

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 26

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: 07.07.2025

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



Schlösser

Schlossrestaurants laden zu besonderen Erlebnissen ein. Für die Gastronomen sind die alten Gemäuer jedoch oft eine Herausforderung. **Seite 14**

Thurgau

Mit dem Label «velofreundliches Restaurant» will Thurgau Tourismus das Standortmarketing verstärken. **Seite 3**

Best Western

In Lausanne ist das erste «Best Western Plus»-Hotel der Schweiz eröffnet worden. **Seite 2 und 20**

Hotellerie

«Wir wollen den Schweizerhof zur ersten Adresse auf dem Platz Bern machen.» **Seite 15**

Michael Thomann,
Direktor Hotel Schweizerhof Bern



Was Gäste mögen

Wie reisen Brasilianer, Polen, Russen und Spanier? Ein Blick auf die vier Schweiz-Tourismus-Wachstumsmärkte.

CHRISTINE KÜNZLER

Brasilianer reisen mit viel Gepäck, Polen geben gerne Geld aus, für die Russen hat die Schweiz ein paradiesisches Image und die Spanier mögen es, wenn man sie auf einen Drink einlädt. Hoteliers und Touristiker, welche die Vorlieben, Verhaltensweisen und Bedürfnisse der Gäste kennen und respektieren, punkten. Und sie binden sie so an ihre Destination und

ihre Hotel. Deshalb richtet die htr hotelrevue den Fokus auf die Menschen dieser Herkunftsmärkte.

Alle vier Länder gehören zu den Wachstumsmärkten von Schweiz Tourismus (ST). In allen orten Urs Eberhard, Executive Vice President Markets & Meetings bei ST, Potenzial. Da vermehrt auch die russische Mittelschicht in die Schweiz reist, fehlt es an Angeboten von 3- und 4-Sterne-Hotels. Hier liegen

also noch ungenutzte Chancen. Zudem ist Russland dank zusätzlicher Flugverbindungen besser an die Schweiz angebunden. Für Polen erwartet ST ab 2013 ein Wachstum von über 9 Prozent. Doch trotz dieser guten Aussichten: ST sieht das grösste Wachstum nach wie vor in den Fernmärkten Indien und China. Sie stärken vor allem das Sommergeschäft, sagt Eberhard. **Seite 7 bis 11, CF 10**

Kommentar

Berge statt Meer? Leider nur ein frommer Wunsch.



DANIEL STAMPFELI

Die Länder Nordafrikas, allen voran Ägypten und Tunesien, leiden – touristisch betrachtet – nach wie vor unter den politischen Nachwehen der Frühlingsrevolution. Diverse Destinationen können von dieser Situation profitieren. Die Schweiz gehört jedoch nicht zu den Nutznießern, ganz im Gegensatz zu den klassischen Mittelmeerländern, wie Griechenland, Zypern, Türkei, Spanien oder Italien.

«Matchentscheidend ist für die Gäste aus dem Euro-Raum der teure Franken.»

Immer wieder wurde – auch von Schweiz Tourismus – das Argument der Sommerfrische in den Schweizer Bergen als willkommene Erholung von der Hitze im Süden ins Feld geführt. Damit wurde den Schweizer Touristikern Hoffnung auf ein wachsendes Geschäft gemacht. Doch dieser Trumpf scheint (noch) nicht zu stechen. Hotelplan spricht zwar von einem Nachholbedarf nach Ferien am Meer, doch matchentscheidend ist für die Gäste aus dem Euro-Raum der teure Franken.

Für eine deutliche Abschwächung des Schweizer Frankens gibt es zumindest in nächster Zeit keinen Anlass zur Hoffnung. Umso wichtiger ist, dass die Marketingmittel von ST nicht gekürzt, sondern im Gegenteil aufgestockt werden. Die Wirtschaftskommission des Ständerats hat in die richtige Richtung vorgespurt. **Seite 2 und 7**

«Film ab» am Drehort Hotel



Basile Bornand

Jetzt gilt es ernst für die teilnehmenden Filmcrews am Swiss Hotel Film Award 2011: Heute erwartet die Jury die fertigen Kurzfilme und

entscheidet bis zum 25. Juli, welche Produktionen zu den Preisträgern des einzigen Filmwettbewerbs der Schweizer Hotellerie zählen. 20

Hotels waren schweizweit Kulisse für die fünfminütigen Dramen und Komödien – eine spannende Erfahrung für alle Beteiligten, wie

Drehbesuche in den Hotels Ramada Plaza Basel (Bild) und Le Fairmont Montreux Palace zeigen. **Seite 13 und 23**

Röstigraben

Sprachbarriere: Stimmen die Clichés?

Hartnäckig halten sich Vorurteile, die die Deutschschweizer von den Romands haben. Diese wiederum haben fixe Meinungen über die Deutschschweizer. Gespräche mit zwei Hotelangestellten zeigen aber, dass der Aufenthalt jenseits des Röstigrabens eine Bereicherung ist. **Seite 5**

Zürich

Das «WEF der Jungen» kommt

Auf ein besonderes Kongressjahr kann sich heuer Zürich freuen. Nach London findet die zweite Durchführung von «One Young World» vom 1. bis 4. September 2011 im Zürcher Kongresshaus statt. 1500 Delegierte zwischen 18 und 25 Jahren werden an diesem «WEF der Jungen» mit globalen Leaders über weltweite Probleme und deren Lösungen diskutieren. Erwartet werden UN-Generalsekretär Ban Ki-moon, der südafrikanische Erzbischof Desmond Tutu, Mikrocredit-Erfinder Mohammad Yunus sowie Popstar und Afrika-Aktivist Bob Geldof. Bereits vom 10. bis 16. Juli tagt die Young Women's Christian Association mit über tausend Frauen aus aller Welt ebenfalls im Kongresshaus in Zürich. Gemäss Romy Brändli, Project Manager Associations bei Zü-

rich Tourismus, sei die Anzahl der Kongresse mit über 500 Teilnehmenden dieses Jahr in der Limmatstadt ausserordentlich hoch. Romy Brändli rechnet damit, dass diese sechs grössten Kongresse im Jahr 2011 zusammen rund 13 000 Logiernächte generieren. Davon könnten die Hotelkategorien von zwei bis fünf Sternen profitieren. **Seite 4**

rich Tourismus, sei die Anzahl der Kongresse mit über 500 Teilnehmenden dieses Jahr in der Limmatstadt ausserordentlich hoch. Romy Brändli rechnet damit, dass diese sechs grössten Kongresse im Jahr 2011 zusammen rund 13 000 Logiernächte generieren. Davon könnten die Hotelkategorien von zwei bis fünf Sternen profitieren. **Seite 4**

www.htr.ch

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



Jilly
für Ihren Cappuccino!
www.iltycafe.ch

Reife Leistung!
Die Software für mehr Effizienz bei Einkauf, Bestellwesen, Lagerbewirtschaftung
fideHotel
www.fidehotel.ch

Jubiläumsgeschenk 80 Jahre Miele Schweiz
Auf allen Maschinen der 8 kg Einstiegsklasse und den gewerblichen 10 bis 20 kg Waschmaschinen schenkt Ihnen Miele Schweiz im Jubiläumsjahr 2011:
• CHF 500.– beim Kauf von 1 Gerät
• CHF 1100.– beim Kauf von 2 Geräten
• CHF 1800.– beim Kauf von 3 Geräten
Miele PROFESSIONAL
Infos unter Tel. 056 417 27 51, www.miele-professional.ch

idea creation
Revolutionieren Sie Ihr Gutschein-Business
e-guma
Gutschein-Management-System
Zahlreiche Schweizer Hotels sind begeistert. Erfahren Sie mehr.
www.ideacreation.ch

BRITA Professional
Wir machen Dampf!
PURITY Steam
Für optimale Wasserqualität
http://professionel.brita.ch

Aus der Region

Graubünden

Skigebiet an Einheimischen verkauft

Unternehmer und FDP-Grossrat Walter Vetsch, der in der Prättigauer Gemeinde Pragg-Jenaz ein Kies- und Betonwerk betreibt, erwarb die Aktienmehrheit an der Arflina AG zu einem einstelligen Millionenbetrag. Mit dem neuen Mehrheitsaktionär ist die Zukunft des Ski- und Feriengebietes Fideris Heubergen gesichert. Das Gebiet wird sowohl im Winter als auch im Sommer touristisch genutzt. Das Skigebiet mit drei Skiliften und einem Übungslift liegt auf rund 2000 Metern über Meer. Zum touristischen Angebot gehören unter anderem zwei grosse Berghäuser mit insgesamt 300 Betten.

Öko-Label für Golfplatz in Klosters



Der Golf Club Klosters wurde letzten Samstag mit dem Ökolabel der internationalen Golf Environment Organization ausgezeichnet. Der 2005 in Klosters eröffnete Golfplatz ist auf 1200 m ü. M. in eine Auenlandschaft eingebettet. Von den 21 ha Land werden nur acht Hektaren intensiv gepflegt und die weitläufigen Auen werden weder gedüngt noch mit Pestiziden behandelt. Die Matten haben ihre ursprüngliche Kontur beibehalten. Das späte Heuen der Roughs sichert die typische Biodiversität einer Bergwiese. Der Golf Club arbeitet regelmässig mit Pro Natura und WWF zusammen.

Grösste Hotelanlage für Solarstrom

Das Hotel Europa in St. Moritz weilt nächste Woche die zurzeit grösste Fotovoltaikanlage der Schweizer Hotellerie ein. Die Anlage mit einer Gesamtfläche von 232 Quadratmetern verfügt in Spitzenzeiten über eine Leistung von 32,43 Kilowatt, die ins öffentliche Netz des Elektrizitätswerks der Gemeinde St. Moritz eingespeist werden. Es wird eine Jahresleistung in Höhe von 49 000 Kilowatt prognostiziert. Die Dauer der Abnahme ist über 25 Jahre garantiert. Einen Teil des eingespeisten Stroms bezieht das Hotel Europa wieder in Form von Ökostrom. Seit 2008 hat das Hotel bereits eine thermische Solaranlage.

Wettbewerb

Die Lösung hiess: Friedrich Nietzsche

Beim Wettbewerb von letzter Woche wurde nach dem Namen des Hauses neben dem Hotel Edelweiss in Sils-Maria auf dem gezeigten Stich gefragt. Die Lösung: der Denker und Dichter Friedrich Nietzsche. Die richtige Antwort der zweiten Frage zum Preis eines Doppelzimmers Deluxe im Monat Juni: Fr. 480.-. Beide Fragen richtig beantwortet und noch beim Wettbewerb gewonnen hat Patrick Lüthi aus Wabern. Sein Gewinn: ein Buch mit Schweizer Hotelpunkten. gsg

Und ewig lockt das Meer

Von der Krise in den Maghreb-Staaten profitiert die Schweiz nicht. Vielmehr ist Baden am Mittelmeer angesagt.

GERHARD LOB

Es ist kein Geheimnis: Politische Unruhen wirken sich unmittelbar auf die Tourismusbranche aus. Diese bittere Erfahrung müssen dieses Jahr die Maghreb-Länder machen, für deren Volkswirtschaften der Tourismus eine wichtige Bedeutung hat. Tunesien und Ägypten sind seit Monaten nicht mehr gefragt, der Rückgang der Buchungen liegt im zweistelligen Prozentbereich, bei Ägypten um die 40%. Auch Marokko, wo bei einem terroristischen Anschlag in Marra-

kesch mehrere Touristen, darunter drei Schweizer, getötet wurden, leidet. Eine Umfrage der sda bei grossen Schweizer Reiseunternehmen zeigte ein klares Bild: Viele Touristen meiden trotz tiefer Preise diese Länder – und dies, obwohl das EDA schon seit Längerem nicht mehr von Reisen in die wichtigsten lokalen Tourismusorte abrät.

Diverse Länder können aus der Krise Profit ziehen

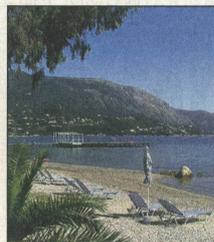
Kuoni-Sprecher Peter Brun erklärt gegenüber der htr, dass Ägypten wegen der hohen Temperaturen keine typische Hochsommersommerdestination ist. Und gewisse Reisen führten sowieso dorthin, mangels Ausweichmöglichkeiten. «Wer etwa im Roten Meer tauchen will, bleibt dabei», so Brun. Für den Herbst sieht er in Ägypten eine leichte Entspannung, eher zögerlich laufen die Buchungen nach wie vor für Tunesien.

Wo Verlierer sind, gibt es auch Gewinner. Bei Kuoni macht sich

dies im Griechenland-Geschäft bemerkbar: Die Buchungen sind gegenüber dem Vorjahr um 20% im Plus. Die politisch-wirtschaftlichen (Euro-)Probleme dieses Landes scheinen nicht abzuschrecken. Im Gegenteil: Die griechischen Inseln stehen in der Gunst von Schweizer Kunden an erster Stelle, noch vor Destinationen in Spanien und Italien. Bei Hotelplan Suisse liegen die griechischen Inseln ebenfalls an erster Stelle, vor der Türkei, Zypern, den Balearen und Kanaren – mit Zuwächsen im zweistelligen Prozentbereich gegenüber 2010. Bei Langstrecken-destinationen sind die USA der klare Renner.

Nur wenige zieht es statt ans Meer in die Berge

Theoretisch könnten auch die Inland-Destinationen von einer Reiseunlust in Krisengebieten profitieren. Lieber in die Berge statt ans Meer? So war es vor zwei, drei Jahren, als die Finanzkrise die Reise-



Badeferien in Griechenland ziehen bei vielen Europäern.

freude hemmte. Doch diese Phase scheint überwunden. «Wir stellen einen Nachholbedarf beim Reisen fest», sagt Prisca Huguenin-dit-Lenoir, Mediensprecherin von Hotelplan Suisse. Dazu kämen die klar tieferen und damit attraktiveren Preise gegenüber den Vorjahren.

Dies scheint auch auf die nördlichen Nachbarn zuzutreffen. Zu-

mindest kann Schweiz Tourismus (ST) bei Gästen aus den europäischen Märkten im Moment keine Verlagerung vom Meer Richtung Alpen feststellen. «Wir denken, dass der Wunsch nach Sand, Strand, Sonne und Meer im Vordergrund steht und dass sich der Gast innerhalb solcher potenzieller Destinationen neu orientiert», merkt Urs Eberhard von ST an. Bei Schweizer Gästen könne man eine gleichzeitige Zunahme zu Ferien im eigenen Land feststellen.

Italiens Medien berichten unterdessen, dass klassische Sommerdestinationen in Apulien, Sizilien oder der Toskana einen unerwarteten Zulauf erfahren. Doch scheint dies vor allem auf eine inländische Nachfrage beziehungsweise Individualreisende aus dem Ausland zurückzugehen. Schweizer Reiseveranstalter beurteilen den Italienmarkt eher skeptisch und schätzen das Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich zu Griechenland oder der Türkei als nicht so gut ein.

ST: Gute Karten im Ständerat

Die vorberatende Kommission des Ständerats fordert mehr Geld für Schweiz Tourismus: Sie will die Marketingorganisation mit 222 Millionen Franken unterstützen.

THERES LAGLER

Wie viel Geld erhält Schweiz Tourismus (ST) in den kommenden vier Jahren vom Bund? Die Wirt-

schaftskommission des Ständerats hat die nächste Runde im Millionenpoker eingeleitet. Sie beantragt ihrem Rat mit 8 zu 4 Stimmen, Schweiz Tourismus mit 222 Millionen Franken auszustatten. Sie geht damit weiter als der Bundesrat, der 187 Millionen vorgeschlagen hatte, aber auch weiter als der Nationalrat, der sich für 207 Millionen aussprach.

Die Ständeratskommission will den Rahmenkredit erhöhen, damit ST die Präsenz in den aufstrebenden asiatischen Märkten

verstärken kann. Allein die Tatsache, dass die durchschnittliche Anzahl Logiernächte pro Aufenthalt rückläufig sei, zeige, dass der Status Quo bei den Finanzmitteln keine Option sei, so die Kommission. Folgt die kleine Kammer dieser Argumentation, bedeutet dies, dass es wie beim ST-Rahmenkredit vor vier Jahren zu einem spannenden Differenzbereinigungsverfahren kommt. Damals lag der Betrag am Schluss unter der Variante des Ständerats, aber über derjenigen des Nationalrats.

Best Western Plus ermöglicht eine feinere Abstufung

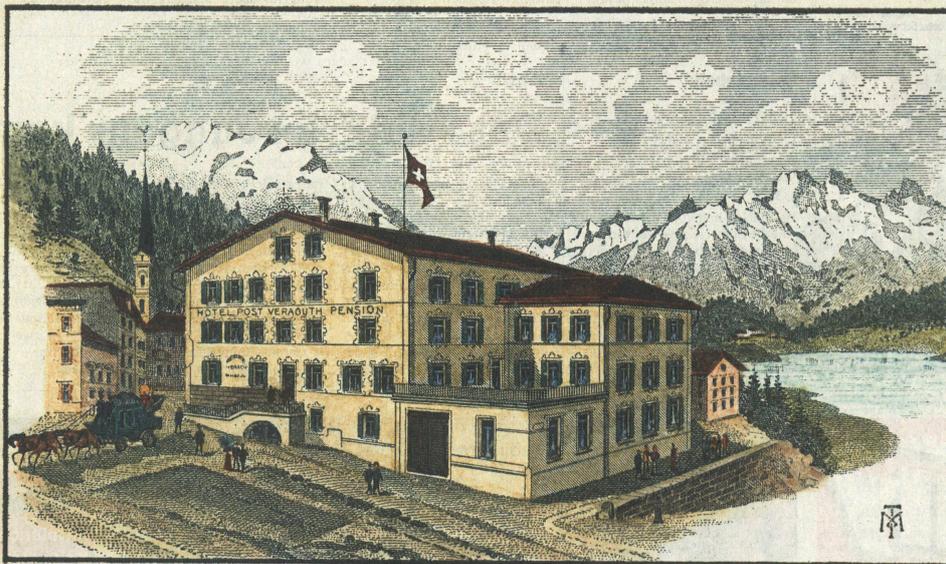
Das «Mirabeau» in Lausanne macht in der Schweiz den Anfang. Weitere Hotels sollen hinzukommen.

«Mit Best Western Plus schaffen wir eine Kategorie von Hotels, die den Gästen mehr Service bieten wollen als unseren klassischen Standard», erklärte Peter S. Michel, CEO von Best Western Swiss Hotels, an einer Medienkonferenz im Best Western Hotel Mirabeau in Lausanne. So bietet ein Plus-Betrieb eine 24 Stunden besetzte Reception an, aber Zimmerservice sei erst in einem Best Western Premier Standard.

«Wir sind stolz, das erste Best Western Plus Hotel in der Schweiz zu sein», sagte Mirabeau-Direktor Roland Hauri. «Bereits bringensich weitere Mitgliederhotels für das «Plus in Form», ergänzte Michel. Intensiv würden auch 4-Sterne-Hotels in der ganzen Schweiz kontaktiert, die für das Plus in Frage kommen könnten. Weltweit haben sich bereits 700 Hotels für die neue Kategorie zertifizieren lassen. dst

Entrée: Stich aus der Sammlung Eric Lindle. Mehr Informationen auf www.htr.ch/hotelarchiv

Hotel Post-Veraguth, Pension ☆ St. Moritz



Bürgerliches Haus. In der Nähe der Tramstation, Post- und Telegraphen-Bureaux. Elektr. Beleuchtung. Telephon. Grosse, schattige Terrasse mit Fernsicht. Table d'hôte. Restauration à la carte. Reelle Weine. Bier vom Fass. Mässige Preise.

J. Jäger-Veraguth, Besitzer.

Aus der Region

Berner Oberland

Kandersteger Hotelier kauft Hotel in Faulensee

Elisabeth und Joseph Habegger-Romein haben ihr Strandhotel Seeblick AG in Faulensee per 1. Juli an Andreas Fetzter, Chalet-Hotel Adler, Kandersteg, verkauft. Bewusst wurde an einen Schweizer Hotelier veräußert, obwohl ein wesentlich höheres Kaufangebot eines ausländischen Interessenten bestanden hätte, heisst es in der Mitteilung. Über die Kaufbedingungen wurde Stillschweigen vereinbart. Das Strandhotel Seeblick soll für das Hotel Adler eine ideale Ergänzung sein. Geplant ist ein Facelifting des «Seeblick».

Basel

Flughafen Basel befindet sich im Aufwind



Der Flughafen Basel-Mülhausen konnte 2010 den Umsatz um 11,5% auf 86,3 Mio. Euro steigern. Der Gewinn legte um 5,7 Mio. auf 9,8 Mio. Euro zu. Die Einnahmen aus dem Flugverkehr machten 46% des Umsatzes aus. Auch für 2011 stehen die Vorzeichen gut: Die Zahl der Fluggäste ist in den ersten fünf Monaten stark gestiegen: Von Januar bis Mai hat der EuroAirport 1,8 Millionen Passagiere verzeichnet. Das sind 30% mehr als in der Vergleichsperiode im 2010. Für 2011 rechnet man mit einem Anstieg um 17% auf 4,8 Millionen Passagiere.

Lockerung des Rauchverbots kommt vors Volk

Über die baselstädtische Initiative «Ja zu einem Nichtrauchererschutz ohne kantonale Sonderregelung» wird am 27. November abgestimmt. Das Volksbegehren verlangt eine Anpassung an das weniger strenge Bundesrecht, das bediente Fumoirs und kleine Raucherlokale zulässt. In Basel-Stadt gilt dagegen seit dem 1. April 2010 ein generelles Rauchverbot. Rauchen ist nur in unbedienten Fumoirs erlaubt.

Ostschweiz

Alpenresort auf der Schwägälp für 33,4 Mio. Franken



Die Säntis-Schwebbahn AG will das Berghotel auf der Schwägälp durch ein Alpenresort im 3-Sterne-Superior-Segment ersetzen, teilt das «St. Galler Tagblatt» mit. 33,4 Mio. Franken sollen investiert werden. Das neue Hotel wird 52 Zimmer, eine Wellnessanlage und Seminarräume umfassen. Ziel ist, das neue Resort im Sommer 2014 zu eröffnen. gsg

Velofahren boomt. Umsichtige Gastro-Unternehmen richten sich darauf ein. Im Thurgau werden Restaurants mit dem Label «velofreundliches Restaurant» gekennzeichnet.

BRUNO ANGELI



Velofahren macht hungrig. In den «velofreundlichen Restaurants» im Kanton Thurgau bekommen Radfahrer, was sie suchen.

Gourmets mit Velo

Die Idee zum Label «velofreundliches Restaurant» ist Anfang dieses Jahres gut aufgenommen worden. Vera Zahner, Präsidentin von Pro Velo Thurgau, die mit ihrem Verband und zusammen mit Thurgau Tourismus das Projekt lanciert hat, ist zufrieden. «Die ersten drei Gastrobetriebe, die angefragt wurden, haben gleich zugesagt. Und so wurden die «Krone» in Gottlieben, der Feiertenhof in Altnau und das Restaurant Thurtal in Eschikofen mit dem Label ausgezeichnet. Für Monika Grünenfelder, Geschäftsführerin von Thurgau Tourismus, ist das Label eine willkommene Ergänzung in Sachen Standortmarketing. «Mit den «velofreundlichen Restaurants» schliesst der Thurgau die Dienstleistungskette im Veloland Thurgau.»

Zurzeit ruht die Sache, denn es herrscht überall Hochbetrieb. Doch die Pro Velo Thurgau steht mit weiteren Restaurants in Kon-

takt. Die meisten Anfragen werden noch diesen Herbst und Winter bearbeitet. Zahner, diplomierte Umweltingenieurin: «Wir sind zuversichtlich, dass wir nächstes Jahr ein kantonsweites Netz von «velofreundlichen Restaurants» präsentieren können.»

Meist bei schönem Wetter und auf der Terrasse

Einer der ausgezeichneten Betriebe ist das mit 14 Gault-Millau-Punkten dotierte Restaurant Thurtal. Geführt wird es von Rebecca und Jörn Engelhard. «Bislang ist die Aktion noch nicht weit bekannt», sagt Jörn Engelhard. Das Projekt sei eben erst kürzlich lanciert worden. «Zwar haben viele unserer Gäste

davon gelesen. Dass wir durch diese Auszeichnung aber mehr Velofahrer als üblich als Gäste gewinnen konnten, ist zurzeit noch nicht feststellbar.»

Sportlich Aktivveschwitzen oder sind vielleicht schmutzig. Für Engelhard gab es damit bislang keine Probleme. «Die meisten Biker kommen sowieso nur bei schönem Wetter und wählen einen Tisch auf unserer Gartenterrasse. Möchten die Biker drinnen sitzen, so wählen sie automatisch die Bistrotseite des Restaurants, falls sie

sich nicht adäquat gekleidet fühlen.» Ausserdem bestünde bei ihnen – insofern ein Zimmer frei sei – die Möglichkeit zu duschen und sich umzuziehen, falls dies erwünscht sei.

«Wir haben bereits Anfragen aus dem Raum Winterthur und Bern erhalten.»

Vera Zahner
Präsidentin Pro Velo Thurgau

Am Abend ein Gourmetmenü
Und was wird gegessen? Engelhard: «Eine ideale Velofahrerkost gibt es aus meiner Sicht nicht. Wir richten uns nach den Wünschen der Gäste.» Velofahrer, welche nur einen Tagesausflug planen und noch eine längere Strecke zu bewältigen hätten,

bevorzugten mehrheitlich eine leichte Kost und dazu ein alkoholfreies Getränk. «Profisportler», welche in mehreren Etappen reisen, übernachteten auch häufig bei ihnen und liessen sich zum Abendessen auch mal gerne etwa mit einem Gourmetmenü verwöhnen.

Das Label «velofreundliches Restaurant» scheint auch ausserhalb des Kantons Thurgau gut anzukommen, weiss Vera Zahner. «Wir haben bereits Anfragen aus dem Raum Winterthur und Bern erhalten.» Ein nationales Label sei aber nicht geplant und werde aufgrund der Vereinsstrukturen von Pro Velo, wenn überhaupt, dann wohl lokal umgesetzt.

Casinos: Die Würfel sind gefallen

Der Bundesrat hat entschieden: In der Stadt Zürich soll das Spielbankenprojekt der Swiss Casinos Zürich AG realisiert werden, in der Region Neuenburg das Projekt der FBAM Neuchâtel SA.

DANIEL STAMPFELI



Das Haus Ober in Zürich wird das neue Grand Casino beherbergen.

Spielbankkonzession in Aussicht zu stellen. Diese Gruppe betreibt in der Schweiz bereits die Spielbanken in St. Gallen, Pfäffikon und Schaffhausen. Im ehemaligen Kaufhaus «Haus Ober» an der Sihlporte will sie im Herbst 2012 eine

A-Spielbank eröffnen. Swiss Casinos rechnet mit einem Investitionsvolumen und Vorlaufkosten von 80 Mio. Franken, einer direkten Wertschöpfung für den Standort Zürich von 120 bis 150 Mio. Franken, rund 230 neuen Arbeitsplätzen im Casino sowie mit Folgeaufträgen für Wirtschaft und Gewerbe von gut 10 Mio. Franken pro Jahr.

Das Grand Casino Baden bedauert den Bundesratsentscheid. Das vom Grand Casino Baden geplante Casino Royal in Zürich hätte dem Bund und damit der AHV wesentlich mehr Mittel eingespielt als jedes der anderen für Zürich eingereichten Projekte, schreibt das Grand Casino Baden in einer Me-

dienmitteilung. Aufgrund der zu erwartenden Umsatzeinbussen nach Eröffnung des Zürcher Casinos werde eine Redimensionierung in Baden unvermeidlich sein.

Bezüglich der Spielbank in der Region Neuchâtel hat sich der Bundesrat für das Projekt von FBAM Neuchâtel SA im «Casino de la Rotonde» entschieden. Hinter diesem Projekt steht die Kongress + Kursaal Bern AG, die insgesamt 20 Mio. Franken in den Aufbau des Casinos mit 88 Vollzeitstellen investiert. Die Kongress + Kursaal Bern AG betreibt das Grand Casino im Kursaal Bern.

Die ausgewählten Gesuchstellerinnen können mit der Vorberei-

tung der Betriebsaufnahme beginnen. Noch vor der Eröffnung der beiden neuen Spielbanken wird die ESBK die formelle Zustimmung der jeweiligen Standortkantone und -gemeinden einholen; diese hatten sich in einer ersten Stellungnahme bereits positiv geäussert. Die definitiven Konzessionen wird der Bundesrat erteilen, wenn diese Vorbereitungsarbeiten abgeschlossen und sämtliche Einzelheiten des Konzessionsinhaltes geklärt sind. In der Schweiz wird es somit 21 konzessionierte Spielbanken geben. Davon werden 8 als Grand Casinos über eine Konzession A und 13 als Kursäle über eine Konzession B verfügen.

Pfahlbauten sind Welterbe

Das Welterbekomitee der Unesco hat die Aufnahme der Kandidatur «Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen» beschlossen. Dazu gehören 56 Pfahlbausiedlungen in der Schweiz.

DANIEL STAMPFELI

Für die Gesamtkoordination der Kandidatur war das Bundesamt für Kultur verantwortlich. Von den rund tausend bekannten Pfahl-

bausstätten wurden die 111 repräsentativsten in sechs Ländern um die Alpen für die Nominierung zum Welterbe ausgewählt. 56 davon befinden sich in der Schweiz.

Die «Pfahlbauten», Seeufer- oder Feuchtbodensiedlungen bezeichnen laut Bundesamt für Kultur keine einheitliche Kultur. Insgesamt umfasse der Begriff rund dreissig verschiedene Kulturgruppen der Jungsteinzeit, Bronzezeit und beginnenden Eisenzeit zwischen 5000 und 500 v. Chr.

In 15 Kantonen sind künftig mit dem Unesco-Label versehene

Pfahlbausstätten zu finden: Aargau, Bern, Freiburg, Genf, Luzern, Neuenburg, Nidwalden, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, St. Gallen, Thurgau, Waadt, Zug und Zürich.

Um die reichhaltigen Funde aus der Pfahlbauerzeit für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen, wird die iPhone-App «Palafittes Guide» lanciert. Bereits zum zweiten Mal hat es das zuständige Komitee der Unesco abgelehnt, das Werk des schweizerisch-französischen Architekten Le Corbusier auf die Welterbeliste zu setzen.

Wechsel im Vorstand der Swiss Deluxe Hotels

Nach dem Rücktritt von Hans E. Koch wurde der Vorstand an der GV komplettiert. Neu dabei sind Dominique N. Gorat, GM des Kuhl Hotel St. Moritz, und Jean-Jacques Gauer, GM des Lausanne Palace & Spa.

