Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 44

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: 29.06.2025

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

317

htr hotelrevue
avec cahier français
3. November 2011
Nr. 44 / Fr. 4.50 / €2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 303 Stellenangeboten

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
BB013
02/12

Chillon
Ein neues Konzept für die Aussenbeleuchtung setzt das Château touristisch ins rechte Licht.
Seite 19

Vergünstigung
Um auf Gutscheinportalen präsent zu sein, müssen Touristiker grosse Rabatte gewähren. Für Anbieter ein lukratives Geschäftsmodell.
Seite 4

Belohnung
Dank guter Noten darf eine Auszubildende ein Praktikum bei einem Bündner Winzer absolvieren.
Seite 16

Bergbahnen
«Es war ein Wechsel von einer Unternehmung mittlerer Grösse zum Klassenprimus.»
Seite 5

Wintereinbruch?

Der kommende Winter wird für die Tourismusbranche kein Honiglecken. BAK Basel erwartet 2,6 Prozent weniger Hotel-Logiernächte.

DANIEL STAMPFLI

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gestalten sich für den kommenden Winter schwierig. Die Frankenstärke und die deutlich abgeschwächte weltweite Konjunktur belasten die Tourismusnachfrage. BAK Basel erwartet für die anstehende Wintersaison ein Minus von 4,2 Prozent bei der Auslandsnachfrage. In den Berggebieten wird die Einbusse höher sein als in den Städten. Um den Winter trotz den Unwägbarkeiten möglichst schadlos zu überstehen, empfiehlt Richard Kämpf, Ressortleiter Tourismus im Seco, den Leistungsträgern, aussergewöhnliche Angebote zu schaffen.

Nicht nur der Hotellerie, sondern auch den Schweizer Bergbahnen bringt das Tourismusjahr 2012 einen Nachfragerückgang. Dieser fällt auch laut BAK Basel allerdings mit 0,6 Prozent dank dem günstigeren Ostertermin 2012 viel moderater aus als in der Hotellerie. BAK Basel prognostiziert, dass die Schweizer Tourismuswirtschaft im Tourismusjahr 2013 auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zurückkehren wird.

Aus Sorge um die einbrechenden Logiernächtezahlen fordert hotelleriesuisse im Hinblick auf die Wintersession 2011 ein zweites Massnahmenpaket zur Abfederung der Frankenstärke. Angestrebt wird die Aussetzung der Mehrwertsteuerpflicht für die Beherbergung im nächsten Jahr. Ab 2013 soll im Rahmen eines Zweisatzmodells die Mehrwertsteuer fürs ganze Gastgewerbe auf 2,5 Prozent gesenkt werden.
Seite 3 und 22

Zug: globaler Schmelztiegel

Zug tickt anders. Die Destination kann nicht 1:1 mit anderen verglichen werden. Dies merkt auch die Zuger Tourismusorganisation. Sie soll nämlich in erster Linie der Bevölkerung das Freizeitangebot der Region näherbringen, Feriengäste zu akquirieren hingegen ist für sie schwierig. Da die Logiernächte zum allergrössten Teil von Businessreisenden generiert werden und dies nur an drei Tagen in der Woche, sind die Packages, die Zug Tourismus schnürt, bei den Hoteliers nur bedingt gefragt.

Sehr begehrt hingegen ist Zug nach wie vor als Firmen-Standort. Dies, obwohl der Kanton die Unternehmen nicht mit finanziellen Lockmitteln holt. Die Steueroase Zug geniesst weltweit einen guten Ruf. Das hat zur Folge, dass die vielen Expatriates das Gesellschafts- und Freizeitleben der Stadt zunehmend prägen. sls
Seite 7 bis 12

zvg

Der Bahnhof Zug wurde dank des Lichtkonzepts von James Turrell zur Sehenswürdigkeit.

Kommentar

In harten Zeiten braucht die Branche positive Signale

ELSBETH HOBMEIER

Der vergangene Sommer war hart für die Tourismusbranche. Und der kommende Winter wird es nicht minder werden. In diese Richtung weisen die Zahlen, die diese Woche vom BAK veröffentlicht worden sind. Die in der Botschaft verpackten guten Nachrichten dürfen immerhin freuen: Schweizer bleiben ihren Wintersportorten weitgehend treu. Und der Geschäftstourismus ist von Einbrüchen kaum betroffen.

Alles andere ist weniger erfreulich. Bei Gästen aus dem Euroraum wird eine Einbusse von 4,2 Prozent erwartet. Und die Seco-Prognose, dass erst ab 2013/14 die Bäume wieder in den Himmel wachsen werden, könnte wohl auch zutreffen.

«Schönreden bringt wenig. Katastrophenstimmung und Effekthascherei auch nicht.»

Die Branche muss der Situation ins Auge blicken, Schönreden bringt wenig. Katastrophenstimmung und Effekthascherei allerdings auch nicht. Wenn sich Jürg Schmid mit Schlagzeilen wie «Wir rechnen mit höheren Konkurszahlen in der Hotellerie» zitieren lässt, ist dies wohl kaum das richtige Signal, das die Branche jetzt von Schweiz Tourismus braucht. Denn was der Hotellerie schadet, reisst auch Wirte, Skilehrer, Zulieferer in die Minuszahlen. Hier Gegensteuer zu geben, muss jetzt das Ziel aller sein.
Seite 3 und 22

Markus Hasler, CEO Zermatt Bergbahnen.

Nadia Simmen/zvg

eTourism 2011

Gut positionierte Hotels punkten auch im Internet

Wenn Hotels solide Instrumente zur Qualitätsprüfung einsetzen und klar positioniert sind, schlägt sich das positiv auf Bewertungen im Internet nieder. Zu diesem Resultat kommt eine Studie, die hotelleriesuisse in Auftrag gegeben hat. Über aktuelle Erkenntnisse in eTourism diskutieren Experten vor Publikum an einer Fachtagung in Siders. rom
Seite 2

Immaterielles Kulturerbe

Angebotsgestaltung von Brauchtum: Aktive Träger sollen mitreden

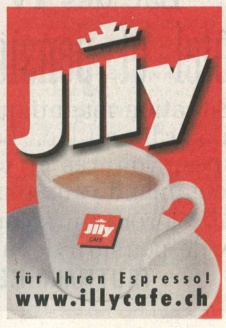
Das Bundesamt für Kultur (BAK) veröffentlichte jüngst die Liste des immateriellen Kulturerbes der Schweiz. Die 167 erfassten Bräuche und Handwerkstechniken werden mit der Publikation vermehrt auch für die touristische Vermarktung interessant. An der nationalen Fachtagung «Immaterielles Kulturerbe und Tourismus» unter der Leitung der Hochschule Luzern diskutierten Exponenten aus Tourismus, Kulturwissenschaft und -praxis die Chancen und Risiken einer touristischen Inwertsetzung der Traditionen und Bräuche.

Während die Entwicklung kultureller Angebote den betreffenden Regionen und Destinationen Wettbewerbsvorteile, Gelegenheit zur Differenzierung und Wertschöpfung bringen kann, sehen die Kulturfachleute die Bewahrung und Authentizität der Bräuche in Gefahr. Sie plädieren deshalb dafür, die Praktizierenden in die Angebotsgestaltung einzubeziehen. Ein Projekt der Hochschule Luzern erarbeitet aktuell einen Praxisleitfaden, der Touristiker und aktive Träger einbinden soll. sag
Seite 13

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 44

ANZEIGE

Alles paletti!
Die Software für einfache und schnelle Lagerbewirtschaftung
fideHotel
www.fidehotel.ch



Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf
HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.
www.horego.ch

SUN TOP 3100®
Windfest bis 75 km/h und 100 % wasserdicht!
KÄSTLISTOREN
Kästli & Co. AG
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch
Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

Aus der Region

Berner Oberland

Freie Fahrt für die Berner Oberland Bahnen

zvg

Die **Berner Oberland-Bahnen** verkehren wieder auf dem gesamten Streckennetz. Die Schäden, welche das Hochwasser vom 10. Oktober verursacht hat, belaufen sich auf rund 2 Mio. Franken. Das Gleis wurde an mehreren Stellen überschwemmt und Teile des Bahntrassees wurden fortgespült. Der Bahnbetrieb musste zwischen Zweilütschinen und Lauterbrunnen eingestellt werden. Nun wurde ein grosser Teil der Schäden behoben.

Neuer Geldgeber für die Brienz Rothorn Bahn

Alain D. Boillat

Die Zentralbahn (zb) übernimmt per Ende Oktober die Beteiligung der SBB von rund 2,5 Prozent an der **Brienz Rothorn Bahn** (BRB). Die zb wolle so die Beziehungen zur BRB und zum Haslital stärken, heisst es in einer Pressemitteilung. Mit dem Verkauf der Aktien würden die SBB die Bestrebungen der Zentralbahn unterstützen, sich in Zukunft noch stärker im Freizeitsegment zu positionieren.

Innerschweiz

Ein neues Kapitel in Samih Sawiris' Geschichte

Die Andermatt Swiss Alps AG hat das Baugesuch für das Golfclubhaus eingereicht. Das Gebäude, das mitten im Golfplatz zu stehen kommt, soll im Winter 2013/2014 eröffnet werden. Im Winter soll der Golfplatz als Langlaufzentrum genutzt werden. Das Restaurant, das im Clubhaus untergebracht ist, hat das ganze Jahr geöffnet und ist auch für externe Gäste zugänglich. Die Anlage besteht aus einem 18-Loch-Golfplatz, einer 6 Loch-Übungsanlage und einer Übungsanlage für weite Schläge (Driving Range).

Basel

Buvetten müssen gewisse Regeln einhalten

Das Basler Bau- und Verkehrsdepartement (BVD) legte die Standorte für Buvetten und Verkaufsstände fest und regelt deren Betrieb. An 16 Orten dürfen Buvetten eingerichtet werden, an 32 Stellen Verkaufsstände. Ab 2013 sollen weitere Buvetten entlang des Rheinbords und in Grünanlagen entstehen. Die Buvetten-Betriebe sind auf sechs Monate im Sommer beschränkt und müssen minimale Gestaltungsstandards erfüllen. Die Betreiber dürfen nur Mehrwegbecher und -geschirr verwenden. ck

Gut positioniert, gut bewertet

Eine Studie zeigt, welche Faktoren die Bewertungen auf Online-Plattformen beeinflussen. Hotels mit einem hohen Q-Label punkten.

SIMONE LEITNER/MELANIE ROTH

Qualität zahlt sich aus – auch in Bezug auf die scheinbar schwierig kontrollierbaren Gäste-Bewertungen im Internet. Hotels, die solide Instrumente zur Qualitätsprüfung einsetzen, punkten auf Bewertungsplattformen: Je höher das Q-Label, desto höher die Punktezahl. Dies geht aus einer Studie hervor, die hotelleriesuisse beim Institut für Tourismus der HES-SO in Auftrag gegeben hat und auf Daten der Bewertungs-Suchmaschine Trustyou basiert. «Auch eine klare Positionierung des Betriebs schlägt sich positiv nieder», so Thomas Allemann, Leiter Mitgliederservice und Klassifikation bei hotelleriesuisse.

Laut Studie erreichen Hotels der höheren Kategorie tendenziell bessere Bewertungen. Dies lässt sich teilweise dadurch erklären, dass Hotels mit mehr Sternen auf mehr Diversität bei den Channels setzen. Denn Betriebe mit sehr vielen Quellen punkten auf den Plattformen. Hingegen zeigt sich: Je mehr Bewertungen ein Hotel erhält, desto kleiner die durchschnittliche Punktzahl. Der Weg zum Erfolg führt also über einige gute Bewertungen – in möglichst relevanten Plattformen. Zumal die Untersuchung Unterschiede zwischen den Plattformen zeigt. So beeinflussen Reviews auf booking.com und HRS die Punktzahl entscheidend: Gäste werden dort systematisch zur Bewertung aufgefordert, was zu einem grossen Volumen führt. Diese Bewertungen zeigen aber in eine negative Richtung. Hingegen haben Plattformen wie Tripadvisor und Holidaycheck – von Kunden eher spontan aufgesucht – einen positiven Einfluss auf die Punktzahl. Weiter untermauert die Studie die Wichtigkeit von «Service-Recovery»-Strategien, um negative Kommentare zu vermeiden. Sie beeinflussen die Punktzahl nämlich stärker negativ, als sich positive Kommentare positiv auf den Score auswirken.

> «Auch eine klare Positionierung schlägt sich bei Bewertungen positiv nieder.»
> **Thomas Allemann**
> hotelleriesuisse

Fotolia

Einige wenige gute Bewertungen führen zum Erfolg.

eTourism 2011 Die Themen: «More Sales, more Apps, more Social?»

Der Club EST-STF, in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Tourismusfachhochschule (STF) Siders und dem Institut für Tourismus (ITO) der HES-SO Wallis sowie dem IFITT Chapter Switzerland, lädt zur 12. Ausgabe des **Tourism Professionals Meeting** (TPM) in Sierre ein.

Das Thema des diesjährigen eTourism 2011: «More Sales, more Apps, more Social?» Der Event findet am Freitag, 2. Dezember in Siders (Hesso Wallis) statt. Konferenzen und Workshops, geführt von Tourismusexperten, sollen den Branchenleuten während des ganzen Tages einen vertieften Einblick in die Materie geben.

Die Keynote-Referenten sind Jean-Claude Morand, Cyberstrat & HEG Genève, Markus Wyler, Head of eCommerce Kuoni, und Nils Kuypers von Booking.com Schweiz. Weitere Experten werden am Nachmittag in den Ateliers referieren. sls

Informationen und Anmeldung:
http://tpm.hevs.ch

Rezidor Hotel Group steigert Umsatz und RevPAR im dritten Quartal 2011

Trotz Gewinn im 3. Quartal muss Rezidor für die ersten neun Monate des Jahres einen Verlust hinnehmen.

Im Zeitraum Juli bis September 2011 stieg der Umsatz der Rezidor Hotel Group mit den Marken «Radisson Blu» und «Park Inn» um 6,9 Prozent auf 219,4 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 205,3 Mio.). Das Betriebsergebnis (EBIT) im dritten Quartal beträgt 5,9 Mio. Euro gegenüber 9,4 Mio. im Vorjahr, die EBIT-Marge 2,7 Prozent gegenüber 4,6 im dritten Quartal 2010. Die durchschnittliche Belegung stieg im dritten Quartal 2011 leicht auf 69,8 Prozent (2010: 69,5), der RevPAR (Umsatz pro verfügbares Zimmer) wuchs um 2,3 Prozent von 67,5 auf 69,1 Euro.

Trotz der Umsatz-Steigerung im dritten Quartal bleibt der Konzern in der Verlustzone. Das Betriebsergebnis (EBIT) in den ersten neun Monaten beträgt -3,7 Mio. Euro. Laut Kurt Ritter, President und CEO von Rezidor, ist «die EBIT-Abnahme gegenüber dem letzten Jahr hauptsächlich das Resultat einer Timing-Differenz unserer Ausgaben für Marketing». kjv

Die BLS-Schiffe im Seegang

In der Saison 2011 verzeichnete die BLS Schifffahrt einen massiven Rückgang der Frequenzen. Sie rechnet mit einem Defizit von über 1,5 Mio. Franken.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Frequenzen auf den Oberländer Seen gingen gegenüber dem Vorjahr um rund 17 Prozent auf 864 000 Passagiere zurück. Besonders stark betroffen war der Thunersee mit einem Rückgang von 20 Prozent. Die Gründe liegen vor allem bei der gegenüber 2010 stark reduzierten Kursschifffahrt auf dem Thunersee, so eine Pressemitteilung. Mit einem Minus von 12 Prozent konnte sich der Brienzersee besser halten. Die BLS rechnet per Ende 2011 mit einem Verlust von über 1,5 Mio. Franken. Ausserdem muss sie ausserordentliche Einnahmenausfälle von rund 1,5 Mio. Franken auffangen infolge geringerer Anteile am GA- und Halbtax-Schlüssel. Die BLS wolle die Angebote künftig gezielter auf GA- und Halbtax-Besitzer ausrichten.

Das Schifffahrts-Angebot soll generell verbessert und notwendige Investitionen getätigt werden. Die Kosten für einen Neubau der sanierungsbedürftigen Werfthalle in Thun werden auf 15 bis 18 Mio. Franken geschätzt. Die BLS will zudem den Unterhalt der Flotte vorantreiben.

Die künftige Ausrichtung der Schifffahrt Berner Oberland werde intensiv diskutiert. schreibt die BLS. So soll die Wirtschaftlichkeit klar verbessert werden. Die neue Ausrichtung sei Teil des Strategiereviews Personenverkehr, der im Frühjahr 2012 verabschiedet werden soll.

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

Hotelarchiv Schweiz/zvg

KUSSNACHT
Lac des IV Cantons.
Hôtel et pension du Lac
Situation magnifique au pied du Righi. Jardin au lac. Bains du lac, chaloupes, voitures et chevaux à l'hôtel. Recommandé aux touristes, sociétés et clubs, qui y feront un séjour des plus agréables. Prix de pension depuis 5 fr.
TRUTMANN-MEYER, propriétaire.

Der Tourismusbranche bläst im kommenden Winter ein eisiger Wind um die Ohren: Ein starker Franken und eine schwächere Weltkonjunktur sorgen weiterhin für Verluste.

Swiss-Image

Es bleibt zu hoffen, dass sich die Schweizer Bergbahnen im kommenden Winter über hohe Gästefrequenzen freuen können.

Frostiges Klima

VIRGINIA NOLAN

Er ist leider nicht Schnee von gestern, der starke Franken. Was heisst dies für die Tourismusbranche im Winter? Richard Kämpf, Tourismusexperte im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), kündigte an der Medienkonferenz von Schweiz Tourismus (ST) «einen kräftigen Dämpfer» an. «Neben einem weiterhin starken Franken erwarten wir für 2012 eine schwächere Weltkonjunktur», sagte Kämpf. Gemäss dem Seco und dem Forschungsinstitut BAK Basel soll die Schweizer Wirtschaft nächstes Jahr gerade mal 0,8 Prozent wachsen. In diesem Umfeld werde die Auslandnachfrage in der Wintersaison um 4,2 Prozent und die Binnennachfrage um 0,4 Prozent abnehmen. Gesamthaft dürfte die Zahl der Logiernächte im Vergleich zum Vorjahr um 2,6 Prozent zurückgehen. Fehlen würden vor allem die Gäste aus Westeuropa, auch aus den USA seien keine Impulse zu erwarten.

Schweiz Tourismus wirbt für «preiswerte Schweiz»

«Ein Hoffnungsschimmer bleibt Asien», sagte Kämpf. So habe die Zahl der Übernachtungen aus den BRIC-Staaten im Sommer gegenüber dem Vorjahr um 27 Prozent zugenommen. Gut einen Drittel der verlorenen Logiernächte aus dem Euroraum hätten Chinesen, Inder, Russen und Brasilianer wettgemacht. Dieser stabilisierende Effekt dürfte im Winter allerdings gering sein, weil Touristen aus den neuen Märkten eher in der warmen Jahreszeit reisten.

Gegen das Hochpreis-Image der Schweiz kämpft ST diesen Winter mit einer neuen Rubrik auf Myswitzerland.com: Auf der Plattform «Preiswerte Schweiz» können touristische Leistungserbringer ihre Schnäppchen zu attraktiven Konditionen präsentieren. In England bewirbt ST die Rubrik mit Inseraten in Tageszeitungen, und in Holland verschenkt man für jede gebuchte Ferienwohnung eine Autobahnvignette. «Von Dumping-Preisen raten wir in aller Deutlichkeit ab», mahnte ST-Direktor Jürg Schmid. So drückten einige Häuser ihre Preise um bis zu 35 Prozent. Solche hauchdünnen Margen könne sich niemand leisten. «Das Nachsehen haben dann die Betriebe, wenn im nächsten Jahr das Geld für Investitionen fehlt.»

Der starke Franken werde den Tourismus noch eine Weile beschäftigen, sagte Seco-Vertreter Kämpf. So rechne er für das Gesamtjahr 2012 mit einem Rückgang der Logiernächte um 2,4%. «Es gibt aber auch Grund zu Optimismus», sagte Kämpf. In seinem «Basisszenario» schätzt das Seco den Euro bis 2013 auf 1.35 Franken und das Logiernächte-Plus zu Jahresende auf 35,5 Millionen (+2,1 Prozent).

Wachstum wohl erst ab 2013 wieder realistisch

Für 2014 prognostiziert es einen Wechselkurs von 1.37 Franken und 36,5 Millionen Logiernächte (+3,4 Prozent). Falls ein weniger konservativ geschätztes Szenario eintritt und der Euro 2014 wieder 1.50 Franken kosten würde, resultierten daraus gar 37,8 Millionen Übernachtungen.

«2013 dürfte die Tourismuswirtschaft wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren», so Kämpf. Für die grossen Städte seien die Aussichten kurz- und mittelfristig am besten, aber auch im Alpenraum werde es wieder aufwärts gehen. Von den alpinen Regionen werde die Zentralschweiz am stärksten profitieren.

Nachgefragt

Richard Kämpf

Leiter Ressort Tourismus im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco)

1. Richard Kämpf, was kann den Schweizer Winter noch retten?
Kurzfristig ist der Handlungsspielraum für die Leistungsträger beschränkt. Es gilt, aussergewöhnliche Angebote zu schaffen. Kreativität ist diesen Winter speziell gefragt. Der Gast will ein Erlebnis, und wenn dieses stimmt, rückt das reine Preisargument in den Hintergrund.

2. Dennoch sind die Prognosen trüb. Welche Regionen leiden besonders?
In den Berggebieten wird die Einbusse sicher höher sein als in den Städten. Im Alpenraum selbst gibt es regionale Unterschiede, die man allerdings nicht überinterpretieren sollte, da diese etwa davon abhängen, wie die letzte Wintersaison gelaufen ist. Zahlen will ich darum keine nennen.

3. Haben Sie dennoch ein konkretes Beispiel?
Für die Zentralschweiz etwa haben Gäste aus stark wachsenden Fernmärkten eine wichtige Bedeutung. Da sie im Winter weniger zahlreich in die Schweiz kommen, könnte das Minus dort höher ausfallen. Weniger leiden werden auf den Binnenmarkt ausgerichtete Skiorte. Mitunter greift dieses Differenzierungsmerkmal aber zu kurz: Das Luxussegment, wie wir es in Zermatt oder St. Moritz finden, reagiert weniger auf Währungseffekte.

4. Gibt es auch innerhalb der Eurozone Länder, die weniger stark auf den harten Franken reagieren?
Ja, Frankreich zum Beispiel. Am anderen Ende der Skala haben wir Holland, das sehr währungs- und preissensitiv ist. Irgendwo dazwischen liegt Deutschland. vn

hotelleriesuisse Zweites Hilfspaket gegen Frankenstärke gefordert

Die einbrechenden Logiernächtezahlen machen den Hoteliers immer mehr zu schaffen. Aus diesem Grund fordert hotelleriesuisse im Hinblick auf die Wintersession 2011 ein zweites Massnahmenpaket zur Abfederung der Frankenstärke. Wichtig sei dabei, dass es sich um rasch wirkende Sofortmassnahmen handle, so der Verband.

Grosse Bedeutung kommt dabei der Mehrwertsteuer zu. hotelleriesuisse schlägt vor, die Mehrwertsteuerpflicht für die Beherbergung im nächsten Jahr auszusetzen. Damit könne der Frankenstärke gezielt entgegengewirkt werden, da 60 Prozent aller Übernachtungen von ausländischen Gästen stammen. Erst in einem zweiten Schritt ab 2013 soll dann im Rahmen eines Zwei-Satz-Modells die Mehrwertsteuer fürs ganze Gastgewerbe auf 2,5 Prozent gesenkt werden. Um diesem Anliegen zum Durchbruch zu verhelfen, sind aber noch grosse Anstrengungen nötig. «Wir brauchen dazu einen Schulterschluss der Branchenverbände und einen Schulterschluss von FDP und SVP», betont Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse. Die SVP verlangt in zwei Motionen bereits die Senkung der Mehrwertsteuer. Die FDP hält bislang aber immer noch am Einheitssatz fest.

Die zusätzliche Unterstützung der Standortförderung, die der Bundesrat Ende August antönte, befürwortet hotelleriesuisse. Es geht dabei um 7,9 Millionen für Schweiz Tourismus und 4 Millionen für Innotour. tl

Boutiquehotel im Niederdorf

Im Zürcher Niederdorf ist in einem historischen Gebäude ein Boutiquehotel geplant. Ergänzt werden soll es durch ein trendiges Gastronomie-Angebot.

DANIEL STAMPFLI

Die beiden Liegenschaften Rothus und Schwert an der Marktgasse 14 und 17 im Zürcher Niederdorf sollen einer neuen Nutzung zugeführt werden. Am Dienstag präsentierten die beiden Eigentümer der Liegenschaften, Beat Curti und Hans Jecklin, ihre Pläne. Demnach soll in dem unter Denkmalschutz stehenden Rothus ein Boutiquehotel mit 41 Zimmern wie auch ein trendiges Gastronomie-Angebot entstehen. Der Gastrobereich umfasst Restaurant, Bar und Hotel-Lounge. Gemäss Bauherrschaft soll sich das Hotel zu einem jungen und städtischen Treffpunkt entwickeln. Im Eckgebäude sind über drei Geschosse Ladenflächen vorgesehen.

Durch den Umbau der Liegenschaft Schwert soll an der Marktgasse zusätzlicher Wohnraum geschaffen werden. Im bestehenden Haus mit Club sind Mietwohnungen geplant. Die 22 Hotelzimmer werden zu zwölf 2- und 3-Zimmer-Wohnungen im mittleren Preissegment umgebaut. «Die beiden Liegenschaften werden die Marktgasse aufwerten und dem ganzen Quartier neue Impulse geben», so Beat Curti.

Insgesamt werden 30 Mio. Franken in den Umbau der beiden Häuser investiert. Baubeginn wäre frühestens Anfang 2013. Wenn alles wie geplant abläuft, soll das neue Hotel im Sommer 2014 eröffnet werden.

Hotelgruppe Worldhotels steigert Umsatz um 29 Prozent

Indirektes und direktes Online-Geschäft der Hotels bewährt sich.

Im dritten Quartal dieses Jahres erzielte Worldhotels, nach eigenen Angaben eine der weltweit führenden Gruppen für unabhängige Hotels, ein Übernachtungsplus von 21 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Hotelgruppe schreibt das Wachstum dem vermehrten Vertrieb durch elektronische Kanäle zu. Zu Beginn des Jahres waren zwei neue Services eingeführt worden, um das direkte und indirekte Online-Geschäft der Hotels zu stärken.

Managing Director Robert Homman freut sich über das fortlaufende Wachstum: «2011 erweist sich weiter als erfolgreiches Jahr für uns. Ein solches Wachstum in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage ist eine hervorragende Nachricht für uns und unsere Partner.

In der Schweiz zählen 19 Hotels zu den Worldhotels. In mehr als 250 Destinationen und 65 Ländern weltweit gehören fast 450 Hotels zum Worldhotels-Portfolio. dst

Aus der Region

Ostschweiz

Die Pizolbahn AG hat einen Verlust eingefahren

zvg

Die **Pizolbahnen AG** verzeichnet im Geschäftsjahr 2010/2011 einen Verlust von 9,94 Mio. Franken. Dies wegen ausserordentlichen Abschreibungen von 10 Mio. Franken. Grund für Letztere ist der Neubau von zwei Achter-Gondelbahnen von Bad Ragaz und Wangs, 2007 und 2009 für 31,8 Mio. Franken. Der Betriebsertrag betrug 6,8 Mio., (-3%), der Betriebsaufwand unverändert 5 Mio. Franken, der Betriebsgewinn 1,8 Mio. Franken (-6%).

Zürich

Mit dem ÖV besser den Zoo erreichen

Zürich hat mit dem Gestaltungsplan für eine Zooseilbahn einen Meilenstein geschaffen. Das Planbewilligungsverfahren ist Aufgabe des Bundes. Die Seilbahn soll die Erschliessung des Zoos, der pro Jahr über 1,5 Mio. Besucher empfängt, mit dem öffentlichen Verkehr verbessern. Sie ist als direkte Verbindung zwischen dem Bahnhof Stettbach und dem Zoo konzipiert, mit Anbindung ans S-Bahn-Netz, die Glattalbahn und das VBZ-Netz.

Viele hörten Geschichten am Literaturfestival

zvg

27 000 Besucher zählten die Veranstalter am viertägigen Buch- und Literaturfestivals **«Zürich liest»**, mehr als doppelt so viele wie die Solothurner Literaturtage zuletzt verzeichneten. Das aus der 2001 lancierten «Langen Nacht der kurzen Geschichten» hervorgegangene Festival soll weiter ausgebaut werden.

Erste Steine des Zürcher Casino gelegt

Die Eröffnung des Zürcher Casinos ist im 2012 vorgesehen. Die Bauarbeiten sind nun im Gang. Die Baufreigabe erfolgte kürzlich – nach dem Rückzug eines Rekurses. Nebst dem Grand Casino sind im Haus Ober auch Gastronomie- und Unterhaltungsbetriebe geplant. Bundesrat, Stadt und Kanton Zürich haben der Swiss Casinos Zürich AG eine A-Konzession für eine Spielbank bewilligt. ck

ANZEIGE

Valentine
Friteusen
Tellerwärmer
Teigwarenkocher
Was hält länger?

Aus der Region

Wallis

Baustopp für das Resort in Mollens

Der Bau des 2500-Betten-Resorts der russische Mirax-Gruppe in Mollens ist vorerst gestoppt. Der WWF, die Stiftung Landschaftsschutz und der Schweizer Heimatschutz ziehen ihre Beschwerden gegen die Baubewilligung an das Bundesgericht weiter, das der Eingabe nun eine aufschiebende Wirkung erteilt hat. Das Walliser Kantonsgericht wies die Beschwerden im letzten Juli ab. Das Bundesgericht rechtfertigt seinen Entscheid mit der möglichen Gefährdung der Trockenwiesen, die noch über einen provisorischen rechtlichen Schutz verfügten.

Zermatt punktet erneut mit seinem Skigebiet

zvg

Der Ski Guide Hattrick 2012, den der ADAC herausgibt, hat Zermatt bereits zum dritten Mal als bestes **Skigebiet** der Alpen für Ski Alpin ausgezeichnet. Die Mischung der abwechslungsreichen Pisten in der Schweiz und Italien seien wichtige Punkte, die Zermatt auszeichnen. Auf diesen Pisten kämen sowohl Anfänger als auch Cracks auf ihre Rechnung, aber auch Geniesser und Sonnenhungrige.

Klein Matterhorn: Der SAC erhebt Einspruch

Der Schweizer Alpen-Club (SAC) hat gegen das nachträgliche Baugesuch für einen erhöhten Liftschacht auf dem Klein Matterhorn Beschwerde eingelegt. Der bestehende Liftausgang am Klein Matterhorn sei ohne Bewilligung um 11 Meter erhöht worden. Der SAC fordert nun den Rückbau des erhöhten Liftschachts. Weiter kritisiert er, die militärischen Anlagen auf dem Gipfel seien «ohne ordentliches militärisches Plangenehmigungsverfahren» erstellt worden und fordert nun eine umfassende Interessenabwägung zwischen Militär, Tourismus und Landschaftsschutz.

Saas-Fee verpasst sich einen neuen Auftritt

zvg

Saas-Fee Tourismus hat seinen Auftritt rundum erneuert: Die Tourismusorganisation hat im Rahmen eines Festes die «Freie Ferienrepublik Saas-Fee» ausgerufen. Die ersten «Ferienpässe sind verteilt worden. Wir haben uns bewusst für einen eigenständigen polarisierenden und mobilisierenden Auftritt entschieden», erklärt Tourismusdirektor Pascal Schär. «Statt mit den üblichen Postkartenbildern zu agieren, wollen wir uns in der Tourismuskommunikation abheben.» ck

Internet-Händler wie Groupon, Dailydeal oder Feriendeal sorgen mit Online-Rabattcoupons für Furore. Touristiker müssen dabei aber viel Geld in die Hand nehmen.

ANDREAS GÜNTERT

Fotolia

Rabatt-Portale bieten Vergünstigungen unter anderem für Hotelübernachtungen und Restaurantbesuche.

Deal mit Coupons

Das Geschäftsmodell ist jung – und hat trotzdem schnell Karriere gemacht: Coupon-Sparangebote, die Konsumenten per Internet-Newsletter zugängig gemacht werden und lokalen Anbietern helfen, direkt Kunden zu finden. Losgetreten wurde die Welle 2008 vom US-Jungunternehmen Groupon, das dieser Tage an die US-Technologiebörse gehen soll. Auch hierzulande kommt die Masche an. Etwa ein halbes Dutzend solcher Gutscheinportale ist aktiv in der Schweiz, mit Angeboten, die von vergünstigten Restaurantbesuchen über Zahn- und Kosmetikbehandlungen bis zur Hotelnacht führen. Die Sammel-Website Dealkompass schätzt, dass schweizweit durch die Angebote von Groupon, Deindeal oder Dailydeal jederzeit etwa 400 solcher «Deals» ausstehend sind.

