das Geschäft mit Kongressen, Events und Incentives gewinnt wieder an Schwung. Zwar sei das Niveau von 2008, also vor der jüngsten Rezession, noch nicht erreicht, so Barbra Steuri-Albrecht, Leiterin Produktmarketing Meetings bei Schweiz Tourismus. Doch stünde dem Minus von fast 20% bei MICE-Anfragen im 2009 immerhin ein Plus von 30% im 2010 gegenüber. Steuri-Albrecht erwartet, dass sich dieser Aufwärtstrend auch 2011 fortsetzt. Zu florieren scheint dabei das Geschäft mit den Geschäftskunden besonders im 3- und 4-Sterne-Segment: Dieses profitierte bereits während der Rezession von dem neuen Kostenbewusstsein der Firmen. «Wir erlebten 2009 keinen Rückgang», so Remo Fehlmann vom Seminarhotel Sempachersee in Nottwil. 2010 verzeichnete das 3-Sterne-Superior-Hotel bereits wieder ein Umsatzplus von 9%.

**Der Wertewandel kommt den 3- und 4-Sterne-Hotels zugute**

Fehlmann ist überzeugt: «Der Trend zur 3- und 4-Sterne-Hotellerie ist nach der Rezession nicht vorbei.» Das bestätigt auch Steuri-Albrecht von ST: Für viele Firmen sei ein 5-Sterne-Haus heute nicht mehr mit dem Image vereinbar. Im Zuge der Bonus- und Managersalär-Diskussionen würden sozial-ethische Aspekte wichtiger. «Hier geht ein Wertewandel von stat-

ten», konstatiert Fehlmann. Er schätzt, dass die 5-Sterne-Hotellerie sich längerfristig auf ein für sie schwierigeres MICE-Geschäft einstellen muss. Und wer doch wieder in der 5-Sterne-Hotellerie bucht, «hängt das nicht an die grosse Glocke», so Steuri-Albrecht. Die Zukunft im MICE-Markt gehört gemäss der Meeting-Fachfrau von ST jenen 3-Sterne-Hotels, die funktional, aber nicht luxuriös sind und dem Geschäftskunden eine Top-Ausstattung bieten. Das heisst in erster Linie beste Seminartechnik, begleitet von einer Top-Dienstleistung: «Diese Leistung bekommt er bei uns wie in einem 5-Sterne-Haus – nur für weniger Geld», verdeutlicht Fehlmann. Pro Logiernacht liege der Preisunterschied zur Luxushotellerie zwischen 40 und 60 Franken.

**Auch im MICE-Segment ist der Standort wichtig fürs Geschäft**

3-Sterne-Hotels sind im Kongresssegment in der Schweiz heute aber noch in der Minderheit: Von 53 klassifizierten Kongresshotels tragen gerade mal sechs 3 Sterne, alle anderen 4 oder 5 Sterne. Bei den Seminarhotels (326 in der Schweiz) machen die 3-Sterne-Hotels immerhin knapp ein Drittel aus, das Gros liegt im 4-Sterne-Bereich.

Neben der Ausstattung ist aber auch im Geschäftssegment die Lage des Hotels matchentscheidend. Gemeint ist hier nicht nur die gute Erreichbarkeit. Der Standort sollte auch so gewählt sein, dass das Hotel dem Gast ein attraktives Rahmenprogramm bieten kann. «Mit dem

Rahmenprogramm verdienen wir nichts, aber so können wir die Kunden begeistern und für unser Haus gewinnen», weiss Corinne Wyer, Leiterin Marketing im 4-Sterne-Superior-Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon. Profitieren kann das Hotel von der Lage am Zürichsee. Besonders beliebt für Teambildungsprozesse: Rudern auf dem See. Das kann das 3-Sterne-Seminar-Hotel Geroldswil im ländlich gelegenen Zürich-Geroldswil hingegen nicht bieten. «Wir profitieren nur, wenn die Stadt ausgebucht ist. Wir sind für den Firmenkunden nicht die erste Wahl», konstatiert John M. Rusterholz. Der Hoteldirektor möchte in Zukunft vermehrt auf Kunden jenseits der Grenze setzen und spielt mit dem Gedanken, einer internationalen Hotelkette beizutreten. Zudem hat er sein Hotel vom Verband Deutsches ReiseManagement e.V. als «Certified Business Hotel» zertifizieren lassen. Inzwischen sind dem Beispiel einige Sorell-Hotels gefolgt. Neue Incoming-Märkte – insbesondere in Sachen Incentive – sieht man bei ST in China, Indien und Brasilien. Steuri-Albrecht ist überzeugt: «Das MICE-Geschäft ist ein wachsendes.»

**«Der Trend zur 3- und 4-Sterne-Hotellerie ist auch nach der Rezession nicht vorbei.»**

Remo Fehlmann  
Seminarhotel Sempachersee

**Fakten MICE – eine Nische, die dem Hotel Umsatz bringt**

MICE ist jener Teil des Geschäftstourismus, der die Organisation von Tagungen (Meetings), Anreiz- und Belohnungsreisen von Firmen (Incentives), Kongressen (Conventions) und Veranstaltungen (Events) umfasst. 5,5% aller Logiernächte in der Schweiz entfallen gemäss Schätzungen von ST auf das MICE-Geschäft. Die durchschnittlichen Ausgaben sind mit 350 Franken pro Gast (inkl. Übernachtung) rund doppelt so hoch wie im Leisure-Segment (Durchschnitt 176 Franken). gsg



Remo Fehlmann, Hotel Sempachersee.

Der moderne Geschäftskunde sucht Funktionalität, nicht mehr unbedingt Luxus.

**Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:**

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Bestellen Sie die Dialock Dokumentation inkl. der Schweizer Hotel-Referenzliste:  
Tel. 071 686 82 00, info@haefe.ch  
Häfele Schweiz AG  
Dammstrasse 29, 8280 Kreuzlingen

**HÄFELE**  
AUF NEUEN WEGEN

Hauptsponsor  
**FORUM**  
DEN KÜCHE • DES CUISINIERS • BEI CUOCHI  
09. Juni 2011 - Seedamm-Center Pfäffikon

**pistor**

idea creation  
Revolutionieren Sie Ihr Gutschein-Business

e-guma  
Gutschein-Management-System  
Zahlreiche Schweizer Hotels sind begeistert. Erfahren Sie mehr.

www.ideacreation.ch

**CERUTTI**  
iCaffè

Info Ticino & Graubünden Tel. 091 640 70 00  
Info Deutsche Schweiz Tel. 079 403 30 63  
Info Suisse Romande Tel. 079 458 87 38  
Kaffeemaschinen "FAEMA" Milano - Italien

**WELLNESS PARTNER**

Neu

**IHR KELO-BLOCKHAUS-SPEZIALIST**

www.wellnesspartner.ch

**Geschäftstourismus. Kongresszentren.** Das Geschäft mit Kongressen läuft 2011 wieder besser. Die steigende Bedeutung des Segments belegen auch die geplanten Eröffnungen und Umbauten.



Die Nachfrage nach Kongressen steigt nach dem Krisenjahr 2009 wieder. Davon profitiert neben den Kongresszentren auch die Hotellerie.

des Congress Centre Kursaal Interlaken dem lokalen MICE-Geschäft verliehen. Der Umsatz konnte zwischen 2007 und 2010 um 2 Mio. Franken gesteigert werden. Heuer sieht es wieder gut aus. «Wir streben eine Leader-Funktion im alpinen MICE-Geschäft an», sagt Sandra Schönmann, Marketingleiterin von Interlaken Congress & Events.

Nicht minder ehrgeizig ist man in Thun, wo mit Thun-Expo und KK Thun gleich zwei grosse Kongresszentren betrieben werden. Im Messe- und Marktzentrum Thun-Expo finden heuer neben sechs zum Teil nationalen Messen rund 70 Versammlungen, 40 Festanlässe, Viehschauen oder andere landwirtschaftliche Grossanlässe statt. «Regelmässige Kunden bei uns sind auch Grossfirmen wie Meyer Burger, Ruag oder die Raiffeisenbanken», sagt Gerhard Engemann, Geschäftsführer der Betriebsgesellschaft OHA-Thun-Expo. Optimistisch auch seine kommerzielle Prognose für 2011. «Dank der breiten Abstützung werden wir ertragsmässig an das erfolgreiche Jahr 2010 anknüpfen.»

#### Enge Kooperationen mit der Hotellerie

Freude an den gut ausgelasteten Kongresszentren hat auch die Hotellerie. «Die Kooperation zwischen dem KKL und den Hotels funktioniert gut», sagt Sibylle Gerardi von Luzern Tourismus. Oft würden spezielle Übernachtungs-Packages geschnürt. In Thun läuft die Hotel-Koordination bei Events ebenfalls über die lokalen Tourismusbüros. «Wir reservieren und verwalten Zimmerkontingente und bearbeiten alle Reservationsanfragen von Kongresskunden innerhalb von 48 Stunden», sagt Ursula Flück von Thun Tourismus. In St. Gallen wird die Kooperation zwischen Kongress Events und den drei wichtigsten Hotels Einsteiger, Radisson und Säntispark an regelmässigen Meetings gepflegt. «Das lokale Zimmerangebot soll in den nächsten Jahren um zwei bis drei neue Hotels erweitert werden», kündigt

Ralph Engel entsprechende Pläne an. Auch in Zürich ist ein Bedarf an stetig wachsenden Bettenkapazitäten vorhanden. Der Kontakt zur Hotellerie sei sehr eng, sagt Norbert Bolinger. Auch die Abhängigkeit: «Schliesslich verfügen wir über keine eigenen Zimmer und müssen all die Kongressgäste irgendwo unterbringen.»



Sibylle Gerardi, Luzern Tourismus.

## Kongresse im Aufwind

Die Auslastungskurve der grossen Kongress-Center in Schweizer Städten zeigt in den meisten Fällen nach oben. Davon profitiert auch die lokale Hotellerie.

ROBERT WILDI

Mit Genugtuung blickt Norbert Bolinger auf den aktuellen Veranstaltungskalender. Der Direktor des Kongresshauses Zürich kann sich über eine mangelnde Nachfrage nicht beklagen. Nicht weniger als sechs Kongresse und Events finden heuer zum ers-

ten Mal im altherwürdigen Gebäude am See statt. Die Kundschaft ist bunt gemischt, national und international. So findet etwa die Schweizer Touristik-Fachmesse TTW erstmals in Zürich statt, aber auch ein Kongress des global agierenden Lifestyle- und Beauty-Konzerns Amway India. «Wir gehen davon aus, dass wir die gute Auslastung aus dem Vorjahr in diesem Jahr mindestens egalisieren können», sagt Bolinger voraus.

Der Kongresstourismus boomt nicht nur in Zürich. Auch in anderen Schweizer Städten und Destinationen mit Spezialisierung auf das Geschäft mit Kongressen, Seminaren, Meetings und Events hat die Nachfrage nach einem zwischen-

zeitlichen Einbruch im Krisenjahr 2009 konstant zugenommen. «Wir rechnen für 2011 mit einem der besten je erzielten Resultate», sagt Ralph Engel, Leiter Abteilung Congress Events an der Olma St. Gallen.

**«Wir rechnen für das Jahr 2011 mit einem der besten je erzielten Resultate.»**

Ralph Engel  
Congress Events Olma St. Gallen

Jährlich finden dort über 100 Veranstaltungen mit durchschnittlich 200 Gästen statt. Als absoluten Höhepunkt bezeichnet Engel das im Juni stattfindende Eidgenössische Musikfest, zu welchem 15 000 Teilnehmer und an die 200 000 Besucher erwartet werden.

Rosig sind die Aussichten auch fürs Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL). Dort geht man zurzeit davon aus, das Rekordergebnis aus dem Jahr 2010 nochmals zu übertreffen. Mit Lucerne Festival,

Blue Balls Festival, Quartz Verleihung oder Swiss Excellence Award findet im KKL eine Reihe landesweit bekannter Events statt. Dazu kommen unzählige Geschäftsevents, die für die sehr hohe Auslastung der Gebäudeinfrastrukturen sorgen.

#### Bern: Kombination von Messen und Events

Ihre Reputation als Eventstadt konsequent gesteigert hat in den letzten Jahren Bern, wo sich mit Bernexpo und Kursaal Bern zwei dominierende Anbieter des Kongressgeschäftes teilen. «Immer mehr Messen werden zusammen mit Kongressen und Events inszeniert», stellt Michael Stocker, Geschäftsleiter Kongresse und Events bei Bernexpo, fest. Daher sei das Kongress-Portfolio in den letzten Jahren gewachsen. Nicht weniger als 300 entsprechende Veranstaltungen organisiert das Unterneh-

men heuer, darunter ein internationaler Parlamentarierkongress, die internationale Klimakonferenz und Firmenanlässe. Die Zusammenarbeit mit dem Kursaal Bern funktioniert hervorragend. «Man hilft und empfiehlt sich gegenseitig weiter», so Stocker.

Eine wichtige Rolle spielt das Eventgeschäft auch im Berner Oberland, wo mit Interlaken und Thun zwei Destinationen im nationalen MICE-Markt vorne mitspielen. Einen enormen Schub hat die Erweiterung und Neuausrichtung

## Die Schweiz macht sich fit fürs Geschäft

In den nächsten Jahren läuft viel im Schweizer Kongress- und Geschäftstourismus. Hotels werden eröffnet, neue Kongress-Center gebaut und bestehende erweitert.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Sanierungen und Neueröffnungen zeigen für Barbara Steuri-Albrecht, Leiterin des Switzerland Convention & Incentive Bureau, die Bedeutung des Kongress- und Geschäftstourismus für die Schweiz. Aber auch die Notwendigkeit, das Angebot den künftigen Bedürfnissen der Kongress- und Veranstal-



1000 m<sup>2</sup> Seminarräume im Renaissance Zürich Tower Hotel.

tungs-Organisatoren anzupassen. Ein paar Beispiele: In Lausanne soll 2013 das erste vollautomatische, mit modernster Technik ausgestattete Kongress-Center der Schweiz eröffnet werden. «The Swiss Tech Convention Center», welches auf dem Areal der Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) zu stehen kommt, hat eine Kapazität von rund 3000 Plätzen. Das Projekt, zu welchem auch Wohnungen, Geschäfte und Restaurants gehören, ist eine Public-Private-Partnership zwischen dem Bund, der EPFL, HRS Real Estate SA und dem Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality. Investiert werden rund 225 Mio. Franken. Unmittelbar neben dem Campus liegt das 2010 eröffnete Starling Hotel.



Das neue Kongress-Center auf dem Campus der EPFL Lausanne.

Rund 100 Mio. Franken werden zudem in die Renovation des Kongress Center Beaulieu Lausanne gesteckt. In diesem Jahr erfolgt die Sanierung der «Hallen Süd», bis 2015 wird die «Halle Nord» und bis 2020 der Südfügel des Hauptgebäudes vollumfänglich erneuert sein. In Genf investiert das Hotel InterContinental 100 Mio. Franken in die Renovation von Zimmer und Lobby.

Bern investiert 45 Mio. Franken in das Messe- und Kongresszentrum. Im Frühjahr hat Bernexpo eine neue Messehalle in Betrieb genommen, im Herbst werden die Arbeiten abgeschlossen sein.

In Zürich eröffnen dieses Jahr gleich drei Hotels für Kongress- und Geschäftskunden: Das B2 Hotel, das Renaissance Zürich Tower

Hotel und das Hotel Ramada. Das Kongresshaus wird bis 2013 für 40 Mio. Franken modernisiert. Das «Seedamm Plaza» in Pfäffikon baut ab 2012 für 70 Mio. Franken einen neuen Ausbildungstrakt mit 40 zusätzlichen Hotelzimmern.

2012 realisiert Accor in Lugano die Hotels Ibis und Novotel mit Konferenzräumen für 300 Personen. 2012 steht die Eröffnung des neuen 5-Sterne-Hotels Grand Hotel Alpina im Gstaad an und 2013 werden die Erweiterungsbauten am Messezentrum Basel (Investitionssumme 430 Mio. Franken) beendet sein. Bis 2013 bekommt das KKL ein Facelift und die Messe Luzern die erste Minergie-Halle der Schweiz. Über 400 Zimmer entstehen bis 2014 im Resort Bürgenstock.

**Geschäftstourismus. Wettbewerb.** Die Branchen-Messe IMEX in Frankfurt am Main bot dem MICE-Experten Jonas Scharf ein Panorama der Trends. Die steigende MICE-Nachfrage wird von einer Best-Western-Studie belegt.

# «MICE fragt nach höchster Kompetenz»

**Jonas Scharf, Leiter des Congress Centers Basel und Vorstand des Europäischen Verbands der Veranstaltungszentren, über das MICE-Business und Messeerfahrungen an der IMEX.**

KARL JOSEF VERDING

**Was sind nach Ihren Erfahrungen an der IMEX der letzten Woche in Frankfurt am Main die wichtigsten Trends im MICE-Geschäft?**

Zum ersten Mal seit drei Jahren gibt es Erleichterung im MICE. Ein Trend im Kundenverhalten sind die Lead-Zeiten für die Buchung: Die Entscheidungen fallen kurzfristiger. Wir bekommen jetzt noch Anfragen für Grossanlässe Anfang 2012, und sogar für Herbst 2011 – vor dem Einbruch des Geschäfts war das länger. Zweitens sind die Service-Erwartungen sehr hoch. Die Kunden wollen schon in der ersten Phase sehr viel darüber wissen, und nicht recherchieren müssen. Sie wollen einen One-Stop-Shop für ihre Bedürfnisse.

**Wer sind die Wettbewerber?** Die MICE-Branche tickt global. Asien ist präsenter denn je, als Einkäufer, aber auch als Veranstalter, mit sehr vielen fähigen Marktteilnehmern. Anbieter aus dem Mittel-

ren Osten geben wahnsinnig Gas. Preisdruck kommt vonseiten der osteuropäischen Destinationen. Man muss im Wettbewerb sehr gut aufgestellt sein.

**Wie kann ein Schweizer Veranstaltungsort trotz teurem Franken gegen europäische Konkurrenz punkten und gewinnen?**

Er muss die hervorragende Reputation der Marke Schweiz unterstützen. Allein als Ort ist es schwierig. Wir punkten mit Swissness: Qualität, Sicherheit und Authentizität.

**Wie erreicht man Qualität?**

Dieses Geschäft braucht ausgebildete Leute mit höchster Kompetenz. Bei den Schweizer Touristikern müssen wir das Verständnis für MICE entwickeln. In Basel profitieren wir vom gemeinsamen Know-how. Wichtig sind ausserdem die technische Infrastruktur, die Einfachheit der Angebote, und gute Netzwerke mit den Kunden, in unserem Fall in unserer

**Jonas Scharf, Leiter Congress Center Basel und EVVC-Vorstand.**

Alain D. Bollat

Klasse von 300 Teilnehmern aufwärts. Mit einer entsprechenden Referenzliste ist man gut unterwegs.

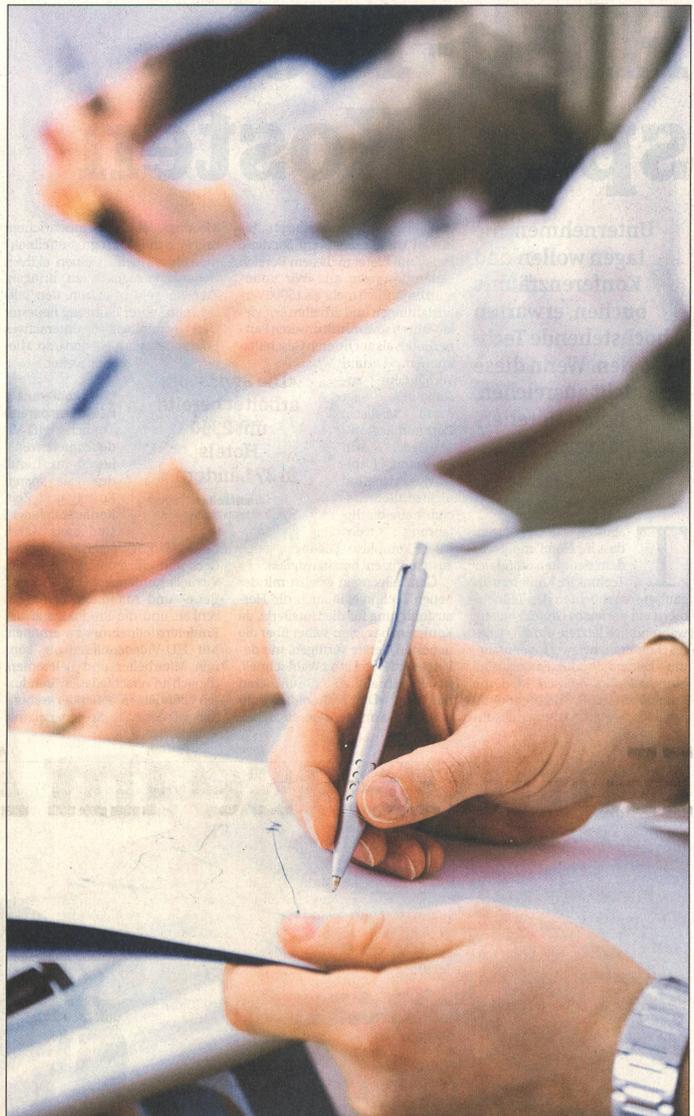
**Ist neben den verabredeten Hosted Buyers an der IMEX auch die «Laufkundschaft» wichtig?**

Sie ist extrem wichtig, allein schon fürs Branding – jeder dieser Kunden wird zum Botschafter. Das Congress Center Basel kann Platz für Grosskongresse bis zu 5000 Teilnehmern bieten. Auch in diesem Spitzensegment gibt es viele spontane Messkontakte. Manche Top-

Einkäufer, wie CEOs von Agenturen, empfinden das Hosted-Buyer-Programm als erniedrigend. Schweiz Tourismus hat mit seinem übersichtlichen Stand einen guten Job gemacht.

**Wie teilt sich das Geschäft des Congress Centers Basel zwischen dem Corporate-Segment, also dem Firmengeschäft, und dem Associations-Segment, also Verbänden und Körperschaften des MICE auf?** 50 Prozent sind Corporate, 40 Prozent sind Stadhallen-Funktionen: Konzerte und Örtliches.

**Bietet Ihr CCB im Normalfall ein Package an, zu dem auch die Übernachtungen während der Veranstaltung gehören?** Nein, wir kooperieren mit dem Basel Convention Bureau von Basel Tourismus. Übernachtungszimmer und MICE-Räumlichkeiten werden separat organisiert, aber die Offerte kommt aus einer Hand: von Basel Tourismus oder von uns. Für jeden Fall machen wir den Lead unter uns ab: Wer erhielt die Anfrage,



Für engagiert Mitarbeitende Kongress-Teilnehmer kann ein Hotelbett in Fussweg-Distanz ein USP sein.

wer hat die höchste Kompetenz für die Bearbeitung?

**Was insgesamt gehört zu einem Package?** In unserem Segment: alles, was der Kunde will.

**Welchen Vorteil geben Ihnen die 800 Hotelbetten, die Sie in Fussweg-Distanz vom Congress Center Basel bieten können?** Das ist ein absolutes USP für einen Schweizer MICE-Anbie-

ter. Es sind Betten in allen Klassen. Das ist vor allem für das internationale Geschäft gut – umso besser kann man dort mitmischen. Ich hätte gern 1000 zusätzliche von diesen Fussweg-Betten.

## Online informieren, telefonisch buchen

**Die Nachfrage im Bereich MICE steigt wieder an. Das zeigt eine Studie, die Best Western Deutschland letzte Woche veröffentlicht hat. Getagt wird bevorzugt im 4-Sterne-Hotel.**

CHRISTINE KUNZLER

«Die Krise im Tagungssegment ist überwunden», schreibt Best Western Deutschland in einer neuen Studie. Das bestätigt auch Peter Michel, CEO Best Western Schweiz. In Deutschland erzielte Best Western im MICE-Segment in den ersten drei Monaten dieses Jahres 31 Prozent mehr Umsatz als in der Vorjahr-

periode. Diese eindeutigen Zuwächse wertet die Gruppe als klares Indiz, dass sich der Businessmarkt von der Krise im 2010 nachhaltiger erholt habe, heisst es. Doch seien die MICE-Kunden nach wie vor kostensensibel. Während für deutsche Tagungsveranstalter nicht mehr der Preis, sondern vermehrt auch die Qualität wichtig ist, trifft diese Aussage für die Schweizer Best Western Hotels «nur teilweise zu».

Unterschiedliche Bedürfnisse auch im Bereich Ökologie: Ein Fünftel der deutschen Firmen möchten «grün» tagen – auch wenn dieses Bedürfnis bis jetzt nicht buchungsrelevant sei. In der Schweiz sei das noch kaum ein Thema. Andere Länder, andere Sitten auch beim Buchungsverhalten: Wäh-



Alain D. Bollat

**Best Western: Die Krise im Tagungsbereich ist überwunden.**

rend in Deutschland «kleine und mittlere Veranstaltungen und Tagungen so kurzfristig wie nie zuvor gebucht werden», trifft das für die Schweiz nicht in diesem Ausmass zu, hält Peter Michel fest. Best Western Deutschland geht davon aus, dass sich dieses «Shoppingverhalten» erst ändert, wenn die Nachfrage das Angebot übersteigt. In beiden Ländern gleich ist indes der nachhaltige Wechsel vom Luxus- in das 4-Sterne-Segment. «Das beobachten wir auch in der Schweiz ganz klar», sagt Michel.