Erleichterungen für Elektrofahrzeuge wie «Segways»

Das Bundesamt für Strassen führt für einzelne elektrisch betriebene

Fahrzeuge weitere Erleichterungen ein. Diese gelten für mehrspurige Fahrzeuge, die über einen speziellen elektrischen Antrieb (z.B. «Segway») oder eine elektrische Tretunterstützung (z.B. dreirädrige Rikscha-Velotaxis) verfügen.

Etappensieg für Nespresso im Kapselstreit

Das St. Galler Handelsgericht muss auf Geheiss des Bundesgerichts vom Dienstag erneut prüfen, ob Denner der Verkauf seiner Kopie der Nespresso-Kapsel bis zum Entscheid über die Hauptklage zu verbieten ist. dst

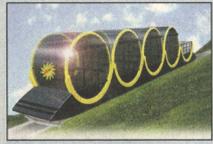
Aus der Region

Zentralschweiz

Luzerner Hoteliere wehren sich gegen Hotelzone

Mit einer Hotelzone will man nun auch in Luzern verhindern, dass weitere Nobelhotels in Privatwohnungen umgenützt werden. Ein entsprechender Entwurf zur Bau- und Zonenordnung steht bereits. Nicht einverstanden sind die Hoteliere, so die «Neue Luzerner Zeitung». Nächste Woche soll es mit den Fraktionschefs des Stadtrats eine Aussprache geben.

Futuristische Standseilbahn auf den Stoos



Seilbahnhersteller Garaventa AG aus Goldau hat den Zuschlag für den Bau der neuen **Standseilbahn** vom hinteren Schlättli auf den Stoos erhalten. Dabei handelt es sich um die weltweit erste Bahn, deren Wagen über vier zylindrische Personenabteile mit Neigungs kompensierung verfügen. Bis zu 1500 Personen können pro Stunde befördert werden. Dezember 2013 ist Betriebsstart. gsg

Zürich setzt auf Junge

2011 wird für Zürich ein ganz besonderes Kongressjahr. Das «WEF der Jungen» und der Weltverband der jungen Christinnen bringen tausende Logiernächte.

ANDREAS GÜNTERT

Es begann mit einer Stippvisite in London. Dort schaute der Schweizer Star-Werber Frank Bodin letztes Jahr aus persönlichem Interesse herein bei der ersten Austragung des Gross-Anlasses «One Young World Forum». Ein gewaltiger Kongress, bei dem über tausend Jugendliche aus allen Kontinenten mit globalen Leaders über weltweite Probleme und deren Lösungen diskutieren. Bodin, CEO der Euro RSCG Gruppe Schweiz mit Agenturen in Zürich, Genf und Basel, war angetan von diesem «WEF der Jungen»: «Ich war so beeindruckt, dass ich beschloss, diesen Anlass für die zweite Austragung nach Zürich zu holen.»

Mit engagierten Promis vom Banken-Image wegkommen

Es hat geklappt: «One Young World» wird vom 1. bis 4. September 2011 im Zürcher Kongresshaus

über die Bretter gehen. «es werden 1500 Delegierte zwischen 18 und 25 Jahren aus der ganzen Welt für vier Tage nach Zürich kommen», bestätigt Bodin. Auch der Promi-Faktor stimmt: Erwartet werden UN-Generalsekretär Ban Ki-moon, der südafrikanische Erzbischof Desmond Tutu, Mikrokredit-Erfinder Muhammad Yunus sowie Popstar und Afrika-Aktivist Bob Geldof. Eine gute Gelegenheit für die Stadt, ihre Weltläufigkeit zu demonstrieren und das Image einer reinen Banken-Metropole zu korrigieren.

Über tausend Frauen während einer Woche im Kongresshaus

Das «One Young World» wird nicht der einzige Zürcher Grossanlass in diesem Jahr sein, der jung im Herzen ist. Zwei Monate vor dem «One Young World»-Forum tagen über tausend Frauen aus aller Welt an der Limmat, die Young Women's Christian Association (YWCA), der Christliche Verein Junger Frauen. Auch dieser Grossanlass findet im Kongresshaus statt, mitten in der Periode, die für den Geschäftstourismus in der Regel weniger ergebnisreich ist.

Die Christinnen halten Rat vom 10. bis 16. Juli. Zusammen mit dem Grossanlass vom Juni, dem Weltkongress der Landschaftsarchitektur, steht Zürich damit ein sehr gutes Kongressjahr 2011 ins Haus, sagt Romy Brändli, Project Manager Associations bei Zürich Tourismus: «Tatsächlich ist die Zahl der



Stabübergabe von London an Zürich (v. r.): David Jones, Co-Gründer von One Young World; Corine Mauch, Zürcher Stadtpräsidentin, und Werber Frank Bodin.

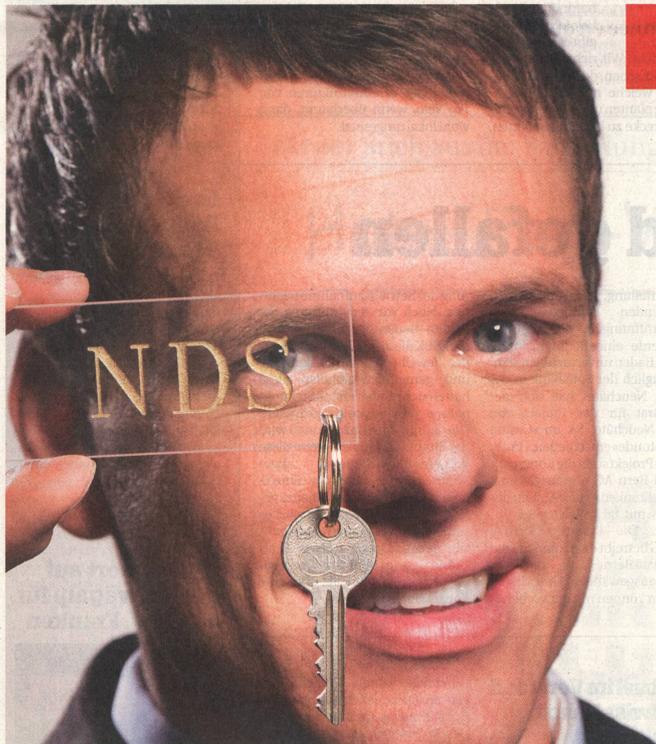
Kongresse mit über 500 Teilnehmenden in Zürich dieses Jahr ausserordentlich hoch.»

Was nicht nur Touristiker freut, sondern auch das lokale Gewerbe. Wenn eine hohe Zahl an Teilnehmenden über mehrere Tage in der gleichen Stadt weilt, können auch Gastronomie und Detailhandel zusätzliche Einnahmen generieren. Und natürlich fällt dabei auch für die örtliche Hotellerie ein grosser Brocken ab. Brändli rechnet damit,

dass die «sechs grössten Kongresse in diesem Jahr in Zürich zusammen schätzungsweise rund 13 000 Logiernächte» generieren. Ein Segen, der recht gleichmässig über das ganze Hotellerie-Spektrum verteilt werden wird, wie die Angaben zum «One Young World» zeigen: Das Gros der Teilnehmer soll in Zwei- bis Vier-Sterne-Hotels unterkommen, 50 Crew-Mitglieder werden in Drei- bis Vier-Sterne-Häusern einquartiert, und 30 Bot-

schafter und VIPs residieren im höchsten Segment, der Fünf-Sterne-Hotellerie.

Gerade im Sektor der grossen Kongresse, die nur alle zwei oder vier Jahre stattfinden, ist jeweils sehr viel Sondierungsarbeit weit im Voraus nötig. Natürlich wird schon an der Zeit nach 2011 gearbeitet. Offenbar mit gutem Ausblick, sagt Romy Brändli: «Die Zukunft sieht ebenfalls vielversprechend aus.»



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/Hoteliere Restaurateure SHV/VDH.

Informationsveranstaltung:

24. August 2011 Hotel zum Storchen, Zürich

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

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

hotelfachschule thun
soof passion & system

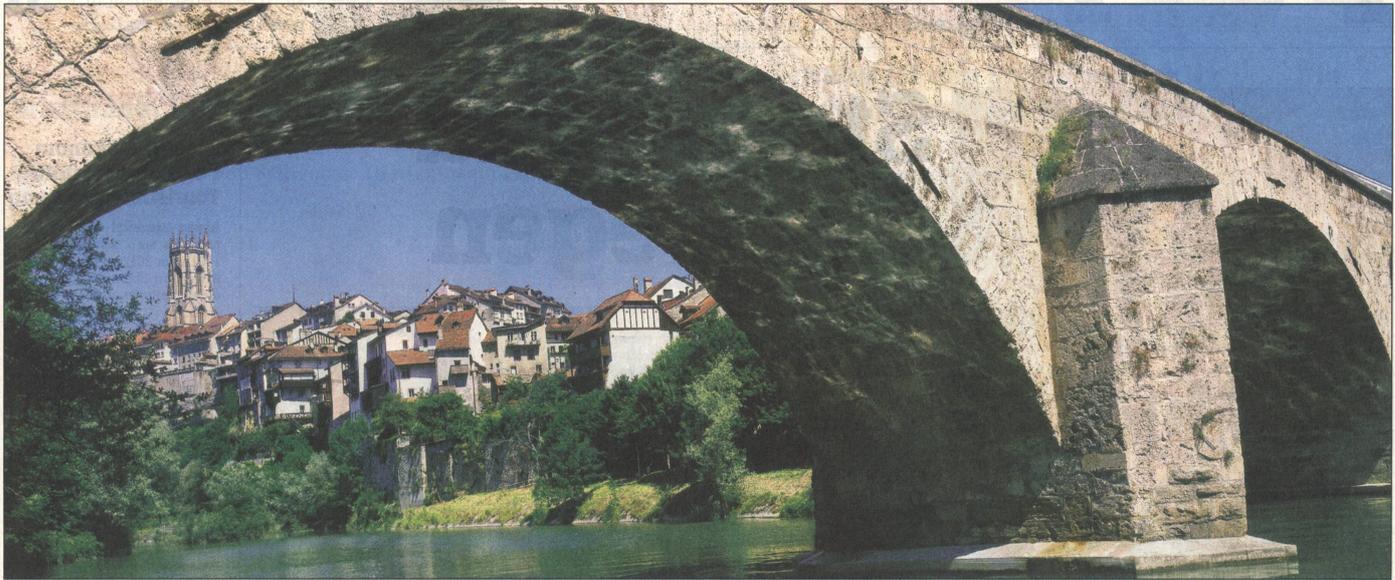
Swiss School
of Tourism and Hospitality

SSVT
Quality partnership
entrepreneurship & innovation

Lucerne University of Applied Sciences and Arts
HOCHSCHULE
LUZERN
Wirtschaft
Höhere Fachschule für Tourismus HF1

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Kursbeginn am 19. Oktober 2011 (Zyklus 38)



Der Pont du Milieu verbindet in Freiburg die Romands mit den Deutschschweizern.

«Ja, den Röstigraben gibt es tatsächlich»

Virginie Matthey (24) aus Neuchâtel fühlt sich in der Deutschschweiz wohl. Sie arbeitet seit November 2009 im Hotel Gstaad Palace in Gstaad an der Reception und im Sales & Marketing.



Die Romande Virginie Matthey ist im Hotel Palace in Gstaad tätig.

Die seriöse und strenge Arbeitsweise. In der Romandie geht man lockerer an die Arbeit und erledigt die Arbeiten nicht ganz so sorgfältig.

Haben Sie damit keine Probleme?
Nein. Ich mag es, wenn es gut organisiert ist und gut funktioniert.

Nehmen Sie den sogenannten Röstigraben zwischen Deutschschweiz und Romandie wahr?

Oh ja, auf jeden Fall. In meiner Familie bin ich die einzige Person, die Deutsch spricht. Wenn zum Beispiel meine Mutter nach Zürich fährt, muss sie oft Englisch sprechen, um sich verständlich zu können. Oder meine Freunde machen oft Witze darüber, dass ich in der Deutschschweiz arbeite.

Sie haben Hochdeutsch gelernt. In der Deutschschweiz spricht man aber Schweizerdeutsch. Ein Problem?
Jetzt nicht mehr, zu Beginn aber war es ein grosses Problem. Ich konnte zwar Hochdeutsch sprechen, aber kein Schweizerdeutsch. Wenn Gäste am Telefon oder an der Reception Schweizerdeutsch sprachen, verstand ich kein Wort. Da mussten meine Arbeitskollegen immer lachen.

Man sagt, die Deutschschweizer seien bedächtig, introvertiert, arbeitssam und humorlos. Sehen Sie dies auch so?

Die Erfahrungen, die ich gemacht habe, bestätigen diese Clichés überhaupt nicht. Die jungen Leute, mit denen ich unterwegs bin, sind nicht so. Sie sind sehr lustig. Wenn man zu einer Gruppe gehört, ist es sicher viel einfacher.

Fakten DRS 3 ist drei Wochen lang «Chez les Welsch»

Welche Vorurteile haben die Deutschschweizer gegenüber den Romands und umgekehrt? Dieser Frage geht DRS 3 während dreier Wochen in vielen Facetten nach. Der Radiomoderator Nik Thomi schaut sich in Lausanne um, engagiert sich als Stadtführer und zeigt den Touristen die Schönheiten von Lausanne, «dabei lässt er das eine oder andere Bonmot über Land und Leute einfließen», schreibt das Radio. Die htr befragt Branchenleute zum Thema.

«Des Romands serviabiles et sympas»

Tina Burri, eine Thounoise de 21 ans, œuvre depuis une année en qualité de gouvernante au château de Salavaux (VD). L'édifice abrite un hôtel et un restaurant gastro.



La Thounoise Tina Burri travaille au château de Salavaux.

bord du lac de Neuchâtel. Et j'ai tout de suite adoré les Welschs.

Quel aspect de la réalité romande vous a-t-elle le plus frappé?

Même s'ils comprennent et maîtrisent l'allemand, les Romands ne font en général pas l'effort de parler la langue de Goethe avec un Alémanique fraîchement débarqué sur leurs terres, notamment dans le contexte professionnel. En clair, les Alémaniques doivent s'adapter.

L'image que vous aviez des Romands a-t-elle été confirmée une fois installée en Suisse romande?

Tout à fait. Ils font preuve d'une grande ouverture d'esprit et sont toujours prêts à prendre l'apéro.

Quelle est, à vos yeux, la principale qualité dont

peuvent se prévaloir les Romands?

Je dirais qu'ils sont par-dessus tout très serviables et très sympathiques.

Et qu'en est-il des défauts?

Ils ne sont pas toujours fiables à cent pour cent, tout particulièrement en termes de ponctualité. A Berne, quand je fixe un rendez-vous à 17 heures avec un Alémanique, ce dernier me rejoindra à l'heure convenue. Avec un Romand, il faut parfois attendre 17h30 ou 18 heures. Mais il n'y a là rien de grave. Ce manque de ponctualité a un côté sympa.

Les Romands boivent-ils autant qu'on le dit en Suisse alémanique?

Je dirais que les Romands boivent davantage que les Alémaniques. Par expérience, j'ai remarqué qu'en cas de petits problèmes, avec son véhicule ou avec une feuille d'impôts par exemple, il suffit d'amener une bouteille de blanc chez son voisin pour bénéficier d'une aide immédiate.

Alors, le Röstigraben, mythe ou réalité?

Sans hésiter, un mythe. En ce qui me concerne, j'aime tellement la Suisse romande que j'envisage de m'y installer définitivement.

Virginie Matthey, hatten Sie bei Ihrer Ankunft in der Deutschschweiz einen Kulturschock? Einen Schock gerade nicht. Aber die Mentalität ist sicher anders als in der Romandie. Aber ich hatte zuvor auch ein Jahr in Deutschland gelebt. Die dortige Mentalität und Kultur sind in etwa vergleichbar mit jener der Deutschschweiz. Ich mag die Deutschschweizer Kultur sehr. Man ist vielleicht etwas strenger als in der Romandie, aber es resultiert dann jeweils ein gutes Ergebnis.

Was hat Sie bei Ihrer Ankunft am meisten überrascht?

Erschliessen neuer Märkte ist dringender denn je



Standpunkt

GEROLD BÜHNER
PRÄSIDENT ECONOMIESUISSE

Die Schweizer Wirtschaft und mit ihr die Hotellerie hat die globale Rezession von 2009 weit besser gemeistert als erwartet werden konnte. Weiterum wird die Schweiz um diese gute Entwicklung beneidet. Anstatt die Verschuldungsspirale mit Mammut-Konjunkturprogrammen nach oben zu treiben, ist die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen deutlich verbessert worden. Die Eurokrise – ein Ausdruck der ausser Kontrolle geratenen

Verschuldung – macht seit anderthalb Jahren unserer Exportwirtschaft und dem Tourismus zu schaffen. Der Schweizer Franken hat nicht nur gegenüber dem Euro, sondern auch gegenüber dem Dollar einen Allzeithöchstwert erreicht. Verglichen mit dem Jahresbeginn 2010 haben sich selbst teuerungsbereinigter die Schweizer Exporte und Dienstleistungen gegenüber dem Ausland um über 20 Prozent verteuert. Die betroffenen Branchen tun gut daran, sich auf einen längerfristig starken

«Weiterum wird die Schweiz um ihre gute Entwicklung beneidet.»

Schweizer Franken einzustellen. Die Schweizer Hotellerie hat, von einzelnen Rückschlägen abgesehen, frühere Aufwertungen des Frankens immer wieder gemeistert. Die massive Aufwertung der jüngsten Ver-

gangenheit stellt die Branche vor immense Herausforderungen. Diese werden sich letztlich nur meistern lassen, wenn die Hotellerie selbst, die Sozialpartner und die Politik die richtigen Schritte tun. Die Hotels haben es in der Hand, Servicequalität, die Atmosphäre für die Gäste sowie die Effizienz noch weiter zu verbessern. Der Standard unserer Hotels ist – wenn ich auf meine Erfahrungen zurückschaue – im internationalen Vergleich bereits beneidenswert gut. Auch das Erschliessen neuer Märkte ist

mit Bezug auf die Krise in Europa dringender denn je. Seitens der Sozialpartner ist in dieser schwierigen Phase im Interesse der Arbeitsplätze Zurückhaltung und Flexibilität gefordert. Und die Politik ist aufgerufen, kosten trächtige Regulierungen abzubauen, Bewilligungsverfahren zu beschleunigen, die nutzenstiftende Personenfreizügigkeit und die Arbeitsmarktflexibilität zu erhalten sowie die Auswerbung im Rahmen von Schweiz Tourismus wirksam zu unterstützen.



«Ein Grandhotel muss zeitgemäss sein. Nach Überfluss und Verschwendung sehnen sich die Menschen nicht.»

Thomas H. Althoff Althoff Hotel Collection



Grand Opening: Gäste im neu gestalteten «Schweizerhof»-Festsaal.

Bilder Christine Strub

Sterne und Goldregen

Der rote Teppich war ausgerollt zum Empfang der Stars und Sternchen, Promis aus Wirtschaft und Politik. Jetzt ist der Berner «Schweizerhof» offiziell eröffnet.

CHRISTINE KÜNZLER



Es regnet Gold – zu Ehren der Gäste auf dem roten Teppich.



«EinTop-Haus»: Das meinen **Florence Fässler**, Swiss Deluxe, und Frau **Jacqueline Fässler**.



Ungebrochener Charme: Die Schlagersängerin **Lys Assia**.



«Eine Bereicherung und Ergänzung für Bern»: Hotelier **Patrik Scherrer** mit Frau **Franziska Scherrer**.



Berner Promis: Bondgirl **Ursula Andress** und Model **Julia Saner**.



Glücklich über den neuen Schweizerhof: Hotelier **Hans C. Leu** mit seiner Frau, **Farida Wolf**.

Pose und geben der Moderatorin von «Glanz und Gloria», Nicole Berchtold, bereitwillig Auskunft über ihren Bezug zum «Schweizerhof». Marco Solari, Präsident des Filmfestivals Locarno und von Tino Turismo, verbindet Kindheitserinnerungen mit dem Hotel. Um eine zerbrochene Fensterscheibe bezahlen zu können, trug er als Bub die Koffer der Gäste. «Das Trinkgeld hätte für mehrere Scheiben gereicht», erinnert er sich.

Am Schluss regnet es Gold, zu Ehren des mit Applaus begrüsserten «Bond-Girls» Ursula Andress.

Seite 15
Bilder: www.htr.ch/schweizerhof



Thomas Allemann (l.), hotellerie-suisse, **Adrian Dudle**, der unter anderem für Mövenpick arbeitet.



Martin Emch (Turicum) und seine Frau **Elisabeth Emch** waren früher im «Schweizerhof» tätig.

Es ist ein Riesenfest, der Champagner fliesst in Strömen: Gut 700 Gäste sind geladen zum Grand Opening des umgebauten Berner Hotels Schweizerhof. Medienwirksam kommen sie angefahren in Limousinen mit verdunkelten Fenstern – der Berner Tourismusdirektor Markus Lergier in jener des «Bellevue Palace», dem zweiten 5-Sterne-Hotel in Bern. «Damit demonstriere ich die Symbiose der beiden Hotels», erklärt er. Stars und Sternchen aus Film und Showbiz,

Zwanzig frischgebackene Betriebsleiter für die Gemeinschaftsgastronomie

Die Compass Group (Schweiz) AG war Gastgeber der festlichen Diplombübergabe im Restaurant «puur Balsberg».

Über ein Jahr haben sich 23 Berufsluete neben ihrer eigentlichen Tätigkeit ganz dem Vorbereitungslehrgang zur Prüfung gewidmet. 20 von ihnen haben die Höhere Fachprüfung mit Erfolg bestanden und dürfen ab sofort den Titel «eidg. dipl. Betriebsleiter/-in der Gemeinschaftsgastronomie» tragen. Die Diplome wurden im Rahmen einer stimmungsvollen Feier im Restaurant «puur Balsberg» übergeben.

Träger der Höheren Fachprüfung sind: der Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie SVG, die Com-

pass Group (Schweiz) AG, die Hotel & Gastro Union; SV (Schweiz) AG und die ZFV-Unternehmungen. Der nun abgeschlossene Lehrgang ist der letzte in der bisherigen Form. Neu wird er im Modulsystem angeboten werden.

Die Absolventen dürfen den Titel «eidg. dipl. Betriebsleiter/-in der Gemeinschaftsgastronomie» tragen: Lorenz Baumann, Frank Berndt, Iona Kurt Böcek, Pierre-Alain Broquet, Cornelia Egloff, Georg Finger, Marcel Frei, René Gisler, Inge Glaus, Marcel Holzer, Bärbel Jung, Sepp Meier, Leo Schranzer, Peter Simmen, Ulrike Stoye-Lingg, Andreas Thiel, Diana Tittel, Markus von Känel, Andreas Willi, Alexander Zübler.

Nachdiplom: Hotelmanager

Die 16 Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement konnten in Bern ihr Diplom in Empfang nehmen.

KARL JOSEF VERDING

Nach dem anderthalbjährigen Studium, der Erstellung einer Diplomarbeit und dem erfolgreichen Bestehen der Prüfungen dürfen die Diplomierten den geschützten Titel «Dipl. Hotelmanagerin/Hotelmanager NDS HF» tragen. Den von der Stiftung Hans

Schellenberg mit 2800 Franken dotierten Preis für die beste Diplomarbeit erhielt Thomas Thürig vom Hotel Paxmontana in Flüeli. Sein Thema: Revenue Management. Der Absolventin Barbara Fellmann, hotellerie-suisse, dankte die Jury dafür, dass ihre Diplomarbeit das in der Branche vernachlässigte Zukunftsthema Wissensmanagement beleuchte.

Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen: Berger Judith, Aarau; Merkert Wolfram, Ascona; Duevel Olesya, Bobenheim-Roxheim; Michel Corinne, Zürich; Fellmann Barbara, Bern; Müller Monica, St. Gallen; Fleisch Benoît, Regensdorf; Remus Ina,



Die **Diplomierten** und ihr Seminarleiter, **Peter B. Grossholz** (r.).

Zug: Hasen Thomas, Egnach; Rothlisberger Nico, Sils-Maria; Kieffer Vedrana, Zürich; Ruoss Daniel, Thun; Kuet Barbara, Zürich; Thürig Thomas, Flüeli-Ranft; Marolf Stephan, Thun; Wengenmaier-Frey Katharina, Seengen.

Resident Manager für das St. Galler Hotel City Weissenstein

Das Hotel City Weissenstein geht am 1. Juli aus dem Besitz von **Ursula und Klaus Frei** über in den Besitz der ZFV-Unternehmungen Zürich. Das Team des «City Weissenstein» wird vollumfänglich übernommen. **Sina Nikolussi** wird ab dem 1. Juli Resident Manager.

Neuer CEO für den Ferienverein Postcom

Daniel Renggli, CEO des Ferienvereins Postcom, verlässt diesen auf Ende Juni und übergibt das Zepter an **Michael Lüthi**. Dieser wird ab August die Position des CEO übernehmen.

reception@hotellerie-suisse: Die willkommene Weiterbildung

hotellerie-suisse als Kompetenzträger 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@hotellerie-suisse.ch, www.hotellerie-suisse.ch/reception, Tel. +41 (0)31 370 43 01



Wachstumsmärkte. Russland. Das Potenzial ist gross: Viele Russinnen und Russen möchten ihre Ferien in der Schweiz verbringen. Das ist eine Chance für 3- und 4-Sterne-Hotels.



Passend zu den bunt bemalten, schüchtern wirkenden Matryoschkas: Russische Gäste sind oftmals auffällig, gleichzeitig aber auch sensibel.

Service zu bieten. «Am Ende will der Russe das Gleiche wie alle anderen Gäste, nur etwas russischer, damit er sich identifizieren kann», sagt Ettlín. Informationen in russischer Sprache auf der Website oder Menükarte seien ein Muss, will man russische Gäste anziehen. Ein grosses Plus könnten russisch sprechende Mitarbeitende sein. Denn: Die meisten Russen sprechen keine Fremdsprache oder fühlen sich dabei unwohl.

Eine gewisse Unsicherheit legen sie auch sonst an den Tag. «Der Russe ist immer noch etwas sensibel. Er meint, er sei als Gast nicht überall willkommen», erklärt Ettlín. Diese russische Eigenheit könne man nur mit natürlicher Gastfreundschaft ausräumen. Oder wie es Ettlín ausdrückt: «Empfangen Sie sie als Weltbürger und schätzen Sie sie als Russen.»

Lauter, grösser, auffälliger: Russische Gäste im Restaurant

Dabei muss ein Gastgeber vielleicht auch mal ein Auge zudrücken. Russisch, das bedeutet nämlich oftmals auch: grösser, lauter, auffälliger. Es gehöre eben zur russischen Mentalität zu zeigen, was man hat, so Ertlín.

Das offenbart sich auch zu Tisch: In Russland gilt es als gastfreundlich, grosszügig so viel auf den Teller zu laden wie möglich – weshalb ein Russe am Buffet nicht nur sich selbst, sondern gerne gleich auch noch alle anderen bediene. Geniesst eine Gruppe russischer Gäste währschaftes Essen im Schweizer Restaurant – sehr beliebt ist etwa der Zeughauskeller in Zürich –, sind die Tische schnell einmal mit Speisen überfüllt. Gegessen wird davon oftmals nur ein kleiner Teil.

Ist der Appetit gestillt, bleiben die Russen dann gerne etwas länger sitzen, diskutieren auch mal lautstark oder fangen an zu singen. Es sei aber nie die Absicht, damit andere Gruppen zu stören, weiss Ertlín. Es gehe einfach nur darum, die Gesellschaft zu geniessen.

Russlands Mitte reist

Reiche russische Gäste sind in Schweizer Luxushotels bekannt. Dass mittlerweile viel mehr Russen aus der Mittelschicht die Schweiz besuchen, geht dabei oft vergessen.

MELANIE ROTH

Es gibt sie immer noch, die Gäste aus der Oberschicht Russlands, die sich in den Schweizer 5-Sterne-Häusern wie zu Hause fühlen. Daran wird sich so schnell auch nichts ändern. Davon ist Jonas Ettlín, seit 2009 Verantwortlicher von Schweiz Tourismus in Russland, überzeugt.

Dass Russland in der Schweizer Tourismusbranche heute als Wachstumsmarkt zählt, liegt aber tiefer begründet: «Das Wachstum ist bei der Mittelschicht und den 3- bis 4-Sterne-Häusern zu finden», so Ettlín. Zahlenmässig seien diese Touristen der Oberschicht schon

weit überlegen. 2010 ist Russland mit 467'884 auf dem elften Platz der Herkunftsmärkte wiederzufinden. Das Potenzial ist dabei noch lange nicht ausgeschöpft. Ettlín hofft für 2012 optimistisch, endlich die 500'000-Grenze zu knacken. Es gebe nämlich noch viel mehr Russinnen und Russen, welche die Schweiz liebend gerne besuchen würden.

Die 3-Sterne-Hotellerie sei im Markt aber immer noch untervertreten: «Weil Tour Operators und Schweizer Anbieter oft nur ans Premium-Segment denken, haben viele Mittelständische das Gefühl, sich Ferien in der Schweiz nicht leisten zu können.» So verwundert es auch

wenig, dass ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu den Top drei der russischen Gästebedürfnisse zählt. Wie aus dem Tourismus Monitor Schweiz 2010 hervorgeht, ist russischen Touristen nur das angenehme Klima und die Natur noch wichtiger.

Der Sensibilität mit natürlicher Gastfreundschaft begegnen

«Die Schweiz hat von jeher ein paradiesisches Image», erklärt Ettlín. In der klassischen russischen Literatur sei viel über die Schweiz geschrieben worden, nicht zuletzt, weil sich viele russische Autoren in der Schweiz niederliessen. Heute

schaun viele Russen in die kleine Schweiz und denken: Da funktioniert alles, es ist schön und sauber. So sauber, dass man sogar mit offenem Mund in Gewässern schwimmen kann. Ein Argument, dass laut Ettlín immer noch zieht.

Hat sich der Russe einmal für eine Reise in die Schweiz entschieden – oftmals eher kurzfristig als über lange Zeit geplant –, gehe es vor allem darum, den Gästen guten Schweizer

Jonas Ettlín, Verantwortlicher von ST in Russland.



«Die Zimmer werden immer verkauft»

Der Winter wird stark und lange im Voraus gebucht, die Nachfrage für die Sommersaison steigt. Das beobachten Olga Termer vom russischen Tour Operator Incotrade, und Christina Stein, Sales Direktorin der Lindner Hotels.

KARL JOSEF VERDING

einer alpinen Destination», sagt Olga Termer. Sie ist Manager Operations des russischen Tour Operators Incotrade, der seit 1995 in der Schweiz aktiv ist und im russischen Markt Individualreisen und Gruppenreisen anbietet. «Im Winter», so Termer, «geht die Reise in die Berge und an einen bestimmten Ort. Zermatt und St. Moritz besetzen den ersten Rang in der Bekanntheit und in der Beliebtheit für Winterferien. Es folgen Flims, Arosa und Davos.»

