Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 41

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: 01.07.2025

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

317
1002893 Schweiz. Nationalbibliothek Periodikadienst Hallwylerstrasse 15 3005 Bern

htr hotelrevue
avec cahier français
13. Oktober 2011
Nr. 41 / Fr. 4.50 / €2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 336 Stellenangeboten

B0013 02/12

Handgemacht
Regionale Produkte sind für die Schweizer Hotellerie und Gastronomie ein grosser Gewinn.
7 bis 11, 20

Unwetter
Im Lötschental endet die Herbstsaison aufgrund der Murgänge drei Wochen zu früh.
Seite 4

Kleinstädte
Die periphären Städte in der Romandie wissen ihre Trümpfe auszuspielen. Martigny, Bulle, Delémont und Nyon widerstehen erfolgreich dem starken Franken.
Seite 19

Ratings
«Solche Vorfälle machen einem die Verantwortung, die man hat, wieder mehr bewusst.»
Seite 5

Lösung null Prozent?

Wird die Mehrwertsteuer für die Hotellerie im nächsten Jahr auf null Prozent gesenkt? hotelleriesuisse wäre jedenfalls bereit, dafür die 100 SGH-Millionen zu opfern.

THERES LAGLER

Die Situation ist paradox: Die eidgenössischen Räte wollten mit ihrem Hilfspaket zur Abfederung der Frankenstärke Gutes tun. Doch so richtig glücklich mit den 100 zusätzlichen Millionen für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) ist kaum jemand. Auch die Hoteliers nicht. Sie hatten sich kurzfristig wirksame Massnahmen erhofft. «Die Reaktion der Hoteliers hat mich überrascht. Das müssen wir genau so einbringen», hält Nationalrat Tarzisius Caviezel fest. Der Bündner FDP-Nationalrat hat eine Arbeitsgruppe initiiert, die zusammen mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft bis zur Dezembersession nach Lösungen sucht.

Caviezel, der in der Herbstsession eine Mehrwertsteuersenkung auf 2,5 Prozent fürs Gastgewerbe noch ablehnte und dafür von Gastro Graubünden harsche Kritik einstecken musste, ist bereit, die Mehrwertsteuer erneut zu thematisieren. «Ich könnte mir vorstellen, dass die Mehrwertsteuer normal einbezahlt wird, die Berghotellerie aber eine quartalsweise Rückerstattung erhält», so Caviezel. Auch ein befristetes Aussetzen der Mehrwertsteuer für die Hotellerie ist als Variante im Gespräch. Der Null-Satz würde einen Steuerausfall von 150 Millionen bedeuten. Mit einem Verzicht auf die SGH-Millionen könnte diese Massnahme fast kompensiert werden. Eine Variante, die bei Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, auf offene Ohren stösst: «hotelleriesuisse kann sich ein solches Alternativmodell durchaus vorstellen, wenn es auf diese Weise gelingt, der Hotellerie eine sofortige Entlastung zu bringen.»
Seite 3

Alain D. Boillat

Immer lächeln, auch wenn die Gäste mal nur spärlich kommen.

Kommentar

Etwas Druck gehört zum Leben. Doch nicht zu viel.

ELSBETH HOBMEIER

Die Situation ist den meisten berufstätigen Menschen vertraut: Man liegt schon frühmorgens wach und überlegt, was alles heute zu tun sein wird und wie man das Viele in den Griff kriegen könnte. Druck. Stress. Beklemmung, manchmal gar Panik – kein Berufsleben ist völlig frei von solchen Ängsten. Nicht ständig, hoffentlich. Aber hin und wieder hat ein jeder Mensch solchen Anwandlungen zu begegnen.

Die gegenwärtige Zeit birgt grosses Stresspotenzial. Die

«Druck. Beklemmung, gar Panik. Kein Berufsleben ist völlig frei von solchen Ängsten.»

Frankenstärke, die schlechte Winterprognose, die wachsende Präsenz der Nachbarländer machen zu schaffen. Ratings können im Konkurrenzkampf zu einer besseren Positionierung verhelfen – aber nur, wenn man gut gelistet ist, zu den besten Hotels, den hoch bepunkteten Restaurant gehört. Falls nicht, erhöhen sich Stress und Druck gar noch. Auf den Hotel- und Tourismusdirektor, der gute Zahlen bringen muss. Auf den Koch, der sein Lokal voll sehen möchte.

Sie alle, wir alle müssen lernen, mit Beklemmung und Panik umzugehen. Und, wenn dies nicht gelingen will, vielleicht auch mal davonzurennen. Das ist immer noch besser, als sich selber ein Leid anzutun.
Seite 5

SBB

Das Ende für die übertragbaren GAs naht

Geri Born

Urs Heller, Chefredaktor Gault Millau.

Mit dem Fahrplanwechsel per 11. Dezember 2011 bietet die SBB das übertragbare Generalabonnement nicht mehr an. Begründet wird der Entscheid mit einer zu geringen Nachfrage und der Zweckentfremdung durch die Abo-Inhaber. Bei gewissen Fahrausweisen liege der Freizeitanteil über jenem der Geschäftsreisen. Ebenfalls auf den 11. Dezember werden erneut gewisse Bahntarife erhöht. So verteuern sich unter anderem die beliebten Tageskarten Gemeinden. dst
Seite 4

Pfeffermühlen

Vom hilfreichen Küchengerät zum trendigen und begehrten Accessoire

zvg

Die Pfeffermühle: ein Meisterwerk.

Hersteller auf der ganzen Welt produzieren die unterschiedlichsten Pfeffermühlen: Ob aus Holz, Edelstahl, Silber oder Kunststoff – geht es um die Hülle, geht es vor allem um den Geschmack. Dem Design sind kaum Grenzen gesetzt, was bisweilen auch zu ausgefallenen Mahlobjekten geführt hat. Und die Pfeffermühle auf dem Tisch gleichzeitig zu einem so begehrenswerten Gegenstand werden liess, dass sie zu einem beliebten Diebstahlobjekt in Restaurants avancierte. Für das Innere der kleinen Meisterwerke ist das Peugeot-Mahlwerk weiterhin stark auf dem Markt. Auch hier existieren mittlerweile aber gute Alternativen, auch aus Keramik oder Kunststoff.

Kontrovers wird gerne über Sinn und Unsinn von elektrischen Pfeffermühlen diskutiert. Was sagt der Experte dazu? Und was hält der Küchenchef von dieser Mühle, die mit einem einzigen Knopfdruck in Betrieb gesetzt werden kann? rom
Seite 13 und Seite 23

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
9 771662 334000 41

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association Preferred Partner

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

Polster-Möbel-Klinik
Schoffelgasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93
"De Stör-Polsterer chunit"
ACHTUNG!
Sessel•Sofas•Bänke
Stühle
Neu beziehen und aufpolstern
• Gratisberatung, Offerte und
• Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
• mind. 10% auf Konkurrenzofferte
• 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
www.polstermoebelklinik.com

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

Ihr Yield Management Partner.
t +41 31 302 70 90
www.hotelpartner.ch
HotelPartner
YIELD MANAGEMENT

Aus der Region

Ostschweiz

Thurgau: Kein Asphaltgranulat auf Wanderwegen

zvg

Auf Wanderwegen und Flurstrassen im Kanton **Thurgau** darf ab sofort vorübergehend kein rezykliertes Asphaltgranulat mehr eingebaut werden, teilt das Departement für Bau und Umwelt (DBU) mit. Dies zu Gunsten des Landschaftsbildes und weil das Material krebserregende polyzyklische aromatische Kohlenwasserstoffe enthalten könne, begründet das DBU.

Neue Strategie im Obstbau gegen Feuerbrand

zvg

Vier Jahre lang haben Fachleute aus dem Bodenseeraum im Rahmen des Interreg IV-Projekts «Gemeinsam gegen Feuerbrand» zusammengearbeitet. «Es ist gelungen, eine zukunftsfähige Gesamtstrategie für den **Obstbau** am Bodensee zu erarbeiten», sagte Landesrat Erich Schwärzler bei der Präsentation der Ergebnisse. Auf der Suche nach Alternativen zum Einsatz von Antibiotika gegen den Feuerbrand wurden 35 Apfel- sowie 17 Birnensorten ermittelt, die als robuste Sorten zur Pflanzung empfohlen werden.

Bern

Flughafen Belp: Passagierrekord im September

Insgesamt haben 26449 Passagiere im September den Flughafen Bern-Belp genutzt. Das bedeutet eine mehr als doppelt so hohe Anzahl als im vergleichbaren Vorjahresmonat (13054, plus 102 Prozent). Gleichzeitig haben die Flugbewegungen um sieben Prozent von 6297 im September 2010 auf 5875 Flugbewegungen im September 2011 abgenommen. Linien- und Charterflüge machten dabei lediglich 14 Prozent der Flugbewegungen aus, transportierten aber 95 Prozent der Passagiere.

Wettbewerb

Das wird aus dem Hotel Meyerhof in Hospental

Im Wettbewerb in der htr von letzter Woche wurde gefragt: Was ist mit dem auf dem Stich gezeigten Hotel Meyerhof in Hospental in Zukunft geplant, und wann wurde der Hotelbetrieb geschlossen? Die richtigen Antworten fand Gino Di Grazia aus Aarau: Der «Meyerhof» soll durch einen Neubau ergänzt und zum Mittelklassehotel für Sport- und Freizeitgäste ausgebaut werden. Gino Di Grazia gewinnt eine Flasche Diolinoir 2010 aus der Kollektion von Chandra Kurt. sag

Basel holt Feedback

Die Mitglieder von Basel Tourismus sind mehrheitlich mit ihrer Organisation zufrieden. Verbessert werden muss das Hotelreservationssystem.

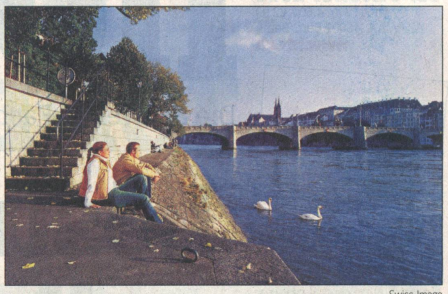
DANIEL STAMPFLI

Mit der Positionierung von Basel sind rund 90% der Hotel-, Restaurant- und Kollektivmitglieder sehr oder eher zufrieden. Dies ergab eine vom Statistischen Amt Basel-Stadt im Auftrag von Basel Tourismus durchgeführte anonyme Umfrage. Die Organisation wertet dieses Ergebnis als erfreulich, zumal die Hotel- und Restaurantmitglieder die Destinationswerbung und den Auftritt auf der Internetseite von Basel Tourismus als Hauptgründe für die Mitgliedschaft angegeben hätten.

> «Wir möchten von den Hotels noch verstärkt erfahren, was sie von uns erwarten.»
>
> **Daniel Egloff**
> Direktor Basel Tourismus

Verbessern muss sich Basel Tourismus jedoch bei der Vermittlung der Resultate der Marktbearbeitung, wie die Umfrage weiter ergab. Deshalb werde die Kommunikation an die Partner künftig mit quartalsweisen Berichten oder speziellen Veranstaltungen noch mehr Gewicht erhalten. Die bisher einmal jährlich durchgeführten Informationsveranstaltungen sollen auf zwei erhöht werden. «Wir möchten von den Hotels noch verstärkt erfahren, welche Marketingmassnahmen sie von uns erwarten», sagt Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus.

Unzufrieden ist die Mehrheit der Hotelmitglieder mit dem Hotelreservationssystem. Insbesondere die Benutzerfreundlichkeit wurde bemängelt. Gegenmassnahmen habe Basel Tourismus bereits ergriffen. So werde zurzeit eine völlig neue Hotelreservationslösung entwickelt. «Wir werden von Feratel Deskline zu Tomas wechseln», so Egloff. Das neue Hotelsreservationssystem werde ab Februar 2012 in die ebenfalls komplett überarbeitete Internetseite www.basel.com integriert.



Swiss-Image

Die Positionierung von Basel erfreut die meisten Mitglieder.

Bei den 1500 Privatmitgliedern erzielte das Team von Basel Tourismus im Bereich Freundlichkeit und Kompetenz ein ausserordentlich gutes Ergebnis. «Dies hat uns positiv überrascht», so Daniel Egloff weiter. Jährlich verschickt Basel Tourismus das Bon-Büchlein als Dank für die Einzahlung des Mitgliederbeitrages. 83 Prozent aller privaten Mitglieder nutzen dieses Bon-Büchlein. Die meisten Verbesserungsvorschläge gehen dahin, die Restaurantbons zu reduzieren, dafür mehr Gutscheine für das attraktive Kulturangebot anzubieten. Sehr gut schnitt auch bei der jährlich organisierten Mitgliederreise die Fluggesellschaft «Hello» ab.

Basel Tourismus beabsichtigt, die Mitgliederbefragung periodisch, alle drei bis vier Jahre zu wiederholen, um Veränderungen festhalten zu können.

Branche hat sich gebessert

Bei der Einhaltung der Arbeitsbedingungen hat das Gastgewerbe Fortschritte gemacht.

DANIEL STAMPFLI

Die Kontrollstelle für den Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes hat vom Juli 2010 bis Juni 2011 in 2000 Hotels und Restaurants Stichproben zur Einhaltung der Mindestlöhne, der Erfassung der Arbeitszeit sowie der Zahlung des 13. Monatslohns durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass 91% der kontrollierten Betriebe über ein brauchbares System zur Arbeitszeiterfassung verfügen. Im Vergleich zur letzten Kontrolle (2009/2010) entspricht dies einer Steigerung von über 10%, so die Kontrollstelle. In 75,5% der Betriebe mit brauchbarer Arbeitszeiterfassung werde diese vorschriftsmässig mindestens einmal monatlich vom Arbeitnehmer beziehungsweise vom Arbeitgeber unterschrieben. Im Vorjahr waren es noch 63,8%. Die Kontrollstelle wertet dies als positiv, doch seien noch weitere Anstrengungen zu unternehmen, um das Prinzip in allen Betrieben zu veranken.

Die Anzahl der Betriebe, die allen Mitarbeitenden, die Anspruch darauf haben, einen 13. Monatslohn zahlen, hat sich leicht erhöht. In Zahlen: von 89,3% im 2009/2010 auf fast 90% bei der jüngsten Kontrolle. 77% der Betriebe erledigen dies korrekt. Leicht gesunken ist die Anzahl der Betriebe, die alle Mindestlöhne einhalten, von 81,5% auf noch 80,6%. Diesen negativen Trend gelte es zu stoppen und wiederum zu verbessern, hält die Kontrollstelle fest. Nicht korrekt handelnde Betriebe müssen Mitarbeitenden vorenthaltene Lohnguthaben nachzahlen und darüber hinaus mit Konventionalstrafen bis zum doppelten Betrag der vorenthaltenen Lohnguthaben rechnen.

Schlossberg Thun: Bauprojekt wird voraussichtlich Anfang 2012 eingereicht

Workshops zu den öffentlichen Nutzungen und konkreten Umbauten der Gebäude sind abgeschlossen

Die künftige Nutzung des Thuner Schlossbergs nimmt Formen an: Die Stadt Thun als Besitzerin der Liegenschaften, die Investorin und Baurechtsnehmerin Schlossberg Thun AG und das Schlossmuseum diskutierten Grundsatzfragen im Hinblick auf das künftige Bauprojekt mit öffentlichen und touristischen Nutzungen. Kernelemente sind eine Erweiterung des Schlossmuseums, ein Restaurant mit Café im Erdgeschoss, eine Winebar mit Terrasse und zwei Lounges sowie Veranstaltungs- und Schulungsräume für KMU im Neuen Schloss. Im alten Gefängnis ist ein Hotelbetrieb geplant. An den Workshops nahm auch das Investorenehepaar für den Hotel- und Gastronomieteil, Marthe und Paul Ringgenberg teil. Diskutiert und festgelegt wurden unter anderem eine allfällige Aufstockung des Gefängnistraktes für das Hotel. Nun wird bis Ende Jahr ein Schlussbericht verfasst und dem Thuner Gemeinderat zum Entscheid vorgelegt. Danach – voraussichtlich Anfang 2012 – wird die Öffentlichkeit über die Details der Umnutzung orientiert, teilt die Stadt Thun mit. Gleichzeitig wird das Bauprojekt öffentlich aufgelegt werden. sag

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

Hotelarchiv Schweiz/zvg

zvg

Das Hotel Belvédère in Scuol: Kurt Baumgartner hat es 1999 aus einem Konkurs erworben. Er war froh, dass ihn die SGH damals bei der Renovation unterstützte, doch zur Abfederung der Frankenstärke würde er eine Mehrwertsteuer-Senkung bevorzugen.

Neues Hilfspaket?

Die Frankenstärke macht den Hoteliers immer mehr zu schaffen: Eine Arbeitsgruppe um FDP-Nationalrat Tarzisius Caviezel will bis zur Wintersession kurzfristig wirksame Entlastungsmöglichkeiten finden.

THERES LAGLER

Es weht zurzeit ein rauer Wind: Nicht nur für Hoteliers, sondern auch für Parlamentarier. Das hat letzte Woche Nationalrat Tarzisius Caviezel am eigenen Leib erfahren. Gastro Graubünden forderte in einem Brief an seine Mitglieder die Abwahl des FDP-Politikers, weil er in der Herbstsession die Mehrwertsteuersenkung fürs Gastgewerbe auf 2,5 Prozent abgelehnt hatte. Das sei ein Affront gegenüber der Tourismusbranche. Caviezel empfindet diese Kritik als unfair: «Ich habe mich in den letzten vier Jahren unermüdlich für den Tourismus eingesetzt und entgegen der Parteilinie den höchstmöglichen Beitrag für Schweiz Tourismus unterstützt», betont der Bündner. Eine Senkung der Mehrwertsteuer fürs ganze Gastgewerbe empfindet Tarzisius Caviezel als Giesskannenprinzip.

Für andere Mehrwertsteuer-Vorschläge ist er aber mittlerweile offen. So liegt die Idee vor, im nächsten Jahr den Sondersatz für die Hotellerie von 3,8 Prozent auf null zu senken. Das würde zwar Steuerausfälle von 150 Millionen bedingen. Diese könnten aber mit einem Verzicht auf die 100 Millionen für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) wieder wettgemacht werden. «Wir müssen verschiedene Varianten prüfen und Lösungen finden, die sofort umgesetzt werden können», so Caviezel. Er hat eine Arbeitsgruppe initiiert, die bis zur Wintersession Vorschläge einbringen will.

Die Hotellerie ist gespannt. So hält Kurt Baumgartner, Hotelier in Scuol, ganz klar fest: «Ich bin ein grosser Freund der SGH, doch sie hat noch genug Gelder. Eine Mehrwertsteuer-Senkung ist das Einzige, das uns sofort helfen kann.» Und Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, untermauert dies mit Zahlen. «Die Wirkung eines Null-Satzes für die Hotellerie wäre vergleichbar mit einer Erhöhung des Wechselkurses auf über 1,27 Franken pro Euro.» Für hotelleriesuisse sei aber klar, dass eine kurzfristige Massnahme in eine Langzeitperspektive eingebettet sein müsse, so Juen. Er plädiert dafür, dass ab 2013 nahtlos das Zweisatz-Modell eingeführt wird.

Doch was sagt Philippe Pasche, Direktor der SGH, zu diesen Plänen? «Die Erwägungen sind mir bekannt. Es brodelt in der Branche», hält er fest. «So wurde auch eine Motion von Nationalrat Peter Malama eingereicht mit dem Ziel, dass künftig auch Hotelbetriebe in Städten mit SGH-Darlehen unterstützt werden können. Es handelt sich hier um politische Entscheide mit verschiedenen Effekten in der Wirkung und im Zeithorizont.» Denn darin sind sich alle einig: Die 100 Millionen der SGH können gar nicht kurzfristig eingesetzt werden. Es handelt sich um eine vorsorgliche Massnahme, falls es bei den Banken zu einer Kreditverknappung kommt.

Trotzdem begrüsst Pasche ein solches Vorgehen. «Wir wollen dem Staatssekretariat für Wirtschaft bis Ende Jahr Vorschläge einreichen, die aufzeigen, wie die Mittel im Rahmen der Wachstumsstrategie 2012–2015 eingesetzt werden könnten», erläutert er. «Die SGH möchte Schwerpunktaktionen durchführen, den Gesetzesrahmen ausschöpfen und die Mittel mit andern Instrumenten bündeln, um mehr Wirkung zu erzielen.» Diese Strategie habe die SGH bereits im August erarbeitet, so Pasche. «Wir folgen diesem Weg, ob wir die 100 zusätzlichen Millionen erhalten oder nicht.»

«Wir müssen Lösungen finden, die sofort umgesetzt werden können.»
Tarzisius Caviezel
Nationalrat, FDP, Graubünden

Währung Logiernächte brechen ein

Der starke Franken schlägt sich auch in der Beherbergungsstatistik für den Monat August drastisch nieder. Die Anzahl der Logiernächte ging gesamthaft um 6,3% zurück, jene der ausländischen Gäste gar um 9,4%.

Im August 2011 verzeichneten die Besucher aus Europa (ohne Schweiz) einen Logiernächterückgang um 12% gegenüber August 2010, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) mitteilt. Deutschland verbuchte dabei mit einem Minus von 94 000 Logiernächten (-13%) die deutlichste absolute Abnahme aller Herkunftsländer. Demgegenüber erhöhte sich die Nachfrage aus dem asiatischen Kontinent um 11 000 Logiernächte (+3,3%). China (ohne Hongkong) legte um 34 000 Logiernächte (+65,1%) zu und wies das stärkste absolute Wachstum aller Herkunftsländer auf. Auch die anderen Wachstumsmärkte (Brasilien +18,9%), Indien (+5,0%), Russland (+3,4%) sorgten für ein Plus. Die inländischen Gäste generierten im August 1,6 Millionen Logiernächte, was eine Abnahme von 1,9% bedeutet.

Unter den Tourismusregionen verzeichnete Graubünden im August 2011 mit einem Minus von 49 000 Logiernächten (-7,3%) den deutlichsten absoluten Rückgang gegenüber August 2010. Ein Minus resultierte auch für die Städteregionen. Einen Logiernächtezuwachs verzeichnete lediglich die Region Fribourg; dieser betrug 2100 Logiernächte (+4,4%).

Kumuliert von Januar bis August 2011 ging die Anzahl der Logiernächte um 1,7% auf 25,4 Millionen zurück. Die ausländische Nachfrage registrierte 14,5 Millionen Logiernächte und damit einen Rückgang von 2,8%. Die Gäste aus dem Inland verzeichneten 10,9 Millionen Logiernächte, also eine Reduktion um 0,2%. Die Anzahl Logiernächte deutscher Gäste ging in den ersten acht Monaten 2011 gemäss BFS um 387 665 (-9,1%) zurück. 122 673 (+47,0%) mehr Übernachtungen kamen aus China (ohne Hongkong). Indien (+22,9%), Brasilien (+21,4%) und Russland (+10,7%) legen ebenfalls deutlich zu.

Das grösste Minus bilanzieren für die Zeit von Januar bis August 2011 die Regionen Graubünden (-6,9%), Wallis (-4,7%) und Tessin (-4,4%). Ein sattes Plus weist Fribourg Region (+7,8%) auf. dst

«ST soll der Marketingdampfer sein»

Wahlplattform
Heute: Boris Tschirky

Tätigkeit: Direktor St. Gallen Bodensee Tourismus
Partei: CVP St. Gallen
Politisches Amt: kandidiert neu für den Nationalrat

1. Der starke Franken plagt den Tourismus. Was ist zu tun? Wir müssen verstärkt auf Qualitätstourismus setzen, uns also auf Zielgruppen konzentrieren, bei denen nicht die Kosten im Mittelpunkt stehen, sondern Werte wie Einzigartigkeit, Authentizität und Qualität. Wir müssen entsprechende Angebote schaffen, weiterentwickeln und kommunizieren. Grosses Potenzial sehe ich bei Gästen aus Nicht-Euro-Ländern wie Indien, Fernost- und Golfstaaten. Für sie ist die momentan dissonante Franken-Euro-Parität kein Thema.

2. Wenn Sie könnten, wie Sie wollten: Wie viel Geld würden Sie für Schweiz Tourismus sprechen? So viel wie nur möglich. Denn Schweiz Tourismus soll der Marketingdampfer sein, der in der ganzen Welt wahrgenommen wird. Die meisten Gäste kommen nicht primär wegen einer einzelnen Destination zu uns, sondern nutzen Angebote in verschiedensten Regionen. Davon profitieren wir alle.

3. In welche Richtung sollte sich der Tourismus in Ihren Augen entwickeln? Eindeutig in Richtung Qualitätstourismus – auch nach überstandener Eurokrise. Mit Preiskämpfen würden wir auf der ganzen Linie verlieren – Stichworte: noch höherer Lohndruck, Verlust an Talenten, qualifizierten Arbeitskräften und Know-how. Beim Qualitätstourismus ist es umgekehrt. Darum müssen die Angebote verbessert werden. Soft Skills, wie Freundlichkeit, Sprach- und Fachkompetenz sind zu stärken. Berufe im Tourismus müssen den hohen Anforderungen entsprechend auch attraktiv sein.

4. Welche touristischen Anliegen erachten Sie als besonders wichtig für Ihre Region? Ausschlaggebend für mich ist die Perspektive unserer Gäste: Gemeinde- und Kantonsgrenzen sind unwichtig. Einzelangebote haben relativ wenig Anziehungskraft, weil sich dafür schon bald einmal die Anreise nicht mehr lohnt. Fazit: Der Gast will eine Region als ganzheitliches Erlebnisfeld mit vielen Höhepunkten geniessen können, die komfortabel miteinander verknüpft sind. Darum gilt es, die einzelnen Angebote zu vernetzen und als attraktives «Feuerwerk» an Möglichkeiten zu präsentieren.

5. Und wo verbringen Sie Ihre nächsten Ferien? Im Tessin. Nicht etwa, weil mir die eigene Region St. Gallen-Bodensee verleidet ist, sondern weil ich mir innerhalb und ausserhalb der Schweiz immer wieder neue Anregungen holen will.

In zehn Tagen stehen Parlamentswahlen an. Auf der Wahlplattform www.hotelleriesuisse.ch stellen sich zum Tourismus bekennende Kandidaten vor. Nach Andreas Züllig, Hans-Ulrich Bigler, René F. Maeder und Barbara Schmid-Federer stellt sich in dieser Ausgabe als Abschluss Boris Tschirky den Fragen.

Aus der Region

Berner Oberland

Grindelwald Männlichen-Bahn: gutes Ergebnis

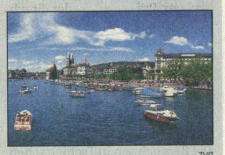
Der Verkehrsertrag der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG (GGM) ist im 1. Semester 2011 2% geringer als in der Vorjahresperiode. Der Betriebsaufwand ist auf Vorjahresniveau (-0,2%), der EBITDA 2,407 Mio. Fr., 38,3% des Betriebsertrags (2010: 40,2%). Aus Investitionen für die Talabfahrt-Piste resultierten höhere Abschreibungen (+23,4%). Nach Berücksichtigung dieser Wertkorrekturen, der Ertrags- und Kapitalsteuern bleibt ein Semestergewinn von 1,02 Mio. Fr. (Vorjahr 1,39 Mio. Fr.).

Zürich

Baustart für 239 Wohnungen beim Mobimo Tower

Die Immobilienfirma Mobimo hat den Grundstein für die Überbauung «Am Pfingstweidpark» gelegt: Die Wohnungen direkt neben dem Mobimo-Tower sollen bis Herbst 2013 fertig sein. Mobimo investiert 200 Mio. Fr. in das Projekt. Das Unternehmen teilt mit, dass bereits ein Drittel der Eigentumswohnungen verkauft sind. Die Vermietung der 96 Mietwohnungen beginnt Anfang 2012. Die Preise bewegten sich im «mittleren Preissegment».

«ZH2O Züri Wasser»: Gutes erstes Jahr



zvg

Ein Jahr nach Lancierung ist «ZH2O Züriwasser» in 113 Lokalen erhältlich; das sind doppelt so viele als zu Beginn. Mit der Initiative ZH2O züriwasser («drink & donate») spendet jeder, der in den teilnehmenden Restaurants **Zürichs** die 5dl-Karaffe Hahnenwasser für 3 Franken bestellt, automatisch einen Franken davon an Wasserhilfsprojekte. Im ersten Jahr wurden 88 415 Franken an die Projekte überwiesen; bestellt wurden insgesamt 56 235 Halbliter-Karaffen.

Wallis

Leukerbad bleibt Swiss Olympic-Gigathlon-Partner

zvg

Leukerbad ist auch für die Austragung des Swiss Olympic Gigathlon 2012 offizieller Marketing-Partner, teilen die Organisatoren mit. Neben den verschiedenen Kommunikationsplattformen wird im Rahmen dieser Partnerschaft vom 14. bis 20. Januar ein Vorbereitungs-Wintercamp in Leukerbad angeboten. Der nächste Gigathlon findet vom 29. Juni bis 1. Juli 2012 mit Zentralort Olten statt. sag

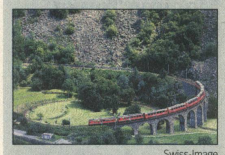
Aus der Region

Graubünden

Bergbahnen Chur-Dreibündenstein schwach liquide

Im Geschäftsjahr 2010/11 haben die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein trotz weniger Gästen mit 1,08 Mio. Fr. gleich viel erwirtschaftet wie im Vorjahr. Der Gewinn sank um 28% auf 31 500 Fr. Seine finanzielle Situation meldet das Unternehmen im Jahresbericht als unbefriedigend. Es bestehe kein Spielraum für Investitionen über das Notwendige hinaus. Die Liquidität habe sich nicht verbessert. Grund seien die hohen Amortisationskosten von Darlehen und Leasingverpflichtungen von 600 000 Franken.

Kreisviadukt der RhB in Brusio instand gesetzt



Swiss-Image

Nach sechs Monaten Instandsetzungsarbeiten ist das Kreisviadukt in Brusio, das Wahrzeichen der Unesco-Welterbelinie der **Rhätischen Bahn** (RhB) saniert. Es war die erste umfassende Renovierung seit über 100 Jahren. Unter Aufrechterhaltung des Bahnbetriebs wurde ein Brückentrog in Stahlbeton eingebaut, Mauerwerksfugen instand gesetzt und die Oberfläche gereinigt. Die Sanierungskosten belaufen sich auf 2,7 Mio. Franken.

Bergbahnen Tschiertschen: wenig Verlust

Die Bergbahnen in Tschiertschen schlossen das letzte Geschäftsjahr mit einem Verlust von 157 000 Franken ab. Im schwierigen Winter 2010/11 seien die Bahnen damit mit «einem blauen Auge» davongekommen, schreibt der VR – deshalb, weil die Einnahmen im vergangenen Winter mit wenig Schnee gegenüber dem Vorjahr nur um 4 Prozent auf 1,17 Mio. Fr. sanken. «Hohe Investitionen» hätten dann zum Verlust geführt, heisst es im Jahresbericht. In den letzten Jahren sei es gelungen, den langfristigen Finanzplan einzuhalten.

Klosters: Keine Abstimmung über Feriendorf

zvg

Das Projekt des holländischen Unternehmen Landal Green Parks eines 600-Betten-Feriendorf in **Klosters** zieht sich weiter hin: Der Souverän stimmt über die erforderliche Ortsplanungsrevision samt Umzonung des Areals Obere Ganda vorläufig nicht ab, weil der Gemeindevorstand erneut mit den Resort-Initianten verhandle. Es gäbe erneut Anpassungsbedarf, und eine Verkleinerung werde geprüft, so Gemeindepräsident Markus Haltiner zur «Südostschweiz». sag

SBB räumt bei GAs auf

Die SBB schafft die übertragbaren Generalabonnemente ab. Dies wird mit der zu geringen Nachfrage begründet. Spezielle Angebote hält die SBB für ausländische Gäste bereit.

DANIEL STAMPFLI

Auf den kommenden Fahrplanwechsel vom 11. Dezember 2011 bereinigt die SBB ihr Angebotssortiment. In der Folge wird das übertragbare Generalabonnement gestrichen. Dieses kostete bisher 5400 Franken (2. Klasse) respektive 8550 Franken (1. Klasse). «Ausschlaggebend für den Entscheid ist die sehr geringe Nachfrage dieser Abonnemente», sagt SBB-Konzernmediensprecher Christian Ginsig. Die übertragbaren Generalabonnemente machten an den gesamten sich im Umlauf befindenden GAs nur 0,15% aus. Zurzeit seien rund 650 GAs bei rund 300 Kunden ausgestellt.

> «Die unpersönlichen GAs sind nur ein sehr geringer Anteil an den gesamten GAs.»
>
> **Christian Ginsig**
> SBB-Sprecher

In letzter Zeit hätten der Verband öffentlicher Verkehr (VöV) und die SBB auch festgestellt, dass der nur für Firmen und Geschäftsreisen ausgestellte Fahrausweis immer mehr für Freizeitreisen am Wochenende verwendet wird. Zum Teil würden für diese Reisen noch Verleihgebühren von den jeweiligen Unternehmen erhoben. In den allgemeinen Geschäftsbedingungen steht jedoch unter anderem: «Eine Ausleihung des übertragbaren GA gegen Gebühr ist nicht gestattet.» Nicht zulässig sei auch die kostenlose Ausleihung des GA von Hotels an ihre Gäste.

Spezielle Angebote nur für ausländische Touristen

Günstig mit dem öffentlichen Verkehr die Schweiz erkunden kann, wer im Ausland wohnt, und zwar mit dem Swiss Pass. Diesen gibt es für 4, 8, 15 oder 22 aufeinander folgende Tage oder während eines ganzen Monats. Der Swiss Pass ermöglicht auf dem Streckennetz von Swiss Travel System, auf insgesamt rund 20 000 Bahn-, Autobus- und Schiffskilometern. Inbegriffen sind auch Strassenbahnen und Busse in 41 Städten sowie 50% Rabatt bei den meisten Bergbahnen. Zudem können Pass-Inhaber von Gratiseintritten in rund 400 Museen sowie von weiteren Rabatten der Bonuspartner von Swiss Travel System profitieren. In der 2. Klasse bezahlen Erwachsene dafür zwischen 266 Franken (4 Tage) und 590 Franken (1 Monat).

Nicht in den Genuss dieser günstigen Pässe kommen Schweizerinnen und Schweizer. Wollen sie etwa ihre Feriengäste auf der Reise durch die Schweiz ohne GA begleiten, können sie zum Halbtax-Abonnement eine Monatskarte kaufen. Den Schweizern stehen auch das abonnierte GA für mindestens vier Monate (305 Franken pro Monat für Erwachsene 2. Kl.), Tageskarten zum Halbtax-Abo oder 9-Uhr-Karten (nur von Mo bis Fr) zum HTA zur Auswahl.

Tageskarten werden für Gemeinden teurer

Per 11. Dezember erhöht die SBB die Preise punktuell. Um 9,7% teurer wird dabei auch die sehr beliebte Tageskarte Gemeinde. Sie kostet ab Dezember 34 Franken (bisher 31 Franken). «Eine Einschränkung bezüglich Tageszeit ist nicht vorgesehen», so Christian Ginsig, dies obwohl die Ertragslage unbefriedigend sei. Die Erträge würden nur gut einen Drittel der Kosten decken. In der Preisgestaltung gegenüber den Endkunden seien die Gemeinden frei.