Während sich in Deutschland der Wunsch nach kreativen und aussergewöhnlichen Rahmenveranstaltungen abzeichnet, sind bei den Schweizer Best Western Hotels solche Zusatzangebote grundsätzlich weniger nachgefragt. Michel: «Wenn aber jemand eine Rahmenveranstaltung buchen will, dann muss diese selbstverständlich auch kreativ sein.»

**Peter Michel**  
CEO Best Western Schweiz

Online-Buchungsportale spielen auch künftig eine entscheidende Rolle – sowohl in der Schweiz als auch in Deutschland. Mehr als die

Halbte der Unternehmen informieren sich online, bevor sie ihre Tagung organisieren. Geht es aber um eine Buchungsanfrage, nutzt jedoch nur noch ein Drittel eine Online-Plattform. «Bei konkreten Buchungen komplexer Veranstaltungen steht immer noch die persönliche Beratung und Betreuung im Vordergrund», bestätigen die Best Western-Geschäftsführer beider Länder.

ANZEIGE

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

**Geschäftstourismus. Technik.** Wenn Technologien für einen Anlass im Hotel nicht ausreichen, können mobile Ergänzungen dazugemietet werden. Wie die Einrichtung von Dolmetscher- oder Simultanübersetzungsanlagen.

## High-Tech spart Kosten

**Unternehmen, die tagen wollen und Konferenzräume buchen, erwarten hochstehende Technologien. Wenn diese nicht ausreichen, holen Hoteliers externe Profis.**

SIMONE LEITNER

Tagungsgäste erwarten, dass ihr Hotel immer auf dem neuesten Stand der Technik ist. Konferenzorganisatoren möchten den Teilnehmern ein perfektes Umfeld bieten, während sich letztere auf ein sicheres Konferenznetzwerk verlassen, um keinen Produktivitätsausfall hinnehmen zu müssen. Moderne Konferenztechnik wird mehr denn je nachgefragt: von Standardlösun-

gen, über Videokonferenzen, bis hin zu komplexen Event Services. Swisscom bietet in diesem Bereich Gesamtlösungen an. «Wir unterstützen jährlich mehr als 15000 Veranstaltungen und arbeiten seit vielen Jahren sowohl mit unseren Partnerhotels als auch deren Geschäftskunden und Verbänden zusammen», sagt Arndt Mielisch, Communication Manager von Swisscom Hospitality Services und ergänzt, die Swisscom habe die Erfahrung, technisch komplexe Lösungen auch kosteneffizient bereitzustellen.

Ganz allgemein wächst mit der neuen Technologie auch die Herausforderung für die Hotellerie, da Konferenzbesucher selber über die neuesten Geräte verfügen, mit denen sie im Hotel ihrer Wahl schnell, sicher und nahtlos kommunizieren möchten. «Die Technologie hilft heute im Konferenzwesen dabei,

Meetings effizient auszurichten und eine möglichst grosse Teilnehmerzahl virtuell in einen aktiven Gedankenaustausch zu bringen. Zugleich geht es darum, den Teilnehmern unter Einbezug neuester User-Technologie ein interaktives Erlebnis zu ermöglichen», so Mielisch weiter.

**«Die Swisscom arbeitet bereits mit 2300 Hotels in 37 Ländern.»**

Arndt Mielisch  
Swisscom Hospitality Services

**Videokonferenz ist kostensparend**  
Auch HD-Videokonferenzen liegen im Trend, denn sie sparen Kosten und Zeit. Konferenzplaner sind stets daran interessiert, Tagungen kostengünstiger und effizienter zu gestalten. Virtuelle Konferenzen helfen dabei, Reise- und Mitarbeiterkosten zu senken und die Produktivität der Konferenzteilnehmer zu erhöhen. Mit HD-Videoconferencing können Mitarbeiter und Referenten, die sich an verschiedenen Standorten befinden, miteinander verbunden werden. Die Kostenersparnis



Dolmetscher- oder Simultanübersetzungsanlagen werden oft für Konferenzen dazugemietet.

ist ein wichtiges Argument für den Einsatz der HD-Videokonferenzlösung.

**SV Group holt Partner mit ins Boot und bietet so immer neueste Technik**

Auch die SV Group setzt auf ein professionelles Netzwerk. «Wir fokussieren auf unser Kerngeschäft und geben Bereiche, wie die Konferenztechnik, an langjährige Partner ab», sagt Stephanie Steinmann, Corporate Communications Manager der SV Group. Die Konferenztechnik entwickle sich rasant, und da seien Profis unabdingbar. Bei den Hotels der SV Group ist das technische Basisangebot state of

the art, «doch braucht es je nach Veranstaltung noch weitere Technik, so mieten wir diese hinzu», erklärt Steinmann weiter. Der Eventmanager in den einzelnen Hotels ziehe die Fäden, so dass der Kunde nur einen Ansprechpartner habe. «Das ist uns sehr wichtig.» Dienstleistungen in dieser Art verkauft Adrian Grab von der Graber Konferenztechnik in Bärswil. «Wir sind vor allem stark in der Dolmetscher-Technik, das Hotel Seedorf in Pfäfers gehört beispielsweise zu unseren Kunden.» Die mobile Technik ist für einige Hotels und auch Firmen ein wichtiger Faktor. Parteien in der Schweiz

haben die Pflicht, ihre Versammlungen mehrsprachig zu halten und sind daher auf Dolmetscheranlagen angewiesen. Auch Adrian Graber muss immer wieder in die neuesten Technologien investieren. «Erst vor zwei Jahren kam eine ganz neue Generation an Übersetzungstechnik auf den Markt, die wir nun einsetzen und dadurch signifikant weniger Störungen beheben müssen.» Stephanie Steinmann beobachtet aber auch einen Trend hin zu weniger Technik. Vor allem bei Firmenworkshops würde schon mal auf High-Tech verzichtet. Unplugged kann also auch im MICE-Geschäft eine Strategie sein.

**Gastfreundschaft heisst, nicht alles auf eine Karte zu setzen.**



Zeigen Sie Weltoffenheit und bringen Sie Ihren amerikanischen, chinesischen und japanischen Kunden noch mehr Wertschätzung entgegen. Dank der erweiterten Angebotspalette von SIX Multipay können Sie jetzt die Akzeptanz und Verarbeitung von Diners Club, Discover, UnionPay und JCB anbieten. So gehen Sie auch beim Bezahlen ganz auf die individuellen Wünsche Ihrer internationalen Kundschaft ein. Ein Entgegenkommen, mit dem Sie sich mehr Frequenz, mehr zufriedene Kunden und damit mehr Umsatz sichern.

[www.six-multipay.com/hotellerie](http://www.six-multipay.com/hotellerie)

**SIX** MULTIPAY



[www.six-multipay.com](http://www.six-multipay.com)

**Geschäftstourismus. Nachfrage.** Tagungskunden aus dem Ausland wünschen sich die Einbeziehung von Lifestyle-Themen und Authentizität. Die Rahmenprogramme reichen von Paragliding bis zur Kitchen-Party.

# Die Trends in den drei Top-Märkten

**Deutschland, Frankreich, Nordamerika sind die wichtigsten MICE-Auslandsmärkte der Schweiz. Was nachgefragt wird, wissen die Switzerland Convention & Incentive Bureaus.**

KARL JOSEF VERDING

Christin Schlüter ist Manager Germany/Austria am Standort Frankfurt am Main des Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB). Für die Nachfrage aus Deutschland stellt sie fest: «Der Optimismus der Branche ist zurückgekehrt. Mehr Veranstaltungen, mehr Teilnehmer und höhere Budgets untermauern die Tatsache, dass die Talsohle der Wirtschaftskrise durchschritten ist.» Die IMEX 2011 bestätigte diesen Trend: «Die Agenturen blicken hoffnungsvoll in die Zukunft und spüren die ersten Aufwände.» Die aktuelle Eventklimatestudie des FME – Forum Marketing- & Eventagenturen zeigt eine weitere Verlagerung der Marketingbudgets der Unternehmen, von der klassischen Kommunikation, stärker hin zur Live-Kommunikation.

**Deutschland mag Originalität und Einbezug von Lifestyle-Themen**

Die nachgefragten Veranstaltungsprogramme «werden immer intensiver und dichter und beinhalten immer mehr Elemente», stellt Christin Schlüter fest. «Vielfalt, Originalität und die Einbeziehung von Lifestyle-Themen wie Bildung, Ernährung und

Christin Schlüter leitet SCIB in Frankfurt a. M.



Sport werden in Zukunft mehr Bedeutung erhalten.» Namentlich bei Incentives stehe «immer wieder das authentische Erlebnis im Vordergrund», etwa mit einem «erlebnis- und abwechslungsreichen Outdoor-Programm in den Bergen der Schweiz. Aufgrund der räumlichen Nähe von Städten und Bergen ist all dies in kürzester Zeit möglich.»

Bei den Logiernächten gibt es hier wie in den anderen beiden Märkten keine speziellen MICE-Statistiken. «Der Trend der MICE-Anfragen ist jedoch positiv im Vergleich zu den Logiernächten insgesamt. Dies ist jedoch nicht repräsentativ» im Sinne von einer Kennzahl MICE-Logiernächte, stellt Schlüter fest. Was die Dauer und das Logement von Veranstaltungen betrifft, halten im deutschen Markt die in der Krise getroffenen Sparmassnahmen vorerst noch weiter an. «Zu dieser Entwicklung gehört auch, dass eher 4-Sterne- bis 4-Sterne-superior-Hotelkategorien dominieren, an Stelle von 5-Stern-Deluxe.»

**Französische MICE-Kunden entdecken Luzern und Gstaad**

Binnen 10 Jahren haben sich die Anfragen, die durch SCIB Frankreich behandelt werden, um 31% gesteigert, die Realisierungsquote

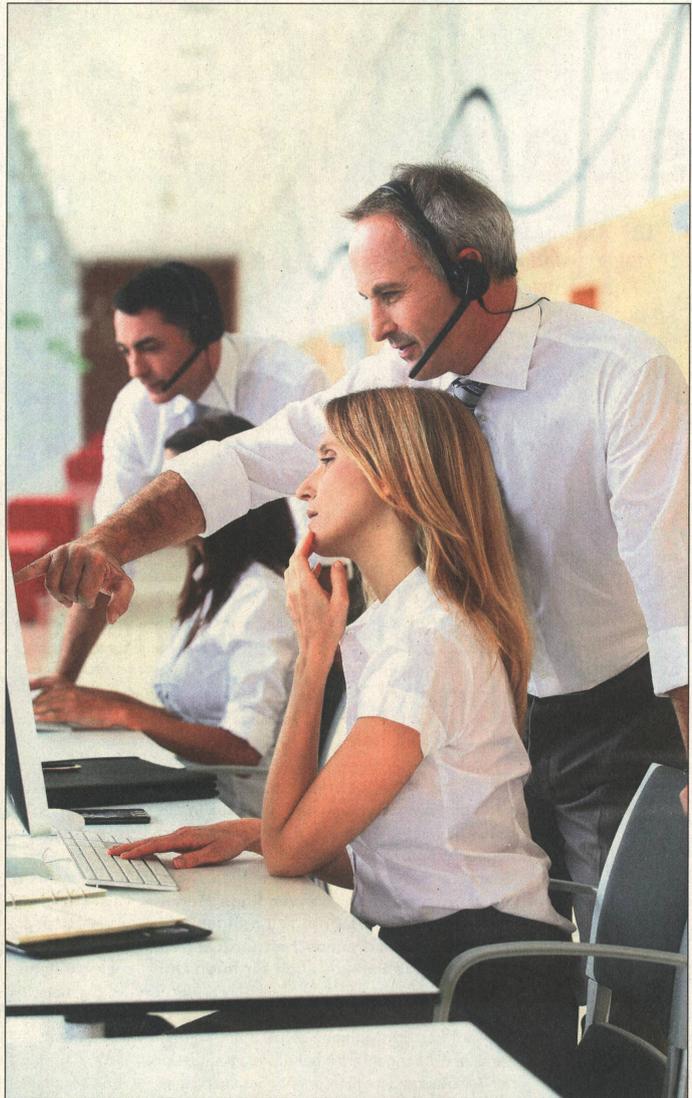
stieg um 15%. Franziska Lüthi ist Responsible Marketing MICE France des SCIB: «Die Franzosen», betont sie, «dachten vor 10 Jahren an die Schweiz bloss für ihre Schneeseinare im Winter. Unterdessen bekommen wir sehr vielfältige Anfragen in allen Grössen, für alle Monate und für ganz verschiedene Destinationen in der Schweiz – Stadt, Resort, Berge.» Oben auf der Rangliste der Orte finden sich unterdessen Montreux, Genf, Lausanne, und, so Lüthi, «allmählich auch Luzern und Orte in den Bergen, die schnell erreichbar sind und eine gute Infrastruktur haben: vor allem Villars und Gstaad.»

**«Mehr Events, mehr Teilnehmer, höhere Budgets – der Optimismus ist zurück.»**

Christin Schlüter  
Manager Germany/Austria SCIB

Was muss zum MICE-Angebot gehören? «Begleitende Aktivitäten für ein Seminar sind zunehmend wichtig und oft auch der Auslöser für die Wahl einer Destination. Man sucht etwas Originelles, noch nie Gemachtes oder Neues – Konzepte, Tagungsorte, Aktivitäten», so Lüthi. Die Schweiz punktet. «Nachhaltigkeit ist seit drei Jahren ein sehr wichtiges Thema, auch im MICE-Bereich. Da positionieren wir uns prominent, als authentisches und nachhaltiges Land.» Dominierendes Kundensegment für MICE aus Frankreich ist der Corporate-Bereich, an erster Stelle mit Banken, Versicherungen und Konsumgüter-Unternehmen. Logements im 5-Sterne-Segment buchen Firmen der Kosmetik- oder Luxusgüterbranche sehr gern.

Die Belastung durch den Euro-Währungseffekt sei im MICE-Geschäft mit französischen Kunden noch mässig, sagt Franziska Lüthi: «Nach Einführung des Euros hat sich das Leben in Frankreich stark verteuert, was den Unterschied zur Schweiz kleiner machte. Wenn die Euro-Situation noch lange so anhält, wird sie aber meines Erachtens auch für Frankreich einen negativen Einfluss haben.»



Die nachgefragten Veranstaltungsprogramme werden intensiver und dichter. Die Technik folgt dem Trend.

«Gemäss den Kundenkontakten und den US-Medien ist die Tendenz steigend für das Meetings-Geschäft in Nordamerika», sagt Caroline Pidroni, Director of Sales & Marketing des SCIB-Büros in New York. «Unternehmen, die ihre Meetings im Ausland planen, achten gezielt auf

ihre Budget und suchen so beispielsweise öfters added values.» Die Anzahl der Teilnehmer sei nach der Finanzkrise deutlich gesunken: «Qualität steht vor Quantität, was bedeutet, nur die Wichtigsten im Business werden an Meeting im Ausland geschickt.» Es wird kurz-

fristig gebucht: «Das SCIB Nordamerika erhält Anfragen für die zweite Jahreshälfte 2011 sowie für 2012.» Dominant sind Kunden aus Versicherungen, sowie der Finanzbranche und der Autoindustrie. Genf und Zürich sind wegen ihrer kurzen Transferzeit beliebt.

## Ein Floss bauen oder lieber Piraten jagen?

**Wer tagt, bucht oft auch eine Rahmenveranstaltung. Die Angebote sind kreativ und vielfältig.**

CHRISTINE KÜNZLER

Gebucht werden können Rahmenveranstaltungen auch bei Tourismus-Organisationen. Renner bei Zug Tourismus sind «Stadtführungen und die Höllengrotten-Führung in Baar», sagt Stefanie Ziegler von der Marketingabteilung. Neu lanciert hat Zug Tourismus einen «Wellness-Gesundheits-Workshop». Dort lernen die Tagungsteilnehmer Entspannungstechniken. Luzern Tourismus verkauft die Goldene Rundfahrt Pilatus beson-

ders gut, hält Corinne Bucher fest. Die Rundfahrt vereint Fun, Sport sowie Berg- und Seelerlebnis. Gefragt sind auch die Programme Piratenüberfall und Iglubau. Bei Ersterem gilt es, ein Schiff zu retten und einen Schatz zu bergen, bei Zweitem bauen die Teilnehmenden ihre Schnee-Unterkunft selber.

Kanufahren auf dem Ägerisee ist das meistgebuchte Rahmenprogramm im Seminarhotel am Ägerisee. An zweiter Stelle folgt «Fackelwandern mit Einkehr in einer Alpwirtschaft». «Wir bieten auch Barbecue am See, wo die Teilnehmenden selber mit Hand anlegen», hält Direktor Hansruedi Bolli fest. Dieses Angebot «ohne Luxus», sei beliebt. Schneeschuhwandern ist das meistnachgefragte Winter-An-



Tandem-Paragliding für Gäste des «Victoria-Jungfrau».

gebot, gefolgt von «Fondueplausch auf dem Berg». Rund 20 Prozent der Gäste buchen ein solches Rahmenprogramm.

Das Hotel Einstein in St. Gallen arbeitet mit MedBase und dem Einstein-Fitnesspark zusammen und bietet den Tagungsgästen Rahmen-

programme im Bereich Gesundheit und Fitness mit Indoor- und Outdoor-Aktivitäten. «Wir veranstalten auch Vorträge zu Gesundheits- und Präventionsthemen», hält Congress Director Andreas Bucher fest.

Von vielseitigen Rahmenveranstaltungen können auch die MICE-



Wer geht durchs Feuer? Feuerlaufen für mutige MICE-Gäste.

Gäste in den Hotels der Victoria-Jungfrau Collection profitieren. Christopher Cox, Vice President Sales & Marketing, nennt ein paar Highlights: Im «Palace Luzern» können die Gäste im Baumhaus tagen, den Luzerner Markt besuchen oder sich in einem Drachenbootrennen auf dem Vierwaldstättersee messen. Wer im «Victoria-Jungfrau» tagt, kann einen Ausflug ins Freilichtmuseum Ballenberg buchen oder sich im Tandem-Paragliding oder Flossbau versuchen. Das Berner «Bellevue Palace» veranstaltet Kochkurse, Kitchen-Partys und organisiert sogar ein «Staatsdinner» für seine Gäste.

Claudia Schoch, Geschäftsführerin von Erlebnis Schweiz, unterscheidet drei Neigungsrichtungen:

«Genuss und Gemütlichkeit», «Aktiv und Erleben» sowie «Seminar und Teambildung». «Im Bereich Teambildung ist Feuerlaufen nach wie vor sehr gefragt», hält sie fest. Wer jedoch lieber dem Genuss und dem Gemütlichkeit frönt, bucht einen Besuch bei einem Winzer. «Neu haben wir das Angebot Wein, Mehl, Mahl kreiert. Das beinhaltet einen Besuch in einem Restaurant mit einem eigenen Gemüsegarten, einer Mühle, die nach alter Methode mahlt und einem Weinbauer, der nach höchsten Qualitätskriterien Wein keltert.» Weniger nachgefragt als noch im letzten Jahr sind Aktiv-Angebote. «Heute werden Teamspiele bevorzugt. Trotinetfahren sei indes seit Jahren ein gefragtes Rahmenprogramm.»



## Damit sich chinesische Touristen bei Ihnen wie zu Hause fühlen.

**Immer mehr Chinesen verfügen über genügend Einkommen, um sich eine Reise in die Schweiz leisten zu können. Hoch im Trend liegen Europa, insbesondere die Schweiz. Die Gäste aus Fernost haben Erwartungen. Diese gilt es nun mit dem notwendigen Finger-spitzengefühl in Erfahrung zu bringen und in lebendige Gastfreundschaft umzusetzen. Eine lohnende Sache – auch für Ihren Umsatz.**

Im April hat SIX Multipay zwei China-Knigge-Seminare durchgeführt – gerade rechtzeitig vor der Reisesaison der Chinesen. Am Seminar gaben die Referenten den rund 120 Teilnehmenden Einblicke und Tipps im Umgang mit chinesischen Kunden.

### Kultur und Tradition

So vielfältig wie das Land sind auch die Menschen, so interessant und faszinierend auch ihre Traditionen. Was für uns gebräuchlich ist, kann auf andere anstössig wirken. So gibt es schon bei der Begrüssung und beim Augenkontakt mit Chinesen wesentliche kulturelle Unterschiede, erklärt Chaorong Tang, China-Expertin und Dozentin für Interkulturelles Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Im Gespräch mit einem Chinesen ist es wichtig, dass die Augen auf verschiedene Objekte gerichtet sind – z.B. auf Nase oder Schulter. Dies, weil sie eher zurückhaltende Menschen sind und ein direkter Augenkontakt als offensiv empfunden werden kann.

### Die chinesische Zahlkarte

Chinesen legen grossen Wert auf Komfort und Einfachheit. Das gilt auch für ihre Einkäufe im Ausland. Die allermeisten der reisefreudigen Touristen aus Fernost verfügen über die UnionPay Karte, die sie auch entsprechend einsetzen wollen. Über 2,2 Milliarden UnionPay Karten sind bereits heute im Einsatz. Das Transaktionsvolumen ist stetig angestiegen – 2008 waren es weltweit noch CHF 710 Milliarden, zwei Jahre später schnellte die Summe schon auf CHF 1700 Milliarden in die Höhe. Tendenz steigend, erläuterte Xiaoqiong Hu, Marktvertreterin Schweiz von China UnionPay.

Wie können Sie die Akzeptanz von UnionPay (CUP) sicherstellen?

Zögern Sie nicht, denn bereits Ende Mai hat die beliebte Reisezeit der Chinesen begonnen. Wir beraten Sie gerne. Bitte kontaktieren Sie uns per E-Mail: [leadmanagement@six-multipay.com](mailto:leadmanagement@six-multipay.com) oder erfahren Sie mehr auf unserer Webseite unter [www.six-multipay.com/union-pay](http://www.six-multipay.com/union-pay).

### Die Success Story der Beyer Chronometrie AG

Persönlicher Kontakt ist wichtig. Vor allem dann, wenn es um den Verkauf von Luxusgütern geht, weiss auch Frau Weiqing Wüst-Wang, Verkäuferin der Beyer Chronometrie AG in Zürich. Der durchschnittliche Einkaufsbetrag, den ein Chinese in der Bijouterie Beyer investierte, hat sich gegenüber 2005 bereits verdreifacht. Chinesen schätzen es, wenn der Gesprächs-

partner dieselbe Sprache spricht. Ist dies in chinesisches nicht möglich, so ist die Kundenkommunikation auch in Englisch gut machbar. Wichtig dabei ist, sich in einfachen kurzen Sätzen auszudrücken. „Bieten Sie Tee an – das kommt immer gut an“, verrät Frau Wang zum Schluss mit einem Lächeln auf dem Gesicht.

### Weitere China-Knigge Seminare

Die genauen Daten und Infos zur Anmeldung folgen demnächst auf unserer Website [www.six-multipay.com/china-knigge](http://www.six-multipay.com/china-knigge).



### SIX Multipay

Als führendes Acquiring-Unternehmen in der Schweiz schliesst SIX Multipay Verträge mit Händlern für die Akzeptanz von bargeldlosen Zahlungsmitteln. Daneben bietet SIX Multipay zahlreiche innovative Mehrwertdienstleistungen. SIX Multipay ist ein Unternehmen von SIX Group AG. Diese bietet weltweit erstklassige Dienstleistungen in den Bereichen Wert-schriftenhandel und -abwicklung sowie Finanz-informationen und Zahlungsverkehr.

# dolce vita

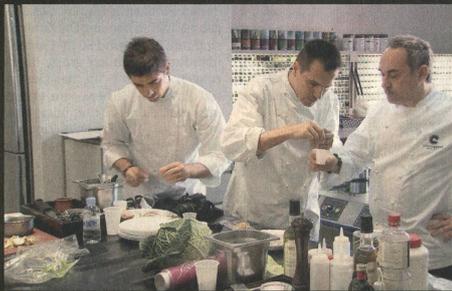
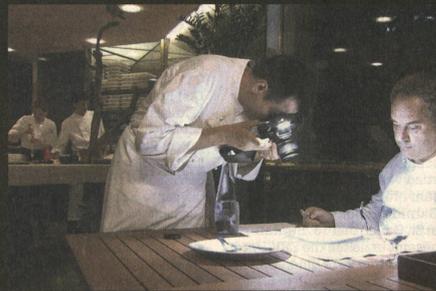
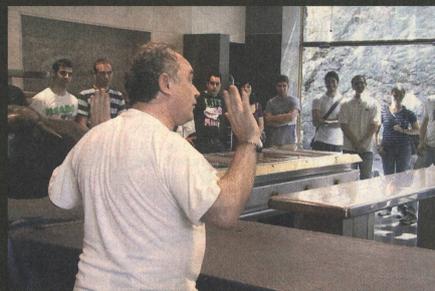
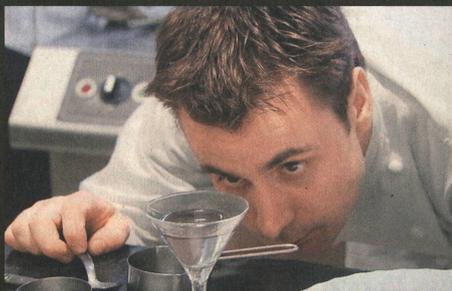
htr hotelrevue Nr. 22 / 1. Juni 2011



## Interlaken

Eine kulinarische Kutschenfahrt präsentierte die vielfältige lokale Gastronomie.