Bekanntheit stärken und neue Gäste gewinnen

Die Günstigangebote haben für den Leistungserbringer allerdings ihren Preis. Vom Anbieter, etwa einem Hotelier, erwarten die Rabatt-Portale, dass er seinen normalen Preis um 50% senkt, dazu werden zweistellige Kommissionen an Groupon & Co fällig. Was spricht trotzdem für ein solches Harakiri-Pricing? «Deal-Plattformen eignen sich für das Auslastungs-Management, schaffen direkten Kundenzugang und bieten die Chance, ein neues Angebot in einem überschaubaren Rahmen auszuprobieren», sagt Christian Ehrbar. Der ehemalige Managing Director der Werbevermittlerin Publicitas Mosse ist Geschäftsführer der Swiss Media House AG, die seit Mai aus St. Gallen das auf Touristik spezialisierte Portal Feriendeal.com steuert. Man lanciert wöchentlich ein Angebot und erreicht gemäss eigenen Angaben 1700 Newsletter-Abonnenten. Als «individuelle Kommissionen» fallen 10 bis 20 Prozent an.

Einer der Schweizer Hoteliers mit Präsenz auf Feriendeal.com ist Christian Faber. Der Direktor des 4-Sterne-Betriebs La Val in Brigels lancierte ein reichhaltiges Drei-Nächte-Angebot für 740 statt der eigentlichen 1480 Franken. «Das Spannende war, so unsere Bekanntheit zu stärken», sagt Faber, «und neue Gäste zu gewinnen». Faber ist fürs Erste zufrieden. Man habe 30 Coupons absetzen können, die zeitlich limitiert einlösbar und so auf die Nebensaison beschränkt sind. Auch sei es zu Zusatz-Umsätzen im Haus gekommen. Fachleute sind skeptisch ob dieser Internet-Schnäppchen. «Generell sollten Preise nicht reduziert werden», sagt Heinz Wehrle.

> «Es ist eine Gratwanderung, die unter Marketing abgebucht werden muss.»
>
> **Christian Faber**
> Direktor Hotel La Val, Brigels

Individuelle Pakete schnüren

Der Managing Partner der Touristik-Beratung Horwath HTL Schweiz sieht neben dem Ertragsausfall ein weiteres Problem: «Als Negativum kann resultieren, dass man auf den Radar von Tour-Operator-Einkäufern gerät. Es kann geschehen, dass diese aufgrund einer Couponing-Aktivität eines Hotels ihrerseits Druck aufsetzen und tiefere Preise verlangen.»

Christian Ehrbar von Publicitas Mosse kennt die Thematik: «Das ist nicht auszuschliessen. Gerade deshalb empfiehlt es sich, ein individuelles Päckli zu schnüren, welches sich inhaltlich von pauschalen Angeboten ab Stange differenziert.» Ein weiteres Problem: Es wurden Fälle von Anbietern bekannt, die unerwartet viele Coupons absetzten und so sehr viel Zeit und Arbeitskraft einsetzen mussten, um preislich uninteressante Aufträge abzuarbeiten.

Bei Feriendeal.com, sagt Ehrbar, könnten Hoteliers eine Obergrenze von zu verkaufenden Coupons, in der Regel maximal 50, definieren. Generell «müssen Hoteliers ihre Zahlen im Griff haben und abschätzen, ob sich das Angebot für sie rechnet.»

«La-Val»-Direktor Christian Faber weiss das: «Es ist eine Gratwanderung, die unter Marketing abgebucht werden muss.» Trotzdem würde er wieder auf das Coupon-Portal setzen, «weil auf Empfehlungen von Feriendeal-Gästen nun auch deren Freunde gebucht haben. Diesmal aber zum Normaltarif.»

Igeho spürt Frankenstärke nicht

Genauso viele Aussteller wie vor zwei Jahren: Die internationale Gastgewerbe-Messe Igeho in Basel spürt die negativen Konjunkturaussichten noch nicht.

GUDRUN SCHLENCZEK

Vom 19. bis 23. November öffnet die Igeho in Basel wieder ihre Tore: Die alle zwei Jahre stattfindende Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum gehört zu den vier grossen Gastgewerbemessen im deutschsprachigen Raum. Trotz Frankenstärke und negativer Konjunkturaussichten: 8000 Aussteller werden den erwarteten 80 000 Besuchern ihre Neuheiten präsentieren. Denn die meisten Buchungen erfolgten noch vor der Eurokrise. Die Aussteller- und Besucherzahlen sind seit rund zehn Jahren konstant, Wachstum liege aber kaum mehr drin, so Messeleiter Matthias Lagger: «Der Markt gibt nicht mehr her.» Trotzdem gibt es einige neue Aussteller und Rückkehrer an der diesjährigen Igeho, darunter auch Nestlé Waters, Teo Jakob, Accor oder Kaffee-Brands wie Merkur, Giger und Rosca. «Viele haben im Zeitalter des Internets erkannt, dass sich Online und reale Messe gut ergänzen», konstatiert Lagger. Erstmals veranstaltet die Messe in Basel einen Journée romande in Zusammenarbeit mit sechs Westschweizer Ausstellern.

Am Messemontag offeriert die Messe drei Busrouten für Besucher aus der Romandie: Für 29 Franken können Fachleute aus den Regionen Genf, Lausanne und Wallis nach Basel und zurück reisen. Lagger hofft, so den Anteil der Romands von 9 auf 12 Prozent zu steigern. In Basel erwartet die Westschweizer ein eigenes Programm. Programm bietet die Igeho 2011 auch sonst: Zahlreiche Sonderpräsentationen wie zu Kaffeekunst, Energieeffizienz oder Design in der World of Inspiration sollen den Besucher locken. Am Messedienstag lädt hotelleriesuisse zum «Tag der Schweizer Hotellerie». Und auch 2011 parallel zur Igeho: Die Mefa, Messe für die Fleischwirtschaft.

www.igeho.ch; www.mefa.ch

«Milestone»: Gästeliste ist online abrufbar

Ab sofort ist die Liste mit den Anmeldungen für die Verleihung des «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» unter www.htr.ch/gaesteliste aufgeschaltet. Angemeldet sind über 500 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Tourismus. Die Preisverleihung findet am 15. November im Kulur-Casino in Bern statt. dst

Roadshows finden neu auch in Lausanne statt

Celebrationpoint – das Schweizer Netzwerk der Event- und Meeting-Branche – expandiert neu in die Suisse romande. Verschiedenste Anlässe sind laut Pressemitteilung bereits in Planung. Im Januar 2012 startet die dritte Runde der Business Roadshows mit den Städten Zürich, Luzern, Basel und neu Lausanne. Am 7. Februar findet die Premiere im Beau-Rivage Palace Lausanne statt.

Schweiz bei Vacando sehr beliebt

Eine Bilanz des Schweizer Online-Ferienhaus-Marktplatzes Vacando zeigt, dass die Schweiz auch in diesem Herbst und Winter mit über 50 Prozent die beliebteste Feriendestination bleibt. Sowohl bei den ausländischen wie bei den inländischen Gästen. Mit dem Vorjahr verglichen, verzeichnet die Schweiz ein Plus von 3%; Italien ist mit 23% auf dem gleichem Niveau geblieben. Frankreich sinkt von 25 auf 19%. ck

Hotel Finance Forum: Währung und Konjunktur

Am 30. November 2011 führt die SGH im Hotel Marriott in Zürich das Hotel Finance Forum durch. Es steht unter dem Motto «Währung und Konjunktur – Chancen und Risiken für die Hotellerie.» Das Gastreferat hält der Wirtschafts- und Finanzexperte Klaus W. Wellershoff. Anmeldeschluss (unter www.sgh.ch/anmeldung) ist der 18. November. dst

Tirol fördert den Umbau zu Jugendhotels mit 2 Millionen Euro

Neben Investitionen soll auch mit mehr Skischulkursen die Gästestruktur verjüngt werden.

Für die Jahre 2012 und 2013 stellt das Land Tirol jeweils 1 Mio. Euro Fördergeld zur Verfügung, wie das «Wirtschaftsblatt» schreibt. Das Geld soll an Beherbergungsbetriebe fliessen, die sich in Richtung «Jugendhotel» umgestalten. Ziel ist, dass Tirols Tourismus eine jugendlichere Struktur bekommt. Bezahlt würden 10 Prozent der förderbaren Kosten, der maximale Betrag belaufe sich auf 50 000 Euro, kündigte Landeshauptmann Günther Platter an. Wer sich um die Förderung bewirbt, muss mindestens 50 Jugendbetten schaffen, die Zimmer müssen eine Mindestgrösse haben, auch die Infrastruktur im Hotel muss bestimmte Erfordernisse erfüllen. Eine andere Massnahme zur Verjüngung der Gästestruktur ist die Erhöhung der Anzahl Skischulkurse im Tirol. Zuletzt gelang es, die Zahl der Skischulteilnehmer von 25 000 auf 33 000 zu steigern. Für die kommende Wintersaison zeigen sich die Tiroler Touristiker trotz Wolken am Konjunkturhimmel verhalten optimistisch. Die Hälfte der Betriebe rechnet mit gleichbleibendem Geschäft. dst

Die Zermatt Bergbahnen wollen eine Marketingmassnahme lancieren, um dem Gast Mehrwert bieten zu können. CEO Markus Hasler sieht der Wintersaison verhalten optimistisch entgegen.

DANIEL STAMPFLI

«Vielleicht ist der Bündner Boden sehr fruchtbar für Bergbahndirektoren», sagt Markus Baumann, CEO der Zermatt Bergbahnen. zvg

«Jetzt wird konsolidiert»

Markus Hasler, wie fühlen Sie sich als Bergbahnchef mit langjähriger Bündner Vergangenheit im Wallis?
Als Nicht-Walliser fühle ich mich hier sehr wohl. Ich wurde persönlich sehr gut aufgenommen und habe das Gefühl, dass ich integriert wurde und mit zunehmender Zeitdauer meines Engagements weiter integriert werde.

Die Grossdestinationen in den Vispertälern scheinen für Bündner Bergbahndirektoren ein gutes Pflaster zu sein. Ihr Amtskollege Rainer Flaig bei den Saas-Fee-Bergbahnen ist auch ein Bündner.
Vielleicht ist der Bündner Boden sehr fruchtbar für Bergbahndirektoren, damit sich diese entwickeln können, um dann zu emigrieren. Es spielt sicher auch eine Rolle, dass die grösseren Unternehmen für die ganze Schweiz die Augen offen halten und aus dem zur Verfügung stehenden Pool jene Personen rausfischen, die am besten passen.

Tauschen Sie mit Rainer Flaig oft Erfahrungen aus?
Bis jetzt gab es noch nicht viele Gelegenheiten. Wir hatten zwar Termine vereinbart, die aber wieder annulliert werden mussten. Doch wir werden uns als Vertreter grosser Bergbahnunternehmen in Nachbartälern sicher öfters treffen, um gemeinsam Probleme zu erörtern.

Das Renommee von Zermatt ist deutlich anders als jenes von Brigels-Waltensburg-Andiast, wo Sie zuvor tätig waren. Wie haben Sie die Umstellung erlebt?
Es war ein Wechsel von einer Unternehmung mittlerer Grösse zum Klassenprimus. Aber eigentlich handelt es sich in beiden Fällen um das klassische Bergbahngeschäft. Thematik und Geschäftsfelder sind gleich, und zentraler Punkt ist der tägliche Kampf um Gäste. Jedoch um Gäste unterschiedlicher Herkunft und Anspruchsmentalität. Entsprechend müssen die Bedürfnisse und Ansprüche der Gäste berücksichtigt werden.

In den vergangenen zehn Jahren haben die Zermatt Bergbahnen über 300 Mio. Franken in den Ausbau investiert. Sie konnten also ein perfektes Bergbahnparadies antreten?
Wir können das Angebot der Zermatt Bergbahnen sicher als perfektes Sommer- und Schneesportparadies betrachten. Es ist jedoch nicht abgeschlossen. Auch künftig werden wir in den Bahnbereich und in den Ersatz bestehender Anlagen investieren. Ein Beispiel ist die Standseilbahn Zermatt-Sunnegga. Auch Lücken im Transportnetz müssen geschlossen sowie das Schneesport-Erlebnis für den Gast verbessert werden. Die Beschneiungsanlagen sind bald einmal vollständig, doch sind noch Ergänzungen und Optimierungen vorzunehmen, vor allem bezüglich Leistungsfähigkeit der Anlagen.

Wie viel soll denn in den nächsten Jahren konkret investiert werden?
Zurzeit befinden wir uns in einer Konsolidierungsphase. Beziffern lassen sich die zu tätigenden Investitionen noch nicht. Darüber wird zurzeit im Verwaltungsrat diskutiert. Nach der grossen Investitionsphase müssen wir die anstehenden Projekte in eine Zeitachse bringen, Prioritäten setzen und dann die Kosten beziffern.

Der Bau neuer Bahnen ist immer auch ein Eingriff in die intakte Natur, auf welche der Tourismus angewiesen ist. Wie gehen Sie mit dem Dilemma um?
Ich betrachte dies nicht als Dilemma. Denn wir betreiben unser Geschäft in einem klar umschriebenen touristischen Raum. Innerhalb dieser klaren Grenzen sind wir gefordert, für das Gebiet eine optimale Erschliessung bereitzustellen. Von der Gesamtfläche der Berggebiete entfallen rund fünf Prozent auf den touristisch genutzten Raum und 95 Prozent sind Naturraum pur. Dies gilt auch für Zermatt. Als touristische Dienstleister müssen wir das Recht haben, den touristischen Raum nutzen zu können, auch im Interesse der lokalen Bevölkerung. Reine Naturparke bringen keine Wertschöpfung für eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung. Und diese ist die Basis für Arbeitsplätze, also für die Existenz der Bevölkerung in diesen Gebieten.

Die Touristiker befürchten für das kommende Wintergeschäft Einbussen, bedingt durch den starken Franken. Sind Sie auch so pessimistisch?
Nein, ich bin verhalten optimistisch. Dafür habe ich klare Indizien. Das Gletschergebiet bis zum «Trockenen Steg» ist schon vollständig in Betrieb. Wir stellen fest, dass die Anzahl der Skigäste bei schönem Wetter eher höher ist als noch im Vorjahr. Die aktuelle wirtschaftliche Situation muss man auch als Chance sehen. Die Vergangenheit hat jeweils gezeigt, dass die Leute in schwierigen Zeiten bereit sind, in Luxus und Genuss, also in Ferien, zu investieren.

> «Auf das Skiticket entfällt nur ein relativ kleiner Teil der Gesamtausgaben für Winterferien.»
>
> **Markus Hasler**
> CEO Zermatt Bergbahnen

Das können Sie in Österreich und im Südtirol auch tun und zwar für weniger Geld.
Das ist richtig. Deshalb ist es wichtig, dass wir mit dem Produkt überzeugen. Zermatt hat ein Top-Produkt und eine sehr starke Marktposition.

Was unternehmen Sie, um den Rückgang möglichst klein zu halten?
Wir sind entschieden gegen die Gewährung von Preisnachlässen, denn die Kosten für unsere Bergbahnunternehmung sind gegeben und reduzieren sich nicht. Im Zentrum stehen bei uns Qualität und Mehrwert für den Gast. Diesbezüglich haben wir ein Projekt in der Pipeline, das wir nächstens kommunizieren werden. Man darf aber dabei nicht vergessen, dass die Bergbahnen für den Winterferiengast nur ein Leistungserbringer unter mehreren sind. Entsprechend entfällt auf das Skiticket nur ein relativ kleiner Teil der Gesamtausgaben für Winterferien.

Deshalb erhöhen die Zermatter Bergbahnen die Tageskarten-Preise?
Wir haben die Preise für Tageskarten nur um einen Franken erhöht. Zudem hat eine Studie aufgezeigt, dass Zermatt bezüglich Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich zu ausländischen Destinationen sehr gut abschneidet.

Gibt es zur Akquirierung von Schweizer und ausländischen Gästen unterschiedliche Strategien?
Nein. Grundsätzlich müssen alle Gäste gleich behandelt werden. Der Schweizer Gast würde es bestimmt nicht goutieren, wenn dem Gast aus dem Euroraum ein Preisnachlass von 15 oder 20 Prozent gewährt würde oder ihm eine grössere oder bessere Leistung offeriert würde.

Zur Person Chef im Bündnerland wird zum Chef im Wallis

Markus Hasler (52) ist seit 1. Juni 2011 CEO der Zermatt Bergbahnen AG. Zuvor war er seit 1999 CEO der Bergbahnen Brigels-Waltensburg-Andiast im Bündner Oberland. Hasler, in Luzern aufgewachsen, war nach seinem Hochschulabschluss an der Uni Bern (Phil. II, Mathematik) Lehrer und Fachvorstand für Mathematik, Informatik und Naturwissenschaften an der Handelsmittelschule und kaufmännischen Berufsschule in Ilanz. Markus Hasler ist Vater von zwei Söhnen. dst

Maiensässe – besser Feriendörfer als Ruinen?

Standpunkt

RAIMUND RODEWALD
GESCHÄFTSLEITER STIFTUNG LANDSCHAFTSSCHUTZ SCHWEIZ

Die Maiensässe sind eine temporäre Siedlungslandschaft mit zahlreichen regionaltypischen Gebäuden der alten mehrstufigen Berglandwirtschaft. Sie umfassen zusammen mit den Heuställen den grössten Teil voralpiner und alpiner Gebäude ausserhalb der Bauzonen. Der Strukturwandel in der Landwirtschaft hat dort seine vielleicht stärksten Spuren hinterlassen. Bekannte Maiensässterrassen sind zu Tourismusdörfern ausgewachsen. Andere in Stadtnähe verkommen zu Wochenenddörfern und wieder andere zerfallen und werden vom Wald überwachsen. In all diesen Fällen verschwinden nicht nur wertvolle Bauten, sondern auch artenreiche Kulturlandschaften. In jüngster Zeit sind in Graubünden Planungen vorgeschlagen worden, welche diese Gebäudelandschaft durch Zweckänderungen erhalten wollen. Interessant sind die Beispiele im Bergell und auch in Ramosch, welche die

> «Es verschwinden nicht nur wertvolle Bauten, sondern auch artenreiche Kulturlandschaften.»

Umnutzung der Maiensässe in den Dienst der Pflege der Landschaft stellen. Dabei stehen auch Landschaftspflegepflichten für die Eigentümer zur Diskussion. Im Valle Bavona hat seit 1990 die gleichnamige Stiftung mit Erfolg die bauliche Renovation der «Nuclei» realisiert und die Eigentümer auch zur Landschaftspflege motivieren können. Andernorts verfallen die Maiensässe oder enden als kitschige Ferienhäuser.
Was ist nun besser? Der Charme eines «sterbenden Gebäudes», das seine Geschichte der Natur zurückgibt, ist für mich grösser als jener eines Ferienhauses mit Fahnenstange, Rasen und Parkplatz. Der Nationalrat hat jüngst eine St. Galler Standesinitiative derart umdefiniert, dass auch in Temporärsiedlungsgebieten landwirtschaftliche Wohngebäude mit angebautem Ökonomieteil, wie die Maiensässe es sind, abgerissen und (vergrössert) wieder aufgebaut werden dürfen.
Damit wird – entgegen der Ziele der Landschaftsinitiative – das Wohnen in der Landwirtschaftszone gefördert und damit der Erhaltung einer geschichtsträchtigen Kulturlandschaft ein Bärendienst erwiesen!

«Natürlich macht man sich Gedanken: Als Wintersportler sieht man die Veränderungen in der Natur deutlich.»
Dario Cologna Langlauf-Olympiasieger

So lernt man im «Regina»

Am Tag der offenen Tür strahlte nicht nur die Sonne an die neuen Fassaden des Schulhotels Regina in Interlaken. Zur Feier von Renovation und Jubiläum kamen mehr als 500 Gäste.

KARL JOSEF VERDING

Muss vor den Augen der Gäste gelingen: das **Flambieren.**

Bilder zvg

«Regina»-Leitung und Träger: (v. l. n. r.): **Thomas Rüedi,** Schulleiter, **Ruth und Ruedi Lüdi,** Internatsleitung, **Werner Affentranger,** Präsident Stiftungsrat Tschumifond und Mitglied Verbandsleitung hotelleriesuisse.

Berufsbildner aus der Branche, Eltern und Bekannte der Lernenden, Persönlichkeiten aus der Branche und der Politik sowie viele interessierte Besucher aus der näheren Umgebung kamen am letzten Samstag ins «Regina», um den jungen Berufsleuten über die Schulter zu schauen. Rund 200 Lernende, davon 53 Restaurations- und 148 Hotelfachleute, begleitet von ungefähr 30 Lehrpersonen zeigten im gesamten Schultrakt ihr Wissen und Können aus der theoretischen- und praktischen Ausbildung, erlernt in den Schulhotels von hotelleriesuisse.

Das Schulhotel Regina feierte mit dem Tag der offenen Tür sein 30-jähriges Jubiläum und den Abschluss der Renovationen im Hoteltrakt. Die lernenden Hotelfachleute zeigten zusammen mit ihren Lehrkräften den vielfältigen Beruf: Arbeiten in der Wäscherei, der Lingerie, im Office und die Frühstückszubereitung gehörten ebenso dazu wie Blumen stecken und Käse- oder Früchteplatte zubereiten. In den neu renovierten Zimmern konnten die Besucher verschiedene Details der Werterhaltung, aber auch das Raumambiente erleben.

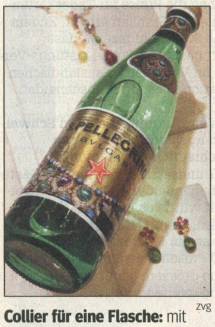
Die sonst im Schulhotel Waldhotel Unspunnen untergebrachten Restaurationsfachleute zeigten ihre breite Fachkompetenz vom korrekten Eindecken eines Tisches bis zum Flambieren ausgewählter Süsspeisen. Der Duft der mit Grand Manier und Cognac parfümierten Speisen wirkte wie ein Magnet. Manche Besucher schlüpften selber in die Rolle des Restaurationsfachmanns und versuchten sich in dieser hohen Kunst der Dessertzubereitung. Zum Abschluss gab es, gekocht und präsentiert durch das Internatsteam und die Lernenden, einen von vielen Besuchern als hervorragend gewürdigten Imbiss im Speisesaal.

Mit dem **Blumengesteck** wird später ein Tisch geschmückt.

Lernende bei der Arbeit, interessierte Besucher schauen zu: Angehende **Restaurationsfachleute** üben das Falten von Servietten.

S. Pellegrino und Bulgari feiern ihre Partnerschaft mit Flaschen-Design

Die eigens für die Hotellerie und Gastronomie gestaltete Special Edition wurde in Zürich vorgestellt.



zvg

Collier für eine Flasche: mit Brillanten, Türkisen, Smaragden.

Das edle Flaschendesign hat den Titel «S. Pellegrino sparkles with Bulgari». Das Etikett der Flasche ziert ein Collier aus Gelbgold mit Brillanten, Türkisen, Amethysten und Smaragden aus der Bulgari Vintage-Kollektion von 1965.

Die Flasche in limitierter Auflage soll in Top-Restaurants, Hotels und Bars der Schweiz die klassischen Mehrwegflaschen ersetzen. Nach der Präsentation in der Zürcher Bulgari-Boutique stellten die Spitzenköche André Jaeger, Martin Dalsass und Rico Zandonella ihr Können beim genussvollen Kochhappening in André's Cooking Academy unter Beweis. kjv

Katholischer Kunstpreis für Peter Zumthor

zvg

Die **Bruder-Klaus-Kapelle** aus Stampfbeton in der Eifel.

Zum Werk des Schweizer Architekten gehören die Bruder-Klaus-Kapelle in Wachendorf in der Eifel und das Kunstmuseum des Erzbistums Köln Kolumba. Die mit 25 000 Euro dotierte Auszeichnung ist die höchste der deutschen katholischen Kirche im Kultursektor. kjv

«Unternehmer des Jahres» baut Elektro-Velos

Kurt Schär, der Chef der Biketec AG aus Huttwil, Anbieter von Flyer-Elektrovelos für privaten Kauf und für Miete im Tourismus, wurde als «Unternehmer des Jahres 2011» ausgezeichnet. Er gewann in der Kategorie Industrie der von Ernst & Young vergebenen Auszeichnung. kjv

zvg

Kurt Schär, Mitinhaber und Geschäftsführer der Biketec AG.

Tourex: Wahlen an der Generalversammlung

zvg

Vier der sechs Vorstände: (v. l. n. r.) **Harald Schnyder, Annemarie Meyer, Martin Göppert, Rolf Schwarz.**

Martin Göppert, Gstaader Touristikunternehmer, wurde an der GV der Vereinigung dipl. Tourismusexperten als Präsident bestätigt. Mit Annemarie Meyer, Vizedirektorin der Destination Davos-Klosters, wurde eine zusätzliche Person in den Vorstand gewählt. kjv

Sesselrücken

Ernst Wyrsch wird VR-Präsident des Arosa Kulm Hotels

Am 1. November trat der bisherige VR-Präsident **Gian Saratz** sein Amt nach 18 Jahren an **Ernst Wyrsch** (Bild) ab. Saratz bleibt aber dem Verwaltungsrat als Verantwortlicher Finanzen erhalten. Mit Wyrsch gewinnt das «Kulm» den früheren Direktor des Steigenberger Grandhotels Belvédère in Davos als Präsidenten.

Alain D. Boillat

Neues Kochduo im Natur- und Tierpark Goldau

Der neue Küchenchef **Armin Flattich** (48) kommt aus Pfäffikon SZ. Die letzten 16 Jahre war er Geschäftsführer und Küchenchef im Restaurant NZZ Bistro in Zürich. Sein Stellvertreter **Lutz Sellingsloh** (45) aus Verden/Aller, Deutschland, lebt seit 20 Jahren in der Schweiz. Die letzten Jahre kochte er in den zwei A-la-carte-Restaurants und im Selbstbedienungsrestaurant des Zoo Zürich.

zvg

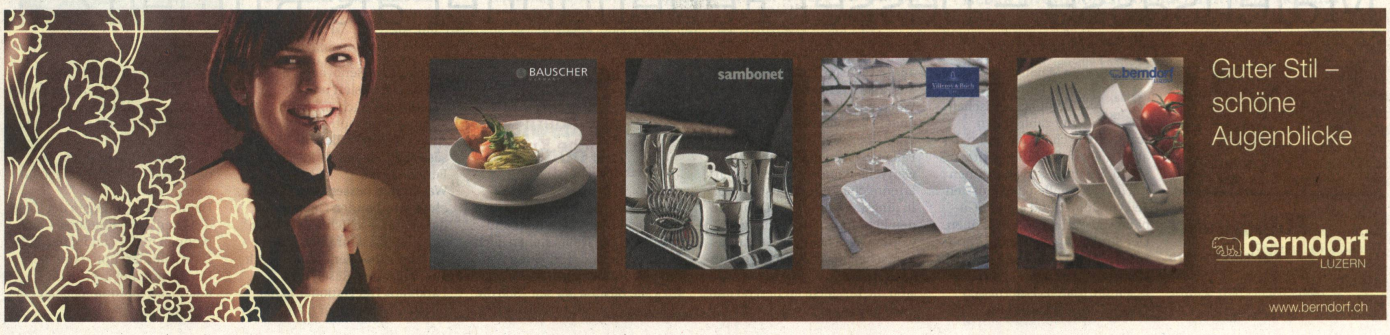
Château Gütsch Immobilien ohne Gabriela Hammer

Die Geschäftsführerin der Château Gütsch Immobilien AG, die Luzernerin **Gabriela A. Hammer,** gibt ihre Funktion per Ende Jahr ab. VR-Präsident **Volker Blau:** «Wir hoffen, dass Frau Hammer bereit ist, auf Mandatsbasis ihre umfangreiche Fachkompetenz und insbesondere ihre lokalen Kenntnisse bei der weiteren Umsetzung des Projektes der Château Gütsch Immobilien AG zur Verfügung zu stellen.»

Kempinski: Vice President Sales für die ganze Gruppe

Der gebürtige Brite **David Sparrow** (49) ist neuer Sales-Manager der Kempinski Hotels. Er verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in verschiedenen verantwortlichen Verkaufspositionen und kommt von Jumeirah Hotels & Resorts zur ältesten Luxus-Hotelgruppe Europas nach Genf. kjv

ANZEIGE



ANZEIGE

Zug. **Eine Tourismusorganisation denkt um** Seite 8; **Drei Hotelkonzepte unter einer Führung** Seite 9; **Ein Eisstadion mit kulinarischem Fokus** Seite 10; **Kirsch aus dem Hause Etter** Seite 11; **Fünf Zuger Kirschtorten im Test** Seite 12

ZVG

Zug ist bei internationalen Unternehmen hoch im Kurs – starker Franken hin oder her. Vor allem der Rohstoffhandel ist von den Schwankungen nicht abhängig.

Nicht nur Steueroase

Der Wirtschaftsstandort Zug spürt Währungsschwankungen nur bedingt, sagt Guido Bulgheroni von der Kontaktstelle Wirtschaft. Es lauern aber andere Gefahren.

SIMONE LEITNER

Guido Bulgheroni, Zug ist ein internationaler Standort. Wie geht es der Wirtschaft?
Es ist nicht so, dass der Kanton Zug nichts von der Währungskrise mitbekommt. Vor allem die Firmen, die in der Schweiz einkaufen und dann ins Ausland exportieren, sind betroffen. Sie reagieren, indem sie nun auch im Ausland einkaufen. Also kaufen und verkaufen diese Firmen in Euro. Und das hat zur Folge, dass die Schweizer Wirtschaft zusätzlich geschwächt wird.

Heisst das auch, nicht jede Firma in Zug ist betroffen?
Richtig, vor allem unsere Handelsfirmen, von denen es viele hat, sind weniger betroffen.

Apropos Handel: Zug ist einer der grössten Rohstoff-Hubs weltweit …
… stimmt, wir sind der grösste Kaffeehandelsplatz der Welt. Einige der renommiertesten Firmen sind in Zug ansässig. Zudem ist Zug auch ein ganz grosser Handelsplatz für Öl.

Das hat die Öffentlichkeit spätestens seit dem Ölunfall von Transocean Ltd., die in Zug ihren Hauptsitz hat, realisiert. Wie schädlich sind solche negativen Schlagzeilen für einen weltbekannten Standort wie Zug?
Negative Medienberichte, die um die Welt gehen, sind grundsätzlich für das Image schlecht. Dazu folgender Hintergrund: Als Transocean Ltd. nach Zug kam, waren alle glücklich und stolz, ein solch renommiertes Unternehmen begrüssen zu dürfen. Und als dann die Katastrophe passierte, wurde bald der Vorwurf laut, man hätte diese Gefahr vorhersehen können. Das ist natürlich absolut unmöglich. Aber das Beispiel zeigt, wie schnell sich die Reputation eines Unternehmens ändern kann.

Elsbeth Hobmeier

Guido Bulgheroni.

Haben Sie als Wirtschaftsförderung engen Kontakt zu Global Playern in Zug?
Ja, wir pflegen mit den meisten Firmen einen sehr guten Austausch. Das ist auch unsere Aufgabe. Wir nennen uns übrigens nicht Wirtschaftsförderung, sondern Kontaktstelle für Wirtschaft. Wir haben keine Fördermittel zur Verfügung.

Heisst das, Sie haben keine Mittel, um die Wirtschaft zu fördern?
Stimmt, wir haben keine speziellen Mittel. Ganz im Gegensatz zu anderen Kantonen und Ländern, mit denen wir in Konkurrenz stehen.

Kommen die Unternehmen also auch ohne finanzielle Lockangebote nach Zug?
Das ist ein politischer Entscheid. Wir wollen keine einzelnen Firmen fördern, sondern allen die gleichen Voraussetzungen bieten.

Sind die tiefen Steuern ein schlagendes Argument für Unternehmen, die einen neuen Standort suchen?
Das ist bestimmt ein wichtiger Faktor, damit Zug auf die Shortlist kommt, wenn eine Firma einen neuen Firmensitz sucht. Doch die Höhe der Steuern ist nur einer von vielen Faktoren, die entscheidend sind. Da zählen auch die Lebensqualität und die Möglichkeit, Wohnungen und Arbeitskräfte zu finden. Das Gesamtpaket ist ausschlaggebend, und da ist Zug ganz weit vorne mit dabei.

«Wir würden eine internationale Hotelkette in Zug sehr begrüssen.»
Guido Bulgheroni
Stv. Leiter Kontaktstelle Wirtschaft

Sie beraten oft Expats in Zug. Empfehlen Sie auch touristische Angebote?
Ja, das gehört ab und zu mit zu unseren Beratungen. Deshalb haben wir auch mit Zug Tourismus Broschüren kreiert.

Und die Hotellerie, entspricht sie Ihren Bedürfnissen?
Wir sind mit den bestehenden Hotels sehr zufrieden. Dennoch würden wir es sehr begrüssen, eine internationale Kette vor Ort zu haben.

Leicht über dem Schnitt

Der Kanton Zug verzeichnet einen Ausländeranteil von 22,8 Prozent, leicht höher als der Schweizer Durchschnitt. Allerdings mit einem grossen Unterschied zu anderen Kantonen: In Zug heissen die Migranten nicht Ausländer sondern Expatriates, kurz Expats. Also Fachkräfte in der Wirtschaft, die von international tätigen Unternehmen vorübergehend für ein bis drei Jahre an eine ausländische Zweigstelle entsandt werden. Menschen aus 124 Nationen wohnen im Kanton Zug, die meisten stammen aus Deutschland und dem EU-Raum (87,8%). Asiatischer Herkunft sind 5,7 Prozent der internationalen Bevölkerung, gefolgt von 4,4 Prozent US-amerikanischer Bürger. Den Expats wird in Zug auch einiges geboten. Neben den bekannten Service Clubs finden sie Ausländer-Organisationen, spezielle Anlässe und internationale Schulen.