Willkommen sind Hotelkader mit russischen Sprachkenntnissen

In Frauenfeld hat der russische Tour Operator seine Schweizer Basis aufgebaut: die Incotrade Switzerland. Sie hat längerfristige Vertragspartner in der Schweizer

Hotellerie, geht aber auch auf spezielle Hotel-Wünsche der Kunden ein. Kunden in Russland sind sowohl russische Ferienreisende wie Geschäftsreisende und Auftraggeber für MICE-Veranstaltungen. Die Wahl der Hotels für die Ferienreisen «hat sich in den letzten Jahren sehr verändert», stellt Olga Termer fest. «Zuerst dominierte klar das 5-Sterne-Segment. Unterdessen reist auch die



«Die Kombination von Berg und Thermalbad macht uns für Russen attraktiv.»
Christina Stein
Lindner Hotels & Resorts

5-Sterne-Segment trotz der Winter-Konkurrenz von St. Moritz und Zermatt im rus-

sischen Markt feierten in diesem Jahr die Lindner Hotels & Alpen-therme in Leukerbad. Von Januar bis März 2011 waren sie zu 15% mit russischen Gästen belegt. Über das ganze Jahr 2010 betrug der Anteil der russischen Gäste im Durchschnitt rund 7%. Die Destination Engadin St. Moritz hatte übers ganze Jahre gesehen rund 3% russische Gäste im 2010.

Schweizer Hotelkader mit russischen Sprachkenntnissen werden sehr geschätzt, vor allem an der Reception. «Die 5-Sterne-Häuser haben sich bereits darauf eingestellt», sagt Olga Termer.

Einen bemerkenswerten Erfolg haben die Winter-Konkurrenz von St. Moritz und Zermatt im rus-

sischen Markt feierten in diesem Jahr die Lindner Hotels & Alpen-therme in Leukerbad. Von Januar bis März 2011 waren sie zu 15% mit russischen Gästen belegt. Über das ganze Jahr 2010 betrug der Anteil der russischen Gäste im Durchschnitt rund 7%. Die Destination Engadin St. Moritz hatte übers ganze Jahre gesehen rund 3% russische Gäste im 2010.

Buchungen für die Winter-Saison mehr als ein Jahr im Voraus

Was macht Leukerbad für Russen attraktiv? «Es ist die Kombination von Berg und Thermalbad, von sportlichen Angeboten, die nicht allzu anstrengend sind, mit Erholung in den Thermalbädern. Die Verbindung mit der Alpen-therme

bietet ein sehr grosses hausinternes Wellnessangebot», sagt Christina Stein, Regional Sales Direktorin der Lindner Hotels & Resorts. Russland sei ein Aufbaumarkt, an dem es sich lohne, zu arbeiten. Im Winter wird bereits langfristig gebucht: «Die Zimmer werden immer verkauft. Gemäss der Nachfrage für den Winter werden sie schon mindestens ein Jahr im Voraus an die touristischen Partner auf dem russischen Markt vergeben», freut sich Christina Stein. «Der Trend geht dahin, dass die Aufenthalte noch weiter auf das gesamte Jahr verteilt werden. Die Nachfrage in der Sommersaison steigt.» Den Erfolg hat, wer proaktiv ist: «Informationen bis hin zur Übersetzung Webseite in Russisch sind fast ein Muss.»

Wachstumsmärkte. Spanien. Hoteliers, die ihren spanischen Gästen eine Freude bereiten wollen, laden sie zu einem Drink ein und schaffen eine Spielecke. Und: Der Spanier kommuniziert gerne mit den Mitarbeitenden.

Wer sich spanische Gäste anlassen möchte, muss seine Homepage auch in Spanisch präsentieren – und sie benutzerfreundlich gestalten. Spanier schätzen Fix-Preise in Euro.

CHRISTINE KÜNZLER

Im letzten Jahr besuchten 449 824 Spanier die Schweiz. Damit stehen die Südländer auf Platz zwölf der Herkunftsmärkte. Ihre Hauptreisezeit ist im August, Juli und September. Zürich war letztes Jahr ihre meistbesuchte Region, gefolgt von Genf und der Lake Geneva Region. Genf, Zürich und Basel waren die bevorzugten Top-Destinationen. Spanier nächtigen grundsätzlich gerne in schönen und typischen 3- bis 5-Sterne-Hotels. Die Spanier suchen in ihren Ferien Natur, Gastfreundschaft, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein angenehmes Klima. Weniger wichtig ist für sie der historische Erlebniswert und dass es sich hier wohl sein (Wellbeing) lässt: beides Möglichkeiten, die sie jedoch ausgeprägt mit der Schweiz verbinden.

Die meisten Ferien-Bedürfnisse der Spanier deckt die Schweiz ab. 70 Prozent der Befragten gehen davon aus, in der Schweiz viel Natur zu finden. Mit dieser Sicht auf die Schweiz liegt Spanien gut 10 Prozent über dem Durchschnitt der übrigen Herkunftsmärkte. Berge indes verbinden Spanier weniger mit der Schweiz als andere ausländische Gäste. Das für sie wichtige Preis-Leistungs-Verhältnis erachten sie, weit mehr als andere ausländische Gäste, als gut. Die Spanier gehen davon aus, dass die Schweizer glaubwürdig und ehrlich sind, dass unser Land interessant ist und dass es sich hier wohl sein lässt. Bedeutend weniger andere Gäste verbinden sie die Schweiz mit Ruhe und Abenteuer. Und auch das Wanderangebot und den Schweizer ÖV beurteilen sie wesentlich weniger positiv als Gäste anderer Herkunftsmärkte.

Schweiz Tourismus erwartet mehr spanische Gäste

«Wir erwarten Ende 2014 rund 430 000 Logiernächte, was einem Rückgang von knapp 7 Prozent gegenüber 2008 entspricht», hält der Marktverantwortliche bei Schweiz Tourismus (ST) Zürich, Urs Eberhard, fest. «Spanien hat sich in den schwierigen Krisenjahren besser



Spanier essen nicht nur ihr Nationalgericht Paella, sie mögen auch Schweizer Käse und Schweizer Schokolade.

Kommen die Spanier?

gehalten als erwartet, und die Schweiz verzeichnet gegenüber den Mitbewerbern weniger starke Rückgänge.» Trotzdem blieben der schwache Euro und die Verschuldung des Landes nicht ohne Auswirkungen auf den Verkehr Richtung Schweiz. ST rechnet für 2013 wieder mit einem leichten Wachstum von 1 bis 2 Prozent.

Gilles Dind, ST Direktor Spanien und Portugal, hat sich ein Wachstumziel gesetzt: Nächstes Jahr

möchte er der Schweiz 475 000 Logiernächte von spanischen Gästen bringen.

Dieses Jahr organisiert Schweiz Tourismus je

einen Marketinganlass in Barcelona und Madrid. «Jener in Barcelona hat bereits stattgefunden, in Madrid werden wir im Oktober auftreten. Parallel dazu investieren wir viel in unseren Webauftritt», sagt Gilles Dind. Auch werbeWerbung in klassischen Medien geschaltet. «Nächstes Jahr werden wir im Frühling die Schweiz im Schnellzug zwischen Madrid und Barcelona kommunizieren.»

Spanische Gäste werden gerne zum Apéro geladen

Wer auf spanische Gäste setzt, muss seine Homepage in Spanisch abfassen und sie gut positionieren,

rät Gilles Dind. «Die Angebote und Preise sollen klar präsentiert sein und der Buchungsprozess einfach. Fixe Europreise sind ein zusätzliches Plus.»

Sind die spanischen Gäste einmal da, dann wünschen sie sich im Hotel und Restaurant flexible Essenszeiten. In Spanien isst man nie vor 13 Uhr und 21 Uhr. «Ihre Essgewohnheiten», sagt Gilles Dind, «unterscheiden sich nicht massgeblich von jenen der Schweizer. Die Spanier schätzen Fleisch und Käse sehr.» Gastfreundschaft kann man ihnen entgegenbringen, indem man im Hotel eine Zone für Kinder anbietet, denn sie reisen oft mit der

Familie. «Das Familienleben und das soziale Leben ist ihnen sehr wichtig», erklärt Gilles Dind. Also mögen sie es sehr, wenn der Hotelier kleine Anlässe wie Apéros organisiert. Gibt es im Hotel spanisch sprechende Mitarbeitende, ist das ein weiteres Plus. Rund 80 Prozent der Reisen in die Schweiz sind Ferienreisen. Im Hauptreisemonat August unternehmen spanische Gäste gerne verschiedene Ausflüge. Motivierend für eine Schweiz-Reise «ist prioritär» die schöne Landschaft. Die Spanier wollen geniessen und touristische Highlights besuchen. Und: Sie wandern gern, fahren Velo und schwimmen.



Gilles Dind, ST Spanien.

Vor allem Schweizer Städte sind gefragt

Der Aufbau des Markts Spanien lohnt sich. Das sagt Matthias Ramer, Operations Manager der Sorell Hotels Switzerland und General Manager des Sorell Hotels Seidenhof in Zürich.

KARL JOSEF VERDING

«Der Spanier braucht Vertrauen und liebt das Face to Face Business. Daher beansprucht der Aufbau Zeit. Doch schlussendlich lässt sich das Ergebnis sehen. Grundsätzlich kann ich diesen Markt zur Bearbeitung nur empfehlen», sagt

Matthias Ramer, Operations, Sorell Hotels Switzerland.

Matthias Ramer, Operations Manager der Sorell Hotels Switzerland und General Manager des Sorell Hotels Seidenhof in Zürich. Im Bereich Logiernächte ist Spanien bei den Sorell Hotels gesamthaft auf Platz sieben und im Sorell Hotel Seidenhof mittlerweile die sechststärkste Nation. In Bern, im Sorell Hotel Ador, ist Spanien sogar das viertstärkste Herkunftsland.

Sorell macht seinen Messe-Auftritt am Gemeinschaftsstand von Schweiz Tourismus (ST) an der Feria Internacional de Turismo en España – Fitur (nächster Termin: 18. bis 22. Januar 2012). Ausserdem nimmt Sorell an den Road Shows von ST in Spanien teil und macht Sales Calls bei lokalen spanischen Reiseveranstaltern. Ramer: «Nätir-

lich versuchen wir, wo immer möglich, das Cross-Selling und -Marketing zu forcieren. Daher schauen wir auch, dass wir bei den spanischen Reiseanbietern möglichst alle Sorell Hotels an Bord haben.»

«Der spanische Gast wohnt im Hotel. Er benützt einfach alles.»

Wie kommt man spanischen Gästen am besten entgegen? «Der spanische Gast», antwortet Matthias Ramer, «wohnt im Hotel. Er benützt das Restaurant, die Lobby, einfach alles. Auch braucht er Zeit für die Betreuung, da er gerne mit Hotelangestellten kommuniziert. Daher sind Angestellte mit Spanischkenntnissen von Vorteil.»

Fast alle Sorell-Häuser sind Stadthotels. Gleichwohl überwiegt

in ihrem spanischen Geschäft der Leisured-Gast. Die Aufenthaltsdauer liegt meist zwischen zwei und vier Nächten. Das mittlere Alters-Segment ist am häufigsten anzutreffen, gefolgt vom älteren Segment, ab 60 Jahren. Im Business-Segment dominieren Einzelreisende; von MICE-Anbietern haben wir Anfragen sehr sporadisch», so Ramer.

Mehrtägiger Aufenthalt in Zürich als Hub für Tagesreisen

Sind die spanischen Leisured-Gäste, die den Zürcher «Seidenhof» wählen, reine Städtetouristen, oder nutzen sie Zürich auch als «hub» für Sommerferien in den Bergen und Winterferien in Ski-Destinationen? «Da die Leisured-Gäste mehrere Tage bleiben, nutzen Sie Zürich als hub-

für Tagesreisen, jedoch weniger für «Winterferien», sagt Matthias Ramer.

Das Sorell Hotel Asora in Arosa hat weniger spanische Gäste. «Bei den Sorell Hotels ist klar ersichtlich, dass die Spanier die Städte bevorzugen. In Arosa spielen die Spanier nach wie vor eine marginale Rolle, und wenn, dann im Sommer», sagt Sorells Operation Manager.



ANZEIGE

Valentine's

Friteusen
Tellerwärmer
Teigwarenkocher
Was hält länger?

Wachstumsmarkt. Brasilien. Brasilianische Gäste kaufen gerne ein, fahren Zug und wollen in ihren Ferien geniessen können. Sie stellen hohe Anforderungen an die Servicequalität.



Die Brasilianer feiern Karneval in Rio und suchen in ihren Schweiz-Ferien zur Erholung dann Ruhe und Natur.

Brasilien birgt viel Potenzial

Brasilianer shoppen gerne und lieben die Städte. Bezüglich Essen sind sie unkompliziert, sie mögen auch Schweizer Gerichte. Der Markt legt zu.

CHRISTINE KÜNZLER

Brasilien steht auf Platz 19 der 31 Herkunftsmärkte, welche Schweiz Tourismus (ST) bearbeitet. Letztes Jahr besuchten 168'771 Brasilianer die Schweiz. Von den Regionen waren Zürich, Genf und Lake Geneva die beliebtesten. Bei den Top-Destinationen steht Zürich an erster Stelle, gefolgt von Genf und Basel. Durchschnittlich blieben die brasilianischen Gäste 2,5 Tage in der Schweiz. Der September und Oktober waren im 2010 die logier-

nächststärksten Monate, gefolgt vom Juli und Januar.

Befragt nach dem Image, das sie mit der Schweiz verbindet, steht für die Brasilianer die Erschliessung durch den öffentlichen Verkehr an erster Stelle. Mit dieser Ansicht liegen sie weit über dem Durchschnitt der anderen Herkunftsmärkte. Signifikant mehr als der Durchschnitt der übrigen Märkte steht für sie die Schweiz für kulturellen und historischen Erlebniswert, Wellbeing, Komfort, Glaubwürdigkeit und Kontaktmöglichkeit zur lokalen Bevölkerung. Gefragt nach den Kriterien, die eine Destination für sie erfüllen muss, zeigt sich folgende Hitparade: Gastfreundschaft, Qualität, Komfort, Ruhe und Natur. Laut Tourismus Monitor Schweiz sind den Gästen aus Brasilien besondere Naturattraktionen, Wohlergehen und Glaubwürdigkeit weniger wichtig.

Die Brasilianer reisen mit viel Gepäck an und sind froh um Hilfe

«Die Schweiz ist für Brasilianer eine Wunschdestination. Sie kommen wegen der attraktiven Städte,

der Bahnen und weil sie hier shoppen und gut essen können», sagt Gisele Sarbach, die Schweiz Tourismus (ST) in Brasilien vertritt. «Die Brasilianer erwarten von den Hoteliers Gastfreundschaft und die Bereitschaft, ihnen in schwierigen Situationen und bei jeder Gelegenheit zu helfen.» Am liebsten nächtigen diese Gäste in 3- oder 4-Sterne-Hotels, gut gelegen im Stadtzentrum. Sie bevorzugen normalerweise Kettenhotels, sind aber je länger desto mehr offen für neue Hotelbefahrungen, erklärt Gisele Sarbach. «Für Themenhotels wie Historische Hotels oder Wellnesshotels zum Beispiel.» Ihre Essgewohnheiten: «Brasilianer schätzen ein umfangreiches, vielseitiges Angebot, sind offen für lokale Spezialitäten. Sie mögen die Schweizer Küche und schätzen Käse, Schokolade und Wein.» Auch das Frühstück soll tippeg sein. Und: Man bereitet ihnen eine Freude, wenn man auch um 21 Uhr noch ein Abendessen serviert.

Die meisten Brasilianer bereisen Europa, weil sie hier Ferien machen

wollen (54%), an zweiter Stelle steht MICE (24%). Sie kommen selten in Gruppen, sondern meist als Paar oder mit der Familie, doch ihre kleinen Kinder lassen sie meist zu Hause. Grundsätzlich reisen sie mit viel Gepäck. «Sie mögen es nicht, ihre



Gisele Sarbach, ST Brasilien.

Koffer selber schleppen zu müssen», erklärt Gisele Sarbach. Hoteliers können diesen Gästen also entgegenkommen, indem sie einen Gepäcktransport organisieren und die Koffer ins Hotelzimmer bringen lassen.

«Viele Brasilianer haben Mühe, eine Fremdsprache zu sprechen, sie trauen es sich nicht zu, sich in Englisch unterhalten zu können.» Gise-

le Sarbach rät, Broschüren und Informationen in Portugiesisch bereitzustellen und – wo möglich – Mitarbeitende zu beschäftigen, welche diese Sprache sprechen.

15 Prozent mehr Logiernächte für das Jahr 2012

2006 trainierte die brasilianische Nationalmannschaft in Weggis für die Fussball-WM in Deutschland. «Weggis bleibt den Brasilianern als idyllisches kleines Schweizer Dorf in guter Erinnerung», sagt Gisele Sarbach, – «auch wenn sie nicht gewonnen haben.» Ihr Interesse an Sport ist jedoch nicht nur auf Fussball begrenzt, sie spielen auch gerne Tennis und mögen andere sommerliche Sportarten.

Gisele Sarbach setzt sich zum Ziel, nächstes Jahr die Anzahl der brasilianischen Logiernächte um 15 Prozent zu erhöhen. «In den Monaten Januar bis April 2011 erzielten wir bereits 17 Prozent mehr Logiernächte.» Die erfolgreichste ST-Kampagne ist «Suica Singular», an der sich verschiedene Schweizer Partner wie Zürich, Genf, Tessin, In-

terlaken, Jungfrau-Region und Titlis Rotair beteiligen. Diese Promotion wird in diesem Jahr wieder durchgeführt. «Sie richtet sich an alle Partner, welche am brasilianischen Markt interessiert sind.» Geplant sind auch Kooperationen mit Key-Partnern, sowohl im Massen- als auch Luxustourismus.

«Wir werden in Brasilien ab 2012 mit einer eigenständigen Vertretung, drei Mitarbeitenden und zusätzlichen Marketingmitteln arbeiten», erklärt Urs Eberhard, Executive Vice President Markets & Meetings bei Schweiz Tourismus. «Das Land boomt, die zusätzlichen Funde von Rohstoffen beflügeln die Wirtschaft und die Grosse Ereignisse Fussball-WM im 2014 und Sommer-Olympiade im 2016 werten das Selbstvertrauen und die Konsumentenstimmung weiter auf.» Er geht davon aus, dass die Anzahl der Logiernächte aus Brasilien ab 2012 jährlich um über 10 Prozent wachsen und sich bis 2014 auf beinahe 300'000 steigern wird. Das bedeutet eine Zunahme von 87 Prozent gegenüber 2008.

«Wir haben einen Sales-Agenten vor Ort»

Viele Brasilianer nutzen die wachsende Prosperität ihres Landes für Reisen, weiss Nati Felli. Die Besitzerin und Leiterin des Hotels Guarda Golf in Crans Montana ist in Brasilien geboren.

KARL JOSEF VERDING

«Die brasilianischen Gäste sind anspruchsvoll. Denn sie sind aus ihrem Heimatland und aus der bisher bevorzugten Auslands-Destination USA guten Service gewohnt. Von Schweizer Resorts und Hotels erwarten sie Perfektion», sagt Nati Felli, die Besitzerin und General Managerin des Hotels Guarda Golf

in Crans Montana. Es ist das erste 5-Sterne-Ganzjahreshotel der Region, hat eine Kapazität von 25 Zimmern, davon zwei Suiten und vier Junior-Suiten, und ist mit dem Zusatz «Superior» versehen.

«Brasilien ist mit Sicherheit ein Entwicklungsmarkt für uns»

Brasilianer sorgen gegenwärtig für 6 Prozent der Logiernächte im Hotel. «Binnen zwei Jahren wollen wir den Anteil auf 15 Prozent steigern», betont Nati Felli. Sie nimmt an allen Promotions und Events der Leading Hotels of the World in Brasilien teil. Dort stellt sie fest, dass die Leading Hotels «ein hohes Bewusstsein von der Wichtigkeit des brasilianischen Marktes haben». Das Walliser Hotel ergrift auch selber

die Initiative: «Kürzlich hat unser Hotel ein grosses Investment in die Promotion gemacht, indem wir einen brasilianischen Sales- und Marketing-Agenten mit Basis in Sao Paulo engagierten. Brasilien ist mit Sicherheit ein Entwicklungsmarkt für das Hotel Guarda Golf.» Was sind die Gründe? Felli setzt die Antwort in einen grosseren Rahmen: «Die Schweiz ist ein Synonym für Sicherheit, schöne Szenerie, gutes Transportwesen und Infrastruktur, und der ideale Platz, um eine perfekte und ungewöhnliche Erfahrung zu erleben.» Es sei eine Freude für sie als Hoteliere und gebürtige Brasilianerin, für diese Gäste etwas Einzigartiges zu gestalten. Auch sei es wichtig für die Entwicklung, «dass die Brasilianer die Prosperität ihrer Wirtschaft nutzen und eine andere Destination als die USA entdecken.» Crans Montana berge auch ein grosses Potenzial für das brasilianische MICE-Geschäft. «Das Hotel Guarda Golf kann hier extreme Ungestört-heit und Sicherheit bieten, sowie die neuste Technologie in allen Zimmern und Seminarräumen.»

Die Brasilianer bleiben mindestens zwei Nächte, bis hin zu sieben, im Hotel in Crans Montana. Sie reisen meistens Familien, aber wir haben auch Anfragen für Hochzeitsreisen und Singles. Die brasilianischen Gäste bewegen sich gern und viel», beobachtet Nati Felli. «Deshalb organisieren wir am Ort verschiedene Aktivitäten, wie Tennis, Golf, Wandern, sowie Weinproben in der Region und

«Von den Schweizer Resorts und Hotels erwarten die Brasilianer Perfektion.»

Nati Felli
Hotel Guarda Golf, Crans Montana

Touren in den Kanton, wie etwa zur Fondation Gianadda in Martigny.»

US-Destinationen bleiben Hauptkonkurrenten der Schweiz

Die bevorzugte Saison der Brasilianer ist bisher der Schweizer Winter. «Aber in diesem Jahr haben wir bereits einige Familien überzeugt, eine Sommer-Erfahrung mit vielen durch uns organisierten Aktivitäten zu machen», freut sich die Hoteliere. Im Winter könne Crans Montana durchaus den Platz besetzen, den bisher Orte wie Aspen und Whistler in Nordamerika für die Brasilianer einnehmen. Aber im Sommer würden die USA die Nummer eins für Brasilianer bleiben, «da sie dort auch in andere Destinationen, wie etwa Florida, reisen».



Nati Felli,
Hotel Guarda Golf,
Crans Montana.

Wachstumsmärkte. Polen. Sie mögen attraktive Packages mit einem Mehrwert – und die Schweizer Küche. Die Jungen nächtigen gerne in der Ferienanlage Rocksresort in Laax.

Polen ist mit seinen 143 288 Gästen im 2010 zwar noch kein gewichtiger Herkunftsmarkt. Doch Schweiz Tourismus ortet Potenzial.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Polen stehen mit 143 288 Logiernächten (+6,5%) auf Platz 21 von den 31 Schweiz-Herkunftsmärkten. Die wichtigsten Reisesemane der Polen waren 2010 März (Position 1), Februar und Januar. Die Regionen Zürich, Graubünden und Genf empfingen die meisten polnischen Gäste. Top-Destinationen waren Zürich, Laax und Genf. Die Polen blieben durchschnittlich 2,8 Tage in der Schweiz. «Wir hoffen trotz des schwachen Euros auf eine zweistellige Zuwachsrate im 2012», sagt Adriana Czupryn, Schweiz-Tourismus-Vertreterin in Polen. «In diesem Sommer werden wir ein Impulsprogramm lancieren mit ausgewählten Tour Operators. Zudem planen wir verschiedene Marketingaktivitäten mit Top-Angeboten.»

Schweiz Tourismus erwartet ein starkes Wachstum ab 2013

«Ab 2012 wird Polen als eigenständige ST Vertretung betrieben», so Urs Eberhard, Executive Vice President Markets & Meetings bei ST. «Drei Mitarbeitende und ein deutlich höheres Marketingbudget werden in diesem Markt Wirkung zeigen.» Das gute Image der Schweiz und die relative Nähe stimmten ST positiv. Doch wirkte sich der Euro-Effekt auch hier aus. «Ab 2013 erwarten wir ein starkes Wachstum von über 9 Prozent. 2014 werden wir knapp 180 000 Logiernächte aus Polen ausweisen können, das entspricht einem Wachstum von 31 Prozent gegenüber 2008.» Die Polen nächtigen in 3- und 4-Sterne Hotels, am liebsten in Familienho-



Als Gegenpol zu ihrer Hauptstadt Warschau suchen die Polen in der Schweiz vor allem Natur.

Fotolia

ST will Polen beackern

tels und mittelgrossen Häusern. Hotels mit kostenlosem Internetanschluss werden klar bevorzugt.

Die Polen verbinden die Schweiz vor allem mit Natur und Bergen. Mehr als andere ausländische Gäste finden sie die Schweiz faszinierend und sind überzeugt, dass sie sich da wohl fühlen können. Für sie hat unser Land einen hohen historischen und kulturellen Erlebniswert. Die Polen beschreiben die Schweiz als authentisch und ursprünglich. Im Gegensatz zu Gästen anderer Herkunftsländer schreiben sie dem Fe-

rienland Schweiz jedoch weniger Qualität, Gastfreundschaft, Erholungswert und Familienfreundlichkeit zu. Auch mit dem öffentlichen Verkehr kann die Schweiz in Polen nicht punkten. Viel Wert legen Polen in ihren Ferien auf ein angenehmes Klima, auf viel Natur, Berge und Ruhe.

«Für viele Polen ist die Schweiz ein Traumziel, welches sie sich leisten wollen», hält Adriana Czupryn fest. «Empfehlungen von Freunden und Familien sind wichtige Entscheidungsfaktoren. Die Polen sind aktive Menschen, die gerne Ausflü-

ge unternehmen. Sie möchten Spass haben, Geld ausgeben und gut essen.» Ski, Snowboard, Velofahren und Wandern gehören zu ihren bevorzugten Sportarten. «Doch sie suchen immer öfter auch den sportlichen Adrenalin kick», so Adriana Czupryn.

Die Polen schätzen Packages mit einem Mehrwert

Bezüglich Essen sind polnische Gäste unkompliziert. Sie seien keine ausgesprochenen Feinschmecker, doch möchten sie unbedingt

die traditionellen Schweizer Gerichte kosten. «Fondue und Raclette ist für sie ein Gemeinschaftserlebnis.» Generell essen sie gerne gutbürgerlich.

Mit attraktiven Packages mit Zusatzangeboten, wie Skipass, Wellnessbehandlungen, Drinks oder Ausflüge, lassen sich diese Gäste binden. «Polen nutzen vor allem im Winter gerne die günstigeren Nebensaison-Angebote.» Traditionell reisen sie in Familien und mit Freunden. Doch immer häufiger auch individuell oder zu zweit. Sie

buchen auch Incentive-Anlässe und Betriebsfahrten mit dem Bus. «Business-Trips sind immer öfter gefragt», erklärt Adriana Czupryn.

Die polnischen Gäste würden sich freuen, in der Schweiz Broschüren und Informationsmaterial in polnischer Sprache vorzufinden und auf Polnisch begrüsst zu werden. «Wichtig ist, die Polen nicht in den gleichen Topf zu werfen mit beispielsweise Russen, denn sie verstehen sich nicht als Osteuropäer, sondern als Mitteleuropäer», erklärt Adriana Czupryn.

Das Rocksresort punktet bei den Jungen

«Das Rocksresort überzeugt polnische Gäste, weil es alles aus einer Hand bieten kann», sagt Andreas Bärtsch. Er ist zuständig für Marketing und Sales in der Weissen Arena Gruppe.

KARL JOSEF VERDING

Worauf kommt es an? «Die Gästestruktur wird immer internationaler. Hat man ein wettbewerbsfähiges Produkt, kann man auch weltweit bestehen», stellt Andreas Bärtsch fest. «Wir positionieren die Destination Laax mit dem Rocksresort im polnischen Markt erst seit kurzem und sind damit sehr



«Alles aus einer Hand» ist ein Erfolgsrezept

«Derzeit sind die polnischen Gäste zum grössten Teil im Winter bei uns zu Gast. Als Zusatzleistungen verkaufen wir im Winter vor allem Lifttickets und Skischule», so Bärtsch. Der Umsatz im Bereich der Miete von Ausrüstung

Andreas Bärtsch.

sei derzeit noch vergleichsweise niedrig.

Bärtsch stellt den polnischen Erfolg des Rocksresorts in einen größeren Zusammenhang: «Zum einen überzeugt das Produkt vor allem in neuen Märkten, weil wir hier alles aus einer Hand anbieten können. Zum anderen haben wir in den letzten Jahren sehr erfolgreiche Geschäftsbeziehungen zu Reiseveranstaltern aufgebaut. Diese werden wir auch in Zukunft weiter auf- und ausbauen.»

Die integrierte Struktur des Rocksresorts als ein One-Stop-Shop ist ein Erfolgsfaktor im neuen Markt Polen. Ausserdem gewinnt das Rocksresort polnische Gäste durch den Aufbau stabiler Beziehungen zu polnischen Tour Opera-

tors. Das Resort der Weissen Arena Gruppe bearbeitet den polnischen Markt nämlich vor allem über das Tourenoperator-Business, die Kooperation mit Graubünden Ferien und die eigene Medienarbeit.

«Wir sprechen im polnischen Markt junge Erwachsene und Familien an»

Welche sind die wichtigsten Zielgruppen des Rocksresorts im polnischen Markt? Andreas Bärtsch antwortet: «Wir sprechen im polnischen Markt mit dem Rocksresort junge Erwachsene und Familien an, die aktiv und design- und lifestyleorientiert sind. Vorwiegend haben wir Gäste aus Polen zwischen 20 und 40 Jahren im Rocksresort.» Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der polnischen Gäste beträgt

rund sieben Tage. «Sie buchen zum überwiegenden Teil die 4er-Appartements», so Bärtsch.

Gibt es auch ein MICE-Geschäft mit polnischen Gästen und Auftraggebern? «Nein», muss Andreas Bärtsch einräumen, «bisher haben wir kein MICE-Geschäft aus dem polnischen Markt. Wir positionieren das Rocksresort im MICE-Bereich aber erst seit kurzer Zeit und befinden uns hier noch im Aufbau. Grundsätzlich möchten wir zukünftig selbstverständlich solche Synergieeffekte zwischen Feriengästen und MICE-Geschäft über alle Nationen hinweg realisieren.» Das Rocksresort ist insgesamt bereits ein sehr erfolgreiches Produkt. Seine Auslastung liegt bei rund 90 Prozent.