Seite 17



Teamwork: Die Küchenchefs Oriol Castro und Eugeni de Diego tüfteln im Labor in Barcelona. Konzentriert: Küchenchef Eduard Xatruch mischt Ölwasser. Saisonstart: Chef Ferran Adrià instruiert die neuen Köche. Dokumentiert: Die Gerichte werden fotografisch festgehalten. Gelungen? Ferran Adrià kostet eine neue Kreation. Ideenreich: Der Sommelier François Chartier macht Vorschläge (von oben links).

# Adrià's Kochformel auf der Spur

«El Bulli – Cooking in Progress» heisst ein neuer Film über das vielleicht beste Restaurant der Welt, seine Küche und seine Köche.

RENATE DUBACH

Filme über «El Bulli» und Ferran Adrià gibt es schon viele. Gerüchte weisoll auch Hollywood ein Filmprojekt mit dem spanischen Spitzenkoch haben. Bereits gedreht und im Spätsommer im Kino ist «El Bulli – Cooking in Progress» von Gereon Wetzel. Der deutsche Dokumentarfilmer begleitete Adrià und sein Team neun Monate lang. Die Filmemacher durften im Restaurant und in dem Labor filmen, in dem Adrià mit seinem Team sechs Monate pro Jahr an neuen Kreationen tüftelt – oder besser gesagt tüftelte, denn wie es weitergeht mit

«El Bulli» weiss womöglich nicht mal Ferran Adrià selber (siehe Kasten).

### Spitzenkoch Adrià ist vom Filmprojekt begeistert

Es sei nicht besonders schwierig gewesen, den Spitzenkoch von seinem Projekt zu überzeugen, meinte Gereon Wetzel. Adrià hätte sich über das Konzept, den kreativen Prozess in den Mittelpunkt zu stellen, schnell begeistert gezeigt.

Wer sich für diesen Prozess interessiert, kommt bei «El Bulli – Cooking in Progress» voll auf die Rechnung. Der Film beginnt damit, wie im Restaurant alles – Geräte, Apparate, Töpfe, Pfannen, Geschirr, Besteck – eingepackt und ins Labor nach Barcelona verfrachtet wird. Dann sieht man endlich einmal nicht nur das wundervoll fotografierte Endprodukt auf dem dazu entworfenen

Teller, man sieht die unzähligen Versuche, die vielleicht – meistens eher nicht – zu einem Endprodukt führen. Ein kleines Team rund um Küchenchef Oriol Castro, der seit 14 Jahren bei Adrià arbeitet und für die Kreativität verantwortlich ist, testet die Reaktionen unterschiedlichster Lebensmittel auf unterschiedlichste «Bearbeitungen».

### Mit Spargelsaft vakuumierte Pilze und Süsskartoffelsaft

Da werden etwa verschiedene Pilze vakuumiert – beispielsweise mit Spargelsaft, Süsskartoffeln werden zu Saft verarbeitet, zu Gelee, zu Baisers – und immer ist Ferran Adrià da und kommentiert («Haben wir das nicht schon einmal gemacht?»), lobt («Ein grüner Champignon, das ist witzig.») und tadelt («Was soll das sein? Gib mir nichts, was nicht gut ist!»). Auch François Chartier, der

Sommelier, taucht auf und macht Vorschläge. Die Köche haben sich gerade Yuzu-Früchte als Experimentierfeld ausgesucht. Chartier riecht und schmeckt und schlägt Kombinationen mit Fenchel, Bergamotte und Kardamom vor. Ferran Adrià jubelt: «Das sind genau die Inputs, die wir wollen. Hier ma-

### El Bulli Das Spitzenrestaurant wird für mindestens zwei Jahre geschlossen

Viele Gourmets und Gastrokritiker waren entsetzt, als Ferran Adrià zu Beginn dieses Jahres bekannt gab, dass er sein Restaurant «El Bulli» in der Cala Montjoi bei Roses am 30. Juli 2011 schliessen werde. Er sei momentan nicht in der Lage, seine kreative Küche weiter zu entwickeln, ergänzte Adrià in einem Radiointerview. Was wohl heisst, dass ihm das ganze Drum und Dran um sein Restaurant und seine diversen Nebenfirmen, Buchprojekte, Fernsehshows und Vorlesungen als

chen wir Forschung, im Restaurant entwerfen wir dann Gerichte.»

Es sieht so aus, in diesem Film, als ob der spanische Spitzenkoch die Suche nach neuen Kombinationen und Kreationen weitgehend seinem Team überlassen hätte. Oriol Castro arbeitet mit den Küchenchefs Eduard Xatruch und Mateu

Ehrendoktor zu viel geworden ist. Mindestens zwei Jahre werde die Pause dauern, verkündete der 49-jährige Spitzenkoch. Auf seiner Homepage erfährt man zudem, dass «El Bulli» in ein Kreativitätszentrum, eine Art Think Tank für kreative Köche und Gastronomie transformiert und 2014 auf der Basis einer privaten Stiftung wieder eröffnet werde. Seit 1997 wird das Restaurant mit drei Michelin-Sternen geädelt; es führte jahrelang die Liste der weltbesten Restaurants an.

Casañas und dem Souschef Eugeni de Diego zusammen. Sie experimentieren nicht nur, sie dokumentieren und fotografieren auch. Wäre ja blöd, wenn man eine geniale neue Kombination hergestellt hätte und nicht mehr wüsste wie. Man sieht die Köche konzentriert hinter Notebooks sitzen, oder sie suchen auf dem Markt Zutaten für ihr Experimentierfeld. Vergeudet wird gar nichts: «Hat euch jetzt die Krise erreicht?» fragt eine Marktfrau, als Castro fünf weisse Traubenbeeren kaufen will. «Nein, aber für unseren Test brauchen wir kein Kilo!» lautet die Antwort.

### Ein Film für Liebhaber der avantgardistischen Küche

Fast zwei Stunden dauert «El Bulli – Cooking in Progress». Für die Fans der avantgardistischen Küche des Ferran Adrià wird die Zeit wie im Flug vergehen. Bestimmt werden sie sich wünschen, einmal in den überraschenden Genuss eines «El Bulli»-Menüs zu kommen. Falls das Restaurant nach der Pause wieder eröffnet wird.

# Regionale Genussstage mit Bielersee-Wein



Ein Prosit auf den Bielerseewein: (v.l.) Weinkademiker und Moderator Björn Knuchel, die beiden top platzierten Winzer Charles Steiner und Adrian Klötzli mit «Palace»-Chef und Initiator Daniel Lauper.

«Unser Wein ist top», sagt der Weinkenner und 14-GM-Koch Daniel Lauper. Zum Beweis lädt er einen Monat lang zu «Regionalen Genussstagen» in sein Restaurant Palace in Biel.

ELSBETH HOBMEIER

Der Prophet im eigenen Land hat es oft schwer. Dies weiss Daniel Lauper sehr genau. Doch das schreckt den Mann, welcher einst den «Schwanen» Lyss führte und jetzt das «Palace» beim Bahnhof Biel zu neuer Gastro-Blüte erweckt, keineswegs. Er ist ein Weinkenner und -liebhaber, und diese Liebe zu den regionalen Weinen will er auch bei seinen Gästen wecken und fördern. Mit diesem Ziel hat Lauper zwölf Bielerseewinzer eingeladen, während eines ganzen Monats an je zwei Abenden in seinem Restaurant ihre Weine zu präsentieren, zu kommentieren und auszuschenken. Lauper und seine Crew kochen dazu und servieren regionale Pro-

dukte. Am Eröffnungsabend von letzter Woche war dies ein Gemüse-tartar gekrönt von einem pochieren Ei, danach ein sensationeller Schweinshalsbraten von Patana-Negra-Schweinen aus dem Neuenburgischen.

Dass der Bielerseewein ein grosses Potenzial an Kraft und Qualität hat, bewies ein geballter Aufmarsch der an der Genuss-Aktion beteiligten Winzer. Bis zum 25. Juni stellen folgende Produzenten aus Schafis, Ligerz und Twann ihre Weine vor: Hannes Louis, Hans Perrot, Charles Steiner, Stephan Martin, Martin Hubacher, Beat Burkhardt, Lukas Hasler, Werner Engel, Adrian Klötzli, Robert Andrey, Andy Krebs und

Erich Andrey. Die Winzer sind jeweils von 17 bis 22 Uhr im «Palace» anwesend (genaue Liste auf [www.restaurantpalace.ch](http://www.restaurantpalace.ch)).

Allspannende Eröffnung der Aktion erkor eine Jury in einer Blinddegustation je drei Bestplatzierte. Obenaus schwang bei den Weissweinen das Weingut Charles Steiner aus Sornetan mit dem Chasselas BSA non 2010; bei den Roten siegte Adrian Klötzli aus Twann mit der «Cuvée unique». Die Plätze zwei und dreieroberten Lukas Hasler aus Twann (Sauvignon blanc und Pinot noir Perpetuum Nobile), Andy Krebs, Twann (Chardonnay barrique) und Stephan Martin, Ligerz (Symphonie noire).



Juniorsuite im neuen «Tamina»: Freistehende Badewanne, Flachbildschirm, harmonisches Farbkonzept. Bilder zvg

## Neue 4 Sterne für Bad Ragaz

### Das Tamina-Hotel in Bad Ragaz erhielt ein frisches Design. Als einziges 4-Sterne-Haus ist das Hotel für den Ort zentral.

GUDRUN SCHLENZKE

Es ist das einzige 4-Sterne-Hotel in Bad Ragaz und erstrahlt nun in neuem Glanz: Das zu den Sorell-Hotels gehörende Hotel Tamina wurde innert drei Monaten komplett umgebaut und bietet dem Gast heute 42 Doppelzimmer und acht Juniorsuiten. Die Eigentümerin, die ZFV-Unternehmungen aus Zürich, hat in den Umbau fast 6 Millionen Franken investiert. Das Ergebnis lässt sich sehen: Die Zimmer sind mit 26 bis rund 60 m<sup>2</sup> (Suiten) überdurchschnittlich gross, überzeugen durch ein frisches Design mit kräftigen Farben – im ersten und zweiten Stock dominiert Rot, im dritten Goldgelb. Jedes Zimmer ist sowohl mit einer Dusche als auch einer Badewanne bestückt. Auch technisch bietet man mit Flachbildfernseher und Wireless LAN den neusten Standard.

#### Nespresso-Maschine und Heubad-Plausch im Zimmer

Bei der Ausstattung wurde man zudem dem Credo, ein bisschen mehr zu bieten als die Konkurrenz, wie es der Leiter Sorell Hotels, Marco Fornara, formuliert, durchaus gerecht: In jedem Zimmer des Viersternehauses beschert eine Nespresso-Maschine dem Gast frischen Kaffeegeuss, der Kosmetik-

spiegel ist beleuchtet, Bademäntel liegen bereit für jene Gäste, die dem mit dem Hotel verbundenen Spa-Haus einen Besuch abstatten möchten. Das Hotel selbst bietet keinen Wellnessbereich, dafür ein exklusives Heubadprodukt aus der Region für den Badeplausch auf dem Zimmer. Dervon Schweiz Tourismus als «Typically Swiss Hotel»



Der neue Wintergarten des hoteleigenen Restaurants.

### Fakten Sorell-Hotels und ZFV schnitten 2010 mit Plus ab

Die ZFV-Unternehmungen erzielten mit ihren 12 Sorell-Hotels im 2010 40,8 Mio. Franken Umsatz (+0,7%). Die durchschnittliche Zimmerbelegung stieg von 61,3 auf 64,2%. Dieses Jahr eröffnet man mit dem Garni-Hotel City Weissenstein in St. Gallen den 13. Betrieb. Insgesamt erzielten die ZFV-Unternehmungen 2010 einen Umsatz von 179 Mio. Franken (+6,1%). Das Ergebnis wurde um 7,9% auf 21,8 Mio. Franken gesteigert. 55% des Umsatzes erzielte man mit der Gemeinschaftsverpflegung. Das Wachstum soll 2011 weitergehen: 14 Betriebe werden eröffnet, 20 Mio. Franken investiert. gsg

eingestufte Betrieb setzt nach dem Umbau weiterhin auf Schweizerische Werte: Bei der Einrichtung wurde Schweizer Produkten bereits der Vorrang gegeben, und ebenso kommt nun in der Küche viel Regionales zum Einsatz. Die Speisekarte des hauseigenen Restaurants liest sich wie das Einmaleins der Schweizer Delikatessen, fünf Schweizer Köche stehen am Herd. «Bei uns findet man kein Zitronengras-Sorbet», betont Hoteldirektor George Ogenfuss. Schweizerisch gehtes auch in der neuen Weinbar des Hotels weiter: 20 Weine aus der Region kreuzt man hier im Offenausschank vor dem lodernen Kaminfeuer.

#### Einem weiteren Hotelsterben in Bad Ragaz vorbeugen

Das «Tamina» verzeichnete im 2010 mit 41 Prozent die tiefste Auslastung unter den Sorell-Hotels. Das will Ogenfuss nun ändern: Eine Auslastung von 60 Prozent bis in zwei Jahren ist sein Ziel. Dabei rechnet er, 65 Prozent der Logiernächte mit Leisure-Gästen zu generieren. Den Rest soll das Seminargeschäft beitragen: Das Hotel verfügt über Räumlichkeiten für bis zu 120 Personen. Björn Caviezel, CEO Heildland Tourismus AG, ist froh über den modernen Betrieb. Denn auch die ganze Region ist im 4-Sterne-Segment schwach bestückt: Von 120 Hotels tragen gerade mal zwei vier Sterne. Zudem hat Bad Ragaz ein paar schwere Jahre hinter sich: In den letzten fünf Jahren habe jedes Jahr ein Hotel seine Türen schliessen müssen. Caviezel will nun mit Hilfe des Hotelimpulsprogramms des Kantons St. Gallen und der Gesellschaft für Hotelkredit auch andere Hotels zu Renovationen motivieren und so «einem weiteren Bettensterben vorbeugen».

ANZEIGE

## Nina Jordi, wohin kann SBB RailAway noch wachsen?



Mit Emmi schmeckt's am besten: Frühlingsmorgens einen Milchkaffee, danach «Kafi Crème» – Nina Jordi, stv. Geschäftsführerin SBB RailAway setzt seit Jahren auf Kooperationen.

Nina Jordi hat den Erfolg von SBB RailAway in den letzten Jahren mit antizipierendem Marketing weiter ausgebaut. Die stellvertretende Geschäftsführerin über Freizeitrends, Kooperationen und die Wirksamkeit von TV-Spots.

Nina Jordi, die Hotellerie schreibt Minuszahlen – SBB RailAway alle Jahre ein Plus. Profitieren Sie von der Krise? Zu einem kleinen Teil vielleicht ja. Wichtiger aber ist das Angebot. Wir führen

Freizeitausflüge für jeden Geschmack.

Unser Vorteil liegt im simplen Convenience-Charakter des Kombiangebotes, bei dem Bahn und Partner diese aus einer Hand anbieten. Mit einem Billett stehen dem Kunden An- und Abreise, Eintritte und je nach Freizeitvergütungen diverse Zusatzleistungen offen. Zudem erneuern wir jedes Jahr die Angebotspalette, indem wir Trends integrieren.

#### Was wird zum Sommertrend 2011?

Eine Rad-Tour mit dem E-Bike. Wir haben diesen Be-

reich der Sommerlinie Sport und Erholung erheblich ausgebaut. Ausserdem bieten wir neu Kombi-Angebote mit Übernachtungen an.

#### SBB RailAway übertrifft jedes Jahr die Ziele. Vorschlag: Planen kann auch eine Erfolgsstrategie sein.

Ist es aber nicht bei uns. Im Gegenteil. Wir schätzen ein, was sich abzeichnet und stecken jedes Jahr ambitioniertere Ziele. Ein Beispiel: Kündet der Europa Park eine neue Attraktion an, kalkulieren wir das ein. Hingegen bei Events ist eine Prognose oft schwierig: Wir wissen nicht, was für

Top-Acts an den Festivals auftreten werden.

#### Wann zum letzten Mal haben Sie über ein Geschäftsresultat gestaunt?

Im Dezember 2010 verbuchten wir eine Verdoppelung der Weihnachtsmärkte gegenüber dem Vorjahr. Das zeigt, was Kommunikationspower auslösen kann.

Sie meinen die Freizeitspots mit Sergio, Benoît und Beat? Die TV-Spots der Freizeitkampagne lösten im Dezember einen deutlichen Mehrkauf aus. Überhaupt geniessen TV-Spots eine sehr hohe Wahr-

nehmung, die mit Plakaten nicht erreichbar ist. Kommt hinzu: Ein Angebot von SBB RailAway ist je nach Wetter schnell und individuell buchbar.

#### Spontan buchbar, aber nicht online.

Wir sind daran, das E-Marketing auszubauen. Voraussichtlich ab Januar 2012 sind unsere Angebote online buchbar. Vorläufig ist es noch ein Handicap.

#### Die Internet-Generation kümmert das offenbar kaum. Ihre Festivaltickets boomen. Wie erklären Sie sich das?

Bahnhöfe haben den Charakter von Versammlungsplätzen. Junge Menschen halten sich heute gerne dort auf, wo unsere Angebote breit angekündigt werden. Diese hohe Präsenz am Point of Sales und die günstigen Preise der Festivalkombis spielen uns dabei zu.

#### In welche Richtung kann SBB RailAway noch wachsen?

Im Gruppenbereich. Da muss mehr drin liegen...

#### ...bei den klassischen SBB RailAway-Angeboten agiert die Bahn in einer Nische. Im Gruppengeschäft wird das schwierig...

Die Konkurrenz im Gruppengeschäft ist gross. Wir werden uns auf eine unserer Kernkompetenzen besinnen

und auch hier verstärkt Kooperationen zum Beispiel mit Eventagenturen eingehen.



Ein «Kafi Crème», der sich doppelt lohnt: Emmi lanciert zusammen mit SBB RailAway eine Kaffee-Offensive. Schweizweit sind 20 Millionen Promotions-Kaffee-Deckeli erhältlich.

Der Clou: Mit den Kaffee-Deckeli profitieren die Konsumenten von CHF 5.00 Rabatt auf ausgewählte attraktive Ausflüge in der Schweiz. Mehr Infos unter: [www.sbb.ch/emmi](http://www.sbb.ch/emmi) (Einfach das «Deckeli» abziehen und am Bahnhof vorweisen.)

SBB RailAway ist die grösste Schweizer Freizeitanbieterin mit ungewohnten Ideen zu attraktiven Preisen.

[www.sbb.ch/railaway](http://www.sbb.ch/railaway)



# «Eine absolute Sicherheit gibt es nie»

**Sommer, Sonne, Sport im Freien: Outdoor-Experte Hans Allemann über die Trends 2011, über Risiko und Verantwortungsbewusstsein.**

SABRINA GLANZMANN

Hans Allemann, was sind die Trends im Outdoor- und Adventure-Bereich in der Sommersaison 2011? Die Seilpärke werden sehr gefragt sein – das war bereits in den vergangenen Jahren so, vor allem in der Westschweiz. Aber auch in der Deutschschweiz setzt der Trend nun so richtig ein.

**Wieso gerade Seilpärke?** Sie decken viele Bedürfnisse an Aktivität im Freien auf einmal ab: Einige Stunden freier Natur-Aufenthalt in einer bewaldeten und deshalb sicheren Anlage etwa. Dies lässt sich auch gut mit Wanderungen oder Velotouren kombinieren. Und: Seilpärke sind im Vergleich zu anderen, begleiteten Outdoor-Aktivitäten preiswerter, was besonders für Familien attraktiv ist. Gerade solche mit kleineren Kindern «trauen» sich in einen Seilpark.

**Wie haben sich die Kundenwünsche im Outdoor-Bereich entwickelt?**

Die Schwerpunkte verlagern sich immer wieder. Es gab Zeiten, als das Riverrafting boomte. Dann – bis zum schweren Unglück 1999 im Saxetenbach – das Canyoning. Generell sind die Leute heute sensibilisierter auf Risiken, sie wünschen eher Angebote mit hohem Erlebniswert in der Landschaft, weniger pures, wildes Abenteuer.

**Lässt sich pauschal sagen: Der Kunde ist vorsichtiger geworden?**

Nein, es ist natürlich auch eine Frage des Segments: ein 18-jähriger Backpacker sucht auch heute noch den «Kick». Gerade junge Gäste aus Übersee haben

**«Der Kunde muss erwarten dürfen, dass der Anbieter alles für die Sicherheit tut.»**

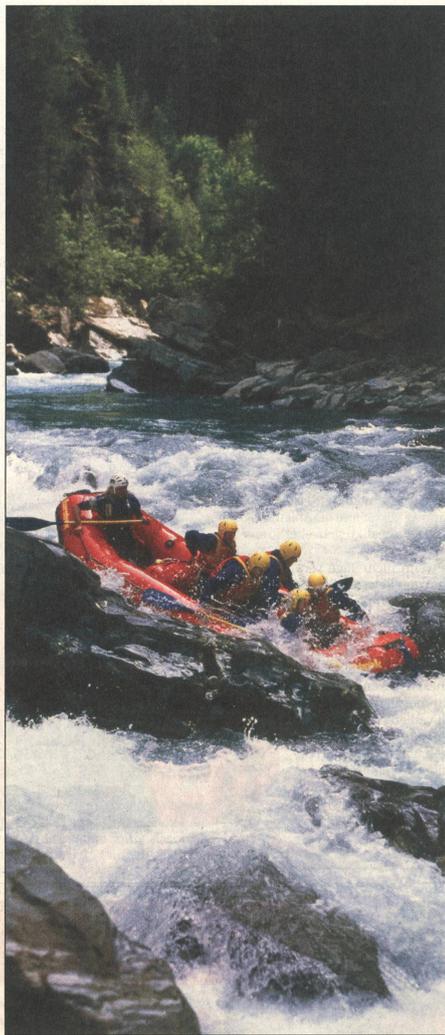
Hans Allemann  
Präsident Swiss Outdoor Association

**Wie viel Risiko ist verantwortbar?**

Es sind zwei Seiten: Wer risikoreiche Outdoor-Aktivitäten bucht, muss auch bereit sein, das Risiko zu tragen. Andererseits müssen

Hans Allemann

ZVG



Action im turbulenten Nass: Riverrafting auf dem Inn bei Scuol.

Bilder: Swiss-Image



Canyoning in der 6,5 Kilometer langen Massaschlucht im Wallis.

## Fakten Swiss Outdoor Forum 2011 fand nicht statt

Hans Allemann ist Bergführer mit Zusatzausbildung in Canyoning und Inhaber des Alpinzentrums Gstaad. Er ist zudem Präsident der Swiss Outdoor Association (Vereinigung qualifizierter und kommerzieller Veranstalter im Outdoor- und Adventurebereich). Allemann war als Podiumsteilnehmer am für letzten Freitag geplanten **Swiss Outdoor Forum 2011** in Brig-Glis vorgesehen; das Forum zum Thema «Recht auf Risiko. Über die Freiheit in den Bergen» wurde wegen ungenügender Teilnehmerzahl abgesagt. «Der Tourismus in der Schweiz ist stark zersplittert. Bei vielen Einzelkämpfern ist die Bereitschaft klein, sich Zeit für Themen zu nehmen, die nicht unmittelbar dem eigenen Betrieb nutzen. Bei all den anstehenden strategischen Herausforderungen ein schlechtes Zeichen», deutet Initiant **Stefan Wyer** von der MP Mountain Project AG die wenigen Anmeldungen. Zusammen mit Mitinitiant **Philipp Schmid** will er mit Branchenvertretern anschauen, wie sich das Swiss Outdoor Forum besser für solche Diskussionen nutzen lässt. **zag**

kommerzielle Anbieter alles Machbare für die Sicherheit tun, das muss der Kunde erwarten dürfen. Solide Ausbildung der Guides, Haftpflichtversicherung – für die Professionalität elementar. Dennoch: Eine absolute Sicherheit gibt es nie. Bei einer Abenteuersportart bleibt immer ein Restrisiko.