Behinderte Bessere Rollstuhlabteile gefordert

Beim Bundesverwaltungsgericht haben zwei Behindertenorganisationen gegen die neuen Doppelstockzüge der SBB Beschwerde eingereicht. Sie fordern ein weniger isoliertes Rollstuhlabteil und Zugang zum Speisewagen. In den 20 neuen Fernverkehrs-Doppelstockzügen, welche die SBB bei Bombardier bestellt hat, befinden sich gemäss Plänen die Rollstuhlabteile unter dem Speisewagen. Da dort im Gegensatz zu heute keine Bar mehr geplant ist, stattdessen aber das Lager für das Zugrestaurant und das Behinderten-WC, hat es neben den zwei bis drei Rollstuhlplätzen nur wenige weitere Sitzplätze. dst

zvg

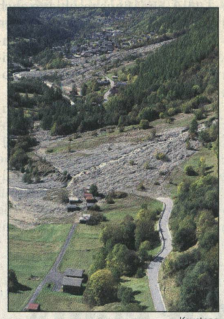
Bald wird in SBB-Zügen niemand mehr mit übertragbaren GAs unterwegs sein. Mit speziellen Pässen können Touristen reisen.

Herbstgeschäft wurde weggespült

Die plötzlich einsetzende Schneeschmelze gepaart mit heftigen Regenfällen vereiteln dem Tourismus zum Teil die Herbstsaison.

GUDRUN SCHLENCZEK

Am schlimmsten getroffen hatte es am Montag wohl das Lötschental. Zwar ist die Strasse ins Lötschental bis Wiler inzwischen wieder offen. Die Verbindung nach Blatten bleibt jedoch bis auf Weiteres gesperrt. So seien immer noch die Hälfte der Hotels nicht erreichbar, betont Tourismusdirektorin Sandra Stockinger. Blatten ist Hauptort für den Lötschentaler Sommertourismus. «Die Sommersaison ist damit für uns gelaufen», so Sandra Stockinger. Gerade die Herbstzeit locke sonst viele Gäste ins Lötschental, nun ist die Saison drei Wochen früher als üblich zu Ende. Wie stark die Unwetter das Sommerergebnis schmälern werden, kann Stockinger heute noch nicht abschätzen. Dazu komme noch ein möglicher Imageschaden, es habe einige Stornierungen gegeben. Gäste, die weiterhin abgeschnitten sind, müssen mit dem Helikopter ausgeflogen werden.



Keystone

Teile des Lötschentals sind bis auf Weiteres abgeschnitten.

Getroffen wurde auch das Berner Oberland. Die Zufahrt vom Tal nach Kandersteg ist gesperrt, allerdings ist die Erreichbarkeit durch den Lötschbergtunnel sichergestellt. Die nach dem Hochwasser im Jahr 2005 erstellten Schutzdämme an der Kander haben den Ort vor einer Überschwemmung geschützt. Fritz Jost, Präsident von Kandertal Tourismus, rechnet im Zuge der Klimaerwärmung künftig vermehrt mit solchen Katastrophen: «Man weiss nicht, welches Tal es das nächste Mal trifft.» Betroffen sind auch die Jungfrau-Bahnen: Nach Lauterbrunnen verkehrt nun ein Bus statt des Zugs, die Schynige Platte ist aufgrund eines Stromunterbruchs nur eingeschränkt erreichbar.

Im Wallis wurde am Montag am Morgen um 5 Uhr die Kantonsstrasse nach Leukerbad gesperrt. Entsprechende Meldungen in den Medien erweckten den Eindruck, dass Leukerbad dadurch von der Aussenwelt abgeschnitten wurde. Dem war aber nie so: Die so genannte Winterstrasse sicherte jederzeit die Erreichbarkeit, versichert Tourismusdirektor Richard Hug. Ebenso habe man die Trinkwassersituation wieder im Griff. Trotzdem gab es Annullationen und verunsicherte Gäste. «Mit den übrigen Unwettern in der Schweiz wurden alle Meldungen zu einer grossen Krise zusammengenommen», erklärt Hug das Missverständnis. «Wir ziehen unsere Lehre daraus und müssen die Kommunikation in Zukunft noch optimieren.»

Ausbaupläne in Bern

In nächster Nähe zum Bärenpark ist ein neues Café-Restaurant geplant. Modernisiert wird die Event-Lounge des Restaurant Schwellenmätteli

DANIEL STAMPFLI

In der städtischen Liegenschaft am Klösterlistutz 16 in Bern soll in direkter Nachbarschaft zum Bärenpark ein Café-Restaurant realisiert werden. Gemäss der städtischen Direktion für Finanzen, Personal und Informatik wurde das entsprechende Baugesuch von der künftigen Mieterin, der Alten Tramdepot Brauerei Restaurant AG eingereicht. Die Eröffnung es neuen Lokals ist bei planmässigem Projektfortschritt auf den Frühling 2012 vorgesehen.

Das Umbauprojekt der zum Restaurant Schwellenmätteli gehörenden Event-Lounge sieht aareseitig eine Erweiterung für Eingangs- und Nebenräume, eine betriebliche Optimierung in der Raumgestaltung sowie die energetische Sanierung der Gebäudehüllen vor. Die Neueröffnung soll am 18. Februar 2012 stattfinden.

Eine visionäre Idee hat der Berner Tourismusdirektor Markus Lergier lanciert: die Erschliessung des Rosengartens mit einer kleinen Standseilbahn. «Der schönste Aussichtspunkt auf die Stadt Bern würde damit aufgewertet und das Ensemble der Ankerpunkte Untere Altstadt, Bärenpark, Aare und Rosengarten ideal miteinander verknüpft», so Lergier. Gewiss ist eines: Bis dereinst eine derartige Standseilbahn realisiert würde, läuft noch sehr viel Wasser die Aare runter.

Die Schweiz hat Visa-Datenbank neu eingeführt

Die Schweiz hat die zentrale Visa-Datenbank, das so genannte Visuminformationssystem (VIS), eingeführt. Gleichzeitig wurde das schweizerische VIS an die neue, europäische Visumsdatenbank angeschlossen. Das VIS ist ein Bestandteil der gemeinsamen Visumspolitik der Schengen-Staaten. Es erleichtert das Verfahren zur Visumserteilung und erhöht die Sicherheit. Das VIS gibt Hinweise darüber, ob früher ausgestellte Visa rechtmässig verwendet wurden. Davon profitieren Vielreisende, deren Gesuche effizienter behandelt werden können.

Taxifahrer in Europas Städten wurden bewertet

Die Taxifahrer von Genf und Zürich schneiden im internationalen Vergleich nur mässig ab. Bei einem Test, der im Sommer in 22 europäischen Städten durchgeführt wurde, sind die beiden Schweizer Städte nur als «genügend» bewertet worden. Die Rangliste wird von der spanischen Metropole Barcelona angeführt, vor München, Köln, Mailand, Berlin, Paris und Lissabon. Diese Städte schnitten mit «gut» ab, wie es in der TCS-Zeitung heisst. Genf liegt in der Rangliste an 12. Stelle, Zürich belegt Rang 15. Die schlechtesten Taxifahrer seien in Ljubljana. sls

«Wir sind sogar sehr vorsichtig»

Wie wichtig sind Punkte und Sterne? Ein Gespräch mit Gault-Millau-Chef Urs Heller – aus Anlass des Selbstmords von Friedrich Zemanek.

ELSBETH HOBMEIER

Urs Heller ist verantwortlicher Chefredaktor des Guide Schweiz von Gault Millau.

Geri Boru/zvg

Urs Heller, soeben ist der neue Gault Millau 2012 erschienen. Wie ist das Echo? Freudig? Enttäuscht?
Das Medienecho ist enorm gross, 106 Zeitungen und 28 elektronische Medien haben berichtet. Es ist ein gutes Gault-Millau-Jahr. Die Ausgezeichneten und die Aufsteiger sind jeweils glücklich und feiern – das lesen wir vor allem in den lokalen Medien.

Friedrich Zemanek fühlte sich ob seiner Bewertung offenbar total enttäuscht – er machte am selben Montag seinem Leben ein Ende. Hatten ihn Ihre Tester hart oder ungerecht beurteilt?
Jeder Freitod erschüttert und macht traurig. Und man fragt sich sofort, ob man etwas falsch gemacht habe. Ich sehe jedoch keinen ersichtlichen Zusammenhang mit dem Guide. Das Restaurant Matisse von Herrn Zemanek in Basel wurde sehr schnell aufgenommen und mit guten 14 Punkten bewertet. Der Text ist absolut korrekt und frei von jeder scharfen Kritik. Diese Bewertung kann doch nicht der alleinige Grund für eine solch weitreichende Reaktion sein.

Er hoffte offenbar auf einen Einstieg mit 16 oder 17 Punkten? Wurden so hohe Auszeichnungen überhaupt schon je auf Anhieb vergeben?
Nein. Denn wir sind schon fast übervorsichtig, auch wenn ein Koch die Stadt wechselt. Wir prüfen zuerst, wie er beim neuen Publikum ankommt und ob er sein Konzept durchziehen kann. Wir schauen da mit Ruhe zu, wir sind kein «Dreinschiesser-Guide», sondern greifen im Zweifelsfall lieber zur tieferen Note und erhöhen dann im nächsten Jahr. Dieses Prinzip hielten wir sogar bei der berühmten Madame Pic in Lausanne ein und bewerteten sie im ersten Jahr noch nicht. Das Buch bleibt ja ein Jahr lang aktuell, man kann es nicht einfach schnell aktualisieren.

Sind denn die Punkte im Kochalltag wirklich sooo wichtig?
Matchentscheidend für den Koch ist doch, ob sein Publikum seine Küche gut findet. Der Guide animiert vielleicht neue Gäste, das Lokal aufzusuchen – überzeugen muss sie dann die Leistung der Küche. Die Note wird oft überbewertet, die eigentliche Aussage liegt in der Beschreibung. Auch da gilt: Wir liefern die Starthilfe, die Arbeit muss der Koch machen. Ich betone immer wieder: Das ist nur unsere Meinung, und wir sind nicht das Bundesgericht der Gastronomie, wir haben keinen Unfehlbarkeitsanspruch und können uns auch mal irren.

> **«Solche Vorfälle machen einem die Verantwortung, die man hat, wieder erneut bewusst.»**
> Urs Heller
> Chefredaktor Gault Millau Guide Schweiz

Gault Millau und Michelin sind die beiden grossen Instanzen für einen Koch. Wie unterscheiden sich die Bewertungen?
Für beide sind Leute unterwegs, die viel vom Essen verstehen. Wir sind uns oft einig, aber bei uns ist die Bandbreite weiter. Und wir sind die besseren Entdecker. Die meisten Differenzen haben wir wohl an der absoluten Spitze. Michelin ist mit der Vergabe der drei Sterne enorm zurückhaltend.

Gibt es Köche, die nur für den Guide kochen?
Nicht nötig, wir akzeptieren jede Handschrift. Sie muss einfach hochstehend sein, sei es im Landgasthof, im Luxusrestaurant, in der Molekularküche.

Franz Wiget, der Koch des Jahres 2012, blieb bei 18 Punkten. Warum?
Ich glaube, dass er als Landgasthof bei 18 Punkten gut aufgehoben ist. Ein Koch des Jahres muss nicht automatisch 19 Punkte haben. Er ist mitunter mit einem tieferen Level glücklicher, der finanzielle Aufwand für die 19 Punkte ist nicht unbeträchtlich.

Die 19er-Spitze in der Schweiz ist zurzeit ja extrem dünn …
Es wäre ein Fehler, einfach Köche zu befördern um die Spitze zu verbreitern. Auch da sind wir auf der vorsichtigen Seite, die Höchstnote gibt es erst, wenn wir keine Bedenken haben.

Hat der tragische Todesfall Zemanek Auswirkungen auf die Testberichte?
Seit Jahren wählen wir die Worte sehr bewusst und sind weit zurückhaltender als vor 20 Jahren, als der Guide noch nicht so populär und beachtet war wie heute. Aber solche Vorfälle machen einem die Verantwortung, die man hat, wieder bewusst.

Zur Person
Urs Heller, Chefredaktor

Urs Heller ist verantwortlich für den jährlich im Ringier Verlag erscheinenden Gault Millau. Zugleich sitzt er als Bereichsleiter Ringier Zeitschriften auch in der Geschäftsleitung von Ringier Schweiz. Die Tester von GM arbeiten anonym, die Redaktion ist in Zürich zu Hause. eho

Friedrich Zemanek Tod aus Enttäuschung?

Die Schweizer Kochnationalmannschaft, der Schweizer Kochverband und die Hotel& Gastro Union trauern um Friedrich Zemanek. Der Team-Captain der Nationalmannschaft, Küchenchef des Basler Restaurants Matisse und zweifacher Vater verstarb am Montagabend, dem 3. Oktober, aus zunächst noch ungeklärten Gründen. Aus seinem Umfeld wurden dann bald Stimmen laut, die von einer «grossen Enttäuschung» über die Punktevergabe des am selben Tag erschienenen Guide Gault Millau sprachen. Zemanek habe für das «Matisse» mit mindestens 16 Punkten gerechnet – ein Einstieg, der bei GM noch von keinem Koch auf Anhieb geschafft wurde. Laut «Basler Zeitung» übernimmt Lukas Scherler (bisher Swissôtel The Howard, London) per sofort die Küche des «Matisse», Romy Zemanek, die Ehefrau des Verstorbenen, leitet weiterhin den Service. Auf htr online gingen zum Hinschied von Friedrich Zemanek folgende Kommentare ein:

«Klar kann man die Enttäuschung verstehen, aber diese Reaktion schockiert auch! In erster Linie sollte man doch stolz auf sich sein, auf was man jeden Tag in der Küche für seine Gäste macht. Auszeichnungen kommen dann schon noch. Schade um Herrn Zemanek.» miza.thecook

«Punkte und Sterne sind schöne Auszeichnungen – das Sahnehäubchen sozusagen. Was zählt, ist die tägliche Arbeit in der Küche und das ist Knochenarbeit. Zufriedene Gäste, lachende Gesichter, Komplimente, das ist der Lohn und die Wertschätzung. Dafür lohnt es sich.» M. Moretti eho

Rechtzeitig und erfolgreich reagieren

Standpunkt

RICHARD KÄMPF
LEITER RESSORT TOURISMUS BEIM SECO

Die Währungsturbulenzen im laufenden Jahr zeigen eindrücklich, wie rasch und einschneidend sich das Umfeld für den Schweizer Tourismus ändern kann. Alle Akteure aus Wirtschaft und Politik sind zurzeit gefordert, auf das erschwerte Umfeld zu reagieren. Grundsätzlich gilt für solche Situationen, dass eine gute Vorbereitung die Chancen auf ein erfolgreiches Reagieren beziehungsweise Agieren erhöht.

In der Tourismuspolitik will der Bund einen Beitrag für ein rasches und wirkungsvolles Einstellen der touristischen Akteure auf veränderte Umfeldbedingungen leisten. Ein wichtiges Element hierzu ist der Aufbau und der Betrieb eines strategischen Issue Managements.

Ziel des Bundes ist es, tourismuspolitisch wichtige Themen frühzeitig aufzugreifen, zu analysieren und Lösungsansätze zu entwickeln. Damit dies gelingt,

> **«Alle Akteure aus Wirtschaft und Politik sind zurzeit gefordert, auf das erschwerte Umfeld zu reagieren.»**

ist strategisches Issue Management als Prozess mit fünf Phasen zu verstehen: Mögliche Themen müssen zuerst identifiziert und anschliessend auf ihre Relevanz analysiert werden. Ausgehend von der Relevanzanalyse sind anschliessend geeignete Strategien abzuleiten, und es sind konkrete Massnahmen zu beschliessen und umzusetzen. Schliesslich geht es darum, mittels Evaluationen zu prüfen, ob mit den ergriffenen Massnahmen die erwünschte Wirkung tatsächlich erreicht werden konnte.

Eine Voraussetzung für den Betrieb eines erfolgreichen strategischen Issue Managements sind geeignete Wissens- und Entscheidungsgrundlagen. Ein Beispiel hierfür ist die vor Kurzem publizierte wissenschaftliche Studie «Der Schweizer Tourismus im Klimawandel: Auswirkungen und Anpassungsoptionen» welche das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco bei der Universität in Bern in Auftrag gegeben hat (vgl. www.seco.admin.ch). Die hochinteressante Studie liefert der Schweizer Tourismuswirtschaft wichtige Grundlagen zur Anpassung an den Klimawandel und führt konkrete Handlungsfelder und Massnahmen auf.

«Am liebsten wandere und klettere ich in meiner Haslitaler Heimat.»
Ernst Kohler CEO Rega

Die Schweizer Delegation wird an den **Berufsweltmeisterschaften** in London lautstark unterstützt.

Bilder Michael Zanghellini/zvg

Schweiz weit vorn

Die Schweiz erreicht an den Berufsweltmeisterschaften in London die **Bronzemedaille.** Drei Gastronomieprofis wurden ausgezeichnet.

CAROLE LAUENER

Die Schweiz bleibt beste europäische Nation an den World Skills Competitions. Sie gewann an der 41. Berufsweltmeisterschaft in London vom 5. bis 9. Oktober sechs Gold-, fünf Silber- und sechs Bronzemedaillen sowie zwölf Diplome und sechs Zertifikate. Sie belegte damit hinter Korea und Japan den dritten Gesamtrang. Für die Gastronomiebranche gab es gleich drei Mal einen Grund zum Feiern: Sabrina Anita Keller aus Heiden wurde Weltmeisterin in der Kategorie Restaurant-Service. Ebenfalls aufs Treppchen reichte es Jasmin Enzler aus Rapperswil. Die Konditorin-Confiseuse gewann die bronzene Auszeichnung. Für die Köchin Sandrine Eisenhut aus Oberegg reichte es zum Diplom.

Weltmeisterin Sabrina Anita Keller gewann letztes Jahr bereits die Goldmedaille an der Schweizer Meisterschaft. Zur Vorbereitung auf die World Skills Competitions absolvierte sie Praktika in diversen Hotels in Bangkok, England und der Schweiz. Ähnlich intensiv war die Vorbereitung für die Konditorin-Confiseuse und Bronzemedaillengewinnerin Jasmin Enzler. Sie arbeitete mit einem eigenen Trainer zusammen.

An den World Skills Competitions in London nahmen rund 1000 Berufsleute aus der ganzen Welt teil. Das Schweizer Team zählte 38 Teilnehmer. Die Weltmeisterschaft in handwerklichen, industriellen und Dienstleistungsberufen wird alle zwei Jahre in einem anderen Gastgeberland ausgetragen.

Restaurationsfachfrau **Sabrina Anita Keller** gewinnt Gold.

Sandrine Eisenhut erkocht sich ein Diplom.

Konditorin-Confiseuse **Jasmin Enzler** freut sich über Bronze.

Märchenhafte Tage in Engelberg

Die Events an den Märchentagen in Engelberg waren ausverkauft. Die zweite Ausgabe von «Ängel Märli Bärg» stiess bei Kindern und Junggebliebene auf grosses Echo.

CAROLE LAUENER

Das Programm für die zweiten Engelberger Märchentage «Ängel Märli Bärg» war vielfältig und unterhaltsam. Bauchtänzerin Dunya enführte die Besucher am orientalischen Abend im Restaurant Yucatan ins Morgenland. Passend dazu erzählte Silvia Studer-Frangi orientalische Märchen. Karin Alder brachte mit ihrem japanischen Bildtheater «Kamishibai» ebenfalls ein Stück der weiten Welt nach Engelberg.

Weitere spannende Geschichten mit Wasserfeen, Gnomen, Riesen und Prinzen gab es auf dem Märchenspaziergang zur Chaltibachquelle und der Sagenwanderung durchs Engelberger Tal zu hören.

Vor den Kulissen des Gasthofs Schwand und der Kapelle wurde Robi Kusters Theaterstück «Dr Eysidler» in echtem Engelberger Dialekt uraufgeführt. Präsident des «Ängel Märli Bärg», Robert Infanger, ist mit der zweiten Ausgabe der Märchentage zufrieden: «Der Anlass spricht vor allem Familien an. Für die Feriengäste in Engelberg ist dieses Festival ein ideales Zusatzangebot im Programm.»

Für das Eventdesign der Märchentage verantwortlich waren Matthias Balmer und Pascal A. Schnell, die kürzlich ihre Weiterbildung zum Designingenieur an der Hochschule Luzern abgeschlossen haben. Im Rahmen einer Praxisarbeit erarbeiteten die beiden Studienabsolventen das neue Konzept für «Ängel Märli Bärg».

zvg

Susanne Kuhn vom Hotel Edelweiss liest Globi-Geschichten vor.

Selvaggio – Eden Roc Trophy

Der Herbst ist da, wenn das Hotel Eden Roc gemeinsam mit seinem Interior Designer Carlo Rampazzi zur grossen Selvaggio – Eden Roc Golf Trophy lädt. Doch auf dem 18-Loch-Platz Patriziale in Ascona, im subtropischen Klima direkt am Ufer des Lago Maggiore, dauert der Sommer etwas länger. Dieses Motto bewahrheitete sich am Samstag einmal mehr: Bei herrlichem Sonnenschein massen sich 115 Golf-Fans im edlen Wettstreit. Und liessen sich danach von Küchenchef Rolf Krapf und dem neuen Direktor Daniel Schälli im eleganten Eden-Roc-Ambiente verwöhnen. eho

Elsbeth Hobmeierr

Hotel Eden Roc, Ascona: Direktor **Daniel Schälli,** Küchenchef **Rolf Krapf** und Designer **Carlo Rampazzi** auf einem Rampazzi-Sofa.

Weinraritäten an der Mouton-Rothschild Celebration im Uto Kulm

Raritäten und Schätze der Mouton-Rothschild-Kollektion wurden zu einem 7-Gang-Menü geöffnet.

Im Hotel Uto Kulm auf dem Zürcher Uetliberg drehte sich am 7. Oktober alles rund um den Mythos Mouton-Rothschild. Zu einem 7-Gang-Menü mit Langustinenterrine, Scampi, Gänseleber, Küstenkabeljau und einem Duett von Black-Angus-Filet und Simmentaler Kalbsfilet wurden sechs Weinserien mit Raritäten aus der Mouton-Rothschild-Kollektion serviert. Auch Mouton-Rothschild-Sammler Markus Wanner war an diesem Abend auf dem Uetliberg. cla

zvg

Sammler **Markus Wanner** und Gastgeber **Giusep Fry.**

Sesselrücken

Ehepaar übernimmt Giardino Lago

Das Ehepaar Cristina und Jan Hollenstein übernimmt das neue Giardino Lago in Minusio am Lago Maggiore. Die 32-jährige gebürtige

zvg

Tessinerin **Cristina Hollenstein** betreute als Personalleiterin die Neueröffnung des Hotel Ramada Feusisberg, bis sie im April 2011 zur Giardino Hotelgroup in Ascona kam. Ihr Mann **Jan Hollenstein** war zuvor Geschäftsführer der Opernhaus Gastronomie und Bernhard-Theater.

Victoria-Jungfrau Collection: neue Chef Concierges

Die Victoria-Jungfrau Collection konnte gleich zwei neue Chef Concierges begrüssen. **Claudia**

zvg

Schwob (Bild) sorgt im Bellevue Palace in Bern für das Wohl der Gäste. Zuvor war die gebürtige Deutsche als Chef Concierge im Park Hotel Vitznau und in der Palais Coburg Residenz in Wien tätig. Der Deutsch-Franzose **Thierry Gavoille** wechselt von der Réception im Dolder Grand Hotel in Zürich zur Concierge-Loge im Palace Hotel Luzern.

Direktor verlässt Appenzellerland Tourismus

Nach siebeneinhalb Jahren an der Spitze der Ausserrhoder Tourismusorganisation kündigt der Geschäftsführer **Sandro Agosti**

zvg

seine Stelle per Ende März 2012. Zu den grössten Herausforderungen von Agosti und seinem Team gehörte die Schaffung einer zentralen Tourismusorganisation. Die Stelle des Geschäftsführers wird in den nächsten Tagen zur Neubesetzung ausgeschrieben

Zusammenschluss von Berater und Hotelier

Der national tätige Unternehmensberater **Martin Volkart** fusioniert mit dem Adelbodner Hotelier **Andreas Richard.** Die Aktiengesellschaft Volkart und Richard mit Sitz in Solothurn bietet Unternehmens- und Projektentwicklung in Hotellerie und Gastronomie. Ein Schwerpunkt liegt in der Entwicklung von Immobilienprojekten in Zusammenarbeit mit namhaften Architekten. cla

ANZEIGE
Die grösste Innovation seit Wellness.
FULL SWING GOLF
SIMULATOREN
Inhouse Golf – Ihre Gäste werden Augen machen.
www.fullswinggolf.ch

Handgemacht. **Die süssen, ach so guten Messmocken** Seite 8; **Produzenten-Organisationen erhalten Finanzspritzen** Seite 9; **Alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei** Seite 10; **(K)eine Schnapsidee aus Maienfeld** Seite 11

Aus Regionen für den Gastronomen

Regionale Produkte gibt es in der Schweiz zuhauf. Wir stellen einige im Fokus vor. Unterstützt werden die Produzenten von überregionalen NPO. Ein Gewinn, auch für die Branche.

MELANIE ROTH

Kaspersgärtler, Capricorn und Haselnusssalami: Ob Apfel, Brot oder Wurst, hinter diesen Namen verstecken sich Produkte, die in der Region und für die Region produziert werden. Und die es, würden sie nicht gefördert, vielleicht gar nicht mehr gäbe – respektive gar nie gegeben hätte.

Vier überregionale Vermarktungsorganisationen für regionale Produkte decken nahezu die ganze Schweiz ab. «Pays romand Pays gourmand» umfasst die sechs Kantone der Romandie und den Berner Jura, «Das Beste der Region» vermarktet Produkte in den Kantonen Aargau, Bern, Solothurn, Jura, Zürich und der Zentralschweiz. Wer Produkte mit dem Gütesiegel der gelben Krone von Culinarium kauft, konsumiert Köstlichkeiten aus der Ostschweiz. Und der junge Verein Alpinavera steht für Produzenten in Graubünden, Glarus, Uri und dem Tessin ein. Die vier Organisationen sind auch Träger des «Schweizer Wettbewerbs für Regionalprodukte», welcher jedes zweite Jahr die besten Regionalprodukte und Produzenten kürt und Anfang Oktober in Delémont stattfand (siehe Artikel rechts). Allen Organisationen gemeinsam ist das Ziel, den Absatz und die Wertschöpfung in der Region zu fördern und für Arbeitsplätze zu sorgen. Das Resultat sind «mit Herz produzierte, gluschtige altbekannte oder wiederentdeckte Gaumenfreuden», wie es Henriette von Wattenwyl, Geschäftsleiterin von «Das Beste aus der Region» beschreibt. Die Plattformen stehen grundsätzlich für alle Produkte offen. Voraussetzung ist, dass sie zu mindestens 75 Prozent aus regionalen Rohstoffen bestehen.

Bund und Kanton unterstützen die Marketingleistungen

Unterstützt werden die Non-Profit-Organisationen von der öffentlichen Hand. Vom Bundesamt für Landwirtschaft fliessen 3 Mio. Franken in die vier Organisationen (siehe Interview auf Seite 9), welche ausschliesslich fürs Marketing gebraucht werden dürfen. Wie viele Gelder auf kantonaler Ebene gesprochen werden, ist von Kanton zu Kanton verschieden. Graubünden etwa hat Anfang 2011 entschieden, Alpinavera für die Jahre 2012–2016 insgesamt 700 000 Franken zur Verfügung zu stellen. Der Kanton förderte bereits den Aufbau der Organisation mit 1,1 Mio. Franken. Bei Culinarium kommt der Kanton für die Löhne des Geschäftsführers und seines Stellvertreters auf. Weitere Einnahmen werden durch Mitgliederbeiträge und den Verkauf von Marketingmassnahmen generiert.

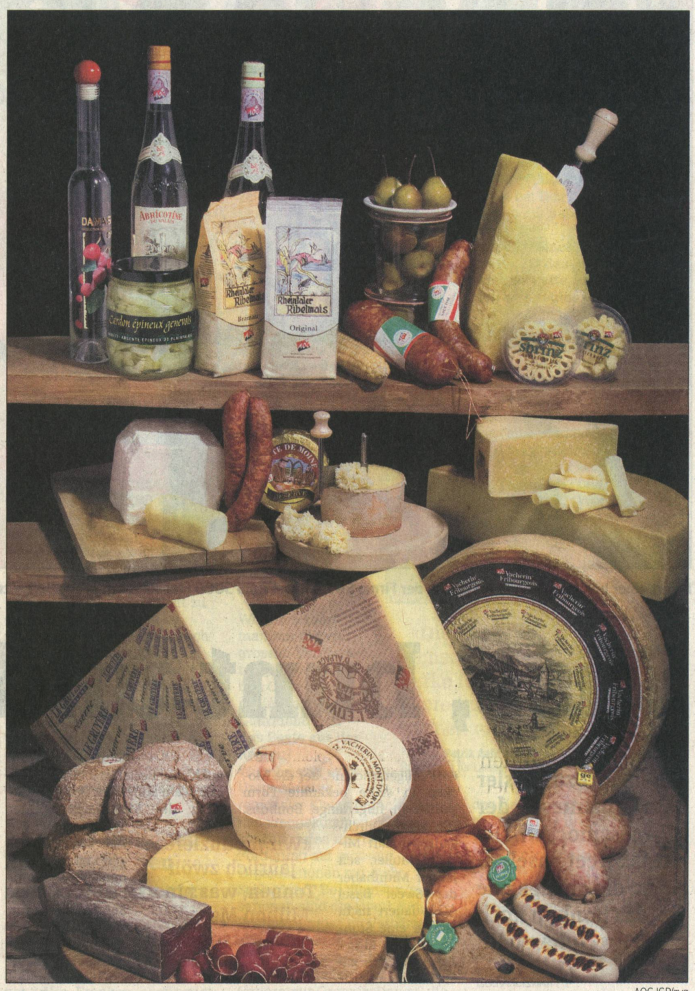
> «Die Gastronomen sind unsere Aushängeschilder und Imageträger des Kantons.»
> **Andreas Allenspach**
> Geschäftsführer Culinarium

Traditionelles erhalten, Innovatives fördern

Mit der Unterstützung der Vermarktungsorganisationen können auch beinahe stillgelegte Produktionen wieder aufgenommen werden. So verschwinden etwa alte Apfelsorten zusehends aus der Ostschweizer Landschaft. Der Landwirt Alois Schilliger will sie in seinem Sortengarten vor dem sicheren Aussterben bewahren. Culinarium hat eine Patenschaft für die Hochstammbäume kreiert. Andererseits können Ideen, welche auf den Plattformen entstehen, zu neuen Produkten führen: «Wir haben das Capricorn-Brot lanciert, das nun etwa in 19 Bäckereien der Region quasi in Lizenz hergestellt wird», erklärt Susanne Jörger, Marketing- und Produktmanagerin bei Alpinavera. Ein längerfristiges Projekt sei es zudem, einen Produzenten für den Walnussanbau zu finden. Mit Walnüssen aus der Region würde die Bündner Nusstorte noch echter werden.

Zusammenarbeit mit Hotellerie und Gastronomie

Auch die Gastronomie und Hotellerie kann profitieren, wenn die Betriebe ihren Gästen regionaltypische Spezialitäten vorsetzen können. Wenn es um die Zusammenarbeit mit der Branche geht, ist Culinarium Vorreiterin: «Die Gastronomen sind unsere Aushängeschilder, sie sind unsere Zugpferde und gleichzeitig Imageträger des Kantons», erklärt Andreas Allenspach, Geschäftsführer von Culinarium. Von den ca. 2000 Gastrobetrieben in St. Gallen sind 40 Culinarium angeschlossen. «Diese Zusammenarbeit ist konstant und die teilnehmenden Betriebe sind Vorzeigebeispiele für die Branche in St. Gallen», so Allenspach. Geschätzt würden von den Gastronomen die Themenwochen, die Culinarium nicht nur marketingmässig erarbeitet, sondern auch exklusiv mit entsprechenden Produkten beliefert. Hotellerie und Gastronomie profitierten vor allem von der «Genuss»-Veranstaltung, welche «Das Beste der Region» veranstaltet, erklärt auch Henriette von Wattenwyl. «Viele Gastronomiebetriebe pflegen eine ausgezeichnete Zusammenarbeit mit Produzenten in der Nähe. Zum Beispiel hat das Hotel Moosegg in Emmenmatt einen Bauernbetrieb, der die Spargeln für das Restaurant anbaut. Ein anderer Betrieb hält Weidelämmer, die zu exklusiven Menüs verarbeitet werden», erklärt sie. Die organisierten Spezialitätenwochen von Alpinavera hätten sich noch nicht ganz etabliert, erklärt Susanne Jörger. «Die Zusammenarbeit mit der Branche ist aber ein grosses Ziel.» So ist für das nächste Jahr ein neues Projekt geplant.



AOC-IGP/zvg

In der Schweiz sorgen unzählige Produzenten mit den unterschiedlichsten Produkten dafür, dass Gäste aus dem Ausland und Einheimische in den Genuss von regionalen Spezialitäten kommen.

Im Herbst kommt die Krönung

Viele Produzenten haben im Herbst in Bezug auf ihre Arbeit eine etwas ruhigere Zeit. Zurücklehnen können sie sich deswegen noch lange nicht: Es ist Hochsaison was Veranstaltungen und Wettbewerbe angeht. Bis September finden jeweils die «Genuss»-Veranstaltungen statt. Dabei wird auch der «Beste Genuss-Anlass» gekürt, in diesem Jahr «Früscher geit's nid» vom Restaurant «alpha thun». Ebenfalls im September läuft die «Semaine du Goût». Am vergangenen Wochenende ging in Zürich die «Gourmesse», eine Plattform für kleine Produzenten mit hand- und hausgemachten Produkten über die Bühne (siehe Seite 15).

Anfang Oktober wurde der «Schweizer Wettbewerb für Regionalprodukte» in Delémont veranstaltet. 1022 Produkte wurden in diesem Jahr eingereicht, 30 Prozent davon erhielten eine Medaille. Und die Klassenbesten der ausgezeichneten Produkte werden am «Slow Food Market» vom 11. bis 13. November in Zürich gekürt. Ideeller Träger ist der internationale Non-Profit-Verein Slow Food. Er entstand 1986 als Antwort auf die rasante Ausbreitung des Fast Food und des damit einhergehenden Verlustes der Esskultur. Heute bindet «Slow Food» mehr als 100 000 Personen in 130 Ländern auf allen Kontinenten ein. In der Schweiz ist «Slow Food» mit 19 regionalen Anlaufstellen vertreten. Am 8. November wird im Rahmen der «Genussakademie» in St. Gallen die Culinarium-Krone vergeben. 15 Produzenten und Gastronomen stehen noch zur Wahl.

www.slowfoodmarket.ch
www.culinarium.ch

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 41 / 13. Oktober 2011

Handgemacht. Süsses. Eine Basler Herbstmesse ohne Messmocken – unvorstellbar. Eine Million werden jährlich produziert – vom noch einzigen Hersteller. Grosses Geschick bei der Herstellung erfordern auch die Bonbons mit Schweizer Kreuz.

zvg

Innert einer knappen Stunde werden in der Firma Sweet Basel rund 3000 Messmocken produziert – zum grössten Teil nach wie vor in Handarbeit.

Süss, bunt und fingerdick

Er gehört zur Basler Herbstmesse: der Messmocken. Die Firma Sweet Basel AG ist die einzige, die das Bonbon noch herstellt.

FRANZISKA EGLI

Das Stück ist der Traum eines jeden Schleckmauls, das riesige, gestreifte Bonbon von rund 50 Kilo, gefüllt mit luftiger Haselnusscrème. Kaum ist es fertig, kommt das noch warme Riesenbonbon in die Kegelmaschine, wo es in die Länge gezogen wird, bis ein schmaler Strang entsteht. Es folgt der so genannten Panzer, eine Prägemaschine, der die Mocken in seine bekannte Form stanzt: in fingerlange Bonbons. «So einen Durchgang», erklärt Michael Muller, seit Januar Mitinhaber der Sweet Basel AG, «dauert nicht einmal eine Stunde. Und in dieser Zeit entstehen gut 3000 Stück.»