Der Branchenmix wird in Zug – wie in der übrigen Schweiz auch – vom Dienstleistungssektor mit 73 Prozent dominiert. Auch der Sektor Industrie ist mit 24,8 Prozent guter Durchschnitt. Der Kanton hat im letzten Jahr nichts an Attraktivität verloren: Jede 16. neu gegründete Firma in der Schweiz liess sich in Zug nieder. Branchen wie Rohstoffhandel, Medizinaltechnik, Pharma und Diagnostika, Metallverarbeitung oder Informations- und Kommunikationstechnologie haben sich für den steuergünstigen Standort entschieden. sls

ANZEIGE

htr hotel revue
Nr. 44 / 3. November 2011

Zug. Gastgeber. Im Hotel Ochsen setzt Besitzer Matthias Hegglin auf eine umweltbewusste Einrichtung. Und bei Zug Tourismus setzen die Verantwortlichen auf ein neues Konzept. Als Destination ist Zug vor allem bei Businessgästen gefragt.

Mittelalter trifft Neuzeit

Das 1543 erbaute Hotel Ochsen prägt den Zuger Kolinplatz. Zur bewussten Pflege der Tradition kommt ein ebenso bewusstes Umweltdenken. Ein Haus, das mit Klarheit punktet.

ELSBETH HOBMEIER

Bis 1987 war der «Ochsen» am Kolinplatz der eigentliche Platzhirsch von Zug. Wer etwas auf sich hielt, stieg hier ab, im historischen Haus mit Baujahr 1543. Inzwischen ist die Konkurrenz erwacht, 2010 eröffnete mit dem «City Garden» das jüngste grosse Haus. «Gepaart mit der Krise war dies ein eher schlechtes Jahr», gibt Matthias Hegglin als Eigner und Direktor des «Ochsen» offen zu. Zurzeit ist er jedoch zufrieden: Von Anfang bis Mitte Woche ist sein Haus meistens ausgebucht, am Weekend seien die Auslastungszahlen mit 20 bis 50 Prozent «gut für Zug». Dies weiss Hegglin, Präsident des Zuger Hoteliervereins, weil er mit den anderen Häusern regelmässig die Zahlen vergleicht.

Wohnen ohne Elektrosmog, Schlafen im Hüsler-Bett

In den alten Mauern des Hotel Ochsen hat sich in den letzten Jahren viel getan. «Wir sind sehr umweltbewusst», nennt Hegglin eine der Besonderheiten seines Hauses. Das heisst: Er legt bei jeder Zimmerrenovation grössten Wert auf natürliche Materialien, auf klare Formen, auf Erdgaswärme und auf die komplette Abschirmung von Elektrosmog. Die Zimmerwände sind gekalkt, die Klimaanlage stellt ab, sobald der Gast den Raum verlässt, das Regenwasser wird in einem Tank gesammelt und verwendet. Vieles davon geschieht hinter den Kulissen.

«Ich will kein Chichi, den Kopf lüftet man am besten in einer Klause aus.»
Matthias Hegglin
Eigentümer und Direktor Ochsen

Was der Gast sieht und schätzt sind die von einem Schreiner in Handarbeit auf Mass gefertigten, auffallend schlichten Holzmöbel, sind die gesundheitskonformen, 2,1 Meter langen Hüsler-Betten, sind die versteckten TV-Schirme und die Wireless-losen Computeranschlüsse. «Ich will kein Chichi, ich bin fürs Einfache», bekennt Matthias Hegglin, «den Kopf auslüften kann man in einer Klause am allerbesten».

Jedes Zimmer ist anders, und jedes ist individuell ausgestattet

Bald sind alle Zimmer renoviert, einzig 13 Raucherzimmer sind noch nicht up to date. Wenn es so weit ist, dann will Hegglin sein Hotel auch wieder mit vier Sternen positionieren. Der Stammgäste sind viele, und sie schätzen die Verschiedenartigkeit der Räume. Etwa das Einzelzimmer mit einem kleinen Tisch im Erker, wo man so schön lesen und zwischendurch die Passanten auf dem Platz unten beobachten kann. Oder die Juniorsuite mit den hellen, elegant geschwungenen Möbeln. Und die grosse Überraschung unter dem Dach, das Japanzimmer mit Futonbetten und – als einzigem Wandschmuck – einem Fenster, in dem der Blick auf den Zytturm wie gerahmt erscheint.

Bilder Elsbeth Hobmeier

Umweltbewusstes Denken in traditionsreichen Mauern: das Hotel Ochsen.

Tafeln «au premier» mit Fisch aus dem Zugersee

Die Würde des Hauses und seine Historie prägen auch das Restaurant «Au Premier» und den für Familienfeiern unentbehrlichen Kolinsaal. Auch hier legt Hegglin Wert auf Schlichtheit: Ein grosser Blumenstrauss in der Raummitte statt ein Blümlein auf jedem weiss gedeckten Tisch. Aber viele Kerzen. Und die traditionelle Küche von Markus Huhn, dessen Fischgerichte mit Seefisch, möglichst aus dem Zugersee, begehrt sind. In der gemütlichen «Bar du Bœuf» im Originalkleid von 1962 darf geraucht werden. Und das Ferdinand-Gehr-Zimmer mit Bildern und Glasfenstern des gleichnamigen Künstlers steht für Frühstück und Mittagessen bereit.

Fünf Millionen Franken hat Matthias Hegglin in den letzten zehn Jahren in die Renovation des «Ochsen» investiert. Als nächstes sollen die restlichen Zimmer überholt und eine neue Küche eingebaut werden, «aber das hat noch etwas Zeit», meint er. Als 27-Jähriger hatte er vor 23 Jahren das vom Grossvater gegründete Familienunternehmen übernommen, gut gerüstet mit einer Kochlehre, einer Hotelfachausbildung und Stages in anderen Betrieben. «Ich wusste immer, dass ich Hotelier werden will», sagt Hegglin, der das Haus mit seiner Frau Eveline führt. Und er ist zuversichtlich, dass der «Ochsen» auch weiterhin in der Familie bleibt – «eines meiner sechs Kinder wird hoffentlich später mal weitermachen.»

Das Dossier mit den bisherigen Städte-Schwerpunkten:
www.htr.ch/städte-fokus

«Ein schwieriges Jahr für Zug Tourismus»

Finanziell ging die Strategie 2008 von Zug Tourismus nicht auf. Jetzt wurde die Lage konsolidiert und das Schiff auf Kurs gebracht. Tourismus-Direktor Urs Raschle sieht der Zukunft positiv entgegen.

SIMONE LEITNER

Die Probleme bei Zug Tourismus will Direktor Urs Raschle nicht verheimlichen. Die Organisation war in finanzielle Schieflage geraten, «die wir aber korrigiert haben», freut sich Raschle. Die so genannte Strategie 2008 ging nicht auf. Und zu guter Letzt hätte er auch noch den Mitarbeiterstab neu besetzen müssen. «Nun sind wir auf gutem Weg. Die sieben neuen Mitarbeitenden sind sehr motiviert und wollen gemeinsam die neuen Ziele verfolgen.»

Doch was war passiert? Zug Tourismus hätte auf das falsche Pferd gesetzt, resümiert Raschle. Expatriates, die in Zug nicht nur eine wirtschaftliche, sondern auch eine wichtige gesellschaftliche Rolle spielen, seien von Zug Tourismus falsch eingeschätzt worden. «Es ist uns leider nicht gelungen, diese Community mit speziellen Events zu erreichen, die wir organisierten.» Ausländische Einwohner in Zug seien selber gut organisiert und hätten dieses Angebot nicht wahrgenommen. «Das hat uns finanziell getroffen.» Rechenschaft ablegen muss Urs Raschle der Stadt Zug und dem Kanton, welche die Organisation tragen.

Urs Raschle.

Urs Raschle ist ein waschechter Zuger und liebt seine Heimat. Und das touristische Angebot. Dieses soll er nun der einheimischen Bevölkerung vertieft schmackhaft machen. Denn mit Gästen, die in Zug übernachten, hat die Tourismusorganisation wenig zu tun. Logiernächte werden fast ausschliesslich von Geschäftsleuten generiert, die direkt bei den Hotels buchen. «Diese sind nur sehr bedingt an einem Freizeitangebot interessiert», so Raschle. Der Hauptumsatz in den Hotels wird an zwei bis drei Werktagen erwirtschaftet, die Wochenenden sind schwach. Kritische Stimmen sagen, dass die Hoteliers gar nicht auf die Tourismusorganisation angewiesen seien, es ginge ihnen zu gut. Dennoch: Urs Raschle ist überzeugt, dass Zug am Wochenende noch Potenzial hat. «Die Region ist wunderschön und hat sehr viel zu bieten.»

ANZEIGE

igeho

19.–23. November 2011 | Basel | www.igeho.ch
Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

HIER GIBT ES ALLES FÜR GUTE GASTGEBER

Über 800 Aussteller aus 20 Ländern zeigen ein komplettes Marktangebot für die Branche.
Hier sehen Sie Neuheiten und treffen Berufskollegen.

Alle Aussteller und Produkte: www.igeho24.ch

Powered by

Offizielle Medienpartner

Zug. Hotel Business Zug AG. Parkhotel und City Garden Hotel sind ein starkes Gespann. Ein Longstay-Konzept ergänzt nun die beiden Vier-Sterne-Superior-Häuser: mit Serviced City Apartments.

1 x elegant, 1 x cool-urban

Das Parkhotel und das City Garden Hotel in Zug sind zwei ungleiche Schwestern, die sich aber aufs Beste ergänzen. Im Verbund können sie fast jeden Anspruch erfüllen.

ELSBETH HOBMEIER

Bilder zvg

Hell und klar mit Farbtupfern: Livingroom des Parkhotel Zug.

Das Wirkungsfeld von Hotelmanager Stefan Gareis in Zug wächst und wächst: 2003 umfasste das Parkhotel 112 Wohneinheiten, beschäftigte 50 Mitarbeitende und machte 8,5 Millionen Franken Umsatz. Heute, im Jahr 2011, sind es zwei Hotels, vier Restaurants, 150 Mitarbeitende und 20 Millionen Franken Umsatz. Neu ins Portfolio der von der Metall Zug Gruppe gehaltenen Hotel Business Zug AG gehört das 2010 erbaute City Garden Hotel mit 82 Zimmern und dem CU Restaurant. Eingeweiht wurden dieses Jahr auch zwei weitere Apartmenthäuser, so dass nun drei Häuser mit 49 Wohneinheiten zur Verfügung stehen. Und zusätzlich übernommen wurden die Gastronomie im Theater Casino Zug sowie der urchige Gasthof Bären.

«Jetzt geht es ums Konsolidieren und ums Verkaufen. Ich bin der oberste Verkäufer.»

Stefan Gareis
General Hotel Manager

«Ein tolles Produkt, wir sind für jeden Anspruch, für jede Veranstaltung gerüstet und können das Passende bieten», freut sich Stefan Gareis. «Jetzt geht es ums Konsolidieren und ums Verkaufen. Ich bin unser oberster Verkäufer», definiert er seine anspruchsvolle Aufgabe. Besonders freut ihn, dass er jeden Event jetzt in Eigenregie organisieren kann, «alles aus einer Hand, alles ist möglich».

Für Business nach Zug, für Action nach Zürich oder Luzern

Stefan Gareis empfindet den Standort Zug als hervorragend: «Unser Kerngeschäft läuft das ganze Jahr, low season ist bei uns nur in den Sommerferien, wenn die Firmen wenig oder keine Kunden empfangen». Der Kanton Zug sei ganz klar business-orientiert, «Zug ist eine Insel». Der typische Hotelgast komme zu Firmen-Meetings, wolle daneben aber auch etwas sehen und die Natur erleben. «Wer Rummel und Action sucht, der findet das in Zürich oder in Luzern», sagt er.

Die Auslastung während der Woche ist mit 85 bis 100 Prozent sehr hoch – pushen will und muss Stefan Gareis jetzt die Belegung übers Weekend. «Wir bieten den Mitarbeitenden der umliegenden Firmen gute Konditionen für ihre privaten Gäste», beschreibt er eine der Massnahmen. Zudem schnürt er Golf-Packages für auswärtige Golfspieler.

Zwei Hotels, zwei Konzepte, zwei Zielgruppen

Sowohl das Parkhotel wie das City Garden sind als Vier-Sterne-Superior-Häuser klassifiziert. Sonst aber heben sich der Auftritt und das Ambiente der beiden unterschiedlichen Schwestern deutlich voneinander ab. Im Parkhotel strahlt die diesen Sommer renovierte Lobby als Living Room in makellosem Weiss, aufgelockert nur durch ein paar Farbtupfer. Die 112 Zimmer setzen auf ein modernes Ambiente, auf klassisch-elegantes Design mit hellen Farben. Seit Mai erhielt auch das Restaurant ein neues Kleid in coolem Weiss, mit Lichtinstallation und einer Wand aus Reuss-Stein.

Ganz in Schwarz empfängt dagegen das City Garden Hotel. Das CU Restaurant mit Bar und Lounge wurde flugs zum in-Treffpunkt von Zug, seine frische Marktküche setzt Akzente. Die Zimmer sind auf die Bedürfnisse junger, urbaner Menschen ausgerichtet. Und der Bau mit seiner Chromstahl-verkleideten Fassade gab nicht nur wegen seiner Bauweise, sondern auch wegen seiner auf zwölf Jahre befristeten Lebenszeit zu reden. Gebaut wurde das vierstöckige Haus in Rekordzeit von 9 Monaten, investiert wurden 18 Mio. Franken – heute pilgern Architekten dafür nach Zug.

Fröhlich und cosy: Der CU-Loungebereich ist Teil des Restaurants im City Garden Hotel.

Langzeitgäste 49 Apartments

Die Kochinsel von Philippe Stark ist auf Hochglanz poliert, am anschliessenden Tisch könnte eine nette Freundesrunde gleich Platz nehmen. Trotzdem: In den neuen, voll ausgestatteten Serviced City Apartments des Parkhotel Zug wird wohl nicht allzu häufig gekocht. Aber umso mehr geschlafen, gearbeitet, gewohnt. Denn die insgesamt 49 Wohneinheiten mit Ein- und Zweizimmerwohnungen sind für Langzeitgäste konzipiert, die – meist aus geschäftlich bedingten Gründen – einen längeren Aufenthalt in Zug planen, aber den privaten Charakter eigener vier Wände bevorzugen. Die Dienstleistungen des benachbarten Parkhotel und des City Garden Hotel Zug mit Restaurants, Fitness und Wellness, mit Bars, Lobbys und Terrassen stehen ebenfalls zur Verfügung. Die Apartments sind ab einer Woche buchbar, im Durchschnitt werden sie aber für rund drei Monate belegt. Die Nachfrage ist gross: Bereits im ersten Jahr sind sie zu 90 Prozent ausgebucht. eho

Smart und apart: Serviced City Apartments mit Küche.

Das «Aklin» lebt die Zuger Tradition

Das Restaurant Aklin beim Zytturm mitten in der Zuger Altstadt ist seit 1787 eine Institution. Hierhin geht der Zuger, wenn er etwas zu feiern hat. Das historische Lokal pflegt eine schweizerisch-französische Küche.

ELSBETH HOBMEIER

Seit 1787 steht der Schriftzug des «Aklin» beim Zytturm.

Bilder zvg

Olivier Rossdeutsch (l.), Thea und Gregor Walker.

«Dieses Restaurant war immer mein Wunschtraum, schon als Kind, als ich meine Mutter manchmal zur Arbeit hierher begleiten durfte.» Wer solche Erinnerungen hat, der greift zu, wenn sich die Gelegenheit bietet. Genau das machte Gregor Walker vor bald 13 Jahren, als er das Angebot erhielt, das «Aklin» zu übernehmen. Seither ist er rühriger Gastgeber im Zuger Traditionshaus, sein elsässischer Schwager Olivier Rossdeutsch steht in der Küche – und Mutter Thea Walker hilft wie einst tüchtig überall mit.

Das Interieur des «Aklin» ist einmalig gut erhalten. In der Zunftstube (80 Plätze) treffen sich Geschäftsleute und Stammgäste zum Diner oder zum Lunch; beliebt sind die zehn marktfrischen, schnell servierten Menüs im Tagesangebot. Zusätzlich liegt eine sehr grosse, vielseitige Karte auf. Das Aklin-Stübli (35 Plätze) mit dem schönen alten Kachelofen und die Erker-Stube (16 Plätze) sind besonders für Geschäfts- und Familienanlässe beliebt. Olivier Rossdeutsch pflegt eine schweizerisch-französische Küche, das Lokal kann 13 Gault-Millau-Punkte vorweisen.

«Verlangt wird bei uns viel Fisch, aber auch die Fleischspezialitäten aus der Metzgerei im selben Haus sind sehr begehrt, allen voran die Läberli und das Geschnetzelte», sagt Gregor Walker. Ein bewährter Renner ist das Zuger Fischmenü mit Fischsüppchen, gebratenen Eglifilets, klassischen Felchenfilets in Weisswein-Kräutersauce und einem Sorbet-Dessert (88 Franken). Als «Aklin»-Klassiker gelten traditionelle Bistro-Gerichte, wie Kutteln, Kalbskopf, Kalbszüngli und Milkenpastetli.

Das Restaurant Aklin hat sich sein Altstadtflair bewahrt und pflegt es mit viel Hingabe – die eingesessenen Zuger und Zugerinnen danken es ihm.

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

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

htr hotelrevue
Nr. 44 / 3. November 2011

Zug. Bossard Arena. Das neue Eisstadion in Zug setzt in energetischer Hinsicht neue Massstäbe. Und auch auf kulinarischer Ebene spielt das Angebot in der höchsten Liga. Und gleich nebenan überrascht die neue Skylounge im 18. Stockwerk.

Dinieren zum Hockeyspiel

Die Bossard Arena in Zug kostete 61 Millionen Franken. Das Herzstück des Komplexes: Ein Eishockey-Tempel mit 7015 Plätzen.

SIMONE LEITNER

Zug konnte kürzlich ein neues Eisstadion mit 4280 Sitz- und 2735 Stehplätzen eröffnen. Rund zweieinhalb Jahre wurde gebaut und 61 Millionen Franken investiert. Der Eishockeyklub EV Zug hat nun alles was zu einem Stadion gehört und noch ein Quäntchen mehr Nachhaltigkeit: Die Bosshard Arena ist das erste nach Minergiestandard zertifizierte Eisstadion in der Schweiz und setzt daher in energetischer Hinsicht neue Massstäbe. Die Abwärme wird in einem Wärmeverbund weiterverwendet, womit ein grosser Anteil an erneuerbarer Energie geschaffen werden kann. Zudem wurde auf dem Dach des Stadions ein von den Wasserwerken Zug (WWZ) betriebenes Solarkraftwerk installiert. Knapp 2050 Solarmodule mit einer Gesamtfläche von fast 3000 Quadratmetern produzieren jährlich rund 200 000 kWh Solarstrom.

Gastronomie wird in der Arena gross geschrieben

Auch die Gastronomie geht neue Wege: Einzigartig in einem Schweizer Hockeystadien ist die gegen das Spielfeld ausgerichtete Terrasse «Dine & View». Von 80 Sitzplätzen aus kann hier der Eishockeyfan entlang des Spielfelds den Match verfolgen. Und sich gleichzeitig kulinarisch verwöhnen lassen. Das Package mit Eintritt, Buffet, Wein, Bier und Softgetränk kostet 175 Franken. «Wir haben dieses Gastromodell in einem deutschen Eisstadion gesehen, es hier umgesetzt und damit nun schon schöne Erfolge gefeiert», freut sich Roland Wyss, Geschäftsführer der EVZ Sport AG. Als ehemaliger Tourismusdirektor fokussiert Wyss auch auf das Wohl der Gäste. Im ersten Stock befindet sich die «67 Sportsbar» mit rund 90 Sitzplätzen und Blick ins Stadioninnere sowie aufs Aussenfeld. Kulinarisch erwartet die Gäste ein vielseitiges Angebot von Kaffeespezialitäten, einfachen Menüs bis hin zu Snacks im amerikanischen Stil.

VIP-Restaurant für Sponsoren und 9 Logen mit je 15 Plätzen

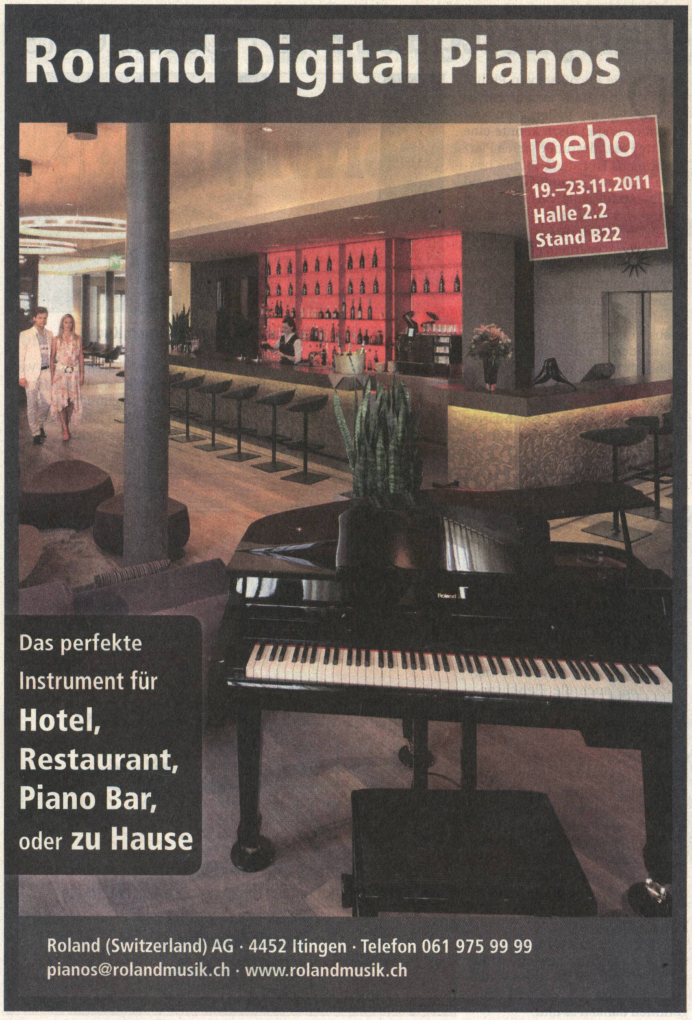
Das neue VIP-Restaurant für Donatoren-Clubs, EVZ-Gäste und Sponsoren befindet sich in der Verlängerung der «67 Sportsbar» und bietet an Spieltagen rund 100 Sitzplätze. Sehr begehrt und entsprechend ausgebucht sind die 9 VIP-Logen mit je 15 Plätzen.

Um all das aber geniessen zu können, braucht es ein effizientes Sicherheitskonzept. Für die Bossard Arena wurde ein Sicherheitspaket geschnürt zur Bewältigung von Konflikten unter den Fangruppen. Die Stehplatzbereiche für die Gastmannschaft (Westkurve) und die EVZ-Fans (Ostkurve) sind durch separate Zugänge getrennt.

zvg

«Dine & View» heisst das erfolgreiche Gastrokonzept im Eisstadion von Zug.

ANZEIGE



Nachgefragt

Corsin Camichel

Eishockeyklub: EV Zug
Position: Stürmer.
Geburtsdatum: 26.02.1981

1. Corsin Camichel, was bedeutet Ihnen als Bündner die Stadt Zug?
Es gefällt mir unglaublich gut hier, ich vergleiche Zug immer mit meiner Heimat, dem Engadin. Auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht, gibt es Parallelen. Ich geniesse in Zug die Ruhe und die Nähe zu den Bergen. Auch hockeytechnisch ist der EV Zug etwas vom Besten in der Schweiz: Die neue Eishalle, das Team, die Infrastruktur – hier stimmt eigentlich alles. Der EV Zug kann wohl kaum mit einem anderen Klub verglichen werden.

2. Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?
Ich spiele sehr gerne Golf, und Golfplätze gibt es hier vor der Haustüre. Ich schätze auch den See sehr. Ein idealer Ort, um mit Kollegen auf einem Schiff zu entspannen.

3. Und wenn Sie ausgehen wollen, müssen Sie nach Luzern oder Zürich fahren?
Es gibt natürlich Kollegen, die in Zürich oder auch in Luzern ausgehen, denn das Angebot dieser Städte ist viel umfangreicher. Aber ich glaube trotzdem, Zug bietet heute auch für jüngere Leute gute Möglichkeiten. Es sind in letzter Zeit einige neue Klubs und Bars geöffnet worden, die dem modernen Lifestyle gerecht werden.

4. Dann müsste ein sehr gutes Angebot kommen, um Sie von Zug wegzuholen?
Ja, ich fühle mich hier so wohl, dass ich wohl kaum weggehen würde. Auch nach der Hockeykarriere werde ich sehr wahrscheinlich in Zug bleiben. Die Berufsmöglichkeiten sind dank all der spannenden Firmen, die den Standort Zug wählten, sehr gut. sls

Eine Lounge mit Aussicht. Ohne Konsumationszwang.

Metropolitane Gefühle weckt die futuristische Zuger Skylounge nahe der Bossard Arena. Vom 18. Stock aus zeigt sich die Stadt in Vogelperspektive. Bei einem Drink. Oder auch ohne jede Konsumation.

ELSBETH HOBMEIER

Elsbeth Hobmeier

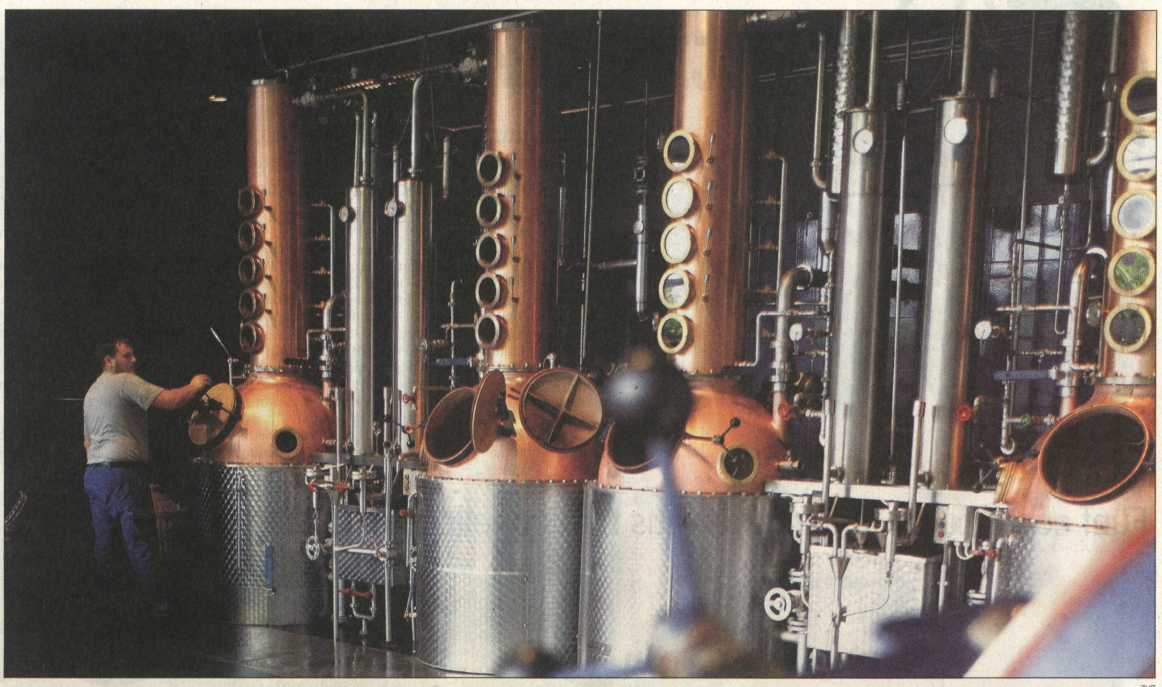
Die Skylounge: Intimer Rahmen, grandioser Ausblick.

In-People treffen sich hoch über der Stadt Zug in der Skylounge. Dieser futuristisch anmutende Aussichtsraum liegt im Dachgeschoss des 18-stöckigen Uptown-Gebäudes neben der Bossard Arena. Er wurde diesen Sommer eingeweiht und ermöglicht ab 11 Uhr mittags bis spät in die Nacht einen einmaligen Rundblick vom Zugersee, der Rigi und dem Wildspitz über das gesamte Alpenpanorama – eine gute Sicht vorausgesetzt.

Man sitzt an den Tischen vor den riesigen Fenstern, lümmelt sich in die weichen Ledersessel oder hängt ein wenig an der Bartheke, je nach Tageszeit, Stimmung, Hunger oder Durst. Denn das Publikum wechselt, und damit auch die Bedürfnisse: Mittags zieht der gepflegt servierte Businesslunch (Fr. 42.50 bis Fr. 62.50) vorwiegend Geschäftsleute an. Nachmittags wird Kaffee und Kuchen konsumiert, gegen Abend kommt die grosse Aperitif-Auswahl zum Zug. Zum «Picken» gibt es dann Fleisch- oder Käseplättli – wer reichhaltiger essen will, besucht das Restaurant GG6 unter selber Leitung im Erdgeschoss des Gebäudes. Denn nachts sind in der Skylounge spezielle Drinks angesagt; davon zeugt das auffallend breite Angebot.

Es kann aber durchaus auch sein, dass Gäste hereinschneien und die grandiose Aussicht ohne jede Konsumation geniessen – diese Idee eines öffentlichen Aussichtsraums war der Wille der Stadt Zug, welche sich dieses Nutzungsrecht auf 30 Jahre hinaus 2,2 Millionen Franken kosten liess.

Zug. Spezialitäten. 682 000 Kilo Kirschen sind bereit fürs Brennen. Hans Etter, Chef des Familienunternehmens Etter Söhne AG, sagt ein grandioses Jahr voraus. Und dem Restaurant Blasenberg ob Zug bringt der kastrierte Hahn den Erfolg.



Rund ein Dutzend Fruchtsorten werden in dieser Brennereianlage zu gebranntem Wasser verarbeitet: Die Firma Etter ist das Aushängeschild des Zuger Kirsch. zvg

Markenzeichen Kirsch

Wer Zug sagt, denkt an Kirsch. Und wer an Kirsch denkt, dem kommt zuerst der Name Etter in den Sinn. Die Firma brennt seit 1870 bestes «Chriesiwasser». Heute noch.

ELSBETH HOBMEIER

Hans Etter prophezeit ein grandioses Kirschjahr 2011: «Wir haben so viel eingemaischt wie schon ewig nicht mehr», sagt der Chef des Familienunternehmens Etter Söhne AG. 682 000 Kilo Kirschen sind bereit fürs Brennen, das ist die zweitgrösste Menge seit je. Das heisst etwas, denn Hans Etter kann auf Aufzeichnungen bis zum Jahr 1870 zurückgreifen. Sein Urgrossvater Johann Baptist Etter kreierte zwar das «Chriesiwasser» bereits 1823, aber erst Grossvater Paul machte es zum Haupterwerb und gründete eine Firma mit Sitz in Zug. Seit 1980 wird in einem Neubau an der Stadtgrenze produziert und vermarktet. Und exportiert: Auf der Kundenliste stehen heute Adressen in über 20 Ländern. «Die Wertschätzung ist vor allem in Deutschland sehr hoch», weiss Hans Etter.

Etter Vieille Kirsch aus dem Barrique.

110 Jahre lang brannte Etter einzig Kirsch. «Das ist eine positive Altlast», lacht Hans Etter. Denn heute macht der Kirsch zwar nur noch 42 Prozent der gesamten Produktion aus, aber in den Köpfen wird die Firma Etter Zug eben immer noch vielerorts einzig mit diesem Fruchtbrand assoziiert. Dies, obschon in den Brennkesseln des Unternehmens auch Williams, Pflümli, Mirabelle, Gravensteiner, Quitte, Aprikose, Framboise und Grappa entstehen. Eine Spezialität für sich sind die während mehreren Jahren im Barrique gelagerten und dadurch goldbraun getönten Vieille Kirsch, Vieille Poire Williams und Vieille Prune.

46 Prozent der Etter-Produktion geht ins Ausland. In der Schweiz werden vorwiegend der Fachhandel sowie Globus, Coop und Manor beliefert, die Gastronomie ist eher schwach vertreten. «Dort läuft nur etwas, wenn der Service gut geschult ist und die Gäste entsprechend beraten kann», betont Hans Etter. Ein schöner Titel wie «Distiswiss Goldbrenner des Jahres», den Hans Etter und sein Schwiegersohn Gabriel Galliker-Etter für die Jahre 2009/2010 abholen durften, mache zwar grosse Freude, aber finde in der Gastronomie nicht den entsprechenden Niederschlag, findet er.

Das gesamte Brennobst stammt von Schweizer Bauern

«Die Bauern haben wieder Freude an den Chriesi», stellt Hans Etter in den letzten Jahren vermehrt fest. Das verbessere die Zusammenarbeit – eine Zusammenarbeit, die von Etter von jeher bewusst gepflegt wird. Auch diesen März soll wiederum die jährliche Zusammenkunft der Lieferanten – «unsere Chriesikunden» nennt sie Etter – stattfinden, um ein Resumee über die Ernte zu besprechen und den Kontakt untereinander zu festigen.