**Was ändert sich mit dem Risikosportarten-Gesetz, das im Januar 2013 in Kraft tritt?** Für professionelle Anbieter von Risikosportarten werden Bewilligung und Versicherung obligatorisch, und sie müssen diverse Vorschriften einhalten. Die Outdoor-Branche hat das Gesetz immer begrüsst. Sie hat in den letzten zehn Jahren aber bereits einiges dafür getan, um transparenter, sicherer und professioneller zu werden, schweizweit vereinheitlichte Ausbildungen etwa. Ein Beispiel dafür ist auch das Label «Safety in adventures», das Anbieter erhalten, die sich gestützt auf ihr Sicherheitskonzept freiwillig einer Zertifizierung unterziehen. Das Label diente in den letzten Jahren immer auch Destinationen oder Hotels in der Zusammenarbeit mit den Anbietern. Leider lässt sich beobachten, dass diese Orientierungshilfe mancherorts dennoch zu wenig wahrgenommen wurde.

## Events

### E-Biken neu in der Region Einsiedeln



Einsiedeln Tourismus bietet ab sofort Elektrobikes zur Miete an und hat mit den Hotels eine **E-Bike-Erlebnistour** geschnürt: Die Pauschale beinhaltet nebst der Miete, dem Helm und dem Waschen der Velobekleidung eine Tourenkarte, eine oder mehrere Übernachtungen inklusive Halbpension, Klosterführung sowie eine Führung in der Moorlandschaft Rothenthurm. **zag**

### Parcours mit Weinen der D.O. Rueda in Zürich

«Edle Tropfen aus der Weinregion Rueda»: Mit diesem Leitsatz präsentiert sich das spanische Weinanbaugebiet mit der geschützten Ursprungsbezeichnung «D.O. Rueda» aktuell in Zürich. Noch bis zum 20. Juni lassen sich in den Restaurants Caduff's Wine Loft, Cafe Boys, D-Vino, Rigiblick und Tre Fratelli 15 Weine aus der D.O. Rueda (fruchtige Weissweine, vornehmlich aus der Verdejo-Traube) degustieren. Der Degustationsparcours kostet 50 Franken, im Preis eingeschlossen ist das Begleitheft. **zag**

[www.rueda-schweiz.com](http://www.rueda-schweiz.com)

### «Chef-Sache» findet erstmals in der Schweiz statt

Das Gastronomie-Fachsymposium «Chef-Sache» findet 2012 – zusätzlich zum Event in Köln – erstmals auch in der Schweiz statt. «Chef Sache Alps», das internationale Fachsymposium für die Alpenländer Schweiz, Liechtenstein, Österreich, Frankreich und Italien, wird am 13. und 14. Mai 2012 in Zürich ausgetragen. Der Event richtet sich an Starköche und Küchenchefs aus den genannten Ländern, internationale Kochstars sowie Lernende. Teilnehmer sind Spitzenköche wie Edouard Loubet (18-GM-Punkte), Norbert Michael Niederkofler (18 GM), Thomas Dorfer (18 GM) und Heinz Reitbauer (19 GM).

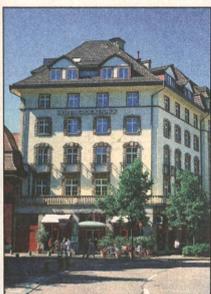
### Jazzlegende Paul Kuhn gastiert im Eden Roc Ascona



In Ascona heisst es wieder «Let's Jazz»: Jazzgrössen aus aller Welt zeigen am 27. JazzAscona New Orleans & Classic Festival ihr Können und verwandeln die Stadt zehn Tage lang mit über 200 Konzerten in eine musikalische Bühne. Zum Auftakt des Festivals tritt die deutsche Jazzlegende **Paul Kuhn** am 24. Juni im Hotel Eden Roc auf. Er wird am diesjährigen Festival mit dem Ascona Jazz Award 2011 geehrt. «Eden-Roc»-Küchenchef Cyrill Kamerzin verwöhnt die Gäste am Event mit einem sommerlichen Fingergangmenü. Das Jazz-Festival findet vom 23. Juni bis 3. Juli statt. **esp**

[www.edenroc.ch](http://www.edenroc.ch)  
[www.jazzascona.ch](http://www.jazzascona.ch)

# 100 Jahre Hotel Glockenhof in Zürich



Der «Glockenhof» wurde im Juni 1911 eröffnet. Nur die Fassade hat der Zeit getrotzt.

**Das Hotel Glockenhof in Zürich feiert den 100. Geburtstag. Das Viersternehaus blickt auf eine bewegte Historie zurück.**

EVELINE SPAHR

Fast ein Jahrhundert ist es her: Am 23. Juni 1911 wurde in Zürich «das Hospiz zum Glockenhof» eröffnet. «Das Gebäude stand damals noch ausserhalb des Stadtzentrums und war umgeben von Wiesen und Weiden», erzählt der 49-jährige Di-

rektor Matthias Sutter. Er verdeutlicht damit den Wandel, den die Limmatstadt seither durchgemacht hat. Aber nicht nur Zürich, sondern auch der «Glockenhof» hat sich verändert. Dies zeigt das Jubiläumsbuch, das die Historie des Hotels im Kontext des religiösen, sozialen und gesellschaftlichen Hintergrunds der Stiftung zum Glockenhof, der christlichen Eigentümerin der Liegenschaft, aufrollt.

Die Geschichte des ehemaligen Hospizes war bewegt. Direktor Matthias Sutter blendet zurück: «Anfänglich kostete ein Zimmer drei Franken pro Nacht. Heute liegt der durchschnittliche Zimmerpreis bei 300 Franken.» Nach hundert Jahren «Glockenhof» sei ein

Zimmer also etwa hundert Mal so teuer wie zu Beginn, betont Sutter, der das Hotel seit 2007 führt.

Zwischen den beiden Weltkriegen beherbergte der «Glockenhof» dann Flüchtlinge. Eine rekordverdächtige Auslastung von 95 Prozent verzeichnete das Haus während der Landesausstellung von 1939. Und nachdem der Zweite Weltkrieg den Tourismus in Europa fast gänzlich zum Erliegen brachte, nächtigten im «Glockenhof» nach Kriegsende zeitweilig Angehörige der US-Armee.

Und heute? Die Gästezusammensetzung sei noch internationaler geworden, weiss Sutter. «Obwohl die meisten Gäste aus Deutschland kommen, verzeichnen wir vermehrt Besucher aus In-

dien, China und Brasilien.» An vierter Stelle der Gästestatistik rangieren heute bereits die GUS-Staaten.

In den letzten zwölf Jahren wurde der «Glockenhof» in mehreren Etappen saniert. Im Frühjahr entstand etwa eine Hotelhalle mit einer Lobby, die an den Bausstil der Belle-Epoque erinnert. Laut Sutter bestehen auch für den Garten und den Innenhof Umbaupläne. Und das Restaurant «Glogge-Egge» erhalte ebenfalls bald ein Facelifting.

Das runde Jubiläum wurde vom 21. bis zum 28. Mai mit diversen Anlässen und Gästereaktionen gefeiert – unter anderem mit einem Tag der offenen Tür. Am Abend strahlte der Innenhof des Hotels jeweils in völlig neuem Licht – dank Lichtkünstler Gerry Hofstetter.

## Genuss

Bridor: neue Brote für die Gastronomie



Bridor hat gemeinsam mit Starbäcker Frédéric Lalos eine neue Palette grossformatiger **Traditionsbrote** für das Hotellerie- und Gastgewerbe kreiert. Das Sortiment umfasst das «Brot zum Teilen», ein Taschenbrot und ein Mehrkornbrot. Sie zeichnen sich alle durch ihren rustikalen Charakter aus und erinnern an die Brote von einst. Die Brote können sowohl als Tischbrote als auch zum Frühstück serviert werden.

## Tourismus

Amphitheater Vindonissa ist wieder offen

Mit Gladiatorenkämpfen wurde das älteste römische Amphitheater der Schweiz in Windisch (AG) wiedereröffnet. Das 2000 Jahre alte Kulturdenkmal von nationaler Bedeutung wurde während fünf Jahren und für 5 Millionen Franken restauriert. Das authentische Erscheinungsbild der runden «Ruine» blieb bestehen. Die Römer hatten das 10000 Zuschauer fassende Theater von Vindonissa für Gladiatoren- und Zirkusspiele genutzt.

# Freud und Leid der Wellness



**Chris'**

**Christian Cafilisch** (47) ist Architekt und Hotelier. Er war Direktor verschiedener Business- und Ferienhotels.

**N**irgendwo in der Hotelarchitektur klaffen Geplantes und die danach entstandene Wirklichkeit so weit auseinander wie in den Wellnessanlagen. Zwar wurden schon unzählige Hotelküchen derart «verplant», dass die Arbeitssituation für die Küchenbrigade eine absolute Zumutung ist – aber erstaunlicherweise geht es immer irgendwie, und vor allem kriegt der Gast von der Fehlkonstruktion selten etwas mit. Oder ist es Ihnen schon mal passiert, dass sich ein Küchenchef bei Ihnen am Tisch über seine «durchdachte» Küche ausgeweint hat?

Im Wellnessbereich ist dies jedoch gerade umgekehrt. Dort erfährt der Gast die Funktionalität am eigenen Leib, und auf der anderen Seite sind es diesmal die Hotelangestellten, die wenig von den Ungereimtheiten mitkriegen. Ob eine Wellnessanlage richtig angelegt ist und alles auch wirklich funktioniert, merkt man leider erst, wenn man wieder am Ausgang angekommen ist. Man müsste eigentlich annehmen, dass die Wellnessanlagen immer besser und die Abläufe logischer werden. Aber die Realität sieht eher so aus:

Stunden, wenn nicht Tage verbringen wir im Internet, um das ideale Wellnesshotel zu finden. Virtuell werden sämtliche Hotelbereiche systematisch durchforstet, alles wird angeklickt, und sämtliche Gästebewertungen werden kritisch gelesen – es wird nichts dem Zufall überlassen. Schliesslich ist das Hotel gebucht und steht das Wellness-Weekend unmittelbar bevor. Im Zimmer angekommen, heisst es keine Zeit verlieren und die Stunden ausnützen, um vom tollen Wellness-Angebot zu profitieren. Spätestens hier wird einem aber bewusst, dass Wellness bereits im Hotelzimmer beginnt. Die Qualität und Grösse der Bade-

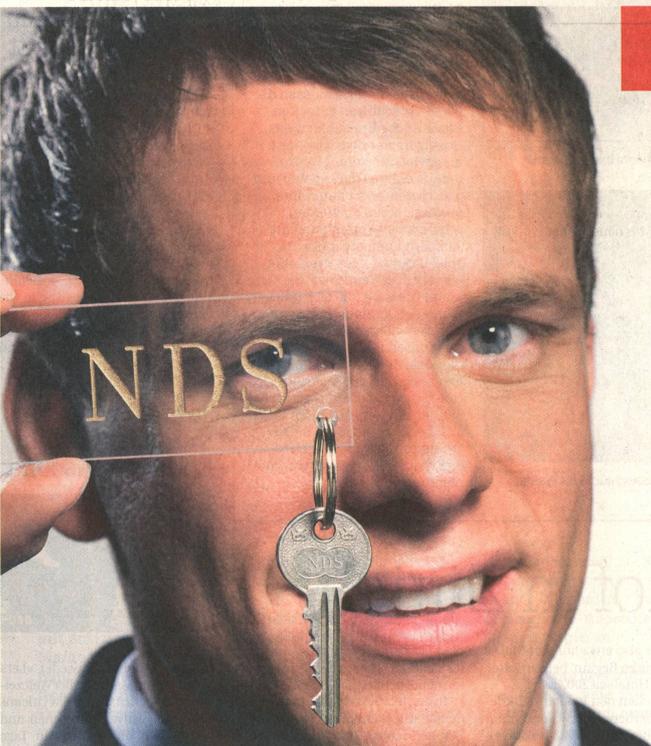
mäntel sind dabei nur der Einstieg. Die hygienisch verpackten Frotteelatschen mit aufgedrucktem Logo sehen im Moment wirklich schick aus, aber taugen sie auch, auf nassem Boden? Kurz noch einen Blick in die Informationsmappe werfen, um eine Übersicht zu erhalten, und dann nichts wie los.

Nach einem Orientierungslauf durch das ganze Hotel endlich an der Gesundheitspforte angekommen, überfällt einen die erste grosse Unsicherheit: Kommt man tatsächlich am anderen Ende der getrennten Garderoben wieder zusammen, um die lang ersehnte Erholung gemeinsam zu geniessen, oder wird man während dieser Zeit jäh auseinandergerissen? Dann geht die Suche nach den Badetüchern los. Wissen Sie, wieso man für die Sauna immer nur ein Minitüchlein erhält? Dabei sollten gerade diese Tücher gross sein, und am liebsten hätten man auch zwei Stück – eins

zum Daraufsitzen und Schwitzen sowie eines für die obligatorische Dusche danach, denn man möchte sich ja nicht mit dem bereits verschwitzten Badetuch auch noch abtrocknen; ja, Wellness ist definitiv nicht ökologisch.

Sobald man sich im Labyrinth, meistens irgendwo im Keller und ohne Tageslicht, zurechtgefunden hat, lauert bereits die nächste Stresssituation: Wo beginnt der Nacktbereich, und wo hört er auf? Klare Vorschriften, Beschriftungen und Verhaltensregeln wären nützlich, denn nicht in allen Ländern sind die nackten Tataschen so selbstverständlich. Bei den eher priden Amerikanern ist der Saunagang im Badekleid völlig normal, und viele wissen nicht, dass man sich – vor dem Abkühlen im Kaltwasserbecken – abduschen sollte. Aber wenn man dafür wieder den langen Weg zurück in die Garderobe machen muss, ist der Irrglaube verständlich, dass kaltes Wasser desinfiziert. Komischerweise fehlt auch immer der Wasserschlauch im Dampfbad, mit dem man die Sitzfläche abspritzt. Und dann wären da noch so kleine und nützliche Details, die zwar bei den Innenarchitekten, Puristen und Design-Fans überhaupt nicht beliebt sind, wie genügend Haken für Bademäntel und das zweite Badetuch oder Ablagen für die längst durchnässen Badeschlappen, ein Gestell für die Brille sowie eine Trinkwasserstation. Schliesslich gibt es nichts Ärgerlicheres als feststellen zu müssen, dass der Bademantel vertauscht wurde, das zweite Frotteetuch abhanden gekommen ist und im Ruheraum kein Platz mehr ist. Aber auch hier – es geht erstaunlicherweise immer irgendwie...

**Warum erhält man in der Sauna nur Mini-Tüchlein?**



## Durchblick

### Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement Unternehmerseminar hotellerieuisse

**Zu den Besten des Fachs gehört in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus heute, wer als Leader Wissen, Können und Persönlichkeit vereint.**

Die Entscheidungsträger von morgen sind berufserfahrene und ambitionierte Macher, die zielbewusst die finale Stufe auf der Karriereleiter erklimmen und sich zur Unternehmerin oder zum Unternehmer formen wollen. Das notwendige Rüstzeug erarbeiten sie sich im NDS HF Hotelmanagement, dem einzigen Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule.

Das NDS HF Hotelmanagement arbeitet mit erfahrenen Dozentinnen und Dozenten. Der praxisnahe Studiengang dauert mit dem Verfassen der Diplomarbeit 18 Monate, vermit-

telt in Modulen betriebswirtschaftliche und marketingorientierte Kenntnisse und fördert gleichzeitig persönliche und soziale Kompetenzen. Seit 1968 wurden so aus Talenten über 1'700 diplomierte Hotelmanagerinnen und -manager, die Benchmarks setzen und selbstbewusst die Richtung vorgeben. Als innovative und erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer leisten sie ihren Beitrag für die stetige Weiterentwicklung der Schweizer Hotel-Gastro-Tourismus-Branche und deren vorzügliche Positionierung auf der internationalen Landkarte.

Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen neue Laufbahnperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplomierter Hotelmanager NDS HF/Hotellers Restaurateure SHV/VDH.

### Informationsveranstaltung:

24. August 2011 Hotel zum Storchen, Zürich

Kursbeginn am 19. Oktober 2011 (Zyklus 38)

Anmeldung, Administration, Information  
hotellerieuisse, Weiterbildung  
Monbijoustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern

Telefon +41 (0)31 370 43 01  
weiterbildung@hotellerieuisse.ch  
www.hotellerieuisse.ch/nds

hotelfachschule thun  
www.hfthun.ch

Swiss School  
of Tourism and Hospitality

SSAT  
Swiss Hospitality Association

Lucerne University of Applied Sciences and Arts  
**HOCHSCHULE LUZERN**  
Wirtschaftshochschule für Tourismus HFT

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association



Hoch auf den weissen Wagen: Kulinarische Kutschenfahrt durch Interlaken (auf der ersten Kutsche vorne rechts: Organisator Alexander Hänsel).

## Interlaken culinaire

Das auffällige Gespann stiehlt der Oberländer Bergkulisse ob Interlaken gehörig die Show: Anstatt Eiger, Mönch und Jungfrau sind Kutschen, Pferde und gut gelaunte Mitfahrende gefragt. Sujet vor den Fotolinsen ausländischer Gäste. Es ist ein regnerischer Maiaabend, aber das ungestörte Wetter tut der heiteren Stimmung der 30 Personen auf den Pferdewägen keinen Abbruch, denn sie wissen: Vor ihnen liegt ein Abend mit Zwischenhalten in vier Restaurants und Hotels, die mit Kostproben aus der Küche aufwarten. Der Champagner-Empfang im Restaurant Le Petit Casino mit Amuse-bouches wie Pouletpraline oder kalter Melonensuppe war ein vielversprechender Appetizer auf die kulinarische Kutschenfahrt durch Interlaken.

«Interlaken anders geniessen» ist das Motto dieser Ausgabe. Organisiert wurde sie von der Congress Centre Kursaal Interlaken AG (CKI). Die Idee dazu hatte deren

**Von Terrine über Sommerh bis Cupcake: Die 3. kulinarische Kutschenfahrt durch Interlaken war ein grosszügiger Streifzug durch die lokale Gastronomie.**

SABRINA GLANZWANN



Slisse Versuchung zum Schluss:»

gastronomischer Berater Alexander Hänsel bereits vor vier Jahren, als er noch als F&B-Manager im Hotel Beau Rivage amtierte. «Bereits die damalige erste Fahrt war ein grosser Erfolg. Mit wechselnden Partnern möchte nun das CKI künftig zweimal jährlich die gastronomische Vielfalt Interlakens und der Region präsentieren.» Die verschiedenen Gänge sind aufeinander abgestimmt, und für den korrespondierenden Wein ist Philippe Ritschard von der Weinhandlung Ritschard AG besorgt.

**Von Terrinen, passendem Wein und Genuss am Hochtisch**

Der erste Weg der Pferde führt ins «Stocker's Degusta» zur kalten Vorspeise aus drei Terrinen «Waldorf» mit Apfel-Chutney, Melonenfächer und Sauce Cumberland. Küchenchef Erwin Léo Stocker plaudert im gemütlichen Lokal mit ebensolchem Charme aus dem Küchenkästchen: «Sie werden hier kein Schweinefett essen, als Fettschnitt verwende ich nur Butter



Das krönende Dessertbuffet.



Rindstater beim Empfang.

oder Rahm.» Mit einem Säckli Gewürzsalz aus hauseigener Produktion brechen die Teilnehmer Richtung «WineArt» zu Wirt und Winzer Adrian Mala auf – der scharf angebratene Wolfsbarsch auf Grünerbenseputee mit Lavendel-Zitronen-

grasschaum entlockt manchem Mund am massiven Hochtisch ein anerkennendes «Mmh». Philippe Ritschard lässt dazu Weiss- und Rotwein degustieren, «um mit dem noch immer verbreiteten Vorurteil aufzuräumen, zu Fisch passe nur Weisswein». Der Cabernet Franc dei Colli Orientali del Friuli DOC 2008 beweist denn auch das Gegenteil.

**Viele wollen erneut an der Kutschenfahrt teilnehmen**

Die Kutscher führen die Gesellschaft weiter ins Lindner Grand Hotel Beau Rivage, wo an runden Sechsertischen im kronleuchterbehangenen Festsaal der Hauptgang wartet. Bei österreichischem Wein und Rücken vom Sommerh im Focacciamantel mit Kirschesig-Jus, Stangenspargel und Frühlingsmorchel werden die ersten Stimmen laut, man wolle im August an der vierten kulinarischen Kutschenfahrt unbedingt wieder teilnehmen. In den Gesprächen auf den Fahrten von Ort zu Ort of-



Stilvoll im «Beau Rivage».

fenbaren sich die Teilnehmer als «Geniesser», die «sehr gutes Essen und sehr guten Wein schätzen» – der Abend gefällt. Und am Dessertbuffet in der Hotelküche im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa schliesslich lässt sich mit Chefpâtissier Oliver Müller und Executive Chef Torsten Götz über das glacierte Canache Cornetto oder das Schwarzwälder Cupcake locker plaudern.

Inzwischen ist es kurz vor Mitternacht, die Pferde sind bereits in ihren Ställen. Bei einem Digestif an der Hotelbar oder einer Zigarre im Fumoir klingt ein genussreicher Abend im Oberland aus.

### News

#### Kochmagazin «Jamie» übertrifft Erwartungen

Das Kochmagazin «Jamie» von Jamie Oliver stösst auch im deutschsprachigen Raum auf grossen Anklang: Die deutsche Erstausgabe hat sich 62 000 Mal verkauft, wie der Verlag Gruner+Jahrmeldet. 100 000 Exemplare betrug die Druckauflage, 50 000 verkaufte Hefewaren das Wunschziel. «Das zeigt, wie gross die Fangemeinde von Jamie Oliver in Deutschland ist», freut sich Alexander Schwerin, Verlagsleiter bei Gruner+Jahr Exclusive+Living. «Jamie» erscheint sechs Mal im Jahr und kostet 4,90 Euro.

#### Eine Zeitreise durch Murten auf zwei Rädern



Ein Stadtrundgang durch Murten mit dem Fahrrad: Das Angebot von Murten Tourismus richtet sich an Sportbegeisterte, die etwas über die Region Murtensee erfahren möchten. Bei Zwischenstopps bringt der Begleiter den Besuchern Murten und seine Geschichte(n) näher. Nebst Fahrradern werden auch E-Bikes vermietet.

[www.murten-tourismus.ch](http://www.murten-tourismus.ch)

#### Erlebniskarte «Wein-Land Aargau» lanciert

Aargau Tourismus und der Branchenverband Aargauer Wein haben gemeinsam die Erlebniskarte «Wein-Land Aargau» lanciert. Die Gratiskarte zeigt auf, wie Weinausflüge mit anderen touristischen Highlights im Kanton Aargau verbunden werden können. Auf der Karte sind Wander- und Velowege, aber auch kulturelle Institutionen eingetragen. Weiter sind der Karte auch Ausflugstipps und Kontaktadressen von 40 Weinbaubetrieben zu entnehmen.

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

ANZEIGE

## Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

### Gastro-Einrichtungen

**LADEN-UND GASTROBAU jung.**

Worbstrasse 180  
3073 Gümligen  
T 031 951 23 73

1008 Prilly-Lausanne  
T 021 625 92 50

[www.ladenbau-jung.ch](http://www.ladenbau-jung.ch)

### Namensschilder

10 Jahre in der Schweiz!

Original «CI» Scotland  
Magnet-Namensschilder  
mit Stil & Qualität

Generalvertretung für die ganze Schweiz:

**HAENNI**

PROMOTION

20 Jahre – unser Leistungsversprechen

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

CH-8197 Rafz / ZH Tel. 044 869 41 00

### Gastropapiere

**WIDA Papiere AG**

Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5  
[www.wida.ch](http://www.wida.ch)  
[info@wida.ch](mailto:info@wida.ch)  
Tel: 031 381 83 33  
Fax: 031 381 83 83

### Kaffeemaschinen

**cafina**

Kaffeemaschinen für  
Gastronomie und Betriebsverpflegung

Cafina AG  
Römerstrasse 2  
5502 Hunzenschwil  
Tel. 062 889 42 42  
Fax 062 889 42 89  
[info@cafina.ch](mailto:info@cafina.ch), [www.cafina.ch](http://www.cafina.ch)



### Hotelzimmer/Innenausbau

**Strasser**

Gastrobau  
Restaurant  
Bar- und Buffetanlagen  
Hotelleinrichtungen

Strasser AG Thun [info@strasserthun.ch](mailto:info@strasserthun.ch)  
Bierligerstrasse 18 [www.strasserthun.ch](http://www.strasserthun.ch)

Ihr Marktplatz-Eintrag in der htr hotel revue

1 Feld: 54mm x 45mm  
CHF 190.– pro Einschaltung

Weitere Informationen und Buchungen

Tel. 031 370 42 48  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

ERFAHRUNG,  
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

# cahier français

htr hotelrevue No 22 / 1er juin 2011



## Enologie

Le Vaudois Richard Pfister fait entrer la parfumerie dans l'univers bachique.

Page 23



## Lausanne

Le Café Romand est une institution. Le nouveau patron Christian Suter le sait.