Neue Bücher

Orientierungshilfe für Arbeitnehmer und Arbeitgeber



Das Buch beantwortet die 200 wichtigsten Fragen zum Arbeitsrecht und bietet damit eine praktische Orientierungshilfe. Die Autoren richten sich mit ihrem Werk an Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Unter anderem werden die Themen Vertragsabschluss, Lohnzahlungen, Ferien, Haftung, Kündigung und Arbeitszeugnis behandelt.

Hansueli Schürer und Christoph Schürer: **200 Fragen und Antworten - Arbeitsrecht im Betrieb**. Zu bestellen direkt beim kaps-Verlag, Männedorf.

Gesetzliche und praktische Grundlagen



Mit der Einführung des Internen Kontrollsystems IKS im Revisionsgesetz entstand für viele Unternehmen nicht nur ein gewisser Mehraufwand, sondern auch eine gewisse Unsicherheit, wie das IKS umgesetzt werden soll. Im vorliegenden Leitfaden folgt nach einem knapp gehaltenen Theorieteil in einem zweiten praktischen Teil ein konkreter Umsetzungsvorschlag, welcher aus den Erkenntnissen eines realen Falls gewonnen wurde. **dst**

Diverse Autoren: **IKS Das Interne Kontrollsystem - Verstehen, Einführen, Umsetzen**. 188 Seiten, ISBN 978-3-85621-202-5, 64 Franken.

Zu beziehen bei: www.hotellerieuisse.ch/buchshop

Liegenschaft privat kaufen



HUGO SCHMID
DIPLO. STEUEREXPERTE
TREUHANDGESELLSCHAFT
BOMMER + PARTNER

Frage: Neben meinen Hotelbetrieben bin ich in meiner Freizeit begeisterter Reiter und ich besitze einige Pferde. Kürzlich wurde mir ein Bauernhof zum Kauf angeboten. Darin könnte ich die Pferde unterbringen und vielleicht ergäbe sich in einigen Jahren, wenn ich pensioniert bin, sogar ein Wohnsitz daraus. Da sich unsere finanziellen Mittel in den Hotel-Aktiengesellschaften befinden, frage ich mich, ob ich diese Liegenschaft über eine Aktiengesellschaft erwerben sollte?

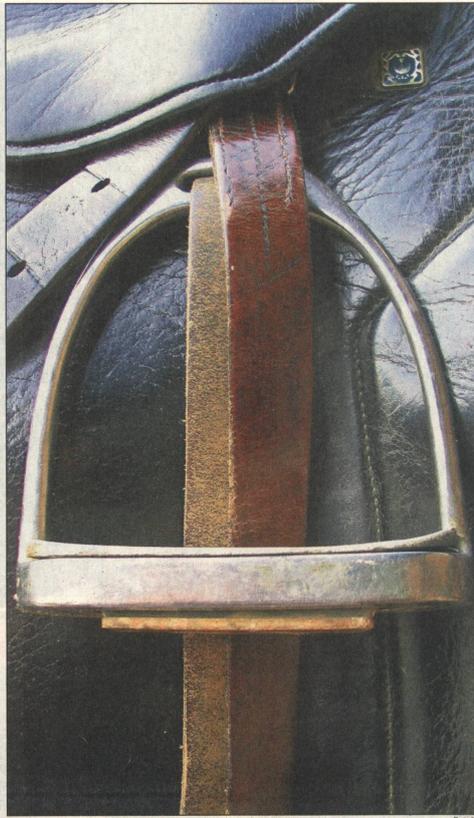
G. O. aus E.

Antwort: Da Sie kurz vor der Pension stehen, wird sich eine Nachfolgelösung bald aufdrängen. Dabei erweist sich der Verkauf einer «schweren» Gesellschaft erfahrungsgemäss als schwierig, denn ein Investor will und kann nur die betriebsnotwendigen Aktiven übernehmen und finanzieren. Beim Verkauf einer «schweren» Gesellschaft riskieren Sie zudem, dass der Fiskus unter dem Titel der sogenannten indirekten Teilliquidation den ansonsten steuerfreien Kapitalgewinn des Aktienverkaufs mit Einkommenssteuern belastet und Sie ihren Gewinn somit mit dem Staat teilen müssen. Von einem Kauf der Liegenschaft durch eine Ihrer Aktiengesellschaften ist deshalb abzuraten.

Den Reitsport bezeichnen Sie als Ihr Hobby. Die Nutzung des Bauernhofes ist daher privater Natur. Ist eine Aktiengesellschaft Eigentümerin des Bauernhofes, verlangt das Steuerrecht, dass Sie privat eine marktgerechte Miete entrichten.

Weg über neu zu gründende Gesellschaft nur bedingt zu empfehlen

Eine eigens für diesen Kauf zu gründende Aktiengesellschaft könnte diese Mietzinseinnahmen durch Schuldzinsen und Abschreibungen neutralisieren und damit Steuern vermeiden. Höhere Unterhaltskosten



Photo

Reiten als Hobby: Auf welche Weise soll der Kauf des Wunsch-Bauernhofes finanziert werden?

aber bleiben steuerlich gesehen wirkungslos und können auch nicht vom persönlichen Einkommen in Abzug gebracht werden. Die für den Kauf notwendigen Mittel aus den Hotel-Aktiengesellschaften müssten wie beim Privatkauf zuerst als Dividende versteuert und in die neue Gesell-

schaft eingebracht werden. Der Kauf könnte zudem nicht mit Vorsorgemitteln optimiert werden. Durch die zusätzliche Gesellschaft entstehen administrative Mehrkosten. Eine spätere Privatentnahme der Liegenschaft wäre mit einer hohen Steuerbelastung verbunden. Aus diesen

Gründen ist der Kauf über eine neu zu gründende Gesellschaft nur bedingt empfehlenswert.

Hypothek auf schuldenfreie Wohnliegenschaft aufnehmen

Zahlreiche Argumente sprechen für einen Privatkauf. Dank der Unternehmenssteuerreform II können Sie heute die Mittel in Form von Dividenden aus den schweren Hotelgesellschaften beziehen. Bei der direkten Bundessteuer sind 40 Prozent der Dividende steuerfrei und die Kantone privilegieren die Dividende im Durchschnitt mit 50 Prozent, so auch Ihr Wohnsitzkanton Luzern.

Interessant wäre, eine Hypothek auf Ihrer schuldenfreien Wohnlie-

«Einen Bezug von Leistungen aus der beruflichen Vorsorge halte ich nicht für empfehlenswert.»

genschaft aufzunehmen und damit beispielsweise das notwendige Eigenkapital für den Kauf des Bauernhofes zu besorgen. Diese Hypothek könnten Sie in den nächsten Jahren mit der vollständigen oder teilweisen Rückzahlung Ihrer Guthaben aus der Säule 3a amortisieren. Sie vermeiden damit, dass das gesamte Vorsorgeguthaben im Pensionsalter auf einmal fällig wird und die Steuerprogression in die Höhe treibt. Beachten Sie, dass Kapitalbezüge von Ehegatten nicht im selben Jahr erfolgen sollten. Ein Bezug von Leistungen aus der beruflichen Vorsorge ist hingegen nicht empfehlenswert, da Sie sich damit die Möglichkeiten für weitere Einkäufe verbauen.

Privater Erwerb als beste Lösung

Unterhaltsaufwendungen und Schuldzinsen können Sie von Ihrem privaten Einkommen abziehen. Sie brauchen keine Miete zu entrichten, müssen jedoch einen Eigenmietwert versteuern. Zusammenfassend empfehle ich eher den privaten Erwerb der Liegenschaft.

Haben Sie Fragen?

Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder [htr hotelrevue](http://htrhotelrevue.ch), Redaktion Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

impresum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.

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

cahier français), Alexandre Caldarajaca, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/lt, Gudrun Schlenzcek/gsg, Karl Josef Verding/kjv, Sabrina Glanzmann/sag.

Bildredaktion/Fotograph: Alain D. Bollat/adb.

Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD).

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontär: Sandro Sprecher/sos.

Online Redaktion: Melanie Roth/rm

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

Verlag
Leitung: Barbara König,
Assistent: Alain Hämi

Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs.

Geschäftsanzwäger: Emanuel Müller, Michael Müller.

htrjob.ch: Denise Karam
Druck: BUCHER Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2009/10, verkaufte Auflage: 9814, Gratisauflage: 1065.

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.--, ISSN: 1424-0440

Kontakte
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

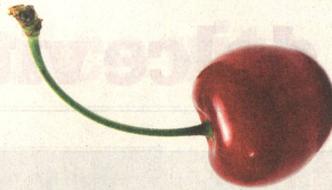
ANZEIGE

Gelesen von Entscheidungsträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

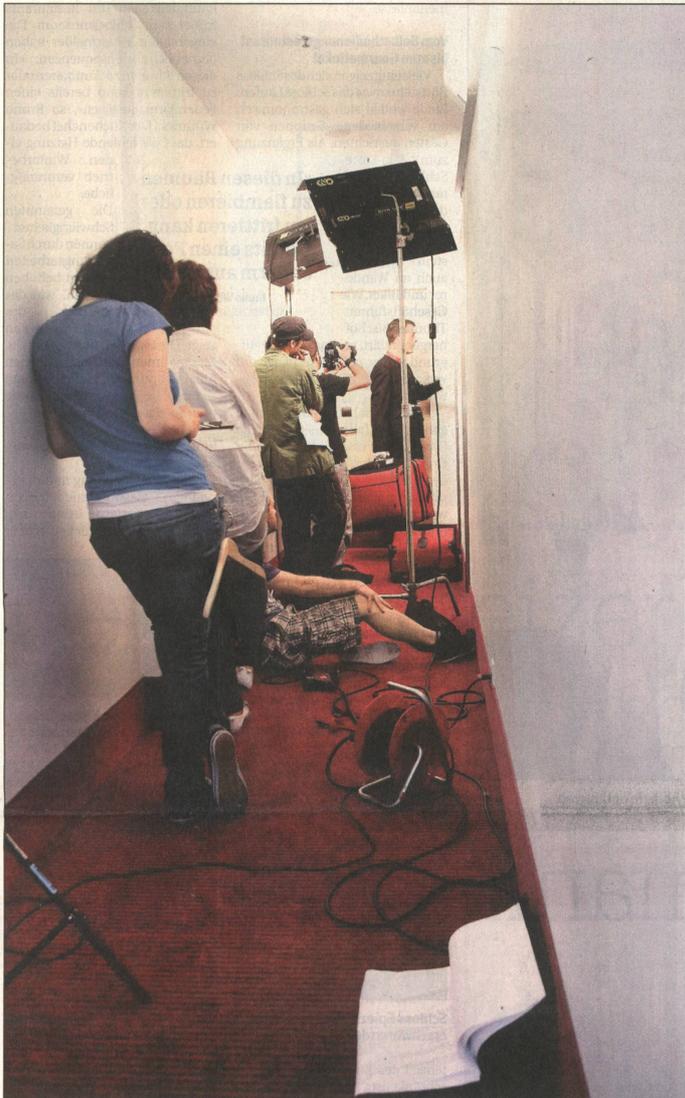
htr hotelrevue



Kirsch

Jährlich verarbeiten die hiesigen Distillerien rund 4000 Tonnen Brennkirschen.

Seite 17



Alle Augen sind auf den «Pagen» gerichtet: Höchste Konzentration während des Filmdrehs im Hotelgang. Bilder: Basile Bonnard



Das «Zimmermädchen» Anina Jendreyko erhält von Co-Regisseur David Rodriguez letzte Anweisungen.



So entsteht die «Schusswunde» am Kopf von Schauspieler Hans-Peter Ulli.

Christian Kaindl (L.), David Rodriguez und Lillian Bocksch, zuständig für Ausstattung und Kostüme.



Die Klappe, ohne die beim Filmdreh nichts geht.



Nachgefragt

Petra Emmel

General Manager im Ramada Plaza Hotel & Conference Center (seit 2006). Davor 16 Jahre in verschiedenen Funktionen für die Dorint Gruppe tätig.

Schuss im Hotel: «Tatort» Ramada Plaza

Ein Schuss fällt. Das Zimmermädchen im sechsten Stock des Hotels Ramada Plaza in Basel blickt durch das Loch in der Türe, öffnet diese einen Spalt breit – und kreischt. Der Page eilt herbei und stellt sich neben die Frau. «Was ist passiert?», fragt er sie schockiert, «ich hole Hilfe.»

Nein, die Gäste im «Ramada Plaza» haben nichts zu befürchten. Die Szene ist bloss gespielt und gehört zum Dreh von «Der Fall des Koffers», einem der 20 Filmprojekte, die für den diesjährigen Swiss Hotel Film Award nominiert sind. Nach 2009 wird der von hotelleriesuisse lancierte Kurzfilm-Wettbewerb der Schweizer Hotellerie zum zweiten Mal durchgeführt. «Der Schrei war zu leise, gefll», fragt Schauspielerin Anina Jendreyko in die Runde. Die zehnköpfige Crew um die jungen Wiener Regisseure Philipp Kaindl und David Rodriguez arbeitet ruhig und hochkonzentriert, obwohl – oder gerade weil – die Szene im Gangspielt. Für Kabelrollen, Kamera-, Licht- und Tongeräte ist der Platz knapp. «Wir gehen auf Anfang», weist Philipp Kaindl seine Leute an. «Und bitte.» Es ist die achte Szene, und es wird sechs Takes brauchen, bis sie definitiv «im Kasten» ist.

Die Hotellszenerie als Drehort reizte die junge Filmcrew

Warum sich die Österreicher für den Swiss Hotel Film Award beworben haben, hat nicht nur mit der Aussicht auf den Gewinn, sondern auch mit der Hotellszenerie zu tun. «Es ist dieses spannende Aufeinandertreffen von Anonymem und Persönlichem, das ein Hotel für mich ausmacht», beschreibt Philipp Kaindl den Reiz dahinter. In der von ihm und Rodriguez entwickelten Geschichte treffen zwei Welten aufeinander, die genau diesem Gegensatz entsprechen wollen: Da gibt es etwa den windigen Geschäftsmann Erich Kirchner (Hans-Peter Ulli), der absichtlich in ein grosses Businesshotel geht, weil er ungestört einen krummen Deal abwickeln

Der Kurzfilm «Der Fall des Koffers» zeigt, was passieren kann, wenn zwei Gästekoffer verwechselt werden. Er wurde für die Swiss Hotel Film Awards im Ramada Plaza Basel gedreht.

SABRINA GLANZMANN

Aufruf Drink kreieren und an der Gala mit dabei sein

Möchten Sie dabei sein, wenn der Swiss Hotel Film Award (SHFA) am 25. 8. in der Filmarena Sihlcity Zürich verliehen wird? Dann kreieren Sie einen SHFA-Drink und vermarkten Sie ihn auf den aussergewöhnlichsten Kanälen. Belegen Sie dies mit einem Mini-Marketing-Konzept und Fotos, welche Sie bis am 8. 8. an online@htr.ch schicken oder auf unsere Facebook-Seite laden. Die drei besten Marketing-Ideen gewinnen je zwei Tickets für die Preisverleihung. Dem Gewinner-Drink winkt ausserdem ein kleiner Auftritt an der Gala-Night. rom

Weitere Daten SHFA:

25. 7. Jury bestimmt Gewinner 18. 7.–24. 8. Publikumsabstimmung www.swisshotelfilmaward.ch

möchte. Und da gibt es die charmante Christine (Isabell Ordosch), die ihren Ehemann im Hotel treffen und nach einer Beziehungskrise wieder zu ihm finden möchte. Dieser Plot sei Grund dafür, weshalb ihr Wunschdrehort ein grösseres Stadthotel und kein reines Ferienhotel gewesen sei, sagt Kaindl. Die

Filmer konnten bei der Bewerbung ihre Wünsche angeben und schliesslich aus drei Hotelvorschlägen auswählen; die Wahl des «Ramada Plaza» sei ein Glücksfall, gerade wenn man bedenke, dass die Crew aus Zeit- und Termingründen keine Gelegenheit hatte, den Schauplatz vor Drehbeginn zu besichtigen – «im Film eigentlich ein Ding der Unmöglichkeit», weiss Co-Regisseur David Rodriguez.

Vor Ort halfen Improvisation und die Mitarbeiter bei Problemen

Doch mit Improvisation und mit Hilfe der Mitarbeiter des 4-Sterne-Superior-Hauses war für jedes Problem immer eine Lösung parat: Laut Drehbuch braucht's einen Lift mit Knöpfen, die Gästeflur im «Ramada Plaza» haben aber keine – rasch wurde doch noch einer mit Knöpfen gefunden. Die Story hat eine Lobby mit grosser Treppe vorgegeben, die Filmer fanden aber eine Rolltreppe vor –, so wurde das Wiedersehen von Christine mit ihrem



Co-Regisseur Philipp Kaindl: «Der Drehort Hotel ist spannend.»



Die Jacke muss sitzen: Lillian Bocksch mit Pascal Holzer.

Man kurzzerhand in die Bar verlegt, «was noch schöner und stimmiger ist als das ursprünglich geplante Setting», freut sich Rodriguez.

Gekonntes Zusammenspiel von Filmern, Gästen und Mitarbeitern

Inzwischen ist eine nächste Gang-Szene in Entstehung: Das Zimmermädchen bezirzt den Pagen (Pascal Holzer) und die verhängnisvolle Kofferverwechslung, Ursprung allen «Schuss-Übels», findet statt – der Film-Arbeitstitel «Der Kofferörder» lässt das folgende Drama erahnen. Es ist warm, die Beleuchtung tut ihr Übriges, aber noch immer lassen sich weder Schauspieler noch Team davon berühren. Und übrigens auch nicht der «richtige» Gast vom Dreh; plötzlich bezieht nämlich jemand just neben dem Drehort sein Zimmer. Und übrigens auch nicht die «richtige» Reinigungsmitarbeiterin, die lächelnd den Boden vor den Lift aufwischet. Hier im sechsten Stock des «Ramada Plaza», zwischen Zimmer 0608 und 0612, entsteht ein Kurzfilm über den Mikrokosmos «Hotel», bei dem die Akteure beider Seiten gekonnt mitspielen. **Siehe auch Seite 23**

1. Was war für Sie die Motivation, sich am Swiss Hotel Film Award zu beteiligen?

Mit diesem Filmdreh haben wir einen besonderen Anlass im Hotel, mit dem man einmal anders an die Öffentlichkeit treten kann als mit Renovierungsarbeiten oder einer neuen Direktion. Wir hoffen, dass die Hotelarbeiten auch überregional wahrgenommen werden. Ein Hotel ist ja eigentlich wie eine Bühne, auf der wir uns täglich präsentieren und arbeiten. Nun Drehort eines Films zu sein, ist schon speziell.

2. Gab es seitens der Hotelgäste Reaktionen auf diese Dreharbeiten?

Natürlich erweckten die Kamera, die Licht- und Tonanlagen das Interesse. Angesprochen wurden wir aber nicht. Die Hotelgäste zeigten für die zweitägigen Dreharbeiten sehr viel Verständnis.

3. Welche Herausforderungen mussten Sie für die Filmaufnahmen bewältigen?

Wir waren in der vorangehenden Woche noch mit der Kunstmesse ArtBasel beschäftigt. Am Montag kam dann bereits die Vorhut der Filmcrew an. Zudem mussten wir schauen, auf welchem Stockwerk die drei benötigten Zimmertypen vorhanden und nicht belegt waren. Die Wahl der Zimmer war in diesem Fall eine Herausforderung, weil laut Drehbuch ein Schuss von einem Zimmer geradeaus ins andere gehen muss.

4. Was würden Sie einem anderen Hotelier raten, der sich für diesen Wettbewerb interessiert?

Man muss ganz einfach während der Drehtage alles spontan nehmen. Die Organisation ist intensiv, aber spannend und macht Freude.

Gastronomie

Gasthaus zur Waldegg in Horw neu eröffnet

Nach mehrmonatiger Renovierung wurde in Horw das Gasthaus zur Waldegg neu eröffnet. Bei den Arbeiten erhielt die Arvenstube einen neuen Holzboden, eine neue Farbgestaltung sowie eine neue Beleuchtung. Gleichzeitig wurde die gesamte Küchen- und Buffet-Infrastruktur modernisiert. Nach der Renovierung der Gastwirtschaft folgt nun der Umbau des Hotelteils. Dieser soll von 10 auf 40 Hotelzimmer aufgestockt werden, einen neuen Eingang sowie eine neue Terrassenwirtschaft erhalten. Die Eröffnung ist auf Herbst 2012 geplant.

Restaurant Pipapo wird «Thaigarden»

Im Business- & Freizeitkomplex Riverside in Zweiden-Grattfelden eröffnet ein neues Restaurant. Das ehemalige Restaurant Pipapo wird ab kommendem Samstag, 2. Juli, unter dem Namen «Thaigarden» thailändische Gerichte servieren. Das verantwortliche Team möchte das «Thaigarden» als klassisches A-la-carte-Restaurant mit gehobener Küche positionieren. Auf der Speisekarte stehen unter anderem verschiedene Currys und Spezialitäten aus dem Wok. Angeboten werden auch grössere Menüs sowie Gerichte für Gruppen. Das neue Lokal wird ab kommender Woche von Dienstag bis Samstag jeweils ab 18 Uhr geöffnet haben.

Genuss

Davidoff bringt kleine Zigarre auf den Markt

Der Zigarrenhersteller Davidoff erweitert seine Serie «Puro d'Oro» um eine kleine Variante. Die «Momentos», so der Name der neuen Zigarre, sollen gemäss Hersteller vor allem Personen mit Zeitmangel einen kurzen Moment der Ruhe ermöglichen. Hergestellt werden sie wie ihre grossen Pendanten aus dominikanischem Tabak und Deckblatt, die von Hand zusammengefügt werden. Erhältlich sind die «Puro d'Oro»-Momentos in der Schweiz ab Juli im Tabakfachhandel in einer Fünfer-Blechdose. SOS

Ausstellung

Seilerei von Unterägeri auf dem Ballenberg



Bilder zvg

Das Freilichtmuseum Ballenberg ist um eine Attraktion reicher: Die über fünfzig Meter lange Seilerei von Unterägeri stammt aus dem Jahr 1896. In dem Schopf wird das traditionelle und vom Aussterben bedrohte Seilhandwerk gezeigt. Im Zusammenhang mit der von der Schweiz ratifizierten Unesco-Konvention zum immateriellen Kulturerbe will sich der Ballenberg als Kompetenzzentrum für das traditionelle Handwerk etablieren. gsg



Im Schloss Laufen konnte man durch bauliche Massnahmen betriebliche Abläufe optimieren. Bilder zvg

Schlosskulinarik à la carte

Restaurants in historischen Gebäuden sind bei Gästen beliebt. Für Gastronomen bieten sie jedoch einige Herausforderungen.

SANDRO SPRECHER

Zahlreiche Gastronomiebetriebe in historischen Gebäuden verteilen sich quer über die Schweiz. Die Unterschiede in der Ausrichtung sind dabei beträchtlich. Das Schloss Wülflingen beispielsweise ist ein reiner Restaurationsbetrieb und kann deshalb nicht ohne Weiteres besichtigt werden. Gästegruppen können sich jedoch auf Wunsch durch die Räumlichkeiten führen lassen. Das Schloss Spiez

setzt wie das Schloss Wülflingen auf eine gehobene Spezialitätenküche. Die Wintermonate überbrückt Küchenchef Bruno Wüthrich mit einem Partyservice.

Andere Akzente setzen Monika Cariglia und Jutta Jertrum, Geschäftsführerinnen im Schloss Rapperswil. Sie führen nur einen eingeschränkten Gastrobetrieb. Dieser besteht aus einem Sonntagsbrunch und aus einer kleinen Speisekarte unter der Woche, wel-

che vor allem von den Besuchern des Schlosses geschätzt wird. Ansonsten konzentriert sich das Schloss Rapperswil auf einen Cateringservice für Privat- und Firmenanlässe.

Vom Selbstbedienungsrestaurant bis zum Gourmetlokal

Vielseitig zeigen sich das Schloss Böttstein sowie das Schloss Laufen. Beide wollen sich gastronomisch auf verschiedene Gruppen von Gästen ausrichten. Als Ergänzung zum A-la-carte-Schlossrestaurant richtet sich die gutbürgerliche «Dorfstube» im Schloss Böttstein explizit auch an Wanderer und Biker. Wie Geschäftsführer Thomas Bischofberger erklärt, sei das Schloss aufgrund seiner peripheren Lage auf verschiedene Zielgruppen ange-

wiesen. Das Schloss Laufen am Rheinfall spricht ebenfalls unterschiedliche Gäste an. So erwirtschaftet die SV Group laut der Kommunikationsbeauftragten Stephanie Steinmann vor allem im Sommer einen wesentlichen Teil des Umsatzes mit dem Selbstbedienungsrestaurant. Gleichzeitig seien in dieser Jahreszeit die Wochenenden gut mit Hochzeiten belegt. Im Winter liegt der Fokus eher auf dem A-la-carte-Restaurant Castello. Gezählt sind die Tage des Kinderrestaurants. Die Auslastung rechtfertigt den Aufwand an Personal und Räumlichkeiten nicht mehr. «Wir mussten erkennen, dass das Po-

them Bau nicht als Restaurants ausgelegt, was sich oft in einer ungünstigen Anordnung der Räume mit entsprechend langen Wegen äussert. In Spiez gehörten die Räumlichkeiten des Restaurants früher zum Schlossmuseum. Die eingebauten Feuermelder haben betriebliche Konsequenzen: «In diesen Räumen zu flambieren oder zu frittieren, kann bereits einen Feueralarm auslösen», so Bruno Wüthrich. Der Küchenchef bedauert, dass die fehlende Heizung ein-

«In diesen Räumen zu flambieren oder zu frittieren kann bereits einen Feueralarm auslösen.»

Bruno Wüthrich
Küchenchef Schloss Spiez

nen Winterbetrieb verunmöglichen. Die genannten Schwierigkeiten können durch Sanierungsarbeiten bedingt behoben werden, wie das Beispiel des Schlosses Laufen zeigt. Dort wurden durch bauliche Massnahmen die betrieblichen Abläufe optimiert. Einen Neubau, so Stephanie Steinmann, würde man aber ganz anders planen.

Klösterliche Werte: Fürsorge und Selbstversorgung

Eine Sonderstellung in den genannten Gastronomiebetrieben nimmt die Kartause Ittingen ein. Im ehemaligen Kloster liegen dem



Kartause Ittingen: Klösterliche Werte als Basis der Gastronomie.



Schloss Rapperswil: Catering als starkes Standbein.

Betriebskonzept die klösterlichen Werte zugrunde: Gastfreundschaft, Kultur und Bildung, Selbstversorgung, Spiritualität und Fürsorge. In Bezug auf die Fürsorge beschäftigt die Kartause beispielsweise 60 Mitarbeitende mit einer Behinderung, die teilweise auch vor Ort wohnen. Kultur und Bildung werden durch zahlreiche Anlässe und durch zwei Museen vermittelt, welche in der Kartause untergebracht sind. Gleichzeitig soll die Restauration möglichst auf Selbstversorgung aufgebaut werden. Zahlreiche verwendete Produkte stammen vom kloster-eigenen Gutshof.



Schloss Spiez: Feuermelder erschweren den Betrieb.

tenzial des Kinderrestaurants beschränkt ist», so Steinmann. Für die Kommunikationsverantwortliche ist die Ausrichtung auf verschiedene Zielgruppen dennoch ein Erfolgsmodell.

Schlösser wurden nicht als Restaurants geplant

Der Betrieb eines Restaurants in einem historischen Gebäude bringt für den Gastronomen auch einige logistische Schwierigkeiten mit sich. Die Schlösser wurden bei

Neue Bücher

Knoblauch: auf allen Kontinenten zu Hause

Er ist eine der ältesten Kultur- und Heilpflanzen: der Knoblauch. Ohne ihn hätten zum Beispiel die Pyramidenbauer ihre Höchstleistung



gen kaum vollbringen können. Und auch die Autorin Erica Bänziger liebt ihn: Mit dem Buch «Knoblauch, eine Liebeserklärung» prä-

sentiert sie ihre Lieblingsrezepte aus den Weltküchen, Klassiker und eigene Kreationen.

Erica Bänziger, Knoblauch, eine Liebeserklärung, Fona Verlag, Fr. 29.90.

Traditionelle Reise durch die Schweizer Küche

Das gemeinsame Erbe in Kochtöpfen und auf Tellern verdanken Schweizer und Schweizerinnen



der Armut der arbeitenden Vorfahren: den Bauern und Alptrhirten, den Arbeitern und Tagelöhnern. So entstanden traditionelle Gerichte wie die Minestrone oder Capuns, die Berner Platte oder das Fondue Moitié-Moitié, die Alfred Häfeli festgehalten hat im dreisprachigen Buch «Schweizer Küche».

Alfred Häfeli, Schweizer Küche, Cuisine Suisse, Swiss Cooking, Fona Verlag, Fr. 19.90.

Eine perlende Genussreise

Nicht überall, wo Prosecco draufsteht, ist auch Prosecco drin. Hans Messner erzählt, was es mit dem Kultgetränk – von still bis stark perlen – auf sich hat. Erinnt die Lesern mit zu einer Genussreise auf die «Strada del Prosecco», dem Gebiet



rund um Valdobbiadene, Conegliano und Treviso.

Hans Messner, Reise durch das Land des Prosecco, Styria Regional, Fr. 30.50.

Rezepte der Bio-Hotels – vom Meer bis zu den Alpen

Die im Jahr 2000 gegründete Vereinigung der Bio-Hotels setzt sich für natürliche Produkte ein. Nun haben sich dreizehn Bio-Hotels in die Kochtöpfe schauen lassen: Das

Buch «Biogourmetküche» ist eine Rezept-Sammlung und zeigt: Die Hotels kochen mit und ohne



Fleisch, mit Kräutern und Gemüse aus dem eigenen Garten – und immer mit Bio-Überzeugung. fee

Biogourmetküche, Die schönsten Rezepte der Biohotels in Deutschland und Österreich, in der Schweiz und im Südtirol, Edition Styria, Fr. 39.90.

Alle hier vorgestellten Bücher können Sie in unserem neuen Buchshop beziehen: www.hotellerie-suisse.ch/buchshop



Zimmer mit edlen Materialien, an den Wänden hängen – dank einer Kooperation mit dem Klee-Museum – Reproduktionen von Paul Klee.

Der «Schweizerhof» setzt auf Design

Jetzt ist Berns zweites 5-Sterne-Hotel offiziell eröffnet. Der «Schweizerhof» hat 99 Zimmer und Suiten und ist Mitglied bei Design Hotels und Swiss Deluxe.

CHRISTINE KÜNZLER

Mit unserer Mitgliedschaft bei den Designhotels wollen wir uns im Design-Bereich positionieren», sagt «Schweizerhof»-Direktor Michael Thomann. «Zurück stellen wir den Beitritt zu den Leading Hotels of the World, denn diese Mitgliedschaft deckt unser Mitbewerber, das Hotel Bellevue Palace, gut ab.» Im Gegenzug ist der «Schweizerhof» seit Montag Mitglied bei den Swiss Deluxe Hotels.