«Unser gesamtes Obst stammt einzig von Schweizer Bauern, die wir gut bezahlen», lautet das Credo der Firma. Nicht zuletzt dank Bundessubventionen ist der Erhalt der Kirschbäume weitgehend gesichert, aber «leider wird die Qualität nicht kontrolliert, was unbedingt nötig wäre», findet Hans Etter.

Im Tun ist zurzeit eine Zuger Kirsch AOC, welche 2012 zur Qualitätssicherung eingeführt werden soll. Von Hand gepflückt werden heute allerdings einzig noch die Wildkirschen für den raren Etter-Jahrgangs-Wild-Kirsch. Alles andere wird geschüttelt: Die Tafelkirschen, die Konserven- und Konfitürenkirschen und die kleinen, zarten Brennkirschen. Rund 250 Sorten gibt es davon, die beste und bekannteste Sorte ist die «Lauerzer». Aus ihnen wird der sortenreine Jahrgangskirsch der Firma Etter gebrannt, rund acht Kilo braucht es für eine 70-cl-Flasche.

«In der Gastronomie laufen Brände nur, wenn der Service Gäste gut beraten kann.»

Hans Etter
Dritte Generation Etter Söhne AG

In die Kirschtorte kommen einzig Brände von Bauernhöfen

In die Zuger Kirschtorte kommt übrigens kein Etter-Kirsch, «sonst wäre sie gar nicht mehr zu bezahlen», meint Hans Etter. Die Konditoreien verwenden einen Kirsch-«Sirup», den sie aus Bränden von Bauernhöfen herstellen. Auf keine Nachfrage stiess auch die Idee eines Zuger Kirschtorten-Likörs, der laut Etter «wie eine ausgepresste Kirschtorte» schmecken sollte, aber offenbar keinem Bedürfnis entsprach.

Der entmannte Hahn zieht männiglich an

Schon Kaiser Nero ass gern Kapaun. Dem Restaurant Blasenberg oberhalb von Zug brachte der kastrierte Hahn den wirtschaftlichen Aufschwung. Die Spezialität aus eigener Aufzucht ist weitherum einzigartig.

ELSBETH HOBMEIER

In den Fünfzigerjahren ging es der Wirtschaft auf dem Blasenberg miserabel. Wendelin Limacher notierte damals in Reimen: «Die Wirtschaft war ein endlos Warten, kaum einer sass im schönen Garten. Achttausend Franken im ersten Jahr war Umsatz der kleinen Gästeschar.» Weil mit diesem winzigen Einkommen auch ein Bergrestaurant nicht leben kann, sann Limacher auf Abhilfe. Da kam ihm der Kapaun gerade recht – ein Hahn, der im zarten Alter kastriert wird und dadurch dick und schwer wird. Sein Fleisch ist viel saftiger und von weit besserer Konsistenz als jenes eines gewöhnlichen Hühnchens.

Das Schlachtgewicht eines Kapauns liegt gegen drei Kilo. Die Tiere werden von Markus Limacher – dem Sohn des erwähnten Chronisten Wendelin – auf dem eigenen Blasenberg-Bauernhof gezüchtet,

Stefan Limacher, Juniorchef.

Mutter Madlen Limacher ist für die Zubereitung in der Küche zuständig. Die ist ziemlich aufwendig: Das Fleisch wird am Vortag mariniert und dann vor dem Servieren drei Stunden im Backofen gebraten. Dabei muss es regelmässig mit Jus übergossen werden, damit es schön saftig bleibt. Serviert wird der Kapaun für drei oder vier Personen. Dazu gibt es Pommes frites, Safran-Risotto und Salat, das Ganze für 39 Franken pro Person. Dazu passt der Blasenberger Hauswein, ein RieslingxSylvaner aus Osterfingen.

Die Mehrheit der Gäste kommt wegen dem Kapaun

Rund 160 Kapaune werden jeden Monat auf dem Blasenberg geschlachtet und in der holzgetäferten, gemütlichen Gaststube auf weiss gedeckten Tischen serviert. Das Geschäft läuft heute gut, warten muss die Wirtschaft nicht mehr auf die Gäste, es ist eher umgekehrt: Vor allem an den Wochenenden müssen die Gäste auf einen freien Tisch warten, eine Reservation ist unabdingbar. «Die Mehrheit der Gäste will Kapaun, einige sind richtig wild darauf und kommen immer wieder», freut sich der Sohn Stefan Limacher. Er ist vor drei Jahren im elterlichen Gasthof eingestiegen und wird, so ist es geplant, demnächst das Szepter übernehmen. Auch bei ihm wird der Kapaun seine bisherige Hauptrolle weiterspielen. «Natürlich», lacht er. «Mein Grossvater, der Wendelin, hatte es zuerst mit einer Art Güggelibeiz versucht, aber erst der Kapaun brachte uns den Aufschwung», erzählt Limacher junior.

Bilder Elsbeth Hobmeier

Für Kapaun ist der «Blasenberg» schweizweit bekannt.

Gartenwirtschaft mit «Plättli» und Aussicht

Im Sommer, in der herrlich gelegenen Gartenwirtschaft, sind auch die «Plättli» mit dem hausgemachten Schinken, dem Bauernspeck und der Rauchwurst heiss begehrt. Und zu haben sind auch Klassiker wie eine Kalbsbratwurst mit Rösti oder ein Cordon bleu. Aber eine Platte voll braun und knusprig gebratenem Kapaun ist und bleibt eben die Spezialität, welche «meines Wissens einzigartig in der Schweiz» ist, wie Stefan Limacher vermutet. Schliesslich war der Kapaun einst ein Gericht für Fürsten. Und für Kaiser Nero.

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

htr hotelrevue
Nr. 44 / 3. November 2011

zvg

Zug. Kirschtorte. Eine Spezialität, die sich nicht nur in Zug, sondern weltweit etabliert hat. Nur Kleinigkeiten unterscheiden die fünf Torten voneinander. Ein Test zeigt wo die Unterschiede liegen.

Getränktes Innenleben

Gebäck als Kulturgut: Der Zuger Kirschtorte zu Ehren wurde eine Gesellschaft gegründet. Eine Torte, die nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich interessant ist.

SIMONE LEITNER

Die Zuger Kirschtorten-Gesellschaft will das Gebäck als «wichtiges historisches Kulturgut bewahren und das Image des Kantons Zug fördern», schreibt der Verein und strebt eine «geschützte geografische Angabe» der Zuger Kirschtorte an. Das Gebäck als Kulturgut zu schützen, hat neben der Erhaltung des Brauchtums auch marketingtechnische Vorteile. So hat die Zuger Kirschtorte in der internationalen Konditorei und Gastronomie ihren festen Platz bereits gefunden.

Und wer hat sie erfunden? Der aus dem Appenzell stammende Konditormeister Heiri Höhn eröffnete 1913 an der Alpenstrasse in Zug eine Konditorei. Mit zwei Gastronomen als Kostprobe-Experten, begann Höhn mit der Entwicklung der Zuger Kirschtorte. Nach einem Umzug an den Bundesplatz und mehreren Versuchen gelang schliesslich um 1921 die endgültige Version seiner neuen Spezialität, die bereits 1923 an einer Ausstellung in Luzern eine Goldmedaille gewann.

Heute wird die Zuger Spezialität in mehrere Bäckereien in der Stadt verkauft. Echt sind sie alle. Und das betonen die Konditoreien auch. Sei es auf der Website oder bei der Telefonansage der Konditorei Treichler, die sich als «das Erfinderhaus der Zuger Kirschtorte» meldet – die Spezialität ist fester Bestandteil der heimischen Kultur. Und so kommt der Kirsch in die Torte: «Wir Zuger Konditoren sind die einzigen, die Kirsch nicht verdünnen, sondern verdicken.»

«Um ein Bisquit tränken zu können, wird der hochgradige Kirsch mittels Zucker-Sirup verdickt. Wir erreichen damit, dass der Kirsch dickflüssiger wird und nicht so leicht aus dem Bisquit fliesst, er klebt auch besser am Bisquit, und der Zucker rundet die Torte geschmacklich vorzüglich ab», erklärt die Zuger Confiserie Speck ihren Kunden. Dieses feucht getränkte Biskuit wird zwischen zwei mürbe Japonaisböden gelegt. Und damit der Kirsch nicht ausläuft, wird das Biskuit mit einer möglichst dünnen Buttercrème-Schicht umhüllt.

Fünf echte Zuger Kirschtorten aus traditionellen Backstuben im Test

Hans Etter
Etter Söhne AG

Matthias Hegglin
Hotelier Ochsen Zug

Elsbeth Hobmeier
Chefredaktorin hotel revue

Urs Raschle
Tourismusdirektor Zug

Thomas Rüegg
F&B Hotelbusiness Zug AG

	1. Rang	2. Rang	3. Rang	4. Rang	5. Rang
	Confiserie Strickler, Zug (154 Punkte)	Confiserie Speck, Zug (153 Punkte)	Leue Beck, Zug (145 Punkte)	Confiserie Albert Meier, Zug (141 Punkte)	Konditorei Treichler (Heini Luzern) Zug (139 Punkte)
	Äussere Beschaffenheit: Ganze Wirkung schön, die Formgebung sogar verführerisch.	Die ganzheitliche Wirkung und die Form sehr schön und verführerisch.	Wirkt überraschend.	Wirkung und Form sind sehr schön.	Sehr schöne Wirkung. Richtig «anmächelig».
	Innere Beschaffenheit: Die Farbe ist angenehm schön, der Japonaisboden sehr gut.	Sehr guter Biss und ein exzellenter Japonaisboden.	Sieht farblich fad aus. Japonaisboden zu weich, etwas durchnässt.	Farblich sehr verführerisch. Der Japonaisboden ist zu weich, aber nicht durchlässig.	Eine etwas fade Farbgebung. Japonaisboden eher untypisch.
	Sensorik: Geruch zartfruchtig. Geschmack ausgewogen. Total: 32,5 Punkte	Ausgewogen und erfrischend im Geruch. Biscuit schmeckt sehr gut. Total: 36 Punkte	Angenehmer Geruch. Kirschsirup angenehm, aber nicht ausgewogen. Total: 27,5 Punkte	Kirschgeschmack ist zu wenig vorhanden, sonst harmonisch. Total: 30,5 Punkte	Kirschgeschmack kommt zu wenig zur Geltung. Sonst ausgewogen. Total: 30,5 Punkte
	Äussere Beschaffenheit: Nach dem Schneiden immer noch gute Form.	Sehr schöne Torte. Super geröstete Mandelsplitter.	Sehr schön, fast perfekt in der Formgebung.	Form ist schön und «anmächelig», Nüsse sind gut geröstet.	Sehr schöne Torte mit gerösteten Mandelblättchen.
	Innere Beschaffenheit: Japonais schön braun, sehr guter Biss. Sieht natürlich aus.	Buttercreme leicht rosa. Biss: Japonais ist leicht gummig und eher trocken.	Bleiches Erscheinungsbild. Keine Farbstoffe. Japonais etwas mürbe und trocken.	Sehr gelbes Biscuit, unechte Farben. Der Biss ist «matschig», Japonais ist mürb.	Blasse Farbe beim Biscuit. Etwas trocken.
	Sensorik: Feiner Geruch, sehr guter Kirschgeschmack. Total: 33 Punkte	Kirsch ist gut riechbar. Wirkt eher trocken. Total: 30,5 Punkte	Kirschgeruch ist eher schwach, der Geschmack hingegen stark. Total: 31 Punkte	Kein Kirschgeruch, Biscuit schlecht getränkt. Total: 26 Punkte	Im Geschmack eher süss und ohne Kirsch. Total: 24,5 Punkte
	Äussere Beschaffenheit: Oben und unten sind die Schichten etwas hart.	Viele Mandelblättchen am Rand.	Boden aus dünnem Japonais, dazwischen weisse Creme.	Schöne Form, gerillt mit Puderzucker.	Wirkt schön. Formgebung ist okay, so wie sie sein muss.
	Innere Beschaffenheit: Ansprechend, Guss leicht rosa, angenehm knuspriger Boden.	Heller Biscuit, weiss-rosa Creme, dünne Schicht. Viel Puderzucker. Guter Biss, Boden fest.	Dicke, weisse Cremeschicht. Biss: Gut, saftig und cremig.	Dunkelgelbes Biscuit mit recht viel rosa Creme. Fester Deckel.	Untere Schicht lässt sich schlecht durchtrennen. Eher trockener Boden.
	Sensorik: Zarter Biscuit-und Schnapsduft. Feine Mandelcreme. Total: 29,5 Punkte	Angenehmer Geruch. Guter Geschmack, Kirsch deutlich erkennbar. Total: 29 Punkte	Deutlicher Kirschgeruch. Auch geschmacklich dominiert Kirsch. Total: 26,5 Punkte	Zarter, feiner Geruch. Geschmack ist elegant, aber relativ cremig. Total: 27,5 Punkte	Boden erinnert an Karton, eher staubiger Eindruck. Total: 25,5 Punkte
	Äussere Beschaffenheit: Wirkung ist ausgezeichnet, die Formgebung ebenfalls sehr gut.	Schön rund und leicht gezuckert.	Gute Formgebung. Verlockend zum Reinbeissen.	Kompakt, leicht überladen.	Klare Struktur, schöne Formgebung.
	Innere Beschaffenheit: Klare Struktur, saftig-glitzernd. Weicher Boden.	Trockener Mittelteil, schöner weisser Deckel. Der Biss ist eher etwas hart.	Sehr klare Struktur, dunkler Mittelteil. Der Biss ist weich, aber nicht zu weich.	Klare Struktur, rosa-weiss. Zarter Biss, man spürt den Rahm.	Farblich nicht klar erkennbare Abstufungen. Weicher Boden.
	Sensorik: Nicht sehr starker Geruch. Kirsch spürt man gut. Total: 32 Punkte	Normaler, nicht zu süsser Torten- und Kirschgeschmack. Total: 30 Punkte	Sehr guter Kirschgeruch. Kirschgeschmack hingegen nicht so stark. Total: 32,5 Punkte	Süsslicher Geruch. Wenig Kirsch, auch kein Nachgeschmack. Total: 30,5 Punkte	Torte ohne Kirschgeschmack. Nicht sehr süss.. Total: 28 Punkte
	Äussere Beschaffenheit: Rechteckige Form gefällt nicht.	Gute Verarbeitung und Grösse. Proportionen der Torte stimmen.	Schön verarbeitete Torte.	Form entspricht der Vorstellung.	Schön verarbeitet.
	Innere Beschaffenheit: Farbe eher blass. Weicher, eher «matschiger» Biss.	Schöne Farbabstufungen. Biss: spürbare Unterschiede in den Schichten. Boden trocken.	Schöne Schichtung, eher blass. Im Biss sehr weich und etwas zu nass.	Kräftige Farbunterschiede der Komponenten. Im Biss sehr weich, keine Unterschiede bei Schichtung.	Kräftige Farbschichtung. Angenehmer Biss, Boden etwas zu gummig.
	Sensorik: Dezenter Geruch. Geschmack: Kirschsirup ausgeprägt. Total: 27 Punkte	Feiner, buttriger Biscuitgeruch. Beim Geschmack eine «Fehlnote». Total: 27,5 Punkte	Intensiver Kirschgeruch. Sehr geschmacksvoll, anhaltende Aromatik. Total: 27,5 Punkte	Dezenter Geruch. Schwache Aromen, Kirsch kaum spürbar. Total: 26,5 Punkte	Kräftige Aromen, Boden schmeckt stark nach Haselnuss. Total: 30,5 Punkte
	Tortendurchmesser: 18 cm 740 g, Fr. 26.– www.confiserie-strickler.ch	14 cm 370 g, Fr. 18.20 www.speck.ch	14 cm 440 g, Fr. 17.– keine Website	16 cm 570 g, Fr. 19.50 www.diezugerkirschtorte.ch	15 cm 620 g, Fr. 19.– www.zuger-kirschtorte.ch

ANZEIGE

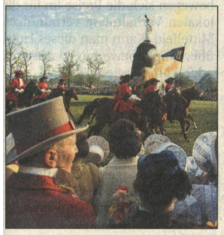
Die Liste des immateriellen Kulturerbes der Schweiz liegt vor. Die Chancen und Risiken einer touristischen Inwertsetzung der lebendigen Traditionen werden damit zum Thema.

SABRINA GLANZMANN

Das Silvesterchlausen im Kanton Appenzell Ausserrhoden: Der bunte Brauch ist auf der Liste des immateriellen Kulturerbes der Schweiz. Bilder Swiss Image

Wertvolles Brauchtum

Fasnacht, Alpabzug, Hornussen – diese und 164 weitere Traditionen und Bräuche stehen auf der Liste des immateriellen Kulturerbes der Schweiz. Vom Bundesamt für Kultur (BAK) jüngst veröffentlicht (siehe Zweittext), bietet die Inventarisierung aktuell Anlass zur Diskussion, wie und ob die Einträge touristisch inwertgesetzt werden können. Dieser Frage geht das Institut für Tourismuswirtschaft IST zusammen mit dem Institute for Studies in Music Education der Hochschule Luzern in einem laufenden Forschungsprojekt nach. In diesem Zusammenhang wurde im Verkehrshaus Luzern auch eine Tagung durchgeführt, welche einen interdisziplinären Austausch zwischen 200 Personen aus Tourismus und Kultur ermöglichen sollte.



Das Zürcher Sechseläuten.

Auch «böse Buben» gehören zur Schweizer Kultur.

Immaterielles Kulturerbe: «Kein simples Marketingprodukt»

Folgende Problematik wurde an der Tagung diskutiert: Die Vorteile, die eine Vermarktung von Brauchtum den Touristikern bieten kann, sind Möglichkeit zur Differenzierung, Wettbewerbsvorteil oder Wertschöpfung. Das sehen Exponenten aus Kulturpolitik und -wissenschaft jedoch auch als Risiko. Die Luzerner Fasnacht ist ein Paradebeispiel für ein bereits erfolgreiches touristisches Angebot: Dieser Brauch generiert 200 000 einheimische und auswärtige Besucher und 10 Millionen Franken Wertschöpfung in der Wintersaison. Madeleine Vivani von der Schweizerischen Unesco-Kommission stört sich daran, dass die Touristen den Brauch nicht ganzheitlich wahrnehmen. «Sie sehen nur den Umzug als Resultat. Zum Brauch gehört aber die Vorbereitung während des ganzen Jahres, so wird die Identität der Fasnächtler geschaffen.» Und räumt ein: «Immaterielles Kulturerbe ist sicherlich keine heilige Kuh – aber auch kein simples Marketingprodukt». David Vitali, Leiter a. i. Sektion Kultur und Gesellschaft des BAK, sprach das Thema Bewahrung an: «Die lebendigen Traditionen sollen nicht mit platten Werbeslogans vermarktet, sondern touristisch so genutzt werden, dass es ihrer Bewahrung dient.» Was heisst das für die Praxis? Beispiele wie die «Gansabhauet» in Sursee zeigten die Punkte auf, denen sich etwa ländliche Tourismusregionen stellen müssen. Die lokale Veranstaltung laufe gut, sagt Michael Blatter, Stadtarchivar und Präsident der Durchführungskommission. Die bis zu 2000 Besucher aus der Region reizten die Kapazität des Veranstaltungsortes vor dem Stadthaus aus. Eine grössere Vermarktung brächte bis zu 10 000 Besucher, ein neuer Platz und wohl auch ein Speaker mit Mikrofon würden nötig. Damit würde aber ein Eingriff in den seit 1820 unveränderten Brauch und seine Authentizität gemacht, «für einen Preis, der schwierig zu beziffern ist», so Michael Blatter.

Praxisleitfaden zur Vermarktung von Bräuchen und Traditionen

Verliert ein touristisch vermarkteter Brauch seine Bedeutung für die Bevölkerung, den ursprünglichen Sinn, seinen Wert? «Es geht darum, die Werte in Erinnerung zu rufen, die unsere Region mit den Kastanien verbindet», sagt etwa Paolo Crivelli von der «Sagra della Castagna», dem Kastanienfest im Tessiner Valle di Muggio. Ein Markt mit Lokalprodukten, Handwerk, Spezialitäten rund um die Kastanie – «das alles hat eine identitätsstiftende Funktion für die Bevölkerung». Crivelli sieht die Chancen einer kulturtouristischen Vermarktung in einer noch engeren Zusammenarbeit der lokalen Vereine und einer stärkeren Pflege alter Handwerkskunst. Wenn aber Kuhglocken aufgehängt werden, wie in vergangenen Jahren geschehen, berge das die Gefahr einer Folklorisierung und «inszenieren zu müssen, was der Tourist erwartet». Kuhglocken hätten nichts mit der Authentizität des Kastanienfestes zu tun.

Die Hochschule Luzern erstellt aktuell einen Praxisleitfaden zur Vermarktung des immateriellen Kulturerbes. Dafür werden sowohl Touristiker als auch die Praktizierenden bereits bestehender Angebote interviewt. Das war auch die Tagungsbilanz: Damit ein Brauch den identitätsstiftenden Wert für die lokale Bevölkerung nicht verliere, müssten die Praktizierenden in die Vermarktung miteinbezogen werden.

Nachgefragt

Nicole Diermeier

Leiterin Produktemarketing Leisure und Mitglied der Geschäftsleitung bei **Schweiz Tourismus.** Verantwortlich für die strategische Planung und Umsetzung der Kampagnen und Hotelkooperationen.

1. Schweiz Tourismus plant für die Sommerkampagne 2013 den Schwerpunkt «Brauchtum/Tradition». War die Inventarisierung des immateriellen Kulturerbes mit ein Faktor für diesen Entscheid?

Das ist ein glücklicher Zufall – der Schwerpunkt war schon länger Teil unserer mittelfristigen Planung. Ausschlaggebend war insbesondere auch, dass 2013 das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest in Burgdorf stattfindet. Diese Grossveranstaltung bietet Gelegenheit, darauf thematisch aufzubauen. Und die Inventarisierung zeigt bereits jetzt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind.

2. Inwiefern?

In der Liste der lebendigen Traditionen beschäftigt sich die Wissenschaft auf Forschungsebene, der Bund rückt immaterielles Kulturerbe bis 2015 in seiner Kulturpolitik ins Zentrum – das alles schafft wertvolle Synergien und Möglichkeiten zur Zusammenarbeit.

3. Wie sensibilisieren Sie die Praktizierenden der Bräuche im Vorfeld?

Diesbezüglich sind die Regionen unsere Ansprechpartner. Die Projekte des Impulsprogramms Enjoy Switzerland etwa bieten hier in der Angebotsentwicklung eine wichtige Hilfestellung.

4. Ist für das immaterielle Kulturerbe eine Marketingkooperation geplant – ähnlich etwa der Unesco Destination Schweiz für die Welterbestätten?

Gespräche in diese Richtung sind geplant – aktuell steht aber noch keine konkrete Zusammenarbeit fest. sag

Älplerchilbi bis Zibelemärit

Die Schweiz unterzeichnete 2008 das Unesco-Übereinkommen zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes (IKE). Damit verpflichtete sie sich, ein Inventar des IKE in der Schweiz zu erarbeiten. Diese Liste sollte so genannte «lebendige Traditionen» aus den Bereichen Brauchtum, Handwerk, Musik oder Theater enthalten.

Alle kantonalen Kulturstellen konnten Vorschläge einreichen. Unter der Leitung des Bundesamtes für Kultur (BAK) prüfte und bewertete eine Steuerungsgruppe aus Vertreterinnen und Vertretern des Bundes, der Kantone, der Schweizerischen Unesco-Kommission, der Kulturstiftung Pro Helvetia sowie wissenschaftlichen Fachpersonen die 387 eingegangenen Vorschläge. Für die Einschreibung wählte die Gruppe 167 davon für die nationale Liste aus. Diese ist Voraussetzung für eine Nominierung für die internationale Unesco-Liste. Das BAK informiert im Frühjahr 2012 über das weiterte Vorgehen. Dann wird die Liste auch als dokumentiertes Web-Inventar veröffentlicht.

Beispiele für gesamtschweizerische Traditionen und Bräuche, die es auf die nationale Liste geschafft haben, sind das **Alphorn**, die **Blasmusikpraxis**, das **Eidgenössische Feldschiessen**, **Jassen**, **Hornussen**. Im Bereich **Fasnachtsbrauch** sind die Basler, die Zentralschweizer und die Solothurner Varianten aufgeführt, aber auch die Groppenfasnacht im Thurgau.

Zahlreiche Feste sind auf der Liste vertreten: das Winterthurer **Albanifest**, die **Älperchilbis** in der Zentralschweiz, das Zürcher **Sechseläuten** oder der Berner **Zibelemärit.**

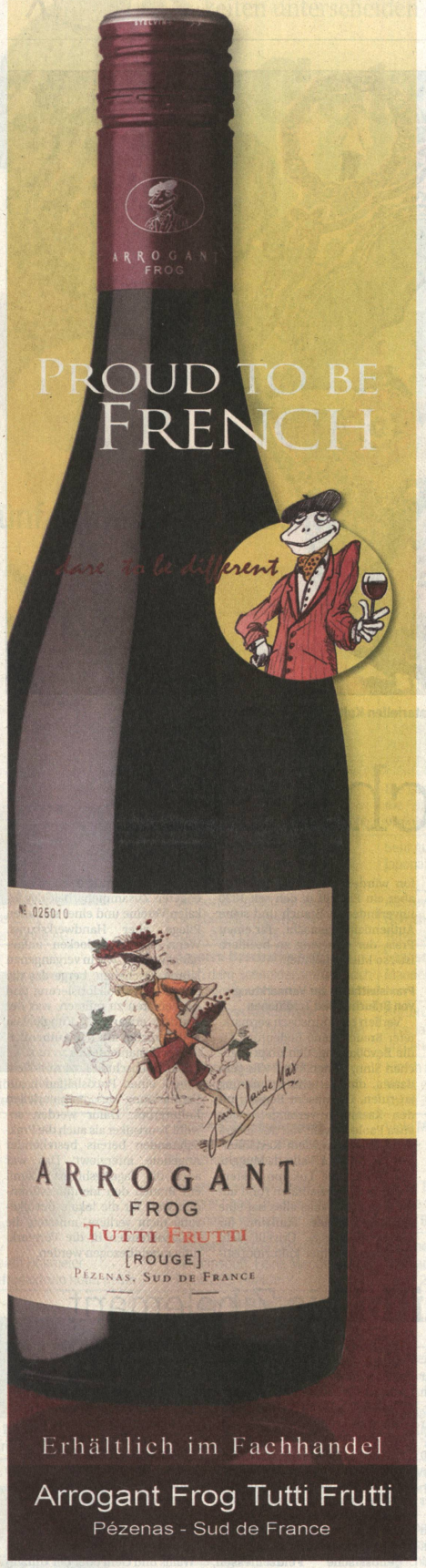
Auch das Kunsthandwerk ist mit vielen Einträgen aufgeführt. Dazu gehören etwa die **Bauernmalerei rund um den Säntis**, die **Berner Bauernkeramik** und die **Brienzer Holzschnitzerei.**

Die für Solothurn typische **Zahl 11** gehört ebenso zum immateriellen Kulturgut wie die **Traditionen um den Munot** in Schaffhausen, die **Voyage Belle-Epoque** in den Kantonen Waadt, Wallis und Genf oder der **Umzug der Fête des Vendanges**, des Winzerfestes in Neuchâtel.

Die Liste mit allen 167 Einträgen ist auf der Website des BAK abrufbar. Auf der Projektseite «Lebendige Traditonen» finden sich zudem weitere Infos. sag

www.bak.admin.ch
www.lebendige-traditionen.ch

ANZEIGE



Back to the Roots

Päde's

Patrick Schneider (42) ist seit 35 Jahren ein Hotelfan. Der passionierte Sammler trug 30000 Hotelprospekte aus aller Welt zusammen. Er lebt in Zürich und schreibt für die htr jeden Monat eine Kolumne.

In meinen bisherigen Kolumnen habe ich ja vor allem überdesignte, architektonisch herausragende, teure, schlecht geführte, weltbeste und auch überflüssige Hotels kommentiert und kritisiert. Die ganze Welt, von der Südsee über die USA bis nach Asien hab ich auf Zeitungspapier gebracht.

Ausserdem sind die von mir beurteilten Hotels für die meisten Leser wohl eher weniger im Bereich des Gewünschten, müssen Hotelaufenthalte ja oft einfache Bedürfnisse abdecken und sich in einem entsprechenden finanziellen Rahmen bewegen. Insbesondere hat der finanzielle Aspekt im Bereich der geschäftlich bedingten Reisen seit einigen Jahren an Wichtigkeit gewonnen; Spesenbudgets gleichen nur noch in den seltensten Fällen freien Wildbahnen.

In den letzten fünf Jahren war ich geschäftlich des öfteren in London unterwegs. Deshalb war die Hotelauswahl auch nicht selbstbestimmt, sondern in finanzieller Hinsicht firmenintern vorgegeben. Innerhalb des mir gegebenen Budgets konnte ich die Übernachtungsmöglichkeiten selber wählen, was vor allem in London ein nicht immer einfaches Unterfangen war, da das Hotel zentral gelegen sein musste.

In einer Umfrage unter Geschäftsreisenden, was ihnen in einem Hotelzimmer wichtig sei, ist Erstaunliches zu Tage gekommen. Nicht technologische Einrichtungen oder die Anzahl Fernsehsender, nein, ganz profan standen an erster Stelle die Qualität des Betts und an zweiter die Ausstattung und Grösse des Badezimmers. «Back to the roots»! Und wenn ich selber meinen Ansprüchen an ein Hotelzimmer auf den Grund gehe, so muss ich gestehen, das Bett gehört an die erste Stelle. Da kann ein Hotel noch so plüschig eingerichtet, noch so schön designt und der Service noch so perfekt sein, aber hat man nach dem Aufstehen Kreuzschmerzen oder fühlt man sich unausgeschlafen, weil das Bett an Unbequemlichkeit nicht zu übertreffen ist, dann wird man dieses Etablissement wohl beim nächsten Mal meiden. Ebenso verhält es sich mit dem Badezimmer.

Fotoliar

Ein gutes Bett ist für den Businessgast das Wichtigste.

Von Sauberkeit reden wir nicht – sie ist eine Selbstverständlichkeit, egal zu welchem Preis das Zimmer verkauft wird. Ich rede von Platz und auch von banalen Annehmlichkeiten, wie ein anständiger Wasserdruck und genügend Frotteewäsche.

Selbstverständlich sind mir, wie auch den meisten anderen Geschäftsreisenden, Annehmlichkeiten wie ein schneller Internetzugang, ein anständiges Angebot an Fernsehkanälen und eine Arbeitsfläche, welche diesen Namen verdient, wichtig, aber sie übertreffen nicht das persönliche Wohlbefinden im Bett und im Bad.

Ich bin ja nicht unbedingt das Vorzeigebeispiel für den klassischen Fan der internationalen Kettenhotellerie, aber ich muss eingestehen, dass diese Art von Hotels gewisse Vorteile mit sich bringt – insbesondere wenn man geschäftlich unterwegs ist und gewisse Annehmlichkeiten und Einrichtungen voraussetzt. Die Individualität rückt zwar in den Hintergrund, aber diese Hotels erfüllen ihren Zweck. So auch das Victoria Park Plaza Hotel in London; ein Ableger der Park Plaza Hotels in der englischen Hauptstadt.

Das Victoria Park Plaza liegt unmittelbar neben der Victoria Station. Trotz der sehr zentralen Lage bewegen sich die Preise im für die lokalen Verhältnisse vernünftigen Mittelfeld. Kann man dieses Hotel überhaupt bewerten, kritisieren oder kommentieren? Nicht wirklich, denn es erfüllt ausser den bereits erwähnten wichtigen Ausstattungsmerkmalen, wie ein gutes Bett, ein angemessenes Badezimmer und für die heutige Zeit standardmässige Annehmlichkeiten, wie kostenloser Internetzugang, internationale Fernsehkanäle, nicht viel mehr.

Aber braucht es wirklich mehr für einen Businesstrip? Ich habe mir mal den Spass gemacht und ausgerechnet, wie viel Zeit man während so einem Aufenthalt in einem Hotelzimmer verbringt – nicht viel mehr als sieben Stunden pro Tag. Jeder weitere Service wäre also Luxus, und das ist etwas, was sich heute viele Unternehmen schlicht und einfach nicht mehr leisten können.

Der «Mohren» ohne die Schwestern

Die acht Schwestern, die den «Mohren» in Willisau prägten, erneuern den Pachtvertrag nicht. Der bisherige Koch Thomas Schramm übernimmt nun das Hotel-Restaurant.

CHRISTINE KÜNZLER

Am 11. November betreuen die acht Wyss-Schwestern ihre Gäste im Hotel und Restaurant Mohren in Willisau zum letzten Mal. Dann beginnt eine neue Ära. Der bisherige Küchenchef Thomas Schramm übernimmt den Betrieb in Pacht. Der Betrieb wird vom 12. bis 20. November umgebaut und renoviert und ab 21. November wieder geöffnet – und ist zum Kauf ausgeschrieben. Doch bis der Eigentümer gefunden ist, wolle Schramm, der seit zwei Jahren hinter dem Herd des «Mohren» steht, das bewährte Konzept vorerst so belassen, heisst es in einer Medienmitteilung. Er übernimmt das bestehende Team, das durch drei neue Mitarbeitende ergänzt wird.