Page 24



SWISS-IMAGE

La place des Marronniers à Nyon et son panorama spectaculaire. Les nuitées ont progressé de 4,9% dans le district de Nyon l'an dernier. Mais La Côte doit aussi augmenter sa capacité d'accueil.

# Grandir entre deux pôles

**Le développement de La Côte profite à l'hôtellerie. Parfois à la limite de ses capacités, celle-ci a des projets pour absorber la hausse de la demande.**

MIROSLAW HALABA

Elles s'appellent Nemaco, Regus ou encore Cadbury/Kraft. Elles ont un point commun: elles ont choisi le Business Park de Terre Bonne, à Eysins, près de Nyon, pour s'installer. A l'image des précurseurs comme l'UEFA à Nyon ou le WWF à Gland, ces entreprises internationales contribuent au fort développement que connaît La Côte depuis quelques années. Et, ce processus n'est pas sur le point de cesser. Exemple: la banque Lloyd's est attendue à Eysins.

Ce développement, qui se fait sous l'œil des grands pôles que sont Genève et Lausanne, devenus chers et saturés, fait les beaux jours de l'hôtellerie de la région. Directeur

de Nyon Région Tourisme, Vasja Zalokar en témoigne: «L'an passé, dans le district de Nyon, les nuitées ont progressé de 4,9% à 157 000, alors que la hausse moyenne en Suisse était de 1,7%». Avec une trentaine d'hôtels, la capacité d'accueil de La Côte n'est cependant pas toujours suffisante, surtout en semaine, durant les périodes de fortes activités économiques. Pour Philippe Thuner, le président de l'Association romande des hôteliers (ARH), qui s'est récemment exprimé au Forum de l'économie de La Côte, il manque un hôtel de quatre ou de cinq étoiles dans une grande capacité et deux deux-étoiles de 80 à 100 chambres, l'un pourrait être construit à Morges, l'autre à Nyon.

**L'Hôtel La Barcolle envisage la création de 61 chambres**

Si ces réalisations ne sont encore que des souhaits, plusieurs projets, plus modestes, sont de nature à absorber l'accroissement de la demande. Selon une liste présentée par le président de l'ARH, 371 nouvelles chambres sont prévues

dans neuf hôtels de la région. Dans plusieurs cas, il s'agit d'agrandissements. Un projet particulièrement important est sur le point d'être mis à l'enquête. Etablissement quatre étoiles, l'Hôtel La Barcolle, à Prangins, envisage de porter le nombre de ses chambres de 39 à 100 et de créer de nouveaux espaces de réunion. «Si tout se passe bien, les travaux pourraient commencer à mi-2012», indique Richard Bays, son propriétaire.

**«La création d'un centre de congrès à Nyon serait idéal pour remplir les hôtels.»**

Michèle Liechti  
Directrice de l'Hôtel La Barcolle

**Projet de centre de congrès à Nyon**

Dans ce contexte de développement, la région aurait tout intérêt à disposer aussi de grandes capacités de séminaires et de congrès supplémentaires. Un projet de centre de congrès est dans l'air à Nyon. «Ce serait idéal, car on sait que les congrès remplissent les hôtels et génèrent du tourisme de loisirs», estime Michèle Liechti, directrice de l'Hôtel La Barcolle. Partisan d'une région Nyon-Morges, Philippe Thuner, suggère d'utiliser le théâtre de Morges et ses salles durant les périodes de l'année favorables aux congrès. Mais encore faut-il convaincre les autorités.

Si le tourisme d'affaires est florissant, le tourisme de loisirs commence aussi à s'affirmer. Les touristes – suisses principalement, mais aussi ceux provenant de France voisine, d'Allemagne, de Grande-Bretagne ou encore d'Asie



**A chaud**

**Robert Pontet**

Président de la section La Côte de l'Association romande des hôteliers et propriétaire du Restaurant Le Casino de Morges.

et des pays émergents – apprécient l'offre culturelle de la région, le cyclotourisme, la randonnée. «Les vigneronnes font des grands efforts pour animer la Route du vignoble», fait remarquer Michèle Liechti. Toutefois, ici aussi l'hébergement

n'est pas toujours suffisant. «Il n'y a qu'une seule offre de type tourisme rural», indique Vasja Zalokar. Pour lui, une solution serait d'exploiter davantage les possibilités d'hébergement des auberges communales.

l'Allemagne ou encore, malgré le franc fort, la France avec la Savoie, la Haute-Savoie ou Lyon.

**1. Quels produits touristiques La Côte doit-elle promouvoir?**

Nyon a acquis une grande expérience et une grande visibilité dans le domaine des festivals. Je pense au Paléo Festival, au Caribana Festival ou encore à Visions du Réel. Au cœur de La Côte, c'est le paysage, le vignoble et sa route qui attirent le public. Quant à Morges, elle a une belle carte à jouer avec la tulipe et les dahlias.

**3. Les offices de tourisme devraient-ils s'unir?**

Ils travaillent déjà ensemble et collaborent avec notre association. Pour être plus efficace, il conviendrait cependant de créer une seule entité avec des antennes à Nyon, à Morges et à Rolle.

**2. Quels sont les marchés les plus porteurs pour la région?**

Avec toutes les sociétés qui se sont implantées sur La Côte, c'est le tourisme d'affaires qui constitue le principal marché. Un marché énorme, mais qui n'est actif que du mardi au jeudi. Il convient donc de démarcher aussi le tourisme de loisirs. La Suisse allemande présente un bon potentiel, de même que le sud de

**4. Sentez-vous une volonté de créer une seule unité?**

Pour l'instant, cette volonté n'est pas encore tout à fait là. Chacun cherche toujours à cultiver son petit jardin. Il y a la peur d'une perte de contrôle. Le marché nous pousse toutefois dans cette direction. L'hôtellerie soutient cette mouvance, mais le poids des politiques est très grand. Il serait pourtant judicieux de se mettre à la place du client. mh

ANNONCE

WWW.SWISSHOTELFILMMAWARD.CH

**stars&hotels**  
www.starsandhotels.com

**LA VOIE VERS UN AVENIR PROMETTEUR**

Découvrez sur [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch) les projets touristiques garants du succès à long terme.

idea creation

Révolutionnez vos affaires de bons

e-guma  
Le système de gestion de bons De nombreux hôtels suisses sont très satisfaits. Apprenez-en plus.

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

Dormir c'est sensuel.

**roviva**

OBJECTS

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

En bref

## Valais

## La commune de Saillon se met au smartphone



La commune de Saillon vient de mettre sur pied des visites touristiques via smartphone et autres tablettes numériques. Le visiteur dispose de 45 séquences de deux minutes tournées par le vidéaste Mickaël Rouzeau.

www.saillon.ch

## La Via Farinetta, une voie qui fait la nique aux falaises

La Via Farinetta vient d'être inaugurée en terre valaisanne. Cette voie mesure quelque 600 mètres pour une dénivellation de 280 mètres. Devisée à 220 000 francs, elle emprunte les gorges sauvages et mystérieuses de la Salentze, laquelle sert de trait d'union entre les communes de Saillon et de Leytron. Il a fallu près de dix ans pour finaliser ce spectaculaire projet, freiné par les sceptiques et par les oppositions en tout genre.

eda

**Tourisme d'affaires. MICE.** Les exigences de la clientèle évoluent sous l'effet d'une mue des valeurs. L'accent est mis sur des équipements haut de gamme, mais plus sur le luxe.

## Nouvelle ère

**Des équipements haut de gamme et fonctionnels – mais pas de luxe: voici aujourd'hui les exigences du client MICE.**

GUDRUN SCHLENCZEK

Le business des congrès, de l'événementiel et des incentives prend un nouvel élan. «Même si le niveau de 2008, soit avant la plus récente récession, n'est pas encore atteint», relève Barbara Steuri-Albrecht, directrice du marketing produit à Suisse Tourisme (ST). Soit presque moins 20% de demandes MICE en 2009 contre plus de 30% en 2010.

Barbara Steuri-Albrecht s'attend à ce que cette tendance se poursuive en 2011. En particulier avec la clientèle d'affaires dans le segment des hôtels 3 et 4 étoiles. Pendant la récession, ces derniers ont déjà profité de la nouvelle prise de conscience des entreprises en matière de dépenses. «Nous n'avons subi aucune baisse en 2009», constate Remo Fehlmann de l'hôtel de sé-

minaires Sempachersee, à Notwil. En 2010, le trois-étoiles Superior a même enregistré une hausse de 9% de son chiffre d'affaires.

## Une tendance qui est destinée à durer

Remo Fehlmann en est sûr: «Cette tendance ne va pas se terminer avec la fin de la récession». Ce que confirme Barbara Steuri-Albrecht: «Pour de nombreuses entreprises, un cinq-étoiles n'est plus compatible avec leur image. Dans le contexte de la polémique sur les bonus et les salaires des managers, les aspects sociaux et éthiques deviendraient plus importants ou comme le dit Remo Fehlmann: «Il s'opère ici un changement de valeurs.»

D'ailleurs, de son point de vue, les cinq-étoiles devront s'adapter au marché MICE, plus difficile pour eux. Selon la réunion des spécialistes de ST, l'avenir sur le marché MICE appartient aux trois-étoiles qui sont fonctionnels mais pas luxueux et qui offrent à la clientèle d'affaires des équipements haut de gamme. Avec, en première ligne, la meilleure formule de séminaires et des prestations de service performantes. «Ces prestations, le client les obtient aussi bien chez nous que dans les cinq-étoiles... et pour

moins d'argent», clarifie illico Remo Fehlmann. En Suisse, la différence de prix par nuitée pour accéder à l'hôtellerie de luxe se situe entre 40 et 60 francs.

Dans le segment des congrès, les trois-étoiles sont encore minoritaires en Suisse. Sur 53 hôtels de congrès classifiés, seuls six d'entre eux sont des trois-étoiles. Tous les autres sont des quatre ou des cinq-étoiles. Dans les hôtels de séminaires, les trois-étoiles représentent à peine un tiers, la majorité se situe dans la gamme des quatre-étoiles.

## L'emplacement de l'hôtel est un critère déterminant

Dans le segment MICE, outre l'équipement, l'emplacement de l'hôtel est également un critère déterminant. Par là, on n'entend pas seulement un accès facile, mais aussi un site agréable qui permette à l'hôtel de proposer à ses clients un programme cadre attrayant. Du côté de ST, on voit de nouveaux marchés incoming – en particulier en matière d'incentives – en Chine, en Inde et au Brésil. Barbara Steuri-Albrecht en est convaincue: «Le marché MICE est en pleine croissance.»

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



La clientèle d'affaires donne de plus en plus d'importance aux aspects sociaux éthiques.

Fotolia

ANNONCE

actuel – pour vous  
forger une opinion  
10 semaines  
pour 29 francs

Lisez des avis de professionnels pendant 10 semaines, pour 29 francs seulement. Ou alors choisissez de vous abonner à l'hotel revue htr au prix de 159 francs tout en profitant de 30% de rabais par rapport à la vente au numéro.

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

**htr** hotel revue

**Tourisme. Tendances.** Originalité de l'offre en Allemagne et progression en France. Deux marchés MICE importants. Fairmont Le Montreux Palace reçoit le «Best City Hotel 2010».

**Les marchés MICE les plus importants pour la Suisse sont l'Allemagne, la France et l'Amérique du Nord. Les antennes du SCIB gèrent les demandes.**

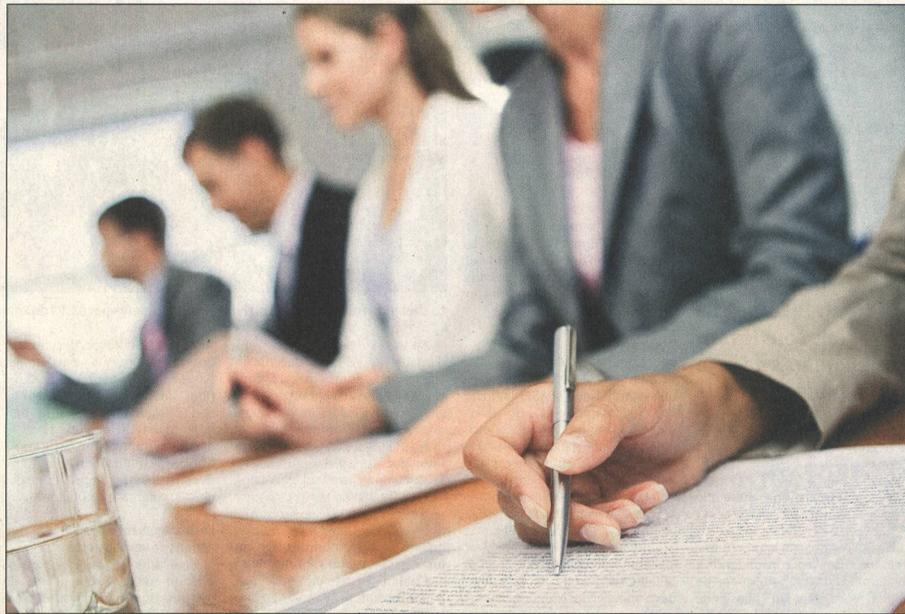
KARL JOSEF VERDING

Christin Schlüter, directrice du bureau Allemagne/Autriche du Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), à Francfort-sur-le-Main, constate avec plaisir que «l'optimisme de la branche est revenu». Plus de manifestations et de participants, des budgets plus importants sont la preuve que le pire de la crise économique est derrière nous. L'IMEX 2011 confirme cette tendance et l'étude du FME (Forum Marketing- & Eventagaturen) relative au climat actuel dans l'événementiel montre une nouvelle distribution des budgets marketing des entreprises, de la communication classique vers une communication vivante.

**Diversité et originalité de l'offre en Allemagne**

Pour Christin Schlüter, le changement se manifeste aussi dans la composition de l'offre: «La diversité, l'originalité et l'introduction de thèmes Lifestyle tels que l'éducation, la nutrition et le sport prendront de plus en plus d'importance à l'avenir dans les incentives».

En termes de nuitées, comme sur les deux autres marchés, il n'y a pas de statistiques particulières au MICE. «Cependant la tendance des demandes MICE est positive par rapport au total des nuitées». Quant à la durée et au logement des événements, les mesures



Les responsables marketing MICE à l'étranger constatent une progression des marchés, avec quelques nuances selon les régions.

Fotolia

## Tour d'horizon des marchés MICE

prises sur le marché allemand pendant la crise prévalent encore à l'heure actuelle. Ce qui signifie plus de 4 étoiles à 4 étoiles supérieures que de 5 étoiles de luxe.

**Progression du marché en France**

En 10 ans, les demandes traitées par le SCIB France ont pro-

gressé de 31%, et le taux de réalisation de 15%. Franziska Lüthi responsable marketing MICE France au SCIB: «Il y a 10 ans, les Français ne pensaient à la Suisse que pour leurs «séminaires de neige» en hiver. Depuis, nous recevons de très nombreuses demandes tout au long de l'année et pour différentes destinations en Suisse, dont Montreux, Genève, Lausanne, mais aussi progressivement Lucerne et des stations de montagne facilement accessibles, avec une bonne infrastructure».

De France nous venient en priorité des clients du secteur des banques, des assurances et des biens de consommation. Les entreprises de la cosmétique et des produits de luxe réservent volontiers dans des cinq étoiles. Pour

l'instant l'impact de la faiblesse de l'euro sur le secteur MICE est encore modéré, mais si la situation

persiste, elle aura des répercussions négatives. «L'intérêt se porte de plus en plus sur les activités qui complètent un séminaire», explique Franziska Lüthi. «Elles déclenchent souvent le choix d'une destination».

Et la Suisse marque des points. «Depuis trois ans le développement durable est devenu le thème majeur, même dans le secteur MICE. Et là, nous bénéficions de l'excellent positionnement de notre pays considéré comme au-

thentique et sensible à l'environnement.»

Pour Caroline Pidroni, directrice marketing au SCIB de New York: «En Amérique du Nord, le business d'affaires s'affirme.» Après la crise financière, c'est: «La qualité avant la quantité.» Et les réservations se

**«En Amérique du Nord, la tendance au business d'affaires s'affirme.»**

Caroline Pidroni  
Dir. marketing au SCIB de New York

font à court terme, avec une dominance des secteurs: assurances, finance et industrie automobile. Genève et Zurich sont appréciés pour la brièveté des transferts.

**Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un texte en page 11**

## «C'est grâce à notre personnel»

**Les années se suivent et Fairmont Le Montreux Palace engrange les distinctions. Quelle est sa recette du succès? Entretien avec son directeur.**

CLAUDE JENNY

Il avait déjà été en 2009. Rebelote douze mois plus tard: le magazine «Bilanz» a nommé le palace montreuxien «Best City Hotel 2010». Autre distinction prestigieuse: World Travel Award l'a désigné meilleur Leading Hotel de Suisse l'année dernière. Elu également au sein de la chaîne Fairmont, il a été jugé meilleur établissement sur une cinquantaine. Qu'est-ce qui

fait que le No1 des hôtels de luxe de la Riviera collectionne les lauriers?

Directeur général du Montreux Palace depuis 2003, Michael Smithuis est un boss heureux et savoure ces succès. D'autant que si parvenir au top niveau est déjà difficile, s'y maintenir est un exercice encore plus compliqué. Alors, quelle est la recette? Michael Smithuis relève bien sûr les investissements consentis pour rénover entièrement l'établissement: 100 millions de francs en dix ans, dont 25 ces deux dernières années pour refaire la totalité des chambres et lieux publics de l'hôtel. En ce début d'année, 50 chambres viennent encore d'être entièrement modernisées.

«Ces investissements sont certes importants, mais ils ne suffisent pas à assurer le succès», estime Mi-

chael Smithuis. «Notre succès, ce sont eux!» lâche avec sincérité le boss. Eux? Ce sont les 236 employés du Fairmont Le Montreux Palace. «Notre personnel, c'est notre capital! Et c'est grâce à sa valeur que nous faisons la différence». A sa fidélité aussi, nombre de collaborateurs étant là depuis des lustres.

Un personnel que Michael Smithuis veille au maximum à bonifier. D'abord en étant un directeur disponible pour eux: «Je ne suis pas utile à faire des statistiques. J'essaie d'être présent partout et d'être disponible pour échanger, tant avec les employés qu'avec les clients. Il faut savoir écouter.» Chaque secteur de l'établissement est doté d'un comité au sein duquel le personnel peut faire entendre sa voix et émettre des suggestions d'amé-



Beau palmarès pour le Fairmont Montreux Palace.

lioration. Ensuite, en jouant à fond la carte de la formation interne. Chaque collaborateur, quelle que soit sa fonction, bénéficie d'une

formation d'une quarantaine d'heures par an. «C'est ma politique, mais c'est aussi celle de la chaîne et elle est payante», précise Michael Smithuis.

Ce personnel, cette valeur vive, le boss sait non seulement l'apprécier, mais aussi le récompenser: «Chaque fois que nous recevons une distinction, nous la fêtons ensemble. Chaque mois, nous récompensons un employé méritant. Plusieurs fois par an, nous organisons des manifestations à l'intention de toute l'équipe».

«Nous ne sommes pas parfaits. Nous tendons à l'être. Je suis particulièrement fier de notre personnel et c'est quotidiennement un bonheur de travailler avec lui», relève Michael Smithuis. Bel hommage aux artisans d'un succès!

En bref

**Suisse**

**Pométerre veut un vrai label à croix blanche**

Pométerre, association vaudoise de promotion des métiers de la terre, a affirmé ses convictions en matière de label suisse: «Nous tenons à ce que la croix suisse ne puisse être apposée que sur des produits dont le 80% de la matière première sont issus du pays», explique Luc Thomas, directeur de l'association au quotidien «24 heures». Pour les responsables vaudois qui tenaient leur assemblée générale annuelle la semaine dernière: «L'adoption du Cassis de Dijon entraîne une nette diminution de la qualité des produits. La qualité de fruits dans les sirops est passé de 30 à 10%».

**Berne aimerait maintenir le TGV Vallorbe-Paris**

Le Conseil fédéral se prononce pour le maintien du TGV Vallorbe-Paris. Le projet de la compagnie Lyria de faire passer le TGV Lausanne-Paris, pendant les heures creuses, par Genève plutôt que par Vallorbe n'a pas l'appui du gouvernement. «Le Conseil fédéral ne voit pas de raison de remettre en question l'objectif d'améliorer l'offre ferroviaire sur l'arc jurassien», dans sa réponse à la conseillère nationale Josiane Aubert sur l'idée de la compagnie Lyria - propriété de la SNCF et des CFF Berne rappelle que «la Suisse a contribué aux conditions d'une bonne liaison vers Paris».

**Les nouvelles ambitions de Télé-Torgon**



Des bonnes nouvelles pour Télé-Torgon SA. Le déficit pour la saison hivernale 2010-2011 devrait finalement avoisiner les 100 000 francs et non les 450 000 francs, comme estimé jusque-là. ITSA va proposer lors de son A. G. une double augmentation de son capital. La première de 450 000 francs, la seconde de 2 millions avec la création d'un système d'enneigement artificiel.

**Une enclave suisse dans le port de Barcelone**



Jusqu'au 5 juin, Suisse Tourisme présente «Suiza abre sus puertas». Quatre portes géantes invitent les nombreux promeneurs du port olympique de Barcelone à entrer dans les paysages suisses et à découvrir images, sons et senteurs helvétiques. Madrid accueillera la même opération en octobre. ST veut transmettre un peu de fraîcheur à ses voisins espagnols et leur donner envie de visiter la Suisse alpine et urbaine en été. aca

En bref

Suisse

Une fenêtre pour le Valais sur la télé bavaroise



La Télévision bavaroise diffusera le 6 juin à 20h15, un émission de Fridolin Baur consacré à la Haute Route, à travers les Alpes valaisannes. Et plus particulièrement la version développée par le guide de montagne François Perraudin «La Haute-Route à mi-coteau». L'équipe de tournage s'est frottée aux célèbres vaches de la race d'Hérens, s'est extasiée devant la puissance de la grande Dixence et a goûté au vin des glaciers à Grimentz.

Beau succès pour les Auberges de jeunesse



Malgré des circonstances difficiles, les Auberges de jeunesse suisses se réjouissent de leur succès. Avec 945 828 nuitées, le niveau de l'année précédente a presque été maintenu et le chiffre d'affaires a augmenté de 1,4% à 41,1 millions de francs. En matière de développement durable: les émissions de CO<sub>2</sub> par mètre carré pour le chauffage ont pu être réduites de 37,1% par rapport aux valeurs de l'année 2000. Pourtant les conditions n'étaient pas favorables: avec un mauvais temps hivernal, un été qui n'en était pas un, une timide reprise de l'économie et la force du franc suisse. L'association compte 104 663 membres. aca

# Le franc, épine au pied

L'Association romande des hôteliers (ARH) prend racine. Mais le franc fort pèse. Tels sont les enseignements de la 3e assemblée générale de l'ARH à Coppet.

EUGENIO D'ALESSIO

L'Association romande des hôteliers, née le 1er janvier 2009, vogue sur les flots de la pérennisation et de la consolidation. Philippe Thuner, le président de l'ARH, s'est fait un plaisir de

souligner, la semaine dernière au château de Coppet (VD), la solidité et la vigueur d'une association qui chapeaute 268 hôtels des cantons de Vaud, Fribourg, Neuchâtel et du Jura.

Des résultats pour le moins flatteurs

Tant sur le plan financier qu'institutionnel, l'ARH affiche des résultats flatteurs qui bétonnent ses fondations. «L'exercice 2010 s'est soldé par un excédent de recettes de 26 500 francs, alors que nous avons accueilli l'année dernière dix-sept nouveaux membres et réalisé un gain de 500 nouvelles chambres», s'est réjoui Philippe Thuner. Et le Morgin de préciser: «Quant à la collaboration entre hôteliers et OT, elle ne cesse de se développer et de se renforcer.»



La cherté du franc pénalise l'arrivée de touristes européens. Ici des randonneurs au Chasseral.

Après à peine deux ans d'existence, l'ARH est devenu un acteur incontournable du tourisme romand, à tel point que l'organisation a fait son nid dans diverses structures touristiques et diversifié ses activités: «Nous sommes, par exemple, membres de l'Association Jura & Trois-Lacs, créée tout récemment, et à titre personnel, je vais siéger au comité directeur de Jura Tourisme en qualité de délégué du canton du Jura», glisse Philippe Thuner. Qualifiée de très bon millésime par le président, l'année 2010 a

souri à l'ARH, avec des nuitées hôtelières presque partout en hausse (+4,7% pour Vaud, +2,6% pour Fribourg et -0,2% pour la région Neuchâtel/Jura/Jura bernois). Mais l'ARH se garde de verser dans le triomphalisme. On le sait, le franc fort, qui décourage nombre de touristes européens, donne des cheveux blancs aux hôteliers.