> «Wir produzieren jährlich zwölf Tonnen, was einer Million Messmocken entspricht.»
>
> **Michael Muller**
> Mitinhaber Sweet Basel

Produktion läuft vor der Basler Herbstmesse auf Hochtouren

Im Moment herrscht Hochbetrieb in der Firma in Birsfelden. Seit Juli laufen die beiden Maschinen heiss und die Produktion auf Hochtouren, denn während den Monaten vom Sommer bis zur Basler Herbstmesse – vom 29. Oktober bis 13. November 2011 – wird hier nebst Marzipan , Nougat de Bâle und Rockbonbons eben auch des Baslers Lieblingsschleckerei am laufenden Band produziert: der Messmocken. Oder Mässmogge, wie der Basler liebevoll sagt. Ob Zitronengelb, Brombeerviolett oder Schokoladebraun – das Bonbon mit der luftigen Haselnussfüllung gehört seit über hundert Jahren zur Basler Herbstmesse wie das Riesenrad und ist für die Rheinstadt von grosser Bedeutung. «Die Messe ist unser Hauptgeschäft», sagt Muller und holt aus: «Wir produzieren rund zwölf Tonnen jährlich, was etwa einer Million Messmocken entspricht. Davon werden bestimmt 95 Prozent allein an den drei Messe-Wochen verschlungen.» Den Rest verkaufen die Marktfahrer und einige Spezialitätengeschäfte. Der grössten und ältesten Messe der Schweiz (heuer findet sie zum 541. Mal statt) verdankt die Zuckerbäckerkunst auch ihren Namen: Laut dem Verein Kulinarisches Erbe der Schweiz sollen um 1860 französische Zuckerkocher die ersten langgezogenen Stängel aus gekochtem Zuckerbrei an der Basler Messe feilgeboten haben. Aus langen Stängeln wurden alsbald kürzere Mocken, «und – so erzählt es die Legende – im Jahr 1879 rannte erstmals ein Kind mit dem freudigen Ruf nach Hause: Vater, Muetter, lueget dä Mässmogge!».

> «Der Durchgang dauert knapp eine Stunde, in dieser Zeit entstehen gut 3000 Stück.»
>
> **Michael Muller**
> Unternehmer Zuckerbäckerei

Ein gewisser Leonz Goldinger schliesslich, ergänzt Muller, soll es gewesen sein, der die Zuckerstängel mit einer Haselnussmasse gefüllt habe. Und gab es in den 1960er-Jahren noch mehrere Zuckerbäcker, waren es zu Beginn der 1990er-Jahre nur noch deren zwei – darunter die 1921 von Alfons Bürgin gegründete Confiserie, welche Vinzenz Flury 1993 kaufte und in Sweet Basel umtaufte. Sie ist heute die einzige Firma, die Mocken herstellt und somit auch alle hiesigen Marktfahrer und Zuckerwarenanbieter mit der Ware versorgt.

Die ganze Zuckermasse wird von Hand heiss geknetet

Wie die Rockbonbons (siehe Text unten) bestehen auch die Messmocken aus einer Zucker-, Glukose- und Wassermischung, die eingefärbt und aromatisiert wird. Und trotz zweier Maschinen geht die Produktion beider klebrigen Süssigkeiten nach wie vor wie zu Grossmutters Zeiten vonstatten: Die leicht abgekühlte, aber noch dann rund 80 Grad heisse Zuckermasse wird von Hand geknetet, mit einer grossen Schneiderschere in Stücke geschnitten und – im Falle der Messmocken – zu einer Streifendecke zusammengefügt. Das erfordert nicht nur viel Geschick, sondern noch mehr Manneskraft.

Darauf ist man hier stolz, sorgen sie doch dafür, dass die Kunst des Zuckerbäckers am Leben bleibt. Der Markt sei zwar klein, dafür fein, und so soll er auch bleiben, sagt Muller. Abgesehen davon habe es «für Spezialitäten immer irgendwo Platz». Und auch schon Mullers Vorgänger, Vinzenz Flury, vertrat die Überzeugung: «Handwerk hat goldenen Boden.»

ANZEIGE

Das Logo kommt ins Bonbon

Man nennt sie Rocks – zu Deutsch: Steine – die bunten Täfeli, die in den 1850er-Jahren in den USA erstmals auftauchten. Rocks wurden sie getauft, weil man die Zuckerstangen nicht schnitt, sondern brach, damit die Bruchstelle glatt und glänzend wie ein Stein aussah. Um sich untereinander abzugrenzen, wurden die Candyfabriken immer erfinderischer. Schliesslich fügten findige Zuckerbäcker verschiedenfarbige Zuckerstränge jeweils so zusammen, dass an den Bruchstellen der Bonbons ein Bild erschien: ein Glückskäfer, eine Himbeere, ein Herz. Oder – wie in der Bonbon-Fattoria mit Sitz in Willisau, die das Handwerk des Bonbonmachers hierzulande wieder aufleben lässt – ein Schneemann, ein Notenschlüsse oder gar ein ganzer Name.

Nicht der Geschmack der Täfeli, sondern deren Sujet sei das eigentliche Verkaufsargument, und hierfür sei höchste Präzision und handwerkliches Know-how gefragt, sagt Martin Zangger, der die Firma vor zwei Jahren gegründet und mittlerweile über 300 Bonbon-Sorten im Angebot hat. Der ausgebildete Koch produziert bis zu 1000 Kilo im Monat und zählt vor allem Firmen zu seinen Kunden. Zangger stellt die Bonbons von A bis Z in altbergebrachter Zuckerbäcker-Manier her: Nicht nur wird von Hand geknetet, zugeschnitten, zusammengefügt und gar gebrochen. Auch das In-die-Länge-ziehen erfolgt bei ihm durch reine Muskelkraft, wodurch aus einem 10-Kilo-Bonbon mit einem Durchmesser von 30 Zentimeter eine Zuckerstange von rund zwei Meter Länge und mit Durchmesser von gerade mal einem Zentimeter wird.

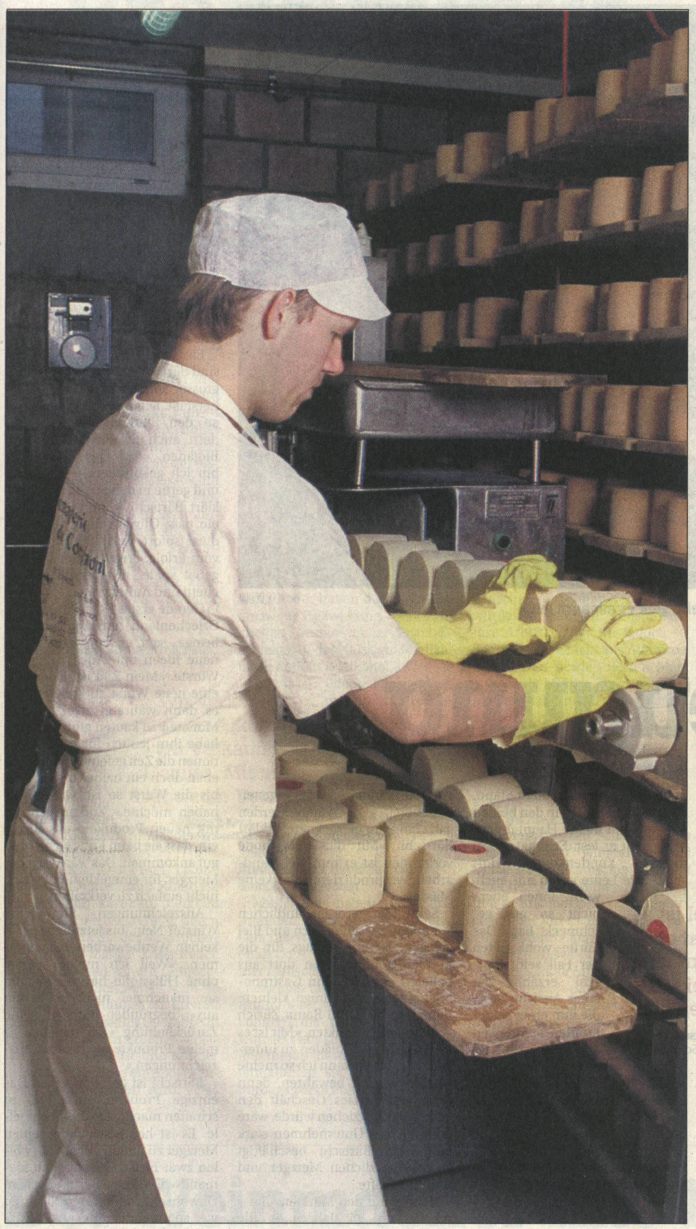
zvg

Bonbons mit Sujets, die sich auch als Werbeträger eignen.

«Die grösste Herausforderung besteht darin, der Zuckerstange überall die gleiche Temperatur – rund 55 bis 60 Grad – abzutrotzen. Nur so kommen alle Stränge gleichzeitig und gleichmässig in Bewegung.» Schenke man dem zu wenig Beachtung, betont der Zuckerbäcker, könne es passieren, dass eine Ecke beim Schweizer Kreuz schief ist, der Schneemann schielt oder ein Firmenlogo nicht mehr erkennbar ist.

fee

Handgemacht. Förderung. Das Bundesamt für Landwirtschaft unterstützt Produzentenorganisationen. Regionalprodukte seien zunehmend gefragt, sagt Patrik Aebi. Ein kleines Bündner Unternehmen zählt auf Stammkunden.



Viel Handarbeit: Tête de Moine, ein Halbhartkäse aus dem Jura. zvg

Ziel: nationale Organisation

Viele Spezialprodukte werden regional produziert, das Bundesamt für Landwirtschaft fördert den Absatz. Patrik Aebi, Leiter Qualitäts- und Absatzförderung, sagt warum.

GUDRUN SCHLENCZEK

Patrik Aebi, das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) unterstützt Absatzorganisationen von Regionalprodukten: Warum ist das so wichtig?
Das Ziel dieser Fördermassnahmen ist es, mehr Wertschöpfung für die Landwirtschaft zu generieren. Zudem gibt es seitens der Konsumenten auch klar eine Nachfrage nach solchen Produkten mit einem Zusatznutzen. Trendforscher behaupten, dass Regionalprodukte in Zukunft wichtiger werden als Bio-Produkte. Es ist dafür ein Markt vorhanden. Die Schweizer Detailhändler haben das längst entdeckt und neben Billiglinien, Klassikern, mit solchen Spezialprodukten ein oberes Segment geschaffen. Und es ist wichtig, dass man dieses obere Segment seitens Landwirtschaft dann auch bedienen kann.

Die Absatzorganisationen vermarkten auch solche von Bäckern und Metzgern. Fällt das noch in den Aufgabenbereich des BLW?
Der Bund unterstützt ja nicht einzelne Verarbeiter. Wir unterstützen über die Vermarktungsorganisationen in erster Linie die Kommunikation. Wesentlich ist, dass die Rohstoffe primär aus der Region stammen und die Verarbeitung lokal erfolgt.

«Die Einsicht wächst, dass eine Marke für Regionalprodukte Sinn machen würde.»
Patrik Aebi
Bundesamt für Landwirtschaft

Warum fördert man nur die vier grossen Vermarktungsorganisationen Culinarium, Alpinavera, Pays Gourmand und Das Beste aus der Region?
Wir sind von einer Unterstützung regionaler Kleinstorganisationen weggekommen. Wir konzentrieren uns bei der Förderung auf grössere Organisationen mit mehr Schlagkraft. Bei Kleinstorganisationen sind die Overhead-Kosten zu gross im Verhältnis zum erzielbaren Umsatz, jede einzelne braucht zum Beispiel einen Geschäftsführer. Wir fördern nur Organisationen, die mindestens drei Kantone abdecken.

Das heisst, andere Regionalvermarkter brauchen beim BLW gar nicht anklopfen?
Wenn kleinere Vermarktungsorganisationen vorstellig werden, verweisen wir sie in der Regel an die bestehenden vier Grossen. So ist «Natürli» aus dem Zürcher Oberland heute bei Das Beste für die Region mit dabei.

Im Sinne einer Bündelung der Kräfte: Ist das Ziel eine schweizweite Absatzorganisation von Regionalprodukten?
Wir könnten uns eine nationale Organisation sehr gut vorstellen. Es gibt bereits Diskussionen in diese Richtung, zum Beispiel bei der Interessengemeinschaft für Regionalprodukte. Die Einsicht wächst, dass eine Marke für Schweizer Regionalprodukte Sinn machen würde. Für nationale Werbekampagnen und einen Export ins Ausland wäre das nur von Vorteil.

Mit dem Gastgewerbe tun sich die Produzenten von Regional- und Spezialprodukten heute noch schwer: Woran liegt das?
Zum einen ist das Gastgewerbe eine sehr preissensible Branche, zum anderen hapert es an der Distribution. Wenn regionale Produkte vermehrt in Cash & Carry-Märkten präsent wären, so wie Culinarium aus der Ostschweiz, wäre das Distributionsproblem wahrscheinlich zum grossen Teil gelöst.

Wie könnten sich Produzenten und Gastgewerbe näher kommen?
Es wäre sinnvoll, dass sich Gastgewerbe und Regionalprodukteproduzenten mal an einen Tisch setzen, die IG Regionalprodukte wäre hier sicher der geeignete Rahmen. Sowohl Tourismus als auch Landwirtschaft könnten nur rofitieren.

Fakten 3 Millionen Franken für den regionalen Absatz

Die Verordnung zur landwirtschaftlichen Absatzförderung regelt die finanzielle Förderung. Aktuell beträgt das Budget 3 Mio. Franken, begünstigt sind die grössten Absatzorganisationen Culinarium, Das Beste der Region, Alpinavera und Pays Gourmand. Mindestens 50% der Marketingmittel muss die Organisation selbst aufbringen. Erhält diese weitere Mittel von der öffentlichen Hand, darf die Gesamtförderung 75% des Budgets nicht überschreiten. gsg

Spaghetti-Factory im Süden Graubündens

Seit 100 Jahren werden im Puschlav Spaghetti vorwiegend in Handarbeit hergestellt. Das Familienunternehmen Molino e Pastificio kann sich trotz geringer Produktionsvolumen im Markt halten.

ROBERT WILDI

Sonnental wird das Valposchiavo oder Puschlav genannt. Die alpinmediterran geprägte Landschaft am Südrand von Graubünden fasziniert Touristen aus aller Welt. Über einen speziellen Schatz verfügt auch der Hauptort Poschiavo. Hier werden seit 100 Jahren, überwiegend in Handarbeit, Teigwaren hergestellt. Die Spaghetti der Molino e Pastificio Poschiavo wurde als Familienunternehmen 1911 vom einheimischen Müller Samuele Fisler gegründet. Damals wurde in der Region die Bernina-Bahn gebaut, die von St. Moritz über Poschiavo bis nach Tirano im italienischen Veltlin führt. Das gigantische Projekt brachte tausende hungrige Gastarbeiter aus Italien ins Tal.

«Mein Grossvater erkannte die Geschäftsmöglichkeit und begann, in seiner Mühle Pasta zu produzieren», erzählt Arno Fisler. Der Enkel des verstorbenen Gründers arbeitet bis heute im Betrieb. Das kleine Team besteht aus ihm, seinen beiden Söhnen Marco und Geschäftsführer Davide Fisler sowie einem angestellten Müller. Den Hartweizen importiert die Familie Fisler aus Kanada. In der eigenen Mühle wird er in der richtigen Mischung von groben und feinen Teilen zu Griess gemahlen. Dieser wird mit Bergquellwasser aus dem Vartegna-Gebiet oberhalb von Poschiavo vermischt. Mittels einer Presse wird der Teig zu Spaghetti verarbeitet und auf eine Länge von 43 Zentimeter zugeschnitten. Das ist beinahe das Doppelte der Normallänge von Spaghetti, die es im Supermarkt gibt.

zvg **Handgemachte Spaghetti.**

Doch was macht die Spaghetti von Molino e Pastificio besser als jene der Konkurrenz? Beim Trocknen passiere es, sagt Arno Fisler. Im Gegensatz zu italienischen Grossbetrieben, die ihre Teigwaren bei 130 Grad Celsius fast backen, werden sie in Poschiavo für zwei Tage bei Zimmertemperatur in die Trocknungskammer gehängt. Diese sanfte Trocknung führe zu einem Gärprozess, der den Spaghetti den unverkennbaren süss-säuerlichen Geschmack verleihe, erklärt Arno Fisler. Der Preis für die hohe Qualität ist ein relativ langsamer Herstellungsprozess.

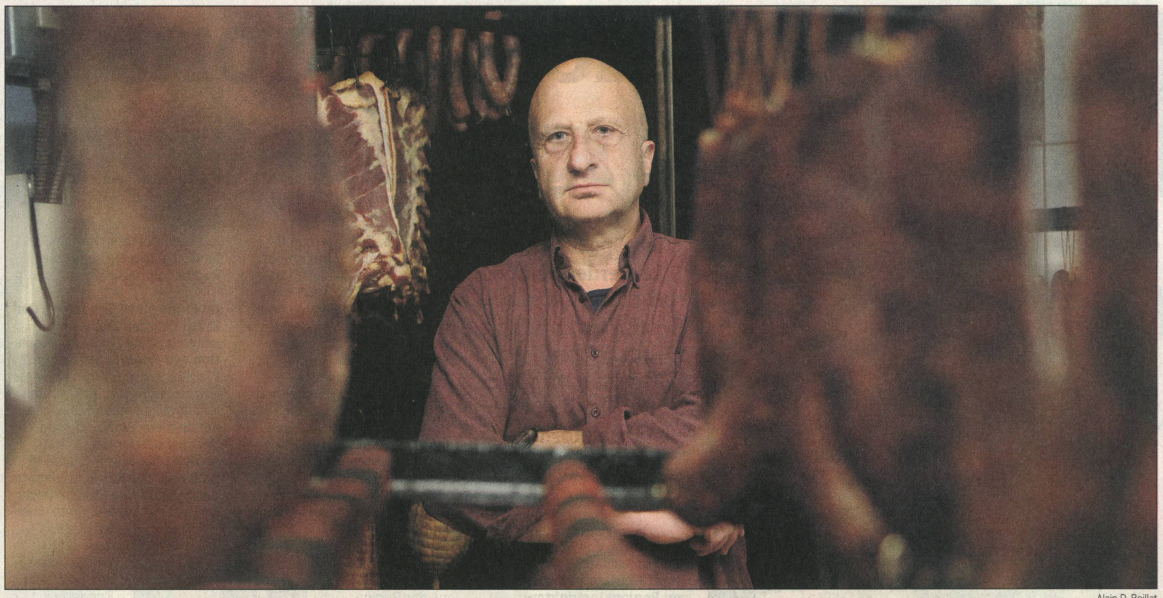
Mit einer Jahresproduktion von rund 100 Tonnen ist Molino e Pastificio im Teigwaren-Markt ein ganz kleiner Fisch. «Vom grossen Geschäft kann man bei uns nicht reden», räumt Arno Fisler ein. Überleben kann der Betrieb vor allem dank einer treuen Stammkundschaft im Spezialitätenhandel. Treue Abnehmer sind etwa Globus oder Schwarzenbach in Zürich.

Auch renommierte Gastronomie-Ketten wie etwa Bindella servieren ihrer Kundschaft Pasta aus Poschiavo. Dazu kommen einige Kunden aus der Schweizer Hotellerie. Gemäss Arno Fisler dürften durchaus noch mehr Gastgeber die Vorzüge der Traditions-Pasta aus Südbünden entdecken. Die Räder und Bänder der Familienmühle seien zwar schon 100 Jahre alt. «Für eine sanfte Erhöhung der Produktion würden die Kapazitäten aber allemal reichen.»

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 41 / 13. Oktober 2011

Handgemacht. Wurst. Mit einer guten Wurst kann der Metzger punkten. Res Bärtschi aus Schüpfen wurstet mit Leidenschaft und biologischen Zutaten. Freude bereitet auch die nussige Sesam-Salatsauce.



Alain D. Boillat

Res Bärtschis Würste, Fleisch und Antipasti sind biologisch. Sein Motto: «Wenn es allen anderen gut geht, geht es mir auch gut.»

Bio aus Überzeugung

Metzger Res Bärtschi aus dem bernischen Schüpfen setzt seit 20 Jahren auf Bio. Obwohl das zu Beginn alles andere als einfach war.

CHRISTINE KÜNZLER

Bei Res Bärtschi ist alles biologisch. Das Fleisch und die Zutaten in den Würsten. Dass sein Geschäft in Schüpfen – er hatte es 1963 von seinem Vater übernommen – heute noch immer steht und erst noch erfolgreich ist, sei alles andere als selbstverständlich. Anfangs sei er als Biometzger belächelt worden und habe Mühe gehabt, Biofleisch überhaupt zu beschaffen. Später dann, als immer mehr Menschen gesund und biologisch essen wollten, haben zunehmend mehr Bauern auf biologischen Landbau umgestellt. Heute finde er genügend Biobetriebe in der Region.

«Wenn ich mit Biofleisch nicht überlebt hätte, hätte ich mein Geschäft aufgegeben», sagt Res Bärtschi. Die Tierhaltung in anderen Betrieben habe ihn derart abgeschreckt, dass er lieber auf eine Metzgerei verzichtet als konventionelles Fleisch verkauft hätte. «Denn ich stamme aus einer tierliebenden Familie.» Vielleicht wäre Res Bärtschi, der «sehr gerne» isst, dann Koch geworden, denn als Jugendlicher wusste er lange nicht, für welchen der beiden Berufe er sich entscheiden sollte.

Es war ein Risiko», blickt Bärtschi zurück. «Doch für mich gab es nur diesen einen Weg», sagt er. «Der Mensch will gut leben und behandelt das Tier schlecht» – eine Philosophie, die für ihn noch heute nicht aufgeht. Auf seinen Reisen im EU-Raum treffe er immer wieder auf Tierhaltungen, die ihn schockierten.

Von Anfang an hielt Bärtschi seine Würste einmal wöchentlich auf dem Berner und dem Bieler Markt feil. In Bern steht er heute noch selber hinter seinem Stand. «Die Markt-Kunden in den beiden Städten sind meine Hauptabnehmer», hält er fest. Er schätze den direkten Kundenkontakt dort sehr. «Die Leute sagen mir auch, wenn ihnen etwas nicht so gut geschmeckt hat.» Das dürfte wohl selten der Fall sein. Bärtschi erzählt von einer Ansichtskarte, die ihm einer seiner Kunden aus dessen Australien-Ferien zugeschickt hat: «Die Leute schrieben mir, dass sie auf der ganzen Welt nirgendwo so gute Würste gefunden haben wie bei mir.»

> «Mein Ziel ist es, jedes Jahr eine Wurst zu kreieren, die es zwei Monate zu kaufen gibt.»
>
> **Res Bärtschi**
> Metzger aus Schüpfen

Res Bärtschi beliefert Bioläden und Restaurants schweizweit

Das Geheimnis seiner schmackhaften Würste ist unter anderem die traditionelle Herstellung «wie vor 100 Jahren» – in der eigenen Räucherei. «Die Würste werden ganz langsam getrocknet», erklärt Bärtschi. «Mit dieser Methode verbunden ist extrem viel Handarbeit. Wir produzieren also keine Masse.»

Seine Metzgerei im ländlichen Schüpfen, zwischen Bern und Biel gelegen, ist nur freitags für die Kunden geöffnet. Von dort aus beliefert er rund zehn Gastronomiebetriebe und einige kleinere Bioläden – auch im Raum Zürich – mit seinen Produkten. «Mir ist es wichtig, kleine Bioläden zu unterstützen. Zudem kann ich so meine Unabhängigkeit bewahren, denn wenn ein grosses Geschäft den Auftrag zurückziehen würde, wäre mein kleines Unternehmen stark betroffen.» Bärtschi beschäftigt einen zusätzlichen Metzger und drei Hilfskräfte.

Renner auf den Märkten sind – schon seit 15 Jahren – die «Drachenschwänzli»: getrocknete, mundgerechte Rindfleischstückchen. Bärtschis erfolgreichste Wurst ist die «Märitwurst», eine pikante Rindfleisch-Trockenwurst.

Daneben stellt er noch eine Trockenwurst aus reinem Rindfleisch her, eine Lammwurst, Knoblauchwurst, Rauchwurst und Geisswurst. Ihm persönlich schmeckt die Lammwurst am besten. Die Wurstrezepte stammen zum Teil von seinem Vater, zum Teil von ihm selber. Neben den Würsten produziert Res Bärtschi auch ein Lamm- und ein Rind-Trockenfleisch.

Res Bärtschis Ziel: Jedes Jahr eine neue Wurst

Ein weiteres Erfolgsprodukt sind Bärtschis Antipasti, die er mit grosser Sorgfalt in seinem Betrieb herstellt. Die verkauft er nicht nur an den Endkonsumenten, sondern auch an Restaurants und Bioläden. «Auf diese Spezialität bin ich gekommen, weil ich oft und gerne in den Süden reise», erklärt Bärtschi. «Einmal habe ich ein paar Oliven mitgebracht und diese sofort verkauft.» Ermuntert vom Erfolg, erweiterte er das Angebot später mit gegrillten Zucchetti und Auberginen.

Gerade erst ist Res Bärtschi von Griechenland zurückgekehrt. Er bringe, sagt er, von jeder Reise neue Ideen mit. Auch bezüglich Würste. «Mein Ziel ist, jedes Jahr eine neue Wurst zu kreieren, die es dann während zwei bis drei Monaten zu kaufen gibt.» Bis jetzt habe ihm jedoch für diese Kreationen die Zeit gefehlt. «Es braucht eben doch ein halbes bis ein Jahr bis die Wurst so ist, wie ich sie haben möchte.» Zudem gehe er mit neuen Produkten das Risiko ein, dass sie beim Kunden nicht so gut ankommen. Das wäre, sagt der Metzger, für einen kleinen Betrieb nicht einfach zu verkraften.

Auszeichnungen für seine Würste? Nein, bis jetzt habe er an keinen Wettbewerben teilgenommen. «Weil ich meine Würste ohne Hilfsstoffe herstelle, sehen sie manchmal nicht so schön aus», begründet Bärtschi seine Zurückhaltung «Ich verkaufe ja meine Produkte auch ohne Auszeichnungen.»

Bärtschi ist gerne Metzger. Das einzige Problem, das ihm zu schaffen macht, ist «das personelle. Es ist heute schwierig, einen Metzger zu finden. Alle Leute wollen zwar Fleisch essen, doch niemand will diesen Beruf erlernen. Obwohl er in den letzten 20 Jahren viel spannender und anspruchsvoller geworden ist.»

ANZEIGE

Der erste schweizerische Channel Manager für die Online Vermarktung Ihres Hotels.

HOTEL SPIDER

Mit zertifizierter 2-weg Schnittstelle zu allen nationalen und internationalen Buchungsportalen, die für die schweizer Hotels wichtig sind.

Kostenlos ausprobieren

Toursoft / Hotel-Spider
1264 St-Cergue - Phone +41 (0)22 360 03 70
http://www.hotel-spider.com

Eine Salatsauce, die so ganz anders ist

Die japanische Salatsauce «Kabuki» steht schweizweit bei Globus und Manor im Verkaufsregal. Nun will man mit Portionenbechern Bäcker und Take-aways als Kunden gewinnen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Das japanische Salatdressing, das schweizweit in den Delikatessenecken von manchem Detaillisten zu finden ist, entstand in einer Gastronomie-Küche: Shinji Tanaka, Sushi-Koch, der heute zudem drei Lokalitäten führt, kreierte vor sieben Jahren in seiner damaligen Sushi-Bar am Bellevue in Zürich die nussig-aromatischen Dressings, die sich so deutlich von den gängigen französischen und italienischen unterscheidet. «Kabuki» heisst der Salatbegleiter, den es inzwischen in fünf Geschmacksrichtungen gibt: Sesam, schwarzer Sesam, Wasabi, Chili und Classic. Für den Klassiker, das Sesam-Dressing, wird Sesam von Hand in der Pfanne und dann im Ofen geröstet, erzählt der Geschäftsführer der heutigen Produktionsfirma Akari Taste GmbH, Roman Donzé. Zusammen mit Sonnenblumenöl, Sojasauce, Sesampaste und weiteren Zutaten entsteht das «Kabuki«, das im Kühlschrank selbst geöffnet noch sieben Monate haltbar ist.

Als Tanaka die Produktion über den Kopf wuchs, taten sich drei Japan-Liebhaber, der gelernte Drucker Roman Donzé, Lebensmittelingenieurin Ronja Sakata, die für Tanaka bereits die Vermarktung aufgleiste, und Gianluca De Lusi von der Gastronomics AG, zusammen, um die Produktion zu übernehmen. Seit zweieinhalb Jahren produziert man nun im Industriegebiet in Kloten, eingemietet in Räumlichkeiten der Gastronomics AG. Roman Donzé packt neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer selbst in der Produktion mit an, unterstützt von einem Produktionsallrounder (100%-Pensum). Ronja Sakata ist mit 10 Prozent Arbeitspensum für Marketingaufgaben und Kurse zuständig.

zvg

«Kabuki» in der 0,75-Liter-Flasche für die Gastro-Küche.

Der Output des kleinen Teams lässt sich sehen: Der Jahresumsatz liegt bei rund einer Viertel Million Franken. Jeden Monat verlassen um die 4000 der 250 ml Volumen fassenden Saucenflaschen die Klotener Produktionsstätte. Dazu kommen 100 bis 300 750-ml-Flaschen fürs Gastgewerbe. «Für die Gastronomie ist unser Produkt zu teuer», erklärt Donzé die geringe Nachfrage seitens Gastronomen. Bei Globus kostet den Konsumenten eine 250ml-Flasche Fr. 6.80. Trotzdem hält man am Absatz in der Gastronomie fest: «Das ist für uns Gratis-Werbung.» Gute PR seien auch die Einzelportionen, die den Gastronomen im Einkauf 65 Rappen pro Stück kosten, und die direkt zum Salat gereicht werden. Donzé steuert damit den Bäcker- und Take-away-Kanal an. Angedacht ist für den Detailhandel ein Probierset mit den fünf verschiedenen Dressings in Portionenbechern.

Handgemacht. Alkoholisches. Schnäpse aus Bärlauch, Karotten oder Fenchel? Die Familie Kunz aus Maienfeld setzt auf Urchiges. Aber nicht nur. Und Jean-Daniel Giauque produziert spezielle Weine.

Brennpunkt Maienfeld

Margrit und Martin Kunz aus Maienfeld stellen Schnäpse und Liköre her. Und zwar ganz besondere. Sehr zur Freude der Küchenchefs, Gastronomen und Hoteliers.

CHRISTINE KÜNZLER

Wir überlegen uns gerade, wann wir die Quitten putzen wollen», sagt Margrit Kunz-Keller zu Beginn des Gesprächs mit der htr hotel revue. Quitten putzen ist nicht die einzige Handarbeit in der kleinen Maienfelder Destillerie, zu der auch ein Weingut gehört. Bärlauch, Schlüsselblumen, Erdbeeren zum Beispiel – im Familienbetrieb wird alles von Hand gepflückt. Kunzes Brände sind denn auch von hoher Qualität, die auch immer wieder gewürdigt wird. Zuletzt an der ersten nationalen «Distisuisse» im letzten Monat – dort hat die Familie Kunz-Keller 14 Auszeichnungen entgegengenommen. «Wir destillieren seit 40 Jahren, Prämierungen gibt es erst seit 12 Jahren», erklärt Margrit Kunz-Keller. «Damit hat sich die Wertschätzung der Destillerien erhöht.»

Kunzes brennen Schnaps mit einer «Heilwirkung»

Angefangen hat der Familienbetrieb mit Klassikern, wie Traubentrester, Kirsch, Zwetschgen und Obsttrester. Heute brennen Margrit und Martin Kunz-Keller über 40 Schnäpse und Liköre, auch aus Gemüse und Kräutern, wie Fenchel, Karotten, Bergheu oder Vogelbeeren. «Wir gehören zu den Ersten, die das ausprobierten», erzählt Margrit Kunz-Keller. «Geld verdienen wir mit Gemüseschnäpsen jedoch keins», stellt sie klar. Das Herstellungsverfahren ist denn auch aufwendiger. Während die zuckerhaltigen Früchte vergären, müssen Gemüse und Kräuter in Hochprozentiges eingelegt werden, bevor destilliert wird. «Das verteuert den Schnaps, denn auf dem hochprozentigen Alkohol bezahlen wir bereits hohe Steuern.»

«Wir verkaufen keinen Alkohol, wir verkaufen Genuss. Mit viel Liebe zum Detail.»
Margrit Kunz
Schnapsbrennerin

Kunzes Gemüse- und Kräuterschnäpse entspringen jedoch keiner Schnapsidee. Für Margrit Kunz-Keller haben diese nämlich auch eine Heilwirkung. «Statt Fencheltee trinkt man Fenchelschnaps. Jedes flüssige Medikament enthält ja Alkohol.» Weil sie überzeugt ist, dass, was in der Umgebung wächst, den Menschen besser bekommt, stammen alle ihre Zutaten aus dem Bündnerland. Fenchel und Kräuter zieht sie in ihrem eigenen Bio-Garten.

Aromatischere Gerichte dank Gemüse-Destillaten

Mittlerweile haben auch Gastronomen, Küchenchefs und Hoteliers die Vorteile dieser Schnäpse entdeckt – wenn auch nicht aus medizinischen Gründen. Die Küchenchefs, weil sie damit das Aroma ihrer Gerichte verbessern können, die Gastronomen und Hoteliers aus taktischen Gründen: Mit diesen besonderen Destillaten können sie sich von ihren Mitbewerbern abheben.

Ihre ganz persönlichen Lieblinge sind die Grappinas, erzählt Margrit Kunz-Keller. «Wir lassen sie im Eichenfass reifen.» Besonders angetan hat es ihr ihre erste Grappina-Kreation – ein liebelicher Grappa, den Frauen besonders mögen, wie sie sagt. Ihre Grappinas werden von Hand veredelt. Mit Dörrfrüchten etwa. Damit werden auch andere Tropfen, wie Kunzes Williams zum Vieille Poire Williams, ausgebaut. Diese edlen Flaschen werden dann mit handgeschriebenen Etiketten geschmückt.

«Wir gehen mit unseren Produkten nicht hausieren»

«Wir verkaufen keinen Alkohol, wir verkaufen Genuss. Mit viel Liebe zum Detail», fasst Margrit Kunz-Keller zusammen. Sie, eine begeisterte Schnapsverkosterin, würde nächstes Jahr pensioniert. Ihre Arbeit mache ihr jedoch so Spass, dass sie nicht ans Aufhören denke. Den Betrieb wollen Margrit und Martin Kunz jedoch nächstes Jahr ihrer Tochter Carina und deren Partner übergeben. Carina Kunz ist heute schon für die Weinkellerei verantwortlich.

Die Familie Kunz verkauft ihre Destillate in ihrem Laden und über ihren Online-Shop. «Wir gehen mit unseren Produkten nicht hausieren», erklärt Margrit Kunz-Keller. «Wenn jemand unsere Destillate will, kommt er zu uns.» Viele der Gastronomen, Hoteliers und Küchenchefs «kommen gleich mit ihrer Crew zu uns, damit die Mitarbeitenden sehen und spüren, dass wir unsere Schnäpse auf eine andere Art herstellen. Davon können sie dann ihren Gästen erzählen.» Geschichten zu erzählen, sagt Margrit Kunz-Keller, sei heute sehr wichtig. «Die Gäste wollen möglichst viel über die Produkte wissen. Und über die Menschen dahinter.»

zvg

Margrit Kunz-Keller vor einem Quitten-Berg: Alle müssen von Hand geputzt werden.

Der Weinmacher mit 101 Ideen im Kopf

Jean-Daniel Giauque in La Neuveville am Bielersee ist ein «Enfant terrible» unter den Weinproduzenten. Seine Weine sind speziell. Und ebenso expressiv wie er selber.

ELSBETH HOBMEIER

Alain D. Boillat

Der Weinmacher Jean-Daniel Giauque in La Neuveville: Klein, aber mit grossem Renommée.

Das alte Bauernhaus mit dem gemütlichen Keller und dem verwunschenen Garten liegt etwas versteckt oberhalb der Altstadt von La Neuveville, hart an der Kantonsgrenze von Bern und Neuchâtel. «Le Signolet» heisst das Gut, das einst Bauernhof war und von Vater Giauque als «Mischbetrieb» mit Trauben, Vieh und Obst betrieben wurde.

Vor rund 25 Jahren hat der Sohn Jean-Daniel Giauque das Zepter übernommen und das Steuer auch gleich mächtig herumgerissen. Er gilt weitherum als «Enfant terrible», als Weinbesessener. Vor ihm ist keine Traubensorte, keine Methode sicher, alles will er ausprobieren, er hat hundertundeine Idee im Kopf.

Kein Wunder, dass die vielen Flaschen und das für einen kleinen Nischenbetrieb ungewohnt grosse Sortiment einen zunächst etwas ratlos lassen, wo man überhaupt anfangen soll. Jean-Daniel Giauque kultiviert auf nur 4,5 Hektar Rebland 30 Traubensorten. Diese baut er teilweise reinsortig aus, komponiert aber auch nach Herzenslust und spontanen Einfällen spezielle Cuvées. In seinem Sortiment finden sich Syrah, Riesling, Mondeuse, Diolinoir, Zweigelt, Pinot blanc, Savagnin rose, Sauvignon gris, Biognier und Altesse, um nur einige zu nennen. Aus den 30-jährigen St-Laurent-Stöcken macht er einen «Vieilles Vignes» mit Barrique-Ausbau. Und der reinsortige Pinot noir «Le Lago» stammt gar von über 50-jährigen Stöcken und reift 24 Monate im Eichenbarrique. Wenn es das Klima erlaubt, dann lässt Giauque seinen Chardonnay auch mal von Edelfäule befallen – nach Vorbild des Sauternes – und produziert den edelsüssen «Levrouté», der beim Concours Chardonnay du Monde 2009 eine Silbermedaille holte.

Er ist einer, der verliebt ist ins Terroir und alles herausholen will

Eine Entdeckung wert ist die rote Assemblage «Le Sauvageon», der nicht weniger als 15 Rebsorten in sich vereinigt. Jean-Daniel Giauque ist ein Antikonformist, er ist einer, der verliebt ist ins Terroir, der alles und noch mehr herausholen will. Er arbeitet ansatzweise biodynamisch, aber will nach eigenen Worten «nicht bis zur wirklichen Grenze gehen, da ich weder das nötige Geld noch das erforderliche Personal dazu habe». Mit Begeisterung bearbeitet er seine Reben jedoch – ganz im Sinne von Rudolf Steiner – mit dem Pferd. Und er lässt das Gras statt es abzumähen von den Schafen abfressen. Auf dem Gut hält er auch Hérens-Kühe, mit denen er auch mal zu einem Kuhkampf nach Walliser Vorbild einlädt.

Er erkennt über 100 Rebsorten aufgrund der Blätter

Jean-Daniel Giauque lässt sich nicht so einfach einordnen. Er überrascht mit immer wieder neuen Kreationen. Er setzt nicht auf eine önologische Ausbildung, sondern weit lieber auf seine 25 Jahre Erfahrung. Er gilt als einer der besten Ampelographen, also Rebsortenkenner, und erkennt über 100 Traubensorten auf Anhieb an ihrer Blattform. Zu seinem Wein serviert er gerne eigenen Käse und eigenen Rohschinken, «das passt am besten zusammen», sagt er. Sein Weingut hat er 1986 gegründet – und dessen guter Ruf drang sehr schnell weit über den Bielersee hinaus, an dessen Ufer seine Reben stehen. Der Überblick über sein Schaffen ist nicht einfach zu behalten. Am besten geht man hin, probiert aus und entscheidet dann, was am meisten anspricht.

ANZEIGE

RUEPP & PARTNER
Vernetzte Kompetenzen
GASTRO-TREUHAND

Sie kümmern sich um Ihre Gäste, wir uns um Ihre Buchhaltung.

Ruepp & Partner Dietikon AG
Lerzenstrasse 16/18
8953 Dietikon
Tel. 044 744 91 91

www.ruepp.ch

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

Schon gespannt? Die Themen von morgen.

htr hotel revue avec cahier français

Hotel im Schloss

Direktor Werner Bernet geht. Roger Seifritz kommt.

ROTOR

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 Lohnumfrage 2010 von fit (Frauen im Tourismus) und VSTM (Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht. Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. mehr »

Salle Modulable: Entscheid folgt Ende Jahr

Ob das Musiktheaterhaus Salle Modulable 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 »

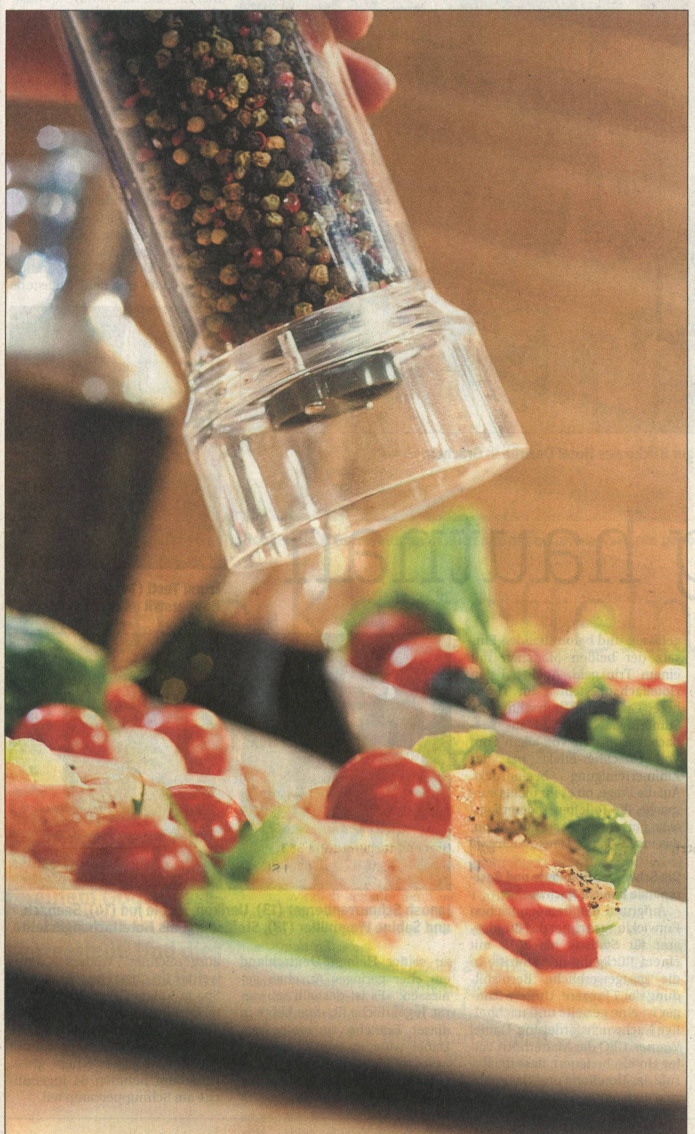
Deutscher Wein wird teurer

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

ANZEIGE



Pfeffer gibt einem Gericht den gewissen Pep – frisch gemahlen hat er am meisten Geschmack. iStockphoto

iStockphoto

Pfeffermühlen mahlen mühelos

Die Erfindung der Pfeffermühle führte in der Küche zu einer Geschmacksrevolution. Heute ist sie aber viel mehr als nur Küchengerät.

MELANIE ROTH

Sie ist Werkzeug und Accessoire zugleich, ist so langlebig, dass sie auch mal zum Familienerbstück wird, oder dann so trendig, dass sie in den Restaurants zu den beliebtesten Diebstahlobjekten gehört. Sie ist ein wenig stiller Zeuge dafür, dass der Besitzer der hohen Kunst des Kochens mächtig ist. Heute genügt ein Knopfdruck, um sie zu betreiben.

Ob die Firma Peugeot 1842 tatsächlich die erste war, die eine Pfeffermühle produzierte, darüber darf wie immer, wenn es um Erfindungen geht, gestritten werden. Unbestritten ist, dass die Pfeffermühle damals in manch einer Küche Mörser und Pistill ersetzte, was zu einer geschmacklichen Revolution führte. Im Mörser endeten die Pfefferkörner oftmals als Pulver, eine Menge Geschmack machte sich aus dem Staub. Die ausgeklügelten Mahlwerke der Pfeffermühle zerkleinern die Körner problemlos zu Partikeln. Der Mechanismus: Durch das Rotieren der Spindel, die durch das Gehäuse in einen fein gerillten Ring einläuft, werden die Körner zwischen Spindel und Ring befördert und dann durch ihr gegenläufiges Drehen fein zermahlen. In heutigen hochwertigen Pfeffermühlen kann der Abstand zwischen Spindel und Ring verändert werden, wodurch ein unterschiedlich feines Mahlen möglich ist.

Das Mahlwerk muss gut und die Mühle handlich sein

Heute produzieren neben Peugeot viele weitere Hersteller auf der ganzen Welt ihre Pfeffermühlen (siehe Interview links), auch in der Schweiz werden die kleinen Meisterwerke hergestellt. Trotzdem: Peugeot scheint nach wie vor der König unter den Pfeffermühlen zu sein: «Peugeot hat immer noch das beste Mahlwerk», sagt Gregor Zimmermann, Chefkoch im Bellevue Palace Bern. Und Giordano Bertolina, Chefkoch Restaurant Impuls Wetzikon, doppelt nach: «Das Mahlwerk der Peugeot-Pfeffermühle ist zuverlässig, es rostet nicht. Ich habe schon andere Produkte ausprobiert, die kommen aber nicht an Peugeot heran.» Ein gutes Mahlwerk, ob nun aus Edelstahl, Keramik, oder eher selten auch aus Kunststoff, ist essenziell, wichtig vor allem die Justiervorrichtung zur Einstellung der Körnung: «Das Mahlwerk darf nicht zu fein sein. Gerade bei Fleisch muss die Mühle in der Lage sein, gröber zu mahlen», erklärt Zimmermann. Fein gemahlenen Pfeffer benutzt er zum Beispiel für Gemüse. Für die Würzung von Fisch gibt Zimmermann weisse Pfefferkörner in die Mühle. Für Fleisch eher dunklen, schwarzen Pfeffer. Eine Alternative für die Befüllung sind auch «Pfeffermischungen» mit Kräutern oder orientalischen Gewürzen.

Pfeffer verliert an Geschmack, je länger er offen in der Pfeffermühle lagert. Das bedeutet, in einem Restaurant sollten die Pfeffermühlen auf dem Tisch mindestens alle zwei Wochen neu befüllt werden. In der Küche macht das Gregor Zimmermann sogar alle zwei Tage, um immer den perfekten Geschmack zu haben. Neben dem Inhalt ist immer mehr auch die Hülle der Pfeffermühle wichtig. Zusammen mit der Anzahl Hersteller ist auch die Variation der Fassungen stetig gewachsen. Ob aus Holz, Edelstahl, Silber oder Kunststoff, am Ende muss die Mühle handlich sein: «Sie muss gut in der Hand liegen, darf nicht zu schwer oder zu lang sein – ich bevorzuge die Versionen aus Holz», so Gregor Zimmermann.

Vom Küchengerät zum begehrten Tischaccessoire

Wo die Pfeffermühle früher nur Küchengerät war, ist sie heute in Restaurants oftmals auch Tischaccessoire, so dass auf ein schönes Design immer mehr Wert gelegt wird. Das kommt zuweilen auch ausgefallen daher: Auf dem Markt finden sich etwa Mühlen in Form und Aussehen einer Bierflasche, eines Baseballschlägers oder eines Zauberwürfels. Giordano Bertolina kombiniert praktisch und schön und setzt sowohl in der Küche als auch in der Gaststube auf durchsichtige Acryl-Pfeffermühlen: «Sie sehen ästhetisch einfach sehr schön aus, vor allem wenn weisser, schwarzer und roter Pfeffer darin gemischt werden.» Dass die Pfeffermühlen so begehrenswert aussehen, dass sie von den Gästen gleich eingesteckt werden, kennt Bertolina nur zu gut: «Als ich noch im Tessin gearbeitet habe, hatten wir die kleinen Salz- und Pfeffermühlen, die sind dauernd verschwunden.» Als Diebstahlsicherung hat er eine einfache Lösung gefunden: «Wir haben hier nur noch ganz grosse Pfeffermühlen, das nützt, die kann man nicht so einfach mitnehmen.» Und was hält der Tessiner von den elektrisch betriebenen Pfeffermühlen? «Ich habe noch nie eine ausprobiert, ich finde das ein bisschen komisch», meint er lachend.

zvg

Salz- und Pfeffermühle aus Acryl von Cole & Mason.

Cole & Mason Erfolg mit der ersten Acryl-Mühle

Laurent Voirol, Cole & Mason hat 1975 die erste Acryl-Pfeffermühle designt. Wie entstand die Idee?
David Cowan, dessen Vater die Firma aufbaute, sah an einer Party runde Türgriffe aus Acryl. So kam er auf die Idee, eine Pfeffermühle in ähnlichem Design zu entwerfen. Und schuf damit ein Erfolgsprodukt.

Dennoch ist die Marke hier kaum bekannt. Ist der Schweizer Markt denn so schwierig?
Heutzutage gibt es keine einfachen Märkte mehr. Die Schweiz bildet da keine Ausnahme und ist mit den EU-Ländern vergleichbar. In all diesen Märkten gibt es eine Leader-Marke und alle andere Marken müssen dagegen ankämpfen.

Welchen Leader meinen Sie?
Wir kommentieren unsere Mitbewerber nicht.

Holz, Acryl, Edelstahl: Wann sollte man sich für welches Material entscheiden?
Die Entscheidung liegt exklusiv im Design-Bereich. Der Kunde entscheidet, was ihm visuell gefällt. Das Material hat keinen Einfluss auf die Qualität des Mahl-Resultats oder auf die Konservierung von Pfeffer oder auch Salz.

«In allen Märkten muss man gegen eine Leader-Marke ankämpfen.»
Laurent Voirol
DKB Household Switzerland AG

Also ist nicht nur die Technik, sondern auch das Design wichtig …
Ja, auf jeden Fall. Und dem Design sind keine Grenzen gesetzt. In England haben wir auf Wunsch eines Kunden eine Mühle in Form eines Fisches hergestellt.

Eine elektrische Pfeffermühle ist praktisch. Warum ist sie trotzdem vielerorts unbeliebt?
Ob elektrisch oder manuell betrieben, das Mahlwerk, der Druck und damit das Resultat sind dasselbe. Der negative Touch exisitert also nur in den Köpfen. Und das nicht überall: In anderen Kulturen wird die elektrische Mühle sehr geschätzt. rom

Publikation

Erster Swiss Barguide 2011/12 veröffentlicht

Der erste Swiss Barguide ist erschienen. Barprofis, Fachleute aus der Getränkeindustrie und Gäste haben das Angebot in der Schweiz nach bestimmten Kriterien analysiert. Im Swiss Barguide wird nun eine Auswahl von 101 Bars präsentiert. Laut Herausgeber Ruedi Zotter sei es das Ziel des Guides, die Schweizer Barkultur weiter zu fördern und dem Publikum ab 25 Jahren eine Hilfestellung zu geben. Es ist eine jährliche Neuauflage des Guides unter Berücksichtigung der Marktveränderung geplant.

Ausstellung

Obstverband zeigt in Zug 2000 Obstsorten

zvg

Zu seinem 100-Jahr-Jubiläum zeigt der Schweizer Obstverband (SOV) an der Zuger Messe vom 22. bis 30. Oktober 2011 eine Sonderausstellung. Ihr Titel: «1000 Obstsorten». Laut Verband sei das gesetzte Ziel aber bereits übertroffen und die Besucher erwarten gar 2000 Sorten auf 1800 Quadratmetern – dies bedeute die grösste je in der Schweiz gezeigte Sortenschau.

Hotellerie

Übernachtung am 11. November für den guten Zweck

Am 11.11.2011 kostet in ausgewählten Best-Western-Hotels ein Zimmer inklusive Frühstück 111 Franken. Von diesem Betrag gehen 11 Franken pro Buchung an das World-Vision-Projekt für Strassenkinder in der Mongolei. Das Angebot gilt während des ganzen «Schnapsdatum-Wochenendes». Die Anzahl der zur Verfügung stehenden Zimmer pro Hotel sind beschränkt. sag

Cédric Blatter (13) aus Toffen und Daniel Garcia (14) aus Zürich in der Küche des Hotel Desirée in Grächen.

Bilder Carole Lauener

Hotelalltag hautnah

Letzte Woche sind die Gäste der Matterhorn Valley Hotels in Grächen von Schülern begrüsst und bekocht worden. Sie nahmen an einem Schnuppercamp von hotelleriesuisse teil.

CAROLE LAUENER

Während fünf Tagen lernten 23 Achtklässler aus der ganzen Deutschschweiz den Berufsalltag in vier Betrieben der Matterhorn Valley Hotels und im Tourismusbüro in Grächen aus erster Hand kennen. Sie erhielten Einblick in die Berufe Hotelfachmann/-frau, Koch/Köchin, Restaurationsfachmann/-frau und Kaufmann/-frau. Das Schnuppercamp hilft den Teilnehmern ihre Vorstellungen von der Hotellerie mit der Realität zu vergleichen. So stellte Daniel Garcia aus Zürich nach wenigen Tagen in der Küche des Hotels Desirée fest, dass ihm der Beruf des Kochs nicht zusagt: «In der unterirdischen Küche fühle ich mich eingesperrt». Er wird nun versuchen, als Tierpfleger eine Lehrstelle zu finden. Im Gegensatz zu Garcia ist Cédric Blatter aus Toffen vom Beruf des Kochs begeistert. Am besten gefällt ihm der kreative Aspekt des Anrichtens.

Izumi Testi aus Rupperswil und Felisha Strebel aus Wohlen schnupperten beide als Restaurationsfachfrauen. Sie waren überrascht, als man sie vom ersten Tag an im Service einsetzte. Die Gäste wurden vorab über die speziellen Schnupperwochen informiert und reagierten positiv. Trotz kleinen Missgeschicken blieben sie gelassen und belohnten den Einsatz der beiden Mädchen mit einem Trinkgeld. Auch bei den Hotelfachangestellten im Turmhotel Gräcberhof herrschte gute Stimmung. Nicole Jud aus Seebach zeigte sich vor allem vom Vorher-nachher-Effekt bei der Zimmerreinigung beeindruckt. Auf die Frage, ob es ihr nichts ausmache, die Toiletten anderer Leute zu putzen, meint sie nur: «Nein, das mache ich zu Hause auch».

Die Schweizer Hotellerie und Gastronomie braucht Nachwuchs

Aufgrund der demografischen Entwicklung rechnet das Bundesamt für Statistik bis 2019 mit einem Rückgang der Eintritte in die gastgewerbliche Berufsbildung um 7 Prozent. Umso wichtiger ist eine gezielte und nachhaltige Nachwuchsförderung. Daniel Werner, CEO der Matterhorn Valley Hotels, bedauert, dass die Berufe der Hotellerie und Gastronomie in der Schweiz im Gegensatz zu seiner Heimat Deutschland ein eher geringes Ansehen geniessen. «Es ist deshalb schwierig, Jugendliche für eine Lehre in dieser Branche zu motivieren. Dabei wäre es wünschenswert, wenn die einheimischen Gäste auf Schweizerdeutsch begrüsst werden» ergänzt Werner.

Die Schnuppercamps setzen genau hier an. Laut Sonja Lauener von hotelleriesuisse haben sich rund ein Viertel aller ehemaligen Schnuppercamp-Teilnehmer für eine Ausbildung im Gastgewerbe entschieden.

Namhafte Gastgeber in drei Sprachregionen

Die Schnuppercamps werden seit 2006 in Hotels verschiedener Tourismusregionen durchgeführt. So lernen die Jugendlichen nebst den Berufen gleichzeitig die Vor- und Nachteile kennen, welche die Arbeit und das Leben in einer Feriendestination mit sich bringen. Gastgeber für das Deutschschweizer Camp waren die Matterhorn Valley Hotels in Grächen. Die Hotelkooperation wurde 2009 mit dem Milestone ausgezeichnet. Weitere Camps werden im Chalet RoyAlp Hotel & Spa in Villars-Gryon und im Hotel Delfino mit drei Partnerbetrieben in Lugano durchgeführt. Die Nachfrage für die Camps war mit 200 Bewerbungen erneut gross. Insgesamt nehmen 64 Jugendliche am Schnuppercamp teil.

Izumi Testi (14) aus Rupperswil mixt einen Drink.

Janosh Schnurrenberger (13), Uerikon, Nicole Jud (14), Seebach, und Sabine Wegmüller (13), Steffisburg, als Hotelfachangestellte.

ANZEIGE

Dipl.Ing. Fust
Und es funktioniert.

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

Profitieren Sie von der Möglichkeit, die Geräte zu mieten!
*Mindestmietdauer 3 Monate
• 5-Tage-Tiefpreisgarantie
• Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle
(Details www.fust.ch)

FUST: zuverlässiger Partner für Beratung, Lieferung, Anschluss und Service von Gastrogeräten!

Rucksackstaubsauger der Extraklasse!
nur 370.–
vorher 462.–
(exkl. MwSt.)
Sie sparen 92.–
NOVAMATIC RS 05
• Ergonomisch angepasstes Rückengestell
• Leicht und bequem
• Kabellänge von 15 Metern
Art. Nr. 175510

Weinschrank mit 2 getrennten Temperaturzonen
mit Bon nur 925.–
statt 1388.–
(exkl. MwSt.)
BON 33%
Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 52.– (inkl. MwSt.)
Mit praktischen Ausziehtablaren
Temperaturzone 1
Für ca. 99 Flaschen à 0.75 Liter
Temperaturzone 2
NOVAMATIC VINOCAVE 500
• H/B/T: 103 x 60 x 67 cm
Art. Nr. 203055
BON gültig bis 23.10.2011. Nicht kumulierbar mit anderen Rabatten

Flaschenkühlschrank
nur 1099.–
vorher 1249.–
(exkl. MwSt.)
Sie sparen 150.–
Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 61.– (inkl. MwSt.)
NOVAMATIC KSU 471.1-IB
• Nutzinhalt 333 Liter
• Mit Umluftsystem
• H/B/T: 185 x 60 x 60 cm
Art. Nr. 108316

Gläserspüler
nur 1851.–
(exkl. MwSt.)
Tiefpreisgarantie
Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 103.– (inkl. MwSt.)
Saubere Gläser in nur 2 Minuten!
NOVAMATIC LB 200
• Ideal für Gläser, Tassen, kleine Teller, etc.
Art. Nr. 106505

AG: Fust Supercenter Oftringen, 062 788 98 88, Spreitenbach, 056 418 14 40, Wettingen, 056 437 10 80, Wettingen Tägipark, 056 437 06 20 BE: EUROFust Biel/Bienne, 032 344 16 00, Niederwangen, 031 980 11 11 BS/BL: EUROFust Basel, 061 686 93 60, Füllinsdorf, 061 906 95 00, Oberwil, 061 406 90 00 GE: Genève, 022 817 03 80 GR: Chur, 081 257 19 30 LU: Emmenbrücke, 041 267 33 11, Luzern, 041 419 73 10, Sursee, 041 925 86 40 NE: La Chaux-de-Fonds, 032 924 54 24 TG: Frauenfeld, 052 725 01 40, SG: Mels Fust Supercenter, 081 720 41 21, Jona-Rapperswil 055 225 37 00, Oberbüren, 071 955 50 50, St.Gallen-Neudorf Fust Supercenter, 071 282 37 60, St. Margrethen, 071 747 54 00 SO: Zuchwil, 032 686 81 20 SZ: Schwyz, 041 818 70 50 TI: Canobbio, 091 935 10 10, Giubiasco, 091 850 10 20, EUROFust Grancia, 091 96053 70 VD: Romanel-sur-Lausanne, 021 643 09 70 VS: EUROFust Conthey, 027 345 39 85, Visp-Eyholz, 027 948 12 40 ZH: Dietikon, 044 745 90 10, Glattzentrum, 044 839 50 80, Hinwil Fust Supercenter, 044 938 38 68, Horgen, 044 718 10 40, Regensdorf, 044 843 93 00, Volketswil, 044 908 31 41, Winterthur, 052 269 22 70, Zürich (Badenerstr.), 044 295 60 70, Zürich-Oerlikon, 044 315 50 30, Zürich (Jelmoli), 044 225 77 11. Weitere Fust-Filialen Telefon 0848 559 111 oder www.fust.ch

Dipl.Ing. Fust gastro professional

Auch im Fust: Superpunkte sammeln.
Für mehr Vorteile.
www.supercard.ch

zvg

Rare Kartoffeln: Das Schweizer Nationalgericht Gschwellti kann auch mal als luxuriöse Variante gekocht werden.

Blaue Kartoffeln für Feinschmecker

Das Schweizer Nationalgericht Gschwellti und Käse wurde in einem Gourmesse-Seminar in Zürich vorgestellt. Und dies als geschmackliche Luxusvariante.

RENATE DUBACH

Es gibt rund 5000 Kartoffelsorten – und trotzdem bekommt der Konsument meistens bloss drei, vier davon zu sehen und zu essen. Wirklich schade, denn es gäbe auch in der Schweiz viele hervorragend schmeckende Sorten – man müsste sie bloss kennen lernen. Gelegenheit dazu bot sich am Sonntag an der Gourmesse in Zürich, im Seminar mit dem Titel «Gschwellti de luxe». Fünf äusserst rare Knollen vom Acker des Filisurer Biobauern Marcel Heinrich kamen auf die Teller, zu ihnen gesellten sich spezielle Ur-Alpkäse. Zusammengestellt und präsentiert wurde diese luxuriöse Kombination vom Koch und Geschmackstrainer Freddy Christandl und dem Food-Scout Dominik Flammer.

«Luxus zeichnet sich in diesem Fall nicht unbedingt durch einen hohen Preis aus, sondern vielmehr durch viel Arbeit und wenig Ertrag», erklärte Kartoffelpionier Christandl. Denn Heinrichs Boden auf etwa 1000 Meter über Meer sei sandiger und steiniger als die meisten Böden im Tal unten, und die Vegetationszeit sei kürzer. Das bedinge einerseits, dass Marcel Heinrich seine Kartoffeln vorkeimen lassen müsse und dann, wenn er sie Anfang Mai in den Boden stecke, immer noch mit dem Risiko eines Spätfrostes leben müsse. Arbeit und Risikobereitschaft lohnen sich: Die Kartoffeln wachsen langsam dort oben. Und haben so Zeit, viel Geschmack aufzubauen. Die fünf Sorten, die man in Zürich verkosten durfte, zeigten sich entsprechend von ihrer besten Seite. Eine Verwandte der französischen Rattes, die ursprünglich aus Belgien stammende Corne de gattes machte den Auftakt. Die längliche Delikatesse passte zu sämtlichen dazu gereichten Käsen: Zu den beiden Biobergkäsen der Sennerei Andeer, dem über dreijährigen, steinharten Alpsbrinz, zum Muotathaler Wildheuerkäse, dem jungen Vacherin Fribourgeois d'Alpage und auch zum luftigen Ziegenfrischkäse vom Lichtensteiger Käser Willi Schmid.

> **«Luxus zeichnet sich in diesem Fall nicht unbedingt durch einen hohen Preis aus.»**
> Freddy Christandl
> Geschmackstrainer

Wenn die Kartoffel eine geschmackvolle Hauptrolle spielt

Die etwas trockenen Parli passten dann besser zu den Weichkäsen. Diese Kartoffeln riechen nach gekochten Artischocken, schmecken aber eher nach Maroni. Christandl gab den Ratschlag, die Sorte auch mal gekocht in Scheiben zu schneiden und langsam in etwas Butter knusprig zu braten: «Ein fantastischer Genuss!» Was auch für die Patate Verrayes zutreffe, die man aber auch als Stampfkartoffel oder für eine feine Rösti brauchen könne. Die Kartoffel aus dem italienischen Aostatal sieht mit ihrer violetten Schale ein bisschen wie Topinambur aus und schmeckt sehr erdig.

Diese edlen Produkte sind rar und nicht überall erhältlich

Ebenfalls etwas erdig, aber in überraschendem Rosa kommt die schottische Highland Burgundy Red daher. Ein äusserst dekoratives Duo ergibt sich zusammen mit der blauen Chinatrüffel-Kartoffel – die allerdings auch geschmacklich hervorragend ist und beim Kochen nachtblau wird. Und wie das so ist bei edlen Dingen: Die Erträge sind extrem gering. Köche, Kartoffel-Feinschmecker und Gschwellti-Liebhaber müssen sich früh nach Lieferanten umsehen. Beispielsweise auf der Website von Freddy Christandl, dort finden sich auch Restaurants, in welchen diese raren, edlen Sorten serviert werden.

www.bergkartoffeln.ch

Gourmesse Zürich 10 000 Besucher interessierten sich für Delikatessen

Die 17. Auflage der Zürcher Feinschmeckermesse Gourmesse im Kongresshaus wartete vom 7. bis am 10. Oktober mit unzähligen Höhepunkten auf. Rund 150 Aussteller – die meisten davon aus Marktnischen – machten die über 10 000 Besucher mit Neuem im Bereich Delikatessen bekannt. Vom Bier über Balsamico zu Brownies: Bei einer Entdeckungsreise kamen sämtliche Sinne auf ihre Kosten. Der Kanton Thurgau präsentierte sich als Schlaraffenland und wurde konkurrenziert von der italienischen Region Emilia Romagna. In der Showküche konnten die Besucher junge Küchenstars wie Meta Hiltebrand oder Tobias Funke beobachten. Spannend waren auch die Seminare, in welchen Interessantes rund um den Themenbereich Biologisch, Urgeschmack, alte Kulturen vermittelt wurde. Und an der Fachtagung für Köche standen Kaffee, Brot und Trüffel auf dem Programm. 2012 findet die Messe vom 5. bis am 8. Oktober statt. rd

www.gourmesse.ch

Fallende Hotelpreise in Europas Metropolen

Im Oktober kostet eine Übernachtung in einer europäischen Metropole durchschnittlich sieben Prozent weniger als im Vormonat. Dies zeigt der monatliche Hotelindex von «trivago».

SIMONE LEITNER

Für eine Übernachtung in einem europäischen Standard-Doppelzimmer fallen im Monat Oktober durchschnittlich 127 Euro an. Mit diesem Wert liegt der Index um sieben Prozent unter dem Preisniveau des Vormonats (September 2011: 136 Euro) und ist im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent gestiegen (Oktober 2010: 118 Euro). Dies besagt der trivago Hotelpreis-Index, den der Hotelpreisvergleich www.trivago.de monatlich veröffentlicht.

Im Herbstferien-Monat sinken nicht nur die Hotelpreise in Europas Städten, sondern auch in beliebten spätsommerlichen Urlaubsregionen. In Mallorcas Ferienorten wie Alcudia (62 Euro, minus 33 Prozent), Calla Millor (74 Euro, minus 38 Prozent) und an der Playa de Palma (81 Euro, minus 41 Prozent) fallen die Hotelpreise im Vergleich zum Vormonat deutlich. Im türkischen Alanya (62 Euro, minus 15 Prozent) und in portugiesischen Sonnendestinationen (Madeira: 90 Euro, minus 4 Prozent; Algarve 63 Euro, minus 34 Prozent) liegen die Hotelpreise unter den Werten der Vormonate.

Im Vergleich zum Vormonat sinken im Oktober die Hotelpreise in 36 der 50 gelisteten Städte Europas. Einige Beispiele: In Barcelona (147 Euro) und Mailand (161 Euro) ist je ein Preissenkung von 18 Prozent zu beobachten. Die Metropolen Kopenhagen (142 Euro), Edinburgh (123 Euro), Genf (253 Euro) und Amsterdam (161 Euro) melden jeweils um 15 Prozent sinkende Hotelpreise im Vergleich zum September dieses Jahres. Übernachtungen in Glasgow (minus 12 Prozent) und in Dublin (minus 11 Prozent) schlagen mit 92 Euro und 96 Euro zu Buche. In Brüssel kostet eine Nacht in einem Standard-Doppelzimmer 135 Euro (minus 11 Prozent), und in Lissabon werden 118 Euro (minus 9 Prozent) berechnet.

zvg

In Genf bezahlt der Gast im Oktober durchschnittlich 253 Euro für eine Übernachtung. Dies sind 15% weniger als im Vormonat.

Gastronomie

Titlis Rotair übernimmt Golfrestaurant

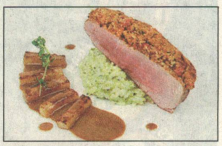
zvg

Titlis Rotair führt ab Sommer 2012 das **Restaurant «Green Corner»** beim Golfplatz Engelberg. Das eingespielte Team der Skihütte Stand wird in angepasster Zusammensetzung im Sommer im Golfrestaurant eingesetzt. Somit werden weitere Jahresstellen geschaffen. Im Golfrestaurant sollen sich Golfer, Einheimische und Passanten aufgehoben fühlen. Das kulinarische Angebot soll einem hohen Qualitätsanspruch gerecht werden und saisonal angepasst sein.

Zweite Burger-King-Filiale im Rail City Zürich

In der Hall of Brands eröffnete die Candrian Catering AG eine zweite Burger-King-Filiale in der Rail City Zürich. Die erste wurde bereits vor zwei Jahren in der Bahnhofshalle erfolgreich in Betrieb genommen. Der neue Burger King hat 48 Sitzplätze und schafft 35 neue Arbeitsplätze. Neben dem gängigen Fast-Food-Sortiment, werden den Pendlern morgens auch Kaffee, der von der Candrian Catering selbst geröstet wird, und Croissants aus der hauseigenen Bäckerei angeboten.

Cookits: Gourmet Koch-Kits zum selber Kochen



zvg

In Zürich lancierten die Jungunternehmer Marc Spafford und Nicolas Blanchard «Cookits»: Das Startup bietet «Gourmet Koch-Kits aus hochwertigen und frischen Zutaten» an, die man zum selber Kochen nach Hause bestellen kann. Die **saisonalen Kreationen** stammen von jungen Schweizer Köchen wie Meta Hiltebrand («Meta's Kutscherhalle» Zürich) oder Sandro Zinggeler («Epoca» Flims). sag

www.cookits.com

Restaurant «Bim Grosi» wird zu «Way to India»

Das Restaurant «Bim Grosi» beim Käfigturm in Bern ist zu. Neu wird dort das «Way to India» einziehen. Der Inhaber Prasad Bharanya betreibt unter dem gleichen Namen bereits eine Filiale in der Markthalle. Das Restaurant «Bim Grosi» gehörte zur Gastro-Gruppe von Ralf Jansen, die im Juni in Konkurs ging. Jansens Anwalt, Andreas Howald, gab im «Bund» bekannt, dass die Schliessung die anderen Betriebe der Jansen Gruppe nicht tangiert. cla

ANZEIGE

Valentinez®
Friteusen
Tellerwärmer
Teigwarenkocher
Was hält länger?

Auszeichnung

Kameha Bonn: Bestes deutsches Eventhotel

zvg

Das **Hotel Kameha Grand Bonn** hat den Location Award 2011 gewonnen. In der Endausscheidung setzte sich das Mitglied von The Leading Hotels of the World durch und wurde als herausragender Veranstaltungsort in Deutschland ausgezeichnet. Die Location Awards werden von der Locationportale GmbH vergeben. Eine Expertenjury entscheidet nach festen Kriterien über die Vergabe der Auszeichnung. sag

Der Seehecht vom Kap

Arne's

Arne van Grondel (54) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Der Fischfachmann schreibt für die htr einmal pro Monat eine Kolumne.

Damit die Fischbestände auch in Zukunft erhalten bleiben und der Mensch hochwertige Fischprodukte geniessen kann, braucht es eine nachhaltige Fischwirtschaft. Höchste Zeit also, der gegenwärtigen Überfischung Gegensteuer zu geben.

Fisch ist ein gesundes Nahrungsmittel. Jedoch darf nur als kulinarischer Genuss bezeichnet werden, was artgerecht und ressourcenschonend gefangen und naturnah und umweltschonend produziert wird. Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und fachliche Kompetenz in der Beschaffung sind daher für den Gastronomen die grosse Herausforderung!

Das Management der Kap-Seehecht-Fischerei in Südafrika hat einen Plan zur nachhaltigen Fischerei ausgearbeitet. Um Jungfische, die für eine langfristige Bestandserhaltung besonders wichtig sind, zu schützen, müssen sich alle Inhaber der Fischereirechte an einen Verhaltenskodex halten. Dieser verpflichtet sie, eine nachhaltige Fischerei anzuerkennen und einzuhalten. Der Bestand des Seehechts soll sich so innerhalb von zwanzig Jahren erholen und ein sicheres Niveau erreichen.

Fotolia

Der silbrig-graue Seehecht.

Wissenschaftliche Beobachter haben Daten zu den Arten des Kap-Seehechts gesammelt und damit die Fischerei beim Ausarbeiten und Umsetzen ihres Plans unterstützt. Die wichtigsten Erkenntnisse aus ihren Studien werden in den Empfehlungen berücksichtigt und ermöglichen heute eine artenspezifische Bestandsbewertung. Rigorose Massnahmen, wie angesetzte Fanggrenzen und saisonale Schliessungen der Fanggründe, reduzieren den Beifang und die Auswirkungen auf dem Meeresboden auf ein Minimum. Darüber hinaus unterliegt die gesamte Flotte der Kap-Seehecht-Fischerei einem satellitengestützten Überwachungssystem.

Der Seehecht gehört zur Familie der Dorsche. Er ist ein gefrässiger Räuber, der im Schutz der Dunkelheit Hering-, Makrelen-, Sprotten- und Sardinen-Schwärmen nachstellt. Tagsüber hält sich der Seehecht in Bodennähe auf, wo er in die Netze der Fischer gerät.

Der Seehecht ist silbrig-grau, schlank und hat einen auffallend spitzen Kopf. Charakteristisch ist die schwarze Farbe seiner Mund- und Kiemenhöhle. Er kann über einen Meter lang werden und über zehn Kilogramm wiegen.

Im Süden Europas wird der Seehecht schon lange als hochwertiger Speisefisch geschätzt. Ihm kommt dort die gleich hohe Bedeutung zu, wie dem Kabeljau in den nordeuropäischen Ländern. Als wohlschmeckender Fisch darf er zu den Feinfischen gezählt werden. Kein Wunder also, zählt der Seehecht zu den beliebtesten Speisefischen. Sein Fleisch ist weiss und von einer festen Konsistenz. Zu einzeln gefrorenen Naturfilets verarbeitet, nimmt die Bedeutung des Seehechts auch in der Schweiz deutlich zu. Einen ganz wichtigen Stellenwert nimmt er aber dank seinen aussergewöhnlichen Eigenschaften auch in der Produktion für Surimi ein.

ANZEIGE

Neue Bücher

Einblicke in die Zaubertöpfe des «Hexers»

Ein Dokfilm hat ihn 2007 als «Hexer aus dem Entlebuch» bekannt gemacht: Stefan Wiesner (17 GM-Punkte) kocht im «Rössli» in Escholzmatt auch mal mit Gold oder Stein. In seinem neuen Buch «Avantgardistische Naturküche» kreiert er Rottannensprossenjus oder Totentrompetensauce – und das sieht auf den stilvollen Fotografien von Michael Wissing hervorragend aus. Der Leser erfährt in Texten von Andrin C. Willi spannende Hintergründe zum Schaffen Wiesners: Welche Rolle etwa Astrologie und Chemie spielen, oder wie er mit dem Parfümeur Jimmy Studer zusammenarbeitet. Ein ausführliches Lexikon der Geschmackskombinationen schliesst das Buch ab.

Stefan Wiesner, **Avantgardistische Naturküche,** AT Verlag, 272 Seiten, Fr. 98.–.

Käse und Wein: Die perfekte Liaison

Die Welt des Käses und des Weins ist gross, und die beiden haben viel gemeinsam: Aus Rohmaterialien werden Lebens- und Genussmittel. Käseproduzenten und Affineure, die sich mit Herzblut für ihre Produkte einsetzen, portraitiert Andreas Knecht in «Käse und Wein». Sie erzählen vom langen Weg von der Milch bis zur Lancierung eines Käses. Auch Trouvaillen aus anderen europäischen Ländern und Käsetrends werden vorgestellt. Sommelier Armando Pipitone stellt die passenden Weine dazu vor.

Andreas Knecht, Armando Pipitone , **Käse & Wein,** Fona Verlag, 192 Seiten, Fr. 39.90.

«Der kleine Johnson 2012» ist da

«Der kleine Johnson» erscheint bereits zum 35. Mal und gehört zu den meistgekauften Weinführern der Welt. Auch in dieser Neuausgabe garantieren Hugh

Johnson und sein Team von Weinexperten für die Aktualität aller Bewertungen und Beschreibungen der rund 15 000 aufgeführten Weine. Die Einträge zu Rebsorten und Weintypen wurden überarbeitet sowie die neusten Trends und Entwicklungen bei den Produzenten und in den Regionen der Weinwelt berücksichtigt. Neben Hugh Johnsons persönlichen Lieblingsweinen runden zusätzliche Weinempfehlungen zu bestimmten Weinstilen das Kompendium ab. Neu ist der ausführliche Sonderteil zu Südfrankreich. sag

Hugh Johnson, **Der kleine Johnson 2012 für Weinkenner,** Gräfe & Unzer, 472 Seiten, Fr. 30.90.

Zu beziehen bei:
www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Wo die Swissair wieder abhebt

Aktuell ist im Verkehrshaus Luzern eine Ausstellung mit dem Titel «Swissair-Saga» zu sehen. Mit Dokumenten, Objekten und Filmen zeigt sie die Geschichte der Fluggesellschaft.

SABRINA GLANZMANN

Er leuchtet jetzt in Luzern, der grosse Swissair-Schriftzug. Früher auf dem Dach des Balsberg-Gebäudes montiert, hängt er heute an der Galerie-Brüstung im Verkehrshaus, in der Halle Luft- und Raumfahrt. Und er gibt der aktuellen Ausstellung zur ehemaligen Schweizer Fluggesellschaft den Namen – und dieser ist Programm. Die Besucherinnen und Besucher erwarten diverse Flugzeugmodelle von Swissair-Maschinen, Objekte wie Original-Trinkgläser oder Foulards aus der Crew-Bekleidung sowie Zeitdokumente aus der Sammlung des Verkehrshauses. Und diese sei umfangreich; bisher hätte man nur einen kleinen Teil der Unikate ausstellen können, sagt Daniel Gassmann, Leiter Sammlung.

Original-Dokumente: Briefe, Gründungspapiere, Werbeplakate

«Anhand einer Timeline soll die Ausstellung die spannende und wechselvolle Geschichte der Swissair zeigen», so Daniel Gassmann weiter – oft genug werde die Fluggesellschaft im Zuge ihrer letzten Phase und ihres Groundings in einen einseitig negativen Zusammenhang gebracht. «Wir wollten ein anderes Zeichen setzen.» Besonders die originalen Schriftdokumente – darunter Briefe von Passagieren, Gründungsdokumente oder VR-Beschlüsse – würden zeigen, dass die Swissair mehr als «nur eine Airline» war: So finden sich rührende Jubiläums-Gratulationen («Liebe Swissair. Man kann 50 sein und immer noch jugendlich. Dazu gratulieren wir dir. Deine Crossair»), oder Werbeplakate mit Slogans, die aus heutiger Sicht unheimlich anmuten: «Eines Morgens gab es keine Swissair mehr» – was für ein «böser Traum» das doch wäre.

Swissair-Erinnerungsgegenstände bis heute stark nachgefragt

Ein Luftfahrtkino, in dem Swissair-Filme wie etwa frühere Promotionsfilme gezeigt werden, rundet die Ausstellung ab. Daniel Gassmann rechnet mit einer hohen Beachtung, schliesslich sei die Swissair eine Ikone, mit der ehemalige Mitarbeiter und deren Familien sowie Passagiere bis heute emotional verbunden sind.

> **«Die Ausstellung soll die spannende und wechselvolle Swissair-Geschichte zeigen.»**
> **Daniel Gassmann**
> Leiter Sammlung, Verkehrshaus

Das können Simon Ludwig und Thomas Mannhart bestätigen. Die Ex-Swissair- und heutigen Swiss-Flugbegleiter gründeten 2002 den Aviatik-Shop. Ihr Bekanntenkreis fragte damals vermehrt nach Swissair-Souvenirs, sie erstanden mehrere hundert Tonnen davon und verkaufen diese bis heute im Nebenerwerb erfolgreich weiter – der Jahresumsatz beläuft sich auf rund 350 000 Franken. Verkaufsrenner ist laut Simon Ludwig gestern wie heute der Trolley, den die Kunden etwa als Minibar oder Büromöbel nutzten.

Zieren die Vitrinen der Ausstellung «Swissair-Saga»: Flugzeug-Modelle, Objekte und Dokumente. zvg

Oman Air Airline des Jahres

Die arabische Airline Oman Air ist mit dem Titel «Airline des Jahres 2011» ausgezeichnet: In der vom deutschen Reisemagazin «Reise & Preise» jährlich durchgeführten Umfrage wurde sie für ihre Economy Class mit 5,31 von 6 Sternen prämiert. Auf Platz zwei liegt die südkoreanische Asiana Airlines (5,00), vor der Drittplatzierten Singapore Airlines (4,88).

Bei der Auszeichnung «Beste Airline Europas» gelangte die Swiss auf den zweiten Platz (4,15), nach Turkish Airlines (4,23) und vor Austrian Airlines (3,19). Letztere erhielt dieses Jahr auch die Auszeichnung für die «Beste Business Class» (5,32), vor Singapore Airlines (5,28) und Qatar Airways (5,15). Die Gesamtnoten entstanden wie folgt: Die Teilnehmer füllten einen Online-Fragebogen aus, vergaben Noten (Sterne) für zehn Einzeldisziplinen (darunter Zustand der Flugzeugkabine, Sitzkomfort, Bordverpflegung oder Bodenservice) und gaben eine pauschale Beurteilung ab. Der Rangliste wurden total 9300 Urteile zugrunde gelegt. Die durchschnittliche Flugerfahrung der Umfrageteilnehmer liegt bei 39 Flügen. sag

Solar gewärmte Betten prämiert

Den Solarpreis 2011 gewinnt in der Kategorie «Gebäude – Sanierungen» das Romantik Hotel Muottas Muragl. Auch die Schweizer Jugendherbergen gehören zu den Preisträgern.

SIMONE LEITNER

Am 10. Oktober wurde von der Solar Agentur Schweiz in Genf im Beisein von Bundespräsidentin Micheline Calmy-Rey der 21. Schweizer Solarpreis verliehen. Seit dem Jahr 2000 werden damit jährlich Persönlichkeiten und Institutionen, Neubauten und Bausanierungen sowie Energieanlagen ausgezeichnet. Unter den diesjährigen Preisträgern ist die Bergbahnen Engadin St. Moritz AG gleich zweimal vertreten: Das Romantik Hotel Muottas Muragl erhielt sowohl den begehrten «Schweizer Solarpreis 2011 in der Kategorie B: Gebäude – Sanierungen» als auch die weltweit einzige Auszeichnung für Plus-energiebauten, den «PlusEnergieBau* (PEB) Solarpreis 2011».

Das Romantik Hotel Muottas Muragl punktet mit Solarenergie. zvg

Dazu Markus Meili, Geschäftsführer der Bergbahnen Engadin St. Moritz AG: «Als wir Ende 2005 beschlossen, Muottas Muragl fit für die Zukunft zu machen, wollten wir nicht nur ein aussergewöhnliches architektonisches und betriebliches Ensemble schaffen. Zu solch einem Projekt gehört auch die schonende und nachhaltige Umgang mit der Natur, dem Arbeitgeber einer jeder Bergbahn.»

Von 88 eingereichten Bewerbungen wurden 14 mit dem begehrten Schweizer Solarpreis in verschiedenen Kategorien ausgezeichnet. Die Auszeichnung für das Romantik Hotel Muottas Muragl, welches als erstes Plusenergie-Hotel des Alpenraums gilt, begründete die Solar Agentur Schweiz wie folgt: «Das 104-jährige Berghotel Muottas Muragl zeigt, dass hochstehender Hotel-Komfort auch auf 2456 Meter über Meer im Plus-Energie-Bau-Bereich realisierbar ist.»

Auch die Schweizer Jugendherbergen gewinnen in der Kategorie Persönlichkeiten/Institutionen den Schweizer Solarpreis 2011 für ihr umfassendes Umweltmanagement in Bau und Betrieb. Vor allem ihre Vorreiterrolle im umweltverträglichen Tourismus wurde prämiert. Die Non-Profit-Organisation sieht die Auszeichnung als Anerkennung für die konsequente und kontinuierliche Umsetzung der vor 15 Jahren definierten Nachhaltigkeitsstrategie.

News

Neue Online-Plattform für Lieferanten

Auf hotelmarktplatz.ch, der neuen Lieferantenplattform von hotelleriesuisse, finden sich ab sofort rund 800 Anbieteradressen nach Branchen geordnet. Es kann nach Produkten oder Kategorien gesucht werden, wobei die Suche auf gespeicherte PDF-Kataloge greift und so den Vergleich verschiedener Anbieter ermöglicht. Auf der Startseite werden regelmässig Sonderangebote angezeigt.

www.hotelmarktplatz.ch

Emmi: Butter aus den Niederlanden für Schmelzkäse

Für die Schmelzkäseproduktion importiert Emmi jährlich zwischen 100 und 150 Tonne Butter aus den Niederlanden – trotz des 8000-Tonnen-Butterbergs in der Schweiz. Der Milchverarbeiter bestätigt einen entsprechenden Artikel des Landwirtschaftlichen Informationsdienstes LID. Laut Medien-sprecherin Ulrike Umiker müsste die Schweizer Butter zu EU-Konditionen gekauft werden können, damit der Schmelzkäse auf dem europäischen Markt wettbewerbfähig bliebe. Nur für Schmelzkäse werde Importbutter bezogen.

Adventure Travel World Summit '12: in der Schweiz

Der Adventure Travel World Summit (ATWS) wird 2012 in Luzern, der einzigen Schweizer Bewerberin um den Austragungsort, stattfinden. Vom 8. bis 11. Oktober 2012 werden im KKL 600 Experten für Abenteuerreisen aus über 50 Ländern erwartet. Veranstalterin ist die Adventure Travel Trade Association (ATTA) mit Sitz in Seattle. Laut ATWS-Partnerin Schweiz Tourismus fiel die Wahl auf Luzern nach intensiver Prüfung möglicher Austragungsorte weltweit.

Howeg: Erster Vollanbieter von frischem Seafood

zvg

Kunden können bei Howeg ab sofort frischen **Seafood** bestellen: Damit ist der Gastrobelieferer der erste Vollsortimentsanbieter der Schweiz, der frische Süss- und Meerwasserfische zum Bestellen anbietet, meldet das Unternehmen. Die Produkte können jeweils bis am Vortag um 12 Uhr bestellt werden. Das Sortiment besteht zu 25 Prozent aus Label-Produkten (Bio und MSC-Zertifizierung). sag

ANZEIGE

HESSER
Unternehmensberatung

Wir sind seit 35 Jahren die Spezialisten für Marketingkonzepte, Betriebskostenanalysen, Projektoptimierung, Managementvermittlung und Verkauf/Vermietung von Hotels und Restaurants.

Poststrasse 2, PF 413
8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57
hesser@bluewin.ch

Die Alp kommt zum Kind

Die Lenk hat einen neuen Spielplatz. Er ist Teil des Projektes Alpkultur und lässt die Kinder die Alpen spielerisch erleben.

CHRISTINE KÜNZLER

Wir haben die Alp auf den Talboden geholt», sagt Eduardo Zwyssig, Geschäftsführer von Lenk Simmental Tourismus. Der 7000 m² grosse, letzte Woche eröffnete Spiel- und Begegnungsplatz beim Lenkerseeli soll Gästen das Leben in den Alpen nahe bringen und ist Teil des regionalen Alpkultur-Projekts. Entstanden ist eine kindergerechte Oase aus Naturmaterialien, wo es sich gut spielen und austoben lässt. Der Lenker Spielplatz setzt einen wohltuenden Kontrast zu schrillen Disney-Plastik-Kinderwelten. Im Alpkultur-Spiel- und -Begegnungsplatz können Kinder Bäche stauen, auf «Bäume» klettern, barfuss Materialien erspüren, Bäume kennen lernen, Alpenblumen bewundern und an Alpenkräutern riechen. Die Kinder können sich unter einen «Wasserfall» stellen, durch eine Röhre kriechen, eine Rutschbahn hinuntersausen, auf einer Hängebrücke ihren Mut proben, auf einer mobilen Kegelbahn ihre Geschicklichkeit testen, sich in einem Heckenlabyrinth verlieren oder im Streichelzoo vergessen. Ab Frühling wird, wie in den richtigen Alpen, eine Seilbahn – zum Spielen – bereit stehen.

Bilder zvg

Baumstämme zum Klettern. Im Hintergrund das «Alphüttli».

Ein richtiges Alphüttli als Ort der Begegnung und Feste

Originelle Grillplätze laden Klein und Gross zum Verweilen ein, und ein Kiosk sorgt für willkommene Zwischenverpflegung. Der Alpkultur-Spielplatz ist weitgehend rollstuhlgängig. Kinder im Rollstuhl können mit ihren Rädern unterschiedliche Bodenbeschaffenheiten ausloten oder sich auf einer Wippe vergnügen. Behindertenorganisationen haben denn auch bei der Planung mitgeholfen und sich finanziell an der Realisierung beteiligt.

Herzstück ist das Alphüttli. Ein altes Haus, das abgerissen wurde und das die Lenker dann kauften, um es auf dem Spiel- und Begegnungsplatz wieder aufzubauen. Die Räume im Alphüttli können für verschiedene Anlässe gemietet werden. «Zudem wollen wir hier Workshops durchführen oder alte regionale Gerichte servieren», erklärt Zwyssig. «Zum Beispiel können die Gäste hier lernen, wie gekäst wird.»

Die ganze Begegnungszone soll für Events unterschiedlicher Art genutzt werden. «Unser Pfarrer hat sich schon bereit erklärt, dort einmal eine Predigt zu halten», freut sich Zwyssig. Er sei offen für Vorschläge und Ideen aus der Bevölkerung. «Wir werden den Spiel- und Begegnungsplatz laufend weiter entwickeln. Alles, was wir hier in der Region bieten, soll auf diesem Spiel- und Begegnungsplatz erlebt werden können», erklärt er. Und dann, so hofft er, seien die Gäste motiviert, die wirklichen Alpen der Region zu erkunden.

Das «Dampfbähnli» wurde vom Kronen-Areal hierher gezügelt.

Verschiedene Geldgeber haben den Spielplatz mitfinanziert

Gestaltet haben die Lenker den Spiel- und Begegnungsplatz nach Vorschlägen der Fachstelle Spielraum. Mitfinanziert haben das 750 000-Franken-Projekt neben den Behindertenorganisationen auch das Beco, das Seco, Innotur, die Gemeinde, Einheimische und Sponsoren. «Wir haben immer wieder weiter gebaut, sobald wir Geld hatten», so Zwyssig. Realisiert worden ist der Spielplatz innerhalb von sechs Monaten. Auch dank der tatkräftigen Hilfe des Projektmanagers von Lenk Simmental Tourismus, Adrian Gsponer. «Es war», sagt Zwyssig, «ein Zusammenspiel des ganzen Teams.» Weil das Konzept nicht fixfertig gezeichnet vorlag, habe jeder eigene Ideen einbringen können.

impressum
htr hotel revue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondée 1892

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: SimoneLeitner Fischer/sls.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung dolce vita); Alexandre Caldara/aca (Ressortleitung cahier français); Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv; Sabrina Glanzmann/sag.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD)
Korrektorat: Paul le Grand.
Volontär: Carole Lauener/cra
Online Redaktion: Melanie Roth/rom.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Natalie Aliesch, Beatrice Gertschen.

Verlag
Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninserate: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
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

MARKTNOTIZEN

Dank HP ePrint werden in den Schweizer Hilton Hotels die Druckbedürfnisse von Geschäftsreisenden noch besser befriedigt.

Gäste der Schweizer Hilton Hotels drucken mit HP ePrint

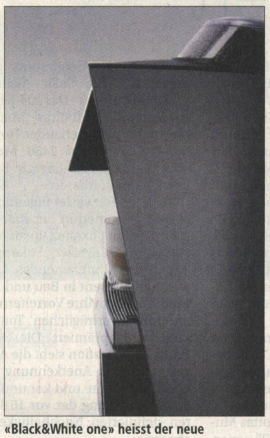
Businessreisende können heute im Hilton Basel und Hilton Zurich Airport via Smartphone, Notebook oder Tablet-PC ohne Kabel und Treiberinstallation drucken – und zwar dank der HP ePrint-Technologie ganz einfach per Email auf den HP ePrint-Druckern. Für Ralf Vaessen, Director of Business Development der Schweizer Hilton-Hotels, ist ePrint die ideale Lösung für das Business-Center eines hochklassigen Hotels: «Unsere Gäste können jederzeit von all ihren Geräten aus drucken. Auch für unsere Rezeptionsmitarbeiter hat sich die Anschaffung gelohnt: Sie sparen Zeit, die für andere Projekte gebraucht werden kann.»

Bislang mussten Geschäftsreisende häufig in Hotels für einen Ausdruck die Rezeptionsmitarbeitenden um Hilfe bitten. Sie mussten ihre Dateien via USB-Stick von Computer zu Computer transferieren oder aber den Treiber für den hoteleigenen Drucker aus dem Business-Center auf ihren Laptop oder Tablet-PC installieren. Beide Varianten sind zeitintensiv und nervenaufreibend. HP ePrint präsentiert sich dagegen als einfachste Anwendung: «Wer emailen kann, kann drucken», sagt Daniel Tschudi, Country Manager der Imaging und Printing Group von HP Schweiz, «ein User benötigt lediglich ein E-Mail-fähiges Gerät, einen Internetzugang und einen ePrint-fähigen Drucker von HP».

Anregende Perspektiven für vollendeten Kaffeegenuss

Die Ähnlichkeit der «Black&White one» mit dem Schwestermodell ist kein Zufall, denn das neue Gerät teilt viele Bauteile mit der «Black&White 3». Vieles an der nur 42 cm breiten und 65 cm hohen Maschine wirkt sehr kompakt, doch die geringen Abmessungen und das geringe Gewicht sind echte Vorteile, wenn wenig Platz zur Verfügung steht. Trotzdem ist der neue Vollautomat bis ins Detail perfekt ausgestattet: Das solide Aluminiummahlwerk, die robuste Edelstahlbrüheinheit, das belastbare Kühlaggregat sowie der kraftvolle Pumpenblock bürgen für Langlebigkeit und Leistung.

Im Einzelbrühverfahren macht die «Black&White one» aromatische Kaffeespezialitäten wie Espresso oder Café Crème aus zwei unterschiedlichen Bohnensorten. Erst mit Milch wird Kaffee zum Genuss.



«Black&White one» heisst der neue Vollautomat von Thermoplan.

Mit der integrierten Milchlösung bereitet die «Black&White one» den einzigartig cremigen, heissen oder kalten Milchschaum zu. Das vielseitige Gerät bietet ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis. Es vom 19. bis 23. November auf der Fachmesse igeho in Basel getestet werden (Halle 3, Stand C 11).

www.thermoplan.ch

Auch Kleinbeträge einfach, sicher, schnell kontaktlos bezahlen

Warteschlangen, mühsames Münzsuchen im Portemonnaie und ungeduldige Kunden an der Kasse? Das war gestern. Heute bezahlen die Kunden Kleinbeträge schnell und einfach mit Kreditkarte

Kontaktloses Bezahlen einfach gemacht: mit den Terminals von Aduno.

– dank Aduno, MasterCard® PayPass und Visa payWave. Die Zahlterminals «Verdi» und «Optimum» bereiten bestens für die Zukunft des kontaktlosen Zahlens vor. Beträge bis 40 Franken können einfach und unkompliziert bezahlen werden: Einfach Kreditkarte mit Kontaktlos-Funktion für einen kurzen Moment nahe ans Terminaldisplay (Verdi) oder an das externe Lesegerät (Optimum) halten und schon sind Zeitung, Sandwich oder Kaugummi bezahlt. Ohne PIN-Eingabe, ohne Unterschrift, ohne Aufwand. Bei Beträgen über 40 Franken druckt das Zahlterminal wie gewohnt entweder eine Quittung aus, die der Kunde zur Identifizierung unterschreiben muss, oder es verlangt die PIN-Eingabe. Kontaktloses Zahlen ist mittlerweile internationaler Standard, der von vielen Gästen und Kunden aus dem In- und Ausland erwartet und geschätzt wird. Weltweit sind mehr als 100 Millionen kontaktlose Kreditkarten im Umlauf. Der Einsatz einer MasterCard PayPass auch für Karteninhaber sicher: weniger Bargeld im Portemonnaie und beim Einkauf gibt man die Karte nicht mehr aus der Hand. Vorteilhaftes Aduno-Flatrate-Pricing für einfaches und schnelles Abrechnen sind wein weiterer Vorteil.

www.aduno.ch/contactless
www.metzgerlehner.ch

Horego-Kunden profitieren ab sofort von professionellen und günstigen ConCardis-Angeboten.

Horego und ConCarids – diese Partnerschaft zahlt sich für alle Kunden aus

ConCardis ist nach vielen Verhandlungen neuer Anbieter für die Kreditkartenabrechnungen der Horego-Kunden. Die Professionalität verbunden mit interessanten Konditionen für die Horego-Kunden gab den Ausschlag für die neue Partnerschaft. Namhafte Hotels in der ganzen Schweiz haben sich bereits für diese Lösung entschieden und sparen damit schon jetzt viel Geld. Es werden stetig mehr, und das Beste daran ist: die Horego-Kunden sind von den Dienstleistungen der ConCardis begeistert. Informationen, wie man von der Horego – ConCardis-Partnerschaft profitieren kann gibts unter der Telefonnummer 044 / 366 50 50.

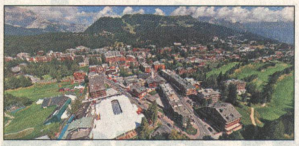
Fünf Sinne. Ein Gefühl: Ein Motto für Kundenansprache

Das Motto von Wellness Partner Schweiz an der diesjährigen Igeho bietet den Besuchern eine eindrückliche Wohlfühlwelt, entführt, lässt entspannen und auch kurz nachdenken. Aromen, Farblicht, Akustik, Haptik- und Genuss-Sinne werden angesprochen. Das Zusammenspiel dieser Komponenten wird immer mehr zum entscheidenden Moment im Verkauf, bei der Ansprache der Kunden – auch in der Hotellerie.

www.wellnesspartner.ch

cahier français

htr hotel revue No 41 / 13 octobre 2011



Crans-Montana
Beau succès pour le Comptoir des idées. Les participants veulent une meilleure union.
page 20

Tourisme
Le nouveau directeur de l'Union fribourgeoise veut concrétiser Vision 2030.
page 21

Swiss-Imager

Bulle, Martigny, Nyon et Delémont (de gauche à droite et de haut en bas) ont mis sur pied différentes actions touristiques pour garantir leur attractivité.

Périphérie résistante

Le tourisme urbain a souvent mieux résisté au franc fort. Mais qu'en est-il des villes périphériques? Le point pour Martigny, Delémont, Bulle et Nyon.

LAETITIA BONGARD

Ce n'est pas parce qu'elles sont plus petites que les touristes les ont oubliées. Les villes romandes situées en région périphérique, à l'instar de Martigny, Bulle, Delémont et Nyon, ont fait généralement preuve de résistance face à la force du franc. Augmentation des nuitées pour certaines, légère baisse pour d'autres. Mais la situation paraît dans tous les cas sous-contrôle. Les villes romandes ont su jouer de leurs atours pour préserver leur attractivité.

Parmi les villes sondées, Bulle et Delémont s'en sortent très bien. «Nous n'avons absolument pas souffert de cette flambée du franc fort», affirme Fabien Mauron, directeur de Gruyère Tourisme. Même son de cloche du côté de Delémont, avec néanmoins une certaine retenue: «Nous nous en tirons bien, mais cela n'est peut-être que passager», nuance Guillaume Lachat, directur de Jura Tourisme. Les nuitées des deux localités ont constamment augmenté entre les mois de janvier et d'août par rapport à 2010. Une hausse de respectivement 15% et 18% que les directeurs expliquent notamment par l'ouverture d'un Hôtel Ibis dans chacune des deux villes ainsi que de l'Hôtel Le Rallye à Bulle.

> **«Nous nous en tirons bien, mais cela n'est peut-être que passager.»**
> **Guillaume Lachat**
> Directeur de Jura Tourisme

Autre aspect mis en évidence: un bon rapport qualité/prix qui leur permet de rester concurrentielles. «Cet argument compte beaucoup pour nos voisins allemands et français à l'heure actuelle», relève Guillaume Lachat. Jura Tourisme a également opté pour la prospection en lançant plusieurs actions marketing, que ce soit par des encartés dans le Blick ou une publicité à la télévision st-galloise.

Martigny joue la carte culturelle grâce à la Fondation Gianadda

Fabian Clivaz, directeur de Martigny Tourisme, estime que sa ville «résiste étonnamment bien». Les mois d'avril à août ont certes connu des fluctuations par rapport à 2010, avec parfois «de jolies surprises», comme en avril ou un juillet. «La première édition du salon Prim'vert et le départ du Tour de Romandie expliquent les bons résultats d'avril. Juillet est en revanche plus surprenant», analyse Fabian Clivaz. A fin août, les statistiques s'établissaient à un niveau légèrement inférieur par rapport à l'année précédente (-1500 nuitées). Bien qu'optimiste, Fabian Clivaz reconnaît que la situation n'est pas facile pour les hôteliers: «Il y a eu des annulations, qui ont pu être heureusement compensées par du tourisme de passage.»

A Martigny, la fréquentation touristique dépend fortement des expositions de la Fondation Gianadda. L'actuelle exposition Monet remporte par exemple un franc succès. La ville valaisanne mise d'ailleurs beaucoup sur l'aspect touristique pour attirer de nouveaux hôtes. Elle propose depuis deux ans des forfaits «art et culture» et depuis peu, un concept «art et gastronomie». Fabian Clivaz estime que les collaborations de ce type avec les hôteliers doivent être privilégiées à l'avenir. Le directeur croit nettement plus «aux petits cadeaux qui valorisent le client et coûtent peu à l'hôtelier qu'à une baisse des prix».

Nyon dépendante de la clientèle d'affaires et de l'économie

La situation de la ville de Nyon semble plus délicate. Avec une clientèle d'affaires largement majoritaire (70 à 80% en moyenne), Nyon dépend avant tout de la conjoncture économique. «Jusqu'à fin juin, nous n'avons pas trop ressenti la baisse», affirme le directeur de Nyon Région Tourisme Vasja Zalokar. Mais pour le deuxième mois consécutif, les nuitées ont reculé en août, cette fois-ci de 9,2%. Un résultat que le directeur interprète comme «peu positif pour la suite». Toutefois, seuls deux hôtels ont accepté de participer à la promotion «deux nuits pour le prix d'une» lancée par l'Office du tourisme vaudois. «La preuve que l'hôtellerie de la Côte ne se porte peut-être pas si mal», considère Vasja Zalokar.

S'il n'est pas toujours facile d'éveiller la curiosité en tant que villes périphériques, leur force réside aussi dans cette faculté à encaisser les chocs de manière moins brutale que dans les «épicentres».

Quatre questions à

Marie-Françoise Perruchoud-Massy

Docteur en économie et professeur à l'Institut de Tourisme de la HES-SO Valais à Sierre.

1. Comment se caractérise une ville périphérique?
Une ville périphérique est tributaire d'un «effet umbrella» ou parapluie. Elle est liée à une destination de pointe et profite de la clientèle qui pourrait se déverser sur elle. Mais pour pouvoir l'accueillir, une infrastructure est nécessaire.

2. Quels atouts peut faire valoir une destination urbaine régionale?
Ces villes ont l'avantage d'être meilleur marché et moins agitées. Après, tout est question de positionnement et de différentiation. Les villes concernées doivent réfléchir aux qualités existantes qui peuvent être mises en exergue pour rendre leur destination attractive. Il peut s'agir du patrimoine culinaire ou historique, d'un événement culturel. Ce positionnement doit être ensuite incarné par les infrastructures adéquates et des conditions-cadre favorables.

3. Quel intérêt peut trouver un hôtelier ou un restaurateur à s'y établir?
Au vu du marché actuel, il y a deux possibilités: se distinguer par la qualité ou innover. Les établissements doivent se démarquer par une thématique, un prix, un concept. Le plus dur est de rester dans la moyenne ou le traditionnel.

4. Quel est l'apport des villes périphériques pour le tourisme suisse?
La Suisse bénéficie d'une image touristique forte et variée. La diversité de ce tissu est importante pour le développement économique régional et social. Les villes régionales font partie intégrante de cette structure et contribuent au bon fonctionnement du tourisme dans son ensemble. lb

ANNONCE

En bref

Suisse

Baisse des nuitées hôtelières en août

La force du franc a provoqué une baisse marquée des nuitées hôtelières en Suisse au mois d'août, indique l'Office fédéral de la statistique. Le secteur a accusé une baisse de 6,3%, soit 260 000 nuitées de moins qu'en août 2010, pour un total de 3,9 millions de nuitées. Le nombre de visiteurs étrangers a reculé de 9,4% (2,2 millions de nuitées) et celui des hôtes indigènes de 1,9% (1,6 million de nuitées). lb

Valais

Le sol des Alpes préoccupe des candidats

ldd

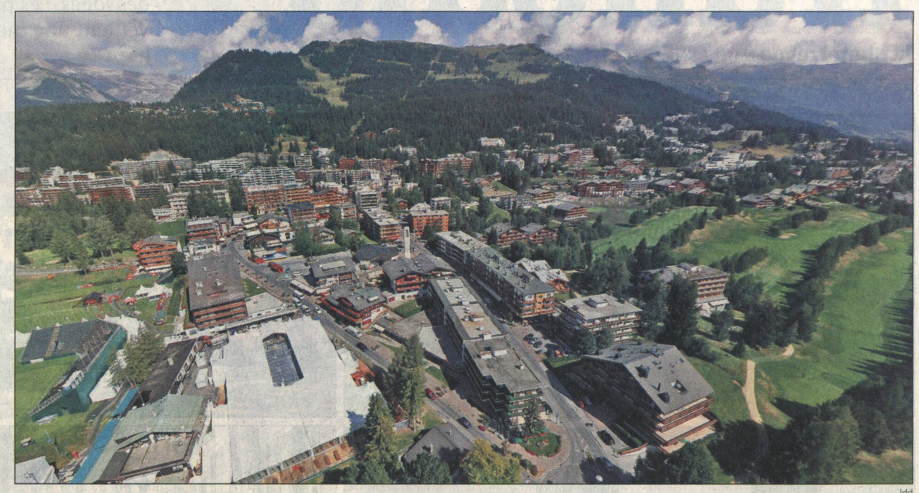
L'association Altitude 1400 a soumis sa «Charte pour un aménagement territorial durable dans **les Alpes**» aux 101 candidats du Valais romand au Conseil national. Sur les 39 réponses reçues, 22 candidats signent la totalité des propositions. aca

www.altitude1400.ch

Du cran pour l'avenir

Le Comptoir des idées de Crans-Montana a mobilisé un large public. Le directeur de l'Office du Tourisme pense que le renouveau passe par la politique hôtelière.