Die Wyss-Schwestern, die den Betrieb 2006 übernommen hatten, erneuern den Pachtvertrag nicht mehr, wie die «Neue Luzerner Zeitung» berichtete. Der Grund für ihren Rücktritt sei unter anderem in gesundheitlichen Problemen zu finden und im langen Arbeitsweg von zwei der Schwestern, die in Bern leben, bestätigt die Geschäftsführerin Agnes Hodel-Wyss. Die acht Frauen haben dem «Mohren» ein originelles Konzept verpasst und damit eine Erfolgsgeschichte geschrieben. Das Geschäft laufe gut, finanziell werde es erst jetzt so richtig interessant, sagt Agnes Hodel-Wyss. Nur drei der acht Schwestern, die mit vier Brüdern auf einem Bauernhof im Nachbardorf Gettnau aufgewachsen waren, haben eine gastgewerbliche Ausbildung: Eine hatte die Hotelfachschule absolviert, eine andere war Koch und die ehemalige Bankfachfrau Agnes Hodel-Wyss hat vor der «Mohren»-Übernahme die Wirteprüfung abgelegt.

zvg

Auszug der acht Wyss-Schwestern aus dem «Mohren» Willisau.

«Für uns war die Zeit im Mohren eine sehr gute», zieht Agnes Hodel-Wyss Bilanz. Die Schwestern würden denn – nach einer Pause – gerne wieder einen gastgewerblichen Betrieb führen. «Doch im Moment haben wir noch nichts in Aussicht», sagt die Geschäftsführerin. «Jedoch haben wir einige Ideen.» Weil die meisten der Wyss-Schwestern neben der Arbeit im «Mohren» noch ein anderes kleines berufliches Pensum ausfüllen, könnten sie es sich leisten, ihre berufliche Zukunft im Moment noch offen zu lassen. «Es wäre jedoch schön, wieder etwas im Gastgewerbe zu finden», sagt Agnes Hodel-Wyss. Die acht Frauen seien gut miteinander ausgekommen. «Wir haben uns in unserer Zusammenarbeit von einer anderen Seite kennengelernt und uns akzeptiert, wie wir sind.» Dazu hätten auch die jährlichen Klausurtagungen beigetragen. Da sei jeweils «einiges auf den Tisch gekommen». Geendet hätten die Treffen immer in Minne.

Extreme als Ausgleich

zvg

Die Natur auch in der Stadt erleben: Die vertikalen Gärten des Patrick Blanc zieren ganze Häuser. Hier die Wand am Pariser Hotel Pershinghall.

In Krisenzeiten sind Ruhe und Einfachheit wieder gefragt. Im Gegenzug reizen Extremsituationen. Eine neue Studie zeigt touristische Tends.

CHRISTINE KÜNZLER

Freizeitgenuss definiert sich künftig nicht mehr über freie Zeit, sondern über deren Lebensentwicklungspotenzial.» Die neuste Studie des Zukunftsinstituts von Matthias Horx zeigt den «Wandel der Genusskultur» und – unter anderem – dessen Auswirkungen auf Ferien und Freizeit. Laut einer aktuellen Umfrage von TUI erleben 80 Prozent der Befragten ihre glücklichsten Momente während Strand-Ferien: diese vermitteln ihnen Freiheit und Leichtigkeit. Morgen, sagt Horx' Studie, werden Strandferien nur noch Zwischenstopp sein auf der Suche nach dem wahren Erlebnis: «Dem Erleben der Naturgewalten». Denn die gewaltige Macht und atemberaubende Schönheit der Natur liessen alltägliche Probleme kleiner erscheinen.

Die Suche nach Ursprünglichem locke den Reisenden weg vom Luxushotel in die Wildnis. Alternative Übernachtungsmöglichkeiten kommen heute schon diesem Bedürfnis entgegen: In Frankreich laden in Bäume hängende Holz-Konstruktionen zum Nächtigen ein (www.niddanslesetoiles.com). In Schweden kann der Reisende Luxussuiten in Baumwipfeln buchen. Wüste statt Wald erlebt er in Luxuszelten in Australien, Hyänen- und Löwengebrüll im sicheren Luxus-Zeltlager des Airport-Hotels Nairobi.

Grenzerfahrungen oder Naturerfahrungen in der Stadt

Auf Pocketvillage, einer Plattform für ausserordentliche Reisen, kann man Ferien buchen, die das Leben verändern sollen. Einige Erlebnisse dauern nur ein paar Stunden – etwa die marokkanische Tajine-Kochschule. Oder wie wär's mit einem Schweizer Angebot – kochen nach authentischen, alten Rezepten? Verbunden mit einem Markt- oder Bauernladenbesuch.

Gefragt sind auch Extremsituationen. Bungeejumping war früher, «unsichere» Orte und Länder sind es heute. Dieser Risiko- und Grenzgebiettourismus führe die Reisenden an ihre eigenen Grenzen und weite ihren Blick für Neues. Caracas oder Mogadischu gehören zu den gefährlichsten Städten der Welt – diese Ziele reizen. In diesen Bereich gehören auch Reisen nach Tschernobyl: Für 75 Euro lässt sich ein Blick in das AKW und auf den Sarkophag werfen, wer mehr bezahlt, darf im Kühlwasser fischen.

Ganz anders, jedoch auch einem Bedürfnis entsprechend, sind Anlässe wie jener, der im September in Sarazana (Ligurien) stattfand: Das erste europäische Festival, das dem kreativen Prozess gewidmet war. Philosophen, Autoren, Architekten, Designer, Musiker, Psychoanalytiker, Schauspieler und Kunstschaffende gaben sich ein Stelldichein. An drei Tagen wurde konferiert und in Workshops gearbeitet. Es gab auch Angebote für Jugendliche. Eine neue Eventkultur entwickelt sich. Was früher nur in der Natur anzutreffen war, findet heute Einzug in die Stadt. Etwa die vertikalen Gärten des Patrick Blanc, der auch das Pariser Pershinghall Hotel «bepflanzt» hat.

Langsamkeit und Langweile sind wieder gefragt

Die Gegenentwicklung der heutigen Digitalwelt führt zu einem weiteren Trend: der Suche nach Ruhe. In der sich rasant wandelnden Gesellschaft müsse der Umgang mit Zeit neu erlernt werden. Etwa Zeit mit Nichtstun statt Aktivität zu füllen, die eignen Schubladen durchzukämmen statt die Weiten des Internets. Dabei gehe es weniger um Stille, als um eine Lebenshaltung.

Gefragt ist wieder der ursprüngliche Lebensstil, wie ihn Grossmutter pflegte. Die neuen touristischen Idealziele sind möglichst schlicht und einfach. Gesucht wird ursprüngliche Natur – eine Chance für ländliche Regionen. «Die Reduktion schafft Genuss. Nach dem Überangebot kommt jetzt der Wunsch nach spartanischer Lebensweise.» Erholung und Ruhe in der Bergluft statt im Spa, heisst die Devise. Diesen Trend nimmt das Waldhotel Davos auf: Wie zu Thomas Manns Zeiten können dort die Gäste Frischluftkuren buchen. Im «Crown Plaza» gibt es Ruheflure und Aromatherapiesets in den Zimmern. Die Westin-Hotels befördern ihre Gäste mit vielen Decken und Kissen in die Nachtruhe. Und: (Seminar-)Häuser, in denen Stille, Ruhe und Frieden gelebt und gelehrt wird, sind ein Erfolgskonzept.

Ferien und Freizeit:

Ein Blick auf die neusten Trends

«BuSINNes – der Wandel der Genusskultur». Die neuste Studie des deutschen Zukunftsinstituts unter der Leitung von Matthias Horx beleuchtet folgende Bereiche: Genusswelt Food, Genusswelt Sinn, Genusswelt Gemeinschaft, Genusswelt Zeit, Genusswelt Freizeit und Genusswelt Schönheit. ck

www.zukunftsinstitut.de

Penfolds: Der Wein und die Kultur

Wein machen ist ein kreativer Prozess. Kunst gestalten ebenfalls. Peter Gago von Penfolds, Australiens bekanntestem Wein, zeigte in Zürich Muster von St Henri bis Grange. Und Bildhauer Christian Bolt sprach über Kunst.

ELSBETH HOBMEIER

Bilder zvg

Peter Gago: Die Traube als Basis für grosse Weine.

Peter Gago gilt als eine der dreissig einflussreichsten Weinpersönlichkeiten weltweit. Er wirkt seit 1989 bei Penfolds, dem bekanntesten Weinbaubetrieb und bedeutendsten Rotweinproduzent Australiens. Seit 2002 ist er dort Chief Winemaker und zeichnet unter anderem für Penfolds Grange verantwortlich, dem Leuchtturm seines Weinguts. «Ich will sowohl unsere Rot- wie auch Weissweine so machen, dass sie jedes Jahr einem bestimmten Stil treu bleiben», erklärte Gago letzte Woche in Zürich. Hier lud Penfolds Stammkunden und Fans – deren es in der Schweiz sehr viele gibt – sowie Weinjournalisten zu einer Vertikaldegustation unter dem Titel «Luxury & Icon Launch 2011».

Vorgestellt wurden im edlen Rahmen der Jugenstilvilla Tobler an der Zürcher Winkelwiese je drei Jahrgänge der Weine St Henri (86, 90, 2007), Bin 389 (86, 98, 2006) und Grange (87, 90, 2006). Alle drei Weintypen zeigten Gemeinsamkeiten, sie sind alle mehr oder weniger von der Traubensorte Shiraz dominiert. St Henri Shiraz – hier begeisterte vor allem der Jahrgang 1986 – zeigt eine intensive Frucht und grosse Eleganz; Bin 389 vermählt die Fülle des Shiraz mit der Struktur des Cabernet und balanciert gekonnt zwischen den Komponenten Frucht und Eiche – auch hier gefiel der 86er mit 68% Cabernet und nur 32% Shiraz speziell gut. Und die Ikone Grange setzt auf tiefe Konzentration, grosse Komplexität und immense Lagerfähigkeit. Alle drei Grange überzeugten, am reifsten und samtigsten war naturgemäss der 1987er als ältester der gezeigten Jahrgänge.

Christian Bolt, Schweizer Bildhauer: Kunst erschaffen.

Die Kreation eines aussergewöhnlichen Weins, so betonte Peter Gago, erfodere Kunstfertigkeit, Könnerschaft, Geduld und Kreativität. «Also genau dasselbe wie die Erschaffung eines Meisterwerks in der Kunst – nur dass wir die Traube als Grundmaterial haben, der Künstler dagegen alles aus dem Nichts erschaffen muss», sagte er.

Den Part des Künstlers vertrat der Zürcher Bildhauer und Maler Christian Bolt. Seine Skulpturen aus Holz, Marmor oder Bronze zeigen den Menschen im Widerstreit mit Gefühlen wie Begierde oder Angst. Bolt ist auf vielen internationalen Ausstellungen präsent, sogar Sir Elton John erwarb zwei seiner Skulpturen. Mit seinem Luxury & Icon Launch 2011 will Penfolds eine Brücke schlagen zwischen Wein und Skulptur.

Schokolade

Lindt & Sprüngli: Niederlage im Goldhasen-Streit

Lindt & Sprüngli hat im Markenrechtsstreit um seinen Schoko-Goldhasen zum dritten Mal eine Niederlage einstecken müssen. Das Oberlandesgericht Frankfurt wies eine Berufung zurück. Wegen Verwechslungsgefahr wollte es Lindt & Sprüngli der im fränkischen Cadolzburg ansässigen Confiserie Riegelein verbieten lassen, weiterhin in Goldfolie verpackte Schoko-Hasen zu produzieren und zu vertreiben. Die beiden Schokoladenhersteller kämpfen bereits seit dem Jahr 2002 wegen der Goldhasen vor Gericht.

Confiserie Honold gewinnt den «Prix du Public»

zvg

Am ersten internationalen **«Salon des Chocolatiers et du Chocolat»** vom 15. und 16. Oktober in Genf wurde die Zürcher Confiserie Honold vom Publikum zum besten Chocolatier gewählt. Insgesamt waren 24 Aussteller aus der Westschweiz (17), Frankreich (4) und der Deutschschweiz (3) vertreten. Der Salon steht unter dem Patronat des berühmten belgischen Chocolatiers Pierre Marcolini und richtet sich an Gourmets und Kenner. Mit über 6000 Besuchern übertraf die Messe die Erwartungen des Veranstalters.

News

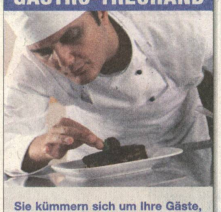
Neue Schule für Barkeeper in Zürich

zvg

Die Bartrainer Alex Armbrüster und Rick Ruetz eröffnen in Zürich ihre eigene **Barfachschule**. Die Schule bietet Kurse für Gastronomie-Profis, Quereinsteiger und Hobby-Barkeeper an. Die Kursteilnehmer haben die Möglichkeit, das Erlernte in der Baradox Bar im Erdgeschoss der Schule praktisch anzuwenden. Die Barfachschule bietet auch individuell gestaltete Kurse für Firmen an. cla

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

Hotellerie

Erfolgreiche Saison für Hotels im Europapark

Die Auslastung der vier 4-Sterne-Hotels im Europapark Rust lag in der Sommersaison mit mehr als 95 Prozent erneut über der des Vorjahres. Im Moment entsteht das «Bell Rock», ein 4-Sterne-Superior-Hotel mit rund 1000 Betten. Gut acht Monate vor der Eröffnung sind bereits mehr als 10 000 Betten gebucht. Rekordergebnis auch bei den Besucherzahlen: Erstmals in seiner Geschichte hat der Europapark bereits in der Sommersaison die Schwelle von 4 Millionen Besuchern durchbrochen.

News

Mostobst: Beste Ernte seit zehn Jahren

zvg

Der warme Frühling und der feuchte Sommer sorgten für die beste Mostobsternte der letzten zehn Jahre. Sie beläuft sich auf 160 000 (Vorjahr: 65 000) Tonnen **Mostäpfel** und 18 000 (Vorjahr: 11 000) Tonnen Mostbirnen. Viele Mostereien stossen momentan an ihre Kapazitätsgrenzen.

Auszeichnung

Brunel Award für neugestalteten Churer Bahnhof

Der durch den Architekten Conradin Clavuot neu gestaltete Bahnhof Chur ist von der Watford Group für seine «herausragende Eisenbahn-Architektur» ausgezeichnet worden. Die Watford Group ist ein Interessenverbund der wichtigsten Eisenbahnunternehmen aus Europa, Nordamerika und Japan. Der Brunel Award ist der bedeutendste Bauherren-Preis im Bahnsektor. Er wurde seit 1985 zum elften Mal vergeben. cla

Erstes Date mit dem Wein

Mit guten Noten zur Winzerin: Valentina Carmenati absolviert ein Praktikum auf einem Weingut. Das Grand Resort Bad Ragaz belohnt damit die Leistung seiner Lehrtochter.

CAROLE LAUENER

Valentina Carmenati steht zwischen den Barriques und Bottichen im Keller von Christian und Francisca Obrechts Weingut zur Sonne in Jenins und zieht Weinproben. Die 19-jährige Restaurations-Lehrtochter vom 5-Sterne-Grand-Resort Bad Ragaz tauscht für zwei Wochen ihre Hotel-Uniform mit verwaschenen Jeans, Windjacke und Turnschuhen. Carmenati absolviert ein Winzerpraktikum in der Bündner Herrschaft.

Ein Projekt, bei dem alle Beteiligten profitieren

Das Grand Resort Bad Ragaz pflegt den Kontakt zu den Winzern der Bündner Herrschaft seit Generationen. Christian Obrechts Grossvater fuhr seinerzeit mit dem Pferdewagen von Jenins nach Bad Ragaz und belieferte das Hotel mit Wein. Viel hat sich seither verändert, die guten Beziehungen zwischen den Winzern und dem Grand Resort sind geblieben. Dadurch entstand die Idee für das in der Schweiz einmalige Winzerpraktikum. Lernende aus dem Bereich Restauration, die nach dem zweiten Lehrjahr einen Notendurchschnitt von mindestens 5,2 vorweisen können, erhalten die Möglichkeit, ihr Fachwissen im Praktikum zu vertiefen. Für Winzer Christian Obrecht war sofort klar, dass er bei diesem Projekt mitmachen will: «Wer den geforderten Notendurchschnitt erreicht, zeigt, dass er motiviert ist.» Es mache Spass, sein Wissen an interessierte Menschen weiterzugeben, fügt Obrecht an. Davon profitiert nun Valentina Carmenati, die als Erste die Notenvorgabe ihres Arbeitgebers erfüllt hat. Sie freut sich: «Im Praktikum erfahre ich viel mehr über den Weinbau als aus Schulbüchern. Mit diesem Wissen kann ich an der Lehrabschlussprüfung sicher punkten.»

Auch in der Gästeberatung werde Carmenati die praktischen Erfahrungen ausspielen können, betont Stefan Dürst, Leiter Einkauf vom Grand Resort Bad Ragaz. «Wer das Weingut persönlich kennt, kann dessen Produkte besser verkaufen. Davon profitieren alle: Gäste, Arbeitgeber und Winzer.»

Guter Grundstein für die berufliche Zukunft

Eigentlich, so Carmenati, habe sie erwartet, mehr Zeit draussen in den Reben verbringen zu können. Weil die Traubenernte 2011 drei Wochen früher als üblich anfiel, stehen im Moment aber hauptsächlich Arbeiten im Keller an. Im Februar wird sie den zweiten Teil ihres Praktikums bei Thomas Studach in Malans in Angriff nehmen. Gut möglich, dass sie dann beim Zurückschneiden der Reben mithelfen kann.

Nach der Lehre will Carmenati die Berufsmatur absolvieren – zusammen mit der Lehre und dem Praktikum eine gute Vorbereitung für die Zukunft.

Winzerpraktikantin Valentina Carmenati schneidet die Reben zurück.

Bilder Carole Lauener

Christian Obrecht.

Thomas Studach, Valentina Carmenati und Stefan Dürst.

ANZEIGE

Ein Ort zum Schmökern

Das besondere Konzept In diesem Lokal steht nicht nur das leibliche Wohl im Vordergrund. Die Kaffee-Bar Wartsaal in Bern ist auch eine Buchhandlung.

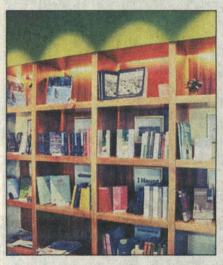
FRANZISKA EGLI

Bilder: zvg/Natalie Kauer

Kaffee-Bar mit 45 verschiedenen Buchtiteln: Der «Wartsaal» in Bern lädt zum Plaudern und zum Lesen ein.

Hier bleibt man gerne sitzen. Und das liegt nicht nur am Namen, der Programm ist. Oder an der Einrichtung im stilvollen Retro-Look und dem verspielten Ambiente. Sondern an den Büchern, die dort stehen.

Vergangenen Sommer haben Tobias Eggel, Stefan Wittwer, Martin Allemann und Tobias Roder – vier junge Quereinsteiger zwischen 27 und 30 Jahren – m Berner Lorraine-Quartier den «Wartsaal» eröffnet. Ihnen schwebte eine Kaffee-Bar vor, wie sie Tobias Roder einst in Kopenhagen gesehen hatte: eine voller Bücher. Denn Literatur, Lesestoff überhaupt, findet Roder, trage viel zur Gemütlichkeit eines Lokals bei. Und so schmücken im «Wartsaal» in Bern nicht einfach irgendwelche Bücher das grosse Regal neben der Bar, sondern ausgesuchte Titel wie «Was ich glaube» des Theologen Hans Küng, «Der Geschmack von Chlor» des Comiczeichners Bastien Vivès, das Plädoyer «Trampen» von Maiken Nielsen oder auch «La haute cuisine bernoise» vom 15-Gault-Millau-Punkte-Koch Urs Messerli.



Eine Wand voller Bücher bringt Gäste auf neue Lektüren.

Für dieses Gastro-Konzept haben sich die Jungunternehmer mit «B-Lesen», dem Netzwerk der unabhängigen Berner Buchhandlungen zusammengetan: «Jede dieser neun Buchhandlungen präsentiert während dreier Monaten fünf ausgewählte Titel», erklärt Roder das Konzept, «diese können bei uns zum regulären Preis gekauft werden. Die Gäste dürfen aber auch nur Schmökern und sich quer durchs Sortiment blättern».

> **«Jede der neun Buchhandlungen präsentiert fünf ausgewählte Buchtitel.»**
> **Tobias Roder**
> Wartsaal Bern

Da sich «B-Lesen» aus Buchhandlungen wie der Buchhandlung Weyermann, dem Atlas Travelshop oder dem Chinderbuechlade zusammensetzt, ist das Angebot breit, und alle drei Monate werden die fünf Titel ausgewechselt. Bei den Buchhandlungen kommt die Kooperation gut an, auch wenn sie nicht grosse Umsätze verbuchen. «Aber es ist eine tolle, sympathische Art, unsere Geschäfte und Schwerpunkte präsentieren zu können», sagt Therese Heiniger, Münstergass-Buchhandlung.

Und natürlich gibt's nebst der geistigen Nahrung im «Wartsaal» auch die physische. Die Getränkekarte bietet ein kleines, sorgfältig ausgewähltes Angebot mit vielen Tees und diversen Spezialitäten: Im Bier-Offenausschank hat's etwa La Fraîcheur von der Jurassier Brasserie Trois Dames, statt Coca-Cola reichen sie Vivi Kola, anstelle von Prosecco Cava. Zudem gibt's Käse- und Trockenfleischplättli, und mittags wie abends wird ein Menü serviert, das in Urs Messerlis Restaurant Mille Sens oder vom Restaurant Le Beizli vorbereitet und tiefgefroren geliefert wird. «Für alles andere ist unsere Küche zu klein», bedauert Tobias Roder. So aber können sie die Gäste auch kulinarisch zum Verweilen bewegen.

www.wartsaal-kaffee.ch

Wein

Weinkunde für Anfänger im Schnellverfahren

Alain D. Boillat

Baur au Lac Vins führt am 26. Januar und 13. März 2012 in Regensdorf sowie am 15. Februar und 18. April 2012 in Männedorf einen Anfänger-Crashkurs durch. In einer kleinen Gruppe werden die Teilnehmenden in die Welt des Weins eingeführt. Sie lernen, wie man **Wein** verkostet und beurteilt. Die Kurse finden jeweils abends von 18.30 bis 22.15 statt. Ein kleiner Apéro-Imbiss steht für alle Teilnehmer bereit.

Shield Box: Erlebnis für die Sinne

Die neue **Dom Pérignon Shield Box** spricht mehrere Sinne an. Die minimalistische Form der Champagner-Box mit dem ausgeschnittenen Schild springt ins Auge. Ein durch die Fensterform der Hautvillers Abbey inspiriertes, eingraviertes Muster regt den Tastsinn an. Das Herzstück, der in der Box verpackte Dom Pérignon Vintage 2002, lässt sich am besten bei einer Temperatur von 10°C geniessen und soll Nase und Gaumen erfreuen. Die Auflage der edlen Shield Box ist limitiert. cla

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.
Volontärin: Carole Lauener/cla
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

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

Gastro-Einrichtungen

LADEN- UND GASTROBAU jung.
Worbstrasse 180
3073 Gümligen
T 031 951 23 73
1008 Prilly-Lausanne
T 021 625 92 50
www.ladenbau-jung.ch

Namensschilder

10 Jahre in der Schweiz!
Original «Ci» Scotland Magnet-Namensschilder mit Stil & Qualität
Generalvertretung für die ganze Schweiz:
HAENNI PROMOTION
20 Jahre – unser Leistungsausweis
www.haennipromotion.ch
CH-8197 Rafz / ZH Tel. 044 869 41 00

Bilder

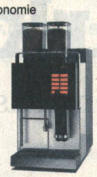
Ölgemälde in diversen Motiven u. Grössen

Handgemalte Einzelstücke ab CHF 79.- (100% W/R)
Wünschen Sie eine Beratung: 076 392 00 98
Weitere Motive finden Sie im online Kunst Shop
www.inter-argus.ch

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik
3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

Kaffeemaschinen

cafina
Kaffeemaschinen für Gastronomie und Betriebsverpflegung
Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Tel: 062 889 42 42
info@cafina.ch
www.cafina.ch


Hotelzimmer/Innenausbau

Strasser Gastrobau
Restaurant
Bar- und Buffetanlagen
Hoteleinrichtungen
Strasser AG Thun
Bierigutstrasse 18
info@strasserthun.ch
www.strasserthun.ch

Ihr Marktplatz-Eintrag in der htr hotel revue
1 Feld: 54 mm x 45 mm
CHF 190.– pro Einschaltung
Weitere Informationen und Buchungen:
Telefon 031 370 42 48
inserate@htr.ch

Gesucht:
Lieferanten

Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

cahier français

htr hotel revue No 44 / 3 novembre 2011

Tourisme neuchâtelois
Une suppression de subvention de l'Etat a eu un impact direct sur les nuitées.
page 20

Immobilier
Le Tribunal fédéral suspend provisoirement le projet «Aminona Luxury Resort».
page 22

ldd

Le château de Chillon sera éclairé chaque nuit jusqu'à minuit par un projet artistique qui voudrait préserver tout son mystère.

Ombres du château et la lumière fugue

Chillon vient d'inaugurer un concept d'éclairage original baptisé «Le château miroir». Il démultiplie les points lumineux en permettant des économies d'énergie.

ALEXANDRE CALDARA

Comment passer de 40 points lumineux à 200 tout en économisant 25% d'énergie? Le questionnement paraît insolite et pourtant le château de Chillon vient de réussir cette prouesse avec son concept «Le château lumière». Romande Energie en charge de la partie technique a opté pour des LED, des projecteurs publics et l'utilisation de systèmes de gestion agissant sur la durée d'allumage. Artistes de la lumière, le Lausannois Jean-Claude Deschamps et le Français Jean-François Arnaud, qui ont remporté un concours international à l'automne 2009, ont aussi travaillé sur une diminution de la quantité de lumière utilisée. En illuminant la poupe du château à 40% et la proue à 55%, tout cela pour contribuer à créer une ambiance proche d'un mystère. De cette façon aussi les contrastes sont soulignés avec la face sombre adossée à la verticalité des coteaux et une face lumineuse qui plane sur le lac. Tout cela pour une consommation de 14000 kilowattheures, ce qui représente la consommation annuelle de quatre ménages en Suisse.

Et pourtant pas question de voir toujours le château éclairé de la même manière. Le directeur Jean-Pierre Pastori et son équipe disposent de trois scénarios extérieurs, qu'ils peuvent changer selon les ambiances des soirées. «L'éclairage de base met en valeur la volumétrie et la matière du château. La seconde, plus froide, se rapproche d'une lumière solaire et une dernière, blanc lunaire amène une ambiance nocturne», précise Jean-Claude Deschamps. Pour que l'icône séduise et intrigue les passants et les navigateurs chaque jour de 19 heures à minuit. Son compère Jean-François Arnaud «né dans la lumière», puisque son père a éclairé les pyramides ou l'Acropole, explique qu'à Chillon il s'agissait de «mettre en valeur les ombres, des ombres franches qui gardent la nuit.»

«L'expérience nocturne se devait d'être améliorée»

Mais évidemment l'éclairage intérieur du château semble aussi capital, puisqu'il accueille 15000 visiteurs le soir pour des événements privés comme des mariages ou des conférences et des concerts. «L'expérience nocturne se devait d'être améliorée. Je me souviens de la déception de voir le château dans l'obscurité un 31 décembre. Maintenant, il sera superbe pour arriver au niveau des grandes attractions européennes», note Jean-Pierre Pastori. Il rappelle l'importance de la bâtisse historique la plus visitée de Suisse avec 330700 personnes par année. L'extérieur ne suffisait pas, il s'agissait aussi d'optimiser l'intérieur. «Dans les cours, une lumière aérienne venant du nord met en valeur les parties hautes. Ainsi les chemins de ronde, des détails architecturaux, le glacis de la dernière cour sont mis en évidence», explique Jean-Claude Deschamps. Et comme il y a toujours une exception aux plus beaux concepts, ce sont des lanternes rouges qui rappellent l'ambiance des torchères. Du rouge, que l'on retrouve aux fenêtres hautes du donjon pour évoquer l'étendard des princes de Savoie et celui de la Confédération.

Jean-François Arnaud aime cette ambiance intérieure que l'on ne comprend pas tout de suite: «Entrer dans un château c'est comme dans une forêt, on ne trouve pas ses repères tout de suite, il faut revenir plusieurs fois. Cet éclairage venu d'en haut renforce cette impression, on ne le voit pas, il ne nous éblouit pas et pourtant on le ressent.»

«Le château sera superbe de nuit, au niveau d'autres attractions européennes.»
Jean-Pierre Pastori
Directeur du Château de Chillon

Les travaux devaient aussi ne pas perturber les visiteurs

Les concepteurs lumière ont travaillé en étroite collaboration avec les architectes et les historiens. Les 5200 mètres de câbles nécessaires à l'installation intérieure ont été réalisés en garantissant la protection du monument historique, notamment à l'aide de caches, sans jamais toucher à la pierre directement. Il s'agissait aussi de ne pas perturber la ronde des visiteurs. En tout au niveau technique cela représente 2200 heures de travail, de janvier à juin deux personnes en permanence sur le site. Pour les artistes, il ne s'agissait pas d'imposer des contraintes: «Nous voulions un projet à réaliser ensemble avec les monteurs, au final 50% du projet technique à évolué.» Au chapitre des investissements cela représente 600000 francs répartis à parts égales entre la fondation du Château de Chillon et Romande Energie.

En guise de clap de fin, les concepteurs citent Anne Marie Miéville et Jean-Luc Godard: «Les miroirs feraient bien de réfléchir avant de renvoyer une image.»

ANNONCE

htr hotel revue
No 44 / 3 novembre 2011

En bref

France

La station d'Abondance perd son investisseur

La petite station de ski d'Abondance en Haute-Savoie vient d'apprendre que Woody Sherwood son investisseur américain jette l'éponge, selon une information du journal «Le Temps». Dans sa lettre adressée à la station l'investisseur reproche à la commune de ne pas avoir pu ou voulu soutenir politiquement ses plans de développement, notamment une liaison avec les Portes du Soleil.

Vaud

Plus de restaurant pour l'Hôtel de Ville d'Avenches

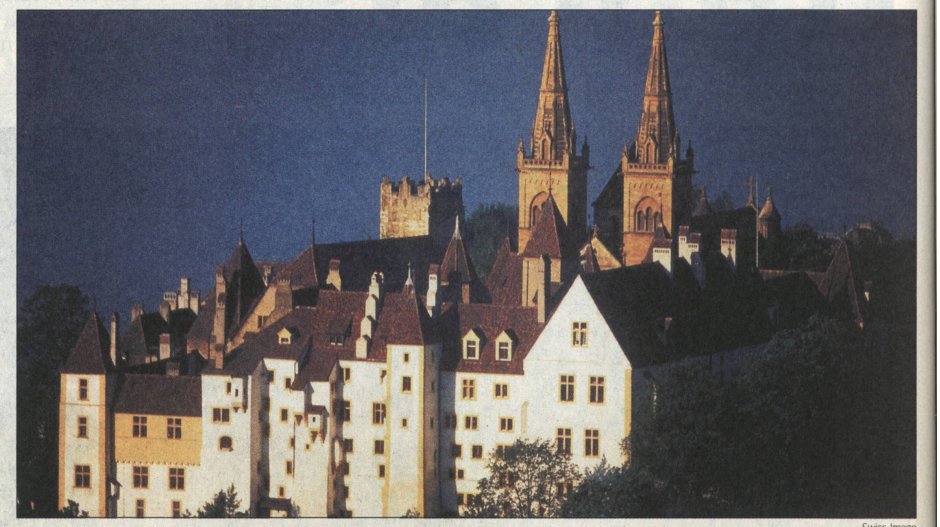
ldd

L'Hôtel de Ville d'**Avenches** n'abritera plus de restaurant. Selon «24 heures», une conseillère municipale s'est émue devant le Conseil communal de sa disparition. Le syndic Daniel Troillet a répondu qu'un groupe de travail s'est penché sur la question. Un exemple: l'Office du Tourisme pourrait s'y installer. aca

Difficile sans subside

L'Etat avait choisi de ne pas octroyer de subvention à Tourisme neuchâtelois en 2010. Cette décision a eu un impact direct sur les nuitées hôtelières enregistrées en 2011.

VALÉRIE MARCHAND

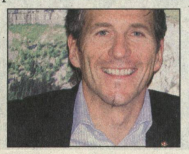


L'affluence des touristes suisses dans le canton de Neuchâtel a enregistré une hausse de 5,5% par rapport à 2010. Swiss-Image

Selon l'Office fédéral de la statistique, l'hôtellerie neuchâteloise a enregistré 24 353 nuitées en août 2011, soit une diminution de 13,3% par rapport au même mois de l'année précédente. Différents facteurs expliquent cette diminution, notamment la suppression de la subvention de l'Etat en 2010. Ainsi, la promotion qui doit toujours être réalisée douze mois à l'avance pour être efficace, de même que la somme attribuée pour de nouvelles manifestations sont passées à la trappe.