Encouragement à des actions de vente directe

Pour atténuer les effets de ce phénomène, l'ARH a décidé de mettre à disposition des sept sec-

teurs (Les Alpes, La Côte, Fribourg, Lausanne, Montreux-Vevy, Neuchâtel-Jura et NordVaudois/Broye) une somme de 20 000 francs destinée à des actions de vente directe. «Nous voulons inciter les hôteliers à s'impliquer dans des opérations de promotion touristique en finançant des projets originaux», confie Philippe Thuner.

Ce dernier estime dans la foulée que le développement des produits de niche tels que le tourisme doux ou le cyclotourisme peut être une réponse efficace aux ravages du franc fort.

# Le Vinorama, valeur sûre de Lavaux

Ouvert en mai de l'an dernier, Lavaux Vinorama a d'ores et déjà séduit près de 15 000 visiteurs et promet quelques nouveautés pour l'été. Une petite terrasse a été aménagée. Elle permet des dégustations face au lac.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

«Une séduction basée sur le long terme, allié à des critères de qualité très élevés, ont permis que le bouche-à-oreilles compense une campagne tapageuse. C'est ainsi que Sandra Joye, directrice du Lavaux Vinorama, présente le succès de la vitrine des vins de Lavaux.

Car même, première année oblige, si le premier exercice bouclé laisse apparaître un léger déficit d'exploitation limité par les subventions prévues pour le lancement, il n'en reste pas moins que la progression a été constante dès l'ouverture.

Quant aux 15 000 visiteurs recensés, ils se répartissent équita-

blement entre groupes (sorties d'entreprise, voyages de presse) et individuels.

D'autant que 2011 s'annonce d'ores et déjà sous les meilleurs auspices grâce à un carnet de réservation bien rempli. «Notre stratégie du raisonnable commence à porter ses fruits, poursuit Sandra Joye, et l'expérience de ce premier exercice nous a permis de déterminer quelques éléments d'amélioration.»

Ainsi, pour cet été, l'établissement affichera une ouverture quotidienne entre juillet et octobre et l'installation de la climatisation permet de conserver une ambiance constante. Une signalisation «avancée» a également été mise en place et les enseignes de proximité immédiate sont aujourd'hui d'une meilleure visibilité.

Enfin, une petite terrasse a été aménagée pour les beaux jours, permettant des dégustations face au lac, alors que la carte des forfaits découverte s'est étoffée. Côté vins, 120 producteurs présentent aujourd'hui 210 vins des huit lieux de production de la région. Le chasselas règne bien entendu en maître, mais d'autres cépages, notamment en rouges de classe, ont également droit de cité. De même, d'étonnants vins doux qui font la fierté de Sandra Joye et de la petite équipe qui l'entoure dans ce lieu qui devient une étape incontournable pour qui veut découvrir Lavaux.

www.lavaux-vinorama.ch

Happy Birthday!

Nouveau

FORMAT PROFESSIONNEL

La Vache qui rit

Nature

IDEAL POUR TARTINER ET CUISINER

La Vache qui rit

Nature

Terrine à 1 kg

Carton de 32 portions, nature

Colis à 80 portions, nature ou light

Pour son 90ème anniversaire La Vache qui rit agrandit son assortiment avec La Vache qui rit 1 kg, idéale pour la préparation de sandwich et pour cuisiner.



**Le Vaudois Richard Pfister fait entrer la parfumerie sur le territoire de l'œnologie. Il a mis au point une nouvelle classification des arômes.**

EUGENIO D'ALESSIO



Déguster un vin en s'inspirant des méthodes de la parfumerie: un créneau œnologique qui sort des sentiers battus.

FotoBla

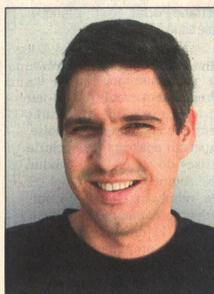
## Un original parfum de vin

Formé à l'Ecole d'ingénieurs de Changins, Richard Pfister est un œnologue d'un genre nouveau, un pionnier dans l'âme, un agitateur d'idées animé d'une conviction de fer: les techniques de la parfumerie permettent de bonifier l'olfaction des professionnels du vin, un domaine où la marge de progression reste à ses yeux encore élevée.

«Dans la dégustation, deux tiers des sensations proviennent du nez. Or, la parfumerie est une des voies royales qui mènent à l'amélioration des performances olfactives», explique-t-il d'une voix presque timide ce Vaudois de 32 ans, fils d'un vigneron de Béginns.

### Un millier d'odeurs sous la loupe de l'analyste

Sur les traces de Jules Chauvet, un marchand de vin du Beaujolais considéré comme un des grands dégustateurs français, et formé par Daniel André, un parfumeur genevois indépendant, Richard Pfister met en œuvre depuis des années



Richard Pfister, un œnologue qui emprunte la voie de l'originalité.

cette entreprise de communion entre le vin et l'univers des fragrances. A l'instar du sportif ou de l'ascète qui s'astreignent à une discipline de fer, il acclimite chaque jour son nez à un millier d'odeurs tirées d'un orgue de parfumeur. Ces éléments olfactifs, Richard Pfister les identifie, les décrit, les

mémorise, «une activité que tout un chacun peut maîtriser à force d'entraînement», avoue-t-il avec modestie.

### Une nouvelle catégorisation liée à la nature des objets odorants

Principale nouveauté de cette démarche inspirée de la parfumerie, Richard Pfister a créé une nouvelle classification des arômes du vin. Les professionnels de la dégustation peuvent retrouver cette catégorisation dans les fiches techniques distribuées par l'Association suisse pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural (Agridea).

Ses principes? En règle générale, la description des vins procède par analogies olfactives (la syrah, par exemple, sent la violette). Richard Pfister juge cette méthode peu rigoureuse et trop subjective, car la physiologie de l'odorat est unique à chaque personne. En clair, nul ne sent la même chose. L'œnologue propose dès lors de regrouper les arômes selon la nature des objets odorants qui les représentent. Le

cassis figure ainsi dans les «baies». «Cette classification inspirée de la parfumerie et des dernières recherches en neurophysiologie permet d'adopter un langage commun. Grâce à des termes simples et concrets, elle autorise une visualisation et une mémorisation aisée des odeurs», considère Richard Pfister.

Même si elle reste un marché de niche, l'application des méthodes de la parfumerie en œnologie a acquis ses lettres de noblesse. «Un brin révolutionnaire, cette technique se heurte parfois à certaines résistances, voire à certaines susceptibilités dans le petit monde de la dégustation», observe Richard Pfister.

Malgré ces écueils, à la fois culturels et corporatistes, l'œnoparumerie fait l'objet d'un enseignement officiel: «Ma méthodolo-

gie est proposée aux futurs œnologues de l'Ecole d'ingénieurs de Changins. Et je donne des cours de formation à l'Ecole du vin ainsi qu'à la Station fédérale de recherches agronomiques, toujours à Changins», précise le Vaudois.

### Une méthode enseignée dans plusieurs pays d'Europe

Mieux, Richard Pfister a essaimé à l'étranger: il enseigne sa méthode en Espagne, au Portugal, en Italie et en France. Dans l'Hexagone, la maison Champagne Veuve Clicquot a été l'une des plus réceptives à ses idées. Même si le processus se

**«Ma technique se heurte à des résistances dans le monde de la dégustation.»**

Richard Pfister  
Œnologue parfumeur

révèle lent, le monde vini-viticole helvétique se laisse séduire lui aussi par le credo de Richard Pfister. «Je conseille plusieurs familles vigneronnes, notamment dans le canton de Vaud», lâche l'œnologue.

### Pêle-mêle

#### Festi'Neuch: musique métissée aux Jeunes-Rives

Sur le site des Jeunes-Rives, au bord du lac de Neuchâtel, Festi'Neuch reprend ses droits de jeudi à dimanche. Avec quelques grosses pointures musicales au programme comme la française Catherine Ringer (ex-Rita Mitsouko) vendredi, les rappeurs américains du Wu-Tan Clan vendredi. Samedi le roi de l'electro-pop-music Moby sera de la partie. La journée des familles, dimanche, consacrera le retour de Gotham Project tango revisité. Régionaux de l'étape, on pourra aussi entendre la Bande à Mani. **aca**

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

#### Frankenstein va hanter les bords du lac Léman

Le metteur en scène Gérard Demierre fera revivre Frankenstein du 26 août au 17 septembre au château de Coppet. Il est épaulé par le scénographe Pierre-Alain Bertola et par l'écrivain Eugène. Le trio a uni ses efforts pour adapter le roman de Mary Shelley, pionnière de la science-fiction, qui avait rédigé son œuvre à Cognac (GE) en l'été 1816. Face à l'étang du château, deux grands gradins permettront d'accueillir quelque 700 spectateurs lors des 11 représentations. Le budget de l'opération se monte à 400 000 francs.

[www.frankenstein-coppet.ch](http://www.frankenstein-coppet.ch)

#### Le château de Morges s'offre aux sculpteurs



La 10<sup>e</sup> édition du Symposium international de sculpture se tiendra du 8 au 9 juin dans les jardins du château de Morges. Près de 40 sculpteurs sur pierre ou sur bois, originaires de seize pays, ainsi qu'un groupe culturel de l'Ile Maurice sont attendus sur les bords du Léman. Chaque artiste se verra attribuer un bloc et pourra s'exprimer en toute liberté en dehors de tout thème imposé. Le public aura tout loisir de converser avec les sculpteurs.

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

#### Une formation qui permet de gérer son image



La société Prestige Business Services propose, le jeudi 16 juin au Grand Hotel Kempinski Geneva, une matinée de formation baptisée «Dress code et présentation». Ce cours fournit les clés pour une prise de confiance à travers la présentation, l'interprétation de l'image et l'attitude corporelle. Les enseignements pratiques permettent d'appliquer des astuces rapides pour gérer son image. La matinée est organisée avec d'ateliers sur les dernières techniques de rasage, de maquillage, de coiffage et de mise en beauté. **eda**

[www.pbs-luxe.com](http://www.pbs-luxe.com)

## Le Barbera retrouve son honneur perdu

**Les millésimes 1990, 1998 et 2004 du «Bricco dell'Uccellone» resteront dans toutes les mémoires. Pour preuve, la dégustation.**

ELSBETH HOEBIER

Il figure sur la carte des vins de nombreux restaurants helvétiques: le «Bricco dell'Uccellone», un vin du domaine Braida dans le Piémont, à Rochetta Tanaro, près d'Asti. Un «petit vin culte» vendu à des prix abordables et très popu-

laire auprès des clients. Mais, l'«Uccellone», un pur Barbera, marque aussi un changement d'orientation dans la viticulture piémontaise.

### L'affaire des vins au méthanol

Considéré comme un vin rustique, le Barbera était juste bon au siècle dernier pour la production de vin en vrac. L'affaire des vins au méthanol, qui secoua l'Italie dans les années 1980, changea la donne. Alors que certains consommateurs perdirent la vie en raison de leur forte consommation de ce vin frelaté, la réputation du Barbera fut complètement ruinée.

Face aux difficultés d'écoulement, Giacomo Bologna, un vigneron de la région d'Asti, prit une mesure audacieuse, en élevant pour la première fois son Barbera en fûts de chêne français, une méthode alors encore largement méconnue en Italie.

Avec le plus grand soin et des standards d'équité très élevés, il créa un vin qui aida le Barbera en général et le «Bricco dell'Uccellone» en particulier à retrouver le succès. A la suite de son décès brutal en 1990, ses enfants, Raffaella et Giuseppe, tous deux œnologues, portent maintenant haut l'héritage de leur père. Norbert Reinisch et



Le Barbera vogue à nouveau sur les flots du succès.

### Le 1990 s'est brillamment distingué

Le 1990 s'est brillamment illustré. Il a convaincu par sa souplesse, son fruité chaleureux, son acidité parfaitement structurée et ses tanins mûrs: à 20 ans, il est prêt à être bu. Quant au 1998, il est très puissant, épique, avec une finale qui s'éternise. Parmi les plus jeunes millésimes, le 2003 se distingue avec sa facture classique et délicate, caractérisée par des arômes de cerise noire, de noix grillée, et un potentiel prometteur.

Adaptation Française Zimmerli



«Je n'ai qu'un seul conseil à donner aux amateurs de vin: les nectars se dégustent avant tout avec l'esprit.»

Charles Aznavour Chanteur



Avec ses lambris de chêne, l'atmosphère boisée du Romand contribue à le rendre incontournable pour de nombreux Vaudois.

## Le mythe du Café Romand continue

Après une carrière à l'étranger, Christian Suter vient de reprendre un établissement phare de Lausanne, depuis 60 ans.

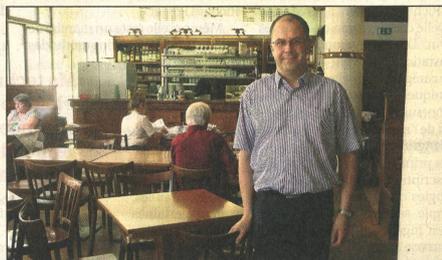
ALEXANDRE CALDARA

Les bonnets des lampes semblent un peu défraîchis. Il faudra peut-être les remplacer, peut-être. Christian Suter, nouveau patron du Café Romand depuis mai, au 2 de la place Saint-François, à Lausanne, doit se faire connaître tout en ménageant la fidèle clientèle de cette

adresse mythique de la capitale vaudoise. Le décor en lambris de chêne semble très présent. Les clients se racontent leurs propres décors, comme le journaliste Gilbert Salem en 1986, dans le quotidien «24 heures»: «Un habitué du Romand n'est pas un pilier de bistrot, mais un sansonnet, un étourneau qui vient et revient et reva dans ses branches favorites.» D'ailleurs ce que l'on demande le plus à Christian Suter: «Surtout ne changez rien.» Il s'y est même engagé contractuellement.

Louis Péclet a créé il y a 60 ans sa pinte à vin blanc

Le café fêtera son 60e anniversaire le 22 octobre. On se souviendra de Louis Péclet et de sa pinte à vin blanc. Au quatrième sous-sol, des belles cuves aux carrelages



Christian Suter dans son nouveau décor, celui du Café Romand de Lausanne.

Alexandre Caldara

bleus rappellent les litres de blanc écoulés. Aujourd'hui encore, le vin vaudois de qualité s'affiche sur la carte du café et on y sert du Calamin.

Christian Suter veut amplifier encore la collaboration avec l'Office des vins vaudois. Depuis la fin avril, les habitués sont orphelins de la présence de Christiane Péclet.

Entre 26 et 72 ans, elle tenait le café – pour sa dernière soirée, elle a ouvert les vannes et tout offert. Chaque jour, elle notait manuellement les menus. Elle loge toujours au-dessus de l'établissement et y fait quelques apparitions discrètes.

Des serveuses appréciées et célèbres pour leur franc-parler

Christian Suter se dit très reconnaissant: «Elle a accepté de passer le patrimoine d'un établissement connu. Elle voulait un privé présent dans l'exploitation, sinon rien.» L'évocation de son grand-père aura peut-être facilité les transactions: «Je ne l'ai pas connu, mais c'était un client très régulier.»

Le patrimoine du Romand tient aussi à ses serveuses célèbres pour leur franc-parler: «Les clients viennent pour elles.» Les personnes âgées ressentent à l'aise dans le café, elles ont leurs repères comme ces



Christiane Péclet, figure historique du café situé à Saint-François.

nappes aux carreaux bleus. Au niveau gastronomique aussi, les repères existent avec le pot-au-feu servi tous les mardis. Les autres vedettes: la charcuterie vaudoise, le papet aux poireaux, la boucle de saucisses de chou et la fondue moitié-moitié.

De nombreux hôtels recommandent le Romand à leur clientèle, mais le diplômé de l'IEHL pense que la promotion peut être améliorée. Pendant plus de dix ans, il a travaillé comme manager et gestionnaire de restaurant, notamment pour le groupe Hilton, aux Etats-Unis, en Corée et en Chine. Mais depuis son retour en Suisse en 2001, il se sent à l'aise dans une cuisine de terroir «qui ne se démode pas». Après avoir tenu la Brasserie du Gottaz, à Morges, pendant cinq ans et demi, il recherchait un nouveau défi et a fait une offre spontanée à Christiane Péclet. Avec son épouse Jennifer qui tient l'administration, il se retrouve aujourd'hui à la tête d'un établissement de 20 collaborateurs.

### Les gens

#### Une femme au gouvernail des Journées de Soleure



Seraina Rohrer, 33 ans, est la nouvelle directrice des Journées de Soleure. Elle remplacera dès le 1er août Ivo Kummer. C'est la première fois qu'une femme prend la tête du festival de cinéma depuis sa fondation en 1996. Précédemment responsable du bureau des médias du Festival de Locarno, Seraina Rohrer siège à la Fondation zurichoise pour le cinéma.

#### Richard Kummrow rend les clés du Golden Pass



Richard Kummrow (photo) part à la retraite après avoir dirigé le Golden Pass pendant plus d'une décennie. Son poste a été repris par Georges Oberson, un grand connaisseur du rail. Richard Kummrow tire sa révérence sur un dernier exercice réussi, avec des recettes de transports qui ont dépassé le cap des 13 millions de francs (+6%).

#### Max Friedli prend pied en terre neuchâteloise



Max Friedli devient membre du conseil d'administration de Transrun SA, la société mandatée par le Conseil d'Etat neuchâtelois pour mener à bien le projet de liaison ferroviaire rapide entre La Chaux-de-Fonds et Neuchâtel. Max Friedli est l'ancien chef de l'Office fédéral des transports, un poste qu'il avait quitté début 2010. Bernois d'origine et historien de formation, il a également été secrétaire général de l'UDC pendant une quinzaine d'années.

#### Du sang neuf pour le patrimoine montreuisien

Alexandre Staeger est le nouveau président de l'Association pour la protection des sites montreuisiens (APSM), indique «24 Heures». Fer de lance du mouvement politique Montreux Libre, il remplace à ce poste Dad Régé. Selon ses termes, l'APSM lutte pour qu'à l'avenir, Montreux ne soit pas constitué «d'immeubles coffres-forts aux volets clos onze mois par an». L'association entend ainsi peser de tout son poids dans la nouvelle politique urbanistique et politique de la commune de la Riviera vaudoise. eda

## Des idées pour se balader en famille

Depuis quatre ans, un couple de Neuchâtelois met en ligne des balades destinées aux familles. Quelque 180 suggestions, liées tout particulièrement à la Suisse romande, ont déjà été recensées.

MIROSLAW HALABA

Ils travaillent bénévolement. Ils n'ont pas de lien particulier avec la branche touristique, mais le service qu'ils proposent est l'un de ces éléments qui font la richesse de l'offre touristique helvétique.

Depuis 2007, Christine et Sylvain Roth, de Gorgier, dans le

canton de Neuchâtel, mettent en ligne des balades qui se prêtent bien aux familles. Celles qu'ils ont testées ou celles proposées par d'autres familles. A ce jour, 181 randonnées, situées principalement en Suisse romande, ont été répertoriées.

L'attrait d'un parc de jeu et d'un parc animalier

A quels critères doit répondre une balade pour figurer sur le site? «Elle ne doit pas être trop longue et doit être intéressante tant pour les enfants que pour les parents», explique Sylvain Roth. Un parc de jeu, un parc animalier sont ainsi de bons points d'intérêt.

«Nous avons trois enfants et nous avons créé ce site pour faire partager notre plaisir de la balade

avec d'autres familles», poursuit Sylvain Roth, ingénieur en micro-technologie.

La présentation des balades comprend des informations pratiques, des illustrations, des commentaires des utilisateurs. «Nous n'avons eu jusqu'ici qu'un seul commentaire négatif», souligne avec satisfaction Sylvain Roth. A relever qu'il est aussi possible de sélectionner des promenades praticables avec des poussettes.

Ce service est bien utilisé. «Nous avons facilement mille visites par jour, surtout lorsqu'il fait beau temps», fait remarquer Sylvain Roth. Le site est aussi attrayant. Trois rubriques, mises à jour automatiquement, figurent sur la page d'accueil: le «top 5» du mois,



Il existe désormais un site web pour les randonnées en famille.

les nouvelles balades», nos «coups de cœur».

Une liste étoffée de liens touristiques

Même si elle n'a pas de relations particulières avec les milieux touristiques, la famille Roth n'a pas manqué d'ajouter à son site une liste étoffée de liens touristiques. «Nous avons également des offices du tourisme qui nous proposent des balades comme ce fut le cas de Villars et de Nendaz», explique Sylvain Roth. Dans le même registre, on notera aussi l'existence du site [www.balades.ch](http://www.balades.ch). Il contient 1600 balades, présentées de manière succincte, à faire en Suisse romande.

[www.balades-en-famille.ch](http://www.balades-en-famille.ch)

# stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt  
Le principal marché  
de la branche

Pfingstausgabe Nr. 24  
erscheint am Do., 16. Juni 2011  
Anzeigenschluss Fr., 10. Juni 2011, 9:00 Uhr

htr hotelrevue Nr. 22 / 1. Juni 2011

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG  
Dini persönliche Stellervermittlung!  
[www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)  
Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

**Jobs**  
**online**  
[www.luzern-hotels.ch](http://www.luzern-hotels.ch)  
Luzern  
hotellerieuisse Swiss Hotel Association

Mitarbeiter  
suchen –  
Mitarbeiter  
finden  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)  
Unser  
Beraternetzwerk –  
Ihr Erfolg  
Auf unserer  
Website unter:  
Rubrik Beratung  
«Beraternetzwerk»  
CURAVIVA.CH  
hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

## Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung .....	2
Direktion/Kaderstellen .....	3-4
Deutsche Schweiz .....	4-5
Suisse romande .....	-
Svizzera italiana .....	5
International/Marché international .....	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi .....	-
Immobilien .....	7

## Arbeitsmarkt

Erfolg im Arbeitsmarkt erlangen Absolventinnen und Absolventen höherer Bildungsgänge mit den nötigen Kompetenzen und ersten Praxiserfahrungen.



Alain D. Bollat

# Rezept: Employability



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

Als Präsident Obama 2008 in seinem Wahlkampf seine Parole lancierte, ging diese um die ganze Welt. «Yes we can» und das implizierte noch viel mehr: «We need change!»

Dieser «Change» scheint generell die Welt erobert zu haben. Das hat nicht nur Symbol-Charakter für Amerika. Es hat ganz besonders in der aktuellen Zeit Bedeutung für uns alle. Die Weltwirtschaft erfordert von uns allen den Wechsel. Auch in der Bildung muss die Frage gestellt werden, wie die Zukunft aussehen wird, was zu tun ist und wie sich die Entwicklungen in der Bildungslandschaft abzeichnen werden. Eines ist sicher: gute Schulen brauchen mehr denn je. Gerade in schwierigen Zeiten ist es äusserst wichtig, sich aus- und weiterzubilden, um noch besser bestehen zu können und um noch besser vorbereitet zu sein für

die Zukunft. Die Schulen müssen sich den Herausforderungen stellen, genau wie die Unternehmungen aller Branchen. Vor allem müssen sie nahe am Puls der Wirtschaft sein. Ein permanenter Austausch zwischen den Bildungsstätten und der Arbeitswelt ist unerlässlich.

### Kompetenzen und praktische Erfahrung

Die Schulen müssen Absolventinnen und Absolventen hervorbringen, welche mit den notwendigen Kompetenzen ausgerüstet sind. Sie müssen Absolventinnen und Absolventen hervorbringen, welche arbeitsmarktfähig, also vermittelbar sind. Im Englischen sprechen wir von der so genannten «Employability». Gutes Basiswissen in der Allgemeinbildung, eine solide

theoretische Grundlage in den fragten Fachbereichen müssen gepaart sein mit Erfahrungswerten aus der angewandten Praxis. Nur so können die notwendigen Kompetenzen für einen erfolgreichen Einstieg und Einsatz in der Arbeitswelt gewährleistet werden. Insbesondere die Höheren Fachschulen erfüllen diese Vorgaben in hohem Mass und nehmen einen nicht zu unterschätzenden Platz ein.

### Fachhochschulen versus Fachschulen

In den letzten Jahren wurde zwar viel mehr von den Fachhochschulen gesprochen – von den Bachelor- und Master-Abschlüssen. Doch mehr und mehr gewinnen Höhere Fachschulen mit eidgenössisch anerkannten Diplomabschlüssen Boden

zurück. In diesen Lehrgängen gelingt die Verknüpfung von Praxisnähe und fundiertem theoretischen Background optimal. Abgängerinnen und Abgänger von Fachhochschulen und noch viel mehr von den Universitäten sind primär betriebswirtschaftlich, wissenschaftlich und forschungsorientiert ausgebildet. Zweifels- ohne braucht es diese Kompetenzen in unserer Wirtschaft ebenso. Es hängt deshalb vom Umfeld ab, wo die zukünftigen Arbeitnehmer/-innen eingesetzt werden sollen, um zu erkennen, aus welcher Bildungsschiene die geeigneten Kandidatinnen oder Kandidaten kommen sollen. Ganz besonders im Tourismus schlägt der Puls in vielen Bereichen für den praxisorientierten Bildungsweg, da die Front-Erfahrung eine zentrale Rolle spielt.