Nach dem Grand Opening vom Freitag ist das Berner Hotel nun of-



Die modernen, grosszügigen Badezimmer bieten Komfort.



Die Lobby mit Reception und Blick in die Bar (links im Bild).



Kronleuchter – nach altem Vorbild gefertigt.

fiert eröffnet. Vorher durchlebte es eine sechsjährige Durststrecke: Es war ungewiss, ob das geschlossene Haus je wieder Hotelgäste beherbergen würde. In den letzten zwei Jahren nun hat die neue Eigentümerin aus Katar das Hotel unter Einbezug der Denkmalpflege für rund 45 Mio. Franken umge-



Gestaltet hat das Interieur die Londoner Designerin Maria Vaviadis.

baut und um zwölf Zimmer und Suiten erweitert. Und dabei auch die Berner Wurzeln erhalten: So hat die traditionelle Schweizerhof-Brasserie, «Jack's», ihren Namen behalten – als Hommage an Jack Gauer, der das Berner Traditionshotel massgebend geprägt hatte.

Michael Thomann will das Haus «zur ersten Adresse in Bern» machen. Anvisiert wird ein «6-Sterne-Service», sagt Bruno Schöpfer, Direktor der QDHP Swiss Management AG. Er ist verantwortlich für

die Schweizer Bürgenstock Selection Hotels, zu welchen der Schweizerhof gehört, und vertritt die Eigentümerin, die Qatari Diar Real Estate Ltd., in der Schweiz.

Junge «leidenschaftliche und begeisterte» Kaderleute

Für hohen Standard sorgen edle Materialien und technische Raffinessen in den Zimmern. Ein Zeichen der Gastfreundschaft sind die kulinarischen Kleinigkeiten zum Empfang der Gäste – süss oder salzig, je nach Wunsch. Für Long-stay-Gäste gibt's Suiten mit Kitchenette. Softdrinks und Bier in der Minibar sind im Zimmerpreis – zwischen 505 Franken für ein Standard-Doppelzimmer und 2300 Franken für die Royal Suite – inbegriffen.

Das Wohl der Gäste liegt in der Verantwortung von 130 Mitarbeitenden. Thomann setzt auf ein junges Kaderteam. «Leidenschaft, Begeisterung und Freude» waren für die Wahl der Mitarbeitenden ausschlaggebend. Unter ihnen sind viele Bernerinnen und Berner.

Flaute in den Sommermonaten, gut gebucht im Herbst

Der 29-jährige Küchenchef Silvan Durrer jedoch kommt aus der Innerschweiz. Im «Schweizerhof» hat er seine erste Stelle als Executive Chef gefunden und sorgt nun mit seinen 22 Köchen für das leibliche Wohl der Hotel-, Seminar- und Restaurantgäste. Beworben habe er sich, weil «mich die Herausforderung reizt und ich etwas Neues erleben will». Befürchtungen, der Druck könnte zu gross werden, habe er keine. Ein Blick in die Speisekarte zeigt: Durrer setzt im «Jack's» auf typisch französische Brasserie-Gerichte. Auf der Karte der Lobby-Lounge-Bar dominiert tagsüber leichte Kost, abends wird auch Fingerfood serviert. Die Auswahl an Drinks und Wein ist immens.

News

Hotel Courtyard bietet Paket für Klimaschutz an

Das Hotel Courtyard by Marriott Zürich Nord bietet seinen Gästen ab Ende Juni ein «myclimate Climate Package» an. Mit einem Aufpreis von 10 Franken kann der Gast Klimaschutzprojekte in Zürich Nord und Malawi unterstützen. In Zürich sollen die Einnahmen dem Aufbau der Klima-Lokal-Initiative in Zürich-Oerlikon zugutekommen. Gleichzeitig wird mit den Einnahmen ein Klimaschutzprojekt in Malawi finanziert. Durch dieses sollen die entstandenen Klimaemissionen der Übernachtung kompensiert werden, so dass der Gast klimaneutral übernachten kann. sos

Barry Callebaut expandiert in Mexiko



Bilder Zvg

Der Schweizer Schokoladenhersteller Barry Callebaut übernimmt von der mexikanischen Chocolates Turin eine Industrieschokoladenfabrik in Toluca. Der Kaufpreis ist unbekannt. Gemäss Mitteilung investiert der Konzern 28,5 Mio. Franken in den Anlagen-Ausbau, um jährlich bis 20 000 Tonnen Schokolade herzustellen. Zusammen mit der anderen mexikanischen Produktionsstätte sei Barry Callebaut nun gut positioniert, den mexikanischen Markt und andere Länder Lateinamerikas bedienen zu können.

Internationaler Wettbewerb für Barkeeper

Der internationale Cocktail-Wettbewerb von Bacardi, die Global Legacy Cocktail Competition, wird 2011 erstmals auch in der Schweiz ausgetragen. In der Jury sind etwa Peter Roth von der Zürcher Kronenhalle, Widder-Bar-Chef Markus Blatter und Maurizio Cassaro vom Hotel Eden Roc in Ascona. Die Barkeeper müssen einen eigenen Cocktail kreieren, der sich nicht nur vor der Jury, sondern während dreier Monate auch im Praxistest in Bars bewähren muss. Der Gewinner reist 2012 an das internationale Finale in Puerto Rico. Die Anmeldefrist läuft noch bis zum 31. Juli.

www.trueoriginals.com

«Persönlich» aus dem «Belvédère» in Scuol



Schweizer Radio DRS 1 sendet seine Talk-Sendung «Persönlich» am Sonntag, 3. Juli, live aus Scuol: Moderatorin Karin Frei diskutiert im Hotel Belvédère mit Ludwig Hatecke (Metzgerei Hatecke) und Seraina Campell, Jägerin und Biologin im Schweizerischen Nationalpark im Engadin. «Persönlich» wird jeden Sonntag von 10.00 bis 11.00 Uhr gesendet und gleichentags von 22.00 bis 23.00 Uhr auf DRS 1 wiederholt. Die Sendung ist auch im Internet nachzuhören oder kann als Podcast abonniert werden. sag

Ein Hotelzimmer mit eigenem Namen

Eine Aktion der besonderen Art: Aktuell können Gäste die Zimmer der Gruppe NH Hoteles nach ihrem Namen benennen. Online via Facebook.

SABRINA GLANZMANN

«Jedes Zimmer hat eine Geschichte, und jede Geschichte hat einen Autor. Und jeder Autor hat seinen Namen.» Unter diesem Motto hat sich die spanische Hotelgruppe NH Hoteles eine besondere Werbeaktion einfallen lassen, und fast alle der rund 400 Hotels in 25 Ländern weltweit nehmen daran teil: Mit Hilfe einer Applikation im Facebook-Profil von NH Hoteles können die User eines der rund 60 000 Zimmer der Business-Hotelgruppe mit ihrem eigenen Namen versehen. Das Häuser-Portfolio kann online angeschaut, ein «Lieblingzimmer» ausgesucht und benannt

werden. Doch dabei bleibt es nicht – dieser «Online-Tauf» folgt die reale in den verschiedenen Häusern direkt vor Ort: Bis Ende des Jahres wird jedes der teilnehmenden NH-Hoteles die Namensplaketten seiner «Besitzer» an den entsprechenden Zimmertüren anbringen.

Unter den Usern wird am Ende der Aktion ein einwöchiger Aufenthalt inklusive Anreise in dem von ihnen benannten Zimmer verlost, und dies ganz unabhängig davon, ob sich das Zimmer in Ancona, Brüssel, Veravruz, Dresden oder Santiago de Chile befindet. Oder in



Auch das NH Zurich Airport macht bei der Facebook-Aktion mit.

einem der Schweizer Häuser in Zürich, Fribourg, Luzern oder Genf, die ebenfalls ihre Zimmer zur Namensgebung zur Verfügung stellen. Bis Redaktionsschluss waren im NH Zurich Airport übrigens bereits 17 Zimmer benannt und 123 noch frei; im NH Luzern hatten von total 100 Zimmern 13 einen «User-Namen» bekommen.

Die Facebook-Anwendung ist noch bis zum 20. Juli aufgeschaltet – respektive so lange, bis alle angebotenen Hotelzimmer «vergeben» sind.

www.nh-hotels.com

Weine für jeden Geschmack



Geny's

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

Sucht man einen charakteristischen Vertreter von Ostschweizer Weinen, so wird man zweifellos auf das Weingut Stamm in Thynggen stossen. Stamm-Weine repräsentieren alle Tugenden, die Weinliebhaber mit Schaffhauser Wein verbinden: nachhaltige Frucht, geschmackvolle Frische, delikater Sortenausdruck und vor allem Eleganz mit mineralischer Prägung. Das Familien-Weingut blickt auf eine jahrhundertealte stolze Weinbautradition zurück. Thomas Stamm fühlt sich heute, nachdem der Weinbau auf dem Gut in den 1970er-Jahren beinahe ganz aufgegeben wurde, mehr denn je verpflichtet, die Zukunft neu zu gestalten. Der Sortenspiegel und die Rebflächen wurden über die Jahre kontinuierlich auf heute rund 12 Hektaren ausgebaut. Die meisten Rebzeilen sind quer terrassiert, was die Hand- und Maschinenarbeit im Rebberg gewaltig erleichtert.

Das Ziel ist es, Weine zu vinifizieren, die ein breites Spektrum an Aromatik aufweisen, ausgewogen sind und zum Trinken animieren. Die Weine sollen sich durch eine natürliche Balance und vielfältige Aromen auszeichnen. Eine beinahe ehrfurchtige Bewirtschaftung der Weingärten und die sorgfältige Betreuung im Keller führen zu einem authentischen Charakter. Wein zu machen, bedeutet für Thomas und Mariann Stamm, sich der Tradition bewusst zu sein und darauf aufbauend mit neuen Methoden in die Zukunft zu gehen. Selbstbewusst werden eigene Ideen umgesetzt, und dies durchaus mit Kühnheit. Das Engagement des ganzen Teams trägt dazu bei, dass das Weingut in den letzten Jahren mit grossem Erfolg an Profil gewonnen hat. Mariann und Thomas Stamm konzentrieren sich voll und ganz auf ihre Aufgabe und holen ein Optimum heraus. Das



Geht ungewohnte Wege: Das Winzerehepaar Thomas und Mariann Stamm.

Winzerehepaar ergänzt sich hervorragend. Mariann Stamm widmet sich vor allem der Kundenbetreuung in Stamm's Oenothek an der Vordergasse in Schaffhausen. Thomas Stamm ist mit der Verantwortung rund um das Weingut vollauf beschäftigt.

Auf dem Gut ist Winzern eine Leidenschaft. Diese Passion widerspiegelt sich im aussergewöhnlichen Angebot. «Wenn ich nur Pinot Noir im Sortiment habe, so mache ich etwas falsch», sagt Thomas. Sage und schreibe 15 verschiedene Weiss- und 20 Rotweine in je zwei unterschiedlichen Linien stellen die Stammers her.

Die «Genusswertlinie» bürgt für Sicherheit bei der optimalen Weinwahl. «Wein muss Ge-

nuss bereiten, dem, der ihn trinkt, und dem, der ihn macht», sagt Thomas Stamm. Bei dieser Linie nimmt der Winzer grossen Einfluss auf die Vinifikation und beim Assemblieren. Die Cuvées erlauben es ihm, aus heimischen Sorten einen ganz spezifischen, unverwechselbaren Wein zu kreieren, – konzipiert für jeden Geschmack seiner treuen Kundschaft. Das Winzerehepaar geht mit der Bezeichnung seiner Weine ungewohnt neue Wege. Die Weinauswahl soll dem Laien und Weinliebhaber so einfach wie möglich gemacht werden. Der Weiss- und Rotweine AOC Schaffhausen ist in Nummern zwischen eins und neun eingeteilt. Je höher die Zahl, umso nachhaltiger schmeckt der Wein am Gaumen. Apéroweine tragen also die Nummern 0 bis 3. Weine ab Nummer 4 harmonisieren mit ent-

sprechender Speise und alle Weine ab Nummer 6 sind sie wie geschaffen für den geruhsamen Weingenuss.

Die zweite Linie ist traditionell mit ihren reinsortigen und lagebetonten Weiss- und Rotweinen. Es sind eigenständige Weine, die Charakter zeigen und die Handschrift von Herkunft und Winzer kristallklar erkennen lassen. Jahrgangsschwankungen werden akzeptiert und nicht korrigiert.

Eine weitere Eigenart des Weingutes ist es, die Weine in Schaffhauser Eiche auszubauen. Da auch die Waldwirtschaft in der Familie Stamm eine langjährige Tradition hat, ist es für Thomas naheliegend, Fässer aus Schaffhauser Eichenholz anfertigen zu lassen. Das Holz prägt den Wein. Zudem passen Trauben und Holz aus der Region hervorragend zur Philosophie von «Weinstamm».

Genusswertlinie: Der 2008 AOC Schaffhausen 9, ein weisser Cuvée für 26 Franken, präsentiert sich wuchtig, würzig, und gehaltvoll. Der 2007 AOC Schaffhausen 6 (Fr. 19.50), ein reinsortiger Sauvignon blanc, mundet herbfruchtig. Mein Favorit ist der 2010 AOC Schaffhausen 4 (Fr. 18.-): ein Cuvée, bestehend aus weiss gekeltertem Pinot Noir und Chardonnay. Ein meisterhafter Wein, in dem die Fähigkeiten von Mensch und Natur einen Einklang bilden. Der Wein beeindruckt durch seine Spritzigkeit und Ausgewogenheit. Am Gaumen erscheint er konzentriert mit exquisiten Zitrusnuancen, die seine Leichtigkeit noch unterstreichen. Ein sanft pochiertes Saiblingflötel auf Wurzelgemüsejulienne und Safransauce wäre ein idealer Begleiter.

www.weinstamm.ch

ANZEIGE



Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie

Ganzheitliche Sicherheit ist ein zentrales Thema in der Hotellerie. Ganzheitliche Sicherheit bildet die Basis für unbeschwerter Aufenthalte, stressfreie Erholung oder in Ruhe abzuwickelnde Geschäfte. Eintretenswahrscheinlichkeit und Auswirkungen von Gefahren müssen also gering gehalten werden.

Ziele

- Sie sind sich der Bedeutung der ganzheitlichen Sicherheit in und um Ihren Betrieb bewusst.
- Sie sind in der Lage, die Eintrittswahrscheinlichkeit und Auswirkungen von Risiken abzuschätzen.
- Sie erstellen eine Risikoanalyse und führen die Gefahrenermittlung in Ihrem Betrieb nach vorgegebenen und individualisierten Checklisten durch.
- Sie verfügen über hotelspezifische Grundlagen für Sicherheitsthemen als Ergänzung zur Branchenlösung «Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz» (KOPAS).
- Sie sind in der Lage, entsprechende Instrumente im eigenen Betrieb einzusetzen und vorbeugende und reaktive Sicherheitsmassnahmen zu planen und umzusetzen.

Kursdaten (09.00 Uhr bis ca. 17.00 Uhr)

- 15. Juli 2011, Hotel Walhalla, St. Gallen
- 18. Oktober 2011, Hotel Storch, Zürich
- 23. November 2011, Campus Sursee, Sursee

Kosten

CHF 375.00

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



Der Klassiker Was der Grappa für Italien, ist der Kirsch für die Schweiz: ein Stück Tradition. Sortenreine Brände machen aus ihm weit mehr als nur ein Schnaps fürs Fondue.

FRANZISKA EGLI

Er ist aus kaum einem Schweizer Haushalt wegzudenken – und das nicht nur wegen seines Stellenwerts beim Fondue: Man denke nur an die Ziger Kirschtorte, an die Kirsch-Stengeli oder an Grossmutter's Schokoladekuchen, der ebenso wenig ohne das gebrannte Obst als Zutat auskommt wie die berühmten Basler Leckerli. Was der Grappa für den Italiener, ist der Kirsch für den Schweizer, könnte man salopp sagen.

Das bestätigt Lorenz Humbel von der gleichnamigen Aargauer Spezialitätenbrennerei. Humbel führt die Firma in dritter Generation und bietet nicht einfach Kirsch, sondern von Rote Lauber Kirsch 2006 über Seppetoni Kirsch 2009 bis zu Ämli Sauerkirsch 2006 über



Mit Kirsch lassen sich Drinks mixen, er passt zu Zigarren und dunkler Schokolade: Die Kirsch-Stengeli aus dem Hause Schwermann.

Bilder zvg

Mehr als Schnaps

zwölf reine Kirsch-Brände feil: «Allein, was Tradition und Bedeutung im Land angeht, sind sich Grappa und Kirsch in der Tat sehr ähnlich. Im Unterschied aber zum italienischen Schnaps wird der Kirsch direkt aus der Frucht zubereitet», so

der Spezialist. Und diese Frucht hängt gerade satt an den Bäumen. Just in diesen Wochen wird in der Schweiz eifrig gepflückt: Auf die Erdbeeren folgen die Kirschen, und von denen gibt es hierzulande nicht wenige – schliesslich gilt die

Schweiz als das Land mit den meisten Kirschenbäumen pro Kopf. Kommt dazu, dass die diesjährige Ernte punkto Menge und Qualität dank dem hervorragenden Frühling als «sehr gut» in die Kirschen-Geschichte eingehen wird.

le Bedeutung. Gerne werden aber genau aus diesen exklusive Kirsch-Brände in kleinen Mengen hergestellt.

Anders als Williams ist Kirsch ein universelles Getränk

Denn noch heute haftet dem Kirsch im Gegensatz zum Obstbrand etwas Edles an. «Die Kirschen-Ernte machte von jeher viel Arbeit», erzählt Lorenz Humbel, «und so war der Kirsch oftmals ein teures Produkt, das dem Bauer auch etwas einbrachte.» Komme dazu, dass der Kirsch selten so ein-

deutig im Geschmack sei wie ein Williams. Das macht das Getränk für Humbel so universell und vielseitig einsetzbar. Zurzeit seien Kirsch-Spezialitäten auf dem Vormarsch, be-

obachtet auch Christen von Swissfruit. Das passt zu der Getränke-Karte, wie es sie in der «Chässstube Rehalp» in Zürich gibt, die sich so liest: Aargauer Buure-Kirsch 1981, Humbels Basler Langstieler, Fassbinds Wildkirsch, Dettling Barrique. Da sage noch einer, Kirsch sei Kirsch und gehöre nur ins Fondue.

1. Roger Ramelet, was für einen Kirsch verwenden Sie für Ihre Stengeli?

Wir bevorzugen den Kirsch von der Distillerie Räber in Küssnacht am Rigi. Der Innerschweizer Kirsch ist anders als der feine Basler Kirsch, viel kräftiger. Das passt besser zu der dunklen Schokolade, die wir für die Produkte verwenden.

2. Im Gegensatz zu den Kirschstengeli-Klassikern von Lindt sind die Ihren ohne Zuckerkruste, warum?

Das ist einfach unsere Spezialität. Aber auch unser Verfahren ist anders: Wir giessen das Stengeli und füllen es mit Kirsch. Bei denen mit Zuckerkruste kommt erst der Kirsch in die Formchen, der dann mit Zucker bestäubt wird. Nach zwei Wochen ist der Zucker kristallisiert, dann wird das Stengeli mit Schokolade übergossen.



Nachgefragt

Roger Ramelet

Roger Ramelet führt mit seiner Frau Sonja Ramelet-Schwermann, der Tochter des Gründers, das Erbe von Jörg Schwermann fort. Die Firma Schwermann stellt Kirsch-, Williams- und Pfüml-Stengeli her.

3. Sie stellen jährlich über eine Million Stück nach altem Familienrezept her. Wie kam es dazu?

Der Vater von Jörg Schwermann, ein Konditor, hatte die Idee von den Stengeli ohne Zuckerkruste und begann zu tüfteln. Dem Sohn gelang es schliesslich, und er machte ein Geschäft daraus. Wir führen diese nun über 40-jährige Tradition in seinem Sinn weiter.

4. Auch Sie produzieren nach wie vor alles in Handarbeit?

Ja, ich stelle sie nach Schwermann's geheimer Rezeptur und nach dem von ihm entwickelten Verfahren her. Und jedes einzelne Stengeli wird von Hand verpackt, was übrigens sehr viel Fingerspitzengefühl braucht: Wir haben lediglich fünf Angestellte, und die widmen sich nur dem Einwickeln. fee

60 Prozent der gesamten Ernte gelangen in die Destillieren

«Anders als beim Wein schliesst man beim Kirsch nicht automatisch von der Ernte auf den Jahrgang», erklärt Josef Christen von Swissfruit, dem Schweizer Obstverband. «Aber man kann sicher davon ausgehen, dass die diesjährige Spitzenerte einen positiven Einfluss auf den Kirsch 2011 haben wird.»

Jährlich sind es 60 Prozent der gesamten Ernte, beziehungsweise rund 4000 Tonnen Brennkirchsen, welche in die Destillieren gelangen. Laut Experten existieren hierzulande mehrere Hundert verschiedene Kirschen-Sorten. Ob kleine oder grosse, süsse oder saure, kurz- oder langstielige, schwarze, braune, rote, weissliche oder gelbliche: Viele haben zwar nur eine regiona-

«Die diesjährige Spitzenerte wird einen positiven Einfluss auf den Kirsch haben.»

Josef Christen
Schweizer Obstverband Swissfruit

Events

Weltbeste Confiseure zu Gast in Zürich

Heute Donnerstag, 30. Juni, weilt eine Delegation der weltweit besten Confiseure aus dem Elsass und Frankreich in Zürich. Die Mitglieder der internationalen Vereinigung «Relais Dessert International» besuchen ihren Kollegen Eric Baumann, Confiserie Baumann. Im Zentrum des Besuches steht dabei die Neupositionierung, welcher der Zürcher Confiseur aus Anlass des 20-jährigen Jubiläums an die Hand genommen hat. Während dieses Tages sollen unter anderem Fragen, welches sich im Zusammenhang mit einem Logo-Wechsel stellen, unter Berufskollegen diskutiert werden.

Kultureller Sommer im Suvretta House



Bilder zvg

Das Suvretta House in St. Moritz bietet auch diesen Sommer wieder kulturelle Veranstaltungen an. Am Freitag, 25. Juli, ist der Harfenist Xavier de Maistre mit einem Konzert zu Gast. Am Sonntag, 31. Juli, findet die Vernissage zu einer Ausstellung mit Bildern und Zeichnungen von Ted Scapa statt. Zwei Tage später bietet der 80-jährige den Workshop «Das Abenteuer Kreativität» an. Am Donnerstag, 4. August, schliesslich besteht die Möglichkeit, die Handschuhmanufaktur «Helen von Albertini» in Ardez zu besuchen.

Zehn Tage Blues, Boogie und Dixieland in Lenk

Vom Freitag, 8., bis Sonntag, 10. Juli, finden in Lenk im Simmental die 23. Jazztage Lenk statt. Eingeladen wurden unter anderem die Sinatra Tribute Band & Max Neissendorfer, die Maryland Jazzband sowie die Sammy Rimmington International Band. Die Hauptkonzerte der Jazztage finden im Festivalzelt auf dem Kronenplatz statt. Weitere Konzerte gibt es jeweils am Mittag in den lokalen Restaurants und Hotels. Am Nachmittag und Abend bietet die Jazzlounge auf dem Marktplatz Jazz und Blues. Und am Abend finden an verschiedenen Orten jeweils Jam-Sessions statt.

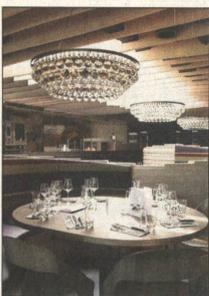
www.jazzlenk.ch

Sagen für die Familie am Flumserberg



Am kommenden Samstag, 2. Juli, wird der Sagenweg am Flumserberg neu eröffnet. Auf 2,4 Kilometern bringt der Erlebnisweg Kindern im Primarschulalter die Welt der Sagen näher. Gleichzeitig sollen sie spielerisch für die Natur und den Umweltschutz sensibilisiert werden. Der Weg soll «lehrreich, aber nicht belehrend» sein. Zwischen Prockamm und Prodalp haben Kinder auf 15 interaktiven Spielstätten die Möglichkeit, das «wilde Mannli» bei der Wiedergutmachung seiner Streiche zu unterstützen. sos

«Chesa Rosatsch» reitet auf neuer Welle



Schlichter Stil mit viel Holz: das neue «Uondas».

Das «Uondas» ist das neue Restaurant im Hotel Chesa Rosatsch in Celerina. Zu den Spezialitäten gehört hausgereiftes Fleisch vom Lavasteingrill.

SABRINA GLANZWANN

Im Oberengadiner Hotel Chesa Rosatsch beginnt eine neue gastronomische Ära: Das bisherige Restaurant La Cuort wurde komplett in den Rohbau zurückgestellt, umgebaut – und jetzt als Restaurant

Uondas neu eröffnet. «Wir wollen damit den veränderten Gästebedürfnissen entgegenkommen. Durch interne Umfragen wurden wir darauf aufmerksam», erklärt Hoteldirektor Ueli Knobel den Hauptgrund für die Renovation. Als die Zimmerzahl des 4-Sterne-Hauses vor 15 Jahren von 18 auf 36 verdoppelt wurde, startete das «La Cuort» als Frühstücksbistro für die Hotelgäste und sei fortan immer erfolgreicher und populärer geworden, auch für Mittag- und Abendessen

«Das Restaurant Uondas soll den veränderten Gästebedürfnissen entsprechen.»

Ueli Knobel
Direktor Hotel Chesa Rosatsch

«Uondas» (rätoromanisch für «Wellen»), liegt doch seine Terrasse direkt am Ufer des Inns. Das Wellen-Thema wird auch in der Decken- und Raumgestaltung mittels

von externen Gästen. Nun sei die Zeit für etwas Neues, für Frische in Design und Kulinarik gekommen, so Knobel. In den Restaurantumbau in den 380-jährigen Hotelmauern wurde rund eine Million Franken investiert. Als Inspiration diente dabei die Lage des Hauses: So heisst das neue Lokal nicht von ungefähr

«Uondas» (rätoromanisch für «Wellen»), liegt doch seine Terrasse direkt am Ufer des Inns. Das Wellen-Thema wird auch in der Decken- und Raumgestaltung mittels

Holzelementen aufgenommen. In der offenen Küche unter der Leitung von Michael Zelger, der auch für das Restaurant Strüvas (14 Gault-Millau-Punkte) verantwortlich zeichnet, entstehen Spezialitäten von Flammechueche – für die das «Chesa Rosatsch» übrigens seit Jahren bekannt ist – bis Soft-Ice-Desserts. Neu sind im «Uondas» die Grilladen vom Lavasteingrill. Dafür werden Engadiner Fleischstücke verwendet, die zwei bis drei Wochen im hauseigenen Fleischreifeschrank lagerten. Gereicht wird dazu nicht etwa ordinäre Kräuterbutter, sondern eine Parmigiana, ein Aubergine-Tomaten-Gratin mit Parmesan.

www.rosatsch.ch

Mit dem Newsletter der htr hotel revue verpas- sen Sie keine News mehr. Registrieren Sie sich kostenlos unter www.htr.ch

Schon gespannt? Die Themen von morgen.



Können Sie es kaum erwarten, die hotel revue in Ihren Händen zu halten? Hier erfahren Sie bereits jetzt, welche Themen Sie morgen lesen.

aktuell

Savognin hat am Montag Ja gesagt zum Parc Ela. Bei einem Nein wäre der Park in zwei Teile aufgespalten worden. Das hätte der Bund bei der Vergabe des Naturpark-Labels nicht akzeptiert. Auch der Naturpark Thunersee-Hohgant kämpft mit einem Wegbrechen der Gemeinden. Es sind die Bergbahnen und Bauern, die Vorbehalte anmelden.

fokus

Reicht es, wenn eine für Mitarbeitende wichtige Mitteilung am Schwarzen Brett hängt? Oder soll man sie besser per Mail verbreiten? Und, falls es um die direkte mündliche Ansprache geht: Müssen die Gesprächspartner ein Formular ausfüllen und visieren? Gerade in der Hotellerie gibt es viele Kommunikations-Schnittstellen. Eine gut funktionierende interne Kommunikation ist deshalb wichtig.

dolce vita

Für eine Hotelkette ebenso ungewöhnlich wie für ein Stadthotel: der hauseigene Kräutergarten. Das «Radisson Blu» in St.Gallen hat den Versuch gewagt. Rund hundert Quadratmeter sind es, die auf dem eher kargen Vordach des Hotels mitten im Geschäftsviertel von St.Gallen jährlich bepflanzt werden.

cahier français

La multiplication des éoliennes dans l'Arc jurassien fait débat. Si Tourisme neuchâtelois se dit inquiet, les autres OT de la région ne voient pas ces constructions d'un trop mauvais œil.

Alles zu diesen Themen und vieles mehr erfahren Sie morgen in der htr hotel revue. An Ihrem Kiosk oder direkt in Ihrem Briefkasten.

Die htr auf Facebook und Twitter



Bereits folgen viele Followers der hotel revue auf Twitter, die Facebook-Seite der Branchenzeitung zählt 383 Facebook-Mitglieder. Sind Sie schon dabei? [mehr »](#)

Was verdienen Sie?



Über 1000 Lohnempfängerinnen und Lohnempfänger haben bereits an der anonymen Lohnfrage 2010 von fit (Frauen im Tourismus) und YSTM

(Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht. Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. [mehr »](#)

Salle Modulaire: Entscheid folgt Ende Jahr



Ob das Musiktheaterhaus Salle Modulaire in Luzern realisiert wird, ist seit dem Rückzug der Gönner offener denn je. Die Vision einer künftigen Musikstadt Luzern wurde durch

die Planungsarbeiten aber gestärkt. Bis Ende Jahr soll über die Machbarkeit des Projekts entschieden werden. [mehr »](#)

Deutscher Wein wird teurer



Deutscher Wein wird wegen dramatischer Ernteeinbussen in diesem Jahr voraussichtlich teurer. Die deutschen Weinbauer werden diesen Herbst voraussichtlich die

kleinste Ernte seit 25 Jahren einbringen. [mehr »](#)

Piloten-Mangel: Traumberuf im Sinkflug

htr hotel revue

cahier français

htr hotelrevue No 26 / 30 juin 2011



Lausanne
Gymnastrada, une grande manifestation sportive qui dépasse toutes les références.
Page 21



Le parcours original
Yannis Gerassimidis a commencé comme réceptionniste et il dirige l'hôtel.
Page 24



À l'image de cette danseuse de flamenco, il faut bien se positionner pour attirer les touristes espagnols. Romanchuck Dmitry/Fotolia

Nouvel élan espagnol?

L'année dernière, 449 824 clients espagnols ont visité la Suisse. Avec cet apport, les pays du Sud se situent à la 12^e place des marchés émergents. Les Espagnols voyagent de préférence en juillet, août et septembre. En 2010, c'est Zurich qui a remporté la palme de la région la plus visitée, suivie par Genève et la région lémanique. Genève, Zurich et Bâle sont les trois destinations préférées des Espagnols.

Ces derniers séjours principalement dans de beaux hôtels typiques, de 3 à 5 étoiles. De leur point de vue, la Suisse couvre la plupart de leurs besoins en matière de vacances. Ils sont à la recherche de la nature omniprésente qu'ils s'attendent à trouver chez nous – c'est du moins ce que disent 70% des hôtes interrogés.

Suisse Tourisme s'attend à davantage de visiteurs espagnols

«Fin 2014, nous pouvons nous attendre à environ 430 000 nuitées, ce qui représente une baisse de près de 7% par rapport à 2008», observe Urs Eberhard, le directeur marchés et meetings de Suisse Tourisme (ST), à Zurich. «Pendant les difficiles années de crise, l'Espagne s'est mieux maintenue que prévu et, par rapport à ses concurrents, la Suisse a enregistré une baisse moins significative.» Néanmoins, la faiblesse de l'euro et la dette du pays ne sont pas restées sans effet sur le flux de visiteurs en direction de la Suisse.

Pour 2013, ST prévoit de nouveau une légère croissance de 1 à 2 pour

Si vous désirez séduire la clientèle espagnole, proposez une page d'accueil conviviale en espagnol sur votre site. Les Espagnols apprécient les prix fixes en euros.

CHRISTINE KÜNZLER

cent. Pour 2012, Gilles Dind, directeur ST Espagne et Portugal, s'est fixé un objectif: atteindre 475 000 nuitées avec la clientèle espagnole.

Cette année, ST organise une opération marketing dans chacune des deux villes principales de la péninsule ibérique. «A Barcelone, elle a déjà eu lieu. A Madrid, elle se tiendra en octobre. Simultanément, nous investissons massivement dans notre présence sur le web», résume Gilles Dind. Et la publicité sera également assurée dans les médias conventionnels. «L'année prochaine, nous allons promouvoir la Suisse dans le train à grande vitesse qui relie Madrid à Barcelone.»

«Celui qui entend miser sur la clientèle ibérique doit rédiger la page d'accueil de son site en espagnol et bien se positionner», conseille Gilles Dind. «Offres et prix doivent être clairement présentés et le processus de réservation doit être

simple. Les prix fixes en euros sont un atout.»

Une clientèle qui aime les marques d'hospitalité

Une fois sur place, les Espagnols présentent les horaires de repas flexibles dans les hôtels et les restaurants, car en Espagne on ne mange jamais avant 13 heures et 21 heures. «Leurs habitudes alimentaires ne diffèrent pas tellement de celles des Suisses. Ils aiment beaucoup la viande et le fromage. Ils sont sensibles aux marques d'hospitalité, notamment à des zones aménagées pour les enfants dans les hôtels, car ils voyagent souvent en famille», observe Gilles Dind. Et d'ajouter: «La vie familiale et sociale est très importante pour eux. Ils apprécient, par exemple, quand le propriétaire de l'hôtel organise de petits événements comme des apéritifs. Et si l'hôtel propose des collaborateurs parlant leur langue, c'est un atout supplémentaire.»

Près de 80% des voyages effectués en Suisse le sont pour des vacances, avec un pic en août. C'est aussi le moment où les Espagnols entreprennent diverses excursions à travers la Suisse, principalement pour la beauté des paysages. Ils entendent profiter de leurs vacances et visiter de beaux sites touristiques. Mais ils aiment aussi nager, faire de la randonnée et du vélo.

Voir également le dossier fokus

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

«Les Ibères se montrent sensibles à la chaleur de l'accueil»

Les touristes espagnols apprécient qu'on leur prête une attention particulière, de même qu'ils se montrent très sensibles à la chaleur de l'accueil. Ils aiment également que le personnel hôtelier parle la langue de Cervantès.

La Barcelonaise Teresa Jean-Mairet, codirectrice avec son mari Gustavo Jean-Mairet, de l'Hôtel Les Alpes, à Champéry, dans le Val d'Illeaz (Valais), connaît bien les voyageurs espagnols. Ces derniers représentent, en effet, près de 10%

de la clientèle de l'Hôtel des Alpes, un établissement familial de montagne doté de 24 chambres, qu'elle codirige depuis cinq ans, après en avoir été la propriétaire pendant huit ans. «Les visiteurs espagnols que j'héberge dans mon deux-étoiles viennent surtout en couple, en famille ou en petits groupes d'amis de six à huit personnes.»

Des voyageurs sympathiques, aimables et respectueux

Aux yeux de Teresa Jean-Mairet, qui a une formation universitaire

dans le tourisme et les relations publiques, «les Espagnols sont en général sympathiques, aimables et respectueux, mais peu compréhensifs avec les horaires helvétiques.»

S'ils ne peuvent, de loin, pas être qualifiés de clients difficiles, les ressortissants de la péninsule ibérique se montrent toutefois tatillon sur un point précis: «Mon expérience m'a enseigné que les Espagnols nourrissent peu d'exigences insurmontables, hormis celle d'avoir des vins de leur pays à la carte!», confie Teresa Jean-Mairet.

Sur le plan du comportement, les Espagnols «sont reconnaissables à leur bruyante façon de parler», explique Teresa Jean-Mairet.

Des visiteurs qui parlent fort

Et de poursuivre: «Ce parler fort les différencie des Britanniques, des Allemands ou des Français, tout particulièrement.» L'hôtelière bar-

celonaise a-t-elle identifié une erreur à ne pas commettre avec ses compatriotes,

«Les Espagnols aiment trouver à la carte des vins de leur pays.»

Teresa Jean-Mairet
Hôtel des Alpes, Champéry

l'impair qu'ils font définitivement fuir? «S'ils ont le sentiment d'être étouffés par un excès de rigueur en matière de normes hôtelières ou s'ils ont l'impression de ne pas être considérés comme des clients importants, les touristes

espagnols ont tendance à se cabrer.»

A l'échelle de la stratégie promotionnelle, Teresa Jean-Mairet juge que le marketing direct, tel que le pratiquent Suisse Tourisme (ST) et Swiss, est le plus à même d'attirer les Espagnols. Et d'ajouter: «Personnellement, j'ai recours à ST, bien évidemment, mais également au Swiss Circle de Barcelone, une plate-forme promotionnelle qui regroupe l'architecture, le multimédia et les produits gourmets made in Switzerland.» e da

ANNONCE

www.swisshotelfilmaward.ch

stars & hotels
Association Film Award

LA VOIE VERS UN AVENIR PROMETTEUR

Découvrez sur www.htr-milestone.ch les projets touristiques garants du succès à long terme.

idea creation swiss made software

Révolutionnez vos affaires de bons

e-guma
Le système de gestion de bons
Plus de succès à la vente – moins de difficultés à la gestion
Idea Creation GmbH · 8003 Zürich · +41 44 500 54 00 · www.ideacreation.ch

En bref

Suisse

La Rotonde de Neuchâtel se frotte les mains



Le casino de la région de Neuchâtel sera finalement implanté à La Rotonde, au cœur du chef-lieu. Le Conseil fédéral a octroyé la concession de type B au projet de maison de jeu de la société Kongress und Kursaal Bern AG. Le casino de La Rotonde devrait ouvrir début 2012. Il créera 88 postes de travail à plein temps. Outre les retombées financières, 60% des impôts sur les maisons de jeux seront reversés à l'AVS et 40% iront au canton de Neuchâtel.

Le tourisme vaudois tient la grande forme



Le tourisme vaudois a réalisé de bonnes performances en 2010 et au début 2011, arévé Charles Favre, conseiller d'Etat et président de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), lors de l'assemblée générale de Grandson. Les nuitées vaudoises sont supérieures à la moyenne nationale (+4,7% pour Vaud contre +1,7% pour la Suisse). Charles Favre a aussi rendu hommage à Charles-André Ramseier, qui vient de quitter la direction de l'OTV après 15 ans d'activité. eda

Un directeur d'hôtel accusé de gestion déloyale

Un directeur d'hôtel qui dirigeait, entre autres, le Royal Plaza de Montreux est accusé par son employeur de gestion déloyale. Il nie les faits et dit être sûr de son bon droit. Le directeur vient de passer vingt jours en détention préventive. Selon le quotidien «24 heures», son employeur lui reproche d'avoir touché des pots-de-vin sur un important contrat. Le directeur, qui a été licencié, déclare: «Tout cela est faux et archifaux. Je n'ai jamais détourné le moindre centime.» Il portera plainte pour calomnie, diffamation et atteinte à l'honneur. Il devrait rejoindre un grand groupe international.

Le site Cardinal sera acheté par la Ville et le canton

Le Conseil général de Fribourg a accepté lundi soir un crédit de 12,5 millions pour acquérir les terrains de la Brasserie Cardinal. Le PDC Claude Schenker a déclaré à «La Liberté»: «Nous disons oui, mais un oui amer, tel une mauvaise bière qui n'est pas la nôtre, car Fribourg est contraint de céder quelque chose de son identité.» Les conseillers généraux ont emboîté le pas aux élus du Grand Conseil. Les deux entités politiques pourront en disposer le 30 juin 2012, pour créer un parc technologique. aca

L'Hôtel Mirabeau de Lausanne devient le premier Best Western Plus de Suisse. Une catégorie intermédiaire performante.

ALEXANDRE CALDARA

Le premier Best Western Plus de Suisse se trouve à Lausanne. L'Hôtel Mirabeau, situé à proximité de la gare, inaugure cette catégorie d'établissements figurant entre les marques traditionnelles Best Western et Best Western Premier (où seul figure l'Hôtel Glockenhof de Zurich). «Quel plaisir pour nous que la nouveauté vienne de Romandie», se réjouit Peter Michel, CEO du groupe qui rassemble 39 établissements en Suisse. Ce nouveau positionnement Plus existe depuis février 2011 et 765 hôtels dans le monde ont obtenu la certification.

En Europe, ils'agit surtout d'établissements quatre étoiles, ou de trois étoiles répondant aux exigences esthétiques, alors que Premier concerne surtout les cinq étoiles. Cette nouvelle stratégie de Best Western International (partenaire de 4000 hôtels dans le monde entier) permet selon Peter Michel «à chaque client de trouver un hôtel répondant à ses besoins.»

«Un nouveau moteur pour nous»

Directeur du Mirabeau, Roland Hauri vient d'une famille d'hôteliers depuis trois générations, il fait une demande à son groupe se rendant compte que les quatre-étoiles remplissaient déjà tous les critères de la marque. «C'est un nouveau moteur pour nous.» L'hôtel devait répondre à des standards d'exception: en matière d'accueil, de lits, de poste de travail et d'espace de relaxation, de salle de bains, de restauration/bars et de service. En guise d'exemple, on y trouve quatre qu-



La réception de l'Hôtel Mirabeau à Lausanne est ouverte 24 heures sur 24, une des prestations d'un Best Western Plus.

Le goût du plus

tiens différents et un buffet du petit-déjeuner riche en produits régionaux. Pour obtenir une telle certification les détails n'ont pas été oubliés et cela a un coût: «60 000 francs pour équiper toutes les chambres de serrures électroniques ou 15 000 francs pour acquérir des coussins en plumes d'oie et des synthétiques en peluches de maïs.»

Le Mirabeau compte 73 chambres (quatre familiales, 59 d'affaires, 10 standards et deux suites). Roland Hauri dirige l'établissement depuis quatorze ans et il estime que douze millions d'investissements ont été effectués depuis 1997. Notamment consacrés à la



Alain Buttet (propriétaire), Roland Hauri et Hannes Imboden (président de BW Suisse).

création de neuf chambres et de deux suites dans les combles, cette année-là. Puis de nombreuses rénovations de 1999 à aujourd'hui, notamment celle des corridors de tous les étages en 2002, en 2005 c'était le tour des salons banquets.

Empire, Cristal et Rosemont peuvent recevoir 120 personnes.

Un très bon taux d'occupation annuel

L'hôtel Mirabeau accueille chaque année 22 000 clients. 80% d'entre-eux font partie du monde du business et sont suisses à 51%, le reste de la clientèle venant des pays frontaliers. Une des caractéristiques des séjours est leur brièveté, avec en moyenne 1,2 jour par clients. «Notre taux d'occupation de 73 %, il constitue une des meilleures moyennes à Lausanne», affirme Roland Hauri. L'hôtel a été construit en 1911, il reflète l'alliance en-

tre tradition et modernité, notamment grâce à son mobilier et ses vitraux colorés de style Art Déco. Le restaurant Mirabeau est ouvert 365 jours par an, il dispose de 80 places. L'hiver, les repas peuvent se prendre près d'une cheminée ancienne. Durant les belles journées sous la fraîcheur ombragée des marronniers.

Pour Peter Michel: «D'ici décembre, quatre à six autres hôtels membres du groupe en Suisse devraient obtenir le Plus. Cette nouvelle marque élargit le cercle des nouveaux membres potentiels et nous allons contacter tout de suite d'autres hôtels quatre étoiles.»



Les sites palafittiques intrigants, ici au Laténum, d'Hauterive.

Vestiges invisibles classés

Le dossier des sites palafittiques a été accepté par l'UNESCO. Pour le bonheur notamment de la région des Trois-Lacs. L'architecture internationale de Le Corbusier échoue.

ALEXANDRE CALDARA

Les deux dossiers qui comportaient des candidatures romandes au patrimoine mondial de l'Unesco

co au titre «d'objets sériels» ont connu des sorts divers, cette semaine, à Paris. Les sites palafittiques ont obtenu le label lundi. Il s'agit d'un projet international regroupant 111 sites palafittiques, dont 54 sites en Suisse. Piloté par l'Office fédéral de la culture, ce projet initié en 2004, fait la part belle à la région des Trois-Lacs, où se trouvent la moitié des sites helvétiques présents.

A Neuchâtel, cinq sites sondés ont été retenus pour ce dossier: Les Graviers (Auvernier), la Saunerie

(Colombier), l'Ababay (Bevaix), les Argilliez (Gorgier) et Port-Conty (Saint-Aubin). Quatre dans la région d'Yverdon-les-Bains: la baie de Clandy, Le Marais (Yvonand), Corcelettes-Violes (Grandson) et la station de Concise. Les cantons de Genève et de Fribourg sont aussi concernés. Ces sites sont difficilement vendables, puisqu'ils sont submergés, donc invisibles. Une application iPhone «Palafittes Guidées» a été lancée pour donner plus de visibilité aux vestiges palafittiques dans le public. Et les différents

Office du tourisme de la région Trois-Lacs ont mis sur pied un document de présentation.

Par contre, le comité du patrimoine mondial de l'UNESCO a refusé pour la seconde fois mardi d'inscrire, les travaux internationaux de l'architecte Le Corbusier. La «construction technique de la candidature» serait en cause. Trois sites romands faisaient partie de cette candidature: la Maison blanche (La Chaux-de-Fonds), la petite maison (Corseaux) et l'immeuble Claré (Genève).

Lavaux, des visites en terrasses

Après deux ans de travaux préparatoires, le site de Lavaux a maintenant ses véritables circuits d'animations - excursions guidées.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

«Non, nous ne sommes pas restés assis sur nos murs en attendant les visiteurs.» Site manager de Lavaux, Emmanuel Estoppey sait les critiques qui ont été avancées ces deux dernières années face à un prétendu immobilisme. C'est donc non sans plaisir qu'il vient de présenter le fruit de deux ans de travaux préparatoires avec différents partenaires: les premières excursions guidées - et commentées par des spécialistes - en Lavaux, rendues possibles grâce à une collaboration avec la CGN et les deux sociétés de trains touristiques sillonnant la région, à savoir le Lavaux-Express, basé à Cully, et le

Lavaux-Panoramic, de Chexbres, qui vient de fêter son dix-millième passage en deux saisons d'exploitation.

Plus concrètement, ces circuits «Le patrimoine de Lavaux en train et en bateau» seront accessibles tous les lundis de juillet et août, de Montreux, le matin, ou de Lausanne, l'après-midi (avec des possibilités de réservation dans les offices du tourisme ainsi qu'après des points d'arrêt de Lavaux).

Les deux circuits prévoient un premier voyage en bateau vers Cully. Là, les passagers seront pris en charge par les petits trains touristiques, par les hauts et les bas du coteau jusqu'à Rivaz, avant un retour vers les lieux de départ en bateau de ligne CGN.

«Nous ne sommes pas restés assis sur nos murs en attendant les visiteurs.» Emmanuel Estoppey Site manager de Lavaux

Pour ce premier exercice, ces circuits ne sont prévus que les lundis. Fonction de l'estime rencontrée auprès du public, ils pourraient toutefois être

plus fréquents dès l'année prochaine. Seul bémol, l'accès au Vinorama de Rivaz, à quelques centaines de mètres du débarcadère, ne sera malheureusement pas d'actualité, l'accès des trains touristiques à la route cantonale longeant le lac ne pouvant se faire que sans passagers.

Il en coûtera soixante francs par adulte pour cette excursion hautement spectaculaire d'une demi-journée. La CIL (Communauté des intérêts de Lavaux) a d'ores et déjà assuré l'entreprise d'une éventuelle garantie de déficit qui se montera à cinq mille francs.

Lausanne. Tourisme. Le World Gymnaestrada, un event d'envergure mondiale, est une aubaine pour les hôteliers. Le nouveau Musée des Beaux-Arts changera le visage du chef-lieu.

Lausanne se plie en quatre

Vingt mille participants seront présents en juillet à Lausanne à l'enseigne de World Gymnaestrada. Une grande manifestation qui dépasse toutes les références

MIROSLAW HALABA

C'est un événement gigantesque, dynamique et convivial que Lausanne vivra cet été. Du 10 au 16 juillet, la ville accueillera les vingt mille participants, provenant de près de cinquante-cinq nations, de la 14e World Gymnaestrada, manifestation internationale dédiée à la gymnastique. A cette foule s'ajouteront plusieurs milliers de spectateurs. «C'est la plus grande manifestation sportive jamais organisée à Lausanne, voire la plus grande réunion de sportifs au monde», lance Claude Petitpierre, le directeur de Lausanne Tourisme et, à ce titre, membre du comité d'organisation. Démonstrations, productions de groupes, forums, conférences, soirées nationales, sans oublier les cérémonies d'ouverture et de clôture, animeront la ville durant sept jours. «Il y aura du spectacle et une

bonne ambiance», assure Claude Petitpierre, témoin de l'édition précédente, en 2007 à Dornbirn, en Autriche.

Une occasion de découvrir le chef-lieu vaudois

Inutile de dire que Gymnaestrada est une aubaine pour le tourisme de la région lausannoise. Même si la majorité des participants – 16 500 environ – sera hébergée dans des salles d'école, 3800 à 4000 d'entre eux seront logés à l'hôtel, principalement des hôtels de moyenne gamme et de gamme inférieure. «Et comme ces sportifs auront beaucoup de temps libre, ils iront découvrir Lausanne, sollicitant les restaurants, les commerces, les musées», indique Claude Petitpierre, relevant, au passage, le



«C'est la plus grande manif sportive jamais organisée dans notre ville.»

Claude Petitpierre
Directeur de Lausanne Tourisme

rapport de change défavorable dont est victime le franc suisse.

Au préalable, la manifestation avait fait l'objet d'une abondante communication orchestrée par le comité d'organisation et dont le tourisme lausannois a aussi profité. Lausanne Tourisme, qui s'est occupé de l'hébergement à

l'hôtel, assurera l'information touristique durant la manifestation. L'office saisira cette occasion pour exploiter, à titre d'essai pendant deux mois, un point d'information au centre-ville, sous le Grand-Pont. Par sa durée et le nombre de participants, Gymnaestrada est un défi majeur pour la ville et les organisateurs, en



La ville de Lausanne s'apprête à devenir, du 10 au 16 juillet, la mercre de la gymnastique.

majorité des bénévoles. Un seul exemple: 4000 volontaires devront être présents chaque jour pour assurer l'organisation des activités.

Trois facteurs à la base de la réussite de la fête

«Malgré toutes les préparations, nous avons de la peine à imaginer ce que sera la réalité», explique

Claude Petitpierre. Le bon déroulement de la fête dépendra de trois facteurs clés: la météo, les transports et la restauration. Pour ce dernier point, c'est au Palais de Beaulieu que se jouera la partie la plus serrée. Environ 14500 personnes prendront chaque jour le repas de midi. «Servir le même menu à autant de personnes en même temps,

cela n'a jamais été fait en Suisse, note Gilles Marmy, directeur de Beaulieu Restauration. C'est un gigantisme auquel nous ne sommes pas habitués. Que l'on songe aux 800 ampères dont nous aurons besoin pour alimenter les douze fours de nos cuisines.»

www.wg-2011.com

En bref

Valais

Nouvelle écorce pour la Maison de la forêt

Le lieu de rendez-vous le plus prisé des vacanciers de la Tzoumaz vient d'être rénové. Idéalement située au départ du Sentier dessens, la Maison de la forêt avait besoin d'une cure de jouvence après une dizaine d'années d'exploitation. Responsable de l'Office du tourisme, Luc Pignat explique dans «Le Nouvelliste»: «Les visiteurs pourront s'y restaurer et étancher leur soif. Les produits du terroir sont largement mis en évidence à des prix attractifs.» Le site est entouré d'un jardin fleuri de plantes médicinales. aca

www.latzoumaz.ch

La nouvelle vie d'un joyau hôtelier valaisan



L'Hôtel de Mauvoisin, sur la commune de Bagnes (VS), vient d'être rénové pour un montant de 1,7 million de francs. La population a eu l'occasion de découvrir, dimanche dernier, le site restauré à l'occasion d'une journée «portes ouvertes». L'Hôtel de Mauvoisin, qui constitue l'un des pans de l'histoire de la commune de Bagnes, comprend onze chambres simples, doubles ou triples. Quarante personnes peuvent prendre place sur la terrasse. eda

Plus de sécurité pour les sentiers pédestres

La commune de Torgon veut sécuriser des sentiers pédestres au départ de la station. Ce parcours en direction de Plan-la-Joux est un souci récurrent car les chemins homologués suivent la route cantonale. Différentes mesures devraient être prises comme l'élargissement d'une partie de la route cantonale sur 700 mètres. Puis de l'ancienne douane en direction de la Chapelle d'Abondance, les piétons emprunteront le ancien chemin pédestre. L'innovation majeure concerne la portion entre l'ancienne douane et la Jorette, la pose d'un pont suspendu métallique est en gestation.

Bach au programme d'un son et lumières



La Ville de Sion invite le grand public à découvrir le spectacle son et lumières, inédit, intitulé «Jean-Sébastien Bach/Panorama», du 20 juillet au 24 septembre. Pour la sixième année consécutive, les châteaux de Valère et de Tourbillon revêtent leurs manteaux de lumière. Le spectacle sera réalisé par Christophe Guyard. Il commencera à 22h15 en juillet/août et à 21 heures en septembre. aca

Un monolithe sur de beaux rails

Le nouveau pôle muséal de Lausanne va proposer un nouvel univers qui remplacera le dépôt CFF. Le projet des architectes Barozzi et Veiga érigera un vaste espace extérieur qui changera le visage de la ville.

ALEXANDRE CALDARA



La maquette du nouveau Musée des Beaux-Arts de Lausanne.

bain et public, tout en entretenant un lieu symbolique et émotionnel avec le passé. Le nouveau Musée cantonal des Beaux-Arts prendra la forme d'un parallélépipède rectangulaire de 150 mètres de long, large et haut de 20 mètres. Ses façades seront de briques. Principal rappel de la mémoire la grande fenêtre, de la

grande nef de l'entrepôt de locomotives.

Membre du jury l'architecte vaudois Patrick Devanthery ne cache pas son enthousiasme: «C'est un projet extraordinaire qui propose 12 000 mètres carrés de surface extérieure, après le quartier du Flon, voici un nouvel espace indus-

triel qui change d'affectation.» Il a fallu cinq mois de réflexion aux architectes pour imaginer de détruire presque toute la construction actuelle afin de créer un espace public. Par ses proportions, ils ont songé à la place des Offices, à Florence. A ceux qui reprochent au projet «Bleu» son manque de folie, Patrick Devanthery répond: «Dans l'architecture contemporaine de vide peut devenir fabuleuse. Et quand j'en tends qu'il ne s'agit d'un prisme ou d'un rectangle, je réponds que l'histoire de notre discipline repose là-dessus, il suffit de regarder le Parthénon.» Patrick Devanthery trouve sain que le projet respecte un budget prévu de 75 millions à se parta-

ger entre l'Etat et les privés, dont la totalité reste cependant à trouver. «Le coût est raisonnable, la forme rationnelle. Un projet conçu par de jeunes architectes avec sérieux sans aucune naïveté», se réjouit Patrick Devanthery. L'échange de terrains conclu avec les CFF permettra à la régie fédérale de promouvoir des projets immobiliers dans les environs de la halte de Prilly-Malley en construction.

«Le coût est raisonnable, la forme rationnelle. Un projet conçu sans naïveté.»

Patrick Devanthery
Membre du jury d'architecture

Le musée des Beaux-Arts triplera de surface. Les nouveaux bâtiments du Mucdac et de l'Elysée l'entoureront. L'inauguration du musée est prévue pour 2016. Un pôle qui fait penser au Museumquartier de Vienne. Son concepteur Dieter Bogner collabore avec les architectes...

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



L'équipe d'Alejandro Gasser Daza (à gauche) a choisi le grand hall du Fairmont Le Montreux Palace pour des scènes du «Courrier silencieux».

Mystère en papier au Montreux Palace

Le Fairmont Montreux Palace a servi de décor au court-métrage «Le courrier silencieux». Reportage dans les coulisses du Swiss Hotel Film Award.

EUGENIO D'ALESSIO

Une fillette mutine à la démarche virevoltante se faufile à travers les colonnes hellénisantes du grand hall du Fairmont Le Montreux Palace. La petite à la robe fleurie mauve s'agrippe à un billet bleu qu'elle remet, l'air malicieuse, à différents clients du palace vaudois. Catalyseur de quiproquos et de réactions en chaîne, rire, agressivité, colère, surprise, ce bout de papier au contenu mystérieux voyage de main en main dans tous les recoins de l'hôtel, salons, chambres, cuisines, jardins.



Martene Strauch, âgée de 7 ans, tient le rôle principal.

Une messagère énigmatique, archétype d'une enfance à la fois farceuse et indéchiffrable, un billet cabalistique, alchimie de toutes les interrogations, et un cinq-étoiles montreuvisien, symbole majestueux de la Belle Époque: c'est ce tryptique qui narratif aux réminiscences lynchienques qu'écrit «Le courrier silencieux», le court-métrage



La joviale actrice zurichoise Michèle Hirsig.

qu'Alejandro Gasser Daza vient de tourner au Fairmont Le Montreux Palace dans le cadre du Swiss Hotel Film Award. «Les hôtels alimentent de leur inépuisable siège de l'univers du cinéma. Lieux de rencontres de toutes les classes sociales, théâtre des situations les plus diverses et les plus inattendues, ils permettent



La comédienne zurichoise Diana Gatani en version bourgeoise.

à l'imagination de s'épanouir en toute liberté», confie cet ambassadeur de 26 ans aux airs guévarques, artiste et designer de formation. Et d'ajouter: «Grâce à leur richesse humaine et à leur diversité sociale, les hôtels représentent un magnifique vivier à histoires. Et ils s'accroissent de tous les genres cinématographi-

Concours Créez un cocktail et prenez part au gala

Vous souhaitez participer à la cérémonie du Swiss Hotel Film Award (SHFA), dont les prix seront décernés le 25 août à Zurich? Alors créez un cocktail SHFA et commercialisez-le par des canaux extraordinaires. Envoyez un justificatif sous forme de mini-concept marketing et de photos à online@htr.ch ou téléchargez sur notre page Facebook d'ici au 8 août 2011 au plus tard. Les trois meilleures idées gagneront chacune 2 billets d'entrée. Le gagnant ira sur scène pour une prestation. rom Prochaines dates du SHFA: 25.7.: vote du jury 18.7 - 24.8.: vote du public www.swisshotelfilmaward.ch



Alejandro Gasser Daza, le père du «Courrier silencieux».

ques, de la comédie au fantastique en passant par le drame.»

Avec le Fairmont Montreux Palace, l'équipe de tournage, forte de onze acteurs et de six techniciens, s'est frottée, l'espace de deux jours, à l'un des joyaux de l'hôtellerie helvétique. Cet édifice à la beauté jouissive, qui a germé dans l'esprit visionnaire d'Alexandre Emery au début du 20e siècle, offre sur un plateau d'or des décors qui lui confèrent des allures de Cinecittà hôtelière.

«Il existe des liens intimes entre ce palace et le monde du cinéma. Où que l'on se trouve, chaque endroit a son identité propre, chaque coin dégage une atmosphère unique, chaque espace peut se prêter à une architecture spécifique, une mine d'or pour le septième art», s'enthousiasme Michael Smithuis, le directeur du Fairmont Le Montreux Palace. Les cinéastes ne s'y sont pas trompés: nombre d'entre eux, et des plus célèbres, ont planté leur caméra dans les cinq-étoiles montreuvisien. En 1964, Peter Ustinov avait choisi le palace comme décor de «Lady L.», avec Sophia Loren et David Niven. En 1981, Hans W. Geissendörfer avait tourné une scène de «La Montagne magique» dans la salle des fêtes, dominée par son imposant lustre et sa scène de théâtre. En 2000, Luc Besson avait œuvré au cœur du salon de musique et du grand hall pour des séquences du «Baiser mortel du dragon».

Lire également la page 13

Pèle-mêle

Les vigneronnes feront la fête durant l'été 2019



Photos Idd

La 12e Fête des vigneronnes aura lieu du 26 juillet au 11 août 2019 sur la place du Marché de Vevey, vingt ans tout juste après une édition de 1999 qui est restée dans toutes les mémoires. Ainsi vient d'en décider la Confédération suisse de Vevey. Cette dernière promet dans le quotidien «24 Heures» que le spectacle et le cortège seront «ambitieux, modernes et accessibles à tous dès le premier instant». Autre promesse: le budget de l'organisation, de l'ordre de 54 millions de francs en 1999, ne doublera pas, comme ce fut le cas après les éditions de 1955 et 1977.

Villars-Gryon accueille la crème de l'hippisme

Le premier jumping de Villars-Gryon aura lieu du 2 au 10 juillet. La station des Alpes vaudoises a repris le flambeau du Jumping Horse de Crans-Montana, dont les organisateurs avaient annoncé l'annulation début juin 2010. Le jumping de Villars-Gryon verra la participation de 170 cavaliers accompagnés de 350 chevaux. De nombreuses stars de l'hippisme seront de la partie, dont Pius Schwizer, champion d'Europe avec la Suisse en 2009, et l'Irlandais Trevor Coyle. [eda](http://www.jumping-villarsgryon.com)

www.jumping-villarsgryon.com

Poésie en arrosoir dans les Jardins d'Evologia

Sur le site d'Evologia, à Cernier, débute vendredi le Festival Poésie en arrosoir. Des mots en pagaille en accord et en lutte avec les Jardins extraordinaires, à découvrir du 2 au 17 juillet. Le Festival conçu par Vincent Held s'ouvre avec «L'âme jusqu'à l'os», un concert de l'imprévisible et rageusement poétique Pascal Auberson. Le Festival invite aussi une série de figures centrales de la poésie sonore: Heike Fiedler. A 21h30, chaque soir, on pourra découvrir une création mise en scène par Dominique Bourquin sur des textes d'auteurs du monde arabe. [aca](http://www.poesieenarrosoir.ch)

www.poesieenarrosoir.ch

Le Rudra Béjart Lausanne va se produire à Chillon



Le château de Chillon sera le théâtre, le 22 juillet prochain à 20h15, d'un spectacle de grande envergure artistique inspiré de la commedia dell'arte. Cet événement culturel, qui mêle texte, chant et danse, sera porté par les jeunes danseurs de Rudra Béjart Lausanne. Le prélude du spectacle prendra place dans la première cour du château, le développement dans la deuxième et le final sur une scène aménagée dans la troisième. [eda](http://www.chillon.ch)

www.chillon.ch

Aigle, capitale mondiale du chasselas

Une «association pour la promotion du chasselas» veut organiser à Aigle un concours «Mondial du chasselas». Premiers résultats dans un an: les 6 et 7 juillet 2012.

PIERRE THOMAS

L'intention était connue, le nom déposé. Restait à savoir comment allait s'y prendre l'association pour la promotion du chasselas, emme-

née par le syndicat d'Aigle, Frédéric Borloz, pour mettre sous toit une compétition dédiée au cépage blanc le plus planté de Suisse sur 4043 hectares. Et même s'il a perdu le titre de cépage roi de Suisse (détrôné par le pinot noir, sur 4386 ha), il reste le cépage blanc le plus planté notamment en Suisse romande (58% de la surface totale dans le pays de Vaud et 25% en Valais), avec des exceptions au Tessin, à Bâle et sur les rives bernoises des lacs de Biemme et de Thoune.

A l'exception de la Roumanie et de la Hongrie, où il couvrirait de grandes surfaces, surtout pour du raisin de table, le chasselas est vinifié en France (Chablais savoyard, Pouilly-sur-Loire, Al-

sace) et en Allemagne, à la frontière suisse, dans le Markgräflerland.

Les mille hectares plantés y représentent à peu près la surface du chasselas arraché ces quinze dernières années en Suisse et l'on trouve en grandes surfaces suisses, du vin de cette région. Il y aurait aussi du chasselas aux Etats-Unis et en Italie et le comité du concours s'efforcera de rassembler un maximum d'échantillons - ils visent 600 vins - pour que la compétition revête une dimension réellement internationale.

Au niveau suisse, jusqu'en 2003, la Coupe Chasselas offrait un match annuel Valais-Vaud. Mais le magazine Vinum y a renoncé. Les occasions de se mesurer ne manquent pas: elles sont régionales (les Vaudoises viennent d'octroyer 64 médailles d'or à des chasselas lors de la Sélection des vins vaudois et les Valaisans 22 étoiles d'or à des fennants en session de printemps) et nationales (le Grand Prix du Vin Suisse 2011 vient de se dérouler à Sierre et le palmarès sera proclamé

Au niveau suisse, jusqu'en 2003, la Coupe Chasselas offrait un match annuel Valais-Vaud.

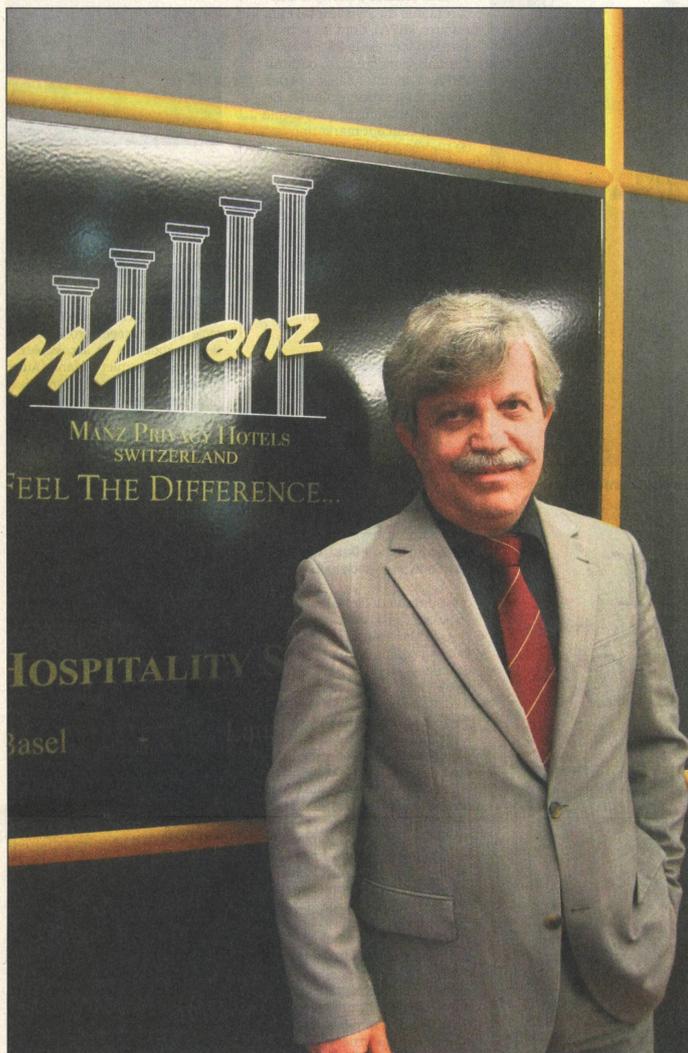
le 25 octobre à Berne), mais pas internationales. Le seul moyen pour les vins suisses de se confronter à d'autres chasselas est la «Gutedel Cup» au Pays de Bade. Ce printemps, 99 chasselas suisses représentaient plus de la moitié de la catégorie internationale et c'est un chasselas neuchâtelois Les Planètes, 2009, de Dimitri Engel, qui l'a emporté, devant un trio de deux vaudois et d'un valaisan. Les organisateurs aiglois se sont déjà approchés des Allemands. Ils promettent de proclamer le palmarès une année sur deux ailleurs que dans le Chablais, mais la compétition se déroulera chaque année.

www.mondialduchasselas.com



«Le voyage est un thème clé de mon existence. Je suis toujours en partance, car je me vois de nulle part.»

Haider Ackermann Designer de mode



Yannis Gerassimidis, un hôtelier gréco-romand qui peut se prévaloir d'une carrière plutôt atypique.

«Monsieur Yannis» en sa maison

Le parcours original Engagé il y a 30 ans comme réceptionniste temporaire, Yannis Gerassimidis, le directeur du Continental de Lausanne, a gravi chaque échelon.

ALEXANDRE NICOLIN

Comme tous les parents grecs, les miens m'auraient bien vu devenir médecin», plaisante Yannis Gerassimidis. Et bien lui en a pris de se détourner des ambitions familiales. Car après quelques tergiversations, un orteil furtivement posé en terre universitaire, deux ans à servir sous les drapeaux, le tarif standard à une époque où les esprits s'échauffent autour de la question chypriote, un stage de chasseur-bagagiste assène à cet Athénien d'origine un coup de foudre pour l'hôtellerie dont il ne se relèvera pas.

L'amour l'amène sur les rives du Léman

Son diplôme de l'Hotel Management School of Rhodes en poche, l'amour d'une Vaudoise le télé-

transporte sur les rives du Léman au début des années quatre-vingt. Il trouve immédiatement un emploi au Continental de Lausanne, le quatre-étoiles du groupe Manz, où il va enfilier les postes comme les perles à un collier. D'abord réceptionniste temporaire, puis au bénéfice d'un contrat à durée indéterminée, puis chef de la réception, il sera bombardé quelques années plus tard chef de l'hébergement et enfin, au

mission au groupe Manz. Elle est refusée... et le nouvel arrivé de disparaître du paysage moins d'un mois plus tard.

Des bars et des discothèques qui tournent à plein régime

Avant la crise des années 1990, «Monsieur Yannis» a connu la période folle de l'Hôtel Continental. Le faste. Le clinquant. Lorsque 135 employés s'affairaient en coulisses pour faire tourner la boutique. Cent trente-cinq collaborateurs contre vingt-cinq aujourd'hui: un signe d'essoufflement? «C'est surtout qu'à l'époque, nous avions des restaurants,

des bars et discothèques qui tournaient à plein régime».

Cependant, ce féru de jardinage biologique croit plus que jamais dans l'avenir du bassin lausannois. «Cette région est une véritable pépite d'or, explique-t-il. Quarante-deux fédérations sportives y ont implanté leur siège, le CIO, l'IMD, l'EPFL... Les perspectives sont réelles». Même s'il constate que les conditions-cadres ont changé. Que la durée moyenne des séjours a chuté à Lausanne de 2,5 à 1,6 jour et que la TGVA mène le matras d'un flot de businessmen qui auront pour la plupart regagné leur pénates le soir.

«Dans l'hôtellerie, la norme consiste à se former dans différents établissements.»

Yannis Gerassimidis
Dir. de l'Hôtel Continental, Lausanne

c'est exactement le genre de carrière qu'il ne faut pas suivre. Personne ne fait ça dans l'hôtellerie où la norme consiste plutôt à acquérir de l'expérience dans différents établissements.»

Et cette fidélité indéfectible ne souffre-t-elle d'aucune encoche? Il avoue aujourd'hui deux tentations. Une première, peu après son arrivée lorsqu'il tire un peu le diable par la queue avec son salaire de début carrière. Puis une seconde. Il est alors chef de l'hébergement. La collaboration s'avère ardue avec un nouveau directeur. Tension. «Monsieur Yannis» présente sa dé-

Lorsque la Principauté fait les choses en grand

Le mariage du Prince Albert II et de Charlene Wittstock n'est pas qu'un évènement mondain. Il constitue un bon moyen de vendre la destination Monaco.

MICHEL BLOCH

La Principauté de Monaco s'apprête à fêter le mariage de son prince. Un évènement exceptionnel qui est bien d'avantage qu'une réunion mondaine et glamour et dont les effets positifs sur l'hôtellerie et le tourisme, ne se sont pas faits attendre.

Le mariage de S.A.S le Prince Albert II et de Mademoiselle Charlene Wittstock constitue non seulement une opportunité pour la Principauté qui a ainsi la chance d'avoir les projecteurs braqués sur son territoire, mais aussi un excellent moyen de vendre la destination Monaco.

Les hôteliers sont unanimes à souligner que le mariage de leur prince tant aimé attire énormément de gens. Danièle Garcelon, directrice générale du Monte Carlo Beach, le Relais & Châteaux récemment rénové, du groupe Monte-Carlo SBM, avec sa plage privée, confirme avec enthousiasme que «l'évènement constitue une vitrine exceptionnelle pour Monaco. Bien entendu nous avons proposé une offre spéciale mariage princier et l'hôtel affiche complet.

Même échos dans les autres hôtels contactés, comme par exemple le Ni Hôtel, un trois-étoiles d'un type nouveau, dont le directeur, Frédéric Bemascon, ne cache pas sa satisfaction. Plusieurs hôteliers sont d'ailleurs impliqués directement dans l'organisation de ces festivités. Ainsi, Le Fairmont Monte Carlo participe en tant que service traiteur à l'organisation du cocktail dînatoire offert aux 6000 Monégasques à l'occasion du mariage civil, le vendredi 1er juillet. Signalons, comme le souligne encore Claudia



Le Prince Albert II de Monaco et Charlene Wittstock s'apprêtent à convoler en justes noces, un évènement exceptionnel à plus d'un titre.

Bathany, la directrice des relations publiques dudit hôtel, «que les festivités seront également retransmises sur un écran géant».

Ainsi que Michel Bouquier, délégué général au tourisme à la direction du tourisme et des congrès de Monaco le précise, «la fréquentation hôtelière est optimale et nous attendons pour chacun de ces deux

jours environ 20 000 visiteurs.» Un exemple qui permet de comprendre l'impact du mariage. «Monaco a accueilli récemment un important mariage indien avec 650 invités présents sur 4 jours. Nous capitaliserons sur l'évènement en proposant un circuit mariage et espérons bien attirer de nombreux évènements de ce type à Monaco.»

Les gens



Photos ICI

Philippe Rochat remettra son Hôtel de Ville

Philippe Rochat (photo) remettra son Hôtel de Ville triplement étoilé de Crissier au 1er avril 2012. Une transition que le chef voulait sereine. Le Français Benoît Violier, son bras droit depuis quinze ans, lui succédera. Ce fils de viticulteurs de Charente-Maritime porte le coltricolore des Meilleurs Ouvriers de France. Formé par Joël Robuchon, il fut aussi le cuisinier de Cécilia et Nicolas Sarkozy, au Ministère des finances. Le vaste chantier engagé ces derniers mois va se poursuivre, ce qui devrait changer le visage du restaurant, à la rentrée 2012. Les quarante-deux employés de l'Hôtel de Ville de Crissier devraient rester, hormis quelques départs à la retraite. Philippe Rochat pourra déménager dans la maison qu'il a construit à Jouxteney-Mézery. aca

Départ au sommet du Secrétariat d'Etat à l'économie

Aymo Brunetti, le chef économiste du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), va quitter son poste, une fonction qu'il occupe depuis octobre 2003. Aymo Brunetti deviendra dès le 1er février 2012 professeur à l'Université de Berne.

Un nouveau chef des AOC et IGP

Paolo Degiorgi (photo) dirigera, dès le 1er juillet, le Registre fédéral des appellations d'origine contrôlée (AOC) et des indications



géographiques protégées (IGP) au sein de l'Office fédéral de l'agriculture. D'origine tessinoise, cet ingénieur agronome remplacera Jacques Henchoz. eda

stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotelrevue Nr. 26 / 30. Juni 2011



Dini persónlichì Stellevermittlig!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

Adecco Hotel & Catering
better work, better life

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

Alles über Aus-
und Weiterbildung
www.hoteljob.ch

Inhalt / Sommaire

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

Marketing

Wissen Sie, wann
der Gast welches
Medium für seine
Urlaubsplanung
nutzt? Abgestimm-
tes Crossmarketing
hilft, Gäste zu
gewinnen.



Bildautor
©.santab-beremp@com

Cross-Marketing



MARTIN BLATTER
LIC. PHIL. I, DIPL. PUBL.
PROFESSOR HES-SO WALLIS –
STUDIENGANG TOURISMUS,
DOZENT AM NDS HF
HOTELMANAGEMENT

Einige Web-Gurus stimmen in ihren Blogs das Requiem der klassischen Medien an. Im Klartext: Prospekte seien ein Relikt des letzten Jahrhunderts. Der ADAC-Reisemonitor zeigt ein anderes Bild: Das Medium Nummer eins bei der Urlaubsplanung ist nach wie vor der Reiseführer. Für über 70 Prozent der Reisenden ist der Reiseführer das wichtigste Medium für den Urlaub. An zweiter Stelle folgt das Internet mit rund 60 Prozent, dicht gefolgt von Katalogen und Prospekten. Fingerzeige fürs Marketing geben diese Zahlen all jenen, welche deutsche Gäste im Hotel haben.

Internet als Ideensammlung

Je nach Stadium der Urlaubsplanung werden ganz andere Medien genutzt. Für

die erste Ideensammlung ist das Internet das wichtigste Medium. Sobald der Gast aber weiss, wohin seine Reise geht, greift er zum Reiseführer. Auch der totesagte Prospekt kommt zum Zuge. Ein ganz anderes Informationsverhalten legt der Gast im Urlaub an den Tag: Jetzt schwingen Reiseführer und Prospekte obenaus, während das Internet mit mickrigen 4,8 Prozent weit abgeschlagen ist. Im Klartext: Solange die Gebühren im Ausland noch so hoch sind, wird kein normal denkender Gast die Infos übers Handy herunterladen!

Marketing-Wechsel

Das Marketing-Fazit ist damit klar: Ihre Website wirkt in der ersten und zweiten Planungsphase. Deshalb muss ihr virtuelles Hotel von den Suchmaschinen gefunden

werden. Sie müssen Ihr Marketing dem neuen Medienverhalten der Gäste anpassen – vor allem für die erste Phase. Machen Sie einen kleinen Check und beantworten Sie folgende fünf Fragen: Erscheint Ihre Website ganz oben, wenn Sie in Google nach «Hotel Ferienort» oder nach dem Kernangebot suchen? Haben Sie Google Places verifiziert, sie mit den besten Fotos bestückt und die richtigen Rubriken eingesetzt? Hat Ihre Website die richtigen Suchbegriffe (= nach denen der künftige Gast sucht) in den Text integriert und hat die Seite einen ganz anderen Text als der Prospekt? Haben Sie eine aussagekräftige Besucherstatistik wie «google-analytics»? Optimieren Sie Ihre Website aus deren Erkenntnissen? Kontrollieren Sie die Bewertungen wie beispielsweise «holidaycheck» täglich und

haben Sie eine Strategie, wie Sie mit diesen Bewertungen umgehen? Wenn Sie alle Fragen mit einem Ja beantworten können, gratuliere ich Ihnen. Wenn nicht, sollten Sie sich mit modernem Marketing auseinandersetzen. Der Gast informiert sich vermehrt über zusätzliche Medien, da braucht es gute Kenntnisse über die neuen Medien und vor allem über Crossmarketing – spricht den richtigen Verbund der klassischen mit den neuen Medien.

Kursangebot Online-Medien

Hotelleriesuisse bietet einen Lehrgang zum Online-Marketing an, in dem vor allem der Medienverbund im Zentrum steht. Weitere Informationen erhalten Sie bei www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung.

reception@hotelleriesuisse: Die willkommene Weiterbildung

hotelleriesuisse 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@hotelleriesuisse.ch, www.hotelleriesuisse.ch/reception, Tel. +41 (0)31 370 43 01



PIZZA ANTIPASTI, FOCACCIA & CO.
DER PIZZAIOLO KURS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTRO SUISSE

TERMINE: Blockkurs
FRÜHLING: 8. - 10.06.11
HERBST: 19. - 23.09.11

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

GASTRO_SUISSE

Sprachaufenthalte

Top Angebote von
Annemarie, Barbara + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

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

Deutsche Schweiz



Wir sind eine innovative und aufstrebende Bergbahnunternehmung in Graubünden und suchen ab Wintersaison 2011/12 in Saisonstelle ein

Gerantenpaar/Gerant(in)

für unser Bergrestaurant Schwänzelegg. Der Berggasthof ist mitten im Skigebiet und verfügt über 500 Sitzplätze und 100 Lagerbetten.

Wir erwarten tüchtige, belastbare, ausgewiesene Betriebsleiter, die es verstehen, ca. 20 Mitarbeiter zu führen/motivieren und unsere Gäste zu verwöhnen. Wir bieten eine interessante, verantwortungsvolle Aufgabe, ein gut eingespieltes Arbeitsteam und zeitgemässe Arbeitsbedingungen. Ihr Interesse freut uns! Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie an:

Bergbahnen Grünsch-Danusa AG
H. P. Löttscher, Direktor
CH-7214 Grünsch
Tel. 081 325 12 34
info@gruesch-danusa.ch

Suisse romande



Pour notre Hôtel 4* - 70 chambres
dans un premier temps

Et notre superbe centre thermal
dans un second temps

nous engageons une

GOVERNANTE

activité à 100%

Votre profil

✓ Age: entre 25 et 40 ans

- ✓ Expérience de quelques années en qualité de gouvernante ou assistante d'hôtel
- ✓ Capacité de guider un team de 15 pers.
- ✓ Loyale et dynamique, vous savez motiver votre team en restaurant une forte dynamique de groupe

Veillez envoyer votre dossier complet avec l'intégralité des copies usuelles et une photo récente à

Bains de Saillon SA
Route du Centre Thermal 16
1913 Saillon

International

BANFF-KANADA

Suchen per sofort

**Chef de Partie - Saucier
Pâtissier - Pastry Chef**

Für diese Jahresstellen können wir leider nur Schweizer Bürger mit Lehrabschluss oder Hotelfachschule berücksichtigen.

Restaurant Le Beaujolais
P.O. Box 1646
Banff, AB T1L 1B5 - Canada
E-Mail: lebeaujolais@shawcable.com
www.lebeaujolaisbanff.com

Das Relais & Châteaux Post Hotel & Spa liegt im Zentrum des Banff National Parks in den Kanadischen Rocky Mountains. Mit 100 Zimmern und Suiten, seiner renommierten Küche und einem 25.000 Flaschen Weinkeller, gehört es heute zu einer der besten Adressen Nordamerikas. Lake Louise ist ein Mekka des Sommertourismus und, durch die Herren- und Damenweltcupabfahrten, bekannt auch im Winter.

Für naturverbundene Bewerber, mit Ausbildung in den entsprechenden Bereichen und Freude im Umgang mit internationaler Kundschaft, offerieren wir auf mitte November 2011 die folgenden Positionen:

**Chef de Partie
Réception
Jungkoch
Service
Bar**

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und sich für ein Jahr Auslandsaufenthalt verpflichten können, empfangen wir Ihre Unterlagen gerne, per Mail, Fax oder Post.

Relais & Châteaux Post Hotel & Spa
P.O. Box 69
Lake Louise, AB T0L 1E0
Canada

Fax 001 403 522 3966
E-mail: andre@posthotel.com

Ein einjähriges Visum ist für qualifizierte Bewerber bis zum 35. Altersjahr über International Experience Canada unter Young Professionals erhältlich.
Bitte besuchen Sie unsere Webseite: www.posthotel.com

Stellenvermittlungen

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

Verlangen Sie das Anmeldeformular.
Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotella.ch

Stellengesuche

Hotel-/Restaurantleiter sucht

neue Herausforderung! 55 J., langjährige gastronomische Berufserfahrung in führenden Positionen. Aktive Mitarbeit, effektive Mitarbeiterführung, betriebswirtschaftl. orientiert. Besondere Schwerpunkte in den Bereichen Hotelöffnung und Prozessoptimierung.
E-Mail: RolandRomm@gmx.de oder Tel. 0049 (0)172 620 88 17

Réceptionniste

sucht eine neue Herausforderung im Bereich Hotelpflege und Administration.

EDV-Kenntnisse Fidelio, Protel und MS-Office, Sprachkenntnisse in Französisch und Englisch fließend in Wort und Schrift
Zuverlässig, teamfähig, freundliches und gepflegtes Auftreten.
Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Telefon 078 807 24 30

htrnews

Newsletter der 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: hotellerie-suisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth 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: insertate@htr.ch / Homepage: www.htr.ch

Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

Stellenrevue / marché d'emploi - Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue	CHF 1.60	4-farbig/quadr CHF 2.10
- 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
- Kadernubrik / 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.

Termin	Doppelnummer	Doppelnummer	Nr. 31/2011	Nr. 32/2011
- Ausgabe / Numéro	Nr. 27/28/2011	Nr. 29/30/2011	4.8.2011	11.8.2011
- Erscheint / Parution	7. 7. 2011	21. 7. 2011	4.8. 2011	11.8. 2011
- Anzeigenschluss / Délai	4. 7. 2011	18. 7. 2011	29. 7. 2011	8.8. 2011

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

Doppelnummern	Nr. 27/28 / 7. 7. 2011	Nr. 29/30 / 21. 7. 2011	Nr. 51/52 / 22. 12. 2011
Numéros couplés			

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

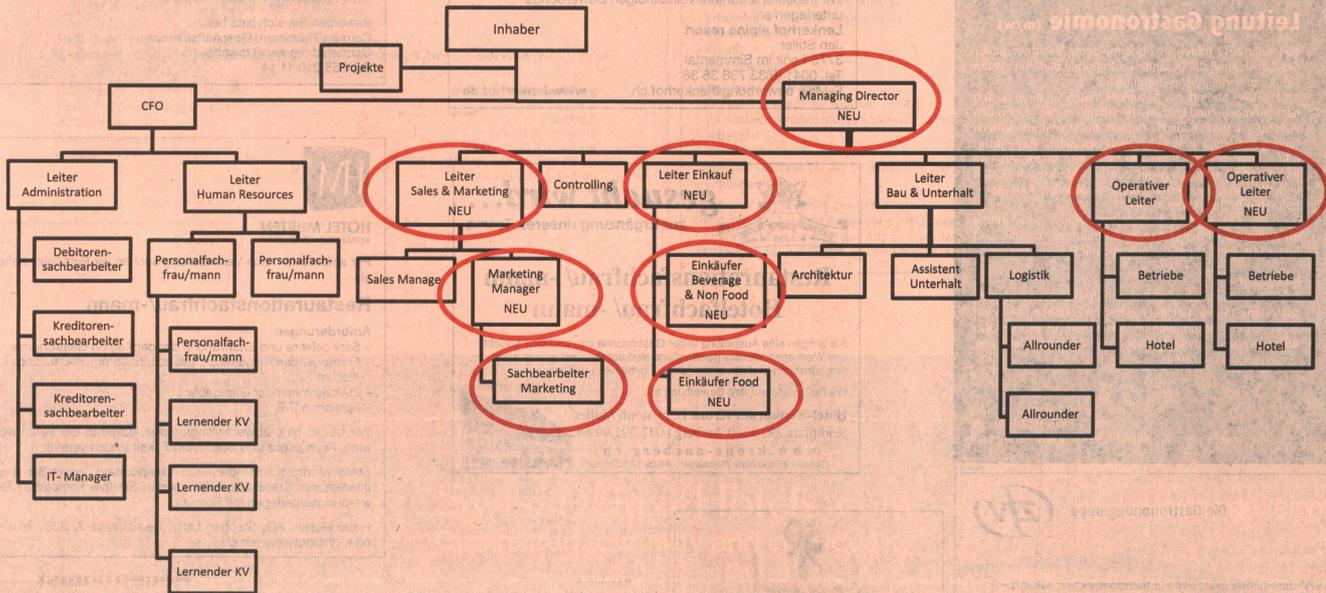
Auflage WEMF-begabugt 2010 / tirage contrôlés REM 2010: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9814 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 467 Ex.
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten versagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

KRAMER GASTRONOMIE

Wir, die Kramer Gastronomie in Zürich, sind ein kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Neben dem schweizerischen Tüchtigsein pflegt das Kramer-Team auch das tägliche kleine Augenzwinkern, damit aus dem Alltag ein lächelnder Alltag wird. Zu unserem Team zählen momentan rund 450 Mitarbeiter in 16 Betrieben.

Im Rahmen der Zukunftsplanung organisiert sich die Kramer Gastronomie neu und besetzt folgende Kader-Positionen und Sachbearbeiter-Stellen:



Haben wir Ihr Interesse an einer dieser spannenden und abwechslungsreichen Kader-Positionen und Sachbearbeiter-Stellen geweckt?

Besuchen Sie unsere Website www.kramergastronomie.ch und erfahren Sie mehr über die Unternehmung und die zu besetzenden Stellen. Ihre Bewerbung richten Sie an Frau Angelika Baumann, Leiterin Human Resources, Postfach 480, Herdernstrasse 56, 8040 Zürich, angelika.baumann@kramergastronomie.ch

Hotel Fravi BADE-, KUR- & FERIENHOTEL ANDEER

Unser Direktor möchte sich nach mehrjähriger Tätigkeit einer neuen Herausforderung widmen. Wir suchen daher per 1. November 2011 oder nach Vereinbarung einen/eine/ein

DIREKTOR/IN ODER DIREKTIONSPAAR

Unser ***Superior, QQ, Bade-, Kur- und Ferienhotel ist ein Ganzjahresbetrieb in Andeer, Graubünden. Es verfügt über 76 Betten, ein Restaurant mit Garten und mehrere Säle mit insgesamt 180 Plätzen. Der Betrieb hat direkten Zugang zum Mineralbad Andeer. Das Hotel Fravi ist ein Traditionshaus mit vielen Stammgästen, hervorragenden Mitarbeitenden, guter Auslastung und moderner Infrastruktur. Weitere Informationen finden Sie auf www.fravi-hotel.ch und www.mineralbadandeer.ch.

Sie verfügen über eine solide Grund-, Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie, inkl. Abschluss einer Hotelfachschule sowie erfolgreicher Praxis in Hotellerie und Gastronomie. Sie packen an der Front mit an und haben zudem ein Flair für administrative Aufgaben. Ihre Dienstleistungsbereitschaft und Ihre Freude am Beruf sind für die Gäste und die Mitarbeitenden spürbar. Sie besitzen einwandfreie mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse, Italienischkenntnisse sind sehr von Vorteil. Ihr Idealalter liegt zwischen 30 und 40 Jahren.

Sie übernehmen die Leitung des gesamten Hotel- und Restaurationsbetriebes. Ihre Hauptaufgaben bestehen in der Gästebetreuung, der Mitarbeiterführung und -förderung, der Budgetierung und der Planung neuer Angebote sowie im aktiven Verkauf der bestehenden Angebote. Ein gut eingespieltes Team wird Sie während und nach Ihrer Einarbeitung unterstützen. Es erwartet Sie eine interessante und anspruchsvolle Aufgabe. Die Stelle ist im Übrigen auch für jemanden geeignet, der den beruflichen Aufstieg vom Vizedirektor (oder ähnlicher Position) in die Direktion sucht.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Passfoto an
Gondini A. Fravi
(Verwaltungsratspräsident)
Genferstrasse 33
8027 Zürich
Vollste Diskretion ist zugesichert.

Wollen Sie Ihren Gastrovirus während den normalen Büroarbeitszeiten leben?



Wir machen es möglich!

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

Jungkoch/Koch (m/w)

per 1. Juli 2011 oder nach Vereinbarung

nicht möglich ist, dann sollten Sie unbedingt weiterlesen!

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

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

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

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

wisepark

Sport, Freizeit, Worb.

Im Frühjahr 2012 wird das neue Sportzentrum «Wisepark» in Worb eröffnet. Als moderne Anlage verbindet sie Sport, Freizeit und attraktive Gastronomie unter einem Dach und bietet Ihren Gästen ganzjährig ein Restaurant mit Bar & Lounge und Terrasse (140 Sitzplätze) sowie eine Saalbar im Fitness- & Wellnessbereich. Saisonal sorgt für das Wohl der Badegäste im Freibad ein leistungsstarker Self-Kiosk mit Terrasse (50 Sitzplätze) sowie eine Matchbar im Eisstadion für die Hockeyfans. Sportliche und kulturelle Anlässe ergänzen die Alltags- und Saisongastronomie. Im Mittelpunkt dieser kreativen Gastronomie stehen innovative Gaumenfreuden sowie überraschende Dienstleistungen auf Lifestyle-Niveau. Zur Umsetzung dieser anspruchsvollen und spannenden Gastronomie suchen wir im Auftrag der **Sport.Freizeit.Worb.wisepark** eine sportliche und erfahrene

Leitung Gastronomie (m/w)

Ab Januar 2012 führen Sie als kompetente/r Partner/in der Geschäftsleitung die gesamte Gastronomie und engagieren sich für die erfolgreiche Eröffnung.

Als kreativer und offener Gastgeber bieten Sie Ihren Gästen gastronomische und kulinarische Erlebnisse. Sie prägen den vielseitigen Betrieb durch Organisationstalent, Dienstleistungsorientierung und hohe Professionalität. Das einzigartige Ambiente der Baumlichkeiten, Ihre offene Art und Ihre Freude am Umgang mit den verschiedensten Gästen verhalfen der Sport.Freizeit.Worb.wisepark zum nachgefragten Treffpunkt der Region. Sie bringen Fach- und Führungskompetenz sowie Erfahrung im Aufbau einer zeitgemässen Gastronomie mit und sind begeistert, diese sportliche Aufgabe mit Elan anzugehen.

Interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung bis spätestens 15. Juli. Geeigneten Bewerber/innen lassen wir gerne unsere Dokumentation zukommen, in welcher das Rahmenkonzept sowie Aufgaben und weitere Anforderungen an Sie definiert sind.

hpmistell, hotel- & gastrokonzepte
wattenylweg 28, 3006 bern
annemarie.schlup@hpmistell.ch | www.hpmistell.ch

lenke'rhof

alpine resort

Möchten Sie Ihren Beitrag zur **Erfolgsgeschichte** des Lenkerhofs leisten und mit uns zu weiteren **Höhenflügen** durchstarten?

Wir suchen für unser Kader ab **sofort** oder nach Vereinbarung eine/n

Front Office Manager (D/F/E)

Bringen Sie **Leidenschaft** für den Beruf mit? Sind Sie **ehrig** und **motiviert**, Neues zu bewegen und verfügen über **mehrfährige Berufserfahrung** in der gehobenen Gastronomie? Als **Mitglied unseres 1. Führungsteams** sind Sie sowohl **verantwortlich** für unser **Réceptionsteam** als auch für die **Eventabteilung** und die **Kinderbetreuung**.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an

Lenkerhof alpine resort

Jan Stiller

3775 Lenk im Simmental

Tel. 0041 (0)33 736 36 36

E-Mail: bewerbung@lenkerhof.ch

www.lenkerhof.ch

gesucht wird...

zur Ergänzung unseres Teams

Restaurationsfachfrau/-mann Hotelfachfrau/-mann

Sie bringen eine Ausbildung in der Gastronomie mit, sind sich Schicht- und Wochenenddienste gewöhnt und sind auf der Suche nach einer längerfristigen Stelle in einem jungen, dynamischen Team?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:

Hotel-Restaurant Krone | Christoph Müller

Stadtplatz 29 | 3270 Aarberg | 032 391 99 66

www.krone-aarberg.ch

Gaststube | à la carte Restaurant | 4 Säle | 25 Zimmer

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 Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die von uns im Auftrag geführte

Cafeteria der Zentralbibliothek Zürich

Zähringerplatz 6, 8001 Zürich

suchen wir per 20. August 2011 eine

Cafeterialeitung mit Kochfunktion (w/m)

Die Cafeteria der Zentralbibliothek Zürich bietet Platz für ca. 70 Gäste und verfügt über eine Sommerterrasse mit 60 Sitzplätzen. Das Angebot beinhaltet zwei täglich wechselnde Tagesmessen, verschiedene Sandwiches, Suppen, Toasts, Pizzen sowie selbstgemachte Birchermüesli.

Ihre Aufgabe: In Ihrer Funktion leiten Sie den Betrieb front- und dienstleistungsorientiert sowie mit dem nötigen Qualitätsbewusstsein. Sie sind zuständig für die Aktions- und Menüplanung sowie deren Kalkulation, die Produktion der kalten Speisen, Snacks und Desserts sowie das Regenerieren der angelieferten Menüs (ca. 30-50). Zudem übernehmen Sie die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten drei Mitarbeiterinnen. Im Weiteren gehören Aufgaben wie die Betreuung des Bestell- und Inventarwesens, die Mitarbeit an der Front sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihrem Tätigkeitsgebiet. Ebenfalls führen Sie verschiedene Inhousecaterings durch und übernehmen allgemeine administrative Aufgaben.

Ihr Profil: Wir wünschen uns eine charmante, dynamische und frontorientierte Gastgeberpersönlichkeit mit Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie und von Vorteil einer Kochausbildung. Zudem bringen Sie gästerorientiertes Denken und erste Führungserfahrung mit. Im Weiteren verfügen Sie über fundierte PC-Kenntnisse. Sie handeln im Interesse der Unternehmung, zeigen eine hohe Einsatzbereitschaft, entwickeln neue Ideen und verfolgen diese mit Energie. Zudem setzen Sie die vorgegebenen Qualitätsstandards konsequent um, zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und lösen Probleme systematisch. Sie arbeiten in der Regel an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag von 06.00 bis 16.00 Uhr oder 10.00 bis 18.30 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 Personwesen, senden.

Weitere Stellangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZfV-Unternehmungen

Filielstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich

T +41 44 388 35 05; F +41 44 388 35 36

www.zfv.ch

hotel REGION TERME

Ab sofort bis ca. 15. Oktober
suchen wir noch einen

Jungkoch in kleiner Brigade

Über Ihre Bewerbung würden wir uns
freuen

Familie E. Loretan-Possa
Klibenstrasse 19
3954 Leukerbad
Tel. 027 472 25 25
info@reginaterme.ch

LES BAINS DE SAILLON

Pour notre Hôtel 4* - 70 chambres
dans un premier temps

Et notre superbe centre thermal
dans un second temps

nous engageons une

GOVERNANTE

activité à 100%

✓ Votre profil

✓ Age: entre 25 et 40 ans

✓ Expérience de quelques années en qualité de gouvernante ou assistante d'hôtel

✓ Capacité de guider un team de 15 pers.

✓ Loyale et dynamique, vous savez motiver votre team en restaurant une forte dynamique de groupe

Veuillez envoyer votre dossier complet avec l'intégralité des copies usuelles et une photo récente à

Bains de Saillon SA
Route du Centre Thermal 16
1913 Saillon

Wir suchen SIE!



Wir sind ein innovatives Regionalspital mit rund 70 Akutbetten inmitten der grossen Naherholungsgebiete, Films/Laax/Falera, Obersaxen, Brigels, Disentis. Die medizinische Behandlung der einheimischen Bevölkerung und der zahlreichen in- und ausländischen Feriengäste stellt unterschiedliche Anforderungen an uns.

Zur Führung unseres Küchenteams suchen wir **per 1. September 2011** oder nach Vereinbarung

eine/n TeamleiterIn für die Spitalküche

Ihre Aufgaben und Verantwortungen umfassen folgende Schwerpunkte:

- Sicherstellung einer zeitgemässen und gesunden Verpflegung für unsere Patienten, Gäste und Mitarbeitenden
- Führen und Planen des Küchenteams und Office Mitarbeiterinnen
- Lehrlingsausbildung
- Organisation und Qualitätskontrolle des Einkaufs
- Planung und Organisation des täglichen Angebots

Ihr Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Berufsbildung als Koch/Köchin EFZ
- Mindestens 8 Jahre Berufserfahrung als Koch/Köchin
- Teamfähig, loyal und belastbar
- Selbständige, saubere, speditive und exakte Arbeitsweise

Wir bieten:

Eine vielseitige und attraktive Herausforderung in einem anspruchsvollen Unternehmen, in dem Sie Ihre Persönlichkeit mit einbringen können.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto

schieken Sie bis 31. Juli 2011 an:

Regionalspital Surselva

Matthias Lutz, Leiter Betrieb

7130 Ilanz

m.lutz@spitalilanz.ch

Telefon +41 81 926 59 09

Anrufe und Zuschriften anderer Zeitungen nicht erwünscht.

**Spital
regional
Surselva**
REGIONALSPIITAL
SURSELVA
7130 ILANZ

3.2.1

hubert erni

Wir suchen für unsere Division «comme il faut» und für das Lokal «the blinker» eine verantwortungsvolle Persönlichkeit. Für eine nicht alltägliche Aufgabe.

Vollzeit ab Ende August oder nach Vereinbarung:

Assistent Projekte und Events (60%) und gleichzeitig **Chef de Service (40%)**, m/w

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen zuhänden von
Hubert Erni
Geschäftsleiter
erni@3-2-1.ch

3.2.1 hubert erni ag
gewerbestrasse 9
postfach
ch-6330 cham 2
fax +41-41 710 40 64
phone +41-41 710 40 60
contact@3-2-1.ch
www.3-2-1.ch



SEMINAR- UND
BUSINESSHOTEL



BEST WESTERN
CONTINENTAL
BIEL-BIENNE

Die Hotel Continental Biel GmbH ist in privatem Besitz und ist angeschlossen an der grössten Hotelkette der Welt. Das Best Western Hotel Continental in Biel mit den zwei Profitcentern Hotel (80 Zimmer) und Seminar (5 Räume) avancierte während den letzten Jahren zum Marktleader der Region Biel und Seeland.

Commis de cuisine oder Chef de partie

Wir suchen per sofort in unsere 3 Mann oder Frau starke Küchenbrigade eine/n kreative/n und flexible/n Jungkoch oder Chef de partie.

Anforderungsprofil

- Alter zwischen 18 und 35 Jahre alt
- Erfahrung in der Top-Gastronomie
- Kommunikativ
- Kreativ
- Gewinnertyp

Was bieten wir Ihnen

- Geregelte Arbeitszeit Montag-Freitag (In Ausnahmefällen müssen Sie auch Samstag oder Sonntag arbeiten)
- Garantierte Ferien
- über die Festtage ca. 22. Dezember-3. Januar
- Grasparkplatz

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an Hotel Continental Biel GmbH, Herr Adrian Zumofen, Aarbergstrasse 29, 2503 Biel, oder per E-Mail an zumofen@datacomm.ch

RÜSSBRÜGG
LANDBEIZ

RESTAURANT
REUSSBRÜCKE

Die Türen für einen
ambitionierten Koch
stehen offen!

Kochen mit Leidenschaft auf hohem Landgasthofniveau

Wenn Sie dieser Satz anspricht, dann sind Sie unser Mann (oder Frau). Eintritt per 1. September 2011 oder nach Vereinbarung.

Für Infos Telefon 044 760 11 61, Herr Klaus Imhof verlangen

Landbeiz Rüssbrugg,
Muristrasse 32, 8913 Ottenbach
Telefon 044 760 11 61
info@reussbruecke.ch
www.reussbruecke.ch



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

Fairmont LE MONTREUX PALACE

MONTREUX, SWITZERLAND

Das Fairmont Le Montreux Palace ist ein Grandhotel, ausgezeichnet mit 5* und liegt direkt am Genfersee. Unser Hotel gehört zu den Fairmont Hotels & Resorts und ist Mitglied bei «The Leading Hotels of the World» und den «Swiss Deluxe Hotels».

Das im Jugendstil erbaute Grandhotel bietet eine gelungene Mischung aus Tradition, Eleganz und exklusivem Service: 236 Zimmer und Suiten, drei Restaurants, Harry's New York Bar, den Willow Stream Spa (2000m²) sowie 14 Veranstaltungsräume, die für Anlässe bis zu 1200 Personen geeignet sind.

Executive Meeting Manager

Als Executive Meeting Manager betreuen Sie unsere Kunden, die im Rahmen eines Meetings, Incentive, Konferenz oder Events mit einer Gruppe (ab 10 Zimmer) unser Haus besuchen – vom Angebot angefangen, über die Vertragsverhandlungen bis hin zur Realisation vor Ort.

Der/die ideale Kandidat(in) verfügt über Talent im Verkauf, besitzt einen exzellenten Teamgeist, arbeitet präzise und ist kompetent im Umgang mit anspruchsvollen, internationalen Kunden. Sie sprechen fließend Englisch, Französisch und Deutsch. Kenntnisse im Umgang mit MS Office, Opera und Sales & Catering sind ein Plus. Erfahrung in einer ähnlichen Position im Sales- und Events-Bereich ist unerlässlich.

Das Fairmont le Montreux Palace bietet hervorragende Sozialleistungen, Weiterbildung und Karrieremöglichkeiten innerhalb der Fairmont Hotels & Resorts.

Bitte bewerben Sie sich per E-Mail mit Lebenslauf inkl. Zeugnissen, Referenzen sowie Gehaltsvorstellungen: fmp.careers@fairmont.com.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Grand Resort Bad Ragaz

Das Grand Resort Bad Ragaz steht für Qualität und exzellenten Service. Identifizieren Sie sich damit, dann nutzen Sie die Chance im führenden Wellbeing & Medical Health Resort Europas zu arbeiten.

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

Nacht-Concierge / Night-Butler (w/m)

Ihr Profil

- Abgeschlossene Lehre in der Hotellerie oder vergleichbare Ausbildung
- Fundierte Sprachkenntnisse in D/E; jede weitere Sprache ist ein Plus (v.a. Russisch, Arabisch)
- Erfahrung im Nachtdienst eines vergleichbaren Hotelbetriebes
- Flexibel, zuverlässig, entscheidungsfreudig, selbständig und belastbar

Ihre Hauptaufgaben

- Front Nachtdienst / Check-In und Check-Out / Bedienen der Telefonzentrale
- Gästebetreuung und Servieren von Getränken und Speisen während der Nacht
- Verantwortlich für die Sicherheit im Haus inkl. diverser Alarmsysteme
- Tagesabschluss des Gästebuchhaltungssystems und Erstellen von diversen Rapporten
- Generelle administrative Arbeiten

Frau Pamela Bareit, Personalleiterin Grand Hotels, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) und steht Ihnen bei Fragen unter Telefon 081 303 27 23 oder karrieren@resortragaz.ch gerne zur Verfügung.

GRAND RESORT
Bad Ragaz

Grand Resort Bad Ragaz AG · 7310 Bad Ragaz · Switzerland · www.resortragaz.ch
Tel. +41 (0)81 303 30 30 · Toll-free 00800 80 12 11 10 · Fax +41 (0)81 303 30 33

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!



Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurant Manager 90%	Region Zürich	J30247
Personalassistentin (Italienisch sprechend)	Region Zürich	J30264
Sales Manager	Region Zürich	J30289
Senior Sales Manager	Region Zürich	J30290

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Front Desk Mitarbeiter/in	Region Basel	J30332
Receptionist/in 80%	Region Basel	J30175
Receptionist/-in / Empfangsmitarbeiter/-in	Region Bern	J30257
Front Office Manager	Region Bern	J30315
Reservationsmitarbeiterin	Region Bern	J30305
Réceptionniste	Region Bern	J30292
Reservationsmitarbeiter	Region Bern	J30209
Hotelsekretärin stv. Chef de Reception	Region Bern	J30267
Bankett- und Verkaufsassistentin 80-100%	Region Bern	J30242
Receptionist/in	Region Graubünden	J30327
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J30322
Rezeptionist/Night Auditor	Region Ostschweiz	J30248
Réceptionspraktikant/in	Region Ostschweiz	J30239
Telefonist/in	Region Ostschweiz	J30235
Réceptionniste	Region Schaffhausen	J30321
Chef de reception	Region Zentralschweiz	J30153
Mitarbeiter/-in Rezeption (80-100%)	Region Zentralschweiz	J30176
Mitarbeiter Seminarorganisation	Region Zentralschweiz	J30172
Night Audit 30%	Region Zürich	J30338
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich	J30162
Réceptions- und Logentourant	Region Zürich	J30163
Director of Reservation & Yield/Revenue Management	Region Zürich	J30261
Reservations Manager	Region Zürich	J30173
Night Auditor	Region Zürich	J30262
Front Office Clerk	Region Zürich	J30233
Reservationsmitarbeiter/in	Region Zürich	J30301
Teilzeit- Réceptionniste 30-40%	Region Zürich	J30234
Chef de réception	Region Zürich	J30221
Chef de Réception	Tessin	J30223

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Partie	Region Basel	J30333
Chef de partie	Region Bern	J30170
Koch für vielseitigen Gastronomiebetrieb	Region Bern	J30316
Junior Sous Chef	Region Bern	J30314
Chef de Partie	Region Bern	J30313
Commis de Cuisine	Region Bern	J30312
Frühstückskoch	Region Bern	J30311
Küchenchef	Region Bern	J30299
Jungkoch	Region Bern	J30298
Chef de Partie (Sommersaison)	Region Bern	J30294
Jungkoch/Jungköchin	Region Bern	J30186
Sous-chef	Region Bern	J30168
Chef de Partie	Region Bern	J30297
Koch/Grillleur	Region Bern	J30254
Küchenchef	Region Bern	J30293
Commis de cuisine	Region Bern	J30120
Diätkoch	Region Bern	J30283
Demi Chef Pâtisserie	Region Bern	J30282
Küchenchef/Produktionsleiter	Region Bern	J30280
Küchenchef	Region Bern	J30278
Chef de Partie	Region Bern	J30275
Sous-Chef	Region Bern	J30279
Diätkoch temporär mit Option auf Festanstellung	Region Bern	J30274
Sous-chef	Region Bern	J30270
Koch Sa./So. frei	Region Bern	J30244
Chef de Partie Tournant	Region Bern	J30269
Koch/Köchin	Region Graubünden	J30341
Chef pâtissier	Region Graubünden	J30258
Koch-Saucier	Region Mittelland (SO,AG)	J30145
Koch für Juli und August	Region Mittelland (SO,AG)	J30149
Leiter/-in Verpflegung	Region Mittelland (SO,AG)	J30335
Jungkoch/Commis de cuisine	Region Oberwallis	J30177
Chef de partie	Region Oberwallis	J30259
Chef de partie Tournant	Region Oberwallis	J30320
Chef saucier	Region Ostschweiz	J30208
Chef de partie	Region Ostschweiz	J30207
Commis de cuisine	Region Ostschweiz	J30236

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Demi-Chef de partie	Region Ostschweiz	J30161
Jungkoch	Region Zentralschweiz	J30122
Pâtissier	Region Zentralschweiz	J30255
Chef de partie/Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J30205
Commis de Cuisine	Region Zürich	J30148
Chef de Partie	Region Zürich	J30265
Chef de Partie	Region Zürich	J30337
Pâtissier/Tournant	Region Zürich	J30138
Jungkoch/Hilfskoch (50-80%)	Region Zürich	J30286
Jungkoch/ Koch/ angelernter Koch	Region Zürich	J30284
Küchenchef	Region Zürich	J30285
Küchenchef	Region Zürich	J30249
Commis de Cuisine	Region Zürich	J30228
Chef de Partie	Region Zürich	J30227
Frühstückskoch	Region Zürich	J30231
Demichief de Partie	Region Zürich	J30226
Commis de cuisine	Region Zürich	J30329
Chef de partie	Region Zürich	J30326
Frühstückskoch	Region Zürich	J30174
Pâtissier	Region Zürich	J30230
Personal Koch (Tagdienst)	Region Zürich	J30229
Koch	Region Zürich	J30137
Koch/Köchin	ganze Schweiz	J30134
Koch/Köchin	ganze Schweiz	J30225
Cuisinier/Cuisinière	ganze Schweiz	J30127
Sous-chef - Region Hampshire	International	J30160
Chef de partie - UK - Region Hampshire	International	J30157
Commis de cuisine - UK - Region Hampshire	International	J30158
Demi-chef de partie - UK - Hampshire	International	J30159
Chef de partie - UK - Gloucestershire	International	J30250
Chef de Cuisine	Region Genf	J30140
Pâtissier	Region Waadt/ Unterwallis	J30263
Executive Meeting Manager	Region Waadt/ Unterwallis	J30124

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Senior Events Officer	Region Basel	J30224
Eventkoordinator	Region Bern	J30277
Leiter Catering / Eventkoordinator	Region Bern	J30296
F&B Verantwortlicher (Mitglied der Geschäftsleitung)	Region Bern	J30266
Barprofis und Chef de bar	Region Mittelland (SO,AG)	J30245
Etagegouvernante	Region Ostschweiz	J30237
Executive F&B Assistant Manager	Region Zentralschweiz	J30212
Stv. Geschäftsführer/in	Region Zürich	J30218
Gastro-Profi (Schwergewicht Food-Entwicklung)	Region Zürich	J30272
Chef de Partie	Region Zürich	J30165
Bankett & Event Leiter	Region Zürich	J30288

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	Region Basel	J30334
Serviceaushilfen auf Abruf	Region Bern	J30252
Chef de bar	Region Bern	J30324
Servicefachangestellte	Region Bern	J30268
Restaurantleiter	Region Bern	J30271
Mitarbeiterin Room Service in Klinik	Region Bern	J30281
Chef de Rang	Region Bern	J30273
Commis de rang	Region Bern	J30119
Chef de bar	Region Bern	J30214
Chef de service	Region Bern	J30211
Servicefachangestellte	Region Bern	J30291
stv. Chef de Service	Region Bern	J30178
Restaurantsfachmann	Region Bern	J30171
Restaurantleiter	Region Bern	J30295
Serviceaushilfe	Region Bern	J30251
Serviceaushilfen	Region Bern	J30253
Betriebsassistentin	Region Bern	J30304
Commis de Rang	Region Bern	J30306
Servicearbeiter/in	Region Bern	J30307
Chef de Rang	Region Bern	J30308
Chef de Bar	Region Bern	J30309
Chef de Service	Region Bern	J30310
Chef de rang	Region Graubünden	J30330
Commis de rang	Region Graubünden	J30331
Barmitarbeiter	Region Graubünden	J30142
Barfachfrau	Region Graubünden	J30121

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 kosten-
lose Betriebsanalyse und Offerte

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

**Zu verkaufen Thurgau
3 verschiedene Top-
Gastroliegenschaften:**

1. Direkt am Thur-Wasser
2. Mit Bodensee-Aussicht
3. Rentabler Landgasthof

gastro-immo-vermittler@bluewin.ch

079 482 36 72

Der Erfolg ist mit einem guten Koch
sicher garantiert!

Zu verpachten:

Ferien- und Seminarhotel
mit 120 Zimmern an bester Lage
in den Österricher Alpen.

Kontakt: rent@yourtork.org

Ristorante da Vinci

mit 40 Sitzplätzen und kleinem Boule-
vard an bester Lage im Kreis 1 in Zürich
zu vermieten.

Inventar: Fr. 360 000.-
Miete: Fr. 12 500.-/Monat

Ihre schriftlichen Anfragen senden Sie
an: Lirag AG, Zugerstr. 53, 6330 Cham

Im Auftrag des Eigentümers suchen wir für ein
Business-Hotel mit 24 Zimmern / 2 Suiten, **-Standard-
«Neu-Ausbau» in bestehender Gewerbeliegenschaft**

per 1. November 2011 oder nach Vereinbarung

(7 Zimmer mit bestehender Kundschaft ab sofort verfügbar)

einen **Pächter, der im Zürcher Unterland Fuss fassen
möchte.**

Für ergänzende Auskünfte steht Ihnen Frau Buff oder Frau Senn
jederzeit gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre schriftli-
che Interessensbekundung mit Finanzierungsnachweis.

Primag Management AG, Friedheimstrasse 24, 8057 Zürich
Tel. 043 311 47 77, primag@primag.ch

**RESTAURANT
ZU VERMIETEN AB SOFORT**

strategisch gelegen zwischen
SIDERS und Crans-Montana/Wallis

60 Plätze im Restaurant Saal,
40 Plätze im Kaffee,
mehr wie 50 Plätze auf der grossen
sonnigen Terrasse

40 Aussen-Parkplätze!

Infos: husserf@netplus.ch
Tel. 076 58 11 551

Die Stellenplattform für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.



hoteljob.ch

Finden Sie Ihren
Traumjob
mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den
gewünschten Job-Code eingeben und
direkt das Stellenangebot ansehen.
Viel Erfolg bei der Suche!

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurationsfachfrau/mann (Mi-So)	Region Mittelland (SO,AG)	J30150
Service-Praktikant/in	Region Ostschweiz	J30240
Barpraktikant/in	Region Ostschweiz	J30241
Restaurationsfachmann	Region Zentralschweiz	J30323
Chef de brigade	Region Zentralschweiz	J30216
Servicefachangestellte/r	Region Zentralschweiz	J30319
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J30128
Servicefachangestellte/r	Region Zürich	J30243
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J30133
Restaurationsfachmann	Region Zürich	J30325
Chef de Rang	Region Zürich	J30340
Praktikant Restauration	Region Zürich	J30339
Servicemitarbeiterin	Region Zürich	J30336
vom Empfang in den Verkauf	Region Zürich	J30220
Servicefachmitarbeiter/in	Region Zürich	J30287
Bar-Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J30300
Restaurationsfachmann/-frau	ganze Schweiz	J30136
Spécialiste en restauration	ganze Schweiz	J30130
Chef de rang - England - Region London	International	J30118
Commis de rang - England - Region Dorset	International	J30260
Barfachmann - UK - Region London	International	J30210
Commis de rang - UK - Region Hampshire	International	J30155
Chef de rang - UK - Region Hampshire	International	J30154
Demi-chef de rang - UK - Region Hampshire	International	J30156
Commis de rang - England - Region London	International	J30117

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
GL-Assistentin in Gastronomieunternehmen	Region Basel	J30152
Sales Promoter	Region Bern	J30276
Personalassistent/in	Region Bern	J30246
Marketing Manager	Region Oberwallis	J30217
Kaufmann/-frau HGT	ganze Schweiz	J30131
Employé/e de commerce HGT	ganze Schweiz	J30129
Director of Sales	ganze Schweiz	J30143

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Kosmetikerin	Region Graubünden	J30328

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
GL-Assistentin in Gastronomieunternehmen	Region Basel	J30151
Officemitarbeiter	Region Ostschweiz	J30238
Techniker	Region Zürich	J30303
HR Manager & Director of Conference and Banqueting	International	J30318

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2028	Chef de Service, Stv. Restaurantleiterin, Restaurantleiterin, Rezeption	30	DE	per sofort	D
B2064	F&B / EAM / Leiter Gastronomie / Event Management	53	CH	per sofort	D F E RU
B2057	Gastronomie	27	SR	per sofort	D E PL RU
B2032	Koch / Barman	40	CH	per sofort	D E
B174	Küchenchef, Koch	46	CH	per sofort	D F E S JP
B1702	KV, Reservierung, Empfang	27	CH	per sofort	D F E
B1972	Marketing/Eventorganisation	29	CH	per sofort	D F E
B1822	Réceptionist	35	CH	per sofort	D F E

1 Referenznummer - Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)
3 Alter - Age

4 Nationalität - Nationalité
5 Eintrittsdatum - Date d'entrée
6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

immobilienrevue htr marché immobilier

htrhotelrevue Nr. 26 / 30. Juni 2011

www.hotelpower.ch

Neu mit News Mail!
Jetzt abonnieren und an
Verlosung teilnehmen



Effizienter wirtschaften mit weniger Energie

Partner

BKW
Bund für Energie AG

ROMANDE
ENERGIE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

RFID-Technologie

Mit der Zimmerkarte im Winter auf die Skipiste. Mit der RFID-Technologie können den Kunden umfassende Lösungen und mehr Komfort geboten werden.



Bildautor

Die Multifunktionskarte



ANTONIO PACE
EIDG. DIPL. SCHREINERMEISTER,
LEITER ELEKTRONISCHE
SICHERHEITSSYSTEME UND
OBJEKTE, HÄFELE SCHWEIZ AG

Mit der Zimmerkarte auf die Skipiste oder mit dem Skiabo ins Zimmer? RFID (= Radio Frequency Identification) oder auf Deutsch Identifizierung mit Hilfe elektromagnetischer Wellen heisst das Zauberwort. Die RFID-Technologie ermöglicht Ihren Gästen neben dem Zimmerzutritt eine komfortable Nutzung der Skilifte; und das mit einer einzigen Karte.

Zwei Systeme – eine Lösung

In der Hotellerie wie auch in den Skigebieten hat das digitale Zeitalter u.a. in Form des elektronischen Skipasses bereits vor einigen Jahren Einzug gehalten und erfreut sich grosser Beliebtheit. Hektisches Vorzeigen des Passes bei der Abfertigung an Skiliften und Seilbahnen gehört somit definitiv

der Vergangenheit an. Klein, zuverlässig, handlich, praktisch, sicher und einfach in der Handhabung sind sie beide, der elektronische Zimmerschlüssel und der elektronische Skipass. Beide Systeme werden bereits seit einigen Jahren erfolgreich in vielen Skigebieten eingesetzt und haben längstens die bisherige Magnet- oder Sichtkarte abgelöst. Beide elektronischen Systeme bedienen sich der gleichen Technologie, nämlich der RFID-Technologie. Somit liegt der Schluss nahe, beide Systeme auf einer Karte zu vereinen.

Multifunktionskarte

Die Dialock KeyCard kann dem Gast jetzt neu mit einer einzigen Karte sowohl den Zutritt ins Hotelzimmer, in den Wellnessbereich, in die Parkgarage oder eben neu auch

an den Skilift ermöglichen. Die RFID-Technologie wird bereits seit den 1990er-Jahren verwendet und ist somit eine erprobte Technologie für den sicheren Zutritt ins Hotelzimmer oder für die problemlose Nutzung von Skiliften. Erstmals werden jetzt aber interne und externe Anwendungen miteinander auf einer einzigen Karte vereinigt. Der Gast erhält so eine einzige Multifunktionskarte, die ihm höchste Sicherheit und gleichzeitig hohen Komfort gewährleistet.

Skilift oder Zimmer

Da die meisten Wintergäste einen Skipass erwerben, kann dieser Skipass auch gleich als Zimmerschlüssel gebraucht werden. Kurz: Das System funktioniert auf beiden Seiten; Skipass gleich Zimmerschlüssel

oder eben Zimmerschlüssel gleich Skipass. Das bedeutet, dass der Hotelbetreiber keine oder nur wenige Dialock-KeyCards beschaffen muss, aber trotzdem seinen Gästen die kombinierte Karte anbieten kann. Neben Kosteneinsparung für den Hotelier bedeutet dies auch mehr Komfort für den Gast.

Die Karte im Einsatz

Dialock ist heute bereits kompatibel mit den Skipass-Systemen der Firmen Skidata und Access AG. Bei der Firma Skidata werden die Skipassformate Freespace und Flexspace unterstützt. Diese Dialock-Angebote kommen z.B. bei den St. Moritzer Bergbahnen sowie bei den Hotels Innlodge, Celerina (All IN ONE CARD) und im Hotel Rosatsch, Pontresina, zum Einsatz.

Immobilien jetzt auch online unter
www.htr.ch/immobilien

htr hotelrevue