Manque de visibilité marketing

«Tourisme neuchâtelois n'est pas apparu dans la brochure de Suisse Tourisme, les campagnes d'affichages n'ont pas pas été lancées en Suisse allemande et le label Unesco n'a pas pu être valorisé comme prévu», déplore le directeur de l'office du tourisme Yann Engel. Normalement 90% de la somme étatique est utilisée pour la publicité et 10% pour l'événementiel. «Par ailleurs, la force actuelle de notre monnaie nationale face à l'euro affecte fortement la compétitivité du secteur. Cette situation, cumulée à l'absence de grandes manifestations jusqu'à fin décembre, entraînera, sans aucun doute, encore une baisse des nuitées durant les mois à venir», précise Yann Engel.



«L'absence de grandes manifestations s'est répercutée sur le nombre de nuitées.»
Yann Engel
Directeur de Tourisme Neuchâtelois

Lorsque la subvention avait été biffée du budget de 2010, des regards critiques s'étaient tournés vers l'ancien conseiller d'Etat Frédéric Hainard en charge de l'économie. Les acteurs touristiques estimaient alors que les chiffres avaient été présentés d'une manière floue, qualifiée même de «supercherie» par Martin Mayoli, président d'hôtelleriesuisse, section Neuchâtel-Jura. Un manque de clarté que le nouvel élu, Thierry Grosjean, souhaite éviter. Il veut d'ailleurs «que le canton, malgré la crise, puisse toujours être en quête d'attractivité touristique».

Championnats du monde de twirling

Fort heureusement, les touristes suisses, qui représentent le marché principal du canton, ont afflué cet été avec une hausse enregistrée de 5,5% par rapport à 2010. Autre point positif, l'Etat a accordé un subside de 500 000 francs pour l'année 2011. Un montant annuel qui permettra d'entrevoir 2012 et, en principe, les années à venir, sous de meilleurs auspices. «Nous accueillons les Championnats du monde de twirling en 2012 et nous avons déposé notre candidature pour l'organisation de la Fête fédérale de lutte en 2016», explique le directeur.

Les Championnats du monde de twirling se dérouleront du 4 au 8 avril 2012 à la Patinoire du Littoral de Neuchâtel. Les participantes de cette manifestation proviennent des Etats-Unis, du Canada, de Belgique, d'Italie, de France, de Norvège, de Croatie ainsi que de la République tchèque. Le twirling est une discipline sportive reconnue par le Comité national olympique. Combinaison de gymnastique et de danse avec maniement du bâton, il diffère de la discipline qu'exercent les majorettes.

ANNONCE

Le Grand Hôtel des Rasses racheté par le groupe Boas

C'est une page qui se tourne: le Grand Hôtel des Rasses, l'imposant établissement plus que centenaire du Balcon du Jura, est depuis ce 1er novembre en mains du groupe Boas.

CLAUDE JENNY

Nouvelle gestion pour le Grand Hôtel des Rasses. ldd

Aux commandes de ce paquebot hôtelier depuis 25 ans – d'abord comme responsables dès 1986 puis comme propriétaires-exploitants depuis 1998 – Hans et Raymonde Wyssbrod ont décidé de passer le relais pour profiter d'une retraite bien méritée après un quart de siècle à la tête de cet hôtel imposant, datant de la fin du XIXe siècle, et dont les dimensions (33 mètres de long, 14 de large) en font un véritable fleuron Belle Epoque amarré sur la terrasse des Rasses.

Un lieu privilégié pour venir se ressourcer

Un établissement qui connut ses heures de gloire lorsque l'on montait à Ste-Croix/Les Rasses pour y pratiquer moult sports, à l'époque prisés sur le Balcon du Jura (curling, golf, patinage, tennis) et profiter d'un hébergement de haut standing. Le Grand Hôtel a survécu au déclin économique de la région, demeurant un lieu privilégié pour venir se ressourcer ou tenir séminaire en pleine nature.

«Nous sommes sur le point d'engager un directeur»

Une vocation que les nouveaux propriétaires entendent bien préserver: «Nous voulons redynamiser l'hôtel, mais sans le transformer pour l'instant et en continuant à miser sur les trois atouts du lieu: tradition, nature et terroir» explique Patrick Henri, responsable de la communication au siège helvétique du groupe Boas. Passage de témoin, mais sans aucune interruption dans l'exploitation, ce qui est une bonne nouvelle pour la région à la veille de la saison hivernale. «Nous sommes sur le point d'engager un directeur et nous garderons l'effectif du personnel» ajoute notre interlocuteur. Cet établissement trois étoiles compte une quarantaine de chambres, plusieurs salles de séminaires et un espace wellness. Après Saillon (Hôtel des Bains), Montreux (Le Bristol, à Territet), Morges (Le Petit Manoir) et la région des 3 lacs (Hôtel Twannberg), le groupe Boas signe aux Rasses sa cinquième acquisition hôtelière en Suisse romande. Un secteur du groupe en pleine expansion puisque, aux achats, viennent s'ajouter de nouvelles constructions, en cours ou proches du démarrage.

Fotolia

Il n'est pas rare que la clientèle se renseigne sur le niveau de qualification du personnel en termes de premiers secours.

Sécurité par étage

La sécurité participe activement à l'image d'un hôtel. Elle constitue un critère de qualité pour les hôtes comme pour le personnel. Des exigences qui ont tendance à augmenter.

LAETITIA BONGARD

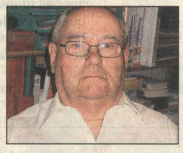
La sécurité n'est pas quantifiable; ce n'est que lorsqu'il y a un pépin que l'on s'aperçoit que cela coûte cher». Rémy Bachmann, fondateur de la société SecuConsult, sensibilise cadres et entrepreneurs à l'importance de la sécurité dans le milieu professionnel. Il dispense à ce titre des cours de formation continue sur mandat d'hotelleriesuisse. La prochaine édition aura lieu le 16 novembre, à Neuchâtel.

«Les hôteliers ont des obligations légales auxquelles ils doivent répondre, notamment dans les domaines de la sécurité au travail, des incendies et de l'hygiène alimentaire. Mais ils ont aussi la possibilité d'en faire plus, que ce soit au niveau de la sécurité informatique, environnementale ou des premiers secours», explique-t-il. Car à l'heure actuelle, certains clients ont des exigences très élevées en la matière. La sécurité peut même constituer un critère de choix.

Parmi les diverses composantes de la sécurité globale, Rémy Bachmann considère la sécurité au travail comme un thème largement prioritaire. Une affirmation soutenue par le directeur du Parc Hôtel à Fribourg, Raymond Surchat: «La sécurité liée à la personne et l'alimentaire doit être optimum», estime-t-il. Des propos mis en pratique il y a trois ans au moment de rénover la cuisine, la pièce la plus importante à ses yeux. «Nous avons privilégié un sol en époxy plutôt qu'un carrelage traditionnel. Son coût était certes très élevé, mais ce matériau nous garantit une étanchéité et une propreté optimale.»

Des cours de rappel trois fois par année

Caroline Leibe, directrice de l'Hôtel des Nations à Genève, insiste sur les consignes de sécurité et impose des cours de rappel trois fois par année à ses collaborateurs. Répéter le message est essentiel. «Ceci d'autant plus que les hôtels occupent un personnel souvent étranger et pour lequel des problèmes de langue peuvent se poser», relève Rémy Bachmann. Cette remarque concerne notamment le maniement des produits d'entretien.



«La sécurité du personnel est l'aspect le plus important.»
Rémy Bachmann
Société SecuConsult

Caroline Leibe affirme pour sa part exécuter de nombreuses tâches au sein de l'hôtel. «Je me rends ainsi mieux compte des éventuels risques et peux agir en conséquence», déclare-t-elle.

Compétences en premiers secours

Raymond Surchat a pour sa part répondu à une check-list de la SUVA afin de «voir où son hôtel pourrait être défaillant». Des questions très précises, qui doivent permettre d'anticiper et de prévenir de fâcheux incidents. Comme le fait de signaler un encadrement de portes à 1 m 80.

La formation du personnel importe aussi à la clientèle, notamment les Américains et les Asiatiques, très attentifs au fait que le personnel, de jour comme de nuit, ait des notions de premiers secours. «Chaque collaborateur connaît les gestes à appliquer si quelqu'un s'étouffe au petit déjeuner ou tombe dans les escaliers», indique Caroline Leibe.

Raymond Surchat est allé plus loin encore: il s'est muni d'un défibrillateur, afin de pouvoir intervenir en cas d'arrêt cardio-respiratoire. Pour lui, il s'agit d'une «question d'éthique». Ayant vécu deux cas n'ayant pu être sauvés, le directeur préfère prendre les prendre les devants. «Car psychologiquement, ça marque».

De bonnes affaires plutôt chères

Des fournisseurs de commerce social tels que Groupon, DailyDeal ou Feriendeal font un malheur avec leurs bons de réduction sur Internet. Mais l'industrie touristique doit mettre la main à la poche.

ANDREAS GÜNTERT

Ce modèle d'e-commerce est encore nouveau – mais il a évolué à une vitesse impressionnante: des coupons de réduction accessibles aux consommateurs via newsletters sur Internet et des prestataires locaux, servent à trouver des clients en direct. Un modèle lancé en 2008 par Groupon, une start-up américaine en passe d'être cotée en bourse. Un super deal qui arrive aussi chez nous.

Plusieurs plates-formes de couponing sont maintenant actives en Suisse, avec des offres de réduction allant du restaurant aux traitements dentaires, des soins cosmétiques aux nuits d'hôtel. Le site dealcompass.ch estime qu'en Suisse, grâce aux offres de Groupon, DailyDeal ou Feriendeal, il y a en tout temps quelque 400 de ces «deals» en cours.

Renforcer la notoriété et attirer de nouveaux clients

Les offres à prix réduit ont toutefois un coût pour les prestataires de service. De l'un d'entre eux, par exemple un hôtelier, les portails de commerce social attendent qu'il réduise son prix habituel de 50% et qu'il accorde une commission à deux chiffres à Groupon & Co. Alors qu'est-ce qui parle en faveur de ce type de business malgré ce hara-kiri en termes de prix? «Ces plates-formes conviennent parfaitement à la gestion du rendement, offrent un accès direct aux clients et permettent de tester une offre nouvelle dans un cadre gérable», explique Christian Ehrbar. L'ancien PDG de Publicitas Mosse, est actuellement gérant de Swiss Media House AG qui contrôle depuis mai le portail touristique Feriendeal.com. «Une offre par semaine est lancée et permet d'atteindre, selon nos propres indications, 1700 abonnés à la newsletter et 10 à 20% de commissions individuelles.»

«Une offre est lancée par semaine et permet d'atteindre 1700 personnes.»
Christian Ehrbar
Gérant de Swiss Media House AG

Christian Faber est un des hôteliers suisses présents sur Feriendeal.com. Le directeur de l'établissement 4 étoiles La Val, à Brigels, a lancé un forfait très complet de trois nuits pour 740 francs au lieu de 1480 francs en valeur réelle. «Ce qui m'importait était de renforcer notre notoriété et d'attirer de nouveaux clients», relève Christian Faber, pour l'instant satisfait.

Trente coupons ont pu être écoulés, limités et convertibles dans le temps, donc circonscrits à la basse saison. Et quelques revenus supplémentaires ont été engrangés pour l'établissement. Les spécialités sont sceptiques quant à cette soit disant bonne affaire sur Internet. «De manière générale, les prix ne devraient pas être réduits», constate Heinz Wehrle, l'un d'entre eux. Hormis la baisse de revenus, Horwarth HTL, consultant de l'industrie touristique, y voit un autre problème. «Le risque est d'attirer l'attention des acheteurs des tour-operateurs et, qu'en raison d'une activité de couponing d'un hôtel, une pression soit faite sur les prix.»

Fotolia

Les offres à prix réduit attirent de nouveaux clients, mais représentent un coût élevé pour les hôteliers.

Ficeler des forfaits individuels

Christian Ehrbar connaît bien le sujet: «Ce n'est pas exclu. C'est précisément pour cette raison, qu'il est recommandé de ficeler un forfait individuel qui se différencie par son contenu des forfaits habituels.» Autre exemple. Des cas connus de fournisseurs qui écoulaient de manière inattendue de nombreux coupons, les obligeant à investir du temps et des forces de travail pour récupérer au niveau des prix des commandes peu intéressantes.

Avec Feriendeal.com, dit Christian Ehrbar, les hôteliers pourraient définir une limite supérieure des coupons à vendre, le plus souvent un maximum de 50. En général les hôteliers doivent avoir leurs chiffres en tête, donc évaluer la pertinence de l'offre. Christian Faber le sait bien: «C'est un équilibre à trouver qui doit être régulé par le marketing.» Néanmoins il refera l'expérience du couponing, «car sur recommandation de clients Feriendeal, leurs amis aussi ont réservé. Mais cette fois au tarif normal.»

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un texte en page 4

En bref

Suisse

Bons résultats de Swiss grâce à une forte occupation

ldd

Au cours du dernier trimestre, Swiss a vu son bénéfice reculer de 7% à 159 millions de francs et son chiffre d'affaires augmenter de 1,2% à 1,3 milliard. Une bonne occupation de la flotte lui permet d'enregistrer des résultats positifs sur l'ensemble des neuf derniers mois: le bénéfice atteint 288 millions (+24%) et le chiffre d'affaires 3,71 milliards (+5%).

Genève

Le salon Sirha autour du thème de la créativité

Sirha Genève, le salon franco-suisse de la restauration et de l'hôtellerie, se tiendra à Palexpo Genève, du 5 au 7 février 2012. Il dévoilera les nouvelles tendances de la branche aux quelque 12000 visiteurs attendus. Le thème de la créativité guidera cette deuxième édition, animée par des concours comme le Bocuse d'Or Suisse, le Trophée Chef et Designer ainsi que la première étape de l'Omnivor World Tour, le premier festival mondial de cuisine. Les 200 exposants proposeront aussi des animations..

Valais

Pacte d'amitié avec une province chinoise

ldd

L'Association des communes de Crans-Montana a signé un pacte d'amitié avec Ordos City en **Mongolie** intérieure en Chine. Ce pacte constitue un premier pas vers un futur jumelage. Les deux localités s'engagent à étudier toutes formes de coopération et d'échange dans les domaines touristique et culturel. Elles se sont déjà rencontrées à deux reprises l'année dernière afin d'échanger leurs idées. lb

Disparition

Le créateur du pain Paillasse n'est plus

Aimé Pouly, fondateur du pain Paillasse s'est éteint dans la nuit de vendredi à samedi, à l'âge de 62 ans, des suites d'un cancer. En 1974, il décide de manière industrielle un produit censé posséder toutes les caractéristiques d'un pain artisanal. En 2000, il rachète Novafood SA pour faire naître Pouly Tradition SA. Il avait racheté en 2008 le groupe Polli. Il emploie 850 collaborateurs surtout dans l'Arc lémanique. L'entreprise comprend 1200 points de vente en Suisse (environ 10% en réseau propre). Le pain Paillasse est présent dans 17 pays. aca

En bref

Valais

Les meilleurs jeunes boulangers en concours

La finale romande et tessinoise des meilleurs jeunes professionnels boulangers et pâtissiers s'est déroulée le week-end dernier, à Sion. Les huit meilleurs apprentis de ces régions se sont affrontés, en un peu plus de cinq heures, ils ont réalisés chacun plus d'une vingtaine de pièces et ont dû choisir eux-mêmes leurs thèmes. La Tessinoise Simona Forni l'a emporté, une première tessinoise depuis onze ans.

Le carnaval de Monthey «dans tous les sens»

ldd

Le célèbre **carnaval de Monthey** s'ouvrira le 16 février 2012 avec un cortège d'enfants. Les organisateurs viennent de présenter cette 140e édition. Elle sera placée sous le thème: «Dans tous les sens». Un thème qui «tourneboule et sème le grand désordre», précisent-ils. Le moment fort des six jours de fête: un concours de masques le samedi soir. Le carnaval se terminera le 21 février. aca

Vaud

Un nouveau bar à vin a ouvert à Lausanne

Après Morges et Vevey, le bar à vin «Le Yatus» a ouvert ses portes mardi à Lausanne, au Petit-Chêne 11. L'établissement dispose de cinquante places et 300 000 francs de stock. Il propose 180 références de vin, dont deux tiers de vins suisses, peut-on lire dans «24 heures». «Nous ouvrons à 7 h afin de proposer cafés et thés aux pendulaires et fermons à 2 h le week-end», indique Julien-V.-A. Vogel, directeur des trois Yatus. La gérance de l'établissement est confiée à Maxime Bertin, ancien sommelier à la Table d'Edgar du Palace et au Beau-Rivage.

Vaud

Un événement sportif et bientôt festif

ldd

Le **semi-marathon des Côtes de l'Orbe** souhaite franchir le cap des 1000 participants pour sa troisième édition l'année prochaine, relate «24 heures». Le comité d'organisation envisage de créer une grande fête sur le parcours et dans les bourgades vigneronnes d'Arnex, Rances et Orbes. Les organisateurs espèrent que les participants feront preuve d'imagination afin de rendre l'édition 2012 particulièrement festive et conviviale. Cette année, près de 650 coureurs et marcheurs ont participé à cette course dans les vignes. lb

screenshot

Mieux vaut la qualité des commentaires que la quantité.

Bien positionné, bien évalué

La qualité est payante – même lorsqu'il s'agit des évaluations apparemment difficilement contrôlables des clients sur Internet. Les hôtels qui utilisent de solides outils de contrôle de qualité marquent des points sur les plates-formes d'évaluation: plus le Q-Label est élevé, plus le pointage est élevé. C'est ce qui ressort d'une étude, confiée par hotelleriesuisse à l'Institut suisse de tourisme de la HES-SO Valais, fondée sur les données du moteur de recherche Trustyou. «Même un positionnement clair de l'établissement s'exprime de manière concrète», remarque Thomas Allemann, directeur «Service aux membres et Classification» d'hotelleriesuisse.

D'après l'étude, les hôtels de catégorie supérieure ont tendance à obtenir de meilleures appréciations. Cela peut s'expliquer en partie par le fait que les hôtels étoilés misent sur la diversité des canaux. Car les établissements, dont les sources sont nombreuses, marquent des points sur Internet. En revanche, plus un hôtel obtient de commentaires, plus son pointage est moyen. La voie de la réussite passe plutôt par quelques bonnes critiques sur des plates-formes significatives. Surtout depuis que l'enquête montre des différences entre elles. Ainsi booking.com et HRS, où les clients sont systématiquement incités à commenter les hôtels visités, dénombrent un nombre important de commentaires, mais souvent dans un sens négatif. Alors que Tripadvisor et Holidaycheck – que les clients visitent de manière plus spontanée – ont un impact plus positif sur le pointage.

Une étude montre quels sont les facteurs qui influencent les évaluations sur les plates-formes Internet. Les hôtels avec un Q-Label élevé marquent des points.

SIMONE LEITNER/MELANIE ROTH

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 2

Quels thèmes pour l'e-tourisme 2011?

Le club EST-STF, en collaboration avec l'Ecole suisse de tourisme (EST) et l'Institut de tourisme (ITO) de la HES-SO Valais ainsi que l'IFITT chapter Switzerland invitent les professionnels du tourisme à la 12e édition du Tourism Professionals Meeting (TpM), le vendredi 2 décembre 2011 à la HES-SO Valais, à Sierre. Les thèmes suivants seront débattus: «More Sales, more Apps, more Social?»

Infos et inscriptions:
http://tpm.hevs.ch

Le projet d'Aminona provisoirement gelé

Le Tribunal fédéral a provisoirement suspendu le projet de complexe hôtelier «Village royal» dans la station d'Aminona. Il lui est reproché d'être bâti sur des prairies sèches.

LAETITIA BONGARD

Nouvelle pierre d'achoppement pour le projet de complexe hôtelier dans la station valaisanne d'Aminona: le Tribunal fédéral (TF) a accepté le recours des organisations de protection de l'environnement. La construction du «Village royal» est provisoirement suspendue. Le TF prolonge jusqu'au 25 novembre le délai accordé à la société «Aminona Luxury Resort» pour faire recours et répondre aux exigences des organisations écologistes. La critique porte cette fois-ci sur l'emplacement du projet: il est prévu sur des prairies et pâturages secs portés à l'inventaire fédéral.

Selon Marc Comina, porte-parole du projet, «ces prairies sèches sont tombées du ciel; elles ne figuraient pas dans l'inventaire au moment de la planification du ‹Village royal› en 2008. Sinon nous aurions choisi un autre emplacement.» Loin d'être alarmé par cette décision, le porte-parole explique qu'une solution a déjà été trouvée, suite à des discussions entre l'Office fédéral de l'environnement, la commune de Mollens et l'Etat du Valais. «L'OFEV est sur le point de radier ces prairies sèches de l'inventaire fédéral. La commune et le canton ont accepté des mesures de compensation et proposent de protéger des prairies sèches ailleurs. Le principal souci des associations écologiques est sur le point d'être réglé», estime Marc Comina.

Les promoteurs confiants, les adversaires sceptiques

Après avoir été déboutées par le Tribunal cantonal valaisan, les associations pour la protection de la nature se montrent satisfaites, mais font preuve de retenue. «La décision du TF est un bon signe, mais rien n'est encore joué. Nous restons prudents», indique Pierrette Rey, responsable de la communication du WWF. La solution qui semble avoir été trouvée par les défenseurs du projet ne la convainc guère: «Déplacer les zones de prairies sèches n'est pas une solution valable. Mieux vaut densifier ce qui existe plutôt que construire à outrance», préconise Pierrette Rey.

Le projet immobilier «Village royal» prévoit la construction de 220 appartements, d'un complexe hôtelier de plus de 500 chambres et d'une zone de chalets, pour un total de 1600 lits. Les promoteurs ont déjà investi 25 millions dans les études et comptent bien inaugurer le premier coup de pioche au printemps prochain. Au Conseil fédéral de se prononcer sur leur proposition, au printemps prochain. Le dossier est déjà entre ses mains.

ldd

Le «Village royal» prendrait place sur des prairies sèches.

Vers un hiver rude pour l'hôtellerie

Cet hiver, un vent glacial soufflera sur l'hôtellerie suisse: le franc fort et un affaiblissement de l'économie mondiale sont les causes de nouvelles pertes.

VIRGINIA NOLAN

Quelles sont les perspectives qui attendent la branche touristique pour l'hiver qui s'annonce? Suisse Tourisme (ST) a consacré sa conférence de presse de début de semaine à ce thème. Richard Kämpf, expert en tourisme au Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) a annoncé un puissant frein pour la saison froide: «En plus de la poursuite d'une situation de franc fort, nous nous attendons à un ralentissement de l'économie mondiale en 2012. Le Seco et BAK Basel Economics prévoient une croissance de 0,8% pour l'an prochain et, dans ce contexte, s'attendent à une baisse de la demande allogène de 4,2% et de la demande indigène de 0,2% durant la saison hivernale. Globalement, le nombre des nuitées devrait reculer de 2,6% par rapport à l'année précédente. Manqueront surtout à l'appel les touristes d'Europe occidentale et des Etats-Unis. Une lueur d'espoir vient de l'Asie et, dans une moindre mesure, des pays du BRIC, les hôtes de ces nouveaux marchés préférant voyager à la belle saison. Un retour à la croissance n'est pas envisagé avant 2013.

Swiss-image

Le Seco annonce un ralentissement pour la saison froide.

Suisse Tourisme se bat pour «Un hiver à prix doux»

Sur Myswitzerland.com, ST lutte contre l'image d'une Suisse chère avec une nouvelle rubrique: «Un hiver à prix doux». Les prestataires de service peuvent y proposer quantités d'offres et de nouveautés à des conditions attractives pour les hôtes soucieux de leur budget. En Angleterre, ST fait la promotion de sa rubrique par voie d'annonces, aux Pays-Bas, il offre une vignette autoroutière pour tout appartement réservé. Et des prestataires individuels y proposent aussi d'intéressants forfaits: ainsi Davos-Klosters offre un passeport ski à partir d'une nuitée alors que des hôtels et des auberges de jeunesse entendent améliorer leur attractivité par des rabais spéciaux lors de réservations anticipées.

Traduction Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 3

Le Salon suisse des goûts et terroirs est une vitrine pour les artisans des métiers de bouche et un précieux atout pour la cité qui l'accueille.

MIROSLAW HALABA

ldd

Le succès du Salon suisse des goûts et terroirs à Bulle prouve l'aspiration du public à l'authenticité.

Utile à Bulle et au terroir

Une fois de plus le public a répondu présent à l'invitation des organisateurs du Salon suisse des goûts et terroirs. Quelque 44 000 visiteurs ont défilé durant cinq jours devant les 280 stands de produits du terroir qui ont animé Espace Gruyère à Bulle. Le degré d'utilité de ce salon n'est pas étranger à son succès. En premier lieu, il est une vitrine. Comme l'explique son président Christophe Darbellay, celle-ci avait été créée il y a douze ans pour donner une plate-forme aux petits artisans et producteurs des métiers de bouche que la première grande réforme de l'agriculture depuis le Seconde guerre mondiale avait chargé de vendre désormais leurs produits eux-mêmes.

Et le salon prend sa mission très au sérieux. «L'aspect découverte étant important, sa charte exige que chaque exposant ait une parfaite connaissance de ses produits et qu'il les fasse déguster», explique Marie-Noëlle Pasquier. La nouvelle directrice souhaiterait d'ailleurs encore accroître l'attrait du salon en élargissant le cercle des exposants. «Nous aimerions, en effet, présenter davantage de ces fabuleux produits que compte la Suisse alémanique», dit-elle.

ldd

280 exposants ont présenté leurs spécialités du terroir.

Au même titre que le succès de la Semaine du goût ou du Marché des terroirs suisses à Delémont, les hausses de fréquentation enregistrées régulièrement par le salon bullois montrent que l'aspiration du public à l'authenticité n'est pas sur le point de faiblir.

«Cité des goûts et des terroirs»

«Dans un monde toujours plus globalisé, il est toujours plus important de nouer des liens avec le terroir, et des salons de ce type remplissent cette fonction», note Alain Farine, directeur de l'Association des AOC-IGP.

Un autre bénéficiaire de ce salon est la ville de Bulle. Grâce à lui, elle peut en toute bonne conscience justifier son appellation de «Cité des goûts et terroirs». Une dénomination que le chef-lieu gruérien entend bien conserver. On en veut pour preuve le projet, lancé dans le cadre du programme Enjoy Switzerland qui est en cours dans le canton de Fribourg, qui prévoit de mettre en scène la gastronomie qui fait la réputation de Bulle. «Il faut que le visiteur remarque que Bulle est la Cité des goûts et terroirs», indique Fabien Mauron, directeur de Gruyère Tourisme.

«Le salon a des racines profondes à Bulle. Il serait difficile de lui voler la vedette.»

Christophe Darbellay
Président du Salon

Un déplacement à Fribourg n'est pas d'actualité

Et si le salon venait à quitter Bulle pour Fribourg? Victime de son succès, il utilise aujourd'hui toute la surface disponible. Or Forum Fribourg, qui travaille en étroite collaboration avec Espace Gruyère, en a à revendre. Un déplacement est-il d'actualité? La question fait bondir Marie-Noëlle Pasquier: «Pas du tout. Le salon a sa place à Bulle et il restera à Bulle.» Christophe Darbellay aussi peine à imaginer une telle issue: «Le salon a des racines très profondes à Bulle. La ville s'est fortement positionnée comme cité des goûts et des terroirs. Il serait donc difficile de lui voler la vedette.»

www.gouts-et-terroirs.ch

Pêle-mêle

Succès pour la fête de la châtaigne de Bex

La cinquième édition de la Fête de la châtaigne et de la brisolée à Bex a remporté un vif succès dimanche. Les visiteurs ont pu apprécier la ballade-dégustation dans le vignoble du Montet et les châtaigneraies ainsi que la fameuse brisolée. Un repas composé exclusivement de produits du territoire communal qu'il s'agisse des châtaignes, du raisin, des fromages d'alpage ou encore du pain et du lard. Le concours de cuisine a attiré une quinzaine de candidats.

Cailler lance le chocolat sur mesure

Dès 2012, les amateurs de chocolat pourront se faire livrer une boîte de pralinés Cailler personnalisée. Nestlé lance une nouvelle marque de luxe baptisée **«Maison Cailler»**, composée de douze recettes. L'assortiment de la boîte sera sélectionné par les chocolatiers eux-mêmes en fonction des critères que le consommateur aura transmis par Internet. Les chocolats seront confectionnés, emballés et expédiés sous 48 heures.

Une journée romande à Igeho

ldd

Une journée romande sera organisée pour la première fois dans le cadre du Salon **Igeho** 2011, à Bâle, le 21 novembre 2011. Un bus est organisé au départ de Lausanne, Sion, Genève pour le prix de 29 francs aller et retour. Les partenaires de la journée romande mettront sur pied une série de rendez-vous durant la journée, notamment une discussion au forum et une arène de la cuisine. Le programme est adaptable en fonction des envies de chacun. aca

www.igeho.ch

hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

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

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

«Le poulet aux prunes c'est le dernier plaisir que le personnage de mon film garde dans la vie.»

Marjane Satrapi Cinéaste et auteure de BD.

iStock

L'**ambiance «after work»** bat son plein dans les hôtels genevois.

Les bars d'hôtels se la jouent trendy

Le temps où un pianiste sans âge égrenait sur un antique piano, quelques notes de musique dans la plus totale indifférence, semble révolu. Bienvenue aux artistes.

MICHEL BLOCH

Assurément, on se presse les vendredi et samedi soirs au MO bar du Mandarin Oriental Genève. Il faut dire que KG Golden, la (superbe et sympathique) prêtresse des soirées jazzy, met de l'ambiance. Comme le souligne Guillaume Benezech, directeur de la restauration de l'hôtel, «elle attire tout à la fois les clients de l'hôtel et les amateurs de musique et d'ambiance. Le décor contemporain et raffiné contribue par ailleurs à faire du MO bar un lieu où il fait bon se retrouver pour déguster un cocktail original entre amis». La réputation internationale de KG Golden la précède ainsi que ses nombreuses distinctions et récompenses obtenues à l'échelon international. Des invités viennent chaque dernier vendredi soir du mois, renforcer l'équipe qui accompagne la chanteuse, à savoir par exemple les pianistes Marc Perrenoud ou Wayne Brown. «La programmation live latin jazz, afro jazz ou soul jazz, fait du bar un espace de détente qui séduit un très large public», estime notre interlocuteur.

ldd

Siroter un **cocktail** dans un décor contemporain et raffiné.

Une tendance musicale qui s'étend

Quant aux «after work» du Mirror Bar au Swissôtel Métropole de Genève, ils connaissent également un très vif succès. Laurence Brenner, Director of Revenue & Marketing, précise que «l'hôtel organise le 22 novembre un «after work» qui accueillera Matthias Mimoum, le pianiste du club branché de Paris Le Baron pour un spectacle en faveur de l'association SOS Villages d'enfants. Quant à l'Hôtel Président Wilson, il n'est pas en reste et propose du jeudi au samedi soir une ambiance Piano Bar allant du jazz au r&b et de la soul aux rythmes latino. Amélie Vavasseur Media, Marketing & PR Supervisor confirme elle aussi que «cette approche rythmée a des effets très positifs sur la fréquentation du bar».

Une soirée passée sur fond de salsa ou de musique lounge

Des soirées à thème, comme des «Latino Nights» sont également mises sur pieds au Bar de l'Hôtel Richemond. «Après Stacey King, ce sera au tour du groupe The Sisters d'attirer les connaisseurs, amateurs de rythmes et de bons cocktails» précise Julia de Crozefon, attachée de presse.

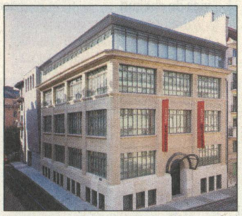
Cette approche semble à ce jour toucher essentiellement certains hôtels genevois. Signalons qu'au restaurant «Wood» de l'Inter Continental à Genève les «Seafood nights» du vendredi soir proposent des buffets de produits de la mer sur fond de musique lounge. Nous ne sommes pas au bar, mais le phénomène mérite d'être signalé!

Les hôtels deviennent décidément de véritables pôles d'attraction au cœur de la ville. On y dort, on y mange, on s'y cultive, on s'y amuse.

ldd

Les **soirées à thème** et les concerts attirent un large public.

Un fleuron de la muséographie a 10 ans



ldd

Le **Musée Patek Philippe** est un hommage à l'horlogerie.

Le Temple de tous les garde-temps, le Musée Patek Philippe ne l'a pas vu filer. Il va fêter ses dix ans. Un des nouveaux lieux incontournables de Genève.

ALEXANDRE NICOULIN

Niché au cœur du quartier populaire de Plainpalais, dans un bâtiment des années 1920 aux lignes pures, une ancienne manufacture de bracelets et de boîtiers, ce petit bijou de muséographie draîne doucement passionnés et curieux. Bon an, mal an, 30 000 visiteurs franchissent sa lourde porte. Et tous en ressortent les yeux ronds comme des cadrans. Des tic-tacs plein les oreilles. Vitrine de prestige pour marque de haute voltige, le musée ne célèbre pas seulement la griffe Patek et ses quatre étages rendent hommage à tout le patrimoine de l'horlogerie. Des premiers modèles datant du XVIe siècle aux Patek modernes à multiples complications, de l'horlogerie turque du XVIIe ou chinoise du XIXe et une bibliothèque riche de milliers d'ouvrages. L'inventaire est large. La responsable administrative Sylvie Dricourt confirme: «Notre musée témoigne de l'ancrage à Genève de l'industrie horlogère, de la joaillerie et l'émaillerie».