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

Effizienter wirtschaften mit weniger Energie



Partner  
**BKW**  
BKW Power Energy AG

ROMANDE  
ENERGIE

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

Neu mit News Mail!  
Jetzt abonnieren und an  
Verlosung teilnehmen.

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN START AM «FRONT-OFFICE»

### DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE

## DER REZEPTIONS KURS

TERMIN: HERBST-Start 12.10.11  
WEITERE INFORMATIONEN? beru@gastronomie.ch

GastroSuisse  
8046 Zürich  
Tel. 0043 277 111  
www.gastrouisse.ch

GASTRO\_SUISSE 19074943

### Italienisch in Florenz

Spezialangebot:  
2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmer, total sFr. 790.-.

1 Woche Tourismus Superintensiv, Gruppe+Einzelunterricht und Unterbringung in Einzelzimmer, total sFr. 900.-.

Scuola Toscana, Via dei Benci 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 0039 055 244 583  
www.scuola-toscana.com



### Durchblick

Nachdiplomstudium  
HF Hotelmanagement

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

hotellerieuisse  
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!



### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang	Region Zürich	J29607
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J29534
Servicefachmitarbeiter/In	Region Zürich	J29412
Servicefachangestellte/r	Region Zürich	J29548
Chef de rang (SA/SO frei)	Region Zürich	J29449
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J27699
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J29467
Bankettler/in	Region Zürich	J29472
Servicefachfrau	Region Zürich	J29317
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J29417
Servicemitarbeiter/ -in A la carte	Region Zürich	J29633
Teamentw. Service	Region Zürich	J29419
Serviceaushilfe	Region Zürich	J29420
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J29426
Praktikant Restauration	Region Zürich	J29431
Servicefachangestellte/r	Region Zürich	J29439
Chef de Rang	Region Zürich	J29432
Demi chef de rang	Region Zürich	J29603
Bankett-Aushilfen	Region Zürich	J29604
Demi-chef de rang - Italien - Südtirol	International	J29406
Chef de Rang - MS Europa	International	J29539
Chef de rang	Tessin	J29620
Commis de rang	Tessin	J29444

### Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Gouvernante	Region Bern	J29518
Hauswirtschaftsmitarbeiter/in 40-60%	Region Zürich	J29469
Hauswirtschaftsmitarbeiter/in	Region Zürich	J29466

### Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Convention Sales Manager	Region Bern	J29590
Sales Manager	Region Bern	J29545
Verkaufsleiter	Region Mittelland (SO,AG)	J29450

### Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseurin	Region Graubünden	J29599
Fitnesstrainer/in 80%	Region Zentralschweiz	J29598
Leiter/in Sport & Gästebetreuung	Region Zentralschweiz	J29595

### Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
GL-Assistentin in Gastronomieunternehmen	Region Basel	J29514
Betriebselektriker	Region Bern	J29610
Assistent Finanzen	Region Zürich	J29453
Kaufmännische/n Praktikant/in	Region Zürich	J29538

### Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1788	Catering, Events, Service	41	IT	per sofort	D I
B354	Empfangsassistentin, Meetingassistentin, Event-Assistentin	25	DE	per sofort	D F E I R
B1971	Empfangssekretärin	38	DE	per sofort	D E
B1972	Event-/Seminar-/Reiseorganisation	29	CH	per sofort	D F E
B1674	F&B Bereich, Service, auch Aushilfsweise	47	AT	per sofort	D F E
B1994	Front Office, Reservation, Events	25	CH	per sofort	D F E
B1967	Hoteldirektor, Front Office Manager, F&B Manager	35	DE	per sofort	D F E I R
B1973	Marketing & Kommunikation	28	CH	per sofort	D F E
B1822	Réceptionist	35	CH	per sofort	D F E
B2007	Receptionist/in	22	CH	per sofort	D F E S
B133	Sous-chef	43	DE	per sofort	D E
B1952	Sous-chef, Chef Gardemanger	48	DE	per sofort	D 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 30.5.2011. 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 sich Ihren Traum im Engadin erfüllen?**

Zwecks Nachfolge suchen wir einen neuen

**Pächter**

für einen attraktiven Gastronomiebetrieb. Sämtliches Equipment, Kundenstamm, Know-how usw. kann übernommen werden. Sofern gewünscht, wird Unterstützung bei der Betriebsführung gegeben. Das Objekt bietet einem jungen Gastronomen/Hotelfachmann die Chance, sich eine eigene Existenz aufzubauen.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte unter Chiffre 13356-6658 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

13356-6658



**Bei uns fangen Sie ganz oben an.**

Hoch über Zürich, in den beiden obersten Stockwerken des stadtbekanntesten Prime Tower, eröffnen wir Ende Jahr einen aussergewöhnlichen Gastronomiebetrieb mit Restaurant, Bistro-Bar, Lounge und Conference Center.

Dafür suchen wir per November 2011 engagierte MitarbeiterInnen (Voll- oder Teilzeit), welche unsere Gäste verwöhnen und begeistern können:

- |                                    |                               |
|------------------------------------|-------------------------------|
| <b>KÜCHE</b>                       | <b>Chef de Partie</b>         |
|                                    | <b>Demi-Chef de Partie</b>    |
|                                    | <b>Commis</b>                 |
|                                    | <b>Office</b>                 |
| <b>SERVICE</b>                     | <b>Chef de Service</b>        |
|                                    | <b>Chef de Rang</b>           |
|                                    | <b>Buffet/Barista</b>         |
|                                    | <b>Bartender</b>              |
|                                    | <b>Commis</b>                 |
| <b>EMPFANG/<br/>ADMINISTRATION</b> | <b>Reservation/Telefon</b>    |
|                                    | <b>Empfang/Administration</b> |
|                                    | <b>Garderobe</b>              |
| <b>DIVERSE</b>                     | <b>Hausdienst</b>             |

**WIR BIETEN** Ihnen interessante Perspektiven. Neben einer einmaligen Aussicht in einem unvergleichlichen Rahmen erwarten Sie ein attraktiver Arbeitsplatz und garantierte Dynamik in der Eröffnungsphase. Mit einem Arbeitgeber, der ebenso wie Sie den Willen zum nachhaltigen Erfolg hat.

**IHRE BEWERBUNGSUNTERLAGEN** senden Sie bitte elektronisch inklusiv Foto an: [jobs@clouds.ch](mailto:jobs@clouds.ch)

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



Das Sunstar Parkhotel Arosa\*\*\*\* ist ein international beliebtes 4-Sterne-Sport- und Ferienhotel, idyllisch am Waldrand gelegen, mit 190 Betten, einem Hallenbad und einer grosszügigen Wellness-Oase. Das Hotel bleibt diesen Sommer geschlossen; die Lobby, das Restaurant mit einer integrierten Showküche, der Barbereich und die Produktionsküche werden innovativ und sorgfältig umgebaut.

Wir wollen zusammen mit Ihnen als Gastgeber die neue Epoche des Sunstar Parkhotel Arosa\*\*\*\* gestalten.

Daher suchen wir auf die nächste Wintersaison per 1. Oktober 2011 oder nach Vereinbarung:

**Hoteldirektion m/w  
oder Direktionspaar/-team**

Sie sind eine gut ausgebildete und humorvolle Gastgeberpersönlichkeit und haben schon Erfahrungen in der Ferienhotellerie gesammelt. Sie pflegen einen herzlichen Gästekontakt und wissen, wie wichtig die Gastgeberrolle in einem Ferienhotel ist. Die Direktion soll sichtbar und deren ganz persönlicher Stil spürbar sein. Durch Ihr betriebswirtschaftliches Denken und Ihren Weitblick schaffen Sie effektive und effiziente Organisationsstrukturen. Sie sind eine starke und integre Führungspersönlichkeit, die Aufgaben anpackt und Sie verfügen über genügend Selbstmotivation, auch hochgesteckte Ziele zu erreichen.

Neben den hohen Erwartungen an Sie haben wir auch einiges zu bieten. Als Direktor/-in eines Hotels der Sunstar Gruppe gestalten Sie das Angebot und die Positionierung einer starken, soliden und expandierenden Schweizer Hotelgruppe mit. Sie sind Teil eines Führungsteams, das sich gegenseitig unterstützt, fordert und fördert.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.  
Bitte per E-Mail an Herrn Thomas Keel, [keel.tho@sunstar.ch](mailto:keel.tho@sunstar.ch)

Sunstar Hotels Management AG  
Thomas Keel, Projektleiter  
Galmstrasse 5, 4410 Liestal  
Tel. 061 925 70 77 (Montag bis Mittwoch)

**Sunstar ZEIT, DIE BLEIBT.**

AROSA | DAVOS | FILMS | KLOSTERS | LENZERHEIDE | GRÜNDELWALD | WENGEN | ZERMATT



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

Pächter gesucht per 1. Oktober 2011 – für das renovierte und traditionsreiche

**Restaurant «Zum Durstigen Wanderer»**

Beste Lage an der Hauptstrasse Solothurn-Olten, 1 km vom Stadtzentrum Solothurn entfernt.

Mietzins inkl. Grossinventar.

Interessierten melden sich schriftlich bei der Finanzverwaltung der Gemeinde Feldbrunnen-St.Niklaus, Baselstrasse 16, 4532 Feldbrunnen.

13386-6667

**OCHSEN**

Hotel & Restaurant Menzingen

**Chef de service (w/m)**

Stellenantritt per 1. August (oder nach Vereinbarung)

Wir pflegen *Gastronomie zum Wohlsein* am Dorfplatz in Menzingen/Zug (30 Automin. von Zürich und Luzern) und verwöhnen unsere Gäste gerne mit einer leichten, saisonalen Küche und guten Weinen. Wir bieten Ihnen ein angenehmes Arbeitsklima in einem traditionsreichen, aber modernen Betrieb.

Sind Sie die berufserfahrene, gepflegte Gastgeberpersönlichkeit an der Front mit perfekten Umgangsformen, die uns kompetent und aufmerksam unterstützt? Nebst der Stellvertretung an unseren Freitagen übernehmen Sie auch wenig administrative Aufgaben. Sie haben PC-Kenntnisse, können sich auch in Englisch verständigen und arbeiten gerne am Abend.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung.  
Für telefonische Auskünfte rufen Sie uns an!

Andrea & Peter Heggin-Manser, 6313 Menzingen  
Tel. 041 755 13 88, [www.ochsenmenzingen.ch](http://www.ochsenmenzingen.ch)

13361-6667

Wir suchen für unser 4\*-Hotel in Luzern ab 1. August 2011 oder nach Vereinbarung eine/n motivierte/n

**Leiter/in Technik**

Wir wünschen uns einen selbstständigen Mitarbeiter mit einer Grundausbildung in einem technischen Beruf, mit handwerklichem Geschick und Sie besitzen mindestens 3 Jahre Berufserfahrung als Technischer Leiter. Erfahrung in einem Hotel oder eine Weiterbildung als Haustechniker sind von Vorteil.

Sie sind für die Wartung und Instandhaltung der Maschinen, Gerätschaften und des Gebäudes zuständig. Sie koordinieren Reparaturen durch Handwerker oder nehmen diese je nach Fähigkeiten selbstständig vor. Als Sicherheitsbeauftragter in unserem Hause sind Sie für die Umsetzung des KOPAS zuständig, um unseren Gästen und Mitarbeitern die grösstmögliche Sicherheit zu gewährleisten. Ebenfalls schulen Sie unsere Mitarbeiter regelmässig in den wichtigsten Bereichen wie Feueralarm, Überfälle, medizinische Notfälle usw.

Sie verantworten selbstständig die gesamte Instandhaltung sowie Einhaltung der Sicherheitsstandards in den technischen Bereichen gemäss gesetzlichen Vorgaben und Firmenstandards. Sie sind verantwortlich für die Dokumentation sämtlicher technischen Sachverhalte und berichten direkt an die Direktion.

Ein sicheres, repräsentatives Auftreten, eine positive Ausstrahlung und Begeisterungsfähigkeit sowie Zuverlässigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit gehören zu Ihren Stärken.

Können wir Ihr Interesse wecken? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen unter Chiffre 13324-6637, an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

13324-6637



Das trendige mexikanische Restaurant Hacienda San Pedro in Dornach (nähe Basel) sucht zur Verstärkung seines jungen und motivierten Team:

**Servicemitarbeiter**

Einsatz als Service & Bar  
Selten Zimmerstunde

**Koch**

Einsatz als Entremetier  
Keine Zimmerstunde / Nur Abends

Beide Stellen ab sofort oder spätestens Oktober 2011

Bewerbung an:  
Christian Koellreuter  
[ckoell@sanpedro.ch](mailto:ckoell@sanpedro.ch)

Hacienda San Pedro  
Amthausstrasse 21 | 4143 Dornach  
Telefon 061 702 21 04 | [www.Sanpedro.ch](http://www.Sanpedro.ch)

13370-6668

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

htr hotel revue

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.

Zur Ergänzung unseres Teams in der

**Gastronomie an der BERNEXPO**

Mingerstrasse 6, 3014 Bern

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

**Küchenchef (w/m)**

**Ihre Aufgabe:** In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die Führung, Rekrutierung, Qualifikation und Schulungen der gesamten Küchenbrigade, welche ca. 30 Mitarbeitende umfasst. Sie leiten die Produktionsküche und 4 Satellitenküchen an verschiedenen Standorten auf dem Messegelände und arbeiten aktiv auf allen Posten mit. Zudem sind Sie zuständig für die Angebotsplanung der Tagesmenüs, Caterings, Bankette, Aktionen und Aktivitäten sowie deren Kalkulationen nach unseren betriebswirtschaftlichen Grundsätzen in sämtlichen Outlets. Im Weiteren gehören die Umsetzung der F&B-Konzepte, das Bestellwesen, die Lagerbewirtschaftung sowie die Kontrolle und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihrem Verantwortungsbereich.

**Ihr Profil:** Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine Persönlichkeit mit abgeschlossener Kochlehre sowie mehrjähriger Führungserfahrung. Sie verfügen über gute PC-Kenntnisse und bringen von Vorteil bereits Erfahrung im Catering- sowie Messe-/Grossveranstaltungsbereich mit. Sie entwickeln gerne neue Ideen und sind bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte stetig zu verbessern. Durch klare Kommunikation schaffen Sie Transparenz, können andere für sich gewinnen und Vertrauen schaffen. Als Führungsperson setzen Sie sich anspruchsvolle Ziele, ermutigen die Mitarbeitenden in ihren Leistungen und fördern die Zusammenarbeit des Teams. Die Arbeitszeiten sind an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag, je nach Arbeitsplan zwischen 7.00 und 24.00 Uhr.

**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**  
Füelenstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

13384-6671



Post Hotel Weggis  
0000  
0000  
0000  
0000

## Crewmitglieder gesucht!

Direktionsassistent/in und Front Office-Mitarbeiter/in  
Jetzt bewerben unter [www.crew.poho.ch](http://www.crew.poho.ch)



Eingebettet in die reizvolle Natur des Baselbieter Tafeljuras liegt der Leuenberg. Er ist eines der grössten Seminarzentren der Nordwestschweiz. Wir betreiben einen Gästebetrieb, der jährlich von rund 10 000 Menschen unterschiedlichster Herkunft besucht wird. Wir verpflegen unsere Gäste mit einem täglich wechselnden Tagesmenü und bieten einen gepflegten Bankettservice an.

Wir suchen mit Eintritt nach Vereinbarung Sie als neue/n

### Küchenchef/in

im Durchschnitt 80 bis 100 Prozent.

Die Hauptaufgaben beinhalten:

- Einsatzplanung des Küchenteams mit vier bis fünf Personen
- Menüplanung
- Wareneinkauf, Lagerbewirtschaftung
- Qualitätssicherung
- Mitarbeit in der täglichen Produktion der Mahlzeiten
- Aktives Mitarbeiten in der Leitung des Gästebetriebes

Wir suchen eine kompetente Fachperson, welche bereits Erfahrung in ähnlicher Position (Leitung, Stellvertretung) vorweisen kann. Sie verfügen über Erfahrung in der gutbürgerlichen Küche. Gerne probieren Sie auch wieder etwas Neues aus. Ihr Organisationstalent beweisen Sie bei der Mitgestaltung von Spezialanlässen ausserhalb des Tagesgeschäftes. Eine offene Kommunikation, gute Umgangsformen und Flexibilität runden Ihr Profil ab.

Wir bieten eine anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe in einem angenehmen Arbeitsumfeld zu attraktiven Bedingungen. Unsere Küche wurde vor fünf Jahren umfassend saniert.

Interessiert? Dann bitten wir um Zustellung Ihrer Unterlagen an  
Leuenberg, Herbert Burkhard, Postfach 316, 4434 Hölstein  
Telefon 061 956 12 12, [www.leuenberg.ch](http://www.leuenberg.ch)

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft eine(n) gut ausgewiesene(n), junge(n) und engagierte(n)

### Direktor(in)

zur Führung eines Erstklasshotels in den Bündner Bergen.

Für weitere Informationen senden Sie einen kurzen Lebenslauf an:

Chiffre A371694 Buchdruckerei Davos AG  
Werbemacher, Promenade 60, 7270 Davos Platz

## Sie sind unser Gastgeber!



Zur Erweiterung des F&B Teams suchen wir eine/n

### Executive F&B Assistant Manager (m/w) 100%

Ihr anspruchsvolles und abwechslungsreiches Aufgabengebiet:

- Unterstützung des Geschäftsführers und Sicherstellen des wirtschaftlichen Erfolgs
- Erarbeiten von Konzepten, professionelle Umsetzung der Projekte im Catering- und Bankettbereich
- Kundenbetreuung und Verkauf unserer hochstehenden Produkte
- Gastgeber/in, Teamführung und Mithilfe bei Anlässen vor Ort, teils auswärtig
- Marketing- und Administrationsarbeiten wie Präsentationen, Statistiken, Kassawesen

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe oder Hotelfach
- Praktische Erfahrung im Catering- und Eventbereich
- Verkäuferisches Flair, kommunikatives, gewinnendes Auftreten
- Sehr gute Sprach- (D/E/F) und PC-Kenntnisse (MS-Office)
- Engagement, Selbstständigkeit, Durchsetzungsvermögen, Organisationstalent

Interessiert? Weitere Informationen unter [www.grandcasinoluzern.ch](http://www.grandcasinoluzern.ch). Ihre Bewerbung mit Foto bitte an: Corinne Kälin, Leiterin Personal, GRAND CASINO LUZERN GASTRO AG, Haldenstrasse 6, Postfach 3566, 6002 Luzern. <mailto:recruiter@grandcasinoluzern.ch>.



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

### Hotel Kleiner Prinz\*\*\*

Restaurant zum Mohrenkönig Im der Schweiz

Wir suchen per Juli/August oder nach Vereinbarung

#### Köchin und Jungkoch

auf dem Extremetier- oder Tournantposten

Sie finden bei uns ein sehr angenehmes Arbeitsklima in jungem, fröhlichem Team. Wir führen eine abwechslungsreiche Küche und bedienen in- und ausländische Stammkunden.

Unsere zum Teil langjährigen Mitarbeiter führen Sie gerne auf Ihrem neuen, interessanten Posten ein und stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

F. Graber  
Hotel Kleiner Prinz  
Marktstrasse 5, CH 4950 Huttwil  
[info@kleiner-prinz.ch](mailto:info@kleiner-prinz.ch)

### keine News mehr verpassen mit htrnews! Anmelden unter [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

htr hotelrevue



### Hotel Seeburg Luzern

\*\*\*\*

*In the Sign of Times*

Lifestyle und Romantik am Vierwaldstättersee.  
Lust neue Wege zu gehen? Wir suchen ab sofort...

#### SERVICEFACHANGESTELLTE/R

der/dem das Wohl unserer anspruchsvollen, internationalen Kundschaft am Herzen liegt.

Sie verfügen über ein fundiertes Fachwissen und sind kreativ, belastbar und selbstständig. Es erwartet Sie eine vielseitige und interessante Tätigkeit in einem motivierten Team.

Wir freuen uns auf qualifizierte und motivierte Mitarbeiter/innen, die mit uns gemeinsam die Atmosphäre der Seeburg prägen wollen.

Auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung freut sich David Konecny, unser Restaurationsleiter.

Hotel Seeburg Luzern, Seeburgstrasse 53-61, 6006 Luzern  
T +41 41 375 55 55 F +41 41 375 55 50  
E-Mail [restauration@hotelseeburg.ch](mailto:restauration@hotelseeburg.ch)



### fmi: spital interlaken

Die Küche am spital interlaken verpflegt täglich die Patienten im Spital, die Bewohner im Heim Weissenau und die Mitarbeitenden und Besucher im öffentlichen Restaurant Intermezzo. Das Küchenteam mit über 20 Mitarbeitenden stellt sich so der Herausforderung, täglich ein vielseitiges, gesundes und attraktives Angebot für gegen 1000 Mahlzeiten bereit zu stellen.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung befristet nach einem krankheitsbedingtem Ausfall, mit Option auf Festanstellung eine/n

#### ■ Chef de Partie/Diätkoch als Tournant/Postenverantwortliche/r

Zur Erfüllung dieser Aufgabe erwarten wir:

- Ausbildung als Koch EFZ und Diätkoch
- Berufs- und Führungserfahrung
- Selbstständiges, exaktes und sauberes Arbeiten
- Flair für gesunde Ernährung
- Teamorientierung und Flexibilität

Wir bieten Ihnen:

- Eine interessante und abwechslungsreiche Aufgabe
- Strukturierte Arbeitszeiten
- Anstellungsbedingungen nach GAV für das Personal bernischer Spitäler

Für Fragen steht Ihnen Markus Ströbel, Küchenchef, gerne zur Verfügung  
Telefon 033 826 29 08.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie an:  
spitäler fmi ag, spital interlaken  
personaldienst, weissenaustrasse 27, 3800 unterseen oder [hr@spitalfmi.ch](mailto:hr@spitalfmi.ch)  
[www.spitalfmi.ch](http://www.spitalfmi.ch)



Immitten einer faszinierenden Bergwelt erwartet Sie ein vielseitiger, moderner und attraktiver Arbeitsplatz!

Wir suchen nach Vereinbarung als Ergänzung zu unserem aufgestellten GriwaRent Team eine motivierte und erfahrene Fachkraft mit kaufmännischer oder touristischer Grundausbildung als

### Sachbearbeiter/in 100%

#### Ferienwohnungsvermietung

Wir erwarten sehr gute Englischkenntnisse (gute mündliche Französischkenntnisse erwünscht) sowie Computerkenntnisse und den Fahrausweis Kat. B (PKW). Zudem bringen Sie Erfahrung aus der Tourismusbranche mit und sind den Umgang mit Kunden gewohnt. Selbstständiges, exaktes und verantwortungsvolles Arbeiten bereiten Ihnen keine Mühe und in hektischen Situationen behalten Sie den Überblick. Wochenendeinsätze sind kein Fremdwort für Sie. Wenn Sie ein Teamplayer auf der Suche nach einer neuen Herausforderung sind, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an Herr Markus Friedli.

GriwaRent AG  
Galeriehaus Stotzhallen . 3818 Grindelwald  
Telefon 033 854 11 40 . [welcome@griwarent.ch](mailto:welcome@griwarent.ch)



### KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin  
mit integrierter Rehabilitation

Die Klinik Schloss Mammern ist ein Akutspital für Innere Medizin mit integrierter Rehabilitation mit 125 Betten und 200 Mitarbeitenden.  
Wir sind Mitglied von «The Swiss Leading Hospitals».

Zur Verstärkung unserer Spitalverwaltung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

#### Réceptionist (Verwaltungsmitarbeiterin) 100%

#### Réceptionist (Verwaltungsmitarbeiterin) 60-80%

Wenn Sie eine neue Herausforderung mit vielseitigem Tätigkeitsgebiet reizt, dann ...  
lesen Sie weiter.

Das Aufgabengebiet:

- Erfassen von medizinischen Leistungen
- Erstellen der Patientenrechnungen bei Abreise
- Tagesabschluss und administrative Aufgaben beim Empfang der Patienten
- Mithilfe bei der Bedienung der Telefonzentrale und Personensuchanlage
- diverse Sekretariatsarbeiten auf PC (Microsoft Word/Excel).

Wir bieten:

- attraktiver Arbeitsplatz mit modernen technischen Hilfsmitteln
- Qualitätsmanagement nach EFQM Modell
- Attraktives internes und externes Fortbildungsangebot
- Gratis Parkplätze bei der Klinik
- 42 Std. Woche und 5 Wochen Ferien
- Teilnahme am Sportprogramm

Wir erwarten:

- eine Grundausbildung im Bereich Hotellerie, Gesundheitsbranche oder kaufm. Lehre
- Berufserfahrung in einem dieser Bereiche
- Bereitschaft für Wochenend- und Schichtarbeit
- ein Flair für Zahlen und gute PC-Kenntnisse
- sehr gute Umgangsformen
- Kenntnisse der englischen, von Vorteil auch der französischen und/oder italienischen Sprache
- Kenntnisse über die Abrechnung mit Krankenkassen und in der medizinischen Terminologie

Sollten wir Sie neugierig gemacht haben, so senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen per Post zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG  
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin  
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG  
Tel. 052 742 11 11  
[fvs@klinik-schloss-mammern.ch](mailto:fvs@klinik-schloss-mammern.ch)  
[www.klinik-schloss-mammern.ch](http://www.klinik-schloss-mammern.ch)

THE SWISS  
LEADING  
HOSPITALS

# MÖVENPICK®

THE ART OF SWISS ICE CREAM

Mövenpick Ice Cream ist eine Marke von Nestlé Super Premium, eine operative Geschäftseinheit der Nestlé Group, welche Super Premium Ice Cream entwickelt und vermarktet.

Für unser Business Team Schweiz suchen wir in Vevey VD per sofort oder nach Vereinbarung eine engagierte und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit als

## Selling Systems & Event Manager

In dieser vielseitigen und herausfordernden Position sind Sie zuständig für alle Belange im Zusammenhang mit Ice Cream Boutiquen, Kiosks, Tiefkühltruhen sowie Merchandising Material und unterstützen so unsere Verkaufseinheiten Gastronomie und Retail. Zudem planen und koordinieren Sie interne und externe Events. Dem Country Business Manager direkt unterstellt, werden Sie Ihre Aufgaben in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen internen sowie externen Dienstleistern erledigen.

### Hauptaufgaben

- Expansion und Entwicklung von hoch frequentierten Verkaufsstellen sicherstellen
- Evaluation, Testen und Einkaufen von geeigneten Verkaufsgeräten (wie Tiefkühltruhen, Schöpfvitriolen, Verkaufsständen) und Werbemitteln
- In enger Kooperation mit OOH- und Boutique-Channel-Mitarbeitern sind Sie verantwortlich für Kiosks, Selling Systems und Merchandising Material; insbesondere Mitentwicklung, Ausarbeiten, Testen, Platzieren, Lagerbewirtschaftung sowie Sicherstellung der Funktionsfähigkeit von platzierten Verkaufsgeräten
- Planen und Koordinieren von Events (Retail & Out-of-Home), internen Anlässen und Sponsoring-Aktivitäten für die ganze Schweiz
- Projektmanagement bei speziellen Aktivitäten
- Regelmässige Auswertung der Events und Scooping Stations
- Erstellen von Vereinbarungen mit Grosskunden für die zur Verfügung gestellten Geräte
- Unterstützung unserer Sales Force (technische Ausbildung, Merchandising und Materialbewirtschaftung)
- Koordination mit internen Stellen (Verkauf, Marketing, Controlling, Tiefkühltruhenabteilung) sowie externen Dienstleistern
- Vollständige Verantwortung über die Ihnen übertragenen Kostenstellen

### Ihr Profil:

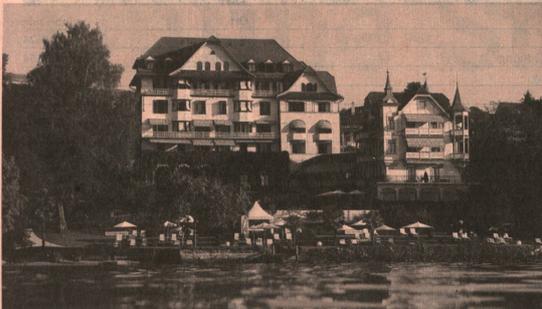
Idealerweise verfügen Sie über Gastronomieerfahrung, eine betriebswirtschaftliche Ausbildung sowie gutes technisches Verständnis. Sie arbeiten gerne selbstständig, sind flexibel, verantwortungsbewusst, zuverlässig und strukturiert. Des Weiteren verfügen Sie über analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, kommunizieren gewandt in Deutsch/Schweizerdeutsch und bringen sehr gute Kenntnisse in der französischen Sprache mit. Computerkenntnisse sowie Erfahrungen in der Konsumgüterindustrie sind weitere wesentliche Pluspunkte Ihres Profils.

Sie interessieren sich für diese Stelle? Dann bewerben Sie sich bei:

Nathalie Ruepp  
Nestlé Suisse S.A.,  
c/o Mövenpick Ice Cream,  
Ave. Reller 14,  
1800 Vevey



13386-907



Wir verstehen uns als einen vielseitigen, einzigartigen Ferienerlebnis-Anbieter mit aussergewöhnlichen Beherbergungs-, zahlreichen Aktivitäts- und vielfältigen Verpflegungsmöglichkeiten inmitten einer intakten Natur.

Mit einem überaus freundlichen, dynamischen und flexiblen Team wollen wir unsere Gäste einen unvergesslichen und erholsamen Aufenthalt ermöglichen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir einen

## COMMIS-SOMMELIER (m/w)

### Unsere Anforderungen an Sie:

Sie bringen Erfahrung in ähnlicher Position in der Top Gastronomie mit und sprechen deutsch, englisch und w.m. französisch. Ihr Arbeitsstil ist service- und qualitätsorientiert und Ihr Auftreten und Ihre Umgangsformen sind höflich, sicher und gewandt.

Sie sind mitverantwortlich für die Kellerkontrolle und den Weinverkauf des umfangreichsten Weinsortiments der Schweiz von über 2500 verschiedenen Weine. Weiter arbeiten Sie mit dem einzigen Master Sommelier der Schweiz, Herr Christian Bock und profitieren von seinem enormen Wissen.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und sich dieser interessanten Position mit viel Engagement stellen wollen, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung, 100% Stellenpensum.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Foto, Zeugniskopien und Referenzangaben an:

**spark**  
Park Hotel Weggis

Human Resources  
Frau Cathy Schoedler  
Hertensteinstrasse 34  
CH-6353 Weggis

E-Mail: [bewerbungen@sparklinggroup.ch](mailto:bewerbungen@sparklinggroup.ch)  
Internet [www.phw.ch](http://www.phw.ch)



13379-9070

Ab sofort bis Ende Oktober 2011 suchen wir:

- Chef de Partie Entremetier
- Demi-Chef Saucier
- Commis Tournant

Unser äusserst lebhafter Saisonbetrieb bietet ein spannendes Betätigungsfeld. Wir decken eine Bandbreite von einfachen Terrassengerichten bis zum hochstehenden kulinarischen Menü für Veranstaltungen ab.

Die Speisekarten sind vielfältig, auf Qualität wird grossen Wert gelegt und das Gästeaufkommen ist gross. Wir freuen uns auf überzeugte Berufleute mit Freude am Kochen, die in einer grossen Brigade von insgesamt 25 Köchen und unter Druck nicht die Übersicht verlieren.

Genauere Stellenbeschreibungen finden Sie unter **Jobs auf: [www.giessbach.ch](http://www.giessbach.ch)**

Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen freut sich:

Grandhotel Giessbach, CH-3855 Brienz  
Susanne Crillovich-Cocoglia, Leitung Personalwesen  
Tel. +41 (0) 33 952 25 25 Fax +41 (0) 33 952 25 30  
[personal@giessbach.ch](mailto:personal@giessbach.ch) [www.giessbach.ch](http://www.giessbach.ch)

13306-905

## Stellenvermittlungen

[www.hotelcareer.fr](http://www.hotelcareer.fr) [www.horesto.ch](http://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](mailto:contact@hotel-career.ch)

5611-9050

Die Gastronomiegruppe

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 Kleine Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Zur Ergänzung unseres Teams am

### Hauptstz

Flüelastrasse 51 in Zürich-Albisrieden

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Personalassistent/in

**Ihre Aufgabe:** Sie sind verantwortlich für die aktive Mitarbeit bei der Personaladministration unter Einhaltung der vorgegebenen Ablaufprozesse sowie Qualitätsstandards, welche das Arbeitsvertragswesen, die Bearbeitung von Bewilligungsanträgen für Stellenanträge sowie das Schreiben von Einladungen, Absagen, Arbeitszeugnissen und -bestätigungen beinhaltet. Zudem führen Sie Vorstellungsgespräche und arbeiten bei konzeptionellen sowie organisatorischen Aufgaben mit.

**Ihr Profil:** Sie sind eine motivierte, selbständige und verantwortungsbewusste Person, welche gerne in einem aufgestellten Team mitarbeitet und den Umgang mit verschiedenen Personengruppen schätzt. Sie verfügen über eine kaufmännische Grundausbildung sowie Erfahrung in der Gastronomie. Sie bringen bereits Erfahrung in ähnlicher Funktion mit und können gute PC-Kenntnisse vorweisen. Zudem sind Sie von Vorteil zweisprachig aufgewachsen oder verfügen über sehr versierte mündliche sowie schriftliche Französischkenntnisse und ein stilicheres Deutsch. Sie handeln stets im Interesse der Unternehmung, bleiben auch in schwierigen Situationen ruhig und besonnen und setzen die vorgegebenen Qualitätsstandards konsequent um. Den betrieblichen Gegebenheiten passen Sie sich an und erkennen rasch die wesentlichen Elemente und Zusammenhänge.

**Wir bieten:** Eine interessante, abwechslungsreiche Aufgabe im Gastronomiebereich 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  
[www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

13304-900

## Svizzera italiana



Für unser  
SUITENHOTEL PARCO PARADISO\*\*\*\* in Lugano  
suchen wir zur Verstärkung  
unseres Frontoffice-Teams ab sofort

### Rezeptionistin

**Wir offerieren:**  
ein junges Team, selbstständiges Arbeiten,  
interessantes Arbeitsumfeld sowie ein angemessenes Gehalt.

Wenn Sie bereits Erfahrungen in gleichwertigen Positionen gesammelt haben, etwas Italienisch-Kenntnisse mitbringen und Teil eines aufgeschlossenen und hochmotivierten Teams werden möchten, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen

mit Foto  
an:

SUITENHOTEL PARCO PARADISO\*\*\*\*  
Frau Rusca, Via Carona 27, CH-6900 Lugano oder  
per E-Mail an: [d.rusca@parco-paradiso.com](mailto:d.rusca@parco-paradiso.com)  
[www.parco-paradiso.com](http://www.parco-paradiso.com)

13207-900

**Gastro Express**  
Die führende Stellenbörse für  
das Schweizer Gastgewerbe  
[www.gastro-express.ch](http://www.gastro-express.ch)

News aus Gastronomie  
Hotellerie und Tourismus  
[www.baizer.ch](http://www.baizer.ch)

1027-948

# 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
Restaurateur/in	Region Mittelland (SO,AG)	J29436
Direktionsassistent	Region Zentralschweiz	J29513
Operation Manager on Duty (Operative Führung)	Region Zürich	J29634
Küchenschef als Geschäftsführer/In	Region Zürich	J29411

### Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
GL-Assistentin in Gastronomieunternehmen	Region Basel	J29512
Réceptions- & Reservationsmitarbeiter/in	Region Basel	J29464
Rezeptionist/in	Region Bern	J29443
Rezeptionist/Night Auditor	Region Bern	J29572
Rezeptionist/in Empfang 60-80%	Region Bern	J29592
Rezeptionist/in	Region Bern	J29571
Reservationsmitarbeiter/in	Region Bern	J29527
Night Auditor	Region Bern	J29528
Rezeptionist/in	Region Bern	J29532
Front Office Manager	Region Bern	J29632
RéceptionistIn	Region Bern	J29631
Rezeptionist/in	Region Bern	J29447
Anfangsrezeptionist/in	Region Graubünden	J29567
Chef de réception	Region Graubünden	J29546
Assistant Rooms Division Manager	Region Graubünden	J29618
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J29566
Praktikant/in Réception	Region Mittelland (SO,AG)	J29473
Reservationsmitarbeiter/in	Region Oberwallis	J29642
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J29616
RéceptionistIn / ReservationsmitarbeiterIn	Region Ostschweiz	J29612
RéceptionistIn / Réceptionist	Region Schaffhausen	J29413
Chef de reception Junior	Region Zentralschweiz	J29640
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J29415
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J29591
Mitarbeiter/in Reservation	Region Zentralschweiz	J29597
Front Office Manager	Region Zürich	J29611
Front Office Manager	Region Zürich	J29602
Director of Reservation & Yield/Revenue Management	Region Zürich	J29442
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich	J29536
Réceptions- und Logentourant	Region Zürich	J29537
Night Assistent / Nachtreception & Controlling	Region Zürich	J29637
Nachtportier	Region Zürich	J29470
Praktikant/in Front Office	Region Zürich	J29434
Cabin Stewardess - MS Europa	International	J29540

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Jungkoch	Region Basel	J29582
Sous-Chef/Saucier	Region Basel	J29433
Chef de Partie	Region Basel	J29583
Diätkoch	Region Bern	J29428
Diätkoch temporär	Region Bern	J29429
Sous-chef	Region Bern	J29517
Jungköchin/Commis de cuisine	Region Bern	J29462
Casserolier	Region Bern	J29627
Frühstückskoch	Region Bern	J29628
Commis de Cuisine	Region Bern	J29629
Chef de Partie	Region Bern	J29556
Küchenschef / Produktionsleiter	Region Bern	J29555
Küchenschef	Region Bern	J29552
Jungkoch	Region Bern	J29551
Küchenschef	Region Bern	J29550
Jungkoch	Region Bern	J29547
Chef de Partie	Region Bern	J29630
Commis de cuisine	Region Bern	J29564
Commis de cuisine	Region Bern	J29531
Küchenschef	Region Bern	J29437
Demi-chef de partie	Region Bern	J29565
Koch/Köchin	Region Graubünden	J29440
Demi-chef pâtissier	Region Graubünden	J29638
Commis pâtissier	Region Graubünden	J29619
Jungkoch	Region Mittelland (SO,AG)	J29465
Köchin Tagesdienst (SA/SO frei)	Region Mittelland (SO,AG)	J29451
Starker Chef de partie oder Sous chef	Region Mittelland (SO,AG)	J29544
Chef de Partie, Commis de Cuisine, Kochlehrling	Region Mittelland (SO,AG)	J29448
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J29617
Koch-Saucier	Region Mittelland (SO,AG)	J29613
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J29641
Jungkoch / Chef de partie	Region Ostschweiz	J29573
Küchenschef	Region Ostschweiz	J29579

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	Region Ostschweiz	J29577
Commis Pâtissier	Region Ostschweiz	J29580
Jungkoch	Region Zentralschweiz	J29522
kreativer Jungkoch	Region Zentralschweiz	J29416
Koch temporär	Region Zentralschweiz	J29423
Sous-chef	Region Zentralschweiz	J29543
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J29438
Koch/Köchin	Region Zentralschweiz	J29521
Chef de partie Gardemanger	Region Zürich	J29606
Chef de Partie Tournant	Region Zürich	J29455
Chef de Partie	Region Zürich	J29454
Chef de Service (SA/SO frei)	Region Zürich	J29452
Küchenschef/in	Region Zürich	J29475
Jungkoch/ Hilfskoch (50-80%)	Region Zürich	J29474
Chef de Partie (15GM)	Region Zürich	J29594
Sous Chef	Region Zürich	J29589
Chef de Partie	Region Zürich	J29418
Jungkoch	Region Zürich	J29587
Koch temporär	Region Zürich	J29421
Gardemanger	Region Zürich	J29586
Chef de partie	Region Zürich	J29424
Commis de Cuisine	Region Zürich	J29593
Chef de partie	Region Zürich	J29605
Chef de partie - England - Region Dorset	International	J29639
Chef de partie/Commis de cuisine	Region Waadt/ Unterwallis	J29480

### F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous-chef	Region Basel	J29524
Evenkoordinator / Leiter Catering	Region Bern	J29554
Verantwortlicher Take Away	Region Bern	J29557
F&B Assistent	Region Bern	J29626
Veranstaltungskordinator/in	Region Bern	J29520
Teammitglied Anlansorganisation	Region Mittelland (SO,AG)	J29468
Barprofis und Chef de bar	Region Mittelland (SO,AG)	J29560
Chef de Service	Region Ostschweiz	J29584
F&B Manager / Restaurantleiter/in	Region Ostschweiz	J29574
Barprofis	Region Zürich	J29542
Operative Assistent / -in inkl Duty Management	Region Zürich	J29636
Serviceemitarbeiter Bankett	Region Zürich	J29609
F&B Praktikant/in	Region Zürich	J29430
Büffetier / F&B-Mitarbeiterin	Region Freiburg	J29435

### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang	Region Bern	J29530
Serviceemitarbeiter/in	Region Bern	J29623
Chef de rang	Region Bern	J29569
Chef de Service	Region Bern	J29625
Chef de rang	Region Bern	J29525
Chef de Bar	Region Bern	J29624
Commis de Rang	Region Bern	J29622
Chef de rang	Region Bern	J29409
Commis de Bar	Region Bern	J29621
Restaurantleiter	Region Bern	J29553
Demi-chef de rang	Region Bern	J29570
Commis de rang	Region Bern	J29529
Serviceemitarbeiter/in	Region Graubünden	J29588
Servicefachangestellte	Region Mittelland (SO,AG)	J29563
Restaurant Manager	Region Mittelland (SO,AG)	J29562
Barprofis und Chef de bar	Region Mittelland (SO,AG)	J29614
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SO,AG)	J29471
Commis de rang	Region Oberwallis	J29407
Chef de service	Region Oberwallis	J29568
Restaurationsfachmann	Region Oberwallis	J29408
Barmitarbeiterin mit Verantwortung (w)	Region Ostschweiz	J29575
Barmitarbeiter/in	Region Ostschweiz	J29581
Servicefachangestellte/r	Region Ostschweiz	J29576
Servicefachangestellte/r	Region Zentralschweiz	J29541
stv. Chef de service	Region Zentralschweiz	J29427
Serviceaushilfe	Region Zentralschweiz	J29425
Servicefachangestellte/r	Region Zentralschweiz	J29519
stv. Chef de service / m	Region Zentralschweiz	J29463
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J29526
Serviceemitarbeiter/in	Region Zentralschweiz	J29615
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J29596
Serviceemitarbeiter/in mit Weinflair	Region Zürich	J29585

**HESSER**

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration  
seit 35 Jahren

Wir sind die Drehscheibe für die Vermietung-Verkauf von Hotels u. Restaurants und die Spezialisten 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



**Landgasthof  
direkt am Vierwaldstättersee**

zu vermieten ab Januar 2012

**Seehotel Schwert,  
Gersau**

Restaurant, Seeterrasse und Bankettsaal  
15 freundliche Hotelzimmer  
heimelige Atmosphäre  
Küche mit moderner Infrastruktur

Welches **junge Paar** möchte gerne die Chance nutzen, einen Betrieb mit guter Gästefrequenz direkt am See zu übernehmen?

Ich bin gespannt auf Ihre Bewerbung!  
Franz Dörig, Gersauerstrasse 120  
6440 Brunnen, Tel. 076 585 11 34  
franz.doerig@schwyz.net

**HESSER**

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration

Zu verkaufen:

Hotel-Restaurant in Rütli ZH  
2 Restaurants und 20 Betten  
Preis Fr. 1,5 MIO

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



Zu vermieten auf den 1. November 2011  
oder nach Vereinbarung

**Restaurant / Jahresbetrieb**

ca. 70 Plätze in guter Passantenlage,  
längerfristiger Vertrag möglich. Interes-  
santen, mit Vorzug ein Wirtepaar, mel-  
den sich unter Chiffre 13366-6664 an htr  
hotel revue, Monbijoustrasse 130, Post-  
fach, 3001 Bern.

**Anzeigen**

**Lebenshilfe: Es gibt kein Problem ohne Lösung!**

M. Dramé – sehendes Medium – dank ihm kann sich alles ändern. Spezialist bei Liebesproblemen, sofortige Rückkehr der geliebten Person. Mit grossem Können durch Telepathe. Glück garantiert. Bezahlung erst nach Erfolg! Tel. 0033 472 76 92 68, 0033 684 34 04 66, 3, rue de Marseille, F-69007 Lyon

# 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

**IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE**

**htr hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi  
– immobilienrevue / marché immobilier**

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus  
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

**Herausgeber / Editeur:** hotelleriesuisse, 3001 Bern

**Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:**

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

**Chefredaktion / Rédactrice en chef:** Elsbeth Hobmeier

**Verlagsleitung / Chef d'édition:** Barbara König

**Kundenberatung / Conseiller à la clientèle:** Michael Müller, Emanuel Müller

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

**E-Mail:** [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch) / **Homepage:** [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi:** [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

**Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):**

**Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue**

– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10

– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10

– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadr CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / seulement demande d'emploi)

1 Woche / semaine CHF 50.–, 2 Wochen / semaines CHF 70.–, 4 Wochen / semaines CHF 100.–

**Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces**

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

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

**Termine**

	Nr. 23/2011	Nr. 24/2011	Nr. 25/2011	Nr. 26/2011
– Ausgabe / Numéro	9. 6. 2011	16. 6. 2011	23. 6. 2011	30. 6. 2011
– Erscheint / Parution				
– Anzeigenschluss / Délai	6. 6. 2011	Fi.10. 6. 2011/9,00 Uhr	20. 6. 2011	27. 6. 2011

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

Doppelnummern Numéros couplés	Nr. 27/28 / 7. 7. 2011	Nr. 29/30 / 21. 7. 2011	Nr. 51/52 / 22. 12. 2011
----------------------------------	------------------------	-------------------------	--------------------------

**Herstellung / Production:** Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

**Auflage WEMF-beglaubigt 2010 / tirage contrôlés REMP 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.

# immobilienrevue htr marché immobilier

htrhotelrevue Nr. 22 / 1. Juni 2011

## Liegenschaften verkaufen – neu auch online [www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)

htr hotel revue

### Sicherheit

Mit neuen Leitlinien wird eine schweizweit einheitliche Umsetzung und Kontrolle der Lebensmittelsicherheit gewährleistet.



Alan D. Bollat

# Lebensmittelsicherheit



**PATRICK HANHART**  
DIVERSEY CONSULTING  
[WWW.DIVERSEY.COM](http://WWW.DIVERSEY.COM)

In der neuen Leitlinie GVG (Gute Verfahrenspraxis im Gastgewerbe), welche ab Herbst erhältlich sein wird, werden unter anderem regelmäßige Schulungen und der Nachweis der Kenntnisse der Mitarbeitenden verlangt. Zahlreiche Studien bestätigen, wie wichtig die gute und kontinuierliche Ausbildung für eine wirksame Lebensmittelsicherheit im Betrieb ist.

Diversey Consulting führt weltweit über 300 000 Qualitäts-Inspektionen pro Jahr durch. In einer vertieften Analyse in Westeuropa konnte über drei Jahre hinweg die Wirkung der Schulung auf die Parameter der Lebensmittelsicherheit nachgewiesen werden: Alle durch die Studie begleiteten Betriebe wiesen einen oder mehrere Fehler bei den Parametern für «Guten Hygienepraxis» auf. Drei Jahre später und mit Schu-

lung im normalen Umfang, hatten 58% der Betriebe in diesem Bereich Beanstandungen zu verzeichnen. Hatten zu Beginn 93% der Betriebe Probleme mit der Händehygiene, waren es am Ende der Beobachtungsperiode noch 55%.

### Der Mehrwert für den Betrieb

Viel wichtiger ist, dass der Nutzen der Kenntnisse von den Teams erkannt und die Schulungen gefördert werden. Das heisst **Effizienz**: Eine gründliche Schulung zu Beginn hilft Zeit zu sparen. So muss weniger Zeit für die Kontrollen und die Umsetzung von Korrekturmaßnahmen eingesetzt werden. Das Team arbeitet selbstständiger und effizienter, wenn es die notwendigen Massnahmen nicht als Schikane, sondern

als wichtiger Bestandteil der Qualität seiner Arbeit erkennt. **Motivation**: Der Betrieb zeigt seinen Mitarbeitenden seine Wertschätzung, und ein professionelles Umfeld hilft im täglichen Umgang im Team. Die Mitarbeitenden können sich gegenseitig bei der Umsetzung unterstützen und mit Verbesserungsvorschlägen die Qualität erhöhen. **Schutz der Marke**: Gibt es etwas Schlimmeres für den Betrieb, als wenn sich der Gast nur noch an die Magenkrämpfe, anstatt an die frisch verschneiten Skipisten der Winterferien erinnert?

### Das optimale Schulungskonzept

Bei der Erstellung eines Schulungskonzepts gilt es auf folgende Punkte zu achten: Die Schulungen sollten empfängergerecht

und betriebsbezogen organisiert werden. Schulungen durch externe, als neutral empfundene Trainer erhöhen die Konzentration der Teilnehmenden und fördern so die bessere Aufnahme des Lehrstoffes. Es empfiehlt sich, mehrere kleine Lehrmodule anzubieten, statt zu viel Lehrstoff in möglichst kurzer Zeit vermitteln zu wollen. Die Schulungen sollten unter Einsatz von unterschiedlichen Medien und mittels Interaktionen spannend und abwechslungsreich gestaltet werden. Die praktische Umsetzung des vermittelten Stoffs sollte möglichst zeitnah durch den Betrieb begleitet und überprüft werden wobei auch die aktive Mitarbeit des Teams gefordert und gefördert werden soll. Und last but not least: Das Qualitätsdenken muss von den Teamleitern vorgelebt werden.

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:  
[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch) Rubrik Beratung «Beraternetzwerk»

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association