ALEXANDRE CALDARA



ldd

Pour répondre à la crise, Crans-Montana doit retrouver l'esprit des pionniers de la station. Le Comptoir des idées veut y contribuer.

Crans-Montana a innové en organisant vendredi dernier le Comptoir des idées. Une centaine de personnes ont été au rendez-vous, un débat réunissant huit personnalités de tous les milieux. «A l'évidence la station a choisi de se mobiliser davantage», se réjouit Philippe Rubod, directeur de Crans-Montana Tourisme. Avant de poursuivre enthousiaste: «En huit mois, je n'ai jamais vu un nombre aussi important de gens réunis, il y avait là des politiciens, des présidents d'associations professionnelles et même des résidents étrangers.» Emmanuel Fragnière, professeur en gestion de services à la Haute Ecole de Gestion de Genève, a d'abord été surpris par la neige en arrivant dans la station, puis lui aussi par la mobilisation, il était venu jouer l'avocat du diable: «Le tourisme suisse a trop vécu sur son passé, il ne peut plus continuer comme ça. Une station pareille est un cadeau de Dieu, elle doit imposer sa créativité et mieux connaître ses clients.»

«Aujourd'hui, il n'y a pas de destination sans hôtels.»

Pour Philippe Rubod, la meilleure réponse à la crise serait de retrouver l'esprit des pionniers qui ont mis la station sur la carte il y a 118 ans: «Cela passe par la mise à niveau de notre secteur hôtelier, nous avons perdu la moitié des établissements en 20 ans. Aujourd'hui, il n'y pas de destination sans hôtels. Même si le modèle a changé, nous sommes passés de l'hôtelier exploitant à l'investisseur opérateur. On peut aussi amener ce modèle dans les destinations alpines.»

Un pensionnat international et un centre de loisirs aquatiques

Pour lui, il s'agira aussi de développer l'événementiel hors saison. La dynamisation du centre de congrès avec l'engagement de deux commerciaux et un investissement de près de 2 millions permettra un positionnement plus fort dans le secteur. Philippe Rubod se réjouit aussi de l'arrivée d'un pensionnat international et d'un projet de centre de loisirs aquatiques. Dans ces deux dossiers, il reste encore une opposition à lever. Enfin, il évoque l'extension du domaine skiable.

Emmanuel Fragnière cite l'exemple des stations américaines de Vail et Aspen dans le Colorado: «Elle sont dirigées par un seul chef d'orchestre, toutes les prestations, restaurants et remontées mécaniques, figurent sur un seul portail internet. Par contre, il ne faut pas les suivre en matière de Disneylisation. Les stations suisses ont leur âme, il ne faut pas perdre cette magie.» L'enseignant pense qu'il faut réinsuffler de la vie dans les lieux touristiques: «A Paris dans certains quartiers chics, les loyers étaient devenus si chers que les épiciers et les cafetiers avaient déserté. La mairie a dû imposer à nouveau des baux très accessibles. C'est une hérésie économiquement à court terme, mais intéressant à long terme.

«A l'évidence la station a choisi de se mobiliser davantage.»
Philippe Rubod
Dir. Crans-Montana Tourisme

Pour Philippe Rubod, Crans-Montana doit devenir une marque au niveau international, en intensifiant sa promotion. La compagnie travaille notamment avec une agence spécialisée sur le Moyen-Orient: «Les trois grosses compagnies aériennes de cette région proposent des vols directs sur Genève. Nous devons figurer dans leurs magazines de vols et dans leurs programmes.»

Le directeur de l'office du tourisme a trouvé les observateurs lucides, il espère que son organisme sera un catalyseur des énergies.

ANNONCE

Délices culinaires sous haute protection

Les produits régionaux abondent en Suisse. Les producteurs sont réunis et soutenus par des associations suprarégionales. Un atout pour la branche aussi.

MÉLANIE ROTH

ldd

Un saucisson neuchâtelois de la région pour la région.

Piat, quenus, longeole: qu'il s'agisse d'un fromage, d'un gâteau ou d'une saucisse, derrière ces noms se cachent des produits élaborés dans la région pour la région. Et qui s'ils n'étaient pas soutenus n'existeraient peut-être plus ou n'auraient jamais existé.

Quatre organisations de promotion et de commercialisation suprarégionales de produits régionaux couvrent pratiquement toute la Suisse. «Pays romand Pays gourmand» représente les six cantons romands et le Jura bernois, «Das Beste der Region» commercialise ses produits dans les cantons d'Argovie, de Berne, de Soleure, du Jura, de Zurich et de Suisse centrale. Ceux qui achètent des produits portant la couronne jaune de «Culinarium» consomment des délices culinaires de Suisse orientale. Et la jeune association «Alpinavera» réunit des producteurs des Grisons, de Glaris, d'Uri et du Tessin. Les quatre organisations soutiennent le «Concours suisse des produits du terroir» qui se tient tous les deux ans à Delémont et élit les meilleurs producteurs et produits régionaux. Toutes les organisations ont pour objectif commun d'augmenter les ventes et d'encourager la création de valeurs et d'emplois dans les régions. Avec pour résultat, selon Henriette von Wattenwyl, directrice de «Das Beste der Region», «des délices culinaires produits avec le cœur, issus de la tradition ou réinventés». Les plates-formes sont ouvertes à tous les produits, la seule exigence étant que ces derniers soient composés d'au moins à 75% de matières premières régionales.

Dans sa circulaire trimestrielle «Croc Info», l'Association «Pays romand Pays gourmand» propose toutes sortes d'informations et de rendez-vous dans chaque canton romand, en particulier les partenariats avec la restauration et l'hôtellerie, et présente d'alléchants paniers gourmands (www.pays-gourmand.ch).

Ces quatre associations sont soutenues par les pouvoirs publics. L'Office fédéral de l'agriculture leur alloue 3 millions de francs, destinés exclusivement à l'activité marketing. La manne cantonale varie d'un canton à l'autre. Début 2011, les Grisons ont octroyé 700 000 francs d'Alpinavera pour la période 2012–2016. Le canton a également soutenu la création de l'organisation avec 1,1 million de francs.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base de l'article en page 7

Les traditions fribourgeoises continueront à être valorisées. Swiss Image

L'économie et le patrimoine

Depuis le début du mois l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) est dirigée par un nouveau directeur. Thomas Steiner esquisse les contours de sa future activité.

MIROSLAW HALABA

La Vision 2030, ligne stratégique pour le tourisme fribourgeois, ne pouvait trouver meilleur partisan. En effet, c'est Thomas Steiner, son coordinateur, qui a pris il y a quelques jours les rênes de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT). «La concrétisation de cette stratégie dont j'ai contribué à la mise en place figure au programme de mes activités futures», note le successeur de Nicolas Zapf, devenu directeur des trains miniatures du Kaeserberg.

«Le nombre de lits disponibles est trop faible»

Ainsi, l'hébergement occupe une place importante parmi les domaines d'intervention préconisés par le rapport présenté il y a deux ans. Si le problème reste entier, des améliorations sont intervenues.

«Le nombre de lits disponibles est, certes, encore trop faible, mais, grâce notamment à des ouvertures d'hôtels et des rénovations, les nuitées ont connu, ces derniers temps, une évolution réjouissante», explique Thomas Steiner.

«Les nuitées fribourgeoises ont connu, une évolution réjouissante.»
Thomas Steiner
Directeur de Fribourg Région

Docteur en informatique de gestion, ancien directeur de l'Ecole suisse de tourisme, à Sierre et, tout récemment encore, directeur du Domaine économie et services à la HES-SO Valais, Thomas Steiner entend, dit-il, apporter à l'UFT, «la vision d'un économiste, mais d'un économiste sensible au développement du patrimoine».

Le nouveau directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme soutient ainsi entièrement les efforts de son prédécesseur pour mettre en valeur la tradition. Et de préciser: «La tendance est au retour aux valeurs fondamentales, à la nature, au patrimoine».

Que pense-t-il des collaborations intercantonales? «Nous soutiendrons les initiatives dans ce sens, pour autant, cependant, qu'elles n'affaiblissent pas nos efforts en faveur de l'identité et la promotion de notre canton», dit-il.

«Les régions ont un intérêt à être promues par notre association»

Thomas Steiner ajoute encore: «Les régions situées aux frontières du canton peuvent trouver un intérêt à coopérer avec des entités d'autres cantons, mais elles ont aussi un intérêt à être promues par notre association.»

Dans l'immédiat, Thomas Steiner devra faire plus ample connaissance avec son nouvel environnement. «Je dois connaître les gens et me familiariser avec les activités opérationnelles et stratégiques.» Il se réjouit de travailler avec ses collaborateurs. «L'équipe est dynamique et jeune, mais elle n'exprime pas moins un certain attachement aux traditions».

Les dossiers à régler en priorité sont déjà sur le bureau du nouveau directeur: le budget 2012 et le très attendu contrat de prestation avec l'Etat. «Ce dernier est prêt. Il doit encore être finalisé et je pense qu'il devrait être signé d'ici la fin de l'année», note Thomas Steiner.

www.fribourg-region.ch

La légende pourrait bientôt revivre

A Villars, un établissement mythique, le Montesano, pourrait revivre. La société propriétaire a mis à l'enquête publique un projet en ce sens.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

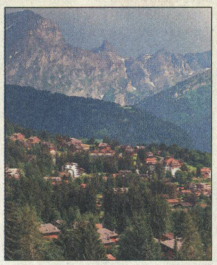
Abandonné, livré aux squatters et aux vandales, rasé en 2008 après qu'un incendie eut ravagé les dernières boiseries restantes, l'Hôtel Montesano, sur le plateau d'Arveyes entre Villars et Gryon/La Barboleusaz, pourrait revivre. C'est le vœu de la société Montesano Villars S.A. qui a soumis à enquête publique son projet de reconstruction de l'établissement. Le Montesano, dont les soirées à thème étaient réputées, jusque dans le gratin européen.

Un architecte actif dans d'autres projets sur le plateau de Villars

A la tête de cette nouvelle société, l'architecte-promoteur vaudois Willy Travelletti, déjà actif dans d'autres projets sur le plateau de Villars, notamment dans celui du réaménagement du Grand-Hôtel du Parc et de la construction d'une série de chalets de grand standing sur le domaine s'étendant autour de ce t établissement. Un projet controversé, dans la station, qui a déjà connu plusieurs variantes pour se conformer aux objections suscitées par la première version.

Un établissement de 50 à 60 chambres prévu

C'est également le cas dans le projet de reconstruction du Montesano. L'établissement avait été fermé à la suite de plaintes de la clientèle et d'irrégularités, mais aussi de voisins incommodés. Ce sont ces derniers (une vingtaine) qui, aujourd'hui, se montrent inquiets, d'autant plus que le projet du «nouveau» Montesano diffère un peu de ce qu'a pu être l'original.



A Villars, l'Hôtel Montesano pourrait renaître. ldd

La société propriétaire du terrain prévoit un établissement de 50 à 60 chambres, la classe envisagée se situera au niveau 4 étoiles. L'Hôtel Montesano avait été construit en 1914. Après des heures de gloire dans les années 60, il avait abouti en mains des services de la Banque cantonale vaudoise, sans trouver, depuis, de propriétaire soucieux de sa réhabilitation.

«Continuer à proposer des offres originales»

Questionnaire
Christa Calpini

Pharmacienne. Députée au Grand Conseil vaudois et présidente des femmes radicales depuis 2007.

1. Le franc fort blesse le tourisme. Comment réagir?
Le tourisme est le deuxième secteur le plus important à souffrir du franc fort dans notre pays. Donc c'est un secteur à soutenir puisque le tourisme est vital pour de nombreux commerces (hôtellerie, restauration, magasins et boutiques divers, pharmacies etc.). Je pense que le secteur du tourisme doit être particulièrement soutenu. Nous pouvons aussi réduire temporairement le taux de TVA pour 2012 à 2,5% au lieu de l'actuel 3,6% pour l'hôtellerie et 8% pour la restauration. Le prix de l'alimentation d'importation devrait aussi baisser vu la situation de l'Euro (tous les consommateurs pourraient bénéficier d'une telle baisse).

2. Si vous pouviez faire selon vos désirs, quel montant attribueriez-vous à Suisse Tourisme?
Une aide accrue de l'Etat est souhaitable: 227 millions avaient été demandés entre 2012 et 2015. Ce montant me semble nécessaire pour renforcer la promotion de la Suisse par Suisse Tourisme dans les pays étrangers.

3. Dans quelle direction selon vous devrait se développer le tourisme suisse?
Prospecter de nouveaux marchés (hors zone Euro et Dollar) dans des pays comme la Chine, l'Inde ou la Russie et faire de la publicité pour que les Suisses passent leurs vacances en Suisse: il y a tellement de beaux endroits chez nous.

4. Quelles offres touristiques vous semblent essentielles pour votre région?
J'habite le Lavaux (patrimoine mondial de l'Unesco) dans le canton de Vaud et les offres touristiques ne manquent pas (promenade en train dans les vignes et en bateaux CGN sur le lac Léman, nombreux restaurants avec magnifiques terrasses et belle vue). Mais il faut continuer de travailler pour attirer les touristes par des offres originales.

5. Et où allez-vous passer vos prochaines vacances?
Je vais aller en vacances au Tessin puis dans les Grisons.

Les élections fédérales auront lieu fin octobre. La plate-forme www.hotelleriesuisse.ch/wahlplattform présente des candidats connus pour leur intérêts sur des sujets liés au tourisme. htr hotel revue pose des questions à ces candidats. Ce dernier volet est consacré à la Vaudoise Christa Calpini. Elle est candidate PLR au Conseil national.

En bref

Suisse

La qualité des écoles hôtelières suisses reconnue

L'industrie hôtelière internationale privilégie les écoles hôtelières suisses pour recruter de nouveaux talents. Selon un sondage de l'institut Gfk Switzerland, neuf écoles helvétiques occupent le «top ten» sur un total de 17 établissements. L'école hôtelière de Lausanne arrive en tête, suivie de la Swiss Hotel Management School et Les Roches International school of hotel management. Les quatre établissements du Swiss Education Group font notamment partie du «top ten».

Vaud

L'Agora va fermer et fera peau neuve

Bildautor

L'Hôtel Agora à Lausanne fermera ses portes le 16 octobre après le départ des derniers clients peu avant midi. A partir du lundi 17 octobre il sera livré à démolition pour rouvrir en été 2012 avec 147 chambres en place des 81 chambres actuelles. Il s'appellera **Agora Swiss Night.** Le week-end prochain aura lieu une grande vente du mobilier design des années 70 et 80. Des aficionados ont déjà réservé le lobby de la réception pour un banquet d'adieu.

Valais

Holà sur les transformations hôtelières

Pour lutter contre les lits froids, la commune d'Anniviers a créé des zones réservées à Chandolin, Grimentz, St-Luc et Zinal. Conséquence: aucun hôtel ne pourra y être transformé en résidences secondaires jusqu'en août 2013, peut-on lire dans «Le Nouvelliste». Cette mesure a suscité une levée de boucliers des hôteliers. Une quinzaine d'hôtels sont concernés. Parmi eux, l'Hôtel Alpina de Grimentz et la Pension de Saint-Luc.

Suisse

Le Prix solaire pour les Auberges de jeunesse

ldd

Les Auberges de jeunesse suisses remportent le Prix solaire Suisse 2011 dans la catégorie personnes et institutions. Elles sont récompensées pour leur gestion globale de l'environnement dans la construction et l'exploitation, et pour leur rôle pionnier dans le tourisme respectueux de l'environnement. Un exemple: les émissions de CO_2 ont été réduites de 37% depuis 2000. aca

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

En gastronomie, l'invention du moulin à poivre a suscité une révolution du goût. Aujourd'hui, il est bien plus qu'un ustensile de cuisine.

MÉLANIE ROTH

Photos Fotolia

Le poivrier devrait être rempli au moins toutes les deux semaines pour ne pas perdre sa saveur.

Moins d'efforts pour plus de goût

Ustensile autant qu'accessoire, le moulin à poivre a une durée de vie si longue qu'il peut devenir aussi bien une pièce de l'héritage familial qu'un objet de convoitise à la mode dans les restaurants. Et le témoin remuant que son propriétaire maîtrise l'art culinaire. Aujourd'hui, un bouton, voire un simple contact de la main, suffit à le faire fonctionner.

Que l'entreprise Peugeot ait été ou non la première à produire un moulin à poivre au milieu du 19e siècle, il est incontestable que cette invention a suscité une révolution du goût.

Alors que le pilon réduisait souvent les grains de poivre en fine poudre qui perdait une partie de leur saveur, le mécanisme ingénieux du moulin à poivre broie sans problème les grains en particules. Composé d'une double rangée de dents hélicoïdales qui capture les grains, les entraîne vers le bas, puis les bloque afin de les moudre à la perfection. Les moulins à poivre modernes disposent de molettes de réglage permettant d'obtenir différentes moutures.

ldd

Le design du poivrier gagne en importance.

Le réglage de la mouture du poivrier est très importante.

Peugeot demeure la référence ultime en la matière

Bien que de nombreux fabricants produisent des moulins à poivre dans le monde entier, et même en Suisse, Peugeot semble rester la référence ultime en la matière. C'est d'ailleurs ce que confirme Gregor Zimmermann, chef du Bellevue Palace à Berne: «Peugeot propose toujours le meilleur moulin.» Et Giordano Bertolina, chef du restaurant Impuls à Wetzikon, renchérit: «Son mécanisme est fiable, il ne rouille pas. J'ai essayé d'autres produits, mais aucun ne s'en approche.»

Le plus important dans un moulin à poivre, c'est le réglage de la mouture. «Pas trop fine», relève Gregor Zimmermann, et différente selon les aliments. Dans un moulin, le poivre perd de sa saveur avec le temps. Dans un restaurant, un moulin à poivre devrait donc être rempli au moins toutes les deux semaines. «Tous les deux jours, en cuisine», complète Gregor Zimmermann.

Un ustensile de cuisine à la fois beau et fonctionnel

Qu'il soit en bois, en acier ou en plastique, il doit surtout être fonctionnel. «Il faut bien l'avoir en main et il doit donc être ni trop lourd, ni trop long», relève Gregor Zimmermann.

Autrefois simple ustensile de cuisine, désormais accessoire branché sur les tables des restaurants, son design gagne en importance. Giordano Bertolina allie le fonctionnel et le beau, en cuisine comme en salle, avec des moulins à poivre en acrylique transparent. «Esthétiquement, ils sont tout simplement magnifiques, tout particulièrement quand on y mélange des poivres de couleurs différentes.» Avec le risque d'exciter la convoitise des clients. D'où sa décision de n'utiliser que de très grands poivriers, difficiles à voler. Et que pense le Tessinois des moulins à poivre électriques. «Je n'en ai encore jamais essayé, mais je trouve cela un peu bizarre», conclut-il en riant.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base de l'article en page 13.

Hymne au chocolat, nouveauté à Genève

Le premier Salon International des Chocolatiers et du Chocolat (SICC) aura lieu dans le Bâtiment des Forces Motrices à Genève, le week-end prochain.

MICHEL BLOCH

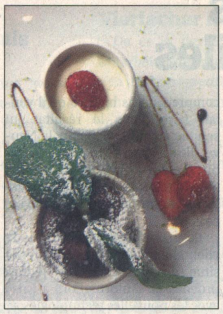
Aucun salon consacré exclusivement au chocolat n'existait jusqu'à aujourd'hui en Suisse! Cette lacune est comblée grâce à Lise Luka, l'organisatrice de cet évènement et à son équipe de ...choc, épaulée par les membres de l'association «Les Mordus de Chocolats». Le programme est savoureux et il y en a pour tous les goûts et pour tous les âges.

Ateliers, initiations à la dégustation, démonstrations de fabrication, espace enfants où les petits gastronomes s'initieront à l'art de la dégustation sous la houlette d'un maître chocolatier, expositions pédagogique et thématique, conférences sur la place du chocolat au 21ème siècle par Pierre Marcolini, sur le chocolat cru, sur les terroirs et cépages chocolatiers ou l'histoire du chocolat suisse.

Deux prix seront attribués, l'un permettra au public de voter

Des dizaines d'artisans chocolatiers de Suisse et d'Europe «la crème des chocolatiers» précise Lise Luka. Les artisans ont répondu présents et feront découvrir aux simples gourmands comme aux amateurs éclairés, une fantastique palette de saveurs. Les visiteurs attribueront le Prix du Public au chocolatier dont ils auront préféré les créations! Et un jury d'experts sélectionnera l'un des participants qui se verra décerner le Prix de Genève.

La mise sur pied du Salon International des Chocolatiers et du Chocolat, confirme que le client se fait connaisseur. Et le chocolat ne peut pas être le maillon faible de l'excellence.



Photos ldd

Des dégustations seront organisées.

Le Salon sera inauguré par Pierre-François Unger conseiller d'Etat et vice-président du Conseil d'Etat ce qui souligne l'intérêt porté par Genève à cette manifestation qu'il est prévu d'organiser chaque année.

Les produits présentés promettent des luttes esthétiques.

Et si la ville internationale devenait la capitale du chocolat?

Comme le souligne Lise Luka «le Bâtiment des Forces Motrices illustre à merveille cette alliance entre tradition industrielle et modernité d'artisans haut de gamme» qui précise qu'il y a là l'opportunité pour que Genève, ville internationale, devienne aussi «capitale du chocolat».

Parmi les participants suisses, citons: Nobile Cioccolato, et pour Genève: Chocolats Rohr, Philippe Pascoët, Du Rhône Chocolatier, Stettler, Confiserie Christophe Berger, Chocolaterie Ducret, Chocolaterie confiserie Merigonde, Chocolaterie Micheli, Gilles Desplanches, Chocolats et Cacaos Favarger. Sans oublier: David L'Instant Chocolat de Crans-Montana, Beschle Chocolatier de Bâle, Chocolaterie Boillat de St-Prex, Passionnément Chocolat d'Yverdon-les-Bains, Honold de Zurich, Poyet de Vevey, Von Rotz de Cham, Raffin chocolatier de Monthey et Raphael Chocolatier de Cully.

www.salondeschocolatiers.ch

Pêle-mêle

Relais & Châteaux sur Blackberry

A la suite du succès de l'application Relais & Châteaux pour iPhone téléchargée plus de 45 000 fois, l'association propose une application pour Blackberry toute aussi fonctionnelle et pratique. Grâce à celle-ci, les clients peuvent chercher et réserver une chambre ou une table dans l'un des 500 hôtels de charme et restaurants gastronomiques. L'application possède de nombreuses fonctionnalités comme la recherche d'un établissement par noms ou destinations et par disponibilités ainsi que la présentation d'offres spéciales.

www.relaischateaux.com

Un documentaire pour l'abricot du Valais

ldd

L'Interprofession des fruits et légumes du Valais (IFELV) vient de présenter un documentaire consacré à **l'abricot**. Il a été réalisé par Eric Pannatier de la société Impact. comm. Il déclarait dans «Le Nouvelliste» que ce film de trente minutes se veut «un vibrant hommage à un fruit mythique, mais aussi aux arboriculteurs et producteurs qui le bichonnent au fil de la saison.» Le film est complété par un clip en français et en allemand disponible auprès de l'IFELV, à Châteauneuf/Conthey.

L'été indien et le retour de la chasse à Leysin

Le restaurant-bar Le Leysin propose des plats sur le thème de la chasse et du terroir local dans le respect de la tradition. Pour éveiller les sens, la carte propose: raviolis de gibier avec crème de châtaigne, carpaccio de cerf, côtelettes de marcassin au feu de bois et sauce poivrade ou encore le pavé de cerf. Le restaurant est situé dans un ancien chalet classé monument historique, datant de 1771. En collaboration avec certains hôtels de Leysin, les gastronomes ont la possibilité de réserver le forfait «Dine 'n' sleep». Il comprend une nuit dans une catégorie d'étoiles choisie parmi la sélection d'hôtels.

www.leleysin.ch

Le miel des Floralies à Sierre

ldd

Le bilan des 22e éditions des **Floralies Sierroises** autour du Château Mercier ont été un succès selon les organisateurs. Malgré une météo maussade et la concurrence de la Foire du Valais qui explique une légère baisse de la fréquentation avec environ 5400 personnes. Le thème était «Abeilles en fleurs», les dégustations de miel ont été très appréciées. Décorations florales et animations musicales diversifiaient l'offre. La prochaine édition est fixée en octobre 2013. aca

«J'admire Guérard, Girardet, Troisgros. L'art c'est bien pour les artistes. Moi je suis cuisinier.»

Ferran Adrià. Le film «El Bulli» vient de sortir.

Les papilles et les oreilles en émoi

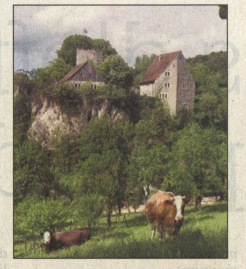
Cédric Schwab

Le **Carpe Dièse Trio** a séduit la clientèle avec ses «concerts culinaires».

Le **trio musical** s'est produit récemment à l'Auberge du Prévoux et au Château de Pleujouse. Leur troisième édition a été la plus réussie.

VALÉRIE MARCHAND

Toujours prêts à découvrir de nouveaux horizons acoustiques, la violoncelliste Esther Monnat, l'altiste Céline Portat et la violoniste Jonas Grenier ont créé pour la troisième fois une ouïe gustative. Ce groupe de musique de chambre a réalisé de très belles performances à l'Auberge du Prévoux (NE) et au Château de Pleujouse (JU). Les restaurateurs, ainsi que leur clientèle ont d'ailleurs été ravis de prendre part à l'événement, les 30 septembre et 1er octobre 2011. Afin que ces soirées se déroulent dans les meilleures conditions possibles, les restaurateurs reçoivent un CD. Ainsi, ils peuvent s'inspirer de la musique et élaborer le menu le plus adéquat. «Par rapport à l'édition précédente, le nombre de participants a quadruplé», se réjouit Céline Portat. «C'est une jolie rencontre, les convives ont le palais, les papilles, ainsi que les oreilles en émoi et nous entrons en symbiose avec eux», ajoute la violoniste. Avant de servir les plats, cuisiniers et musiciens expliquent leur choix. «Nous apprécions beaucoup travailler avec le Carpe Dièse Trio, car ils sont très professionnels», déclare Catherine Praud, restauratrice du Château de Pleujouse. Quarante couverts ont ainsi été servis et la salle était pleine. «Nous avons réalisé une trilogie de saveurs et l'ambiance a été très festive», conclut Catherine Praud.



Le trio a créé une ambiance festive au **Château de Pleujouse** (JU).

L'**Auberge du Prévoux** (NE) a adapté sa cuisine à la musique.

Musique contemporaine et perte de repères culinaires

Magnifique succès également à l'Auberge du Prévoux. «La surface est plus petite et nous avions un contact plus intimiste avec le public», explique Céline Portat. Le restaurateur, Frédéric Marchand est aussi très heureux de sa soirée. Par contre, il a éprouvé plus de difficultés à élaborer son menu cette fois-ci. «En 2010, la musique était classique et j'ai tout de suite eu un déclic», indique-t-il. Par contre, cette année il a dû composer des plats avec des airs contemporains avec lesquels il s'est senti quelque peu désamparé. Après réflexion, Frédéric Marchand a prévu des plats à base de gingembre, de citron vert, d'aïl et de piment. Un seul menu était au programme. «C'est la solution idéale. En effet, si les convives doivent commander à la carte cela provoque un bruit de fond qui n'est pas nécessaire», estime-t-il. Ainsi, la soirée étant bien organisée, le public s'est installé et le tout s'est déroulé dans la fluidité.

«J'ai choisi de préparer des mets très toniques. Après chaque morceau de musique, les clients ont pu écouter la suite avec un nouvel élan et ce petit quelque chose qui donne de la hauteur», souligne Frédéric Marchand. «J'aime beaucoup collaborer avec le Carpe Dièse Trio. En effet, ces personnes ont beaucoup de carisme et le respect mutuel est notre fil rouge. Nous pouvons donc aisément mettre sur pieds des projets ensemble», déclare-t-il. L'ouïe gustative s'annonce désormais comme un rendez-vous automnal incontournable.

www.carpediesetrio.ch

Silence! Wim Wenders tourne pour l'UBS...

Un spot télévisé de la grande banque vient d'être tourné sur la Riviera. Le personnage central en est le fondateur du Montreux Jazz Festival Claude Nobs. Le prestigieux réalisateur allemand le réalise.

ALEXANDRE CALDARA

Après avoir filmé la compagnie de Pina Bausch Wim Wenders consacrerait un documentaire à Claude Nobs, fondateur du Montreux Jazz Festival qu'il tournait la semaine dernière sur la Riviera. On pouvait le croire en lisant le journal «24 heures». La réalité semble un peu plus prosaïque à part peut-être pour la banque UBS.

Jean-Raphaël Fontannaz, porte-parole en Suisse Romande l'explique: «Il s'agit d'un spot publicitaire d'une trentaine de secondes destiné à un large public dont la diffusion est prévue en 2012. Il fait partie d'une campagne en cours.»

La banque a porté son choix sur une série de personnalités connues pour leur «opiniâtreté; elles ont toutes atteint de grands objectifs». Dans le cas du Montreux Jazz Festival, le partenariat avec la banque se poursuit depuis 25 ans. Pour Montreux-Rivera Tourisme, cela sera une aubaine puisque la société qui produit le film a choisi de tourner des scènes notamment au Château de Chillon. Pour la banque, l'image de Claude Nobs est intimement liée à la Riviera: «Le personnage doit être ancré dans son lieu.» La priorité pour la banque est de faire passer son message, elle recherche un réalisateur dans ce sens-là et pas forcément une star, dont elle va promouvoir le nom. «Nous recherchons un cinéaste adapté par rapport à l'histoire que nous cherchons à raconter.» Ce qui semble le cas avec Wim Wenders proche du monde de la musique. Il réalisa un documentaire sur les Cubains du Buena Vista Social Club et dans la fiction «Lisbonne Story», le groupe Madredeus était omniprésent.

Le réalisateur allemand tourne souvent des publicités pour de grandes marques sans que son nom y soit directement associé. On peut retrouver sur la toile un western très esthétique réalisé pour Barilla. Difficile de savoir comment il mettra en scène les quais de Montreux et la personnalité de Claude Nobs.

Swiss-Image

Montreux devrait être réinventé par le réalisateur allemand.

Neuchâtel localisé sur les cartes de la toile à travers un cinq étoiles

Un clip promotionel pour Google Earth met en scène l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel. Une opération qui n'a rien coûté à l'établissement et qui lui assure une belle visibilité.

ALEXANDRE CALDARA

ldd

L'**Hôtel Beau-Rivage** de Neuchâtel promu à travers un clip.

«Une jolie surprise», c'est ainsi que Thomas Mächler, directeur de l'Hôtel Beau-Rivage qualifie le fait de se retrouver sur un spot publicitaire de Google Earth, diffusé sur plusieurs chaînes de télévision en Suisse, même une en France et largement visible sur la toile.

«Un responsable du moteur de recherche adore notre région. Il a des souvenirs des beaux moments passés dans notre hôtel», raconte l'hôtelier. Il assure n'avoir rien payé pour cette grande visibilité. Thomas Mächler était même un peu sceptique au départ: «On ne comprenait pas bien ce qu'il voulait faire. Mais le résultat lui semble épatant, d'ailleurs la Neuveville est aussi à l'honneur au début du clip», souligne-t-il. L'hôtel neuchâtelois est le seul à être localisé dans toute la Suisse à travers ce spot.

Thomas Mächler pense que la clientèle touchée en priorité se situe dans la cible «de jeunes proches de l'information, à l'aise avec les nouvelles technologies.»

Le personnel de l'hôtel a déjà eu de nombreux retours notamment de Suisse alémanique: «Les gens trouvent cela drôle, ils comprennent bien le dynamisme que cela nous amène.» Le directeur de Jura Tourisme y a été attentif: Guillaume Lachat a mis en évidence le clip sur la page Facebook de Jura & Trois Lacs.

Les gens

Le CEO de STC quitte la société

Rainer Blaser (photo) le CEO de Switzerland Travel Centre (STC), a décidé de relever un nouveau défi et quittera la société

ldd

fin 2011, après plus de six ans à sa tête. Il conservera ses fonctions jusqu'à cette date et assurera le bon fonctionnement de STC avec le concours de **Beat Bächler,** son suppléant. Le Conseil d'administration et la direction regrettent son départ. La procédure de recrutement pour le remplacer a débuté. Rainer Blaser avait rejoint la direction en 2005, en tant que CFO, avant de diriger les affaires de la société à partir de février 2009. aca

Nouveau directeur pour l'Eurotel-Riviera

Stéphane Compagnon prendra la direction générale de l'Eurotel-Riviera, à Montreux, dès le début de l'année 2012. Il succèdera à **Jacques Bettex** directeur depuis 5 ans, qui prend sa retraite. «Enfant de la région», le nouveau directeur Stéphane Compagnon est diplômé de l'Ecole Les Roches et a rejoint la chaîne Hilton en 2001. Après les Hilton de Bruxelles, Kensington-Londres, Maurice et Abuja, il dirige actuellement le Hilton Paris Charles de Gaulle. jje

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 41 / 13. Oktober 2011

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....2
Kaderstellen.....3–5
Tourismus.....-
Deutsche Schweiz.....5–7
Suisse romande.....-
Svizzera italiana.....-
Stellengesuche/Demandes d'emploi....-
Immobilien.....9

Führung

Ein neuer Mitarbeiter bedeutet neben viel Einarbeitungsaufwand auch eine Chance für kostenlose Unternehmensentwicklung!

Fotolia

Frischer Wind

SANDRA PFAMMATTER
INHABERIN
VON SP. VERÄNDERUNG.
FÜHRUNG. DIENSTLEISTUNG.
DIPL. HOTELIÈRE EHL
WWW.SANDRAPFAMMATTER.CH

Die Einarbeitungszeit eines neuen Mitarbeitenden ist oft von einem hohen Sendungsbewusstsein des neuen Arbeitgebers geprägt. Einwegkommunikation ist die Regel, und der neue Mitarbeitende hat nur ein Ziel, die Arbeitsabläufe und Angebotsstruktur des neuen Arbeitgebers möglichst schnell zu verinnerlichen.

Einarbeitungszeit als Dialog

Dieses Vorgehen hat einen grossen Nachteil. Der neue Mitarbeitende ist genötigt, so schnell wie möglich seine bisherigen Verfahrensweisen zu entlernen und im Kopf Freiraum für die neuen Abläufe und Eigenheiten zu schaffen. Dabei verliert er seine kritische Aussensicht und den Vergleich zu aus früheren Arbeitsstellen Vertrautem. Und der neue Arbeitgeber verliert so eine konstruktivkritische Stimme in seinem Team, jemanden, der noch keine Symptome von Betriebsblindheit zeigt und der ihn auf kleine Schwächen in seinem Haus hinweisen könnte.

Vierfacher Nutzen

Da es in der Einführungszeit neuer Mitarbeitender nicht nur um das Erlernen der hausspezifischen Arbeitsabläufe geht, sondern auch um die Vermittlung von Kultur und Werthaltungen des Betriebs, lassen sich durch eine als Dialog verstandene Einführungszeit hier gleich mehrere wichtige Signale setzen: Der Mitarbeitende erlebt, dass seine Sichtweise gefragt ist und dass seine Meinung einen Stellenwert hat. Er fühlt sich wertgeschätzt, wichtig und ernst genommen und pflegt in der Folge aus dieser Haltung heraus einen Umgang mit seinen Gästen. Als Unternehmer erhalte ich wertvollen Input bezüglich Optimierungen, Serviceverbesserungen und der Möglichkeit, alte Zöpfe zu eliminieren. Der Mitarbeitende erlebt gleich zu Beginn seiner neuen Anstellung einen klar deklarierten Handlungsspielraum. Und genau das ist eine zentrale Voraussetzung für dienstleistungskompetentes Handeln seitens des Mitarbeitenden.

Frischer Wind im Betrieb wird zum Dauerzustand, und die damit verbundene dynamische und lustvolle Arbeitsatmosphäre macht Spass und verleiht dem Arbeitsalltag eine gewisse Leichtigkeit.

Erwünschte Nebenwirkungen

Wird Ihr Haus in dieser Weise bei jedem Neueintritt wieder ein bisschen in Frage gestellt und durchleuchtet, halten Sie dadurch auch Ihre Führungskräfte fit. Die sind es nämlich, die den geforderten Dialog mit dem neuen Mitarbeitenden an vorderster Front führen. Und sie sind es auch, die dadurch immer mal wieder selbst mit Kritik und Fragen nach dem Weswegen konfrontiert werden. Dadurch wird kritisches Hinterfragen zur Kultur und der einzelne Mitarbeitende mit seinen Ideen zum anerkannten und geschätzten Individuum.

Lehr- und Praktikumsstellen kostenlos ausschreiben auf **www.hoteljob.ch**

htr hotel revue

Das Intensiv-seminar
GASTROSUISSE
Der Weinberater
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis
Termine: berufsbegleitend
Start Frühling: Montag, 12. März 2012
Start Herbst: Montag, 1. Oktober 2012
Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 www.gastrosuisse.ch
10672-5641

Sprachaufenthalte
Top Angebote von
Annemarie, Barbara + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch
10420-5531

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement
www.hotelleriesuisse.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch
Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!
Einfach unter **www.hoteljob.ch** den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.
Viel Erfolg bei der Suche!

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang	Region Bern	J35056
Demi-chef de rang	Region Bern	J35105
Servicefachangestellte	Region Bern	J34911
Chef de bar	Region Bern	J35061
Commis de rang	Region Bern	J34868
Restaurationsfachmann	Region Bern	J34867
Chef de service	Region Bern	J35126
Betriebsassistent / Chef de Service	Region Bern	J34910
Restaurationsfachmann	Region Graubünden	J35083
Chef de rang	Region Graubünden	J34936
Chef de service/ Restaurantleiter	Region Graubünden	J34886
Barfachmann	Region Graubünden	J34869
Chef de Rang	Region Mittelland (SO,AG)	J34906
Barprofis	Region Mittelland (SO,AG)	J34967
Commis de rang	Region Oberwallis	J34980
Chef de rang	Region Oberwallis	J34860
Restaurationsfachmann	Region Oberwallis	J34979
Praktikant Restauration	Region Oberwallis	J35102
Servicefachangestellte	Region Ostschweiz	J35119
Servicefachangestellte/n	Region Ostschweiz	J34962
Chef de Service	Region Schaffhausen	J34946
2. Chef de service	Region Zentralschweiz	J35129
Barfachmann	Region Zentralschweiz	J34944
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J35137
Chef de bar	Region Zentralschweiz	J34942
Servicemitarbeiter Frühdienst	Region Zürich	J35080
Chef de Service	Region Zürich	J34986
2. Chef de Service	Region Zürich	J35164
Commis de service	Region Zürich	J35158
Chef de rang	Region Zürich	J35155
Service- Praktikanten	Region Zürich	J35099
Chef de service - UK - Region London	International	J35134
Bar Manager - UK - Region Hampshire	International	J35139
Restaurationsfachmann	Tessin	J35107

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Gouvernante - Region Saanen	Region Bern	J34891
Etagengouvernante	Region Bern	J35108
Assistant Executive Housekeeper	Region Oberwallis	J35100
2. Generalgouvernante	Region Zentralschweiz	J34981
1. Generalgouvernante	Region Zentralschweiz	J35084
2. Economat Gouvernante	Region Zentralschweiz	J34935
Gouvernante	Region Zentralschweiz	J35044
Gouvernante	Region Zürich	J35144
Etagengouvernante	Region Zürich	J35145
Etagengouvernante	Region Zürich	J35151
Stv. Gouvernante	Region Zürich	J35152
GruppenleiterIn Wäscheservice 80%	Region Zürich	J34925
Gouvernante	Region Zürich	J35069
1. Hausdame	Region Zürich	J35162
Zimmermädchen / Hofa 50 - 60%	Region Zürich	J34407
2. Generalgouvernante - UK - Region Sussex	International	J35141

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales Manager	Region Bern	J34887
Sales Manager	Region Graubünden	J35043
Finanzcontroller	Region Zürich	J35068
Event- /Verkaufskoordinator	Region Zürich	J35166
Coordinator Hotels Switzerland	Region Zürich	J35094
IT-Fachmann / Fachfrau	Region Zürich	J35067
Junior Account Manager Hotels Switzerland	Region Zürich	J35093
Account Manager Hotels Switzerland	Region Zürich	J35096
Account Manager Hotels Switzerland - Home office	ganze Schweiz	J35097

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseurin (w)	Region Bern	J35109
Kosmetikerin / SPA Réceptionistin	Region Bern	J35110

Bäcker-Konditoren

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Demi-chef pâtissier	Region Bern	J35136
Commis pâtissier	Region Bern	J34873
Chef pâtissier	Region Bern	J34896
Chef pâtissier	Region Bern	J34900
Commis pâtissier	Region Graubünden	J34953
Commis pâtissier	Region Oberwallis	J34879
Chef pâtissier	Region Oberwallis	J34876

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Personalassistent/-in	Region Basel	J35098

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2171	Administrative Tätigkeit in Hotellerie / Tourismus	33	CH	per sofort	D|E
B1325	Chef de Service	33	DE	per sofort	D|E
B329	Chef de service - Gastgeber - Servicefachangestellter mit Verantwortung	54	AT	per sofort	D|F|E
B2092	Einkauf / Sous-Chef	36	CH	per sofort	D|F|E
B354	Empfangsassistentin, Meetingassistentin, Event-Assistentin	25	DE	per sofort	D|E|TR
B2330	F&B Managment, Service, Bankett, Catering	36	DE	per sofort	D|E
B2251	Geschäftsführer	37	CH	per sofort	D
B2321	Hotel Administration oder Management	24	NL	per sofort	D|E|NL
B2329	Kaderstelle Service	41	CH	per sofort	D|F|E
B2327	Kauffrau Administration / Empfang	22	CH	per sofort	D|F|E
B2289	Masseurin im Wellnessbereich, Thermalbäder, Sportbereich, Ernährungsberaterin	26	DE	per sofort	D
B2209	Réceptionist	37	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B133	Sous Chef/ Chef de partie	43	DE	per sofort	D|E
B2300	Vizedirektor, Manager	34	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*

Stand per 10. 10. 2011. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsdossiers finden Sie auf www.hoteljob.ch

Appenzellerland.
Vom Bodensee bis zum Säntis.

Die Appenzellerland Tourismus AG ist die Tourismusorganisation des Kantons Appenzell Ausserrhoden. Unsere Hauptaufgaben sind die Förderung der touristischen Leistungsträger, die Angebots- und Dienstleistungsgestaltung, die Marktbearbeitung, der Verkauf, die Gästeberatung sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Wir betreiben aktives Destinationsmarketing, wobei wir sämtliche Mittel des Marketing-Mix anwenden.

Nach 7½ Jahren verlässt uns unser Geschäftsführer, um sich beruflich weiterzuentwickeln und sich einer neuen Herausforderung zu stellen. Aus diesem Grund suchen wir per 1. April 2012 oder nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/in (100%)

In dieser interessanten und herausfordernden Tätigkeit sind Sie verantwortlich für die aktive Förderung und die weitere Entwicklung des Tourismus im Kanton Appenzell Ausserrhoden und in der aufstrebenden Ferien- und Ausflugsregion Appenzellerland. Sie führen die Geschäftsstelle der Appenzellerland Tourismus AG und weiterer Mandatspartner in Heiden mit rund zehn Mitarbeitenden. Durch Ihre Arbeit unterstützen Sie die touristischen Leistungsträger tatkräftig in ihren Bestrebungen, die Wertschöpfung des Tourismus im Appenzellerland zu erhöhen.

Für diese verantwortungsvolle Tätigkeit suchen wir eine motivierte, begeisterungsfähige und kommunikative Persönlichkeit mit grosser Leidenschaft fürs Appenzellerland. Sie verfügen über eine höhere kaufmännische Ausbildung (Universität, Fachhochschule, Höhere Fachschule) sowie Berufs- und Führungserfahrung in den Bereichen BWL, Marketing oder Tourismus. Desweitern bringen Sie Freude an der Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Medienschaffenden und verschiedenen Organisationen mit. Wirtschaftliche und politische Zusammenhänge interessieren Sie sehr. Sie sind es gewohnt, repräsentative Aufgaben zu übernehmen.

Bei Interesse an dieser Stelle freuen wir uns über Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Lohnvorstellungen per Email an regina.doerig@appenzellerland.ch. Für Fragen stehen Ihnen unsere Verwaltungsratspräsidentin Frau Regina Dörig-Kramis (079 262 78 39) sowie unser jetziger Geschäftsführer Sandro Agosti (071 898 33 00) gerne zur Verfügung.

Quality.
Our Passion.

Appenzellerland Tourismus AG
Regina Dörig-Kramis, Verwaltungsratspräsidentin
Bahnhofstrasse 2, CH-9410 Heiden

www.appenzellerland.ch

16330-7431

U F C

Die Urban Food Concepts Ltd. ist in der Beratung und dem Management von gastronomischen Betrieben tätig und betreibt in Zürich zwei Restaurants. In beiden Restaurants bieten wir eine hochwertige, authentische pan-asiatische Küche in einem modernen, urbanen Ambiente an.

Zur Verstärkung unseres Management Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Restaurant Manager (m/w)

In dieser Funktion sind Sie zusammen mit ihrem Team für einen reibungslosen Betriebsablauf verantwortlich und setzen unsere Standards und Richtlinien konsequent um. Als Gastgeber liegt Ihnen die Begrüssung und Betreuung unserer internationalen Gäste besonders am Herzen. Zudem unterstützen Sie den F & B Manager mit unternehmerischem Denken und Handeln bei der Erreichung der betriebswirtschaftlichen Ziele.

Wir wenden uns an eine aufgestellte Persönlichkeit mit einer abgeschlossenen Ausbildung im Hotel- oder Restaurantfach und einem umfassendes Fachwissen. Sie begeistern sich für die pan-asiatische Küche und Kultur, verfügen über ein sicheres, gepflegtes Auftreten, ein hohes Mass an Leidenschaft und Qualitätsbewusstsein. Flexibilität und Beständigkeit sind für Sie selbstverständlich. Sie haben mehrjährige Führungserfahrung in ähnlicher Position und verstehen es mit Ihrer Sozialkompetenz Ihre Mitarbeiter zu motivieren. Ihre sehr guten Deutsch– und Englischkenntnisse sowie die problemlose Anwendung der gängigen PC-Programme runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen ein interessantes Aufgabengebiet in einem modernen Umfeld und es erwartet Sie eine abwechselungsreiche Tätigkeit mit der Möglichkeit zur Weiterentwicklung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Gehaltsvorstellung an: werner.wenger@urbanfood.ch

Urban Food Concepts Ltd., Werner Wenger, Human Resources, Wiesenstrasse 4, CH-8008 Zürich, T: +41 44 388 23 84

16780-7440

steinfels

RESTAURANT . BAR . BRAUEREI

Wir, die Kramer Gastronomie in Zürich, sind ein kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie.

In unserem Restaurant Steinfels im Charme der 60er Jahre gehalten, bieten wir dem Gast ein modernes und frisches Menuangebot. Dieses ist geprägt von pan-pazifischen Einflüssen mit Herausragendem aus der kalifornischen und asiatischen Küche. Abgerundet wird dieser Mix mit einer Auswahl mediterraner Speisen.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef w/m

In dieser Funktion führen sie unsere 7-köpfige Küchenbrigade sozial kompetent und nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen.

Wir suchen einen innovativen Kochprofi, der mit Spass und Elan seine Kochkünste auf hohem Niveau umsetzt und stetig weiterentwickelt. Sie haben schon erste Führungserfahrungen sammeln können oder fühlen sich bereit für den nächsten Schritt auf der Karriereleiter, dann haben sie in dieser Position die Chance dazu.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz, unternehmerischen Spielraum und Selbstständigkeit sowie alle Perspektiven einer grösseren Gastronomieunternehmung.

Reizt Sie diese vielseitige Aufgabe in einem dynamischen Umfeld, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:
Kramer Gastronomie, Tanja Meier, Human Resources, Herdernstrasse 56, Postfach 480, 8040 Zürich, Tel. 044 406 85 28

ZÜRICH AMBIANCE
KRAMER
LIFESTYLE TRADITION DREAMS

16314-7422

KURSAAL BERN

Der Kursaal Bern bietet eine einzigartige ALL IN ONE Dienstleistungskombination mit Kongress- und Kulturzentrum, dem grössten 4* Superior Lifestyle Hotel Berns, einem Grand Casino sowie Bars und Restaurants.

Wir begeistern!

Wenn dies auch auf Sie zutrifft, sollten wir uns unbedingt kennen lernen! Wir suchen per Dezember 2011 eine/n

Assistant F&B Manager (m/w)

Wir wenden uns an eine engagierte und frontorientierte Persönlichkeit, die unsere Restaurationen sowie die Bar in allen operativen sowie administrativen Bereichen unterstützt. Sie betätigen sich in der Konzept- und Angebotsplanung ebenso aktiv wie bei der Unterstützung der Restaurationen und Betreuung unserer anspruchsvollen internationalen Gäste.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Hotelfachschule, Sprachkenntnisse (D, E, F) und bringen Erfahrungen im F&B Bereich sowie Führungserfahrung mit. Ihre selbständige und flexible Arbeitsweise zeichnet Sie aus und in hektischen Situationen bewahren Sie einen kühlen Kopf.

Wenn Sie Grosses leisten möchten, so bieten wir Ihnen ein interessantes Aufgabengebiet in einem modernen Umfeld. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Tätigkeit mit der Möglichkeit sich im Bereich F&B weiter zu entwickeln.

Haben wir Sie angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Kongress + Kursaal Bern AG
Alexandra Lemann-Münger, Leiterin Human Resources
Kornhausstrasse 3, 3000 Bern 25
Tel: 031 339 55 00,
E-Mail: alexandra.lemann@kursaal-bern.ch

16289-7412

Shoot for the moon ...

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Projektleiter mit Kundenberatungs-Erfahrung im Bereich Market & Mystery Research (100%)

Eintritt ab dem Herbst 2011
Im spannenden Market & Mystery Research Umfeld bauen wir unser Team aus.

·Sind Sie ein Teamplayer?
·Sprechen Sie drei Sprachen (d, f, e) fliessend?
·Sind Sie gut organisiert, stark in den Office Programmen und setzen Sie gut Prioritäten?
·Treten Sie gerne vor Kunden auf, um Projekte zu steuern und um NeumannZanetti & Partner wertschätzend und gezielt zu repräsentieren?

Einige Ihrer Hauptaufgaben sind:
·Kunden beraten, von der Bedürfnisanalyse bzw. dem Projekt-Kick-off bis zur Präsentation der Ergebnisse
·Projekte in enger Zusammenarbeit mit unseren Spezialisten für Entwicklung und Qualitätssicherung aufgleisen
·Den anspruchsvollen Informationsfluss in Projekten sicherstellen
·Auswertungen und Präsentationen erstellen und durchführen

Wenn Sie gerne Verantwortung übernehmen und dieses wichtige Aufgabenfeld als Chance für Ihre persönliche Weiterentwicklung sehen, dann kontaktieren Sie uns:
Ich freue mich sehr auf Ihre Bewerbung.

Josef Andre
josef@nzp.ch

... Even if you miss it you will land among the stars.

Huobmattstrasse 5 CH-6045 Meggen/Luzern Tel 041 379 77 70 www.nzp.ch

16261-7394

ALPIN SHERPA HOTEL

Für unser Drei-Stern Ferien- und Seminarhotel Alpin Sherpa im Zentrum von Meiringen suchen wir ab Wintersaison 2011/2012 eine jüngere, dynamische Persönlichkeit als

Geschäftsführer/In

Das Alpin Sherpa Hotel mit 56 Zimmern, Restaurant, Bar, Seminar- und Relax-Bereich mit Sauna und Whirlpool ist ein ganzjährig gut frequentierter Betrieb im alpinen Umfeld der Destination Haslital Berner Oberland.

Sie verfügen über einen Hotelfachschulabschluss und haben sich an der Praxisfront bereits bewährt. Ihre Kompetenz, Ihre Begeisterung und Ihre Ambitionen sind spürbar und motivieren Ihr Team zu Höchstleistungen. Ihr Denken und Handeln ist verkaufsorientiert, verantwortungsbewusst und geprägt von hoher Dienstleistungs- und Servicebereitschaft.

Nutzen Sie Ihr Potential und das Potential unseres Betriebs. Sie sind dem Verwaltungsrat der Betriebsgesellschaft direkt unterstellt. Handeln Sie selbständig und budgetverantwortlich – Sie werden ergebnisorientiert entlöhnt.

Wenn Sie an dieser Herausforderung interessiert sind erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Haslital Hotels AG
Alpin Sherpa Hotel
Herr Alexander Zwahlen, VR-Präsident
Lauenenstrasse 51–53
3855 Brienz
Telefon 033 952 12 28
Mobile 079 432 92 74
alexander.zwahlen@dialog5.ch
www.haslitalhotels.ch

Haslital
BERNER OBERLAND

16304-7415

GRAND CASINO BERN
KURSAAL BERN

Das Grand Casino Bern bietet seinen Gästen ein Maximum an Spiel, Spass und Unterhaltung. Die prickelnde Atmosphäre und das tolle Ambiente bieten beste Voraussetzungen um einen Abend der besonderen Art zu erleben.

Für unser Grand Casino in Bern suchen wir per Januar 2012 oder nach Vereinbarung einen

Shift Manager Cash Desk (m/w, 100%)

Sie arbeiten im Schichtbetrieb und verrichten folgende Aufgaben im Geldflussmanagement sowie im Geldspielautomaten- und Kassenbereich:

- Kooperatives und motivierendes Führen von 5-12 Mitarbeitenden in der Schicht
- Qualifizieren und Fördern von unterstellten Mitarbeitenden
- Instruieren von Mitarbeitenden in der Benutzung von Notenzählgeräten, Kassentechnik, Chip- und Geldhandling, Softwareanwendungen und von Bargeldbezugssystemen
- Ausbilden von Mitarbeitenden in der Bedienung von Geldspielautomaten
- Sicherstellen einer erstklassigen Gästebetreuung
- Durchsetzen der gesetzlichen Bestimmungen und der Verfahrensweisen des Unternehmens
- Einhalten der abteilungsspezifischen Prozesslandschaft sowie Mitwirken bei deren Optimierung
- Überwachen des Kassengeschäftes und Prüfen der Tagesabrechnungen
- Durchführen von physischen Zählungen und der buchhalterischen Erfassung
- Sicherstellen der Sorgfaltspflicht zur Einhaltung des Geldwäschereigesetzes
- Durchführen von Präventions- und Restriktionsmassnahmen im Zusammenhang mit dem Sozialkonzept (www.careplay.ch)
- Unterstützen des Leiters Cash Desk im administrativen Bereich sowie bei der Bereichsentwicklung (je nach Eignung besteht die Möglichkeit die Stellvertretung des Abteilungsleiters zu übernehmen)

Wir suchen eine gewissenhafte, offene und analytisch denkende Persönlichkeit mit ausgeprägten kommunikativen Fähigkeiten in deutscher und vorteilsweise französischer Sprache. Sie sind administrativ begabt und haben ausgezeichnete PC-Anwenderkenntnisse (MS-Office). Die bestehenden Mitglieder des Shiftmanager-Teams erwarten einen exakten, eigenverantwortlichen und zuverlässigen neuen Kollegen, aber auch einen Teamplayer.
Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung mit einer entsprechenden Weiterbildung, die Sie nachweislich in Bereichen Personalführung, Buchhaltung und Betriebswirtschaft für die beschriebene Funktion befähigt. Eine mehrjährige Berufserfahrung in einer ähnlichen Position stellt ein Vorteil dar. Ihr sehr gutes Verständnis für Zahlen und deren statistische Verarbeitung erleichtert Ihnen den Einstieg. Ihr gepflegtes Erscheinungsbild sowie ein natürliches Auftreten runden Ihr Profil ab. Zusätzlich haben Sie einen einwandfreien Leumund und arbeiten gerne zu unkonventionellen Arbeitszeiten (Tages-, Nacht- sowie Wochenenddienste).
Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Grand Casino Kursaal Bern AG
Human Resource Management
Stichwort „Shift Manager Cash Desk"
Kornhausstrasse 3, 3000 Bern 25
Tel. 031 339 55 68

16316-7424

Stadt Zürich
Sportamt

Das Sportamt der Stadt Zürich sucht auf die Badesaison 2012 (Anfang Mai) eine Mieterin/einen Mieter für den

Gastro-Kiosk im Seebad Utoquai

Der Gastro-Kiosk mit ca. 40 Aussen-Sitzplätzen versorgt zahlende Badegäste während der Sommerbadesaison jeweils von Mai bis September. Die Betriebszeiten richten sich nach den Öffnungszeiten der Badeanlage. Die Anlage steht unseren Badegästen täglich von 7 bis ca. 20 Uhr zur Verfügung, wobei Sportamt-Mitarbeitende für den Badebetrieb verantwortlich sind.

Das 1890 erstellte Seebad Utoquai gilt als wichtiger architektonischer Zeuge und wird pro Saison von bis zu 100 000 Gästen besucht.

Für diesen Betrieb suchen wir eine innovative, ideenreiche Persönlichkeit mit solider Gastronomie-Erfahrung sowie Flair für den Umgang mit unseren Badegästen.

Interessenten sind gebeten, ein aussagekräftiges Dossier (Gastro-Erfahrung, Betriebskonzept usw.) inkl. Mietzinsofferte bis spätestens 20. November 2011 an folgende Adresse zu senden:
Sportamt der Stadt Zürich, Abteilung Badeanlagen, Postfach 2108, 8027 Zürich. Für Fragen steht Ihnen die Bereichsleiterin Daniela Eggs unter Tel. 044 413 93 75 gerne zur Verfügung.

16307-7418

Das Sport- und Freizeitgebiet Atzmännig in der Region oberer Zürichsee bietet Freizeitspass für die ganze Familie. Mit einem Familienskigebiet im Winter und einem Freizeitpark mit Sommerrodelbahn, Seilpark und weiteren zahlreichen Attraktionen im Sommer operieren wir einen attraktiven Ganzjahresbetrieb. Für unseren Restaurationsbetrieb suchen wir nach Vereinbarung eine(n):

Leiter/in Gastronomie
im Anstellungsverhältnis oder allenfalls
Pächter/in (ev. Paar)

Das Restaurant Atzmännig mit

- Selbstbedienungsrestaurant mit 100 Sitzplätzen
- Saal, unterteilbar bis zu 100 Sitzplätzen
- Grosse Terrasse mit 300 Sitzplätzen
- heimeligem Stübli mit 20 Sitzplätzen
- Massenlager und einfachen Zimmern

bietet einem innovativen, initiativen Gastgeber eine ausgezeichnete Möglichkeit sich zu profilieren. Sie sind nicht nur ein exzellenter Gastgeber, sondern haben mehrjährige Erfahrung in der Gastronomie (inkl. Küche) sowie in der Betriebs- und Personalführung eines ähnlichen Betriebes und verfügen über die nötigen Aus- und Weiterbildungen um einen Betrieb zu führen. Sie sind initiativ, flexibel was die Arbeitszeit anbelangt und haben Freude, den Betrieb kontinuierlich weiterzuentwickeln. Die saisonalen Schwankungen betrachten Sie als Chance.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Wir freuen uns auf Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto und Gehalts- resp. Pachtvorstellungen bis 31. Oktober 2011.

Sportbahnen Atzmännig AG, Postfach 69, 8638 Goldingen
Marcel Schneller, Geschäftsführer, Telefon 055 284 64 34,
marcel.schneller@atzmaennig.ch

Atzmännig

16922-7444

Fairmont
LE MONTREUX PALACE
MONTREUX, SWITZERLAND

Das Fairmont Le Montreux Palace ist ein Grandhotel, ausgezeichnet mit 5* und liegt direkt am Genfer See. 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 (2000 m²) sowie 14 Veranstaltungsräume, die für Anlässe bis zu 1200 Personen geeignet sind.

Revenue Manager

Als Revenue Manager führen Sie die Yield-Management-Strategien und -Entscheidungen aus mit dem Ziel, die Logisumsätze des Hotels durch effizientes Management der Buchungskanäle, der Zimmerverfügbarkeit und der Zimmerpreise zu maximieren. Der Revenue Manager übernimmt eine aktive Schlüsselrolle in der Marketingplanung und im Budget- und Forecastprozess und ist zudem für das Reservationsteam verantwortlich.
Der/die ideale Kandidat/in verfügt bereits über Management-Erfahrung von mindestens einem Jahr in einer ähnlichen Position und besitzt ausgezeichnete Kompetenzen im Bereich Leadership, Kommunikation, Verkauf, Training und strategisches Denken. Der/die Kandidat/in ist ein Organisationstalent, verfügt über Erfahrung im Bereich Budgeting und Forecasting und ist geübt im Umgang mit Opera, CRS und Social-Media-Plattformen. Gute Sprachkenntnisse in Englisch, Französisch und Deutsch (mündlich wie schriftlich) sind unerlässlich.

Human Resources Coordinator

In dieser spannenden Funktion stellen Sie zusammen mit dem Human-Resources-Team die gesamte Personaladministration sicher und arbeiten ebenfalls aktiv in verschiedenen Projekten mit.
Der/die ideale Kandidat/in besitzt einen Hotelfachschulabschluss und verfügt bereits über Erfahrung in einer ähnlichen Position. Sie sprechen fliessend Französisch, Englisch und Deutsch, sind initiativ, diplomatisch, einfühlsam, lösungsorientiert und verfügen über ein ausgeprägtes Organisationstalent.

Rezeptionist/in

Der/die ideale Kandidat/in verfügt bereits über Erfahrungen in einer ähnlichen Position, ist flexibel, gut organisiert, effizient und besitzt ein gepflegtes Äusseres. Er/Sie spricht fliessend Französisch, Englisch und Deutsch und ist geübt im Umgang mit dem Computer (Opera).

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!

16334-7433

ASTORIA

Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist das führende First Class Hotel mit 250 voll klimatisierten Hotelzimmern und 12 lichtdurchfluteten Tagungsräumen im Herzen der Stadt Luzern. Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches. Im «Thai Garden» zelebrieren wir eine mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnete königlich-thailändische Küche vom Feinsten. Im Trendlokal «Mekong» bekochen wir unsere Gäste mit heiss geliebtem asiatischem «Street-Food». Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im wohl schönsten Restaurant der Stadt «La Cucina» mit 13 Punkten Gault Millau.

Wir suchen eine charakterstarke, dynamische und unternehmerisch denkende Persönlichkeit als

VizedirektorIn Rooms Division

Sie tragen die Verantwortung für die Organisation des gesamten Rooms Division Bereich. Sie bringen langjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position in der gehobenen Gastronomie mit und kennen die Abläufe in den Bereichen Housekeeping, Front Office und Konferenzen. Sie sind es sich gewöhnt, anspruchsvolle Gäste professionell zu betreuen und Ihre Mitarbeitenden zu schulen. Mit Ihrem situativen Führungsstil motivieren Sie Ihr Team. Den Abteilungsleitern vermitteln Sie gerne Ihr breites Fachwissen und bringen sie zu Höchstleistungen. Sie lieben Qualität und Präzision, sind ein guter Analytiker und Gastgeber und auch in der Lage, aktiv die verschiedenen Abteilungen zu unterstützen. Sie überzeugen durch Ihre Kommunikationsfähigkeit und beherrschen Deutsch und Englisch in Wort und Schrift. Ihr Organisationsgeschick, Ihre Flexibilität und Führungserfahrung kommen dabei vollumfänglich zum Tragen.

Wenn Sie als initiative, kompetente und teamfähige Fachperson ein längerfristiges Engagement suchen, dann freuen wir uns auf Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto. Die vertrauliche Behandlung Ihrer Angaben ist für uns Pflicht und Selbstverständlichkeit. Eintritt nach Vereinbarung. Wir bieten Ihnen ein optimales Arbeitsumfeld und die Herausforderung in einem sich immer weiter entwickelnden Hotelunternehmen tätig zu sein. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeit in einem dynamischen und aufgeschlossenen Team.

Neugierig? Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.
Frau Karine Schweizer freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, 6002 Luzern
+4141 226 88 22, hrmanager@astoria-luzern.ch, www.astoria-luzern.ch

16756-7437

Stadt Zürich
Sportamt

Das Sportamt der Stadt Zürich sucht auf die Badesaison 2012 (Anfang Mai) eine Mieterin/einen Mieter für den frisch sanierten

Gastro-Kiosk im Flussbad Oberer Letten

Der Gastro-Kiosk steht den Badegästen der Gratis-Badeanlage Oberer Letten während der Badesaison von jeweils Anfang Mai bis Ende September zur Verfügung. Die Betriebszeiten des Gastro-Kioskes richten sich primär nach den Öffnungszeiten des Badebetriebes (wetterabhängig, normalerweise 9 bis ca. 20 Uhr). Ab 20 Uhr besteht für die Mieterin/den Mieter die Möglichkeit, den Gastro-Kiosk weiterhin für einen ruhigen Barbetrieb (inkl. Food) geöffnet zu halten.

Die Betriebsfläche inkl. einer gut ausgestatteten Küche umfasst einen terrassenähnlichen Aussensitzplatz (möbliert, 60 m²) mit ca. 40 Sitzplätzen. Für den Abendbetrieb (Drink&Food) steht eine weitere Terrassenaussenfläche (nicht möbliert, 240 m²) für max. 240 Personen zur Verfügung. Zudem kann optional ein Mehrzweckraum (möbliert, 105 m²) für sporadische Anlässe dazugemietet werden.

Für diesen Betrieb suchen wir eine innovative, ideenreiche Persönlichkeit mit solider Gastronomieerfahrung sowie Flair für die Bedürfnisse unserer Badegäste.

Interessenten sind gebeten, ein aussagekräftiges Dossier (Gastro-Erfahrung, Betriebskonzept usw.) inkl. Mietzinsofferte bis spätestens 20. November 2011 an folgende Adresse zu senden:
Sportamt der Stadt Zürich, Abteilung Badeanlagen, Postfach 2108, 8027 Zürich. Für Fragen steht Ihnen der Bereichsleiter Martin Bernasconi unter Tel. 044 413 93 79 gerne zur Verfügung.

16306-7410

GRAND CASINO BADEN

Haben auch Sie Interesse daran, Teil unserer dynamischen Equipe zu werden? Dann werfen Sie einen Blick in unser aktuelles Jobangebot. Vielleicht treffen wir uns schon bald im Grand Casino Baden!

Um die Entwicklungen unter Beibehaltung unserer traditionell hochstehenden Qualität zu ermöglichen, suchen wir **per 1. Januar 2012 oder nach Vereinbarung** für unser A-la-carte-Restaurant mit 130 Innen- und 150 Aussenplätzen, unseren Eventsaal Au Premier mit 120 Plätzen und das Spielbank-Restaurant & Bar mit 30 Plätzen eine/n belastbare/n und innovative/n

Küchenchef/in 100%

Ihr Spiel
- Verantwortung für den reibungslosen Ablauf in der Küche unter Gewährleistung eines hohen Qualitätsanspruchs.
- Personelle und fachliche Führung der unterstellten Mitarbeitenden auf Basis der Führungsleitlinien.
- Verantwortung für die fachgerechte Ausbildung der Lehrlinge und Praktikanten.
- Verantwortung für die Bestellung der Waren im Küchenbereich, für die Angebotsplanung und Rezeptierung.
- Preiskalkulation in Zusammenarbeit mit dem F&B-Manager.
- Kontrolle über die Einhaltung der Rezepturen.
- Küchenanwesenheit über die Haupt-Servicezeiten.
- Verantwortung über die Einhaltung der gesetzlichen Hygienevorschriften.

Ihr Einsatz
- Alter zwischen 30 und 40 Jahre.
- Abgeschlossene Kochlehre und langjährige Berufs- und Führungserfahrung.
- Sehr gute mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse und weitere Sprachkenntnisse von Vorteil.
- Ausgeprägte Führungsqualitäten.
- Innovatives und kreatives Organisationstalent.
- Positive Grundeinstellung – Freude an der Arbeit.

Ihr Gewinn
- Vielseitige Tätigkeit in einer motivierten und leistungsfördernden Arbeitsatmosphäre.
- Begeistertes und kompetentes Küchenteam.
- Übernahme einer proaktiven Führungsrolle.
- Zeitgerechte Entlöhnung.

Bringen Sie die Kugel ins Rollen! Gerne erwartet unser Stv. Bereichsleiter HRM/Projekte, Christian Schaffner, Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) per E-Mail oder Post. Wir freuen uns auf Sie!

Spielbank Baden AG
Abteilung Human Resources Management
Herr Christian Schaffner
Haselstrasse 2
5400 Baden
Tel +41 (0)56 204 07 32
cschaffner@grandcasinobaden.ch
www.grandcasinobaden.ch

16329-7430

Die Tourismusorganisationen der Region San Gottardo sowie das Programm San Gottardo 2020 engangieren sich für eine starke überregionale touristische Entwicklung gemeinsamer Produkte.

Andermatt

Für diesen Mandatsauftrag suchen wir eine selbständige und überzeugende Persönlichkeit als

Produktmanager/in (100 %)

In dieser anspruchsvollen Funktion sind Sie verantwortlich für die Weiterentwicklung bereits bestehender Angebote (z.B. Alpmobil, 4-Quellen-Weg) und die Schaffung von neuen, überregionalen Produkten. Zudem betreuen Sie Medienleute und interessierte Besuchergruppen.

Gerne stellen wir Ihnen diese interessante Stelle auf unserer Homepage **www.andermatt.ch** (Services/Team) detailliert vor.
Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH, Tel. 041 888 71 00
bernadette.christen@andermatt.ch

16313-7421

Bayerischer Hof

Neueröffnung
Wir lassen es krachen!

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung ein fröhliches, lebenslustiges Team für unser neues Konzept "Bayerischer Hof" beim Letzigrund Zürich.

Bayerische Küche, bayerisches Ambiente, bayerisches Bier, bayerischer Biergarten (ab 2012) und vieles mehr erwartet Sie.

Sind Sie Bayer oder Bayerin oder sind Sie aus Deutschland oder haben Sie eine Affinität zu Deutschland oder Bayern und haben einen gastronomischen Hintergrund sowie einen guten Humor, dann melden Sie sich an untenstehende Adresse.

Wir suchen:

Geschäftsführer m/w

Geschäftsführer Assistent m/w

Küchenchef m/w
(mit Erfahrung in der bayerischen Küche)

Chef de Partie m/w

Servicemitarbeiter m/w

Sind Sie dabei wenn wir Mitte November 2011 unseren ganz speziellen Betrieb eröffnen.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
Kramer Gastronomie, Tanja Meier, Human Resources,
Herdernstrasse 56, Postfach 480, 8040 Zürich, Tel. 044 406 85 28,
tanja.meier@kramergastronomie.ch

16315-7423

Gasthaus Schwyzer-Stübli

Das historische Gasthaus Schwyzer-Stübli im Herzen des Kantonshauptorts Schwyz ist *der* Ort für sagenhafte Geschichte und Geschichten. Unsere fünf Bühnen sind einzigartige Schauplätze für vielseitige kulinarische und kulturelle Inszenierungen: historisches Stübli, gediegener Paradiesli-Saal, gemütlicher Weinkeller, moderne Smoker's Lounge und lauschige Gartenlaube mit wetterfestem Sonnendach. (www.schwyzer-stubli.ch)

Zur Ergänzung des Schwyzer-Stubli-Teams suchen wir per Januar 2012 oder nach Vereinbarung

[Koch] (w / m) EFZ

Sie...
... sind innovativ und kreativ
... können Frischprodukte verarbeiten
... sind belastungsfähig
... sind in der Lage, den Spagat zwischen einfacher, ehrlicher sowie unkomplizierter Küche auf der einen und anspruchsvoller(er) Küche auf der anderen Seite zu vollbringen
... binden regionale Produkte und Gerichte in Ihr Angebot ein
... sind geschult in Kalkulation und Preisgestaltung
... verfügen über einen ausgeprägten Sinn für Sauberkeit und Hygiene
... besitzen einen Berufsbildner-Ausweis

Wir bieten Ihnen...
... kulinarische Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten
... selbstständiges Arbeiten in einem kleinen Team
... zeitgemässe Anstellungsbedingungen und Weiterbildungschancen
... einen Arbeitsplatz mit unverwechselbarem, historischem Charme

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Gasthaus Schwyzer-Stubli, Marilyne Zemp und Kathrin Hügi,
Riedstrasse 3, 6430 Schwyz, Telefon 041 811 10 66,
info@schwyzer-stubli.ch, www.schwyzer-stubli.ch

Ein Unternehmen der [InGastronomie AG]

16305-7416

fassbeiz
restaurant kultur partyservice

Junges & motiviertes Beizenteam in Schaffhausen sucht ab Dezember '11

Kreativen Catering-Koch

Wir bieten:
- gute Entlöhnung
- wohlgesinnte Kundschaft
- abwechslungsreiche Tätigkeiten

Ihr Profil:
- ausgebildete/r Koch/Köchin
- Mindestalter 22 Jahre
- mind. 2 Jahre Berufserfahrung
- Fahrzeugführerschein Kategorie C
- gute Deutschkenntnissen
- gepflegtes Auftreten
- selbstsicher & belastbar
- teamfähig & selbstständig
- längerfristiges Engagement

Bewerbung bitte an **job@fassbeiz.ch**
Infos: **www.partyservice.fassbeiz.ch**

16335-7434

Wollen Sie Ihren Gastrovirus während den normalen Büroarbeitszeiten leben?

Graf Z

Wir machen es möglich!

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

Koch (m/w)

ab sofort 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 à-la-carte-Bereich mit 200 Sitzplätzen und grosser Terrasse mit 240 Sitzplätzen, ein Bistro/Take-away sowie das Catering für die Stockwerkverpflegung, Konferenzen und Sonderveranstaltungen. Der Betrieb ist mehrheitlich auf die Büroöffnungszeiten ausgerichtet.

Sie lieben Ihren Beruf, konnten sich in der Kochkunst bereits unter Beweis stellen und lieben die Frischküche. 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

16239-7381

Ein Betrieb der Gamag Management AG · www.gamag.ch

Für unser vielseitiges Restaurant auf der Luzerner Allmend, mit regem à la carte- und Bankettbetrieb, suchen wir:

Koch / Hilfskoch 100%
Pizzaiolo 100%
Officemitarbeiter/in Teilzeit (im Stundenlohn)

Sie haben bereits Erfahrung und beherrschen die deutsche Sprache sehr gut. Auch in hektischen Zeiten behalten Sie den Überblick und einen kühlen Kopf. Teamgeist und Flexibilität setzen wir voraus.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich Herr Max Thoma, Geschäftsführer.

Horwerstrasse 93 Tel. +41 (0)41 310 15 84 www.schuetzenhaus-allmend.ch
6005 Luzern Fax +41 (0)41 311 15 57 info@schuetzenhaus-allmend.ch

16306-7417

1881 The Dom

Saas Fee

Die Rückkehr der Tradition

The Dom präsentiert sich neu als 4-Sterne-Hotel mit grossem Komfort und innovativen Lösungen, mit denen wir unsere Gäste verblüffen und verwöhnen werden.

Um unsere internationale Kundschaft in einer der Top-Wintersport-Destinationen der Alpen rundum zufriedenzustellen, suchen wir zur Ergänzung unseres Teams

Köche

Servicemitarbeiter/innen

Bewerbungen:

The Dom
Martin und Anett Beutler
Dorfplatz 2
3906 Saas Fee
Tel. 0041 27 958 77 00
E-Mail: dom-saas-fee@bluewin.ch

16333-7435

Spital Schwyz

Das Spital Schwyz ist ein mittelgrosses Akutspital und für die medizinische Grundversorgung im Einzugsgebiet zuständig. ‚In guten Händen' ist unser zentraler Leitbildsatz. Dazu trägt die Reinigung mit ihren wichtigen Aufgaben viel bei. Wir suchen im Sinne einer Nachfolgeplanung ab 1. Februar 2012 oder nach Vereinbarung eine/e

Leiter/in Reinigung 100%

Als unternehmerisch handelnde, teamorientierte und führungserfahrene Person sind Sie zuständig für die Optimierung, Standardisierung und kontinuierliche Verbesserung der Prozesse und Dienstleistungen des Reinigungsdienstes. Qualität und Weiterentwicklung der vielfältigen Aufgaben sind Ihnen ein wichtiges Anliegen. In dieser Kaderfunktion unterstützen Sie die Leiterin Hotellerie bei der Entwicklung des Bereiches. Sie führen ein Team von 34 Mitarbeitenden, bilden eine Lernende Hauswirtschaft aus und werden kompetent vertreten durch Ihre Stellvertreterin.

Dank Ihrer Berufsausbildung in Hauswirtschaft oder Hotellerie auf Fachhochschulniveau, einigen Jahren Berufserfahrung und kontinuierlicher Weiterbildung gelingt es Ihnen in kurzer Zeit, die abwechslungsreichen Aufgaben selbstständig auszuführen. Die Zusammenarbeit mit Menschen aus verschiedenen Kulturen ist Ihnen vertraut. Als Teamplayer/in verfügen Sie über ausgeprägtes kommunikatives Geschick. Mit Ihrer guten Arbeitsorganisation erzielen Sie Effizienz und hohe Qualität. Als motivierte, gepflegte Persönlichkeit, die gerne Verantwortung übernimmt, sind Sie Ihrem Team ein Vorbild.
Wir bieten Ihnen eine interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem wirtschaftlichen, dienstleistungsorientierten Unternehmen mit guten Anstellungsbedingungen in einem eingespielten und dynamischen Team.

Sind Sie an dieser Herausforderung interessiert und möchten mehr Informationen? Maria Schöpfer, Leiterin Hotellerie, T 041 818 40 57, freut sich auf Ihren Anruf.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:
Spital Schwyz · Personaldienst · Waldeggstrasse 10 · 6430 Schwyz
susanne.schuepbach@spital-schwyz.ch
www.spital-schwyz.ch

In guten Händen

16321-7425

Wir suchen ab Frühling 2012

Indischen Spezialitätenkoch

z. Hd. Restaurationsbetriebe
Jungfraujoch und Eigergletscher
Martin Soche
3823 Eigergletscher

15562-7221

ENZLER

Mit über 2000 qualifizierten Reinigungsfachleuten sorgen wir bei vielen Klein- und Grosskunden für perfekte Sauberkeit und Hygiene. Unsere Fachkräfte arbeiten in der Unterhalts-, Industrie-, Spital-, Labor-, Bau-, und Hotelreinigung in der ganzen Schweiz. Für ein renommiertes Hotel der gehobenen Klasse suchen wir auf dem Platz Zürich City suchen wir per **Dezember 2011 und Januar 2012** motivierte, engagierte und freundliche

Mitarbeiter/innen
für die Zimmerreinigung
&
Mitarbeiter/innen Tagesreinigung (Public Area)
sowie
Mitarbeiter/innen Nachtreinigung (Public Area)

Erfahrung in der Hotelreinigung und Kenntnisse der deutschen Sprache sind Voraussetzung.

Sind Sie interessiert und motiviert? Wir freuen uns auf Sie.
Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte mit Photo an Frau Sandra Weber.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Enzler Reinigungen AG
Sandra Weber
Edenstrasse 20
CH-8027 Zürich
Tel: 044 455 55 39
s.weber@enzler.com

16303-7414

HOTEL **KREUZ** KONOLFINGEN

Nach Vereinbarung suchen wir unseren

Hofa

Ihre Aufgaben:
Hotelreception
Gästebetreuung
Speiseservice

Gerne lernen wir Sie näher kennen.

Hotel Restaurant Kreuz
Herr Raymond Schauss
3510 Konolfingen

16921-7443

Glarnerland, Braunwald, 1400 m ü. M.

Im Dezember 2011 eröffnen wir das «Ahorn» Braunwald in neuen Gebäuden mit neuem Konzept. Was bleibt, ist die Lage: beste Aussicht auf Berge, Sonne, Mond und Sterne. Und ideal, um vor der Tür loszuwandern oder die Ski anzuschnallen.

Das Zentrum im neuen «Ahorn» ist die Küche: Ehrlich und exzellent soll sie sein und mit lokalen Produkten Gourmets verwöhnen. Tagsüber kommen unsere Gäste in den Wanderschuhen vorbei oder zum Après- Ski. Am Abend geniessen sie hoch über dem Tal ein Mehrgangmenü, um danach in unseren Chalets ins Bett zu sinken. Das «Ahorn» bietet Ruhe und Rückzug. Es eignet sich aber auch für Feiern, Seminare und Auszeiten.

› Restaurant mit je 80 Innen- und Aussenplätzen auf Aussichts- und Sonnenterrasse
› Stilvolles Wohnen auf dem Berg in 4 Holz-Chalets und 2 grossen Suiten, alle mit 4 Betten

Köche, Küchen-, Service & Hauswirtschafts-Team
(Voll- und Teilzeitstellen)

Wir suchen Menschen die...
› das führende Haus im Glarnerland mitaufbauen wollen
› hohe Ansprüche an Dienstleistung stellen
› mit Überzeugung und Freude die Gastgeberrolle leben
› sich selbst und die Kollegen im Team motivieren und inspirieren
› offen und kommunikativ sind
› gerne in den Bergen und mit der Natur leben

Interessiert? Auf Ihre Anfrage oder Bewerbung freut sich

Robert Sutter, Projektleiter,
VR Pension Ahorn AG
Sutter Projects GmbH
Mühlegasse 12a, 6340 Baar ZG
info@sutter-projects.ch
www.ahorn-braunwald.ch

ahorn braunwald

16757-7438

E Job im Schnee, was wotsch no meh!

Berggasthaus Gobeli
an der Rinderberg-Skipiste, 1500 m ü. M., 3770 Zweisimmen, Restaurant, Sonnenterrasse, 35 Gästebetten, sucht für die Wintersaison 2011/12 zur Ergänzung des Teams folgende tüchtige und freundliche Mitarbeiter/innen.

Service-fachangestellte und Kellner

Selbstständige Führung einer Servicestation mit Inkasso, auch A-la-carte-Service, sprachenkundig.

Jungkoch oder Köchin

mit abgeschlossener Lehre, pflichtbewusst und anpassungsfähig, in kleinem Team, Eintritt Dezember.

Wir bieten gute Entlöhnung, Kost und Logis im Haus.

Es freut sich auf Ihre Bewerbung mit Zeugnissen und Foto:

Fam. Hans Wagner
Schmiedengasse 1
3377 Walliswil b. Wangen
☎ 032 631 21 74
www.gobeli.ch

16268-7400

HOTEL - RESTAURANT
Walliser Spycher
SWISS CHALET-STYLE HOTEL
CH-3987 RIEDERALP WALLIS

SWISS-CHALET-STYLE-HOTEL
Gourmet Restaurant

Wintersaison im Unesco-Gebiet «Aletsch», ideal für Wintersport!

Wir suchen ab dem 15. Dezember bis ca. 10. April 2012 folgende Mitarbeiter/innen:

ENTREMETIER – TOURNANT
COMMIS DE CUISINE
HILFSKOCH/ALLROUNDER
SERVICEFACHANGESTELLTE (w)

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Familie Armin Berchtold-Lampart, Telefon 027 927 22 23, Fax 027 927 31 49.

www.walliser-spycher.ch
E-Mail: mail@walliser-spycher.ch

16325-7426

Bänklialp
Hotel Restaurant ★★★

Machen Sie Ihren nächsten KARRIERESCHRITT ab Dezember 2011!

Sind Sie eine kreative und ideenreiche Persönlichkeit, lieben den Kochberuf und suchen einen selbständigen Posten als
Commis de Cuisine (100 %)?

Lieben Sie die persönliche Gästebetreuung? Dann sind Sie bei uns genau richtig, als
Servicemitarbeiter/in (100% oder Teilzeit).

Wir bieten Ihnen einen Arbeitsplatz an der «Sonnenseite des Lebens», eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit im familiären Ambiente, mit viel unternehmerischer Freiheit und Eigenverantwortung.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Martina Kollreider:

Hotel Bänklialp
Bänklialpweg 25, 6390 Engelberg
Tel.: 041 639 73 73 Fax: 041 639 73 74
martina.kollreider@baenklialp.ch www.baenklialp.ch

16759-7439

KRONE
DIETIKON

Wir sind ein gepflegter Restaurationsbetrieb im historischen Gebäude mit langjähriger Tradition.

Auf November 2011 suchen wir Servicefachangestellte/ Restaurationsfachfrau/Mann

Sie haben eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie?
Sie arbeiten gerne in einem regen gehobenem Service?
Sind Sie zwischen 20 und 35 Jahre jung?
Ihre Muttersprache ist Deutsch?
Dann sind Sie unser/e Frau/Mann

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

Heinz Schenkel
Taverne zur Krone
Kronenplatz 1
CH-8953 Dietikon
Telefon: 044 744 25 35
www.kronedietikon.ch info@taverne-zur-krone.ch

16324-7427

keine News mehr
verpassen mit htrnews!
Anmelden unter www.htr.ch
htr hotel revue

HOTEL LINDENHOF

Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am schönen Brienzersee mit 40 Themenzimmern und über 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bankett- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Alles in ruhiger, grosszügiger und grüner Umgebung.

Für die Sommersaison 2012 suchen wir folgende Team-Mitglieder:

Receptionist/in (d/f/e) - ab 1.März oder nach Vereinbarung
welche/r unsere treue Stammkundschaft mit einem herzlichen und ehrlichen Lachen empfängt, professionell betreut und "leider" auch wieder verabschiedet. Jahresanstellung möglich.

Chefs de Partie - April/Mai
welche mit Leib und Seele dem Kochen verfallen sind und aus unserer marktfrischen Kräuterküche Gericht hervorzaubern, welche man nicht an jede Ecke geniessen kann.

Servicefachangestellte/r - d/f/e ab April/Mai
welche/r unseren grossen Stammgästekreis während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwöhnen und betreuen wollen.

Wenn Sie Lust haben in unserem jungen, motivierten Team mitzuwirken, dann senden Sie uns Ihre Unterlagen oder greifen für weitere Fragen zum Telefon. Herr Imhof und Frau Gerber geben Ihnen gerne Auskunft.

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

16309-7420

GRÄCHEN
BURGERBETRIEBE

Grächen – der familienfreundliche Ort mit 299,5 Sonnentagen – liegt auf einer Sonnenterrasse hoch über dem Mattertal. Das Skigebiet befindet sich zwischen 1620 und 2868 m ü. M. und erstreckt sich über 40 Pistenkilometer. Bergrestaurant Hannig. Walliser Spezialitäten, gutbürgerliche Küche. Gemütliches Selbstbedienungsrestaurant auf 2114 Metern gelegen. Sonnige Terrasse mit prächtigem Bergpanoramablick. Neu mit Kinderhort und Kinderrestaurant Mäc, SiSU, Hannighüsli (Winterbetrieb). Walliser Spezialitäten, gutbürgerliche Küche. Bei uns essen Sie ausgezeichnete Fondues und Käseschnitten. Schnööbar (Winterbetrieb), Après-Ski/Bar, Snacks. Die Schnöö-Skibar, direkt an der Piste, bietet ein vielfältiges Getränkeangebot. Stafelbar (Winterbetrieb), diverse Drinks. Der Treffpunkt für jung und alt. Direkt in der Sportarena, mit guter Musik, leckeren Drinks und happy people, steigt immer eine tolle Party!

Für die kommende Wintersaison suchen wir in unseren Bergrestaurants zur Ergänzung unseres Teams eine/n

- **Serviceangestellte/n**
- **Restaurationsfachfrau/-mann**
- **Barman/Barmaid**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit in einem aufgestellten Team, attraktive Arbeitszeiten und zeitgemässe Anstellungsbedingungen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto bis 15. November 2011.

Burgergemeinde Grächen
Herr Beat Amstutz
3925 Grächen
Tel.: +41 (0)27 955 60 20
Mail: beat.amstutz@graechen.ch

16291-7413

Stellenvermittlungen

Coole Jobs in Flumserberg
Saison- und Jahresstellen in Gastronomie und Gewerbe
Keine Vermittlungsgebühren
Alle Infos unter:
www.flumserberg.ch
Link „Jobs" auf Startseite

FLUMSERBERG

15559-7218

HOTEL CAREER
HORESTO Jobs

www.hotelcareer.fr **www.horesto.ch**

Offres et recherches d'emploi
sur 2 portails de recrutement spécialisés
pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

5601-3065

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
Gastgeber	Region Bern	J34919
Geschäftsführer/-in	Region Bern	J34907
Stellvertretende/-r Geschäftsführer/-in	Region Bern	J34908
Gastgeber/-in	Region Graubünden	J34960
Geschäftsführer/in	Region Ostschweiz	J35120
Pächterpaar oder Einzelperson	Region Ostschweiz	J35143
Pächter oder Pächterpaar	Region Zentralschweiz	J35142
Personalassistent/In mit Erfahrung	Region Zürich	J34984
Direktionsassistenten	Region Zürich	J35079
Personalleiter/in	ganze Schweiz	J35054
General Manager	International	J34976

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Rezeptionist/in	Region Bern	J35124
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J34921
Reservationsmitarbeiter/in	Region Bern	J34922
Rezeptionistin	Region Bern	J35041
Receptionistin (40%)	Region Bern	J34975
Réceptionist/in	Region Bern	J34966
Reservationsmitarbeiter/in	Region Bern	J34882
Chef de réception	Region Bern	J34950
Night Auditor	Region Bern	J34880
Rezeptionist	Region Bern	J34881
Chef de réception	Region Bern	J35060
Front Office Praktikant	Region Bern	J34939
Mitarbeiter/in Réception	Region Bern	J35063
Rezeptionist	Region Graubünden	J34937
Rezeptionist	Region Graubünden	J35055
Receptionistin	Region Graubünden	J35165
Hotel & Direktionssekretärin/Réceptionistin	Region Mittelland (SO,AG)	J35123
Front Office Praktikant	Region Oberwallis	J34952
Praktikant Front Office	Region Oberwallis	J35101
Reservationsmitarbeiter/in	Region Oberwallis	J35116
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J35106
Reservationsmitarbeiter/in	Region Oberwallis	J35117
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J34883
Chef de réception	Region Oberwallis	J34951
Chef de réception	Region Ostschweiz	J34949
Réceptionist / -in	Region Zentralschweiz	J34971
Rezeptionist	Region Zentralschweiz	J34945
2. Chef de réception	Region Zentralschweiz	J35128
Night Auditor 20%	Region Zürich	J35050
Réceptionist/in 60%	Region Zürich	J35168
Receptionspraktikant/in	Region Zürich	J35163
Garderobemitarbeiter temporär	Region Zürich	J35160
Front Office Praktikant	Region Zürich	J34898
2. Chef de réception	Region Zürich	J34899
Stv. Chef de réception	Region Zürich	J35146
Réceptionspraktikant/In	Region Zürich	J35150
Receptionistin	Region Zürich	J35131
Nachtportier Aushilfe	Region Zürich	J35082
Réceptionist/in	Region Zürich	J35076
RéceptionistIn	Region Zürich	J34983
Front Office Manager	Region Zürich	J35051
Réceptionist/in Stv. Teamleitung	Region Zürich	J35047

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	Region Bern	J34895
Demi-chef de partie	Region Bern	J34977
Chef de partie	Region Bern	J34954
Commis de cuisine	Region Bern	J34872
Motivierter Jungkoch	Region Bern	J34913
Chef de Partie	Region Bern	J34915
Produktionsleiter/Küchenchef	Region Bern	J34914
Commis de cuisine	Region Bern	J35058
Sous-chef	Region Bern	J35125
Commis de cuisine	Region Bern	J35135
Küchenchef	Region Bern	J34940
Chef Tournant	Region Bern	J34947
Chef de partie	Region Bern	J35059
Koch	Region Bern	J35062
Chef Saucier	Region Bern	J35112

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de cuisine	Region Bern	J35138
Chef de Partie	Region Bern	J34920
Demi Chef Pâtisserie	Region Bern	J35111
Küchenchef	Region Graubünden	J34859
Chef de partie Saucier	Region Graubünden	J35121
Küchenchef	Region Graubünden	J35087
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J34870
Koch/Köchin	Region Mittelland (SO,AG)	J35046
Pizzaiolo	Region Mittelland (SO,AG)	J34948
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J34871
Chef de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J34924
Küchenchef	Region Mittelland (SO,AG)	J35161
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J34877
Chef de partie	Region Oberwallis	J34897
Chef de partie	Region Oberwallis	J34955
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J34878
Küchenchef	Region Ostschweiz	J34884
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J34875
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J34969
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J34874
Chef de Partie	Region Zürich	J35077
Chef de partie	Region Zürich	J35153
Chef de partie	Region Zürich	J34927
Commis de Cuisine	Region Zürich	J35070
Sous-Chef/Chef de Partie	Region Zürich	J35064
Sous-Chef Bankett	Region Zürich	J35149
Sous-Chef	Region Zürich	J34988
Sous-Chef	Region Zürich	J35148
Commis de cuisine / Anfangs Chef de partie	Region Zürich	J35095
Chef de Partie	Region Zürich	J35113
Koch temporär	Region Zürich	J35154
Commis de Cuisine	Region Zürich	J34985
Commis de Cuisine	Region Zürich	J34931
Chef de Partie	Region Zürich	J34989
Commis- und Chef de partie	ganze Schweiz	J34965
Sous-chef Junior - UK - Region Bristol	International	J35104
Chef de partie - UK - Region London	International	J34863
Chef de partie catering - UK - Region London	International	J35115
Sous-chef catering - UK - Region London	International	J35114
Sous-chef Senior - UK - Region London	International	J34862

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Teamleiter Seminar	Region Basel	J34929
Mitverantwortlicher Bankett und Event	Region Bern	J34917
Servicepraktikant/-In	Region Bern	J28768
Abgänger Hotelfachschule	Region Bern	J34909
Veranstaltungskoordinator	Region Bern	J35127
Chef de service / Gastgeberin	Region Graubünden	J35122
Chef de Service	Region Graubünden	J34987
F&B Manager	Region Graubünden	J34956
F&B Manager Assistant	Region Oberwallis	J34894
F&B Praktikant	Region Ostschweiz	J34963
Seminar- & Bankettleiter	Region Zentralschweiz	J34933
F&B Manager Assistant Einkauf	Region Zentralschweiz	J34943
Bankett & Event Manager	Region Zentralschweiz	J34893
Event Manager	Region Zürich	J34973
Bartender	Region Zürich	J35167
Geschäftsführer Assistent m	Region Zürich	J35086
Leiter Bankette & Events	Region Zürich	J35066
Chef de Bar	Region Zürich	J35133
Sous Chef mit Ablöse Küchenchef & Front cooking	Region Zürich	J35130

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicemitarbeiter	Region Bern	J34972
Chef de Service	Region Bern	J34916
Chef de rang	Region Bern	J34923
Restaurationsfachmann	Region Bern	J34938
Barfachmann	Region Bern	J34866
Restaurantleiter	Region Bern	J35042
Demi-chef de rang	Region Bern	J35118
Servicefachangestellte	Region Bern	J34918
Restaurantleiter	Region Bern	J34892

In Aarau ist per 1. August 2012 das
Restaurant
im **Gemeinschaftszentrum Telli** zu vermieten.

Das Gemeinschaftszentrum wird im kommenden Jahr komplett erneuert und dabei entsteht auch unser Restaurant ganz neu. Es umfasst 50 Innen- und 60 Aussenplätze.

Einem initiativen Wirt bietet sich die Chance, einen neuen, aber dennoch gut eingeführten Betrieb zu übernehmen und bereits während der Umbauphase die eine oder andere Idee einzubringen.

Für mehr Informationen steht Ihnen Herr Beat Lauterjung, **079 311 20 48**, gerne zur Verfügung.

Angebote an: GZ Telli, Postfach 622, 5004 Aarau
16275-7405

A vendre | To sale
Région Verbier, La Tzoumaz
Hôtel, 30 chambres
future App. Hotel, etc.
à rénover, prix Fr. 2 500 000.–
CONTACT
www.guinard.com
info@swissrealestategroup.com
15189-7173

HESSER
Unternehmensberatung
Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – zu vermieten – oder suchen Sie einen Betrieb, wir sind die Drehscheibe für Hotels und Restaurants seit 35 Jahren
Poststrasse 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57, hesser@bluewin.ch
14752-7129

Gastroconsult
UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Das Parktheater Grenchen bildet mit seinem Restaurant und grosszügigen Räumlichkeiten einer der wichtigsten Treffpunkte im gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Leben der Stadt und Region Grenchen.

Im Auftrag des Verwaltungsrats der Genossenschaft Parktheater Grenchen suchen wir per **1. Juli 2012** einen kreativen, engagierten Wirt / Wirtepaar zur Übernahme des

Restaurant Parktheater in Grenchen

Der eigenständige Gastronomiebetrieb ist mit einer gut ausgebauten Bankettinfrastruktur, grosszügigen Gasträumlichkeiten und Gartenanlage (Park) ausgestattet. Das Restaurant befindet sich mit Bahn-, Bus- und Parkplatzerschliessung an bester Verkehrslage.

Faire Mietzinskonditionen und ein grosses Stammkundenpotential ermöglichen einem ambitionierten Restaurateur/in ab Sommersaison 2012 einen attraktiven Karriereschritt.

Vom zukünftigen Parktheater-Mieter erwarten wir:
- Grosse Erfahrung im à la Carte- Geschäft
- Organisationstalent im Bankettwesen
- Sozialkompetenz und Flexibilität
- wirtschaftliches Denken und Handeln

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, rufen Sie uns an, gerne senden wir Ihnen die detaillierte Mietdokumentation mit Angaben zu den Räumlichkeiten und Mietzinskonditionen. Bitte melden Sie sich bei:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung | **Tina Müller**
Standstrasse 8 | Postfach | 3000 Bern 22
Tel. 031 340 66 29 | Fax 031 340 66 33
E-Mail: tina.mueller@gastroconsult.ch
Web: www.gastroconsult.ch
15952-7312

Zu kaufen gesucht/allenfalls Pacht
Nachfolger gesucht?
Als Gastgeber aus Leidenschaft (Quereinsteiger) suchen wir im Kanton Graubünden, bevorzugt in Tourismusdestination mit guter Sommer- und Winterinfrastruktur, ein gut geführtes 3-Sterne-Hotel mit Restaurant zum Weiterführen in eine erfolgreiche Zukunft.
Urs Rüegg, 078 715 95 40, urs.rueegg@solnet.ch
16332-7432

ZU VERKAUFEN!
EINZIGARTIG IN DER SCHWEIZ!
IM ZENTRUM DER SCHWEIZ!
VERGNÜGUNGSPARK UND RESTAURANT
– GEBÄUDE AUF 4 ETAGEN MIT DIVERSEN RESTAURANTS: ORIENTALISCH, EXOTISCHES KAFFEE, KLEINE PIRATENBAR.
– 3 SHOWS MIT THEMEN
– PIRATEN, ABENTEUER UND SPUKSCHLOSS
– UMSCHWUNG: 13 MODERNE KARUSSELLS UND VERSCHIEDENE ATTRAKTIONEN, WESTERNDORF USW.
GROSSES ENTWICKLUNGSPOTENZIAL
NUR SERIÖSE INTERESSENTEN
ANGEBOT:
BÜRO M.P. – POSTFACH 778 – 2501 BIEL
16634-7436

hoteljob.ch
Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
Le No 1 parmi les plates-formes de l´emploi suisses pour l´hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

htr hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi – immobilienrevue / marché d'immeubles
Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché d'immeubles pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

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

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Hobmeier
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Emanuel Müller
Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo Costa, Patricia Nobs Wyss, Alain Hänni

E-Mail: inserate@htr.ch / **Homepage:** www.htr.ch
Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch/Denise Karam

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

Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue
– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadri CHF 2.10
– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadri CHF 2.10
– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadri CHF 2.30

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

Immobilienrevue / marché d'immeubles – Kleinanzeigen / petite annonces
– Immobilien / immeubles – Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadri CHF 2.10
1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine

	Nr. 42/2011	Nr. 43/2011	Nr. 44/2011	Nr. 45/2011
– Ausgabe / Numéro				
– Erscheint / Parution	20. 10. 2011	27. 10. 2011	3. 11 2011	10. 11 2011
– Anzeigenschluss / Délai	17. 10. 2011	24. 10. 2011	31. 10. 2011	7. 11. 2011

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

Doppelnummern / **Numéros couplés**	Nr. 27/28 / 7.7.2011	Nr. 29/30 / 21.7.2011	Nr. 51/52 / 22.12.2011

Herstellung / Production: NZZ Print, Postfach, 8021 Zürich

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

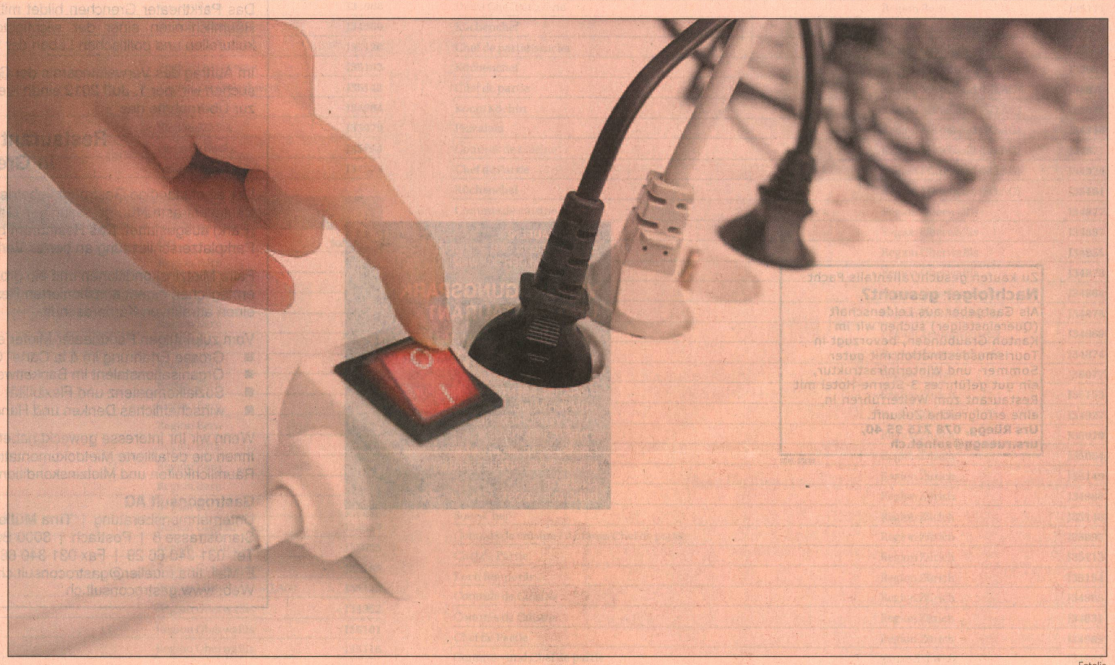
Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet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

immobilienrevue htr
marché immobilier

htr hotel revue Nr. 41 / 13. Oktober 2011

Energieeffizienz

Welche Möglichkeiten stehen dem Hotelier heute zur Verfügung, die Emissionen zu senken ohne grosse Investitionen tätigen zu müssen?



Fotolia

Gebäudeautomation

KURT PETAK
HEAD VERTICAL MARKET
HOSPITALITY
BAU BUILDING AUTOMATION
SIEMENS SWITZERLAND LTD

Oft haben einfache Vorkehrungen bereits eine grosse Wirkung. Die Sensibilisierung der Mitarbeitenden zu energieeffizientem Handeln ist die wichtigste Massnahme. Das Abschalten unnötiger Lichtquellen gehört da ebenso dazu wie das Schliessen von Türen und Fenstern. Aber Abläufe, die automatisiert werden können, sollten einem Gebäudeautomationssystem übertragen werden. Darunter versteht man die rechnerunterstützte Betriebsführung, Überwachung und Optimierung der Gebäudetechnik. Die Gebäudeautomation stellt eine kostengünstige Energieeffizienzmassnahme mit grosser Wirkung dar. Der Anwendungsbereich reicht von der Beleuchtung, Beschattung bis hin zur Klimaregulierung. Im Hotel sind zwei Bereiche für deren Einsatz zentral: Die effiziente Aufbereitung aller im Hotel benötigten Energien sowie das effiziente Hotelraummanagement der Gästezimmer.

Energieaufbereitung

Bei der Energieaufbereitung bestehen anlageseitig verschiedene Ansatzpunkte für Effizienzmassnahmen. Gut isolierte Leitungen im Heizverteiler gehören da genauso dazu wie die konsequente Wärmerückgewinnung. Regelungsseitig kann z. B. mit Zeitschaltprogrammen oder CO_2-Fühlern Energie gespart werden. Wichtig ist, dass die Gebäudeautomation systemübergreifend realisiert wird und alle Bereiche kommunikativ verbindet. Die Gästezimmer sind heute in vielen Hotels von der Gebäudeautomation abgekoppelt. Oft kommen Thermostatventile zum Einsatz. Bei Überhitzung des Raumes werden diese durch den Gast verstellt, dem Hotelpersonal fällt die Aufgabe zu, diese beim Check-out wieder zurück auf einen energieeffizienten Modus zu stellen.

Hotelraum-Managementsystem

Ein modernes Hotelraum-Managementsystem mit kommunikativer Einzelraumregelung bietet hier Abhilfe. Dieses muss den Bedürfnissen des Gastes gerecht werden, bedarfsorientiert sowie an das Frontoffice-System angeschlossen sein, um eine maximale Energieeffizienz ohne Einbussen beim Gästekomfort zu erzielen. Mit dem Einsatz von Gebäudeautomationssystemen profitiert der Nutzer vom optimalen Zusammenspiel der gebäudetechnischen Anlagen bei einem Minimum an Personal-/Ressourceneinsatz. Trotz «Automatisierung» bleiben gezielte individuelle Eingriffe durch den Menschen bei modernen Gebäudeautomatisierungskonzepten bestehen. Daraus resultiert ein maximaler Komfort zu minimalen Gesamtkosten. Energieeinsparungen von 20 bis 40 Prozent sind damit möglich.

hotelpower.ch

hotelleriesuisse hat eigens für Energiefragen ein Internetportal geschaffen: www.hotelpower.ch. Dort finden Sie weitere Anregungen zur Steigerung der Energieeffizienz in Ihrem Hotel.

Liegenschaften verkaufen – neu auch online
www.htr.ch/immobilien
htr hotel revue