«Il s'agit d'un must-see incontournable. Avec le Musée International de la Réforme et le Musée d'art et d'histoire, le Patek Philippe Museum constitue le fleuron de l'offre muséographique de Genève». Bernard Cazaban, chargé de presse pour Genève Tourisme ne tarit pas d'éloges. Marque fondée en 1839 et reprise en 1932 par la famille Stern, Patek Philippe affichait l'an dernier un chiffre d'affaires estimé à plus d'un milliard de francs. Certaines pièces s'envolent à coup de millions sous le marteau des commissaires-priseurs. Des pièces de musée.

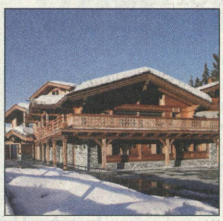
Philippe Stern, alors à la tête du groupe familial Patek Philippe, avouait dans son discours d'inauguration avoir rêvé ce musée comme «le plus beau du monde en la matière». On était en septembre 2001. Il avait sans doute raison. Et le temps, comme parfois dans ces affaires d'aiguilles, ne lui a pas donné tort.

Deux nouveaux membres SDH

L'association des Swiss Deluxe Hotels (SDH) a admis deux nouveaux membres: LeCrans Hotel & Spa et l'Hotel Guarda Golf. Ils sont tous les deux situés à Crans-Montana et classés cinq étoiles.

LAETITIA BONGARD

Les établissements Le Crans Hotel & Spa et Hotel Guarda Golf appartiennent désormais au cercle des meilleurs hôtels de luxe suisses. Ils ont été admis comme nouveaux membres de l'association des Swiss Deluxe Hotels (SDH), à l'occasion de l'assemblée générale qui s'est tenue le 27 octobre à Genève. Fondée en 1934, l'association des Swiss Deluxe Hotels détient environ 40% du parc hôtelier suisse en catégorie cinq étoiles, soit 4500 chambres et suites et 9200 lits.



ldd

Le Crans Hotel & Spa a rejoint le cercle des Swiss Deluxe Hotels.

«Nous sommes tous très fiers et heureux d'appartenir au cercle des Swiss Deluxe Hotels», a déclaré Paola Masciulli, directrice de Le Crans Hotel & Spa. Nati Felli, propriétaire et directrice du Hotel Guarda Golf, s'est également montrée très honorée: «Les hautes exigences de qualité des Swiss Deluxe Hotels coïncident parfaitement avec celles de notre établissement».

Un plaisir partagé. «Avec ces deux hôtels à Crans-Montana, nous couvrons désormais une destination majeure en Valais, qui rayonne d'un grand prestige et qui n'était pas représentée dans notre association jusqu'ici», a souligné Jan E. Brucker, président de l'association. Il a remis la plaque de membres aux deux directrices.

Les gens

Un Leysenoud crée le snowboard du Nescafé Champs

Antoine Guignard, paysagiste, peintre et créateur de design, est le vainqueur du concours Nescafé Design it! Âgé de 27 ans, le jeune homme originaire de Leysin a été récompensé pour son concept de snowboard inspiré de découpages typiquement helvétiques. Organisé pour la deuxième fois, le concours avait cette année pour thème «unplugged» (débranché). Il annonce la 21e édition du Nescafé Champs, qui aura lieu du 1er au 4 mars à Leysin. Le gagnant verra son œuvre reproduite en édition limitée et s'envolera pour New York en compagnie de **Billy the Artist**. lb

Un nouveau président pour la région de Villars

Pierre Piralli (photo), municipal à Ormont-Dessus, est le nouveau président pour Villars-Gryon-Diablerets et Bex Tourisme.

ldd

Dans sa commune, il est notamment en charge du tourisme. Il vient de succéder à **Christian Cornamusaz** qui aura joué un rôle important de fédérateur. aca

Douces recettes de l'animatrice de Pique-assiette

Annick Jeanmairet sort deux nouveaux livres de recettes qui feront plaisir aux gourmands: «Le carnet de douceurs d'Annick» et «Le carnet de pâtes d'Annick» (édition augmentée) sortiront le 8 novembre aux éditions Favre. Comme à son habitude, l'animatrice de l'émission Pique-assiette propose des plats simples et savoureux. La journaliste est une autodidacte qui avoue avoir appris à cuisiner sur le tard. Elle préconise une cuisine sans chichi et privilégie les bons produits. Elle a déjà publié plusieurs livres de recettes sur les conserves, le poisson ou encore les apéritifs. lb

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 44 / 3. November 2011

AG
ACTIVE GASTRO ENG

War die passende Stelle nicht dabei?
Dann melden Sie sich bei uns!

Active Gastro Eng GmbH
www.activegastro.ch

Gesucht: Bistrotisch
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

htrnews

Newsletter der htr hotel revue

htr hotel revue

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....2
Direktion/Kaderstellen.....3–5
Tourismus.....6
Deutsche Schweiz.....5–9
Suisse romande.....9
Svizzera italiana.....9
Stellengesuche/Demandes d'emploi...9
Immobilien.....10

Entwicklung

Weichenstellungen müssen wir im Leben – beruflich und privat – immer wieder vornehmen. Und das braucht Mut.

Fotolia

Mut zur Weichenstellung

HANNA RYCHENER, LIC.PHIL. I
DIREKTORIN
IST INTERNATIONALE SCHULE
FÜR TOURISTIK
WWW.IST-ZURICH.CH

«Mut zur Weichenstellung» klingt nach einem spannenden Thema für ein Symposium oder einen Werbeslogan im Wahlkampf. Bekanntlich bleiben solche Slogans dann aber leere Worte.Das darf es aber nicht sein, denn Weichenstellungen müssen wir im Leben – beruflich und privat – immer wieder vornehmen. Mut zur Veränderung brauchen wir mehr denn je. Kein Weg verläuft geradeaus. Er verzweigt sich immer wieder. Wirmüssen uns an jeder Kreuzung entscheiden, in welche Richtung wir gehen, Abzweigungen wählen und Kursänderungen ins Auge fassen. Die Wahl, geradeaus weiterzugehen erscheint manchmal einfach. Ein Weg ohne Kurven und Windungen kann aber auch zu Monotonie und Langeweile führen, und das ist gefährlich. Um das Leben abwechslungsreich zu gestalten, müssen wir uns immer wieder nach rechts und links umschauen, um zu erkennen, welches die zu wählende Richtung ist.

Selbst- versus Fremdbestimmung

Im Berufs-Umfeld, in einer Unternehmung brauchen wir diese Weichenstellungen, um der Zeit zu folgen, uns den Veränderungen und Herausforderungen zu stellen und in der harten Wettbewerbssituation der schwierigen Wirtschaftslage standzuhalten. Wenn wir nicht selber verändern, dann werden wir verändert. Und dann nehmen wir keinen Einfluss und bestimmen nicht mit, gestalten nicht mit. Das ist von kurzer Überlebensdauer. Wer den Mut zur Veränderung nicht hat, dann wenn sie sich aufdrängt, der ist kein Leader und kein Unternehmer. Wer nicht bereit ist, immer wieder aufzubrechen, oder auch Menschen um sich herum zu Neuem zu bewegen, läuft die Gefahr, stehen zu bleiben. Stehen bleiben heisst überholt zu werden und danach sehr bald in Vergessenheit zu geraten. Gerade deshalb muss eine Sensibilisierung bereits in der Ausbildung beginnen.

Spirit of Change

An Ausbildungsstätten der tertiären Bildungsstufe muss der «spirit of change» deshalb zwingend thematisiert werden und integrierenden Bestandteil der Ausbildungsprogramme bilden bzw. in den Rahmenlehrplänen verankert werden. Dies lässt sich aufverschiedene Weisen realisieren – zum Beispiel als theoretische Wissensvermittlung in Fächern wie Wirtschaft, Management, Unternehmensführung, in praktischen Übungen innerhalb von entsprechenden und geeigneten Projektaufträgen oder in Planspielen. Nur wenn schon die jungen, angehenden Führungskräfte vorbereitet werden auf die Herausforderungen des stetigen Wandels und die damit verbundenen notwendigen Handlungsweisen und Massnahmen, können weitere Erfolge in der Wirtschaft erzielt oder garantiert werden. Und nur dann bleibt der «Mut zur Weichenstellung» nicht ein schöner Werbeslogan, sondern es wird im richtigen Zeitpunkt auch gehandelt.

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

htr hotel revue

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

Das Intensiv-seminar
GASTROSUISSE
Der Pizzaiolokurs
Pizza, Antipasti, Focaccia & Co.
Termine: Blockkurs
Start Frühling: Montag, 11. Juni 2012
Start Herbst: Montag, 3. September 2012
Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 www.gastrosuisse.ch
10675-5644

WEITERBILDUNG FÜR AUFSTEIGER
St. Moritz - Zürich - Singapur - New York - Malediven
Eidgenössisch anerkannte Diplome für starke Karrieren
> dipl. Hôtelière-Restauratrice/Hôtelier-Restaurateur HF
> dipl. Tourismusfachfrau/ Tourismusfachmann HF
Wir laden Sie zu einem Informationsabend mit Apéro ein.
Veranstaltungsbeginn ist jeweils um 18.30 Uhr.

Mi	09.11.11	Basel	Restaurant zum Schützenhaus
Di	15.11.11	Luzern	Hotel Continental Park
Di	22.11.11	Bern	Hotel Bern
Mi	23.11.11	St. Gallen	Best Western Hotel Walhalla
Do	24.11.11	Zürich	Central Plaza Hotel

Swiss School of Tourism and Hospitality
Hotel- und Touristikfachschule
Tel. 081 255 12 40
htf@ssth.ch • www.ssth.ch

ACADEMIA ENGIADINA
HÖHERE FACHSCHULE FÜR TOURISMUS GRAUBÜNDEN
Tel. 081 851 06 11
hft@academia-engiadina.ch
www.academia-engiadina.ch
17305-7555

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de service - England - Region London	International	J35900
Restaurant Manager - England - Region London	International	J35896

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Zimmermädchen- / Büffetangestellte mit Erfahrung	Region Bern	J35923
Etagengouvernante	Region Bern	J35951
Gouvernante	Region Bern	J35947
Hausdame / Executive Housekeeper	Region Graubünden	J36049
Hausdame (Leitende Hausdame)	Region Graubünden	J36078
Anfangsgouvernante bzw. 2. Gouvernante	Region Zentralschweiz	J36010
Gouvernante	Region Zentralschweiz	J35999
Anfangsgouvernante	Region Zentralschweiz	J36055
Hauswirtschaftsmitarbeiter/in	Region Zürich	J35993

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Salesmitarbeiter	Region Bern	J35816
HR Mitarbeiter (Teilzeit)	Region Bern	J36011
Marketing/Verkauf/Reception	Region Graubünden	J36096
Leiter Weinfachgeschäft	Region Zürich	J35861
LeiterIn Personal & Administration	Region Zürich	J35815
Sales Manager	Region Zürich	J35919
Consultant	Region Zürich	J35916
Weinberater/in Gastronomie	ganze Schweiz	J35847
Verkaufsmitarbeiter/in	Tessin	J36111

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Touristik Manager/Landausflugsmanager	International	J35984

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseurin (w)	Region Bern	J35952
Kosmetikerin	Region Bern	J35953

Bäcker-Konditoren

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
KonditorIn-ConfiseurIn	Region Zürich	J36023

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Veranstaltungstechniker	Region Bern	J35940
Allrounder	Region Graubünden	J33843
AllrounderIn 80%	Region Graubünden	J36095
Administrationsmitarbeiterin (80-100%)	Region Ostschweiz	J36003
Internship Operations and Administrations	International	J35991

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2435	Back Office Arbeiten	31	CH	per sofort	D|F|E
B2432	Chef de Rang	32	AT	per sofort	D|E|SK
B329	Chef de service - Gastgeber - Servicefachangestellter mit Verantwortung	54	AT	per sofort	D|F|E
B872	Direktion Geschäftsleitung	48	CH	per sofort	D|F|I|E|NO
B2330	F&B Managment, Service, Bankett, Catering	36	DE	per sofort	D|E
B2353	Gastronomie	38	CH	per sofort	D|F|I|E
B2418	Geschäftsleitung, Direktion, Stv. Direktion, F&B Manager	33	CH	per sofort	D|F|E
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
B2394	Kauffrau Tourismus/Reisebranche	21	CH	per sofort	D|F|E
B2433	Kellnerin	19	AT	per sofort	D|F|I|E
B2428	Mitarbeiter Küche	46	GB	per sofort	D|F|E
B2408	Servicemitarbeiter, Bar- und Bankettmitarbeiter, Portier, Roomservice	30	TN	per sofort	D|F

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 31. 10. 2011. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsdossiers finden Sie auf www.hoteljob.ch

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 Information als erste Kontaktstelle viel bei. Wir suchen per 1. Februar 2012 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Information 100 %

Als unternehmerisch handelnde und dienstleistungsorientierte Person sind Sie verantwortlich für einen professionellen Empfang unserer Patienten, Angehörigen und Kunden. Sie erledigen die administrativen Arbeiten in der Patientenaufnahme und wickeln den Verkehr mit Ämtern und Versicherungen ab. Sie sind eine Anlaufstelle für interne und externe Anfragen und die ‚Visitenkarte' unseres Spitals. Qualität und Weiterentwicklung der vielfältigen Aufgaben sind Ihnen ein wichtiges Anliegen. Nach einer mehrmonatigen Einarbeitungszeit übernehmen Sie die Leitung von der Information und vom Transportdienst mit einem Team von 10 Mitarbeitenden und werden kompetent vertreten durch Ihre Stellvertreterin. Eine lernende Kauffrau ist Ihnen zeitweise anvertraut.

Dank Ihrer kaufmännischen Grundausbildung und mehrjährigen Berufserfahrung, unter anderem an einer Reception, gelingt es Ihnen in kurzer Zeit, die abwechslungsreichen Aufgaben selbstständig auszuführen. Führungserfahrungen sind von Vorteil und Englischkenntnisse von Nutzen. Sie haben eine gute Arbeitsorganisation und verstehen es, dank Ihrer Sozial- und Persönlichkeitskompetenz mit verschiedenen Ansprechpartnern zusammen zu arbeiten. Als motivierte, gepflegte Persönlichkeit mit guten Umgangsformen, die gerne Verantwortung übernimmt, sind Sie Ihrem Team ein Vorbild. Sie sind bereit, Wochenenddienste und unregelmässige Arbeitszeiten zu leisten. Durchsetzungsvermögen, Belastbarkeit und gewinnende Ausstrahlung runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen eine interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem wirtschaftlichen, dienstleistungsorientierten Unternehmen mit guten Anstellungsbedingungen in einem eingespielten und motivierten Team.

Sind Sie an dieser Herausforderung interessiert und möchten mehr Informationen? Esther Röthlisberger, Leiterin Personaldienst, T 041 818 40 56 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

17282-7547

Restaurant St. Cassian Lantsch/Lenz

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir
ab Dezember 2011

eine/n Küchen-Team-Leader/in
Restaurationsfachmitarbeiter/in

Sie sind auf der Suche nach einem tollen Arbeitserlebnis und einer Herausforderung. Wenn Sie Menschen mögen und über eine gepflegte Erscheinung verfügen, gehören Sie vielleicht schon bald zu unserem Erfolgsteam.

Gerne erhalten wir Ihre Bewerbung schriftlich mit Foto und Zeugnissen.
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Restaurant St. Cassian, Alexander Nadig
7083 Lantsch/Lenz

Tel. 081 384 14 57
info@st-cassian.ch

Lenzerheide

17289-7544

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, unternehmerisch denkende und initiative Führungskraft als

Human Resources Manager

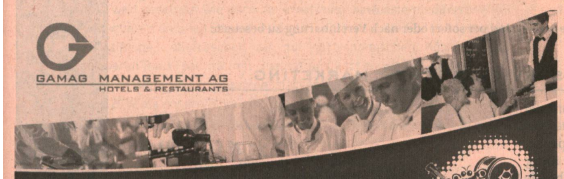
Die Betreuung und die Motivation der Mitarbeiter, sowie die Personalselektion gehören zu Ihren Hauptaufgaben. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung des Personalbudgets und betreiben das Personalmanagement aktiv für das «Hotel Astoria», das «Renaissance Lucerne Hotel» und «The Hotel». Zudem sind Sie für die Lohnabwicklung aller drei Häuser verantwortlich.
Idealerweise haben Sie die Hotelfachschule absolviert. Sie kennen sich theoretisch und praktisch in mehreren Sparten eines Hotelbetriebes aus. Organisationsgabe, Durchsetzungsvermögen und unternehmerisches Handeln befähigen Sie, dieses vielseitige Aufgabenspektrum zu bewältigen. Darüber hinaus sind Sie belastbar und besitzen ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Sie haben ein Flair für Zahlen und arbeiten exakt.
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.
Herr Urs Karli, CEO freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!
Eine vertrauliche Behandlung Ihrer Angaben ist für uns selbstverständlich.

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, 6002 Luzern
Tel. +41 (0)41 226 88 88, www.astoria-luzern.ch

17301-7581

GAMAG MANAGEMENT AG
HOTELS & RESTAURANTS



STADTKELLER
Musik-Restaurant Luzern

Im Herzen der Luzerner Altstadt befindet sich das unter Denkmalschutz stehende Musik-Restaurant Stadtkeller.

Über die Sommermonate finden Original Swiss Folklore Shows mit traditionsreichen Schweizer Sitten und Bräuchen statt. Die Wintermonate gehören vollumfänglich dem Liebhaber der legendären Stadtkeller-Konzerte, mit Schweizer Mundartrock, Pop-, Blues- und Jazzkonzerten. Der Stadtkeller ist ebenso Fasnachtshochburg in Luzern.

Für diesen abwechslungsreichen und interessanten Betrieb suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/in

Sie lieben das aktive Nachtleben und schätzen den Umgang mit angesagten Musikern und Künstlern? Inmitten der Schweizer Musikszene erwartet Sie die spannende Funktion des Geschäftsführers.

Sie führen ein angesagtes Live-Musik-Lokal und sind somit verantwortlich für die gesamten operativen Abläufe und die Leitung. Sie planen Ihre Mitarbeiter entsprechend den Veranstaltungen ein und leiten das Team gekonnt professionell. Zudem übernehmen Sie die allgemeinen administrativen Aufgaben.

Sie sind die Kontaktperson zu den Veranstaltern und Tour Operators und garantieren somit jährlich ein spannendes und abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm. Auch private Feiern und gesellschaftliche Anlässe können in den grosszügigen Räumlichkeiten organisiert werden.

Sie bringen idealerweise Erfahrung in einer ähnlichen Position mit, sprechen nebst Ihrer Muttersprache Deutsch auch verhandlungssicheres Englisch und sind sich unregelmässige und flexible Arbeitseinsätze gewöhnt.

Neugierig? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an Herrn Wolfgang Gehrig, Geschäftsleiter/CEO (w.gehrig@gamag.ch).

Habsburgerstrasse 22
6002 Luzern
Tel. +41 (0)41 227 30 10
Fax +41 (0)41 227 30 20
www.gamag.ch
info@gamag.ch

17280-7538

UPK **Universitäre Psychiatrische Kliniken** Basel

KUECHENCHEFIN / KUECHENCHEF 100%
BETRIEB / HOTELLERIE / GASTRONOMIE

Die Universitären Psychiatrischen Kliniken Basel erfüllen mit rund 1000 Mitarbeitenden anspruchsvolle Aufgaben in der psychiatrischen Versorgung und Ausbildung sowie der universitären Lehre und Forschung.

Für die Abteilung Hotellerie suchen wir für die Leitung unseres 25-köpfigen Küchenteams per 1. Januar 2012 oder nach Vereinbarung eine Küchenchefin / einen Küchenchef 100%.

Eine gesunde, qualitativ hochwertige Ernährung bedeutet sowohl für Patientinnen und Patienten wie auch Mitarbeitende Lebensqualität. Deshalb messen wir diesem Bereich einen hohen Stellenwert zu. Nebst ca. 250 Personen, die ihre Mahlzeit im Personalrestaurant einnehmen, werden täglich 300 Patientinnen und Patienten verpflegt.

Dieses abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Aufgabengebiet umfasst die personelle und fachliche Führung der Küche. Zum Zuständigkeitsbereich gehört die Planung des bedarfsgerechten Verpflegungsangebotes, die Beschaffung der Food/Non-Food Ware sowie die Qualitätssicherung und das Einhalten der gesetzlichen Hygienestandards gemäss HACCP-Konzept. Zudem gewährleisten Sie die laufende Förderung und Ausbildung der Mitarbeitenden und der Lernenden.

SIE VERFÜGEN über einen Abschluss als eidg. dipl. Küchenchefin/Küchenchef sowie mehrere Jahre Berufserfahrung in leitender Position in der gehobenen Gastronomie. Als durchsetzungsfähige und kommunikative Persönlichkeit verstehen Sie es, aufgrund Ihrer sozialen Kompetenz und Führungsgewandtheit, ein Team zu Höchstleistungen zu motivieren. Ihre Freude am Beruf und Ihre Kreativität zeigen sich in der Ausgestaltung eines erstklassigen Gastronomieangebotes. Eine hohe Kundenorientierung, Engagement sowie unternehmerisches Denken und Handeln runden Ihr Profil ab.

WIR BIETEN Ihnen eine herausfordernde und vielfältige Tätigkeit in einem lebhaften Betriebsumfeld. Die Anstellungsbedingungen orientieren sich an den kantonalen Richtlinien. Bei Bedarf unterstützt Sie unsere Abteilung Personal bei der Suche nach einem Kinderkrippenplatz.

Für Fragen und weitere Auskünfte steht Ihnen unser Leiter Hotellerie, Herr Iona Bocek, Tel. +41 61 325 52 82, zur Verfügung.

› Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an die Universitäre Psychiatrische Kliniken (UPK), Barbara Steiger, Personalfachfrau, Wilhelm Klein-Strasse 27, 4012 Basel.

WIR BEVORZUGEN Ihre Online-Bewerbung.

Universitäre Psychiatrische Kliniken Basel
Wilhelm Klein-Strasse 27 | 4012 Basel | Tel. +41 61 325 51 11
Fax +41 61 325 52 58 | info@upkbs.ch | www.upkbs.ch

17265-7528

GRAND HOTEL KRONENHOF
PONTRESINA
★★★★★

KULM HOTEL
ST.MORITZ
★★★★★

Das **KULM HOTEL** ST. MORITZ und das **GRAND HOTEL KRONENHOF** PONTRESINA gehören seit über 150 Jahren zu den architektonisch bedeutendsten Hotels der Alpen. Durch ihre hohen Standards und ihre idealen Lagen in einer der schönsten Regionen der Schweiz sorgen sie für unvergleichliche Erholung. Die herzliche Art und die professionelle Einstellung unserer Mitarbeiter ist unsere Devise, um die hohen Ansprüche unserer Gäste zu erfüllen.

Für die Ergänzung unserer Verkaufs- und Marketingabteilung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung in Jahresstelle folgende MitarbeiterInnen:

Sales und Marketing Manager (m/w)
Sales Manager (m/w)
Sales und Marketing Assistent (m/w)

Ausführliche Informationen zu diesen Stellen finden Sie auf unseren Homepages **www.kronenhof.com** bzw. **www.kulmhotel-stmoritz.ch.**

Wir bieten Ihnen die Chance, in einem professionellen Team in einem interessanten Umfeld mit Aufstiegsmöglichkeiten mitzuarbeiten mit einer abwechslungsreichen und anspruchsvollen Aufgabe.

Sind Sie bereit dafür? Dann würden wir uns freuen, Sie kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Lebenslauf und Zeugniskopien inkl. Foto per E-Mail an **bewerbung@kronenhof.com.** Frau Monika Kamm, Personalleiterin Grand Hotel Kronenhof Pontresina, freut sich auch über Ihre Bewerbung per Post.

Grand Hotel Kronenhof, Via Maistra 130, 7504 Pontresina
Telefon: 081 830 30 30, Fax: 081 830 32 29
www.kronenhof.com

Swiss Deluxe Hotels

17276-7534

B
SCHWEIZERHOF
BERN

WERDEN SIE TEIL EINES FÜHRENDEN EXKLUSIVEN HOTELS DER SCHWEIZ!

Das Traditionshaus Schweizerhof Bern hat im April 2011 in neuem Glanz seine Pforten geöffnet. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir Sie als dynamische, flexible, einsatzfreudige und leidenschaftliche Persönlichkeit (m/w). Mit Ihrer Erfahrung können Sie zum Erfolg des Hotel Schweizerhof Bern beitragen.

Folgende Stellen sind per sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

F&B SERVICE/KÜCHE
Chef Patissier
Chief Steward
Barkeeper
Chef de Rang
Demi Chef de Rang
F&B Trainee

MARKETING
Sales Manager

SPA
SPA Manager

FRONT OFFICE
Chasseur/Doorman

ADMINISTRATION
Human Resources Mitarbeiter in Teilzeit

Für alle Stellen setzen wir gute Deutsch- resp. Sprachkenntnisse sowie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie / Hotellerie voraus. Weitere Details zu den Stellenangeboten finden Sie unter: www.schweizerhof-bern.ch/kontakt/karriere.

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

Für Fragen steht Ihnen Frau Mirjam Thomann, Human Resources, gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Schweizerhof Bern – Human Resources – Bahnhofplatz 11 – 3001 Bern
Telefon 031 326 80 88 – hr@schweizerhof-bern.ch – www.schweizerhof-bern.ch

17523-7980

protel
hotel software

Fasziniert Sie die Kombination IT und Hotellerie?
Möchten Sie nach einer umfassenden Einarbeitung eigene Hotelsoftware-Projekte in der ganzen Schweiz betreuen und Ihre Kunden mit innovativen Lösungen vor Ort im Hotel, webbasiert in der Cloud oder auf mobilen Endgeräten nachhaltig unterstützen?

rebagdata ag | hotel management solutions

Als Schweizer Vertriebspartner der protel hotelsoftware GmbH und Preferred Partner von hotelleriesuisse betreuen wir ein breit gefächertes und entsprechend spannendes Kundenportfolio. protel Produkte bestechen durch erstklassige Funktionalität, erfrischende Innovationskraft, intuitive Bedienbarkeit und hohe Stabilität.

Unser Projektleitungsteam sucht eine hoch motivierte Verstärkung als

Projektleiter/Projektleiterin

Sie haben Ihre Erstausbildung erfolgreich abgeschlossen und kennen den Bereich FrontOffice aus vertiefter Erfahrung. Betriebswirtschaftlich sind Sie schon fit, und Technologie ist für Sie kein notwendiges Übel, sondern weckt Ihre Begeisterung.
Sie arbeiten engagiert auf ein Ziel hin, sind ausgesprochen belastbar und drücken sich in deutscher sowie französischer oder italienischer Sprache gekonnt aus.
Ihr Denken und Handeln ist ebenso proaktiv wie dienstleistungsorientiert – und das aus Überzeugung! Zu guter Letzt sind Sie nicht nur fachlich, sondern auch sozial kompetent.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung an:

jobs@rebag.ch
rebagdata ag | Einsiedlerstrasse 533 | 8810 Horgen

Für zusätzliche Vorinformationen wenden Sie sich bitte an Walter Badertscher (+41 (0)44 711 74 10 oder +41 (0)79 404 19 81)

www.rebag.ch

17299-7548

Klinik Adelheid
Zentrum für Rehabilitation und Nachbehandlung

Arbeiten Sie gerne in einer modernen, innovativen und professionellen Rehabilitationsklinik? Schätzen Sie ein Arbeitsumfeld, wo man sich mit Respekt begegnet und man Sie noch beim Namen kennt?

Wir suchen per 1. April 2012 oder nach Vereinbarung eine/einen

Küchenchefin/Küchenchef

Unsere Rehabilitationsklinik mit 81 Betten liegt im Herzen der Zentralschweiz an traumhafter Lage oberhalb des Ägerisees.

Als Küchenchef/in sind Sie verantwortlich, dass Patienten, Gäste und Personal mit der Verpflegung weiterhin überdurchschnittlich zufrieden sind. Sie führen ein Team von 11 kompetenten und engagierten Mitarbeitenden und 3 Lehrlingen. Als Küchenchef sind Sie direkt dem Leiter Logistik unterstellt. Ihre internen Ansprechpartner sind die Leiterin Hotel und die Ernährungsberaterin.

Sie haben Ihre Erfahrungen sowohl in der Spital- und A-la-carte-Küche gesammelt und bereits erfolgreich ein Team geführt. Wichtig sind Ihre Zusatzausbildung als Gastronomiekoch/-köchin oder Koch/Köchin der Spital- und Heimgastronomie und wenn möglich Ihre Zusatzlehre als Diätkoch/-köchin.

Wir bieten Ihnen eine interessante, sehr selbständige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einer Rehabilitationsklinik mit hoher Patientenzufriedenheit und gutem Ruf.

Der heutige Stelleninhaber tritt in den vorzeitigen Ruhestand. Gerold Hinger, Küchenchef, gibt Ihnen über den Arbeitsinhalt der ausgeschriebenen Position gerne Auskunft. Sie erreichen ihn unter 041 754 35 27.

Sind Sie bereit, auf Neues zuzugehen? Dann freue ich mich auf den Kontakt mit Ihnen oder Ihre Bewerbung.

Klinik Adelheid
Hans Asper, Geschäftsführer/Leiter Logistik
Höhenweg 71, Postfach 466
6314 Unterägeri
hans.asper@klinik-adelheid.ch
041 754 35 18
www.klinik-adelheid.ch

17293-7548

Spital Schwyz

Das Spital Schwyz ist ein mittelgrosses Akutspital und für die medizinische Grundversorgung im Einzugsgebiet Schwyz zuständig. Die Verpflegung hat für Patienten, Besucher, Veranstaltungsteilnehmer und Mitarbeitende eine zentrale Bedeutung. Das traditionelle und saisonale Speiseangebot unseres Hauses wird geschätzt wie auch die ernährungsbewusste mediterrane Küche, welche wir in allen Bereichen täglich anbieten. Die Gäste an unseren Veranstaltungen überraschen wir mit gastronomischen Köstlichkeiten. Kombinieren Sie Kreativität mit Qualität und kochen Sie mit Leidenschaft? Sind Sie innovativ und schätzen ein starkes Team? Dann suchen wir Sie per 1. März 2012 als unsere/n neue/n

Küchenchef/in 100 %

In dieser Position sind Sie für folgende Aufgaben verantwortlich
- Angebotsplanung für Patienten, Mahlzeitendienst, Personalrestaurant und Mythen-Café
- Führung des gesamten Küchenteams
- Ausbildung der Lernenden
- Aktive Unterstützung der operativen Abläufe (Produktion / Fertigung / Service)
- Konsequente Umsetzung der Qualitäts- / Hygienestandards und des Lebensmittelgesetzes

Sie bringen mit
- Berufserfahrung als Küchenchef/in mit entsprechender Fachausbildung
- Zusatzausbildung als Diätkoch/Diätköchin vorteilhaft
- Weiterbildung als Berufsbildner/in
- Gute Arbeitstechnik und Kenntnisse der gängigen IT-Arbeitsmittel
- Organisationstalent und Führungsqualitäten
- Offenheit, Flexibilität und Qualitätsbewusstsein

Wir bieten Ihnen moderne und zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Eine abwechslungsreiche und herausfordernde Tätigkeit in einem marktorientierten Unternehmen wartet auf Sie!

Möchten Sie mehr erfahren? Maria Schöpfer, Leiterin Hotellerie, T 041 818 40 57 steht Ihnen gerne für ergänzende Auskünfte zur Verfügung.

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

17291-7546

RÖSSLI

Für unseren Neubau Wiedereröffnung suchen wir motivierte Mitarbeiter/innen auf 1. Dezember 2011 oder Vereinbarung

Serviceangestellte
(evtl. Anfängerin)

Köchin, Jungkoch

L&B Eberle, Dorfstrasse 37, 8873 Amden
Tel. 055 611 11 94 / 079 102 33 51
www.roessli-amden.ch
roessli-amden@bluewin.ch

17230-7506

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, erholsamer und grüner Umgebung.

Auf 1.März 2012 suchen wir in Jahresstelle eine gut ausgebildete

Hotelfachfrau

welche unser erfahrenes Team zielorientiert führen kann, mit diesem überdurchschnittliche Leistungen erbringt, unsere Auszubildenden Hotelfachfrauen betreut und begleitet, eine effiziente Einsatzplanung praktisch umsetzt, das Departements-Netzwerk pflegt, als Teamleiterin motivierend am selben Strick zieht, tatkräftig in Zimmer und Lingerie mithelfen kann und den Gästeaufenthalt zum wirklichen Erlebnis macht.

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

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

17300-7550

Die Gastronomiegruppe zfv

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

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant Dällebach der Helsana AG

Worblaufenstrasse 200, 3048 Worblaufen

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Betriebsleiter/in mit Kochfunktion

Ihre Aufgabe: In dieser Funktion sind Sie für die gesamte Führung und Organisation des Betriebes zuständig und übernehmen nebst der Gastgeber- auch die Küchenchef-Rolle. Zu Ihren Aufgaben gehören hauptsächlich die Angebotsplanung, die Menükalkulationen sowie die Sicherstellung der Qualitätsstandards und Hygienerichtlinien. Zudem sind Sie für das Bestell- und Inventarwesen, die Mise en place, die Produktion in der kalten und warmen Küche, das Frontcooking sowie die Betreuung der Automaten zuständig. Die Schulung und Führung des Ihnen unterstellten 5-köpfigen Teams übernehmen Sie ebenso wie alle anfallenden administrativen Aufgaben.

Ihr Profil: Wir wenden uns an eine flexible, initiative und einsatzbereite Gastgeberpersönlichkeit, die eine Ausbildung zum Koch, einige Jahre Führungserfahrung sowie vorzugsweise Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie mitbringt. Sie haben einen hohen Qualitätsanspruch, verlieren auch bei hohem Arbeitsanfall den Überblick nicht und sind neugierig und bereit, Neues zu entwickeln. Zudem pflegen Sie einen offenen Kommunikationsstil, gehen aktiv auf andere zu und können Vertrauen schaffen. Im Weiteren zeichnen Sie sich durch Dienstleistungsorientierung, Team- und Kooperationsfähigkeit aus. Sie setzen sich anspruchsvolle Ziele und gewinnen die Mitarbeitenden dafür. Ausserdem lieben Sie Ihren Beruf und haben Freude am Umgang mit Gästen. In der Regel arbeiten Sie montags bis freitags von 06:30 bis 15:45 Uhr, sind aber bei Spezialanlässen flexibel und einsatzbereit.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

17303-7553

Die Jungfrau Region Marketing AG als Marketing- und Verkaufsorganisation der Top-Tourismusregionen Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen sucht zur Ergänzung ihres Teams eine/n

Leiterin / Leiter PR/Media

Ihre Hauptaufgaben
- Operative Leitung der Abteilung PR und Media (inkl. Social Medias)
- Ausbau bestehender und Aufbau neuer Medienkontakte, weltweit
- Betreuung und Pflege von bestehenden Key Medias
- Verfassen, redigieren und kontrollieren von Medienmitteilungen, Newslettern und internen Kommunikationsmitteln
- Organisation von Medienreisen und Betreuung der Journalisten vor Ort
- Medienarbeit bei lokalen Events

Von unserem Teammitglied erwarten wir
- Weiterbildung im Tourismus und/oder PR
- Erfahrung in den Bereichen Medienarbeit, -betreuung und Social Medias
- Sehr gute Kenntnisse der deutschen, englischen und französischen Sprache
- Stilsicheres Verfassen von Texten
- Innovationsorientierte Persönlichkeit
- Begeisterung für die Jungfrau Region
- Bereitschaft zum unregelmässigen Arbeiten und zur Reisetätigkeit
- Gültiger PW-Ausweis

Wir bieten Ihnen
- Abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit vielen Kontakten, Mitgestaltungsmöglichkeit und Verantwortung
- Freie Benützung der Sportanlagen in der Jungfrau Region
- Saisonpässe der Jungfrau Region

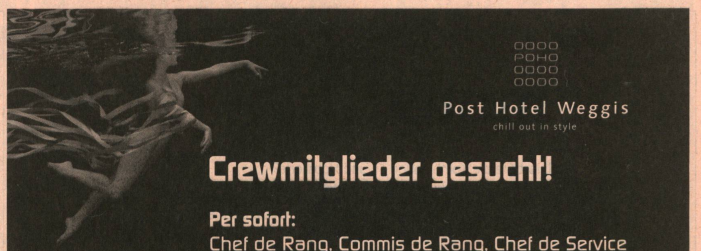
Stellenantritt: per 15. Januar 2012 oder nach Vereinbarung
Arbeitsort: Grindelwald

Sind Sie interessiert?
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit CV und Foto an folgende Adresse:
Jungfrau Region Marketing AG, Frau Ursula Mühlemann, Postfach 131, 3818 Grindelwald
Tel. 033 854 12 60, ursula.muehlemann@myjungfrau.ch, www.jungfrauregion.ch

Jungfrau Region

JUNGFRAU
EIGER • MÖNCH • JUNGFRAU

17313-7560



Crewmitglieder gesucht!

Per sofort:
Chef de Rang, Commis de Rang, Chef de Service

Per 1. Januar 2012:
Chef de Partie, Commis de Cuisine

Nach Vereinbarung:
Réceptionist/in

Jetzt bewerben unter www.poho.ch/jobs

17306-7556

Golfpark Oberkirch

weitere Jobs unter **www.migros.ch**

Die Migros als Branchenleaderin und attraktive Arbeitgeberin im Schweizer Detailhandel, setzt auch massgebliche Akzente in der Freizeit-, Fitness-, Wellness- und Golfbranche.

Für unseren 5*Golfpark in Oberkirch, an den Ufern des Sempacher Sees, suchen wir zur Führung unseres ambitionierten und motivierten Küchenteams und des öffentlichen Restaurants OASE per 1. Februar 2012 oder nach Vereinbarung eine Persönlichkeit als

Küchenchef und Betriebsleiter m/w

Ihr Aufgabengebiet
- Führung, Planung, Organisation und Koordination der 15 Mitarbeitenden in Küche und Restaurant
- Erstellen von Kalkulationen, Speisekarten sowie Bankettangeboten
- Wareneinkauf und Inventarisierung
- Koordination und Durchführung aller gesellschaftlichen Veranstaltungen
- Zusammenarbeit mit der Eventkoordination und der Administration
- Planung, Koordination und Optimierung von Arbeitsabläufen

Unsere Anforderungen
- Gastro-Betriebsleiter-Seminar G2 oder andere Weiterbildung im Bereich der Gastronomie/Hotellerie
- Führungspersönlichkeit mit mind. 3 Jahren Berufserfahrung in vergleichbarer Position
- Organisationstalent, Eigeninitiative, Selbstständigkeit, Kreativität
- Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln, Kalkulationssicherheit
- Sie sind «Dienstleister/in mit Herz» – Gastgeber/in aus Überzeugung und mit Freude

Wir bieten
Höchst abwechslungsreiche Stelle im neusten Migros 5*Golfpark sowie attraktive Anstellungsbedingungen mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Marco Popp, Leiter Freizeitanlagen, unter Telefon 076 491 87 52 gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Online-Bewerbung unter www.migros.ch/jobs

FRIENDLY WORK SPACE

Genossenschaft Migros Luzern
Geschäftssitz Dierikon
Philipp Lustenberger, Personelles
Postfach, 6031 Ebikon

GOLF PARK MIGROS

17307-7557

EUROPÄISCHER HOF
HOTEL EUROPE •••
Engelberg Switzerland

Im Herzen des Sommer- & Winterparadieses Engelberg, direkt am Kurpark liegt der Europäische Hof. Was 1904 begann, begeistert heute Gäste und Mitarbeiter gleichermassen, mit dem unvergleichlichen Charme der Belle Epoque. Das Hotel verfügt über 75 Gästezimmer, Seminar- und Bankettmöglichkeiten sowie ein Restaurant.

Zur Unterstützung in unser junges und motiviertes Team suchen wir per 01. Dezember 2011 folgende MitarbeiterInnen im 100%-Pensum

Réceptionistin / Réceptionist
Chef de partie / Sous-Chef
Servicefachangestellte / Barmitarbeiter

Sie sind sich selbständiges Arbeiten gewohnt und belastbar. Unsere Gäste freuen sich über Ihre freundliche Umgangsart und Ihren kompetenten Gästeservice. Ihre neuen Aufgaben gehen Sie motiviert und verantwortungsbewusst an. Bringen Sie Ihre ganze Erfahrung mit ein, dann erwartet Sie bei uns eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und interessante Herausforderung.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Europäischer Hof Hotel Europe
Frau Daniela Weinmann
Direktionsassistentin
Dorfstrasse 40
6390 Engelberg
daniela.weinmann@hoteleurope.ch
www.hoteleurope.ch

Für unsere Gäste – eine Schöne Zeit!

17314-7561

Mitarbeiter suchen –
Mitarbeiter finden
www.hoteljob.ch

HOTEL KREUZ ★★★ LENK

Aegertenstrasse 1, 3775 Lenk, 033 733 13 87

Das Hotel Kreuz ist ein 3-Sterne-Hotel mit 84 Zimmern an bester Lage in Lenk.
Drei Restaurants und eine neue Hotelbar & Lobby bieten eine abwechslungsreiche Gastronomie. Entspannen kann der Gast im grossen Hallenbad oder in der Sauna.

Das Hotel wird mit neu gestalteten Zimmern am 1. Dezember die Wintersaison eröffnen.

Dazu suchen wir zur Ergänzung unserer Mannschaft:

Barchef/in
Mitarbeiter/in für Empfang Hotel und Service Lobby
Service- und Barmitarbeiter/in Vollzeit oder Teilzeit

Eintritt nach Vereinbarung im Dezember.
Korrekte Arbeitsbedingungen sind selbstverständlich, Unterkunft kann vermittelt werden.

Es wird grosser Wert auf Arbeitseinstellung, Freundlichkeit und Auftreten gelegt.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen, auch per E-Mail.
Für Auskunft und Vorstellungsgespräch:
Alex Lanzrein, 079 687 37 17 und lanzrein@kreuzlenk.ch

17302-7552

BELLEVUE TERMINUS HOTEL

Im über 100-jährigen Hotel Bellevue-Terminus spürt man den Charme der Belle Epoque und gleichzeitig bietet es alle Annehmlichkeiten des 21. Jahrhunderts.

Zur Verstärkung unserer Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie / Sous-Chef (m/w)

Zu Ihren Aufgaben gehört: Führung des zugewiesenen Postens in der warmen oder kalten Küche, Mise en place auf dem jeweiligen Posten uvm. **Wir erwarten von Ihnen:** abgeschlossene Kochausbildung, einige Jahre Erfahrung im à la carte- und Bankettbereich, gute Deutschkenntnisse.

Receptionist/in

Zu Ihren Aufgaben gehört: Empfang und Betreuung unserer internationalen Gäste, Korrespondenz in Deutsch und Englisch, Check-In, Check-Out und Inkasso bei Abreise der Gäste uvm. **Was erwarten wir von Ihnen:** eine abgeschlossene Lehre im kaufm. Bereich oder in der Hotellerie, sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch, Sie haben ein natürliches und sicheres Auftreten, sind entscheidungsfreudig und belastbar.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit sich in einem dynamischen und vielseitigen Umfeld weiterzuentwickeln.

Falls wir Ihr Interesse geweckt haben freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an:
Roger Filliger, Bahnhofplatz, 6390 Engelberg
Telefon +41 (0)41 639 68 68, r.filliger@bellevue-terminus.ch

Hotel Bellevue-Terminus | Bahnhofplatz | CH-6390 Engelberg
Fon +41 (0)41 639 68 68 | Fax +41 (0)41 637 44 49
www.bellevue-terminus.ch

17267-7530

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

EMA house

THE ZURICH ALL SUITE HOTEL

Für Tage, Wochen oder länger residieren, arbeiten oder tagen unsere Gäste in der vielfältigen Welt des EMA house.
Einer jungen, initiativen und flexiblen Persönlichkeit offerieren wir eine abwechslungs- und anforderungsreiche Position als

Réceptionist/-in

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

SERVICED APARTMENTS

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

EMA house

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Urs Schärer oder Herr Marc Wyder gerne zur Verfügung.

16097-7344

Hotel ★★★ Toggenburg
Wildhaus

Für unser Familienhotel, mitten in einem tollen Skigebiet, suchen wir auf Dezember 2011 in Saison- oder Jahresstelle junge, aufgestellte und teamfähige Mitarbeiter:

Direktionsassistentin
(Réception und Service)
Jungkoch m/w
Restaurantfachfrau
Hotelfachfrau

Haben Sie Lust in einem gut eingespielten Team mitzuarbeiten dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Hotel Toggenburg
Peter Arn, Dir.
9658 Wildhaus
Tel. 071 998 50 10

17309-7558

Hotel La Margna since 1907
St. Moritz Schweiz

Das **** Swiss Historic Hotel La Margna, zwischen See und Ortskern von St. Moritz, lädt ein in eine Kulisse zwischen Engadiner Wohnkultur und klassischer Architektur.
Mitarbeiter, welche die ungezwungenen, dem Mitmenschen zugewandten und weltoffenen Werte der Gastfreundschaft leben, die einheimische Hotelierfamilie sowie authentische Materialien und Produkte machen aus einem Aufenthalt in unserem Hause ein einzigartiges Erlebnis.
In 58 Zimmern geben wir den individuellen Wünschen unserer Gäste nach echten Alpenferien Raum.

Unsere Restaurants

Salle Nicolaus Hartmann – cuisine brut
Hier erleben unsere Gäste die «grande hôtellerie» entspannt im Heute: Moderne Aromen und zeitlose Kochkunst im kontemporär interpretierten klassizistischen Rahmen.
Den Gästen mit Halbpension-Arrangement bieten wir hier die volle Auswahl von bis zu 11 täglich wechselnden Kreationen, welche auch das A-la-carte-Angebot bilden.

Stüvetta – cuisine alpine
Das Restaurant Stüvetta lädt zur Neuentdeckung der traditionellen Gerichte des Alpenbogens ein. Leicht interpretiert und spannend kombiniert aus den besten Produkten der Region in authentischem Ambiente.

Offene Stellen

Wintersaison ab Mitte Dezember 2011

Réception
Jahresstelle – Eintritt baldmöglichst
Kaufmännische Ausbildung mit Hotelerfahrung.
PROTEL-Kenntnisse von Vorteil.
Muttersprache Deutsch. Gute Kenntnisse (m/s) in Englisch, Italienisch und/oder Französisch.

Réception Tournant
Réception und Ablösung Night-Auditor
Muttersprache Deutsch. Gute Sprachkenntnisse (E, I/F)

Night-Auditor
Hotelerfahrung – PROTEL-Kenntnisse – Freundlich bis in die Morgenstunden
Gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Italienisch.

Sous-Chef
Mit viel Freude und Engagement unterstützen Sie unseren innovativen Küchenchef in allen Bereichen.

Gastgeberin Hotelbar
mit guten Sprachkenntnissen (D, E, I/F)

Chef de rang Salle Nicolaus Hartmann
mit guten Sprachkenntnissen (D, E, I/F)

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Hotel La Margna, Familie Schweizer-Pitsch, Via Serlas 5, 7500 St. Moritz
www.lamargna.ch / info@lamargna.ch

17288-7543

Kommen Sie zur Steigenberger Hotel Group.

Herzlich Willkommen im Steigenberger Alpenhotel and SPA Gstaad-Saanen. Als herzliche Gastgeber begeistern wir durch hohe Qualität und authentische Gastlichkeit.

Für unser Chalethotel mit 134 Zimmern, 1 Halbpensionsrestaurant mit 200 Sitzplätzen, 1 À-la-carte-Restaurant, 1 Hallenbar mit Sonnenterrasse und grossem Kamin, 1 Käsechalet sowie 6 Tagungsräumen und einem grosszügigen Spa-Bereich inkl. Kids Spa suchen wir Sie als

Front Office Manager (m/w) – Jahresstelle
Stellv. Front Office Manager (m/w)
Veranstaltungskoordinator (m/w) – Jahresstelle
Reservierungsmitarbeiter (m/w) – Jahresstelle
2. Hausdame (m/w)
Zimmermädchen (m/w)
Souschef (m/w)
Chef de Rang (m/w)
Commis de Rang (m/w)
Kinderbetreuung (m/w)

Alle Informationen zu diesen Vakanzen finden Sie unter
www.steigenbergerhotelgroup.com/jobs

Sie erwartet ein Arbeitsplatz in einem modernen Unternehmen mit Tradition und zukunftsorientierten Aufgabenstellungen mit Spielraum für persönliche Kreativität. Neben einem leistungsgerechten Gehalt bieten wir Ihnen die Möglichkeit, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln und fördern dies durch ein umfangreiches Schulungsangebot sowie durch die kostenfreie Teilnahme an Schulungen von yourgstaad.ch. Für überdurchschnittliche Leistungen profitieren Sie von weiteren Prämien. Bei Bedarf steht Ihnen ein Zimmer in unserem Mitarbeiterhaus zur Verfügung.

Bei weiteren Fragen steht Ihnen Frau Kerstin Burkhardt unter folgender Rufnummer gerne zur Verfügung: +41 (0) 33 748 64 64

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Lebenslauf und Zeugnissen.

STEIGENBERGER ALPENHOTEL AND SPA GSTAAD SAANEN
Schönriedstrasse 74 • CH-3792 Saanen
kerstin.burkhardt@gstaad.steigenberger.ch
www.steigenbergerhotelgroup.com

STEIGENBERGER
HOTEL GROUP
a step into excellence

17264-7527

---

bxa bassersdorf x aktiv ag

Sport- und Freizeitanlage, Restaurant und Tagungszentrum

Für das bxa-Restaurant timeOut, ein gepflegtes Selbstbedienungsrestaurant mit regem Bankettbetrieb, suchen wir auf den 1. April 2012 oder nach Vereinbarung

einen Koch/eine Köchin 100% als Betriebsleiter/Betriebsleiterin

Wenn Sie
- eine abgeschlossene Kochlehre haben,
- mit Hingabe vielseitig und gesund kochen,
- kostenbewusst einkaufen können,
- belastbar und teamfähig sind,
- Verantwortung übernehmen wollen,
- bereits Führungserfahrung mitbringen,

dann melden Sie sich bei uns!

Wir bieten Ihnen:
- attraktive Arbeitszeiten
- aufgestelltes Team
- zeitgemässe Entlöhnung und Sozialleistungen

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung (mit Motivationsschreiben, Lebenslauf/Foto, Arbeitszeugnissen, Diplomen usw.) bis am 25. November 2011:

bassersdorf x aktiv ag
Grindelstrasse 20, 8303 Bassersdorf

Gerne steht Ihnen unser Geschäftsleiter Roland Wittmann unter der Telefonnummer 044 836 77 77 oder der E-Mail-Adresse rw@bxa.io für weitere Informationen zur Verfügung.

17436-7566

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
Direktons- oder Pächterpaar	Region Ostschweiz	J36008
Leiter Personalwesen/HR	Region Zürich	J36106
Direktor	Region Zürich	J35970
Geschäftsführer	Region Genf	J36089

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist	Region Bern	J36102
Chef de réception	Region Graubünden	J36099
Reservations Clerk	Region Graubünden	J35850
Concierge	Region Graubünden	J35848
Front Office Mitarbeiter	Region Graubünden	J36079
Hotel & Direktionssekretärin/Réceptionistin	Region Mittelland (SO,AG)	J35996
Rezeptionist	Region Oberwallis	J36039
Night Auditor	Region Oberwallis	J36064
Réceptionist/in	Region Ostschweiz	J36001
2. Chef de réception	Region Zentralschweiz	J36050
Receptionistin (w)	Region Zürich	J36105
Praktikant/in Front Office	Region Zürich	J36087
Night Auditor	Region Zürich	J36072
Rezeptionist	Region Zürich	J36071
Receptionistin	Region Zürich	J36067
Réceptionist/In	Region Zürich	J36022

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gastgeber aus Berufung	Region Basel	J36113
Jungköchin / Jungkoch	Region Basel	J36114
Chef de Partie Tournant	Region Bern	J36048
Commis de cuisine	Region Bern	J35928
Alleinkoch	Region Bern	J35995
Jungkoch - Commis de Cuisine	Region Bern	J36047
Chef entremetier	Region Bern	J36040
Commis de Cuisine	Region Bern	J35945
Commis de cuisine	Region Bern	J35810
Chef Saucier	Region Bern	J35955
Commis de cuisine	Region Bern	J35842
Commis/Chef de Partie	Region Graubünden	J36093
Chef Tournant & Demi Chef Tournant	Region Graubünden	J36088
Teamleader Food	Region Graubünden	J36094
Commis de cuisine	Region Graubünden	J35809
Küchenchef	Region Mittelland (SO,AG)	J36097
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J36042
Jungkoch	Region Ostschweiz	J36009
Chef de partie	Region Ostschweiz	J36007
Küchenchef	Region Ostschweiz	J36006
Metzger	Region Ostschweiz	J35813
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J36041
Pâtissier	Region Zentralschweiz	J35811
Küchenchef	Region Zürich	J35971
Küchenchef	Region Zürich	J36120
Sous-chef Bankett	Region Zürich	J36012
Commis de cuisine	Region Zürich	J36118
Chef de Partie	Region Zürich	J35918
Küchenchef	Region Zürich	J36109
Sous Chef	Region Zürich	J36104
Sous Chef	Region Zürich	J35967
Chef de Partie	Region Zürich	J35969
Küchenmitarbeiter	Region Zürich	J36092
Küchenchef - Deutschland - Region Hessen	International	J35921
Executive Sous Chef	International	J36116

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Service Bankett & Event	Region Basel	J35869
Assistant F&B Manager	Region Bern	J35943
Restaurant Supervisor/ Gastgeber	Region Graubünden	J35912
Barprofis	Region Mittelland (SO,AG)	J36100
F&B Manager Assistant	Region Oberwallis	J35845
Seminar- und Kongresskoordinator	Region Ostschweiz	J36115
Meeting & Event Coordinator	Region Zentralschweiz	J36029
Seminar & Kongress Coordinator	Region Zentralschweiz	J36034
Bankette & Events Anlassleiter	Region Zentralschweiz	J36033

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Executive F&B Manager Assistant	Region Zentralschweiz	J36032
BankettleiterIn operativ	Region Zürich	J35910
Seminar und Kongress KoordinatorIn	Region Zürich	J35926
Sous Chef mit Ablöse Küchenchef & Front cooking	Region Zürich	J36065
Geschäftsführer Assistent (m)	Region Zürich	J35968
Meetings & Events Billing Coordinator	Region Zürich	J35979
Leiter Bankette & Events	Region Zürich	J35956
Banquet Operations Manager - England - London	International	J35899

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicemitarbeiter	Region Basel	J35922
Leiter/in Gastronomie	Region Bern	J35944
Chef de bar	Region Bern	J35903
Barfachfrau	Region Bern	J35807
Demi-chef de rang	Region Bern	J35843
Service-Angestellte(r)	Region Bern	J35920
Servicemitarbeiter/in	Region Bern	J36076
Servicemitarbeiter/in	Region Bern	J36046
Chef de rang	Region Bern	J35844
Chef de service	Region Bern	J35806
2. Restaurantleiter	Region Bern	J35905
Chef de rang	Region Graubünden	J35855
Servicemitarbeiter	Region Graubünden	J36081
Barfachmann	Region Graubünden	J36052
Barfachmann	Region Graubünden	J36057
Restaurationsfachmann	Region Graubünden	J36056
BarmitarbeiterIn	Region Graubünden	J33844
Servicemitarbeiter	Region Graubünden	J36103
Restaurationsfachmann	Region Oberwallis	J36069
Barfachmann	Region Oberwallis	J36044
Chef de rang	Region Oberwallis	J36027
Commis de rang	Region Oberwallis	J36026
Servicefachfrau	Region Oberwallis	J36119
Barfachmann	Region Oberwallis	J36070
Betriebsassistenten (Service & Réception)	Region Ostschweiz	J36002
Servicefachangestellten	Region Ostschweiz	J36005
Barfachmann	Region Zentralschweiz	J36045
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J36053
Chef de Rang	Region Zentralschweiz	J36091
Barfachmann	Region Zürich	J36030
Servicemitarbeiter/in (60-80%)	Region Zürich	J35973
Servicemitarbeiter/in (40-60%)	Region Zürich	J35974
Chinakoch (m)	Region Zürich	J35966
Baraushilfe (w)	Region Zürich	J35962
Chef de rang Bankett (m)	Region Zürich	J36013
Chef de Rang	Region Zürich	J36019
Stellvertretende/r Restaurationsleiter/-in	Region Zürich	J36020
Commis de Rang	Region Zürich	J36018
Bankettaushilfe	Region Zürich	J36021
Servicemitarbeiter	Region Zürich	J35959
Betriebsassistentin-Serviceaushilfe 50-70%	Region Zürich	J36024
Bankettaushilfe	Region Zürich	J35958
Chef de Rang	Region Zürich	J35957
Commis de rang	Region Zürich	J36028
Chef de rang	Region Zürich	J36043
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J36066
Restaurationsfachangestellte/n	Region Zürich	J35917
Sommelier	Region Zürich	J36082
Chef de Service Teilzeit	Region Zürich	J36086
Chef de Rang	Region Zürich	J35908
2. Chef de Service	Region Zürich	J36107
Servicemitarbeiter(in)	Region Zürich	J35841
Chef de Rang	Region Zürich	J36110
Frühdienst-Servicemitarbeiter/-in	Region Zürich	J36112
Chef de rang Bankett	Region Zürich	J35838
Frühstückskellner 60%	Region Zürich	J35978
Commis de rang - England - Region Hampshire	International	J36014
Demi-chef de rang - England - Region London	International	J36035
Commis de rang - England - Region London	International	J36036
Chef de rang - England - Region London	International	J36037
Demi-chef de rang - England - Region Hampshire	International	J35901
Chef de rang - England - Region Hampshire	International	J35902
Restaurant Manager - UK - Region Hampshire	International	J35898
Chef de service - England - Region London	International	J35897

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

Hôtel «Chalet Royal»***, 57 chambres et
«Hôtel Magrappé»***, 17 chambres
1993 Veysonnaz
Tél.: 027 208.56.44, Fax: 027 208.56.00

cherchent pour saison d'hiver 2011/12
Chef(fe) de réception confirmé(e) (f/d/e)
Réceptionniste (f/d/e)
Chef de cuisine junior Hôtel Magrappé
Chef de partie Garde-Manger/Pâtissier
Chef de partie et commis de cuisine

Intéressé(e) par ce nouveau challenge professionnel?
Faites nous parvenir votre dossier complet par mail à
direction@chaletroyal.com ou par courrier
à l'attention de Thérèse Mariotto

17310-7509

MAISON HALLES
Neuchâtel

Cherchons pour date à convenir
CHEF DE SERVICE (max. 40 ans)
avec CFC suisse et expérience
pour nos 3 restaurants – voir www.maisondeshalles.ch
– Vous êtes motivé, discret et avez de l'entregent.
– Vous parlez couramment français, allemand et anglais.
– Vous aimez retrousser vos manches.
– Vous gérez une brigade de 12 personnes.
– Un travail sous haute tension ne vous fait pas peur.

Alors, envoyez-nous votre **DOSSIER COMPLET avec photo à:** Restaurant de la Maison des Halles
M. & Mme A. Reichl, Rue du Trésor 4, CP 2971
2001 Neuchâtel, tél. 032 724 31 41

17304-7554

Stellengesuche

Rechte Hand gesucht?
Ehem. Wirtin (54-jährig, Witwe)
sucht Herausforderung
über dem Nebel.
Telefon 079 634 03 64

17286-7542

Svizzera italiana

Parkhotel Brenscino
BRISSAGO
Laddove non è facile partire!
Dort wo Ihnen der Abschied nicht leicht fällt!
L'endroit qu'il n'est pas facile de quitter!

Zur Vervollständigung unseres jungen Teams,
als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r,
der/die ihren Beruf lieben,
suchen wir Sie!

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison Mitte März/April bis ca. 31. Oktober 2012 zu besetzen:

- **Réceptionist/in** D/I/F mit Hotelerfahrung
- **Réceptions-Praktikant/in** D/F/I von Vorteil

- **Chef de partie garde-manger** (I sprechend)
- **Casserolier** (I-Sprechend)
- **Office-Mitarbeiter/in** (I sprechend)

- **Chef de rang** D/I/F, für à la carte, Restaurant «Brenscino Blu»
- **Commis de rang** D/F für Saal
- **Commis de rang** 60%, für Frühstücksbuffet

- **Raumpflegerin** (I sprechend)
- **Portier** (I sprechend)
(Mit Führerschein und handwerklich begabt)

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten,
Urlaub während der Saison sowie Benützung
unserer Sport-Infrastruktur.
Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann freuen wir uns auf Ihre
schriftliche Bewerbung!

Natascha Rothermann
Direktions-Ass./Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel.: 091 786 81 11, Fax: 091 793 40 56
www.brenscino.ch E-Mail: team@brenscino.ch

17274-7533

Schwob
textiles of Switzerland

Schwob SA est une entreprise de premier plan dans le domaine des textiles hôteliers. Nous avons notre propre tissage à Berthoud où nous produisons des textiles novateurs et de haute qualité pour l'hôtellerie, la gastronomie et le domaine de la santé. Nous proposons aussi à nos clients un service complet de soin du linge. Nos forces sont l'excellence de la qualité, la proximité avec la clientèle, l'innovation et la compétence du conseil.

Pour renforcer notre équipe de vente, nous cherchons une personne aimant le contact et déterminée pour le poste de

Chef/fe régional/e de vente en Suisse romande

Vos missions: vous êtes responsable d'une partie de la clientèle et soignez les contacts professionnels importants avec nos clients-clés. Parallèlement, vous prospectez de nouvelles relations d'affaires. En tant que chargé/e de clientèle, vous êtes responsable de tout le processus de vente, du premier contact à la conclusion du contrat.

Votre profil: la vente est votre passion – et vous l'avez prouvé par une expérience de plusieurs années dans la vente régionale, si possible dans l'hôtellerie. Vous êtes un communicateur et un vendeur hors pair et vous êtes une personnalité remarquable, décidée, désireuse de travailler sur un marché vivant et novateur. Vous avez un bon réseau de relations dans le monde de la direction, si possible d'hôtellerie et de gastronomie. Dans l'idéal, vous avez également des connaissances de base et de l'expérience dans le domaine de la conception de produits, du design d'intérieur et des beaux textiles, notamment des textiles d'intérieur, ou, pour le moins, témoignez d'un goût personnel pour ces thèmes.

Votre langue maternelle est le français mais vous avez aussi des connaissances d'allemand et vous habitez dans votre zone de travail, c-à-d. en Suisse romande. Orientation client systématique, travail centré sur les résultats, forte motivation personnelle, enthousiasme, engagement ainsi que de bonnes connaissances en informatique complètent votre profil.

Nous offrons: un cadre diversifié, une grande marge de manœuvre et de décision, des relations clientèle soignées et une équipe motivée. Laissez-vous tenter par une tâche intéressante, variée, passionnante et exigeante !

Vous vous sentez concerné/e? Envoyez un dossier complet de postulation à l'adresse suivante:

Schwob SA
Madame Verena Ritter
Kirchbergstrasse 19
3400 Burgdorf
verena.ritter@schwob.ch
www.schwob.ch

17273-7532

Stelle suchen – Stelle finden
www.hoteljob.ch

immobilienrevue htr
marché immobilier

htr hotel revue Nr. 44 / 3. November 2011

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

RECH Management

Zu vermieten (evtl. zu verkaufen)

Nähe Flughafen-Kloten, an zentraler Lage. Bestehendes Gastrokonzept kann übernommen werden. Beliebter Treffpunkt im gesellschaftlichen und politischen Leben der Region.

Hotel, Speiserestaurant und Bar

Der eigenständige Gastronomiebetrieb ist gut ausgebaut und umfasst folgende Räumlichkeiten:
- 25 Hotelbetten (3 Sterne)
- 2 Restaurants
- 2 Bars
- grosse Gartenwirtschaft
- grosser Parkplatz
- sehr zentrale Lage

Unsere Erwartungen an den neuen MieterIn:
- ausgewiesene Erfahrung in der Gastronomie, kann auch Restaurantkette sein
- wirtschaftliches Denken und Handeln
- Kapitalnachweis Fr. 300 000.–

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Senden Sie uns Ihre schriftliche Kurzbewerbung an:

RECH MANAGEMENT AG
Hurdnerstrasse 137, CH-8640 Hurden
Tel: ++41 78 603 82 06 / Fax: ++41 55 416 21 25
info@rech-management.com
www.rech-management.com

17239-7813

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

zu verkaufen

Hotel Mohren Willisau
Tradition und Moderne beim Städtchen

Gaststube, Saal & Sääli, Gartenrestaurant, Lounge, Weinkeller, moderne Gastroküche, 12 Gästezimmer, Einstellhalle

Der Mohren ist ein Haus mit Geschichte. Die erste Erwähnung findet sich 1574. Eingangs Städtchen liegt er an bester Lage, rege frequentiert von Gästen aus der gesamten Region, Businessvertretern, Touristen, Wanderern und Pilgern. Das Team ist perfekt eingespielt, die Küche von saisonaler Frische.

An einer sicheren Anlage interessiert?

GEWERBETREUHAND
Gewerbe-Treuhand AG Ober-Trüebebach 34 6170 Schüpfheim
T 041 485 71 81 F 041 485 71 82 martin.wicki@gewerbe-treuhand.ch
www.gewerbe-treuhand.ch

svit

17238-7512

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

– Ausgabe / Numéro	Nr. 45/2011	Nr. 46/2011	Nr. 47/2011	Nr. 48/2011
– Erscheint / Parution	10. 11 2011	17. 11 2011	24. 11 2011	1. 12. 2011
– Anzeigenschluss / Délai	7. 11. 2011	14. 11. 2011	21. 11. 2011	28. 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 2011 / tirage contrôlés REMP 2011: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9476 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 811 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.

Gestalten, berechnen und disponieren Sie Ihr Immobilieninserat selber unter www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue