

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 51-52

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: 08.07.2025

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

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

Aus der Region

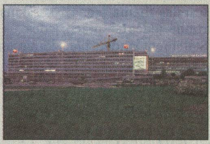
Zürich

Folien-Dach und Fernwärme für Winterthurer Badi

Das 50-Meter-Becken im Freibad Geiselweid soll mit einer leichten, lichtdurchlässigen, je nach Witterung schliessbaren Folienkonstruktion überdacht werden. Der Bund beteiligt sich im Rahmen des nationalen Sportanlagenkonzeptes mit 2 Mio. Franken an den Kosten von 6,8 Mio. Das 50-Meter-Olympiabecken soll mit Fernwärme beheizt werden. Geplanter Baubeginn: Herbst 2012. Das «Geis» hat auch den grössten Naturpool der Schweiz.

Basel

In fünf Jahren mit dem Zug zum EuroAirport?



Nur 70 bis 100 Meter bis zum Terminal sollen Zugpassagiere gehen müssen. Die Verbindung soll über Passerellen hergestellt werden. Der Bahn-Anschluss ohne Umsteigen ist jetzt in Prüfung. 2012/13 soll der Finanzierungsplan verabschiedet werden. Die Kosten-Schätzung: 200 Mio. Euro. Zeithorizont: 2017. Letzten Freitag wurde auf dem Flughafen eine zweisprachige Ausstellung des Fördervereins EAP zum Schienenanschluss eröffnet.

«Ozeanum» wird auch Zentrum der Begegnung sein

Das 80 Mio. Franken schwere «Ozeanum»-Grossprojekt des Zoologischen Gartens Basel kommt einen Schritt weiter: Der «Zoli» schreibt einen internationalen Wettbewerb aus. Ende 2012 soll ein Sieger erkoren sein. Das erste «Ozeanum» der Schweiz soll Meerestiere wie Haie, Rochen, Kraken und auch Pinguine in natürlicher Umgebung zeigen und zugleich Bildungsstätte und Begegnungszentrum sein. 4000 Kubikmeter Wasser und bis 12000 Quadratmeter Fläche sind geplant. Läuft alles optimal, ist 2018 Eröffnung.

Wallis

Gemeinden gegen Naturpark-Projekt im Val d'Hérens



In fünf der sieben beteiligten Gemeinden haben die Stimmberechtigten dem Naturpark-Projekt im Val d'Hérens eine Absage erteilt. Die Ablehnung des Vertrags, der zwischen den Partnergemeinden und der Parkvereinigung ausgehandelt worden war, fiel zum Teil sehr deutlich aus. So wird nun die Unterstützung des Bundes und des Kantons hinfällig – nämlich jährlich 400000 Franken bei einem Jahresbudget von rund 700000 Franken. kjv

Kaum genutzte Chance

Die Eingabefrist für Projekte im Rahmen der KTI-Forschungsoffensive gegen den starken Franken ist abgelaufen. Touristische Projekte sind unter den Eingaben kaum zu finden.

THERES LAGLER

Nicht in der laufenden Wintersession, sondern in der Herbstsession lancierten die eidgenössischen Räte die KTI-Forschungsoffensive: Sie bewilligten im Rahmen des Massnahmenpakets gegen den starken Franken 100 zusätzliche Millionen für die Kommission für Technik und Innovation (KTI), um innovative Projekte anzuschreiben.

Die KTI ist seither mit Projektanträgen regelrecht überschwemmt worden. Bis am 15. Dezember gingen 1014 Gesuche für über 550 Millionen Franken ein. 99 Millionen sind bereits vergeben, bis Ende Jahr soll auch die letzte Million verteilt sein.

Welche Branche wie stark zum Zug kommt, konnte der KTI-Kommunikationsbeauftragte Vinzenz Batt noch nicht sagen. Eine definitive Aufschlüsselung soll erst im Januar oder Februar vorliegen. Eine Umfrage der htr hotel revue bei einzelnen Hochschulen zeigt aber, dass touristische KTI-Projekte noch immer dünn gesät sind.

Bei touristischen KTI-Projekten dominieren Internet-Technologien

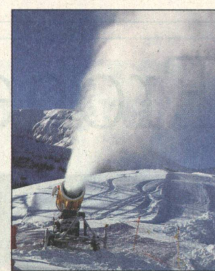
Roland Schegg, Dozent an der HES-SO Wallis, hat mit drei weiteren Institutionen ein Projekt

eingereicht. Es läuft unter dem Titel «Q-Mapping: Innovatives Qualitätsmanagement für den Tourismus und den Freizeitmarkt». Die Idee dahinter: Mithilfe einer mobilen Applikation soll der Gast standortspezifische

«Für den Tourismus als KMU-Branche ist es schwierig, KTI-Projekte zu entwickeln.»

Roland Schegg
Dozent HES-SO Wallis

der KTI im Rahmen des Sonderprogramms gegen den starken Franken abgelehnt. Die Markteinführung könne zu wenig rasch erfolgen, so die Begründung. Roland Schegg erwägt nun, sich im nächsten Jahr um einen ordentlichen KTI-Förderbeitrag zu bewerben. Er hat bereits Erfahrung mit diesem Förderinstrument. So hat die KTI in den letz-



Das Projekt «Juste Neige» will die Kunstschnee-Produktion optimieren.

ten Jahren das Projekt «Juste Neige» unterstützt. Forscher der HES-SO Wallis und der Uni Lausanne haben gemeinsam mit den Walliser Bergbahnen ein Informatik-Tool entwickelt, um die Kunstschnee-Produktion zu optimieren. Das Tool wurde in den Skigebieten von Verbier, Zermatt,

Saas-Grund und Champéry getestet. Verschiedene Skigebiete im In- und Ausland haben bereits ihr Interesse angemeldet.

KTI ist weniger auf Branche zugeschnitten als Innoutour

Grundsätzlich hält Roland Schegg aber fest: «Für den Tourismus als KMU-Branche ist es schwierig, KTI-Projekte zu entwickeln.» Dem pflichtet Martin Barth, Dozent am Institut für Tourismuswirtschaft in Luzern, bei. «Die Eingabefrist am 15. Dezember war für uns zu knapp bemessen, um genügend Partner an Boot zu holen», so Barth. «Wir können uns nicht wie andere Industrien an einen Grosskonzern wenden.» Eine Auflage für KTI-Projekte ist, dass sie von Privatwirtschaft und Forschung gemeinsam entwickelt werden. Auch Luzern hat schon eine Handvoll solcher Projekte realisiert, darunter das Event-Management-System von Engadin St. Moritz, das seit 2010 im Einsatz ist (die htr berichtete).

Raumplanung Eine Mehrwertabgabe statt ein Bauland-Moratorium

Gewinnt Land bei der Neuzoneinplanung in Bauland an Wert, sollen die Eigentümer den Mehrwert teilweise abgeben müssen. Der Ständerat hält an der Mehrwertabgabe fest, nachdem der Nationalrat sie zuvor aus dem Gegenvorschlag zur Landschaftsinitiative gestrichen hatte. Die Abgabe auf sogenannte Planungsvorteile soll mindestens 20 Prozent betragen. Die kleine Kammer hiess den entsprechenden Passus ohne Gegenstimme gut. Wie der Ausgleich im Detail funktionieren wird, soll den Kantonen überlassen werden. Möglich wäre beispielsweise eine Mehrwertabgabe, eine Lösung über eine Grundstückgewinnsteuer oder über Verträge. Der Ertrag aus dem Ausgleich würde einerseits dafür eingesetzt, Ent-

schädigungen bei Auszonungen zu finanzieren. Andererseits sollen die Einnahmen auch anderen Zielen der Raumplanung zugute kommen.

Der «Kompromiss» des Ständerats entspreche einem Vorschlag der Kantone, betonte Kommissionspräsidentin Verena Diener (Grüne/ZH). Bundesrätin Doris Leuthard zeigte sich einverstanden mit der neuen Version des Mehrwertausgleichs. Damit liege eine Lösung vor, die sich in einigen Kantonen schon bewährt habe. Ein haushälterischer Umgang mit dem Boden lasse sich so bewerkstelligen. Genau dies verlangt die Landschaftsinitiative: Das Begehren von Umweltorganisationen fordert unter anderem ein Moratorium für neues Bauland während 20 Jahren. tl

Session Die letzten Geschäfte

In diesem Jahr tagen die National- und Ständeräte fast bis an Weihnachten. Die Schlussabstimmungen finden am Freitag statt. Bis dahin stehen noch drei tourismusrelevante Entscheide an:

MWST-Nullsatz: Gestern nach Redaktionsschluss beschäftigte sich der Nationalrat mit Massnahmen gegen den starken Franken. Es ging unter anderem um zwei parlamentarische Vorstösse, die Mehrwertsteuer-Erleichterungen für die Tourismusbranche forderten. Die Motion Graber verlangte fürs kommende Jahr einen Mehrwertsteuer-Nullsatz für Beherbergungsleistungen. Die Motion von Siebenthal ging noch einen Schritt weiter und verlangte einen Nullsatz für die

ganze Tourismusbranche (inkl. Gastronomie und Bergbahnen). Die aktuellen Entscheide sind auf der Online-Plattform der htr hotel revue aufgeschaltet. Sie haben insofern Signalwirkung, weil die Wirtschaftskommission des Nationalrats den Bundesrat bereits beauftragt hat, einen dringlichen Bundesbeschluss zur Mehrwertsteuer-Senkung in der Hotellerie auszuarbeiten. Die Kommission berät den Vorschlag des Bundesrats voraussichtlich an ihrer Januar-Sitzung.

Passivrauchschutz: Heute ist im Nationalrat die von der Lungengliga lancierte Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen» traktiert. Die Initiative will die heute geltenden, nationalen Regeln verschärfen. So sollen künf-

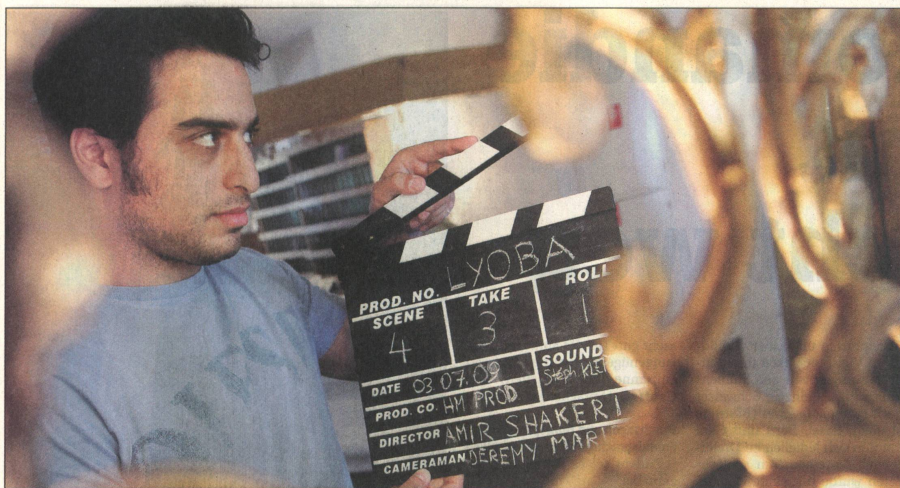
tig keine Raucherbetriebe mehr erlaubt sein. Heute steht es Loka-len bis zu einer Fläche von 80 m² frei, sich als Raucherbetrieb zu positionieren, falls der jeweilige Kanton keine schärferen Vorgaben vorsieht. Geht es nach der Initiative sollen künftig auch keine «bedienten Fumoirs» mehr möglich sein. Der Bundesrat empfiehlt dem Nationalrat, die Initiative abzulehnen.

Wein-Ausschank: Am letzten Sessionstag befasst sich der Nationalrat nochmals mit dem Wein-Ausschank an offiziellen Anlässen der Botschaften. Künftig soll es Pflicht sein, Schweizer Wein zu kredenzen. tl

Die aktuellen Entscheide:
www.htr.ch/Session

Entrée: Hôtel de la Couronne in Jussy GE, um 1915.





Alain D. Boilat

Ausländische Filmschaffende lieben zwar die Schweiz als Kulisse, fordern aber heute Vergünstigungen und Subventionen.

Drehort Schweiz

**Nun ist es definitiv:
Im März wird an
einer ausserordent-
lichen GV der neue
Vorstand von Film
Location Switzerland
gewählt. Für Direk-
tor Urban Frye ein
wichtiger Schritt.**

SIMONE LEITNER

Die Organisation «Film Location Switzerland» steht vor einer Neuorganisation: Der alte Vorstand hat einstimmig eine ausserordentliche Generalversammlung im März 2012 zugestimmt. Dann kann ein neuer, «ein schlagkräftiger Vorstand gewählt werden», sagt Urban Frye, Direktor von Film Location Switzerland. Künftig soll die Schweiz verstärkt als Drehort im Ausland verkauft werden. Doch dazu braucht Frye Partner, die unabhängig sind. Seit seinem Stellenantritt im August hat er

Mitglieder akquiriert, die das Vorhaben unterstützen.

Schweiz Tourismus, Bundesamt und CinéSuisse sind dabei

Mit Schweiz Tourismus, regionalen Destinationen, CinéSuisse, Swissfilms, Bundesamt für Kultur – Sektion Film, Präsenz Schweiz oder der SRG will Urban Frye eine ausgewogene Organisation mit den Interessen des Tourismus und Standortmarketings sowie der Filmbranche vereinen. Einfach gestaltete sich dieses Vorhaben in der Vergangenheit allerdings nicht. Die Organisation gibt

es seit Jahren, doch der erfolgreiche Durchbruch erfolgte nie. Zu wenig Gelder, zu wenig Aktivitäten, lauten einige der Gründe.

Urban Frye ist sich bewusst, dass die Schweiz nicht ausschliesslich mit der traumhaften Kulisse punkten kann, sondern den ausländischen Produzenten und Filmschaffenden auch lukrative Angebote bieten muss. Damit sind massive Vergünstigungen aller Art gemeint. Die Konkurrenz ist gross und grosszügig. Seien es Nachbarn wie Österreich oder ferne Länder wie Singapur – die Mitbewerber subventionieren

Transport und Aufenthalt im grossen Stil. «Da kann ich den internationalen Filmmärkten wie Cannes, Berlin, Toronto oder Mumbai zwar eine schöne Schweiz anbieten, aber keine üblichen Vergünstigungen.» Für Frye eine sehr schwierige Ausgangslage.

Filmdrehs in der Schweiz sind gut für das Image im Ausland

Interessant ist die Schweiz für Filmschaffende allemal: Anfang Dezember trafen sich in Andermatt erstmals Studenten der Entertainment Master Class, einer internationalen Talentschmiede für Filmschaffende. Für diese Akademie haben sich die grössten TV-Unternehmen der Welt vereint. Urban Frye, der auch dem Förderverein Film Location Lucerne vorsteht, erklärt die Wichtigkeit dieses Events in An-



«Es kann nun im März ein neuer, schlagkräftiger Vorstand gewählt werden.»

Urban Frye
Direktor Film Locations Switzerland

dermatt. Die rund 30 Talente werden in verschiedenen Destinationen ausgebildet. Nach Berlin, Toronto, Kapstadt waren sie nun in Andermatt. Diese Zusammenarbeit, erklärt Frye, sei ein Glücksfall für die Schweiz. «Andermatt hat als möglicher Produktionsstandort sehr überzeugt.»

Studie: Die Medien und das Wasser

Eine Medienanalyse der HTW Chur fokussiert das Thema Wasser in Artikeln über touristische Angebote. Innovative Produkte werden noch wenig behandelt, was Potenzial für die Angebotsentwicklung berge.

SABRINA GLANZMANN

Die HTW Chur präsentierte jüngst die Ergebnisse einer Medienanalyse: Forscher des Instituts für Tourismus- und Freizeitforschung (ITF) untersuchten 39 deutschsprachige Medienprodukte auf Artikel hin, welche touristische Angebote mit Bezug zu Wasser behandeln.

Basis für die Artikelwahl war der Innovationsgrad der Produkt- und Serviceangebote aus den Bereichen Schneesport, Vorsorge/Relax bis zu wasserbasierten Sommerangeboten. Die Analyse der rund 1430 Artikel von

2008 bis 2010 ergab, dass der Fokus auf Luxus-, Familien und Romantikaufangebote sowie auf Greening/Bio/Authentizität gesetzt wurde.

Thema Wasser im Sommer und im Winter relevantes Medienthema

Am meisten angesprochen wurden jüngere Singles und Paare, gesellschaftspolitisch offene Personen mit hohem Einkommen sowie erlebnisorientierte Personen – laut Studie also die «bedeutendsten Zielgruppen für wasserbasierte Angebote». Pro-

jektbetreuerin Brigitte Stangl: «Die Entwicklung wasserrelevanter Themen im Sommer zeigt, dass sich die Publikationen dazu häufen.» Generell sei das Thema Wasser im Sommer und im Winter relevant.

Richtiger Zeitpunkt, innovative touristische Angebote zu pushen

Die Medien-Langzeitstudie, unterstützt vom Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, wurde erstmals nach Thema durchgeführt. «Wir haben Wasser unter anderem gewählt, weil

Schweiz Tourismus dem Thema die Sommerkampagne 2012 widmet», so Brigitte Stangl. ST sei jedoch kein Kooperationspartner der Studie.

Ziel sei es, den Stakeholdern des Tourismus mit den Ergebnissen eine Basis für Angebotsentwicklungen und -anpassungen zu bieten. «Wasserthemen bezüglich innovativer, touristischer Angebote weisen in den Medien noch grosses Potenzial auf», so Brigitte Stangl. «Demnach wäre für die Anbieter der richtige Zeitpunkt, das Thema zu pushen.»

Brigels Gastro AG erwirbt dritten Hotelbetrieb

Neue Eigentümerschaft will das Hotel Mulin für ein junges Publikum neu positionieren.

Mitte Dezember hat die Brigels Gastro AG von der Familie Hanelore und René Arnoldi das Sporthotel Mulin in Brigels in der bündnerischen Surselva erworben. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Veräusserer waren während 30 Jahren Eigentümer und Gastgeber im Brigeler Drei-Sterne-Haus, schreibt die Brigels Gastro AG in einer Medienmitteilung.

Die neue Besitzerin, welcher in Brigels bereits die beiden Hotel Crestas (3 Sterne) und La Val (4 Sterne) gehören, will das Hotel Mulin ab der Wintersaison 2011/12 als Disco, Lounge und Lodge für ein junges Publikum aus der Snowboard-, Freestyle- und Bikesezene neu positionieren. Dadurch soll mit den drei

Häusern einerseits eine optimale Segmentierung am Ort erreicht werden. Andererseits gehe es aber auch darum, eine in Brigels bisher bestehende Lücke zu schliessen, so die Brigels Gastro AG weiter. Für Jugendliche soll ein ungezwungener Treffpunkt geschaffen werden. Die Disco war letzten Winter geschlossen. Neuer Gastgeber ist der Einheimische Silvan Gabriel.

Laut Marcel Friberg, Verwaltungsratspräsident der Brigels Gastro AG, werden zurzeit kleinere Umbauarbeiten mit einem Investitionsvolumen von rund 50'000 Franken vollzogen. Zur Verfügung stehen 40 Betten in 16 Zimmern. Im kommenden Sommer soll die Kapazität auf 60 Betten erhöht werden. dst

«Mit Abgängen gerechnet»

Sie vergraulen ihr Personal, wirft der «Tages-Anzeiger» der Direktorin von Zürich Tourismus vor. Marlis Ackermann selbst vermutet dahinter eine Stimmungsmache von ehemaligen Mitarbeitern.

VIRGINIA NOLAN

Schon im Sommer kritisierte der «Tages-Anzeiger» Marlis Ackermann – jetzt hat er die Direktorin von Zürich Tourismus erneut im Visier. Wegen ihres Führungsstils, heisst es, sei 2011 fast ein Viertel der Mitarbeiter gegangen. Elmar Ledergerber, Präsident von Zürich Tourismus, bestätigt eine Fluktuationsrate zwischen 30 und 40 Prozent. «Das ist ein erhöhter

Wert», sagt er, «den man aber nicht überschätzen sollte.» So hätten die historischen Fluktuationsraten in der Organisation immer zwischen 23 bis 33 Prozent gelegen; das sei bei Promotionsagenturen üblich. «Wir haben mit den abtretenden Führungs-

personen gesprochen», so Elmar Ledergerber, «Frau Ackermann war in keinem Fall der Kündigungsgrund.» Ihre schnelle Gangart möge für einige gewöhnungsbedürftig sein. «Aber diese Entscheidungsfreudigkeit ist im Tourismus gefragt.»

Den Grund für die vielen Abgänge sieht Ledergerber nicht in Ackermanns Führungsstil, sondern in der von ihr eingeleiteten

Neuausrichtung. Diese komme der Organisation aber zugute – und sei nötig gewesen. Früher etwa hätten viele Mitarbeiter nie über ihr Budget Rechenschaft ablegen müssen. Ackermann selbst vermutet, dass ehemalige

«Frau Ackermann war in keinem Fall der Kündigungsgrund.»

Elmar Ledergerber
Präsident Zürich Tourismus

Mitarbeiter Stimmung gegen sie machen wollen. «Die Kündigungen hatten unterschiedliche Gründe: Mitarbeiter bekamen Jobangebote, gingen auf Reisen – und ja: Für einige war die Umstrukturierung der Grund», sagt sie. Es sei klar, dass ein Veränderungsprozess, der die herkömmliche Rollenverteilung hinterfrage, nicht von allen begrüsst werde. «Damit haben wir gerechnet», sagt Ledergerber.

Aus der Region

Zentralschweiz

Grundlage für den neuen, zivilen Flugplatz Buochs

Die Nidwaldner Regierung hat ein Grundlagenpapier zur Zukunft des Ex-Militärflugplatzes Buochs erarbeitet. Es bildet die Basis für Verhandlungen mit den Korporationen als Grundeigentümern und den Gemeinden. Investitionen bis 25 Mio. Franken in die neue Infrastruktur seien notwendig. Maximale jährliche Obergrenze seien 20'000 Flugbewegungen. Der neue Kontrollturm kostet 4 Mio. Franken und soll im Oktober 2012 in Betrieb genommen werden.

Ladenöffnung im Kanton Luzern: Referendum



Swiss-Image

Detaillistenverband, SP und Gewerkschaften ergriffen das Referendum gegen eine Gesetzesänderung zugunsten längerer Öffnungszeiten. Der Kantonsrat hatte in der letzten Woche beschlossen, dass die Läden am Samstag statt um 16 Uhr erst um 17 Uhr schliessen müssen. Das Parlament glaubt, dass heute viele Luzerner am Samstag in den Nachbarkantonen kaufen, weil dort die Geschäfte länger offen haben dürfen. Am Vorabend von Feiertagen gilt neu der Ladenschluss um 18.30 statt 17 Uhr.

Kurhaus am Sarnersee wird wieder eröffnet

Das Kurhaus wird nach einer sanften Renovation im Frühling 2012 wieder eröffnet. Es war Ende Oktober 2011 geschlossen worden. Den 19 von 42 Mitarbeitenden, die noch keine Stelle gefunden haben, wird ein Stellenangebot unterbreitet. In den vergangenen Monaten hätten die Interkantionale Spitex Stiftung und die Stiftung Betagtenheim Obwalden Verhandlungen geführt. Diese seien nun zu einem für alle Seiten erfreulichen Abschluss gebracht worden. Die Stiftungen werden fusionieren und das Kurhaus neu eröffnen.

Tessin

Tunnel-Sanierung: Uri, Tessin leiden bei jeder Variante



zvg

Bei allen drei Varianten für die Sanierung des Gotthard-Strassentunnels wird sich die Erreichbarkeit der Kantone Uri und Tessin temporär verschlechtern. Aber: Laut Bericht zu den regionalwirtschaftlichen Wirkungen ist davon auszugehen, dass das Potenzial, das sich durch die Sanierung ergibt, die negativen Auswirkungen auf den Tourismus und die verladende Wirtschaft überwiegen wird. kjv

Aus der Region

**Berner Oberland
NZZ-Gruppe kauft
Anteile am Swiss
Economic Forum**

Die NZZ-Mediengruppe beteiligt sich an der, wie es in der Mitteilung heisst, «bedeutendsten Plattform für das Unternehmertum in der Schweiz». Mit der Minderheitsbeteiligung wollen das Zürcher Medienhaus und der in Interlaken stattfindende Kongress Kompetenzen bündeln und diese für neue Aktivitäten nutzen. Die Neue Zürcher Zeitung ist seit rund einem Jahr bereits Medienpartner des jeweils im Frühsommer stattfindenden Swiss Economic Forum.

Graubünden**RhB spürte 2011
die Schwäche
im Tourismus**

ZVG

Die Rhätische Bahn (RhB), und dabei vor allem Bernina-Express und Glacier Express, haben die Frankenstärke und Schwäche im Tourismus gespürt. Im Personenverkehr wird der Ertrag 2011 mit rund 90 Mio. Franken um 7% tiefer ausfallen als im Budget veranschlagt. Insgesamt wird das Ergebnis ausbleiben. Ende Jahr erhält die RhB rund 4 Mio. Franken vom Bund - mit Titel «Ertragsausfälle Frankenstärke».

**Badrutt's Palace
zum Drittel in
russischer Hand**

Der Präsident des russischen Bob- und Skeletonverbands, George Bedjamov, hat für 30 Mio. Franken (laut «Blick») 33,175 Prozent des Aktienkapitals an der Badrutt's Palace Hotel AG erworben. Den Bobsport hatte der Besitzer einer Fabrik für Glasflaschen in St. Moritz kennen gelernt. Das Aktienpaket gehörte bisher der Mailänder Immobilienfirma Risanamento von Luigi Zunino. Mehrheitsaktionär soll der heutige Direktor Hans Wiedemann werden. Er erbt die 66 Prozent der Aktien, die Aniko und Hansjörg Badrutt halten.

**Saniert und neu
eröffnet: Center
da Capricorns**

ZVG

Nach dem Umbau im Sommer wurden Hotel und Restaurant im Center da Capricorns, Wergenstein, gestern eröffnet. Neue Betriebsleiterin ist Barbara Gätzl. Das Center liegt im Gebiet der Steinwild-Kolonie Safien-Rheinwald. Sein Bau aus den 1930er-Jahren wurde auf Erdwärme und Sonnenenergie umgestellt, und durch sanfte Sanierung in Zimmern, Nassbereichen, Restaurant und Bar aufgewertet. Im Center arbeiten 10 Experten der Fachstelle für Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, ZHAW. kjv

ÖV: Romandie kommt schlecht weg

Nicht überall ist der öffentliche Personen-Nahverkehr tourismusfreundlich ausgestaltet. In einer Studie schneiden Lausanne und Genf relativ schlecht ab.

DANIEL STAMPFELI

Der öffentliche Nahverkehr spielt auch eine wichtige touristische Rolle. Aus diesem Grund untersuchte das internationale Reisebuchungsportal ab-in-den-urlaub.de zum zweiten Mal den öffentlichen Personennahverkehr vorwiegend in den 130 grössten deutschen, österreichischen und Schweizer Städten. Berücksichtigt wurden auch über 15 weitere weltweite Metropolen. Besonderes Augenmerk galt der Sozialverträglichkeit der Ticket-Preis-Gestaltung sowie dem Service, wozu zum Beispiel die Vielsprachigkeit auf den Homepages, Automaten oder den Verkehrsmittel-Durchsagen gehört.

Bezüglich Ticketpreise und Service schnitt in der Schweiz die Stadt Zürich sehr gut ab. Sie erhielt auf Grund von günstigen

Ticketpreisen und einer vorbildlichen Vielsprachigkeit ihrer Serviceleistungen von den Studienverfassern als einzige Schweizer Stadt eine glatte Zwei (Bestnote ist eins). Basel, Bern und Genf konnten sich lediglich im Dreier-Bereich einreihen. Am schlechtesten wurde mit einer Vier das Angebot von Lausanne bewertet.

**Ticket-Automaten müssen
vielsprachig ausgerüstet sein**

Betrachtet man nur die Ticketpreise und das vorhandene Brutto-Pro-Kopf-Einkommen, erhielt Zürich, obwohl die Stadt als sehr teuer gilt, in der Studie eine glatte Eins. Auch das gesamte angebotene Netz sei in Zürich vorbildlich engmaschig. Mit einer Drei könne sich Genf gerade noch zufrieden geben, während an Lausanne und Bern auf Grund von viel zu teuren Tickets jeweils eine Vier vergeben wurde.

Verglichen wurde auch die Vielsprachigkeit an den Automaten und den Fahrzeugen. Dabei wurde ein sehr breites Spektrum - von sieben Sprachen an den Ticket-Automaten bis hin zu «nur Deutsch» festgestellt. Von ab-in-den-urlaub.de erhielten unter anderem Basel und Bern ein

«sehr gut» (je vier Sprachen). Ein «ungenügend» wurde etwa an Lausanne (drei Sprachen) und Genf (zwei Sprachen) vergeben.

**Durchsagen und Homepages für
Fremdsprache oft unverständlich**

Zudem sei es nicht mehr akzeptabel, wenn in Bussen, U-Bahnen, S-Bahnen oder Trams besonders auf den wichtigsten städtischen Verbindungen immer noch nur «Deutsch» (oder im Falle von Genf nur Französisch) gesprochen werde. Wenigstens eine weitere Fremdsprache sei heute mehr als angebracht. Basel und Bern schnitten im Vergleich mit «gut» ab, Zürich mit «befriedigend», Lausanne mit «mangelhaft» sowie Genf mit «ungenügend».

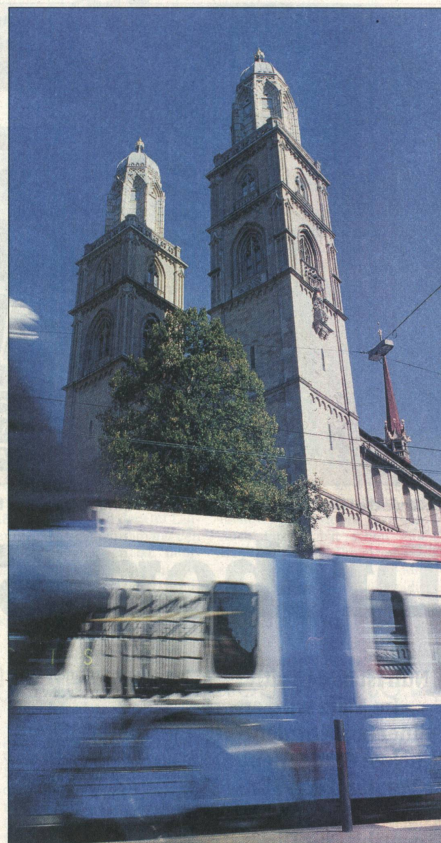
Ebenfalls unverständlich sei es, wenn Homepages des öffentlichen Personennahverkehrs immer noch

**«Provinziell
lächerlich präsentiert sich Genf
auch auf seiner
Homepage.»**

Aussage aus der Studie

nur in «Deutsch» angeboten werden. Hierzu gehöre auch die Stadt Bern. Vorbildlich seien hingegen die vielsprachigen Homepages von Städten wie etwa Basel. Zürich schnitt mit «befriedigend» ab, Lausanne mit «ungenügend».

«Provinziell lächerlich» präsentierte sich Genf auch auf seiner Homepage, bemängeln die Stu-



Swiss-Image

In Zürich schneidet der öffentliche Nahverkehr in einem internationalen Städtevergleich gut ab.

dienverfasser. Die einzige angebotene Sprache sei Französisch. Selbst die Polizei weigere sich in Genf häufig, auch nur ein Wort Deutsch oder Englisch zu sprechen. «So viel provinziell

Engstirnigkeit gibt es in keiner anderen der 130 untersuchten Städte.» Vergleichbar sei dies allenfalls noch mit den Taxifahrern in der ägyptischen Metropole Kairo.

Zu viel Ruhe bei Relais du Silence



ZVG

**Relais-du-Silence-Hotel
Remorino in Minusio-Locarno.**

**Vor zehn Jahren zählte
Relais du Silence rund 40
Mitgliedshotels in der
Schweiz, heute sind es nur
noch 16. Unter neuer
Führung will man nun
wieder expandieren.**

GUDRUN SCHLENCZEK

«Wir wollen mindestens wieder so viele Mitgliedsbetriebe in der Schweiz, wie wir schon mal zählten», gibt sich Bettina Tegeder selbstbewusst. Tegeder ist bei der Société européenne d'hôtellerie

SEH mit Sitz in Paris, zu der die Marken Relais du Silence, Qualys-Hotels, Inter-Hotels und P'tit-Dej-Hotels gehören, zuständig für die Entwicklung in Nordeuropa. Im Klartext heisst das: Mindestens 40 Schweizer Relais-du-Silence-Betriebe, denn so viele gehörten vor rund zehn Jahren zur Gruppe. Heute sind es noch gerade mal 16.

SEH, zu der Relais du Silence seit einem Jahr gehört, will der rund 40 Jahre alten Marke wieder zu neuem Schwung verhelfen. Expandieren will man primär in Deutschland, Österreich, Italien, Belgien und der Schweiz. Dafür sollen in den einzelnen Ländern im nächsten Jahr Vertretungen

aufgebaut werden, die für Betreuung und Akquise zuständig sind.

Die Marke Relais du Silence steht für eine Hotellerie mit Charakter: Oft befinden sich die Betriebe in Burgen, Schlössern oder alten Landhäusern, bieten eine gute Küche und sind mit drei bis fünf Sternen klassifiziert. Bedingung ist, dass das Hotel absolut ruhig gelegen ist. Meist sind es kleine, sehr persönlich geführte Häuser, die durchschnittliche Anzahl Zimmer liegt bei 22. Der durchschnittliche Zimmerertrag pro Logiernacht inklusive Frühstück beträgt 140 Euro. 70 Prozent der Relais-du-Silence-Gäste sind Feriengäste.

Expandieren will die Hotelgruppe SEH aber nicht nur mit Relais du Silence. Auch mit den Marken Qualys- und Inter-Hotels will man in der Schweiz Fuss fassen. Das werde nicht einfach, weiss Tegeder, da die beiden Marken hierzulande noch unbekannt sind. Qualys-Hotels sind Stadthotels und heben sich durch ein spezielles Design ab. Inter-Hotels sind Business-Hotels im tieferen Preissegment (2 oder 3 Sterne). SEH zählt rund 550 Hotels in zehn europäischen Ländern, die 2010 einen Gesamtumsatz von 300 Mio. Euro erzielten. Bis 2015 will man die Anzahl der Mitgliedsbetriebe annähernd verdoppeln.

Das Erlebnissbad Wallbach für das Simmental und Lenk ist eröffnet

**Der Tourismus leistet einen Betriebsbeitrag für das
Gemeinschaftswerk der Simmentaler Gemeinden.**

Das Lenker Planerteam unter Leitung von Thomas Wampfler und das Architekturbüro Raumforum aus Thun haben die Anlage auf die Lenker Bergkulisse ausgerichtet. Das ganzjährige «Wallbach Bad» ist ein touristisches Angebot für das ganze Simmental und soll weit über die Region hinaus zu einem heissen Tipp werden. Mit einem Aufwand von 8,8 Mio. Franken wurde das in die Jahre gekommene Hallenbad mit Freibad in acht Monaten total saniert und mit neuen Anlagen

erweitert. Neue Angebote sind eine 80 m lange Wasserrutsche, ein Wellnesspark mit drei Saunen und ein Aussen-Sprudelbad. Die Gemeinden Lenk, St. Stephan, Zweisimmen, Boltigen, Oberwil und Erlenbach finanzieren den Bau, zusammen mit Beiträgen von Bund und Kanton. Die von den Gemeinden gegründete Erlebnissbad Lenk-Simmental AG kann zudem mit einem jährlichen Betriebsbeitrag von 200'000 Franken durch Lenk-Simmental Tourismus rechnen. kjv

Die besten Orte in den Alpen

**Mit Luzern, Engelberg,
Zermatt und Scuol befin-
den sich laut dem «BAK
Topindex» vier Schweizer
Destinationen unter den
fünfzehn erfolgreichsten
des Alpenraums.**

KARL JOSEF VERDING

Gemäss dem Top-Performance-Index der BAK Basel ist das Grossaral (Salzburg) über das ganze Jahr betrachtet die erfolgreichste Destination im Alpenraum. Knapp dahinter folgen Serfaus-Fiss-Ladis (Tirol) und die Vorarlberger Destination Kleinwalsertal. Mit Luzern, Engelberg, Zermatt und Scuol befinden sich auch vier Schweizer Destinationen unter den fünfzehn erfolgreichsten des Alpenraums.

In der Sommersaison liegt Luzern an der Spitze. Es erreicht laut dem «Topindex» eine herausragende Auslastung und kann bei steigenden Logiernächtezahlen einen hohen Ertrag pro

Übernachtung erzielen. Luzern verfüge über eine grosse Dichte an Attraktionspunkten und profitiere von der Lage am Vierwaldstättersee sowie von der starken Nachfrage aus den Fernmärkten.

In der Wintersaison wird das Ranking von der österreichischen Destination Serfaus-Fiss-Ladis angeführt. Einzige Schweizer Destination in den Top 15 ist Zermatt auf Rang 13. In Zermatt gelinge es, dank der internationalen Bekanntheit, mit einer hohen Ertragskraft die Kapazitäten auszulasten. Im Winter sind unter den ersten 15 nicht weniger als 12 Destinationen aus Österreich zu finden.



Von Asien nach Interlaken: Stefan W. Bollhalder wagte den Sprung zurück in die Schweiz und leitet jetzt das Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa.

Alan D. Bollat

«Keine Schwellenangst»

Stefan W. Bollhalder ist der neue Chef im Interlakner Flaggschiff Victoria-Jungfrau. Der Reiz und das Renommee dieses Traditionshauses zogen ihn zurück in die Heimat.

ELSBETH HOBBMEIER

Stefan Bollhalder, Sie haben praktisch Ihr gesamtes Berufsleben im Ausland verbracht. Was zieht Sie jetzt in die Schweiz zurück?

Ich war 30 Jahre im Ausland und habe dort viel erlebt und gesehen. Seit einiger Zeit stellte ich mich jedoch mehr und mehr wieder auf mein Heimatland ein, und wir verbrachten auch regelmässig Ferien in unserer Wohnung am Bodensee. Meine Lebensumstände haben sich geändert, unsere Tochter arbeitet zurzeit in der Schweiz, unser Sohn studiert in Europa, meine Eltern und auch die Eltern meiner Frau wohnen in der

Schweiz... das alles waren Gründe, um mich wieder auf die Schweiz zu fokussieren. Es ist sicher eine Herausforderung, nach so langer Zeit in Asien sich wieder hier einzuleben, aber ich musste mich ja auch früher, bei jedem Wechsel, wieder auf ein neues Land, auf neue Städte einstellen.

Und was reizt Sie besonders an der VJ-Collection?

Ehrlich gesagt stand für mich immer eher das Flaggschiff Victoria-Jungfrau im Vordergrund des Interesses als die Collection. Es ist eines der grössten Schweizer Hotels und sicher eines der weltweit bekanntesten. Es hat eine hervorragende Reputation, man kennt es sogar in China. Es war dem Zeitgeist stets einen Schritt voraus und ist auch massgebend in Sachen Wellness. Aus diesen Gründen habe ich mich um die frei gewordene Direktion beworben und

freue mich sehr, dass ich dieses Haus anvertraut erhielt.

Wie sind Ihre Eindrücke nach den ersten Wochen als Direktor?
Ich bin am Einarbeiten und möchte mich bei den vielen offenen Fragen noch selber schlau machen, bevor ich mich gross äussere. Dieses Hotel ist weit individueller als jene, die ich

vorher für grosse Konzerne eröffnet und gemanagt habe. Aber der erste Eindruck ist fantastisch, das Haus, die Berge, das Umfeld sind top und die Mitarbeiter äusserst lebenswürdig.

Zur Person Nach 30 Jahren im Ausland wieder Schweiz

Stefan W. Bollhalder (52) ist seit November Direktor des Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa Interlaken. Geboren in Wil SG, Kochlehre in Davos, Jobs im Palace Montreux und Palace Gstaad. Dann ging er nach Neuseeland zu Hyatt, wo er später von der Küche ins Management wechselte. Als General Manager eröffnete er diverse Hyatt-Hotels im Fernen Osten, 2001 wechselte Bollhalder zu Shangri-La und leitete 10 Jahre lang Fünfsternehäuser in Jakarta, Peking, Hongkong und Taiwan. Er ist verheiratet und zweifacher Vater. eho

vermehrt beleben und noch mehr einheimische Gäste zu uns holen. Ich ziehe auch auf eine Belebung des Konferenz-Geschäfts im intimen Rahmen, den wir bieten können. Schwellenangst ist bei uns fehl am Platz, unser Angebot hält punkto Preis-Leistung jeder Prüfung stand.

Sind demnächst grössere Veränderungen zu erwarten?

Dieses Haus hat eine grosse Tradition, und Tradition trägt kein Hüft und Hott. Für grosse Änderungspläne ist es zu früh. Einzig eine kleine «Züglete» habe ich bereits veranlasst, und den Sales-Manager in die Nähe meines Arbeitsplatzes geholt. Die Verkaufsberatung kann dadurch aktiver werden.

Wie erleben Sie das touristische Umfeld im Berner Oberland?

Das Angebot ist fantastisch, die Destination Jungfrauregion bietet alles, was ein Traditionshotel wie das unsere braucht: Berge, See, Golf, Casino – es ist alles da. Wir können perfekte Packages schnüren, die ganz speziell den asiatischen Markt ansprechen.

«Ich fühle mich total unbelastet und werde das Haus auf meine Art leiten»

Stefan W. Bollhalder
General Manager Victoria-Jungfrau

Ist die Vermarktung optimal? Oder wäre da noch Potenzial?

Es wird viel gemacht, man fokussiert aber vor allem aufs Volumen. Wir sind eher an Qualität interessiert. Und möchten alles daran setzen, um die Aufenthaltsdauer unserer Gäste zu erhöhen und sie zwei oder drei Nächte hier zu halten. Interlaken ist ein ideales «Basislager», um die Schweiz zu entdecken.

Wo finden Sie Ihre neuen Märkte? Vor allem in Asien?

Man sollte sich nicht zu sehr auf einen einzelnen Markt konzentrieren, sondern einen guten Mix anstreben, geografisch, aber auch innerhalb des Gäste-segments. Der chinesische Markt ist ja fantastisch, so viele Leute mit hohem Einkommen wollen und können reisen. Da muss man sich jedoch sprachlich und servicemässig auf deren Ansprüche einstellen. Aber auch der lokale Schweizer Markt ist sehr wichtig, ihn sowie den mitteleuropäischen Markt sollte man gut pflegen.

Wie sehen Sie die Situation generell für die Fünfsternehotellerie?

Der Fünfsterne-Bereich ist meist als erster von Krisen oder Umwälzungen betroffen. Aber es wird immer Gäste geben, die diesen Top-Service schätzen und ihn sich leisten können. In einer schlechten Zeit ist das Bedürfnis nach Abstand und Erholung vielleicht sogar noch grösser. Es braucht gezielte Marketingmassnahmen, aber man muss auch in der Preisgestaltung flexibel sein...

... Sprechen Sie da von Dumping?

Dumping wäre schlecht in diesem Markt. Das bringt nichts. Wenn Gäste nicht mehr reisen wollen, dann reisen sie auch bei tiefen Preisen nicht. Bei Krisen ist die Versuchung immer gross, die Preise kaputt zu machen. Die Erwartungshaltung wird nicht kleiner mit dem tieferen Preis, im Gegenteil, die Leute beschweren sich. Umso wichtiger sind Zusatzleistungen.

Sie folgen auf einen diskret agierenden Hansrudolf Rüttli und die prägenden Galionsfigur Emanuel Berger. Ist diese Nachfolge schwierig?

Emanuel Berger war eine wichtige Persönlichkeit und hat dieses Hotel geprägt. Ich möchte es in diesem Sinne weiterführen. Aber ich fühle mich total unbelastet und werde das Haus auf meine Art leiten. Vor allem an der Front möchte ich deutlich wahrnehmbar sein. Wenn man nicht nahe am Gast ist, weiss man auch nicht, was der

Gast will. Verglichen mit meinen bisherigen Arbeitsorten gehört für mich das Victoria-Jungfrau mit 212 Zimmern und 230 Mitarbeitenden zu den eher kleineren Hotels. Aber hier in Interlaken haben wir einen guten Mix und sehr viel Potenzial.

Planen Sie demnächst auch bauliche Veränderungen?

Wir denken an die Renovierung einiger Gästezimmer. Und dann gibt es auch noch Pläne, unsere Infrastruktur weiter auszubauen und zu verbessern. Aber das alles gehört zur mittelfristigen Planung, in den nächsten paar Monaten passiert nichts.

Was Skifahrer und Hoteliers gemeinsam haben



Standpunkt

CHRISTOPH JUEN
CEO VON HOTELIERESUISSE

Der lang ersehnte Schnee ist endlich gekommen: Piste frei für einen erlebnisreichen Skitag in den Bergen! Bei unseren Schweizer Abfahrts-cracks ist die richtige Linienwahl, optimales Material, Ausdauer und die richtige Einstellung Grundvoraussetzung für Erfolg am Berg. Die Parallelen zur Schweizer Hotellerie sind offensichtlich: Wenn wir unsere Spuren am falsche Ort hinterlassen, sprich der Betrieb nicht sauber positioniert ist, verpufft

zu viel der eingesetzten Kraft. Entspricht das wichtigste Material des Hoteliers, die Hotelinfrastruktur, nicht den Bedürfnissen der Kunden, werden die Gäste über kurz oder lang ausbleiben. Ausdauer braucht es in der Hotellerie sowieso, und eine positive Einstellung des Hoteliers und aller Mitarbeitenden gegenüber ihrer Rolle als Gastgeber ist unabdingbar. Das Jahr 2011 mag dem einen oder anderen Hotelier wie eine unkontrollierbare Talfahrt vorkommen, die etwas länger und

«Es bleibt zu hoffen, dass die Talsohle rasch durchschritten werden kann.»

rasanter ausfällt als erwünscht. Sie hören unsere Durchhalteparolen nicht zum ersten Mal und auch nicht den Aufruf zur Selbstverantwortung der Branche. Dass auch der Verband seinen Anteil zur Verbesserung der wirtschaftlichen Schieflage

erbringen muss, ist selbstverständlich. So haben wir uns dieses Jahr beim Parlament vehement für Sofortmassnahmen zur Abfederung der Frankenstärke eingesetzt. Die zusätzlichen Werbemittel für Schweiz Tourismus sind unerlässlich und werden auf der langfristigen Achse aus neuen Quellmärkten mehr Gäste in die Schweizer Hotels bringen. In der heutigen prekären Situation sind aber auch kurzfristige Massnahmen dringend notwendig. Mit der Forderung auf eine temporäre

Senkung der Mehrwertsteuer für Beherbergung auf null Prozent wird das Jahr 2012 mit einem wichtigen Lobbying-Schwerpunkt starten. Ausserordentliche Situationen rufen eben auch nach aussergewöhnlichen Massnahmen. So bleibt zu hoffen, dass die Talsohle rasch durchschritten werden kann. Dann werden auch die Schweizer Hoteliers wieder auf dem Siegertreppchen stehen und stolz auf die konsequente Aufbauarbeit der jüngsten Jahre zurückschauen können.



«Tourismus in der Schweiz zu praktizieren, ist ein gefährliches Pflaster.»

Horst Rahe Tourismus-Unternehmer und Investor



Weitblick bewiesen: Nationalrätin **Barbara Schmid-Federer** (CVP/ZH) ist am diesjährigen Polit-Diner von hotellerieuisse zur **tourismusfreundlichsten Parlamentarierin** gekürt worden.



Orlando Gehrig von hotellerieuisse mit **Maya Graf** (Grüne/BL), **Nadja Pieren** (SVP/BE) und **Walter Wobmann** (SVP/SO).



Olivier Feller (FDP/VD): Einer der Neuen im Nationalrat.

Sesselrücken

Neuer Direktor der Switzerland Travel Centre AG

Michael Maeder (Bild) übernimmt am 15. Februar 2012 die Funktion des Direktors der Switzerland Travel Centre AG (STC). Er folgt auf **Rainer Blaser**, der das



Unternehmen verlässt, um eine neue Herausforderung anzunehmen. Maeder ist Managing Director von Schweiz Tourismus in Mumbai und leitet die Marketing-Aktivitäten in Indien. Von 2006 bis 2010 leitete er STC UK in London.

Arne Sorenson ist der neue CEO von Marriott

Der Aufsichtsrat wählte den derzeitigen Aufsichtsrats- und Firmenchef **J.W. Marriott** zum neuen Vorstandsvorsitzenden. Seine Nachfolge als Geschäftsführer und CEO tritt **Arne Sorenson** (Bild) an, bisher Vorstand für das



operative Geschäft (COO). Er wird damit der dritte CEO in Marriotts 85-jähriger Geschichte sein. Der Aufsichtsrat ernannte **Robert McCarthy**, den derzeitigen Group President, zu Marriott Internationals Chief Operations Officer (COO). Alle Ernennungen treten am 31. März 2012 in Kraft.

Olten Tourismus mit einer neuen Geschäftsführung

Christian Gressbach (31. Bild) ist ab Januar 2012 neuer Geschäftsführer von Olten Tourismus. Er war



zuletzt über drei Jahre bei Toggenburg Tourismus als Produkt-Manager und Projektleiter tätig und ab 2009 Mitglied der Geschäftsleitung. **Maria Säggerer** (Bild) verlässt nach über zwei Jahren Olten Tourismus. Sie hatte im September 2009 die Aufbauarbeiten für das neue Tourist Center in Olten in Angriff genommen und es zusammen mit dem Team zum Erfolg geführt.

Mode statt Hotel: Daniel und Daniela Borter zu Schild

Daniel und Daniela Borter, das ehemalige Direktions-Ehepaar des Lenkerhof alpine resort, sind nach ihrer einjährigen Weltreise seit drei Monaten wieder in der Schweiz sesshaft. Nach einer Einführungsphase im November ist **Daniel Borter** seit Dezember Geschäftsführer des Modehauses Schild in Zürich City, dem Flagship Store der Schild Gruppe. Ab 1. Januar 2012 wird **Daniela Borter** Personalleiterin Schweiz am Hauptsitz von Schild in Luzern. kjb

Wahl mit Pfiff

Viele neue Gesichter prägten das traditionelle Polit-Diner von hotellerieuisse, das mit filmischen und kulinarischen Leckerbissen glänzte.

THERES LAGLER

Unter dem Motto «Film ab für die neue Legislatur» lud hotellerieuisse am Montag ins Hotel Schweizerhof in Bern ein. 40 Parlamentarier folgten der Einladung zum Polit-Diner, darunter 18 neu Gewählte. Im Rahmen des Anlasses kürte der Verband zum dritten Mal den tourismusfreundlichsten Parlamentarier. Die Auszeichnung basiert auf einer Abstimmungsana-

lyse während der Sessionen. Das Rennen für sich entschied CVP-Nationalrätin **Barbara Schmid-Federer**. Sie war die grösste Abwesende am Anlass. Den Preis nahm stellvertretend CVP-Generalsekretär **Tim Frey** entgegen. Einblick in die Welt der Hotellerie gaben die Gewinnerfilme des Swiss Hotel Film Awards 2011, Starkoch Ivo Adam sorgte fürs leibliche Wohl.

Alle Bilder: www.htr.ch/Polit-Diner



Max Chopard-Acklin (SP/AG), **Andrea Geissbühler** (SVP/BE).



Marco Romano (CVP/TI): Er vertritt seit dieser Session die Sidschweiz im Parlament.



Am runden Tisch: **Daniela Schneeberger** (FDP/BL), **Philipp Müller** (FDP/AG), **Stefan Brupbacher**, FDP-Generalsekretär, **Doris Fiala** (FDP/ZH) und **Guglielmo L. Brentel**, Präsident von hotellerieuisse.



Ida Glanzmann (CVP/LU), **Ursula Haller** (BDP/BE) und **Elisabeth Schneider** (CVP/BL).



Gleich drei Neue: **Urs Schläfli** (CVP/SO), **Karl Vogler** (CSP/OW) und **Alois Gmür** (CVP/SZ).

25 Jahre Gastgeber im «Belvedere»



An der Feier: Ein Gast gratuliert **Urs Hauser** zum Jubiläum.



Aufmerksam: **Silvia Hauser** (L) im Gespräch mit Gästen.

Seit 1986 führen **Silvia und Urs Hauser** das Hotel Belvedere in Grindelwald. Im Rückblick auf ein Vierteljahrhundert sprechen die beiden Gastgeber von viel Erfreulichem.

KARL JOSEF VERDING

1986 übernahmen Silvia und Urs Hauser nach ihrer Hochzeit den Betrieb von Elsi und Fritz Hauser, die noch viele Jahre im Hotel weiterarbeiteten. Im Jahr 1994 wurde der grösste Umbau in der Geschichte des Belvedere realisiert. Es entstanden der Westflügel sowie der Ausbau auf dem Dach. Erste Zimmer wurden zu Nichtraucher-Zimmern erklärt. Bereits vor diesem Bau war durch die Zusammenlegung von kleinen Zimmern zur Erhöhung des Komforts die Zimmerzahl von 64 auf 46 ge-

schmupft. Im Jahre 2007 konnte das Belvedere sein 100-jähriges Bestehen feiern. Aus diesem Anlass wanderten Silvia und Urs Hauser wie Grossvater Johann Hauser vor 100 Jahren vom Tessin nach Grindelwald. Sie wurden auf dieser Bergwanderung von Gästen und Freunden begleitet. Zu den wichtigen, erfreulichen Gelegenheiten in den vergangenen 25 Jahren gehören für Silvia und Urs Hauser die Geburt ihrer beiden Kinder. 1988 kam Philip und 1991 Carole zur Welt.

Grächens Märli-Gondelbahn

Letzten Samstag fand in Grächen (VS) im Beisein von Staatsrat Jean-Michel Cina die Einweihung einer europaweit einzigartigen Märchen-Gondelbahn statt. Bei Schneetreiben kamen zirka zweitausend Besucher an die Einweihungsfeier und Inbetriebnahme der neuen 8er-Gondelbahn mit zehn speziell ausgestatteten Märchen-Kabinen. Kaum hatten die Kinder in der Gondel Platz genommen, ertönte die Stimme der Schauspielerin Silvia Jost. Sie entführte die Fahrgäste in das Reich der Gebrüder Grimm. Jede Geschichte dauert zirka 7 Minuten, genauso lang wie die Bahnfahrt von Grächen auf die Hannigalp. Die Märchen-Verkleidung der Gondeln entspricht dem Märchen, das innen ertönt. kjb



Jakob Walter, Gemeindepräsident, **Schneevogel Sisu** (für «sicher Sunna»), Staatsrat **Jean-Michel Cina**, VR-Präsident **Peter Furger**, CEO **Berno Stoffel**, beide Touristische Unternehmung Grächen (v.l.).

CAS-Absolventen sind bereit für den Quereinstieg in den Tourismus

17 Prüflinge erhielten das Certificate of Advanced Studies CAS der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Während sechs Monaten vermittelten Fachspezialisten der Hochschule Luzern und touristische Praktiker den Teilnehmern dieser Weiterbildung grundlegendes touristisches Know-how in kompakter Form. In zahlreichen Social Events konnten sie zudem Kontakte mit potenziellen Arbeitgebern der Branche knüpfen. Im zweitägigen Development-Center trainierten sie die für Touristikerinnen und Touristiker notwendigen Handlungskompetenzen. Die Weiterbildung richtete sich an Personen, die neu in den Tourismus einsteigen möchten oder einen Wechsel aus einer anderen Branche vor Kur-

zem vollzogen haben. Auch Wiedereinsteiger können ihr Wissen auf den neuesten Stand bringen. Die nächste CAS-Weiterbildung startet am 13. September 2012. Anmeldeschluss: 30. Juni. kjb

Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen: Nina Cavignelli, Zürich; Anja Faul, Unterägeri; Gabriela Gut, Zug; Florian Hackaj, Zürich; Damian Indermite, Niedergampel; Michaela Korner Anelli, Rothenburg; Jette Larsen Bozovic, Zürich; Michael Lengweiler, Basel; Sylvia Manchen, Illnau; Martina Masoud, Winkel; Fabienne Moser-Allemann, Flumethal; Urs Pfenniger, Bern; Marianne Probst Colombage, Bern; Katharina B. Ruck-Schmid, Rotkreuz; Urs Schäfli, Bern; Kurt Scherrer, Oberwald; Sonja Stucki, Rüschlikon.

Hotel-Liebe. Marianne und Herbert Messerli – das bewährte Paar Seite 8; **Karin und Kevin Kunz – oft unterwegs** Seite 9; **Elisabeth und Martin Emch – Gastgeberrolle anders** Seite 10; **Paartherapeut: «Privat und Geschäft trennen»** Seite 11



Liebe für einander und Leidenschaft für die Hotellerie: Maya und Christof Steiner. Sie arbeiten gerne zusammen.

Statistik Job und Bett teilen, das wollen nur wenige

Schätzungen zufolge lernen sich 10 bis 30% der Paare am Arbeitsplatz kennen. Gemäss einer Studie der Online-Partneragentur Parship verlieben sich 73% auf der gleichen Hierarchiestufe, nur 18% verlieben sich in einen Vorgesetzten. Doch 56% wollen ihren gefundenen Partner dann nicht mehr jeden Tag am Arbeitsplatz sehen, nur gerade ein Fünftel würde es geniessen, mit dem Partner täglich zusammen zu arbeiten. In der Schweiz wird heute insgesamt mehr als jede zweite Ehe wieder geschieden, 1970 waren es erst 15%. Wie man einen gemeinsamen Beruf und eine Ehe unter einen Hut bringt, das zeigen vier Hotelierspaare, die sich zudem auch noch in der Hotellerie kennen- und gelernt haben.

gsg

Eine Hotelkarriere zu zweit

Christof und Maya Steiner haben sich in der Hotelfachschule Thun kennen gelernt. Die Beziehung bewährt sich – das junge Paar führt heute das Hotel Kurhaus Bergün.

CHRISTINE KÜNZLER

Die kleine Seraina Rosa ist wohl das wichtigste Zeugnis der Liebe zwischen Maya und Christof Steiner. 1998, in der Hotelfachschule Thun, wechseln die beiden die ersten verliebten Blicke. «Wir hätten uns sehr schnell angefreundet», erinnert sich Christof Steiner. «Doch, es war nicht Liebe auf den ersten Blick. Es brauchte ein paar Wochen, bis wir uns gefunden haben.» Die beiden lernen zusammen, machen Gruppenarbeiten und merken sofort, «dass wir gut zusammen arbeiten», erzählt Maya Steiner.

Nach Abschluss der Hotelfachschule folgt ein Härte-test: Sie arbeitet sechs Monate in der Türkei, er in Asien. Die Liebe hat die Trennung überdauert – die beiden nehmen Stellen in

Saas-Fee an. Er im Hotel Ferienart, sie bei den Bergbahnen. Aber nur für ein paar Monate, dann wechselt sie zu ihm ins «Ferienart». Später dann geht es wieder auf eine Weltreise. «Wir nahmen zwei Kreditkarten mit, für den Fall, dass wir uns unterwegs trennen würden», erzählt Christof Steiner. «Doch wir brauchten nur eine Kreditkarte. Alles hat bestens funktioniert.»

«Ich fühle mich nie als alleiniger Chef. Ich sehe auch Maya als Chefin.»

Christof Steiner
Direktion Kurhaus Bergün

Andere Meinungen gelten lassen

Zurück in Saas-Fee, übernehmen sie die Leitung und den Aufbau des Hotel Glacier. Die Arbeitsgebiete sind nicht genau abgesteckt, schwergewichtig

aber übernimmt er den Hotelteil mit Réception und Marketing, sie das Restaurant und die Hauswirtschaft. «Wir haben beide verschie-

dene Talente. Meine Stärke ist das Logische, ihre das Emotionale. Und wir sind beide sehr kreativ, wenn es um Konzepte geht», sagt Christof Steiner. «Selten müssen wir lange fachliche Diskussionen führen.» Sie: «Wir gehören nicht zu den Menschen, die gerne streiten.» Er: «Wir können auch andere Meinungen gelten lassen. Obwohl ich in gewissen Dingen schon etwas dominant bin. Doch ich fühle mich nie als alleiniger Chef. Ich sehe auch Maya als Chefin. Die meisten Entscheide fallen wir gemeinsam.»

Im Herbst 2009 übernehmen Christof und Maya Steiner das Kurhaus in Bergün, im Jahr darauf heiraten sie. Die beiden lieben ihre Arbeit. «Wir sehen uns sehr oft, auch wenn wir nicht viel voneinander haben, doch wir sind uns nah», sagen sie. «Wir erleben viele Dinge gemeinsam, wir müssen uns nicht später davon erzählen.» Das empfinden sie als Vorteil gegenüber jenen Paaren, die nicht

zusammen arbeiten oder nicht in der gleichen Branche tätig sind. In ihrem Fall sei das Verständnis da, wenn die Arbeitszeiten lang werden und das Engagement gross ist. Grundsatzdiskussionen brauchen sie keine zu führen.

«Wenn sich zwischen uns Diskussionen ergeben, geht es immer um den gleichen Punkt: dass wir uns nicht genug Zeit füreinander nehmen.»

Das Kind bringt dem Paar neue Herausforderungen

Weil beide leidenschaftliche Gastgeber sind, ist der Übergang von Geschäft zu Privat oft fließend. «Wenn wir irgendwo in den Ferien ein Hotel besichtigen, diskutieren wir darüber, weil es uns auch privat interessiert», erklärt Christof Steiner. Der Beruf wird also zum Hobby. «Hoteller zu

sein, braucht eine Passion. Es gibt sicher lukrativere Jobs, aber nicht so interessante», zieht er Bilanz.

Letzten August ist Seraina Rosa dazugestossen. Jetzt wird es wichtig, Geschäfts- und Privatleben zu trennen, sagt Maya Steiner. Mit dem Kind habe sich eine neue Situation ergeben. Was hat sich verändert?

Er: «Ich arbeite noch mehr.» Sie: «Ich schlafe noch weniger.» Er: «Und ich habe einen

Grund mehr, Feierabend zu machen. So ein Kind verlangt immer viel ab.» Nach der Babypause steigt sie nun wieder ein. Vorerst für 20 Prozent. «Wir sind optimistisch, dass wir alles unter einen Hut bringen können. Schliesslich gibt es viele Hotel-Kinder. Und die sind nicht weniger glücklich als andere Kinder und bekommen auch nicht weniger Liebe.»

«Hoteller Kinder bekommen nicht weniger Liebe als andere Kinder.»

Maya Steiner
Direktion Kurhaus Bergün

Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

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

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

HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Ihre Social Media Spezialisten für Hotellerie und Tourismus.

blum, bryant
www.blumbryant.ch

ANZEIGE

CERUTTI

il Caffè

www.caffè-cerutti.com
info@caffè-cerutti.com

GILDE

Hotel-Liebe. Familienfreundlich. Marianne und Herbert Messerli führen nicht nur ein Kids-Hotel, für sie sind auch die eigenen Kinder sehr wichtig. Herberge-Vater Erich Balmer hat auch schon mal Paare verkuppelt.



Marianne und Herbert Messerli mit ihren sechs Kindern und den Grosskindern.

«Die Familie ist heilig»

Marianne und Herbert Messerli sind seit 38 Jahren verheiratet. Gemeinsam haben sie die «Krone» an der Lenk aufgebaut und ihre sechs Kinder grossgezogen.

CHRISTINE KÜNZLER

Beide sagen das Gleiche: «Wir führen eine gute Beziehung.» Stolpersteine? Beide verneinen dezidiert. Als Leistung will das Marianne Messerli jedoch nicht verstanden wissen. «Ich bin dankbar, dass es so gut funktioniert», sagt sie. «Man muss auch Glück haben», sagt Herbert Messerli. «Die Familie und der Betrieb stehen unter einem guten Stern». Und: «Man schläft, wie man sich bettet».

Kennen gelernt haben sich Messerlis im Hotel International, dem heutigen Swissôtel in Oerlikon. Sie stand dort an der Réception, er war F&B Manager. Gefunkt habe es nicht sofort, erinnern sie sich. Das Hotel war gerade in der Öff-

«Wir organisierten uns so, dass immer jemand bei den Kindern war.»

Marianne Messerli
Hotel Krone, Lenk

nungsphase und Herbert Messerli habe «während dieser Zeit kein Privatleben führen können. Deshalb dauerte es relativ lange, bis wir uns gefunden hatten».

Marianne Messerli erinnert sich noch gut an den Heiratsantrag ihres späteren Ehegatten. «Er fragte mich, ob ich bereit sei, mit ihm ein Hotel zu führen.» Sie hat ja gesagt – unter der Bedingung, zu ihrer Handels- und Bäuerinenschule absolviere zu können. Auch in der Kinderfrage waren sie sich bald

einig: Entweder keine oder viele. Sie entschieden sich für Zweites, haben sechs Kinder, eine Tochter und fünf Söhne grossgezogen. Beide freuen sich, dass sie

heute eine sehr gute Beziehung zu ihrer erwachsenen Tochter und ihren Söhnen pflegen dürfen.

Klare Regeln und eine Trennung von Geschäfts- und Privatleben

Beide betonen – unabhängig voneinander – wie wichtig es ist, Geschäftliches und Privates zu trennen. So haben Messerlis denn schon als die Kinder noch klein waren, Regeln aufgestellt: «Sie durften mit den Kindern der Gäste spielen, sie jedoch nicht in das Hotelzimmer begleiten und sie auch nicht zu sich nach Hause nehmen», erklärt Marianne Messerli. Örtlich sind und waren Arbeitsplatz und Privatwohnung getrennt, damit die Kinder ausserhalb des Hotels aufwachsen konnten. Das erachten Messerlis als ganz wichtig. «Man muss sich zurückziehen können. Die familiäre Zelle ist das A und O, ist ein Heiligtum», findet Herbert Messerli. Die

Wohnung liegt knapp 200 Meter vom Hotel entfernt, also nah genug, um die Kinder problemlos in den Betrieb zu integrieren.

«Wir hatten nie ein Kindermädchen», hält Marianne Messerli fest. «Wir organisierten uns so, dass immer jemand bei den Kindern war.» Eine solche Arbeitsteilung sei nur in der Hotellerie möglich. Die ersten 13 Jahren hatten Messerlis denn auch nur «die kleine Krone» von Herbert Messerlis Eltern zu führen, der grössere Hotellteil kam erst später dazu. Als die Kinder dann schulpflichtig waren, hätten diese sich gegenseitig beaufsichtigt und miteinander gespielt. «Sie waren immer beschäftigt», erinnert sich Herbert Messerli. Einerseits im Hotel, wo

«Ich wusste genau, dass ich ohne meine Frau aufgeschmissen wäre.»

Herbert Messerli
Hotel Krone, Lenk

schlossen. Wichtig für eine gute Beziehung, sagt Herbert Messerli, sei auch gegenseitiges Verständnis, Grosszügigkeit und Akzeptanz. Und beide sollen ihren Freiraum haben können. So sei er dank seinem Pilotenbrevet früher oft mit dem Flugzeug unterwegs gewesen – zusammen mit seinen Kindern. Und als Major war er häufig im Militär. Dafür nimmt sie teil an Frauenläufen. Trennungsgedanken? «Niemand, ich wusste genau, dass ich ohne meine Frau aufgeschmissen wäre.»

«Balmer's» beherbergt auch die Liebe

In der Balmer's Herberge in Matten bei Interlaken haben schon viele Liebesgeschichten begonnen. Erich Balmer erzählt, welche Rolle dabei das Militär oder ein Holztisch spielen können.

SABRINA GLANZMANN

In Toronto wird an den kommenden Festtagen ein besonderes Geschenk unter einem Weihnachtsbaum stehen: ein Holztisch. Allerdings keiner aus kanadischem Ahornholz, dafür mit Ringenberger Steinplatten versehen. Bis vor Kurzem stand das Möbelstück nämlich noch im Berner Oberland, in Erich Balmer's Herberge in Matten bei Interlaken, und könnte es sprechen, würde es die Liebesgeschichte einer Frau aus Vancouver und eines Mannes aus Toronto erzählen. Vor über zehn Jahren lernten sich die beiden an ebendiesem Tisch kennen. Heute sind sie verheiratet.

Unzählige solcher Geschichten wisse er zu erzählen, sagt Erich Balmer – «eine Herberge mit jun-

gen, aufgeschlossenen Reisenden bietet einen guten Nährboden für die Liebe», schmunzelt er. Manchmal hat er dabei auch ein wenig nachgeholfen: Auf einer seiner mittäglichen Velofahrten Interlaken-Iseltwald retour in den 1970er-Jahren sah er beim Kursaal drei junge Offiziere stehen. Der mittlere weinte. Er war gerade von seiner Freundin verlassen worden, und am Abend sollte seine Brevetierung stattfinden. «Ich sagte ihm: Wenn du Englisch sprichst, steht spätestens um 17 Uhr 17 eine Begleitung hier.»

Schweizer Offizier und amerikanische Studentin im Glück

Zurück in seiner Herberge, schaltete Erich Balmer eine Durchsage: «Urgent, urgent, who

wants to go dancing to the casino with a swiss army guy?» Der dringende Aufruf wurde erhört, fünf junge Frauen wollten mit dem Offizier tanzen gehen. «Familienintern» haben man dann die «ideale Begleitung» ausgewählt, ein Ballkleid besorgt und bei Friseur und Make-up geholfen, «denn sie hatte ja nur Jeans und Rucksack dabei.» Und nicht schlecht habe der junge Mann dann gestaut, als Erich Balmer pünktlich zur vereinbar-



«Eine Herberge bietet einen guten Nährboden für die Liebe.»

Erich Balmer
Balmer's Herberge

ten Zeit mit dem Auto – und der Dame – vorführ.

«Uncle Erich» aus Interlaken

An diesem Abend schlief die Harvard-Studentin aus Boston nicht in der Herberge – zwei Wochen später schickte das frisch verliebte Paar Postkarten-grüsse aus Paris, weitere Karten in regelmässigen Abständen folgten. «Und eines Tages kam eine Karte aus Boston auf der stand, dass ich jetzt «Uncle Erich» geworden sei. Das freute mich

natürlich riesig». Bis heute verbindet den Gastgeber mit dem schweizerisch-amerikanischen Paar eine gute Freundschaft. Die Kinder, heute über zwanzig Jahre alt, wurden in all den Jahren selbst zu treuen «Balmer's»-Gästen; zunächst in den Ferien zusammen mit ihren Eltern, inzwischen reisen sie allein ins Berner Oberland. Mittlerweile ist Erich Balmer für viele Kinder weltweit «Uncle Erich» – die letzten vierzig Jahre Balmer's Herberge haben viele Verliebte, Paare, und Familien hervorgebracht.

An Weihnachten 2011 wird in Toronto ein Ehepaar seinen 10-jährigen Hochzeitstag feiern. Und die Frau wird mit einem besonderen Holztisch aus der Schweiz überrascht werden.

Hotel-Liebe. Wechsel. Karin und Kevin Kunz sind reisefreudig und mögen Herausforderungen. Sesshaft sind sie heute in Zermatt – bis der nächste Ort ruft. Liebe zum Detail brauchen die Confiseure von Sprüngli für ihre Hochzeitstorten.

Von Jerusalem nach Tossa de Mar, dann nach Zermatt: Die Geschichte von Karin und Kevin Kunz ist geprägt vom Wechsel. Ruhe und ihr Zuhause finden sie in der Partnerschaft.

MELANIE ROTH

An dieser Liebesgeschichte ist hotellerie-suisse nicht ganz unschuldig: Karin und Kevin Kunz, Direktionsehepaar des Hotel Mont Cervin Palace in Zermatt, lernen sich 1994 im Unternehmerseminar des Verbandes kennen. «Ich führte das American Colony in Jerusalem, Karin war HR-Verantwortliche im Kursaal Bern», erzählt der 51-jährige Kevin Kunz. Nach dem ersten Treffen geht alles ganz schnell: Karin besucht Kevin in Israel. Ein Jahr später packt sie ihre Koffer ganz. Einfach war der Start in Jerusalem für die heute 44-Jährige nicht: «Ich habe mir nicht viel Gedanken gemacht, dachte, mir liegt die ganze Welt zu Füssen.» Nach einem Jahr Zusammenleben in einer «männlichen Welt» entscheiden sich die beiden zu heiraten. «Ich habe immer gesagt, ich heirate nie, schon gar nicht einen Hotelier. Aber: Es ist einfacher, wenn die Gäste wissen, dass man ein Paar ist. Gerade in Israel.» 300 internationale Gäste wohnen dem Fest im Hotel bei. Mit den engsten Freunden ging es zuvor in die Wüste, wo das Paar von einem guten Freund und dominikanischen Mönch gesegnet wurde. Für beide sei Israel ein Meilenstein gewesen, so Kevin Kunz. Trotzdem geht es um die Jahrtausendwende weiter: Der

«Es ist egal wohin wir gehen. Wo er ist, fühle ich mich wohl. Er ist mein Zuhause.»

Karin Kunz
Direktorin «Mont Cervin» & Ehefrau

Wunsch, am Meer zu leben, führt das Paar ins Clubhotel Giverola in Tossa de Mar, Spanien. Nach acht Jahren kehren der in Singapur geborene Halb-Schweizer, Halb-Irländer und die Bernerin zurück in die Schweiz. War man sich immer einig, wenn es um die nächste Station ging? «Eigentlich schon», meint Kevin Kunz. «Obwohl: Karin verankert ihre Wurzeln tiefer in der Erde.

Wenn sie angekommen ist, bringt man sie kaum mehr weg.» Karin Kunz lacht, und erklärt: «Ich bin nicht gerne zurückgekehrt, das Mediterrane hat

mir zugesagt. Heute gefällt es mir auch hier sehr gut. Da wären wir wieder – bis zur nächsten Station.» Kevin liebt schwierige Projekte. «Läuft es rund, wird ihm langweilig», so Karin Kunz. Dass das für seine Frau nicht immer einfach ist, versteht er: «Wenn man geht, lässt man ein Stück von sich zurück. Das ist immer hart.» Dann eine Partnerin an der Seite zu haben, sei schön: «Man nimmt die Erinnerungen mit und kann diese teilen.»

Es ist wie bei zwei Bäumen: Einfache Regeln können helfen

Karin Kunz ist überzeugt, dass sie beide viel aus früheren Beziehungen gelernt haben: «Kevin war schon einmal verheiratet, seine

Frau ist leider gestorben. Auch ich hatte zuvor eine lange Beziehung. Wir wissen also, wie wir es nicht mehr machen möchten.» Kevin Kunz erinnert sich an die Worte einer guten Freundin: «Es ist wie bei zwei Bäumen: Pflanze sie mit genügend Abstand, damit sie beide wachsen können.» Um Arbeits- und Privatleben zu trennen, haben die beiden eine Regel aufgestellt: Zu Hause wird nicht übers Geschäft geredet. Wird die Regel gebrochen, heisst es: Tenue anziehen und ab ins Hotel. «Beim vierten Mal wird dir das zu blöd», so

«Sie ist undiplomatisch ehrlich und herzlich. Das liebe ich sehr an ihr.»

Kevin Kunz
Direktor «Mont Cervin» & Ehemann

Kevin Kunz. Seine Frau bestätigt: «Es klappt meistens. Wenn nicht, dann wegen mir.» Für sich hat sie eine Lösung gefunden: «Ich erzähle es dann einfach unserem Hund.»

Hotel oder Hundehaus? Reibungspunkte gibt es immer

Pepe ist Katalane, ein Mischling und «ein super Hotel-Hund», wie Kevin Kunz findet. Mit Kindern habe es nicht geklappt, so sei der Hund ein Familienmitglied mehr. «Ich hätte gerne noch mehr Hunde», sagt Karin Kunz. «Wenn wir ein Hundehaus haben, einver-

standen. Solange wir Hotels führen, reicht einer», meint ihr Mann. Ein Punkt, in dem sie sich uneinig sind? Kevin Kunz: «Klar, Reibungspunkte gibt es immer.» Leider dann das ganze Hotel mit? «Ich glaube, wenn wir Zoff haben, merkt das niemand. Die Mitarbeitenden sehen uns nicht als Paar, sondern als Kevin und Karin, jeder hat seine Funktion.» So wie jeder geliebte Eigenschaften hat: «Karin? Sie ist zu allen Menschen gleich. Undiplomatisch ehrlich und herzlich. Das liebe ich sehr an ihr.» – «Kevin überrascht mich immer wieder. Man kann nie sagen, er ist so oder so, das ändert sich. Trotzdem ist er mein Zuhause. Es ist egal wohin wir gehen – wo er ist, fühle ich mich wohl.»

Zu Hause ist Hotel tabu

Karin und Kevin Kunz sind auf den Hund gekommen – aber nur in ihrer Freizeit. Von Berufes wegen sind sie glückliche Gastgeber im Mont Cervin Palace in Zermatt.

Torten, die Emotionen wecken

Die Hochzeitstorten der Confiserie Sprüngli versüssen die Dessertbuffets an vielen Hochzeitsfeiern – auch in Hotels. Konditorin-Confiseurin Angela Jordi über Trends und Klassisches.

SABRINA GLANZMANN

Torten sind der ganze Stolz der Sprüngli-Konditoren. Was auf der Website der Zürcher Spitzenconfiserie geschrieben steht, bestätigt Angela Jordi, Abteilungsleiterin Décor, ohne zu zögern – besonders wenn es um den berühmten schönsten Tag des Lebens geht. «Eine Hochzeitstorte herzustellen, ist nicht

nur eine meisterliche Herausforderung, sondern jeweils auch eine besondere Ehre für den Confiseur.» Es brauche neben fachlichem Können und handwerklichem Geschick vor allem auch ein Flair für Formen und Farben, «denn am Schluss soll jede Torte ein einzigartiges Kunstwerk sein mit viel Liebe zum Detail. Sie soll Emotionen wecken und in Erinnerung bleiben», so die Fachfrau. Diese «Kunstwerke» liefert Sprüngli regelmässig an Hochzeitsfeiern in Hotels und Restaurants in der Schweiz – da die Torten aus frischen Zutaten und ohne Konservierungsstoffen hergestellt werden, ist die Haltbarkeit auf einen Tag begrenzt, und «auch wegen des meist filigranen Dekors, der Grösse und der Höhe eignen sie sich nicht für einen längeren Transport», weiss Angela



Edel und stilvoll: Sprüngli-Hochzeitstorte in weiss-rosa.

Jordi. Sehr grosse, aufwendige Torten werden vor Ort von den Confiseuren aufgebaut und ausgarriert.

Als absoluten Trend nennt die Konditorin-Confiseurin Hochzeitstorten im amerikanischen

Stil, bei denen die einzelnen Lagen direkt aufeinander liegen und nicht von einem Ständer getragen werden. Der Trend gehe weg vom klassischen Brautpaar- und Hochzeitskutschen-Dekor hin zu reduzierten, modernen Tortendesigns. Aber unabhängig von Trends und «nie aus der Mode» ist eine Hochzeitstorte in Weiss, so Angela Jordi. Daneben gehörten Rosa, Champagner, Gelb und Rot zu den beliebtesten Farben. Und: Schlichte Garnituren in der gleichen Farbe wie die Torte seien gefragt – aktuell sind dies Bouquets aus von Hand modellierten Blumen. Was die Füllungen betrifft, würden meistens leichte, fruchtige Mousses mit natürlichen Aromen gewünscht. Die Preise der Sprüngli-Hochzeitstorten bewegen sich auf einer Preisskala ab 500 Franken, «gegen oben offen».

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>

Hotel-Liebe. Abgrenzung. Elisabeth und Martin Emch ergänzen sich gut und gehen beruflich wieder den gleichen Weg. Für sie ist es sehr wichtig, Privates vom Geschäftlichen zu trennen.

Er ist der Chef

Elisabeth und Martin Emch gingen beruflich erst getrennte Wege. Heute ist sie Mitarbeiterin ihres Mannes.

CHRISTINE KÜNZLER

Sie war Generalgouvernante, er Vizedirektor im Berner Hotel Schweizerhof. Beide, Elisabeth und Martin Emch, hatten fast ein Jahr zusammen gearbeitet, bis sie sich näher kamen. Geheiratet haben sie aber noch während ihrer «Schweizerhof»-Zeit. Dank dem, dass sie Privates und Geschäftliches strikte trennten, gab es unter den anderen Mitarbeitenden kein Getuschel. «Zudem waren wir beide nicht mehr ganz jung», hält Elisabeth Emch fest.

Sechs Monate später wechselte sie zu einem Personalbüro, und ihr Mann nahm seine Stelle bei der Turicum Hotel Management

Group in Zürich an. Heute gehört ihm dieses Unternehmen. «Ein eigenes Hotel zu führen, stand ebenfalls zur Diskussion. Wir schauten uns auch einige Betriebe an, der passende war jedoch nicht dabei», erzählt Elisabeth Emch.

«Wir mussten einen Weg finden, Privates und Geschäftliches zu trennen.»

Elisabeth Emch
Turicum Hotel Management Group

Als die beiden Kinder kamen, blieb Elisabeth Emch zu Hause – erst in Bern, dann in Zürich. Während dieser Zeit engagierte sie sich in der Lehrlingsaufsicht, als Prüfungsexpertin und erteilte Einführungskurse für Lehrlinge. Alles Standbeine aus ihrem angestammten Beruf. Zuletzt amtierte sie während drei Amtsperioden als Präsidentin der Schulpflege Hedingen – ein Fulltime-Job. «Ich konnte mir die Zeit frei einteilen und war zu Hause, wenn die Kinder da waren.»

Dass sie und er in der Hotellerie heimisch sind, sei ein Vorteil, zieht Elisabeth Emch Bilanz. «Das hilft, zu verstehen, dass der Partner lange Arbeitszeiten hat.» Das

«Sie nimmt heute eine Stelle ein, die vorher eine Angestellte innehatte.»

Martin Emch
Turicum Hotel Management Group

Sachdiskussionen werden im Büro und nicht zu Hause geführt

Seit letztem Jahr ist sie nun mit einem 70-Prozent-Pensum bei der Firma ihres Mannes tätig. Sie ist zuständig für die Hauswirtschaft und den Gruppeneinkauf der Turicum-Hotels. Die Gefahr, dass das Geschäft rund um die Uhr Gesprächsthema ist, ist gross. «Wir mussten einen Weg finden, Privates und Geschäftliches zu trennen. Dieser Schnitt ist uns gelungen», hält Elisabeth Emch fest. «Wenn der eine genug hat von geschäftlichen Diskussionen, sagt er es dem andern.» Fachliches oder Meinungsverschiedenheiten würden meist im Büro besprochen. Ein Privatleben jenseits des Betriebs führen zu können, ist auch für Martin Emch sehr wichtig.

Die Zusammenarbeit im Betrieb funktioniert gut, bestätigt er. Elisabeth Emch ist nicht einfach die Frau vom Chef. «Sie nimmt

sieht auch ihr Mann so. «Wäre es anders, müsste sehr viel Aufwand betrieben werden, um verständlich zu machen, was hinter einem Engagement in der Hotellerie steht».



Christine Strub

Elisabeth und Martin Emch haben sich im Berner «Schweizerhof» kennen gelernt.

eine Stelle ein, die vorher eine Angestellte innehatte und wird auch wie eine Angestellte behandelt. Das wissen unsere Mitarbeitenden.» Eine wichtige Spielregel, findet er. «Wir können, wenn es sein muss, uns gegenseitig konstruktiv kritisieren, weil jeder seinen eigenen Arbeitsbereich hat.»

Emchs können ihre Gastgeberrolle in ihren Betrieben ausleben

Für Elisabeth Emch hat die Zusammenarbeit mit ihrem Mann

ihre Beziehung verstärkt. Vielleicht spielt mit, dass ihre beiden Mädchen langsam flügge werden. Auf jedenfall sei sie, sagt sie, «happy» mit ihrer beruflichen und persönlichen Situation.

«Wir ergänzen uns gut. Wir haben beide unsere Stärken, die wir ausleben können», freut sich auch Martin Emch. Für sie ist der «gegenseitige Respekt und der Umgang auf gleicher Augenhöhe» Voraussetzung für eine gute Beziehung. «Wichtig ist auch Tole-

ranz, Vertrauen, Transparenz, Offenheit sowie, sich gegenseitig einen Freiraum zu gewähren», ergänzt ihr Ehemann.

«Wir hätten auch ein gutes Hoteldirektionspaar abgegeben», ist Martin Emch überzeugt. «Wir sind beide Gastgeber, wir fühlen uns in dieser Rolle wohl, das liegt uns im Blut.» Er bedauert jedoch nicht, einen anderen beruflichen Weg eingeschlagen zu haben. «Wir können unsere Fähigkeiten in unsere Betriebe einbringen.»

ANZEIGE





Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

Preferred Partner



Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden



Die massgeschneiderte Versicherung für die Hotellerie



Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz



Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr



Der Partner rund ums Bett



Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir täglich!



Innovative Wälsche aus traditionellem Haus

Business Partner



Millionen von Kunden nutzen Western Union mit mehr als 437.000 Vertriebsstandorten in über 200 Ländern wenn sie Geld an Freunde und Verwandte senden.



Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.



Dank der engen Zusammenarbeit zwischen hotelleriesuisse und Swisscom profitieren Mitglieder von Spezialangeboten und attraktiven Volumenrabatten.



Die einzige Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern und wöchentlichem Programm mit täglich über 90 Sendern. Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern, inklusive den digitalen Sendern.

Hotel-Liebe. Paarbeziehung. Der deutsche Paartherapeut und ehemalige Hotelier Matthias Ohler sagt, wie sich Arbeit und Ehe unter einen Hut bringen lassen. Hoteliers-Paare sollten sich bewusst sein, dass ihre Beziehung auch öffentlich ist.

Philosoph, Paartherapeut und Exhotelier: Matthias Ohler weiss, was eine Hoteliersehe ausmacht. Sein Tipp: Miteinander reden und nicht zu viel erwarten.

GU DRUN SCHLENCZEK

Matthias Ohler, Sie sind Paartherapeut und haben selbst sechs Jahre lang mit Ihrer Ehefrau ein Hotel geführt. Wie haben Sie das erlebt?
Schwierig und erfüllend zugleich. Die sechs Jahre haben dazu geführt, dass wir nachher nicht mehr verheiratet waren ... Das muss jedoch nicht so sein, wenn man ein paar Dinge weiss und beachtet.

Was macht eine Hoteliersehe so schwierig?
Man muss wissen, dass man mit seiner Beziehung nicht alleine ist, es gibt ein gewisses Mass an Öffentlichkeit. Mit dieser sollte man offensiv umgehen, also bewusst Privates kommunizieren, wie: Wir waren im Urlaub, das erste Kind ist geboren. So kann man die wirkliche Privatsphäre schützen. Die Öffentlichkeit, die Gäste und auch die Konkurrenz wollen etwas über das Hotelierspaar erfahren; wenn man nichts preisgibt, holt die Öffentlichkeit sich die Informationen selbst.

Aber das ist wohl nicht die einzige Schwierigkeit?
Richtig. Wenn man einen Familienbetrieb übernimmt, wie meine Exfrau und ich, dann ist die vorherige Generation häufig noch stark präsent, mit ihren Ansprüchen und Vorstellungen, wie ein Betrieb zu führen ist. Meine Exfrau stand je nachdem mir oder ihren Eltern näher, da gibt es dann viel Unausgesprochenes, welches das Paarleben belasten kann. Wichtig ist, dass man im guten Gespräch bleibt.

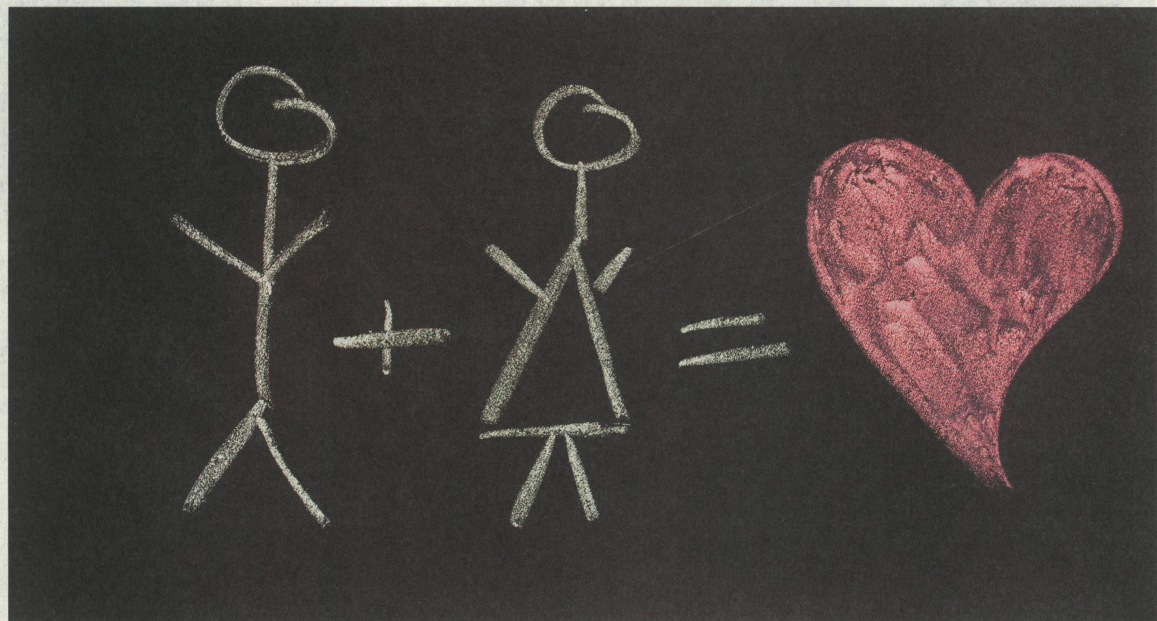


«Man darf nicht den Anspruch haben, alle Beziehungsprobleme lösen zu müssen.»

Matthias Ohler
Schriesheim, Deutschland

Was heisst das konkret?
Es muss einem bewusst sein,

Wie bringt man eine Geschäftsbeziehung und eine Ehe unter einen Hut?



Die Beziehungsgleichung geht auf, wenn man sie nicht einseitig überfrachtet. Im Klartext: Man muss sich bewusst sein, dass keiner perfekt ist, auch nicht der Partner.

«Liebe ist ein Prozess und kein Zustand»

dass der Partner ja in einer ähnlichen Situation ist wie man selbst, und dass es nie eine optimale Lösung gibt. Wichtig ist deshalb, dass man gegenüber dem Partner neugierig bleibt und lieber Fragen stellt, als fixfertige Antworten vorzugeben. Liebe ist ein Prozess und kein Zustand.

Privates und Job müssen klar getrennt werden. Im Job agiert man als Geschäftspartner, die erotische Beziehung gehört ins Privatleben. Gut ist, wenn man Fixpunkte fürs Privatleben definiert, Zeitfenster für das private Zusammensein reserviert. Es braucht feste Rituale.

Gibt es Tabus für eine Geschäftsbeziehung?
Es kommt, vielleicht besonders in der Hotelbranche, immer wieder vor, dass ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin das Gefühl hat, der bessere Partner zu sein. Darauf darf man natürlich auf keinen Fall eingehen. Dann ist es besonders angebracht, per «Wir» zu kommunizieren und so zu zeigen, dass man als Betriebsleiterpaar nicht teilbar ist.

Kann eine wirtschaftliche Verknüpfung nicht auch zusammenschweissen?
Unbedingt. Eine Hoteliersehe muss schon alleine aus wirtschaftlichen Gründen langfristig angelegt sein. Entscheidend ist, dass man Erfolge gemeinsam feiert und Misserfolge nicht dem anderen in die Schuhe schiebt, sondern seinen eigenen Anteil am Misserfolg sucht.

Soll ein Hotelier, eine Hoteliere lieber einen Partner ausserhalb der Branche zu suchen?
Damit holt man sich unter Umständen zusätzliche Probleme ins Haus. Wenn, dann sollte die Beziehung eher ausserhalb des Hotels gelebt werden.

In der Schweiz wird fast jede

zweite Ehe geschieden. Ist die Ehe ein Auslaufmodell?
Das denke ich nicht. Die Ehe hat einen rechtlichen Rahmen und bietet Versorgungssicherheit und Zuverlässigkeit – auch wenn es einem mal nicht so geht. In diesen Punkten ist die Ehe als Beziehungsmodell konkurrenzlos.

Trotzdem: Die Scheidungsrate ist hoch. Was macht der Mensch heute falsch?
Die Romantisierung der Beziehung ist ein Problem. Ein tolles Weekend zu zweit ist wunderbar, man darf aber nicht erwarten, dass das 35 Ehejahre andauert. Man muss den anderen und sich selbst realistisch einschätzen und nicht den Anspruch haben, alle

Beziehungsprobleme lösen zu müssen.

Gibt es eigentlich eine Alternative zur Ehe?
Nein. Aber es gibt Alternativen für die Rahmenbedingungen. Ich denke, dass die Ehe in eine grössere Gemeinschaft eingebettet sein sollte. Ein soziales Netzwerk wirkt stabilisierend auf eine Beziehung.

Wir lernen so viel, aber nicht, wie man eine Beziehung führt. Stimmt. Mathematik kann man auch übers Internet schulen, soziale Kompetenzen lernt man aber nicht via Social Media. Hier wären die Schulen gefordert, Beziehungskompetenzen zu vermitteln. Der Trend wird sicher in diese Richtung gehen.

Eine Liebesgeschichte der etwas anderen Art

Franz-Xaver Leonhardt hatte schon als kleiner Bub von einem Hotel am Wasser geträumt. Vom Moment an, als er seine «Angebote» entdeckt hatte, wartete er neun Jahre auf sie.

CHRISTINE KÜNZLER

In einem Schulaufsatz zu seinem Berufswunsch schrieb der kleine Franz-Xaver Leonhardt, er werde einmal ein Hotel an einem See oder Fluss führen, einen Kochbuch schreiben, einen Stern in einem Guide erköchen – und allen, die zu ihm kommen, seine Spezialität, ein

Stück Fleisch mit Gemüse, kostenlos abgeben. Das Hotel hat er inzwischen gefunden, und Grosszügigkeit gehört zu den Werten des Hotels Kraft am Basler Rhein. Bleiben noch das Kochbuch und der Stern. Dafür bleibt Franz-Xaver Leonhardt ja noch Zeit...

Vom Traum zur Realität dauerte es allerdings einige Jahre. Mit 20 betrieb er mit einem Partner zusammen ein kleines Restaurant in Basel. «Da begann ich mich um-zusehen nach Hotels, die am Wasser liegen», erzählt Leonhardt. Einige waren ihm zu gross, andere gefielen ihm nicht.

Mit 22 dann entdeckte er das Hotel Kraft am Basler Rheingasse. Er verliebte sich in das Haus «an der wunderschönen Lage am Rhein. Ich wusste sofort, dass ich

dieses Hotel haben wollte.» Also knüpfte er erste Kontakte mit der Besitzerfamilie. Die war einem Verkauf nicht ganz abgeneigt, konnte sich dann doch nicht vom Hotel trennen. «Auch ich war damals noch zu jung und zu unerfahren», blickt Leonhardt zurück.

Es brauchte neun Jahre Geduld

Im Laufe der nächsten Jahre joggte er immer wieder am Objekt seiner Begierde



«Ich bekam den Zuschlag, obwohl ich das nötige Geld noch nicht zusammen hatte.»

Franz-Xaver Leonhardt
Leitung Hotel Kraft Basel

vorbei, beobachtete, was sich so tat und dachte sich Konzepte aus. Leonhardt liess sich vom schlechten Zustand des Hotels und dem schlechten Ruf der Rheingasse nicht entmutigen. Er hielt an seiner Vision fest. Acht Jahre später, nach dem Tod der Besitzerin, bekam er die Mitteilung, das Hotel werde verkauft. «Ich erstellte einen Businessplan und machte mich auf die Suche nach Geld.» Es gab einige

Interessenten, die das Hotel wollten. «Ich bekam den Zuschlag, obwohl ich damals das nötige Geld noch nicht zusammen hatte.» Ein Jahr später, am 18. Dezember 2012, unterschrieb er, 31-jährig, den Kaufvertrag. Neun Jahre also hat Franz-Xaver Leonhardt gewartet, «bis ich und das Projekt reif waren».

Gleich lange Spieße für das ganze Leitungsteam

Er übernahm das Hotel mit seinem Partner, mit dem er sein Restaurant führte – der dann bald wieder ausstieg, weil ihm das Projekt doch zu gross war. Leonhardt stellte sich ein neues Leitungsteam zusammen und suchte sich eine Stiftung, weil er gleich lange Spieße schaffen wollte: «Es ist

schwierig, mit anderen Menschen partnerschaftlich ein Unternehmen zu führen, wenn einer der Partner viel Geld in das Geschäft investiert hat.» In der Stiftung Edith Mayron, einer Basler Stiftung zur Förderung sozialer Wohn- und Arbeitsstätten, wurde er fündig. Sie kaufte das Hotel im Jahr 2003 und schloss mit den Betreibern einen langjährigen Mietvertrag ab. «Wir investieren also nur, was wir erwirtschaften.»

Dank dem «Kraft» ist Franz-Xaver Leonhardt zu einer weiteren Liebe gekommen: Zu seiner Frau Catherine und seinen beiden Kindern. Sie kam ursprünglich als Chef de Service ins «Kraft» und ist geblieben – als Geschäftspartnerin, Ehefrau und Mutter der beiden Mädchen.

Joyeuses Fêtes!
Bellas Festas!
Frohe Festtage!
Buone Feste!



WWW.HOTELA.CH



Alfons Schuhbeck
Der Münchner Sternekoch
kreiert Burger für die Fast-
Food-Kette McDonald's.
Seite 16



Ob wenig oder viel Dekoration, ganz ohne Weihnachtsschmuck geht es auch in einem Hotel nicht.



Nachgefragt
Johann Wanner

Der Basler ist weltweit der grösste Hersteller und Händler von handgefertigtem Christbaumschmuck und international ein gefragter Experte für Weihnachtsbäume.

1. Gehört Weihnachtsdekoration in jedes Hotel?
Sie kann ein Vorteil sein. Vor allem wenn sie stimmig ist und passt. Dafür muss man aber bereit sein, etwas zu investieren und sich früh, am besten schon im Sommer, mit dem Thema auseinanderzusetzen. Eine weihnachtliche Stimmung kann sich vor allem bei Hotels lohnen, die aufs Sommergeschäft ausgerichtet oder an einem See gelegen sind und nicht wissen, wie sie ihr Haus im Winter füllen sollen.

2. Eine stimmige Deko sorgt für mehr Umsatz?
Sie kann ganz viel bewirken. Seit einigen Jahren beispielsweise nehmen wir uns der Beleuchtung des Hotel Beatus Merligen an, und seither strömen die Gäste auch zur Weihnachtszeit ins Hotel am Thunersee, wo sie von einem wahren Lichtermeer empfan-

gen werden. So etwas lohnt sich, auch umsatztechnisch.

3. Unterscheidet sich die Weihnachtsdekoration in Hotels von der zu Hause?
Nicht unbedingt. Aber sie muss auch nicht zwangsläufig opulent sein. Ob trendig oder alpenländisch, die Deko muss vor allem zum Haus passen. Und oftmals ist weniger mehr: Manchmal reicht ein schlichter, kleiner Tannenbaum beim Empfang, um eine besinnliche Stimmung zu erzeugen.

4. Bevorzugen Sie Kerzen oder Lampengirlanden?
Kerzen sind in Hotels nicht ungefährlich. Und bei Girlanden ist darauf zu achten, dass sie Licht im Stil von Kerzenlicht verströmen. Viele LED-Lampen haben zu kaltes Licht. Da fühlt man sich wie in einer Bahnhofshalle, und das geht an Weihnachten gar nicht.

fee

Die Zahlen sind interessant: Über 15 Kilometer Lichterketten, mehr als 300 000 Lichter sowie 70 Weihnachtsbäume und 63 leuchtende Weihnachtssterne verwandeln das Hotel Seeburg in Luzern vorübergehend in das, was es jetzt ist: ein märchenhaftes Weihnachtshotel. Jeweils vor Anfang Dezember wirft man sich im Hotel am Vierwaldstättersee so richtig in Schale: «Die ganze Aufbauzeit betrug 640 Stunden, und für die gesamte Verkabelung haben wir knapp zwei Kilometer Verlängerungskabel verwendet», erzählt Pascal Vonaesch. Das sei ein riesiger Aufwand, bestätigt der stolze Vizedirektor. Und er betont, dass die Beleuchtung des Hotels Seeburg seit diesem Jahr neu zu 100 Prozent mit Luzerner Ökostrom versorgt werde. Und auch diese Zahlen werden offengelegt: Der Stromverbrauch kostet täglich 44 Franken und beträgt für die ganze Zeit rund 2350 Franken.

Aber das ist es ihnen wert: «Was vor über zehn Jahren mit einem Mitarbeiteranlass und ein paar Lämpchen auf unserer Fondue Terrasse begann, wurde über die Jahre immer grösser. Mittlerweile ist das ganze Hotelareal bis zum Bootshaus beleuchtet, und weder Mitarbeiter noch Kader wollen auf dieses Lichtermeer verzichten.»

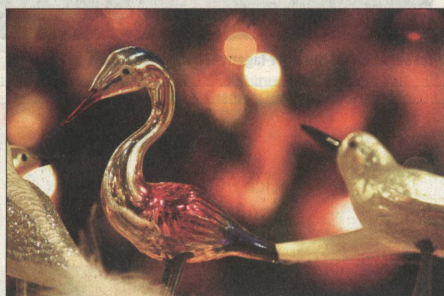
Für den Eröffnungsanlass jeweils Mitte November würden die Menschen «busweise» zum Hotel Seeburg pilgern, um dem Augen-

So verschieden Hotels in ihrer Ausrichtung sind, so unterschiedlich ist auch ihre Weihnachtsdekoration: Die einen schöpfen aus dem Vollen, andere gehen mit Bedacht vor.

FRANZISKA EGLI



Verziert mit roten Girlanden: das Radisson Blu St. Gallen.



Ein heute wieder sehr beliebter Baumschmuck: gläserne Vögel.

blick der Illumination mit Glühwein und Marroni beizuwohnen.

Zurückhaltende Weihnachtsdeko im Kunst-affinen «Castell Zuoz»

Längst nicht in jedem Haus wird beim Thema Weihnachten so viel Einsatz gezeigt und Beachtung gezollt: Während im Hotel Seeburg speziell grosszügig mit der Weihnachtsbeleuchtung umgegangen und damit «wie eine zusätzliche Saison geschaffen wird», wie Vonaesch sagt, geht man etwa im Hotel Castell Zuoz zurückhaltend damit um. «Eine üppige

Weihnachtsdekoration, das passt nicht zu unserem Hotel», findet Melanie Auf der Maur, Direktorin des 4-Sterne-Superior-Hauses. Sie spricht von einem «weihnächtlichen Touch», den die Floristin dem Kunst- und Architektur-affinen Haus verliehen hat: Ein Tannengest mit roten Kugeln in der Lobby, Tannenzweige auf dem Kamin bei der Bar, und pünktlich auf Heiligabend wird ein Weihnachtsbaum das Restaurant schmücken. Sie hätten, so Auf der Maur, die Deko auf die öffentlichen Räume beschränkt.

Je stärker die Ausrichtung eines Hauses ist, desto bedachter wird die Weihnachtsdekoration ausgewählt. «Ohne geht's nicht», findet zwar Manuela Müller, Leiterin Housekeeping im Post Hotel Weggis. Aber da das Lifestyle-Hotel an



Christbaumschmuck aus dem Hause Johann Wanner.

sich schon bunt und pompös sei, hätten auch sie bunte Kugeln und Tannenzweige mit einer gewissen Zurückhaltung angebracht.

Im «Lenkerhof» dürfen die Kinder einen Weihnachtsbaum schmücken
Ein grosses, kreatives Thema ist Weihnachten dagegen im 5-Sterne-Superior-Hotel Lenkerhof alpine resort, wo die Floristin im ganzen Haus mit viel Selbstgebackenem, Gestecken und ver-



Lichtermeer: Weihnachtshotel Seeburg in Luzern.

zierten Ästen für besinnliche Stimmung sorgt. «Weihnachtliche Stimmung ist uns wichtig, schliesslich sind viele Kinder zu Gast. Für sie stellen wir eigens einen Weihnachtsbaum auf, den sie dekorieren dürfen», erzählt die Hoteldirektorin Heike Schmidt. Ebenso im Hotel Radisson Blu in St. Gallen, wo die beiden Bäume rechts und links vom Hotel mit Girlanden eingefasst sind, und über die Hausfassade macht sich ein Teppich von roten Lämpchen breit. Gerade in einem Business-Hotel sei eine besinnliche Stimmung unabdingbar, findet General Manager Dany Lützel: «Manche Gäste sind dieser Tagen nicht freiwillig weg von Zuhause, und gerade auch sie sollen sich geborgen und wohl fühlen.»

Kaffee

Coffee Innovations Award geht in die Abstimmungsrunde

Eine Fachjury hat aus einer Vielzahl von Bewerbungen und Empfehlungen 16 Produkte ausgewählt und für den Coffee Innovations Award nominiert. Beurteilt wurden die Qualität, das Design- und Gesamtkonzept sowie der Innovationsgehalt. Die Nomination erfolgte in den vier Kategorien «Verarbeitung», «Maschinen & Mühlen», «Ergänzende Produkte» und «Nachhaltigkeit». In einem Online-Abstimmungsverfahren kann man nun bis am 7. März 2012 für sein Lieblingsprodukt voten. Das Produkt mit den meisten Stimmen je Kategorie wird im März im Rahmen der Genussmesse con-gusto bekanntgegeben.

www.coffee-innovations-award.com

Winter Drink 2011: Doppelter Espresso mit Wildkirsch



In der Brennerei Fassbind in Oberarth präsentierte Freshcoffee zusammen mit dem Schweizer Barista-Meister 2010, Mathias Bühler, zum gestrigen Winteranfang eine neue Drink-Kreation. Mit dem Kaffee Wildkirsch hat Bühler ein traditionelles Schweizer Wintergetränk neu interpretiert. Als Zutaten dienen ein doppelter Espresso, Wildkirsch, Rohrzucker, Bittermandelaroma, Schlagrahm und Muskatnuss. Der Kaffee duftet laut Bühler nach Marzipan und Amaretto.

Bier

Stiär Biär muss dem roten Bullen nachgeben

Die Urner Kleinbrauerei Stiär Biär vertreibt ihre Biersorte «Äs Roots» nicht mehr mit einem roten Stier auf der Etikette. Einzig der Rand der Etikette bleibt rot, der Stier hingegen ist schwarz. Dies nachdem der Energy-Drink-Gigant Red Bull Stiär Biär mit rechtlichen Konsequenzen gedroht hat. Red Bull hat früher bereits gegen den Namen Stiär Biär interveniert. Die einzige Brauerei des Kantons Uri, dessen Wappen ein Stier schmückt, durfte ihren Namen jedoch behalten. cl



Auf 80 Quadratmetern und mit Sicht auf den Rhein bietet der neue Salon du Cigare im «Les Trois Rois» einen Ort für Geniesser.

Blick auf den Rhein erlaubt, die Seele baumeln zu lassen. Es hat mir Freude bereitet, bei der Planung und Realisierung dieses Projekts mitzuarbeiten.

Hatten Sie denn Reaktionen auf das Rauchverbot?
Das Rauchverbot ist bei vielen Gästen nicht auf gute Resonanz gestossen, die Zigarrenumsätze sind eingebrochen. Mit dem Salon du Cigare möchten wir unseren Gästen wieder einen Ort bieten, an welchem sie sich wohl fühlen und eine gute Zigarre rauchen können. Die erlesene Barkarte rundet das Angebot ab.

Sind Sie selber ein Zigarren-Aficionado?
Eine Zigarre gehört zu meinem Leben wie eine erlesene



Hotelbesitzer Thomas Straumann liebt Zigarren.

Flasche Wein oder ein gutes Essen. Sie rundet ein Erlebnis ab oder ergänzt den speziellen Augenblick.

Welche Getränke bevorzugen Sie zur Zigarre?
Am liebsten trinke ich dazu ein gutes Glas Wein.

Steht der Salon du Cigare auch externen Gästen zur Verfügung?
Auf jeden Fall. Wie in unseren Restaurants und der Hotelbar, sind auch im Salon du Cigare sowohl Hotelgäste wie auch externe Gäste willkommen.

Oase für Aficionados

Thomas Straumann, Besitzer des Hotels Les Trois Rois in Basel, hat den Salon du Cigare lanciert und geprägt. Nun ist der Rückzugsort für Geniesser offen.

SIMONE LEITNER

Thomas Straumann, gefällt Ihnen die neue Cigar Lounge im Grand Hotel Les Trois Rois? Absolut. Ich habe das Projekt im Herbst 2010 lanciert und während der gesamten Planung und Entstehung, zusammen mit dem Architekten Christian Lang, begleitet. Mir waren klare Linien, wie sie sich auch an den Zigarren wiederfinden, sowie eine warme und elegante Ambiance wichtig. Sigrid Gassmann, Innendesignerin des «House and Garden» in Hamburg, war

an der Realisierung meiner Vorstellungen massgeblich beteiligt. Der neue Salon du Cigare entspricht vollumfänglich meinen Erwartungen.

Was bedeutet Ihnen dieser Salon du Cigare?
Das Rauchverbot hat die lang gepflegte Kultur des Zigarren-genusses aus dem Grand Hotel

Les Trois Rois verbannt. Als Genussschmanker war es für mich wichtig, diese Tradition weiter zu führen. Mit seiner angenehmen Atmosphäre eignet sich der Salon du Cigare meines Erachtens sowohl als besonderer Ort der Begegnung wie auch für einen angenehmen Rückzug, der es einem bei einer guten Zigarre und dem

Neue Cigar Lounge Im Basler Hotel Les Trois Rois direkt am Rhein



Im begehbaren Humidor lagern 120 Zigarrensorten.

Das Grand Hotel Les Trois Rois hat für Zigarren-Geniesser eine Lounge gebaut. Mit Sicht auf den Rhein und die Mittlere Brücke entstand auf rund 80 Quadratmetern der in warmen Farbtönen gehaltene, elegant eingerichtete neue Salon mit Bar. Dabei wurden historische Gestaltungselemente des Hauses mit frischen Details zu einem neuen Ganzen verschmolzen. Eine transparente Unterteilung ermöglicht Rauchern und Nichtrauchern, den Salon du Cigare zu erleben.

Das Angebot im begehbaren Humidor ist gross: 120 Zigarrensorten aus Kuba und der

Dominikanischen Republik finden sich im breiten Angebot ebenso wie noch weitgehend unbekannte Sorten aus neuen Herkunftsländern.

Eine einzigartige 3D-Software ermöglicht dem Gast, sich mittels iPad oder eines in der Wand eingebauten Flachbildschirms virtuell im Humidor zu bewegen. Eine erlesene Barkarte ergänzt das Angebot: Spitzenweine im Offenaus-schank – darunter der Petit Cheval Blanc – finden sich genauso auf der Karte wie eine für die Schweiz einzigartige Auswahl an Rum, Madeira, Sherry und Portwein. sls

Smoker's Lounge Seminar- & Wellness Hotel Stoops

Das Seminar- und Wellness-hotel Stoops bietet neu seinen Gästen eine Smoker's Lounge mit Blick auf die Mythen an. «Viele unserer Wellnessgäste sind Genussmenschen. Mit einer Smoker's Lounge an bester Aussichtslage werden wir einem grossen Bedürfnis gerecht», sagt Hoteldirektor René Koch. Beim Ausbau der neuen Smoker's Lounge wurde Wert auf moderne Natürlichkeit gelegt. Regionale Handwerker setzten das Design der Innenarchitekten Mezzadri Beeler & Partner um. sls

ANZEIGE

„Ich freue mich auf die größte INTERGASTRA, die es je gab!“

GASTRO POWER

Nur für registrierte Fachbesucher

Messe Stuttgart
Mitten im Markt

11.02. – 15.02.2012 : Stuttgart

Freuen Sie sich auf über 90.000 m² Emotion, Faszination und Innovation, z.B. auf Europas größte Halle für Küchentechnik. Noch nie konnten Sie aus einer solchen Vielfalt an Themen und Spezialbereichen neue Ideen für Ihr Gastro-Business schöpfen. Klar strukturiert erwartet Sie ein umfassendes Angebot wie FOKUS HOTEL, Food Aktuell, Nightlife, Getränkefachhalle für Getränkennovationen, Rösterdorf in den Kaffeewelten usw. Dazu hochkarätige Wettbewerbe, der INTERGASTRA-Innovationspreis, ein informatives Rahmenprogramm sowie die Spezialmesse GELATISSIMO für die handwerkliche Herstellung von Speiseeis. Alles schnell und bequem mit Flugzeug, Bahn oder Auto erreichbar.

Kontakt: Handelskammer Deutschland-Schweiz, Herr Peter Burger, Tel.: +41 44 2 83 61 75, peter.burger@handelskammer-d-ch.ch www.intergasttra.de

Lange Holztische, welche zum Gespräch auch mit Unbekannten einladen. Sanft schimmerndes Kerzenlicht, an jedem Tag und auf jedem Tisch, nicht nur zur Weihnachtszeit. Eine schlichte Einrichtung aus natürlichen Materialien, warm-farbige Wände – all das verbreitet Behaglichkeit und eine Art «Wohnzimmergefühl».

Wer das Ristorante Vallocaia zum ersten Mal betritt, schaut sich leicht verwundert um. War da, an bester Zürcher Niederdorf-Lage am Hirschenplatz, nicht

«Das Lokal soll archaisch, schlicht, bescheiden wirken und an bäuerliche Traditionen erinnern.»

Rudi Bindella
Inhaber der Bindella SA

einst die berühmt-berüchtigte, verruchte und verrauchte Malatesta-Bar? Doch, sie war. Dann wurde das Lokal zum «Liguria». Und jetzt, seit wenigen Wochen, ist es als «Vallocaia» wieder aufgestanden.

«Wir wollten ein betont schlichtes, etwas bäurisches Lokal schaffen, eine Art Hommage an unser Weingut in der Toscana», erklärt Rudi Bindella, Inhaber der Bindella terra vite vita SA, zu welcher neben vielen Restaurants auch dieses gehört. Denn auf dem Weingut Vallocaia unweit des mittelalterlichen Städtchens Montepulciano in der Toscana betreiben die Bindella-Unternehmungen seit bald 30 Jahren einen eigenen Weinbau.

An das Weingut Vallocaia angelehnt hat sich denn auch die Dekoration des neuen Zürcher Lokals. Statt der von den anderen Bindella-Restaurants her vertrauten Kunstwerke und Gemälden schmücken hier Fotos mit Porträts der Mitarbeitenden und Aufnahmen aus den Rebbergen die Wände. Auf den Regalen stehen Weinflaschen und liebevoll gesammelte Gegenstände vom Weingut. In eine Wand hatte Pia Schmid, welche den Umbau architektonisch begleitete, originale Fossilien aus dem Rebgarten «Fossilupaia» eingelegt. Jeder der Holztische trägt den Namen einer Weinlage, und man sitzt auf eleganten Freischwinger-Stühlen, die eigens im Nachbarort Pienza angefertigt wurden.

Die Vallocaia-Weine bestimmen natürlich die Weinkarte: Der



Aus der einstigen verrauchten «Malatesta-Bar» im Zürcher Niederdorf wurde das helle toscanische Ristorante Vallocaia.

Bilder zvg

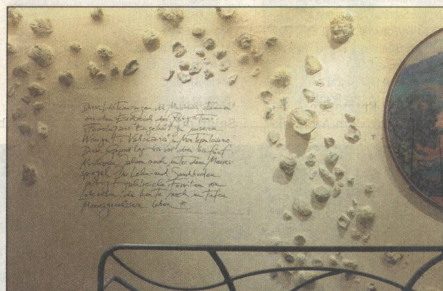
Toscana. In Zürich.

Weine vom eigenen toscanischen Weingut, dazu eine einfache, landestypische Küche: Das neueste Bindella-Restaurant in Zürich heisst und ist «Vallocaia».

ELSBETH HOBMEIER



Die Freischwingerstühle von Biagiotti in Pienza.



Die originalen Fossilien an der Wand stammen aus dem Boden des Bindella-Rebgras in der Toscana.

Ristorante Amalfi Südlandisches im Zürcher Seefeld

Seit diesem Herbst gehört auch das Ristorante Amalfi im Zürcher Seefeld zu den Betrieben der Bindella-Gastronomie. Es ist – der Name sagt es – von der italienischen, Unesco-geschützten Amalfiküste südlich von Napoli geprägt. Dies beeinflusst auch die Speisekarte mit authentischen Spezialitäten der Campagna und von Süditalien. Da gibt es einen lauwarmen Meeresfrüchtesalat oder fein aufgeschnittenen

Thunfisch zur Vorpeise, dann Spaghetti alle Vongole, Polpo vom Grill und Costoletta di vitello al forno. Dazu trinkt man südliche Weine aus der Region rund um Amalfi.

Ein spezielles, fast schon bezauberndes Ambiente schaffen die rund 70 ausgestellten Skulpturen des Bildhauers Rolf Brem im «Amalfi» trifft man unvermutet auf eine Hommage an das grosse, facettenreiche Lebenswerk dieses Künstlers. eho

weisse Gemella und die roten Fossilupaia, Quadri, Antenata, Vallocaia und Vito Nobile di Montepulciano werden offen ausgeschrieben, ältere Jahrgänge sind als Flaschenweine zu bestellen. Zum Dessert gibt's einen Süsswein oder einen Grappa – ebenfalls direkt vom Gut.

Die Küche ist preiswert und bietet typisch ländlich-toscanische Gerichte von Salumi, Antipasti und Suppen zu handgefertigten «Pici» (Nudeln), Brato oder Costata alla fiorentina vom berühmten Chianina-Rind. Das Lokal umfasst im Innern 60 Plätze und ist täglich durchgehend von 11.30 bis 0.30 Uhr geöffnet.



Skulpturen des Künstlers Rolf Brem im Ristorante Amalfi.

Auszeichnung

Zwei Betriebe erhalten Bio-Gütesiegel

Das Restaurant Kreuzen in Rüttenen und das Gasthaus Meinradsbühl in Einsiedeln werden mit dem Gastro-Label «Gout Mieux» ausgezeichnet. Damit sind sie verpflichtet, ihren Gästen ein Mindestangebot an biologischen Speisen und Getränken anzubieten. Weitere Voraussetzungen zum Erhalt des Labels sind die Verwendung von umwelt- und tiergerechten Produkten sowie eine frische, saisongerechte Küche. «Gout-Mieux»-Betriebe werden regelmässig von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle kontrolliert.

www.goutmieux.ch

Weihnachten

800 Kerzen schwimmen auf der Limmat



zvg

Zürich Tourismus lädt heute Donnerstag um 18 Uhr zum **Lichterschwimmen** ein. 800 Kerzen bestückte Styropor-Schiffchen werden beim Stadthaus auf eine schaukelnde Reise auf der Limmat geschickt. Hergestellt wurden die Schiffchen von den Schülerinnen und Schülern des Schulhauses Balgrist. Mit dem traditionellen Anlass, der bereits zum 49. Mal durchgeführt wird, bedankt sich die Tourismus-Organisation bei der Zürcher Bevölkerung für ihre Gastfreundschaft. Am Weinplatz wünscht sie bei Punsch und Züritirgeln allen frohe Festtage.

Der grösste Adventskranz der Welt



zvg

In Saas-Fee gibt es eine neue Attraktion: den mit einem Durchmesser von 10,4 Metern weltgrößten Natur-**Adventskranz**. Noch bis am 24. Dezember besteht die Möglichkeit, an einem Wettbewerb um das schönste Foto vom Adventskranz teilzunehmen. Als Preis winkt ein Wochenende in Saas-Fee. Der Kranz reiht sich in den, von Saas-Fee lancierten, Online-Adventskalender ein. Hinter dessen Türen versteckt sich täglich ein spezielles Angebot für Gäste und Einheimische.

Beauty

Schönheits-OP im Grand Resort Bad Ragaz

Das medizinische Kompetenzzentrum des Grand Resorts Bad Ragaz hat mit Dr. med. Edith Rehl-Wolffinger ab sofort eine erfahrene Spezialistin der plastischen Chirurgie in seinen Reihen. Damit schafft das Fünf-Sterne-Resort eine Alternative zu herkömmlichen Kliniken. Die Gäste des Grand Resorts können sich ganz auf die persönliche Ästhetik konzentrieren und nach der Behandlung schnell und stressfrei regenerieren. cla

Österreichische Gastfreundschaft



Bilder zvg

Andrea Zimmermann und Johann Knapp im «Hofwiesen».

Die Zürcher Gastronomin Andrea Zimmermann führt neben dem «Wolfbach» seit Kurzem auch das Gasthaus Hofwiesen in Zürich-Oerlikon. Mit ausschliesslich österreichischen Spezialitäten.

ELSBETH HOBMEIER

Nach einem umfassenden Umbau präsentiert sich das ehemalige Quartierrestaurant Hofwiesen in der Nachbarschaft von Hallenstadion, Messegelände und Bahnhof Oerlikon in einem neuen, modernen Kleid. Und mit

einem neuen, für Zürich einmaligen Konzept: Angeboten werden ausschliesslich klassische österreichische Spezialitäten, «serviert mit typisch österreichischer Gastfreundschaft», betont Andrea Zimmermann. Für den echten Touch sorgt Restaurantleiter Johann Knapp, der aus der Steiermark stammt und seit Langem mit Andrea Zimmermann zusammenarbeitet.

Im Gasthaus Hofwiesen gibt es kleine Schmankerln zur Vorspeise oder für den Hunger zwischendurch, danach Deftiges wie Tafelspitz mit Apfelkern, Wiener Schnitzel oder Kärtner Fleischkrapfen. Wichtig sind die berühmten Desserts: Kaiserschmarren, Topfenpalatschinken



Stilvolles, modernes Interieur in Restaurant, Bar und Fumoir.

mit Zwetschgenröster, Marillenknoedel und wie die «Möhlspeise» Verlockungen alle so heissen. Die Getränkekarte – dies ist ein Credo der weinbegeisterten Inhaberin – dürfte wohl das umfassendste Angebot an österreichischen Weinen in der Schweiz bieten. Unter den 80 Weinen fin-

den sich einige grosse Namen, aber auch Neuentdeckungen.

Das Gasthaus Hofwiesen bietet nach dem Komplettumbau ein Restaurant mit 60 Plätzen, eine Bar/Lounge sowie einen Weinkeller mit 25 Plätzen. Im Frühling sollen zudem rund 60 Sitzplätze im Garten dazukommen.

Andrea Zimmermann kann auf eine erfolgreiche gastronomische Laufbahn in Zürich zurückblicken. Sie leitete das Pulcino, die Urania Tapasbar, die Wirtschaft zum Vorderberg, den Münsterhof, die Brasserie Schiller & Goethe Bar. Und ist seit 2010 Inhaberin des Wolfbach-Monte Primero beim Schauspielhaus, das sich mit seiner spanischen Tapasküche einen Namen gemacht hat.

Wettbewerb

Die Finalisten
für «Gusto 12»
sind bekannt

Die neun Finalisten von «Gusto 12» stehen fest. Fünf Frauen und vier Männer aus dem 2. und 3. Lehrjahr als Koch, darunter erstmals ein Vertreter aus der Westschweiz, finden sich im Teilnehmerfeld. Beim Finale am 9. März 2012 in Baden müssen die Kandidaten ihr einge-reichtes Menü vor der Jury zubereiten. Organisiert wird «Gusto 12» von Howeg, unter dem Patronat des Schweizer Kochverbandes.

Digital

Vinum-App:
Alles über den
Champagner

Pünktlich zu den Festtagen gibt es für alle Liebhaber von Champagner kostenlos die brandneue Vinum-App «Champagner». Der Ratgeber bietet folgende Features: Benotungen der Jahrgänge 1996 bis 2006, Suchfunktionen nach verschiedenen Kriterien, Vorschläge für passende Speisen, Kurzportraits bedeutender Champagner-häuser, und Bezugsquellen. cla



Die beiden Freunde Uli Hoeness und Alfons Schuhbeck.

Schuhbeck für McDonald's

Der Münchner Sterne- und TV-Koch kreiert für McDonald's zwei Burger. Mit seinem Fast-Food-Engagement schafft er sich nicht nur Freunde.

SIMONE LEITNER

Der Münchner Spitzenkoch Alfons Schuhbeck polarisiert. Er lässt die Herzen der Fast-Food-Anhänger höherschlagen, bringt aber auch das Blut einiger Kritiker in Wallung. Grund der Freude und der Kritik: der TV-Koch kreiert für McDonald's Burger. «Schuhbecks Apfel-Chicken» und «Schuhbecks Feines Zweierlei» heissen seine beiden Produkte. Jüngst bereitete er vor zahlreichen Fans erstmals die Highlights der diesjährigen

«McDonald's Hüttengaudi» zu. Alfons Schuhbeck und Uli Hoeness stellten in München gemeinsam die neuen Burger vor. Schuhbecks Freund Uli Hoeness liefert die Rostbratwürste, mit denen «Schuhbecks Feines Zweierlei» sowie der beliebte «Nürnberg» – der für die Dauer der diesjährigen Hüttengaudi sein Comeback erlebt – belegt sind. «Vor allem mit meinen Saucen habe ich den Burgern das gewisse Etwas verliehen», sagte Alfons Schuhbeck bei der Präsentation. «Die Gäste von McDonald's dürfen sich auf ausgefallene Kreationen freuen.»

Schuhbeck bringt Ingwer, Vanille und Chili zu McDonald's

Und so macht Schuhbeck aus frischen Zutaten Sterne-Burger: «Schuhbecks Apfel-Chicken» kombiniert Hähnchenfleisch mit einer Apfel-Ingwer-Sauce, und

«Schuhbecks Feines Zweierlei» bringt Rindfleisch mit drei original Nürnberger Rostbratwürsten und einer Tomaten-Chili-Vanille-Sauce zusammen.

Blogger kritisieren das Engagement des Spitzenkochs

Weniger euphorisch wird diese Aktion von Blog-Schreibern beurteilt. «Hüttengaudi oder Verrat am guten Geschmack?», titelt etwa ein deutsches Branchen-Portal und gibt an, der Grund für Schuhbecks Fast-Food-Engagement zu kennen: Eine satte sechsstellige Summe habe der Sterne-koch für den Spot, den er mit dem Präsidenten des FC Bayern München Uli Hoeness drehte, kassiert. Vergleichbare Burger-Aktionen gab es auch in Italien und Österreich. «Momentan ist in der Schweiz keine solche Zusammenarbeit geplant», teilt McDonald's Schweiz mit.

Impressum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung
für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondée 1892

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung
aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung
fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressort-
leitung dolce vita); Alexandre Caldaraca
(Ressortleitung cahier français); Laetitia
Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler
Berger/tl; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef
Verding/kv; Sabrina Glanzmann/sag.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Woll/rwo (CD)
Korrektur: Paul le Grand.
Volantärin: Carole Laueny/cra
Online Redaktion: Melanie Roth/rom.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Natalie Allesch, Beatrice Gertschen.

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninse: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzügen: Emanuel Müller,
Michael Müller.
hoteljob.ch; Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.

Auflage: WEMF-Beglaubigt 20011, verkaufte
Auflage: 9476, Gratisauflage: 811.

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

Abonnement: 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 docu-
ments envoyés sans concertation préalable.

Liebe Leserinnen, liebe Leser
Liebe Inserenten, liebe Kunden

Für Ihre Treue und das Vertrauen, welches Sie unserer Fachzeitung im vergangenen
Jahr entgegengebracht haben, danken wir Ihnen sehr.

Auch im kommenden Jahr haben wir wieder viel vor und freuen uns darauf,
weiterhin auf Ihre Unterstützung zählen zu dürfen.

Wir wünschen Ihnen schöne Festtage und alles Gute im neuen Jahr.
Redaktion und Verlag



Bewegter Markt für Top-Weine

Eigentlich ist er kein Buch, sondern eine Liste. Und dennoch ist der Vinfox – auch im Zeitalter des Internets – für Sommeliers, Weinhändler und -freunde unentbehrlich.

ELSBETH HOBMEIER

Vinfox, der umfassende Wein-Einkaufsführer, ist soeben in der 16. Auflage erschienen. Die Ausgabe 2012 scheint dicker denn je – sie listet 123 000 Angebote für rund 35 000 Weine im Schweizer Markt auf. Auflisten ist das Stichwort: Der Vinfox ist kein

Regionen der Welt zu finden. Mehr als 95 Prozent der in der Schweiz erhältlichen Weine sind aufgeführt, zudem werden die Bewertungen von Parker, Wine-spectator, Gabriel & Co. zitiert.

Dank den Recherchen der Vinfox-Herausgeber Boris Markov und Lukas Knecht lässt sich die Preisentwicklung im Weinmarkt Schweiz detailliert nachverfolgen. Das Resultat erstaunt: Rund ein Viertel der in der Schweiz angebotenen Weine sind in den letzten zwölf Monaten billiger geworden. Rund 8500 der erfassten Weine kosten Ende 2011 7 Prozent weniger als noch vor Jahresfrist. Besonders bei Überseeweinen, etwa aus Australien und Argentinien, ist der Preisnachlass noch deutlich höher. Zwei Beispiele: Die australische Yellow-Label-Linie von Wolf Blass ist 30 Prozent günstiger geworden, 20 Prozent weniger kosten heuer die Rioja-Gewächse von Martinez Bujanda (Conde de Valdemar).

Es ist eindeutig: Der starke Franken hat Bewegung in den Schweizer Weinmarkt gebracht. Viele Bordeaux wurden günstiger. Und trendige Gewächse aus Österreich, wie der Gabarizza von Gernot Heinrich oder Markowitschs Cuvée Rosenberg, haben um 10 bis 15 Prozent nachgelassen. Gestiegen sind einzig die Preise, aber gleichzeitig auch die Vielfalt der Schweizer Gewächse. «Swissness ist beim Weingenuss ganz offensichtlich in», analysiert Vinfox-Mitherausgeber Lukas Knecht.



Weinbuch mit klugen Texten und schönen Fotos, sondern ein Nachschlagewerk, das dem Weinkenner und -liebhaber hilft, die beste, nächste oder günstigste Bezugsadresse für die Weine aller



35 000 Weine sind im Vinfox 2012 aufgelistet. Er ist für Fr. 139.– auf book.vinfox.com erhältlich.

Neue Bücher

Leichtes für Models, Wild für Jäger, Marktfisches für Bauern und vieles mehr. Jonathan Heyer fotografierte die Gerichte und Gäste in passender Umgebung.

Christoph Bürge, **Aufgetischt**, AT Verlag, 144 Seiten, Fr. 58.–



Ein Hobbykoch richtet für Experten an

Christoph Bürge liess seine Rezepte von Menschen testen, die wissen, wie es schmecken muss. Er kochte italienisch für Nonnas,

63 Hauben-Lokale, sowie die besten Weingüter der Region.

Karl und Martina Hohenlohe, **Gault Millau Südtirol 2012**, Verlagsgastalt Athesia, 92 Seiten, ca. Fr. 10.–

Ein kulinarischer Streifzug durch das Land

Der freie Journalist Martin Jenni stellt in «Eine Runde Schweiz» 52 Beizen aus 26 Kantonen vor. Die Beiz als Heimat, Oase und Refugium von Patrons mit Bodenhaftung, die Gastfreundschaft aus Freude am Beruf vorleben. Zu

den Portraits gesellen sich diverse Adressen, die dem Leser sagen, wo er was einkaufen und für ein Wochenende oder länger die Seele baumeln lassen kann.

Martin Jenni, **Eine Runde Schweiz**, Werd Verlag, 188 Seiten, Fr. 34.90



Kompass für die Schweizer Whisky-Szene

Der jährlich erscheinende Whisky Guide Schweiz porträtiert die besten Whisky-Bars und -Fachgeschäfte der Schweiz. Die vierte Ausgabe ist wiederum ein handliches Nachschlagewerk für den richtigen Genuss von Whisky. cla

Christian H. Rosenberg, **Whisky Guide Schweiz 2012**, Medienbotschaft Verlag & Events, 204 Seiten, Fr. 19.–

Alle Bücher online kaufen auf:
www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Event

Tschuggen Gourmet Tour mit zehn Sternen

Vom 12. bis 15. Januar 2012 findet im Grand Hotel Tschuggen in Arosa die jährliche Tschuggen Gourmet Tour statt. Dieter Müller und vier mehrfach ausgezeichnete Gastköche aus Deutschland kochen zusammen mit Uwe Seegert, dem Chefkoch des Hauses. Insgesamt treffen dabei zehn Michelin-Sterne zusammen. Am Samstagabend können die Gäste an der Kitchenparty die Gourmetköche in Aktion erleben und verschiedene kulinarische Köstlichkeiten direkt am Herd probieren.

News

Power-Brötchen für den Schweizer Radsport



zvg

Die auf Tiefkühlbackwaren spezialisierte Romer's Hausbäckerei und Swiss Cycling, der nationale Radsport-Dachverband, sind eine Partnerschaft eingegangen. Die Bäckerei beliefert den Verband mit einem leicht bekömmlichen, aber Energie spendenden Imbiss. Das Brötchen mit dem Namen **Fit Hit** ist mit zwei Füllungen verfügbar: Birnbrot und Dörraprikosen. Im Gegenzug integriert Swiss Cycling die Marke Romer's Hausbäckerei in seine Kommunikationsaktivitäten.

In luftiger Höhe rund um den Thunersee



zvg

Am Dienstag wurde die erste von sechs geplanten Hängebrücken des Panorama-Rundwegs Thunersee eingeweiht. Die Brücke über den Spissbach in Leissigen ist 140 Meter lang, 60 Meter hoch und ganzjährig zugänglich. Im Sommer 2012 soll die zweite **Hängebrücke**, welche sich 180 Meter über der Gummischlucht von Aeschlen nach Sigriswil befindet und eine Länge von 340 Metern aufweist, eröffnet werden. Der Panorama-Rundweg Thunersee soll dereinst in 56 Kilometern und mit Blick auf das Alpenpanorama rund um den Thunersee führen. Alle Brücken sind rollstuhlgängig. cla

www.brueckenweg.ch

ANZEIGE

HESSER

Unternehmensberatung

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

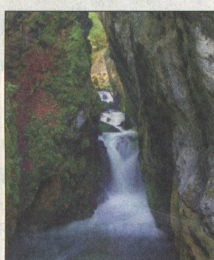
Poststrasse 2, PF 413
8808 Pfärfikon SZ
055 410 15 57
hesser@bluewin.ch

Wasserfälle: Die natürlichen Duschen

Der Giessenfall in Dietschwil im Kanton St. Gallen ist die schönste Naturdusche der Schweiz. Er setzte sich bei einer Online-Abstimmung gegen 150 andere Wasserfälle durch.

CAROLE LAUENER

Der Sanitärspezialist Hansgrohe hat diesen Sommer alle Wanderer, Naturfreunde und Entdecker auf-

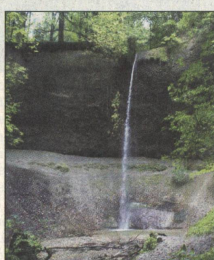


Bilder zvg

Wassertreppe in der Areuse-Schlucht im Neuenburger Jura.

gerufen, die schönste Naturdusche der Schweiz zu finden. Mit Erfolg: Rund 150 Bilder von imposanten Wasserfällen wurden auf www.aquavia.ch hochgeladen und von mehr als 1500 Usern bewertet. Mit 337 Stimmen gewann der Giessenfall in Dietschwil im Kanton St. Gallen. Auf den zweiten Platz schaffte es mit 240 Klicks eine Naturdusche im Verzascatal im Tessin, gefolgt von einem Wasserfall in Lenk im Kanton Bern (204 Stimmen).

Sandra Woerner, Leiterin Marketing von Hansgrohe Schweiz, freut sich über die rege Beteiligung am Online-Wettbewerb.



Das Siegerbild: Der Giessenfall im Kanton St. Gallen.

Hansgrohe will mit dem Projekt Aquavia auf das Thema Wasser als wertvolle Ressource aufmerksam machen und gleichzeitig einen Link zu den eigenen Produkten schaffen. Eine Dusche unter der Raindance-Brause von Hansgrohe soll sich wie ein Regenguss oder eben wie eine Naturdusche anfühlen. Der weltweit tätige Sanitärspezialist setzt sich zudem für nachhaltige Duschen und Bäder ein. Mit Eco-Smart wurde eine Technologie entwickelt, mit der sich die Durchflussmenge bei Brausen und Armaturen ohne Komfortverlust um bis zu 60 Prozent reduzieren lässt.

**Gesucht:
Lieferanten**

**Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch**



**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

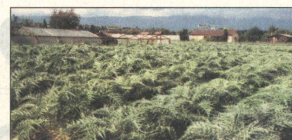
cahier français

htr hotel revue No 51/52 / 22 décembre



Valais

Portrait de la nouvelle structure de promotion: Champéry Tourisme S.A.
page 20



Gastronomie

Les «Chroniques gourmandes» de Maxime Pietri garanties avec cardon.
page 29

La tendance est au last minute, aussi en station. Après avoir un peu tardé, les réservations sont finalement tombées. Les hôtels sont confiants et prêts à accueillir les touristes.

LAETITIA BONGARD

Les flocons ont fini par tomber en quantité ce week-end dans les Alpes, les Préalpes et le Jura. Les réservations sont arrivées plus tardivement, le manque de neige n'ayant certainement pas été pour rien dans ce retard. Plus de peur que de mal: les stations que nous avons sondées se montrent optimistes et confiantes. Le taux d'occupation des hôtels correspond au niveau des années précédentes. La plupart affichent pratiquement complet durant les fêtes de fin d'année.

Une clientèle d'habitues pour les fêtes de fin d'année

«Ce n'est généralement pas la période des fêtes qui pose problème, mais davantage les semaines suivantes, entre Noël et les vacances d'hiver scolaires», fait remarquer Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme. La station fait état d'un taux d'occupation de 95% la première semaine et de 99% la semaine suivante. A Charmey, dans les Préalpes fribourgeoises, «les trois hôtels de la station sont également pratiquement complets», indique Jean-Pierre Thürler, président de Charmey tourisme.

«Les fêtes de fin d'année attirent principalement des habitués. Le manque de neige n'a donc pas eu un énorme impact sur les réservations», relativise Claudio Casanova, directeur du Grand Hôtel du Golf & Palace à Crans-Montana. Et de poursuivre: «Les chutes de neige vont en revanche donner



Les récentes chutes de neige devraient surtout dynamiser les réservations pour les prochains mois.

Le pouvoir de l'or blanc

un coup de fouet aux réservations des mois de janvier et février.»

La tendance étant de plus en plus au last minute, il est plus difficile d'établir des prévisions pour la suite de la saison. Le mois de janvier semble généralement un peu plus creux, car moins concerné par les vacances d'hiver scolaires. Les hôtels s'arrangent donc pour organiser des séminaires et des conférences et les stations des manifestations.

Des stations mieux préparées pour affronter l'hiver

L'absence de neige dans toute l'Europe, conjuguée à l'effet du franc fort, n'a pas joué en faveur des réservations. Assez logiquement, les stations comme Nendaz avec une forte proportion de clientèle étrangère (70%) en ressentent davantage les effets. «Le

moyen et le bas de gamme s'en sortent généralement mieux que les établissements haut de gamme, qui connaissent une légère baisse», remarque Sébastien Epiney. Une observation que confirme le président de Charmey Tourisme: «En tant que petite station régionale, nous sommes moins tributaires du franc fort. D'ailleurs personne n'a joué sur les prix, en tout cas pas de manière officielle.»

Confrontées à un hiver difficile l'année dernière, les stations semblent avoir tiré les leçons et s'être préparées en conséquence. Laysin propose un forfait regroupant le logement, le ski, la piscine, la patinoire et le toboggan park. «Cette offre est un succès. Déjà 180 personnes l'ont adoptée», indique Pierre-Alain Morard, directeur de Laysin Tourisme. Nendaz propose des bons de consommation

en fonction du nombre de nuitées.

Outre les promotions proposées par les magasins de sport et les agences immobilières, Verbier s'est doté d'un nouveau système de réservation en ligne. «Nous espérons ainsi faciliter la préparation des séjours et favoriser la venue de nos visiteurs», explique Yan Baczkowski, directeur de Verbier St-Bernard Tourisme.

Quant aux hôtels, ils essaient également d'éviter d'intervenir sur les prix. «Nous ne proposons



«Les hôtels dépendent beaucoup du positionnement des stations.»

Philippe Thuner
Association romande des hôteliers

pas d'offres particulières, mais avons anticipé au moment de fixer nos tarifs pour la saison 2011-2012», informe Oस्पел Youri, directeur adjoint de l'Hôtel Cailler à Charmey.

Penser aux non-skieurs

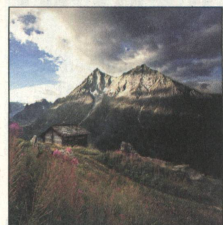
Le Grand Hôtel du Golf & Palace à Crans-Montana préfère nettement proposer une plus-value au client.

«Baisser les prix remet en cause notre crédibilité. Sans compter que cela peut prendre plusieurs années avant de pouvoir atteindre le niveau anté-

rieur», estime son directeur Claudio Casanova, qui a toutefois accepté de participer à l'action de la station «33 carats», valable qu'en basse saison.

Si la neige demeure un facteur décisif pour les amateurs de glisse, on constate une diminution constante du nombre de skieurs. Un phénomène qui peut également représenter une chance pour les stations. Pour Philippe Thuner, président de l'Association romande des hôteliers, «les hôtels dépendent beaucoup du positionnement des stations. Ils ne peuvent guère faire plus que d'attirer de nouveaux clients. Il incombe en revanche aux partenaires touristiques de proposer une offre parallèle variée». Une offre pour satisfaire un public venu profiter de l'air de la montagne, avec ou sans neige.

Camouflet politique pour enjeu touristique



Le Val d'Hérens reste très attractif pour les touristes.

Les citoyens des communes du Val d'Hérens ont rejeté très largement le projet de Parc naturel régional. Pas de quoi pourtant s'alarmer pour la structure Hérens Tourisme, selon les observateurs.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

A une écrasante majorité (environ 60% des voix pour une participation de près de 80%) les citoyens des communes du Val d'Hérens (Sud) ont rejeté le projet de Parc naturel régional Val d'Hérens. Malgré l'engagement des présidents de commune et des offices du tourisme, seules deux communes, Vex et Mont-Noble l'ont accepté.

Une forme de camouflet donc pour les autorités en place et qui, selon elles, pourrait ne pas aller sans mal pour la structure Hérens Tourisme mise en place en 2010 par l'Association des communes.

En effet, les deux structures étaient liées budgétairement. 200 000 francs pourraient manquer à la destination Val d'Hérens.

«Faux problème!» rétorquent les opposants d'hier, qui voient dans ce «plébiscite» la victoire éclatante de l'esprit des lieux face à une «conspiration écolo-fédéraliste». Un fin observateur et connaisseur de la région confirme. Pour lui, s'il est incontestable que l'Association des communes de la vallée et, par là, la structure Hérens Tourisme, devront certainement «réduire la voilure», il faut

peut-être savoir «poser les questions autrement, redéfinir des priorités thématiques et non plus sur des bases générales par trop partisanses.»

Or, réduire «la voilure» implique peut-être ne pas consacrer un poste à plein temps au projet, par exemple, mais plutôt de travailler avec de plus petites structures volontaires, concernées. Alors que le projet de Parc naturel régional Hérens a pu sembler ne s'articuler qu'autour de la possibilité d'obtenir les subventions promises par la Confédération à ce style de pro-

jet. Un écueil que les responsables des divers programmes européens Interreg connaissent bien, eux qui, depuis quelques années déjà, ont décidé de ne plus subventionner que des projets et non plus, des frais de fonctionnement.

Sur cette base, Hérens Tourisme a «de belles cartes à jouer», estime encore notre spécialiste. Avec des produits existants, d'autres à créer et malgré les menaces de certaines communes de quitter la structure pour rejoindre celle, un peu démesurée à l'échelle hérensarde, des Quatre- Vallées.

En bref

Genève
Un retour sur les bancs d'école

L'Ecole hôtelière de Genève organise des portes ouvertes le mercredi 18 janvier. Le programme prévoit un retour sur les bancs de l'école avec des mini-cours de dix minutes. Des rencontres avec les partenaires hôteliers du Four Seasons et du groupe Starling Hotels. Un atelier coup de feu va se dérouler au restaurant Vieux-Bois et la résidence hôtelière pourra se visiter.

Vaud
Des idées folles à l'Ecole hôtelière de Lausanne

Alain D. Bollat

L'Ecole hôtelière de Lausanne organise le 16 janvier à partir de 15 heures le premier Tedx. Un événement qui veut réunir des idées dans le domaine neuro-informatique, des sciences du goût, du design informatique, des créations de jeux vidéos, du «storytelling» et de l'anthropologie de l'hospitalité. Cent personnes peuvent y participer. aca

Champéry près du soleil

Champéry a réorganisé son tourisme. Ce nouveau mode de travail doit contribuer à renforcer la marque «Portes du Soleil».

MIROSLAW HALABA

Chablais Tourisme ayant cessé son activité cet automne, Champéry, station située sur le côté helvétique des Portes du Soleil, se devait de retrouver une organisation chargée de la promouvoir. La solution s'est concrétisée sous la forme d'une société anonyme: Champéry Tourisme SA. Un modèle qui a déjà fait ses preuves à Nendaz. «Nous avons regroupé sous cette entité tous les intérêts touristiques de la station», indique Eric Liechti, son directeur depuis le 1er novembre.

Active depuis cette date aussi, la société comprend cinq groupes d'actionnaires, à savoir la commune, la société de développement avec l'office du tourisme, la société des remontées mécaniques, ainsi que l'association des

hébergeurs et celle des commerçants et artisans. Avec le personnel de l'office du tourisme et l'intégration, l'an prochain, du personnel commercial du centre sportif Le Palladium, elle comptera une quinzaine de collaborateurs. Son financement? Les recettes des taxes touristiques et les fonds mis à disposition par les partenaires. «Nous avons maintenant une gouvernance touristique, ce qui constitue une modification essentielle par rapport à la situation précédente», explique Eric Liechti. Si l'une de ses activités sera, dans un premier temps, de fédérer

les acteurs locaux, c'est pour renforcer à terme la marque des Portes du Soleil. «Tant du côté suisse que du côté français, il y a une volonté de travailler de plus en plus sous cette marque commune». Pour préparer le terrain, il s'agira notamment pour les partenaires helvétiques d'intensifier la collaboration entre Champéry et les stations du Val d'Ille, de Morgins et de Torgon.

Pour Eric Liechti, 48 ans, qui avait été durant treize ans directeur de l'Office du tourisme des

Diablerets, les motivations d'occuper cette fonction à Champéry sont nombreuses. «J'avais besoin d'un nouveau challenge», explique-t-il. Il a ensuite été séduit par les conditions cadres de cette destination: la gouvernance, l'excellence du produit avec un domaine skiable relié de 650 km, son positionnement «clair» - ski en hiver, VTT en été -, et l'événementiel particulièrement marqué.

«Nous avons une gouvernance touristique, c'est une modification essentielle.»

Eric Liechti
Directeur de Champéry Tourisme

vient d'apprendre qu'elle peut remettre cela en 2014. Dans la foulée, elle a été désignée pour être, durant trois ans, le «Centre européen de curling». Cette désignation lui permettra d'accueillir des nations qui souhaitent progresser dans ce sport comme la France, l'Espagne, le Portugal ou des pays de l'Europe de l'Est. La station a aussi fait parler d'elle en mettant son pied, cette année, les Championnats du monde de VTT. Des points forts qui ne doivent cependant pas occulter certaines fai-



Champéry a constitué une société anonyme pour retrouver une forme de promotion touristique dynamique.

bleses. «Nous ne sommes pas assez connus», note Eric Liechti. Il y en a une autre: la capacité hôtelière. Moins de sept cents lits hôteliers pour quelque trois mille lits en résidences secondaires. C'est dire que l'on attend beau-

coup du projet de 290 lits en appart'hôtel prévu au centre du village. «Ce projet est avancé. On espère qu'il se concrétisera en 2014 ou 2015», déclare encore le directeur de Champéry Tourisme.

actuel – pour vous forger une opinion

10 semaines pour 29 francs

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

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

htr **hotel revue**



Toutes les chambres du Mandarin Oriental Genève ont fait l'objet de légères rénovations pour un total de 7 millions de francs.

Le Mandarin mute

Depuis son ouverture à Genève en 2000, le Mandarin Oriental a investi 60 millions dans des rénovations. Dernière étape en 2012, avec la construction d'une piscine et d'un spa.

LAETITIA BONGARD

Le Mandarin Oriental Genève est sur le point d'entamer la dernière phase de ses travaux de rénovations: les prochains mois seront consacrés à la rénovation

du 6^e étage et à la construction d'une piscine et espace spa de 1200 m². L'investissement devrait atteindre les 20 millions de francs.

Des chambres nouvellement décorées et équipées high-tech

La piscine se situera sur le toit du garage et l'espace fitness et spa dans l'aile Saint-Gervais. Quant au 6^e étage, il verra la création de 30 unités, dont la moitié de suites junior, deux suites et une suite présidentielle. L'architecte d'intérieur Sybille de Margerie, de l'agence SM Design, a été chargée de la décoration. C'est elle également qui a agencé les chambres du Mandarin Oriental de Paris, ouvert fin juin.

Ces travaux suivent la planification prévue au moment de l'implantation du groupe asiatique dans la cité de Calvin. Des inves-

tissements répartis sur douze ans, à raison de 5 millions de francs par an en moyenne. «Il ne

s'agit pas que de rénovations sexy, mais aussi de travaux de maintenance, comme le chauffa-

«Préserver l'authenticité propre à chaque lieu»

Figure de proue du groupe hôtelier, le Mandarin Oriental de Hong Kong est dirigé depuis 2009 par le Suisse Jonas Schuermann. Rencontre lors de son récent passage à Genève.

Jonas Schuermann, que représente le marché suisse pour votre hôtel à Hong Kong?
Avec 3500 nuitées en 2011, la Suisse a été la clientèle européenne la plus nombreuse

après l'Angleterre. Cela s'explique par l'essor des relations commerciales entre les deux pays.

Quels sont les impacts des décisions prises à Hong Kong pour les autres établissements?
Nos décisions ne sont pas prises au hasard. Les directeurs de tous les hôtels se rencontrent chaque

Jonas Schuermann
Mandarin Oriental Hong Kong.

ge ou l'air conditionné», indique Marco Torriani, directeur de l'établissement cinq étoiles.

Depuis son installation à Genève en 2000, le Mandarin Oriental a notamment consacré 8 millions de francs à la rénovation du 7^e étage, avec l'aménagement de sept suites. 16 millions ont également été engagés pour la modernisation du rez-de-chaussée, que ce soit les deux restaurants (dont le «Rasoi», étoilé Michelin) ou le bar. Cette année, la plupart des chambres ont été légèrement améliorées, accordant une place importante à la technologie ainsi qu'à un mobilier plus confortable. Un peu plus d'un étage subira encore le même genre de rénovations cette année. L'investissement est estimé pour l'heure à 6 millions de francs.

Le moment idéal pour investir et innover

L'année 2012 verra s'accomplir la stratégie de positionnement de l'hôtel en vue de rejoindre les meilleurs cinq étoiles de Suisse. Mais Marco Torriani garde la tête froide: «Rien n'est jamais terminé dans un hôtel. Cette période de crise est un bon moment pour accomplir des travaux: une période où l'hôtelier doit particulièrement faire preuve d'innovation.» Cette année, l'hôtel a vu son taux d'occupation reculer d'environ 5%, un résultat qui correspond à la moyenne genevoise, selon le directeur.

A l'image de Genève, le groupe Mandarin Oriental poursuit son expansion. Il ouvrira en 2012 son septième établissement en Europe, à Milan.

année afin de développer des idées. Nous proposons un standard puis les hôtels sont libres de s'adapter en fonction de leur lieu d'implantation.

Comment exportez-vous les valeurs asiatiques chères au groupe du Mandarin Oriental en Europe par exemple?
Le service, l'hospitalité et le respect du travail sont des valeurs qui manquent parfois en Europe. Nous encourageons donc les échanges afin de parfaire les compétences du personnel.

En bref

International

La stratégie du Club Med porte ses fruits

Le Club Med annonce en cette fin d'année un chiffre d'affaires en hausse (pour la première fois depuis quatre ans), retour aux bénéfices (2 millions d'euro, contre une perte de 14 millions en 2010). Le titre boursier figurait parmi les hausses de la Bourse de Paris en fin de semaine dernière. Le repositionnement sur le haut de gamme voulu par le PDG Henri Giscard d'Estaing semble porter ses fruits dans un environnement international compliqué.

Neuchâtel

Le Petit Hôtel de Chaumont revit



Le Petit Hôtel de Chaumont, sur les hauteurs de Neuchâtel vient d'être inauguré. Entièrement rénové après plus d'une année de travaux et environ deux millions de francs investis, l'hôtel compte désormais cinq chambres. Le Petit Hôtel était fermé depuis 2008 et avait été acheté à la Ville en 2010 par Marc Lenggenhager qui déclare à «L'Express»: «Il s'agit d'un coup de cœur, pas d'un placement.» Le Grand Hôtel est toujours fermé.

Valais et Vaud

Un guide réunit 12 stations à prix doux

Sur le même principe que le Passeport Gourmand, un Winter Pass vient de sortir. Il réunit 12 stations de ski des Alpes vaudoises et valaisannes. Vendu au prix de 35 francs, ce guide permet à son détenteur de bénéficier de 50% sur les forfaits de ski des stations concernées. Il propose également d'autres offres complémentaires (hôtels par exemple). Ce guide, dont le nombre est limité, est vendu dans les magasins de sport en plaine ou peut être commandé en ligne.

Fribourg

La salle Equilibre accueille l'Office du tourisme



Inaugurée lundi, la salle de spectacle Equilibre à Fribourg abrite désormais les locaux de l'Office du tourisme (billetterie y compris) ainsi que le Service culturel de la ville, situés jusqu'ici à côté de la gare. Le nouveau bâtiment, situé aux Grand-Places, aura nécessité un budget de plus de 40 millions de francs et 11 ans de travaux, du lancement du concours, remporté par l'architecte zurichois Jean-Pierre Dürig, à sa construction.

Santé-hôtellerie: un mariage réussi

Un projet - né dans le Chablais vaudois - prouve que blouses blanches et investisseurs peuvent faire bon ménage.

CLAUDE JENNY

C'est à Rennaz (VD) que va être érigé, d'ici 2016, le premier mini-CHUV comme hôpital unique pour toute la Riviera et les Cha-

blais vaudois et valaisan. Une zone qui sera l'un des pôles les plus fréquentés de l'Est vaudois. Et donc jouer d'une attractivité automatique.

Et voilà la porte ouverte à la réalisation de tout ce qui peut être complémentaire à un hôpital. Par exemple un hôtel, susceptible d'accueillir des patients en traitement ambulatoire, des proches, des visiteurs. Mais aussi une résidence hôtelière pour héberger, notamment, le flux des

stagiaires qui viendront effectuer un volet de formation sur le site hospitalier. Ou encore un centre de soins qui regroupera de nombreux praticiens de la santé ainsi qu'un pavillon de restauration et des commerces.

Ce mariage santé-hôtellerie a germé dans le cerveau d'un éminent neurologue franco-tunisien, le Dr Rachid Manal, qui, comme d'autres, le groupe Boas par exemple, a saisi toute la portée économique de ce concubinage.

Il a créé une société, Swiss Healthcare Investment & Services SA, dont «la mission est d'investir et de promouvoir des projets immobiliers en relation avec le domaine de la santé, du bien-être et de l'hébergement», relate le Valaisan Raymond Coquoz, l'un des deux mandataires helvétiques, qui se déclare convaincu de l'excellence de ce projet, le premier de ce promoteur sur sol helvétique. Une réalisation qui se fera en deux étapes sur

la parcelle de 13000 m² occupée par le motel et le camping de Rennaz, qui disparaîtront, et dont la société exploitante, appartenant à la famille Boulard depuis trois décennies, sera transférée au nouvel investisseur.

Le chantier de la première étape (la construction de l'hôtel de 120 chambres 2 étoiles+) pourrait démarrer l'année prochaine déjà et l'entier d'une injection financière de l'ordre de 30 millions de francs au total.

Belle vitrine pour Crans

La 11^e édition du Cristal Festival s'est tenue ce mois-ci et pour la troisième année consécutive sur le Haut-Plateau. Cet événement aura généré en 2011 entre 2500 et 3000 nuitées.

CATHY VERCAUTEREN

Cette année le Cristal Festival aura accueilli plus de 1000 personnes venues de 35 pays. En 10 ans, cet événement qui rassemble des professionnels des médias, de la publicité et du marketing, a connu une augmentation de fréquentation telle qu'il est devenu le rendez-vous incontournable du monde de la communication en Europe.

Outre les retombées économiques directes générées par les nuitées hôtelières, la fréquentation

dans les restaurants et commerces, le Cristal Festival crédibilise et booste la notoriété internationale de Crans-Montana. C'est l'avis de Philippe Rubod directeur de Crans-Montana Tourisme. Et de préciser: «La notoriété de ce festival sert parfaitement la stratégie de CMT et la vision des 6 communes du Haut-Plateau qui souhaitent conforter la montée en puissance de la destination et de la marque Crans-

Montana sur la scène internationale.» L'ambition de ce festival? Valoriser la création publicitaire et offrir un panorama exhaustif aux travers notamment de compétitions créatives, le tout dans le cadre convivial que peut offrir la montagne et autour d'échanges riches et conviviaux.

Pourquoi ce festival a pris racine à Crans-Montana depuis trois ans? «La direction du festival a testé 11 stations de ski avant de

choisir Crans-Montana pour le déroulement de ce rendez-vous annuel», déclare Pascal Vuistiner, coordinateur Communication Suisse.

Si ce festival réunit autant de professionnels c'est aussi certainement en raison de la qualité exceptionnelle dans le choix des conférenciers. Cette année le festival a eu l'honneur d'accueillir des conférenciers de renommée mondiale telles que Jimmy Wales, fondateur de Wikipedia, Peter Tortorici pionnier de «l'émersion» du Branded Entertainment and Content» ou encore Jacques Séguéla ou Patrick Poivre d'Arvor.

En bref

Valais**Une avalanche perturbe un télésiège à Anzère**

Le télésiège de la Combe d'Hermence situé sur le domaine skiable d'Anzère a été endommagé par une avalanche dans la nuit entre dimanche et lundi. Président de la Société des Remontées mécaniques Raphaël Bétrisey déclare au Nouvelliste: «Les abondantes chutes de neige vont nous permettre d'ouvrir d'autres secteurs. Nous allons aussi revoir nos tarifs à la baisse.» aca

Vaud**L'initiative «Sauver Lavaux» validée par le TF**

L'initiative de Franz Weber «Sauver Lavaux 3» a été validée par le Tribunal fédéral. Il a annulé un veto de la Cour constitutionnelle vaudoise, qui avait jugé ce texte contraire au droit fédéral. Les Vaudois se prononceront, probablement en 2012, sur ce texte qui vise à renforcer la protection du site inscrit depuis 2007 au patrimoine mondial de l'Unesco. lb



La Suisse peut être intéressante pour les cinéastes.

Alain D. Boillet

La Suisse, lieu de tournage

L'élection du nouveau conseil de «Film Location Switzerland» en mars prochain représente une étape décisive aux yeux du directeur Urban Frye.

SIMONE LEITNER

L'institution «Film Location Switzerland» est en phase de réorganisation. L'ancien conseil a approuvé à l'unanimité la tenue d'une assemblée générale extraordinaire en mars 2012. «Puis, un nouveau conseil, dynamique et combatif, pourra alors être élu», a déclaré Urban Frye, directeur de «Film Location Switzerland».

Une organisation qui regroupe les intérêts du tourisme

La Suisse doit renforcer son statut de lieu de tournage et mieux le vendre à l'étranger. Pour cela, Urban Frye a besoin de partenaires indépendants. Depuis son arrivée en août dernier, il a convaincu des membres du conseil qui soutiennent le projet.

Avec Suisse Tourisme, les destinations régionales, CinéSuisse, Swissfilms, la Confédération et l'Office fédéral de la culture, Présence suisse ou la SSR, Urban Frye entend regrouper les intérêts du tourisme, le marketing des destinations et l'industrie cinématographique dans une organisation performante. Un projet qui ne s'est jamais avéré simple dans le passé.

L'organisation existe depuis plusieurs années, mais n'a jamais été capable d'une percée couronnée de succès. Parmi les raisons évoquées: trop peu d'argent, trop peu d'activités.

La Suisse ne peut pas compter que sur la beauté de ses paysages

Urban Frye est conscient que la Suisse ne peut pas compter que sur la beauté de ses paysages, mais doit être en mesure de proposer des offres lucratives aux producteurs et cinéastes étrangers. Il entend par là d'importants avantages de toutes natures. La concurrence est particulièrement forte et, surtout, généreuse. Que ce soient nos voisins autrichiens ou des pays lointains comme Singapour, nos concurrents subventionnent transports et séjours sur une grande échelle. Pour Urban Frye, la situation de départ est difficile, «parce que, sur les mar-

chés cinématographiques internationaux tels que Cannes, Berlin, Toronto et Bombay, je peux certes offrir les beautés de la Suisse, mais aucuns des avantages communément admis.»

Une académie à Andermatt avec des sociétés de télévision

Quoi qu'il en soit, la Suisse est intéressante pour les cinéastes: début décembre des étudiants de l'Entertainment Master Class, une formation créée par des professionnels du cinéma et de la télévision pour des professionnels, a réuni un vivier de talents internationaux pour la première fois à Andermatt. Les plus grandes sociétés de télévision du monde entier se sont unies pour cette académie. Urban Frye, qui a également dirigé l'association de soutien du Film Location Lucerne, relève l'importance de cet événement à Andermatt.

Les quelque 30 talents choisis seront formés dans diverses destinations. Après Berlin, Toronto, Le Cap, ils sont maintenant à Andermatt. Cette collaboration est une vraie aubaine pour la Suisse, explique Urban Frye. «Andermatt a parfaitement convaincu en tant que site de production potentiel.»

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

Chères lectrices, chers lecteurs
Chers annonceurs, chers clients

Tous nos remerciements pour votre fidélité et la confiance accordée à notre journal tout au long de l'année qui s'achève.

Nous vous avons déjà préparé beaucoup de surprises pour 2012, et nous espérons bénéficier de votre soutien l'année prochaine encore.

D'ores et déjà nous vous adressons tous nos vœux à l'occasion des fêtes de fin d'année, et bien sûr beaucoup de joie et de succès pour l'an nouveau.

Rédaction et édition





Maxime Pietri écrit de la tribu des farcis qu'ils font partie d'un été gourmand grâce à leur harmonie colorée.

Taquiner le goujon

Les «Chroniques gourmandes» de Maxime Pietri font l'éloge du produit. L'auteur raconte dans une langue érudite et drôle son amour de la cuisine.

ALEXANDRE CALDARA

Commençons par la fin: «Nous croyons que les adolescents et les jeunes adultes se sentent plus libres d'aller vers de nouveaux horizons gourmands.» Alors que Chroniques gourmandes de Maxime Pietri nous guide plus vers la faim ou l'appétit: «Les farcis font partie des gloires d'un été gourmand. Pour l'harmonie colorée, courgettes rondes et vertes, poivrons de toutes les couleurs, tomates de Marmande et aubergines blanches.» Les chroniques rédigées pour le journal «Le Temps» de l'auteur d'origine corse vivant à Genève, réunies ici en volume permettent de déguster des manies, des

goûts, des aversions pour tout ce qui tourne autour de l'estomac et de la ronde des saisons. Mais surtout, et c'est là son originalité, les écrits de Maxime Pietri se distinguent par leurs obsessions pour le goût de la langue française et un humour piquant. La combinaison des deux donne cela pour définir la recette «L'embrouille des œufs brouillés» à l'aide du dictionnaire de l'argot:

Il use du Littré de 1877 pour y dénicher une définition d'escabécher. Dans sa préface la librairie Catherine Tymen évoque une quête du goût et du sens pleine de sensualité et de bonhomie.

Il dénonce la grandiloquence qui accompagne le foie gras Mais son érudition fait aussi place à de la légèreté lorsqu'il évoque la bière de mars: «Dite

aussi bière de printemps, elle devance le retour des hirondelles et, depuis dix siècles avec sa mousse fine et dense, ses petites bulles et sa couleur dorée, elle fait le bonheur des amateurs éclairés.» Pas de snobisme non plus chez Pietri, bien au contraire. Il dénonce la grandiloquence qui accompagne le foie gras sur les grandes tables, cela lui pompe l'air. «Bof, la chose n'est jamais qu'un régal des pay-

sans du sud-ouest de la France, devenu un vide-gousset pour mangeurs citadins.» Ou de vattendardise extrême face aux fourneaux, il avoue volontiers utiliser le micro-ondes ou certaines pâtes industrielles à pizzas. Par contre il dénonce sans détour la malbouffe qu'il qualifie de pensée alimentaire unique et de déshumanisation de la table.

L'oseille, la lotte et le coing présentés de façon originale

Ses chroniques proposent un défilé de produits et de manières de les apprêter, de les définir mé-

«Dite aussi bière de printemps, elle devance le retour des hirondelles.»

Maxime Pietri
Auteur de «Chroniques gourmandes»

ticuleusement. Sous sa plume, l'oseille devient une bête riche en acide oxalique. La lotte une grande dame dont la tête n'est pas plus présentable que celle du fantôme de l'opéra. Le coing le seul fruit immangeable cru à moins d'avoir une denture de caïman. Le livre est tout sauf un défilé de grands noms de chefs. Quand il en cite un c'est lié à une émotion: «Le mycologue cuisinier Daniel Ficht nous a mis sous le nez une vinaigrette d'éperviers qui nous a cloué le bec.» La version orientale de la salade d'oranges de Girardet décroche selon Pietri la médaille d'or du genre car les zestes, taillés en fines juliennes puis blanchis, sont confits avec cognac à l'orange et grenadine. Mais surtout, les quartiers d'orange passent dans un sirop chaud sans trop cuire. On lit, on lie avec gourmandise le bolet qu'il faut amener à la confesse du fourneau.

Maxime Pietri, Chroniques gourmandes, Edition Zoé, 176 pages, 27 francs
www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

La petite cuisine de l'édition se préoccupe toujours des grands chefs, les apparences sont trompeuses

L'avenir des livres de cuisine en partenariat avec des chefs en Suisse romande est-il sombre? Difficile à dire en tout cas

«Un livre de gastronomie demande un gros engagement de la part des chefs.»

Pierre-Marcel Favre
Editeur

Montagné cette année. Il était en compétition avec celui de la

famille Ravet à Vuillens-le-Château chez le même éditeur. Pourtant Pierre-Marcel Favre ne s'alarme pas, «ce sont les hasards de l'édition». Celui qui sort cinquante livres par année dans des domaines très variés estime qu'une dizaine de chefs en Suisse romande pourraient sans problème faire leur entrée dans la collection, même s'ils n'appartiennent pas au monde très

restreint des grands toqués du Michelin. «Il est vrai que cela leur demande un gros engagement de travailler sur un ouvrage de ce type et que plusieurs cuisiniers ont choisi de mettre l'accent sur autre chose», commente l'éditeur.

Pierre-Marcel Favre avoue être en discussion avancée avec plusieurs d'entre-eux ainsi qu'avec des chefs français. L'éditeur vaudois ne semble pas très menacé par la concurrence sur ce marché. Seul Crea Guide collection semble très actif sur la gastronomie romande, mais dans un créneau différent. aca

Pêle-mêle

De beaux grains à Intergastra

Le salon Intergastra se déroulera du 11 au 15 février 2012. Cette année le café sera à l'honneur des régions productrices aussi bien que des petits ateliers de torréfaction qui seront présents. Les visiteurs auront l'occasion de déguster les mêmes grains mais préparés de plusieurs manières différentes. «Aujourd'hui la qualité du grain et de la préparation est plus importante. La restauration et l'hôtellerie possèdent un potentiel de développement important dans ce domaine», estime Thomas Leeb, spécialiste en cafés de Munich.

De «l'évasion» critique et artistique

Le Centre Fri-Art de Fribourg offre de «L'évasion», titre de l'exposition de Pierre Arduvin. L'artiste questionne beaucoup de symboles du monde du tourisme et du voyage en dressant une tente de camping au milieu de l'espace d'exposition et en nommant la pièce «J'entends, j'entends». Il évoque aussi en vrac les rêves calibrés avec des plages et des palmiers, les histoires d'amour qui finissent mal, les émissions de télévisions et les poissons rouges. Une bonne dose de dérision critique se référant au philosophe Guy Debord. aca

www.fri-art.ch

Un pass gratuit dans la vallée d'Anniviers



ltd

Anniviers Tourisme vient de présenter son pass destiné aux touristes pendant la période estivale. Il se nomme «Anniviers Liberté». Originalité: un pass gratuit et valable indépendamment du type d'hébergement. Ce nouveau produit qui coûte environ 620 000 francs sera financé par une augmentation de la taxe de séjour sur toute la vallée. Le pass sera valable du jour d'arrivée au jour de départ pour les personnes qui ne restent qu'une nuit. Quatre stations et quinze villages accueilleront les hôtes sous une même bannière. L'offre comprend entre autres les télésièges et les piscines. aca

ANNONCE

MA CHANCE Banque WIR

LE SUPPORT DES PME PAR EXCELLENCE

Le système WIR - une idée géniale

www.banquewir.ch
Tél. 0848 947 948



«En rentrant de Russie, il faut toujours un sas de remise en ordre des idées.»

Georges Nivat Professeur à l'Université de Genève



Le travail du vigneron, une des facettes valorisée par le calendrier de l'association vaudoise Clos, Domaines et Châteaux.

Photos Nicolas Lieber/ldd

premiers Iers grands crus vaudois dûment agréés avant la dégustation probatoire du millésime 2011, au printemps prochain. On sait seulement qu'en 2011, 167 544 litres de chasselas, répartis entre Vinzel (mais pas le Château), Mont-sur-Rolle (en majorité), Féchy, Chardonne, Villeneuve et Yverne, sont candidats au sommet de la pyramide des appellations vaudoises... constituées de 76% de vins satisfaisant aux normes de grands crus.

Premiers grands crus: que du chasselas

Plusieurs membres de Clos, Domaines et Châteaux devraient se hisser au plus haut niveau, selon André Fuchs. Des chasselas exclusivement, puisqu'aucun rouge vaudois, pinot noir ou gamay, n'a été accepté jusqu'ici. De fait, une bonne partie des 70 vins portant la collette rouge de Clos, Domaines et Châteaux sont des chasselas. Et l'association sera présente, l'été prochain, dans le Chablais vaudois, à l'occasion de la tenue du premier concours Mondial du Chasselas, dont les dégustations devraient avoir lieu en mai et la proclamation des résultats le premier week-end de juillet 2012. L'an prochain aussi on saura quels sont les domaines autres que vaudois prêts à rejoindre l'association, pour mieux coller à son slogan, «la noblesse des vins suisses».

www.c-d-c.ch

Le calendrier du Clos

Présidée par André Fuchs, directeur de Schenk SA à Rolle, l'association Clos, Domaines et Châteaux, exclusivement vaudoise jusqu'ici, devrait connaître une riche année prochaine.

PIERRE THOMAS

Cela tombe bien: l'association Clos, Domaines et Châteaux publie un calendrier illustré des (belles) photos de Nicolas Lieber, sur les joies et les peines des 25 domaines membre de cette association au fil de l'année viticole. A sa fondation, l'association avait dit vouloir mettre l'accent sur l'œnotourisme... La tenue de son assemblée au Château de Vinzel, une demeure patricienne datant du 17^{ème} siècle et actuellement en réfection, n'annonçait pas de projet dans ce sens. La bâtisse, appartenant à la famille Schenk, accueillera des appartements privés. Pas plus que la dégustation «verti-

cale» de six millésimes de 1978 à 2010. Du vin blanc de ce domaine de 8,4 ha, planté en écrasante majorité en chasselas (à l'exception de 6000 m² de merlot dont le millésime 2009 est le premier à être mis sur le marché par Obriet SA, à Vevey, membre de la holding Schenk), ne signifiait l'entrée du Château de Vinzel dans le club très fermé des Iers grands crus vaudois.

Une liste sera dévoilée au printemps prochain

En effet, le domaine n'a pas déposé de dossier auprès de la commission vaudoise «ad hoc». Celle-ci ne révélera pas la liste des



Le Château de Vinzel, demeure patricienne et grand cru.

Etudiants de l'EIT en service

Expérience unique pour 14 étudiants de l'EIT Lausanne: établir un projet d'occupation de la place d'armes de Bure hors des périodes d'occupation par l'armée.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Quatorze étudiants de l'Ecole internationale de tourisme de Lausanne (EIT) ont investi la place d'armes de Bure, dans le canton du Jura, le temps d'une semaine. Pour cela, ils étaient mandatés par la société Ruag Defence, en charge de la gestion et de la maintenance des installations. Leur mandat: optimiser l'occupation des lieux hors des périodes «militaires» (soit environ 5% du temps). «Notre travail a commencé déjà bien en amont», explique Myriam Loulid, chargée de la

communication du groupe qui, sous la coordination d'un chef de projet lui aussi étudiant, avait été scindé en trois.

Durant l'été, un travail intensif a déjà été consacré au management avant l'étude du cas particulier, en classe tout d'abord pour terminer par cette immersion dans ce monde militaire et la remise du travail.

La formation en tourisme liée à la gestion de projet

Au final, le cahier des charges a abouti à la création de douze outils sectoriels de conduite du projet: hébergement, traiteur, accessibilité et a été remis au mandant le 17 décembre avec à la clé la certification internationale de management de projet IPMA.

C'est la deuxième fois qu'un tel partenariat s'établit entre Ruag et l'EIT, sur la base d'un contrat win-win, la société ne prenant en charge que les frais effectifs de l'opération (mise à disposition de locaux, repas, frais de déplacement, etc.). On voit bien là toute

l'interaction qui peut exister entre une formation en tourisme et la conduite de projet, en matière de gestion dans le cas présent, mais également en matière d'événementiel.

Ce qui réjouit Véronique Hermandat, directrice de l'EIT pour la Suisse romande: «La formation que nous produisons touche à tous les secteurs de l'économie, et cela à tous les niveaux et partout». Pour preuve d'anciens élèves en poste disséminés en Europe.

Des étudiants peu enclins à aller voir ailleurs

La directrice regrette cependant une «certaine» frilosité des élèves au sortir de l'école, qui souvent se cantonnent à des postes de proximité sans se soucier d'aller «voir ailleurs», se fier à d'autres expériences.

Gageons pourtant que les quatorze participants à cette dernière opération sauront faire valoir leur formation de Gestionnaire en tourisme ES.

Un nouveau directeur pour STC

Michael Maeder (photo) vient d'être nommé nouveau directeur de Switzerland Travel Centre AG. Il assumera la responsabilité opérationnelle à partir du 15 février 2012. Il succédera à Rainer Blaser, qui quitte l'entreprise pour re-



ldd

ver un nouveau défi. Titulaire d'un diplôme d'expert en tourisme, il dispose d'une large expérience du secteur. Il a travaillé pendant plusieurs années à l'étranger: depuis deux ans, il occupe le poste de Managing Director chez Suisse Tourisme, à Mumbai et dirige l'ensemble des activités en Inde. aca

Les gens

La meilleure défenseur du tourisme en 2011

Barbara Schmid-Federer, conseillère nationale PDC, a été élue meilleure défenseur du tourisme en 2011 par hotelleriesuisse. La Zurichoise a suivi absolument toutes les recommandations de vote de l'association faitière sur les sujets considérés importants pour la branche. Cette distinction a été remise pour la troisième fois, à l'occasion du dîner politique annuel d'hotelleriesuisse organisé au



ldd

Schweizerhof à Berne. En 2010, cette récompense avait été décernée au conseiller national valaisain PDC Christophe Darbellay.

Charmey Tourisme cherche un directeur

Jean-Pierre Repond (photo), directeur de l'office du tourisme de Charmey, prendra sa retraite



ldd

anticipée fin juin prochain. En arrêt maladie depuis le printemps dernier, il a décidé de ne pas revenir aux affaires. La décision a été acceptée par le conseil d'administration de Charmey Tourisme Services (CTS), présidé par Jean-Pierre Thürler. Engagé dans le tourisme depuis 30 ans, Jean-Pierre Repond occupait le poste de directeur depuis 1990. Le nom de son successeur n'est pas encore connu. lb

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Schweiz
Le principal marché de l'emploi

Erste Ausgabe 2012
erscheint am Do. 5. Januar 2012
Anzeigenschluss: Fr. 30. 12. 2011, 12.00 Uhr

htr hotel revue Nr. 51/52 / 22. Dezember 2011



Aktuell über 750 Hotel- und
Gastronomiejobs in der
Schweiz.

Besuchen Sie
WWW.HOTEL-CAREER.CH

Mein Karriereziel.

Ich könnte mir vorstellen, ein Day Spa oder den Wellnessbereich in
einem Luxushotel zu leiten. Mit dem Besuch der folgenden Weiter-
bildung eigne ich mir das Wissen und die Kompetenzen an.

LEHRGANG | SPA MANAGEMENT

Mehr Infos: www.swisswellnessacademy.ch

swiss wellness academy
c/o Simon Keller AG | Lysachstr. 83 | 3400 Burgdorf
T 034 420 08 25 | info@swisswellnessacademy.ch

swiss wellness academy
Simon Keller



Weiterbildung aktuell

Unser Weiterbildungsangebot
finden Sie hier:
[www.hoteleriesuisse.ch/
weiterbildung](http://www.hoteleriesuisse.ch/weiterbildung)



Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....	2
Direktion/Kader.....	3
Tourismus.....	2
Deutsche Schweiz.....	2
Suisse romande.....	-
Svizzera italiana.....	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi.....	-
Immobilien.....	6

Marketing

Haben Sie sich
schon einmal
Gedanken darüber
gemacht, wie Ihre
Website im Zeitalter
der aktuellen
Internet-Revolution
funktioniert?

<http://www.>



Internet fürs Ohr



MAG. IVANA TZSCHOPPE
SALES STRATEGIC SOLUTIONS
MATERNA SCHWEIZ AG
[IVANA.TZSCHOPPE@
MATERNA.COM](mailto:IVANA.TZSCHOPPE@MATERNA.COM)

Kunden informieren sich über einen
Hotelaufenthalt zunächst über verschie-
dene Empfehlungsseiten. Geht es dann
aber um längere Urlaubsaufenthalte,
landet der Kunde letztendlich doch auf
der eigentlichen Hotel-Website und
möchte sich das Hotel im Detail an-
schauen. Ist dann Ihre Hotel-Website auf
diesen Besuch optimal vorbereitet? Holt
Ihre Website in diesem entscheidenden
Moment den Kunden optimal ab? Löst
Ihre Website auf den ersten Blick Emo-
tionen aus, so dass der Kunde neugierig
wird und mehr möchte? Lässt Ihre Web-
site den Besucher Ihr Hotel erleben?

Die Marketing-Manager stehen heute
in der Hotellerie immer mehr unter
Druck und die tagtäglichen Themen, mit
denen sie sich beschäftigen, heissen

Social Media, SEO/SEM Optimierung,
usw. Die eigentliche Website des Hotels,
ihre Response- und Conversion-Fähig-
keit rücken somit immer mehr in den
Vordergrund, die Attraktivität und die
Ausgestaltung hingegen werden oft ent-
sprechend vernachlässigt. Die Websites
wirken langweilig, hören nicht zu und
versagen im Moment der eigentlichen
«Kaufentscheidung». Der Mensch verrät
uns aber mit seinem Klickverhalten in
diesem Augenblick alles, man muss nur
richtig zuhören und reagieren.

Neuromarketing

Was sich im Kopf des Kunden beim
Besuch der Website abspielt, ist vorerst
nicht direkt beobachtbar. Die Neuomar-
keting-Wissenschaft beschäftigt sich ge-

nu mit diesen nicht direkt beobach-
baren Prozessen und sucht nach dem so
genannten «Kaufknopf» im Kopf des
Kunden. Die neuesten Erkenntnisse aus
dem Bereich Neuromarketing geben uns
die Möglichkeit, diese bei der Entwick-
lung von modernen Website-Konzepten
zu berücksichtigen.

Die emotionale Aktivierung des Kun-
den muss bei einer modernen Website
unbedingt in den Vordergrund rücken.
Dies sehr wohl in der textuellen Ausge-
staltung der Website, als auch durch den
Einsatz von interaktiven Rich-Media-In-
halten, die exakt auf die Bedürfnisse des
Kunden reagieren, den Kunden an der
Hand nehmen, ihn begleiten und ihm
die für ihn und nur für ihn relevanten In-
formationen vermitteln. Statische Web-

sites strengen den Nutzer an, lange kom-
plizierte Texte stressen den Kunden.
Websites, bei denen der Kunde direkt
und problemlos interagieren kann, ma-
ximieren die Response und Conversion.

Voice Flash

Die Interaktion muss heute nicht nur
per Mausklick erfolgen, sondern ist auch
per Sprache möglich. Diese Sprach-
steuerung bietet den maximalen Grad
der natürlichen Kommunikation an. Die
neueste Technologie in diesem Bereich
heisst Voice Flash. Dabei geht es darum,
dass nicht nur der Moderator mit dem
User interagiert, sondern auch der User
mit dem Moderator, indem er mit ihm
ganz normal wie im wirklichen Leben
ein Gespräch führt.

Gesucht: Bistrotisch

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hoteleriesuisse

Das Intensivseminar

Der Barkurs
Cooles Drinks heiss geliebt

Termine Blockkurs
Start Frühling: 7. 05. 2012, Start Sommer: 27. 05. 2011, Start Herbst: 12. 11. 2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrouisse.ch

Das Intensivseminar

NEU
Der Schweizer Bier-Sommelier
Bier entdecken, verkosten und erfolgreich verkaufen

Termine berufsbegleitend
Start Frühling: Mittwoch, 25. April 2012
Start Herbst: Mittwoch, 12. September 2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrouisse.ch

Das Intensivseminar

Der Rezeptionskurs
Professioneller Gästempfang im Hotel

Termine berufsbegleitend
Start Frühling: Mittwoch, 25. April 2012
Start Herbst: Dienstag, 10. Oktober 2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrouisse.ch

Hotel & Gastro formation

Planen Sie Ihre Karriere mit uns

Wir führen Sie zu eidgenössischen Fachausweisen und Diplomen

• **Lehrgang auf die Berufsprüfungen für**
Beginn April 2012 – Chefkoch/-köchin
Beginn Februar 2012 – Bereichsleiter/in Restauration
Beginn Februar 2012 – Bereichsleiter/in Hotellerie-Hauswirtschaft
Beginn Januar 2012 – Chef de Réception

• **Lehrgang auf die Höheren Fachprüfungen für**
Beginn Juni 2012 – Küchenchef/in
– Leiter/in Restauration
– Leiter/in Hotellerie-Hauswirtschaft
– Leiter/in Gemeinschaftsgastronomie

Profitieren Sie von Vergünstigungen durch den Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe.

Ausbildungskurse für Berufsbildner/in (Lehrmeisterkurse)
4 x jährlich: Januar, Juni, September, Oktober

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

Hotel & Gastro formation | Eichstrasse 20 | 6353 Weggis
Telefon +41 (0)41 392 77 09 | Fax +41 (0)41 392 77 70
hbb@hotelgastro.ch | www.hotelgastro.ch

Das Intensivseminar

Der Weinberater
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

Termine berufsbegleitend
Start Frühling: Montag, 12. März 2012
Start Herbst: Montag, 1. Oktober 2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrouisse.ch

Tourismus

Kanada/Ontario – Sommer 2012 – Juni bis September
gesucht in abgelegenes Buschresort – CH-Führung

Hotelfachangestellte sowie Koch/Köchin
Schweizer Jugendaustausch
Bist du Allrounder/in, unter 30, mit abgeschl. Berufslehre, flexibel, kreativ, selbst. Arbeiten gewöhnt und offen für Neues? Englischkenntnis von Vorteil!
Wir freuen uns auf deine handschriftliche Bewerbung:
Barbara & Martin Seelhofer
Gasterweg 1, 8730 Uznach

Deutsche Schweiz

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Japanischen Spezialitätenkoch und/oder Sushikoch

mit japanischer Kochausbildung sowie mehrjähriger Erfahrung. Von Vorteil sind gute Kenntnisse in der jeweils anderen Disziplin. Unser Restaurant befindet sich in der Stadt Zürich.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre 18395-7805 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Das Intensivseminar

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.gastrouisse.ch

Zur Unterstützung in ein kleines Team suchen wir **per sofort**

einen Jungkoch m/w

Du bist sauberes, selbstständiges und exaktes Arbeiten gewohnt.

Einsatzfreudig und belastbar behältst du in hektischen Situationen den Überblick.

Bist im Alter von 20 bis 35 Jahren und Schweizer.

Hast eine abgeschlossene Lehre als Koch mit gesammelter Berufserfahrung.

Dann erwartet dich eine Stelle mit viel Eigenverantwortung mitten im Ski- und Wandergebiet.

Kost und Logis im Hause, geregelte Arbeits- und Freizeit.

Wir freuen uns auf deinen Anruf oder deine schriftliche Bewerbung.

Familie Rubli-Reichmuth
Hotel Passhöhe
Postfach 35
8843 Oberberg
Tel. 041 811 20 49
www.ibergerregg.ch

HOTEL BÄREN

RESTAURANT
ATELIER • BAR • VINOTHEK

Der geniale Job in einem tollen Team!
Das einzigartige Design-Hotel-Restaurant, zentral gelegen, zwischen BS u. ZH, sucht per sofort, bzw. ab August

JUNGKoch (m/w)

Schriftliche Bewerbung mit Foto an:
P. Hemmelmayer, Hotel Bären 5242 Birr
www.baeren-birr.ch

BIRR AG / Autobahnkreuz Birmfeld

Herzlich willkommen im Äusseren Stand!
Wir suchen ab anfangs Februar in Jahresanstellung folgende ausgewiesene Fachleute:

Küche:
CHEF DE PARTIE

Ihre Leidenschaft als Koch, die Sie in den letzten Jahren nach der Lehre schon erfolgreich in guten Häusern einsetzen konnten, möchten Sie in einem vielseitigen Stadt-Restaurant weiterführen und perfektionieren. Unsere Küchenchefin, Conny Stucki Hesseler und ihr kleines Team wünschen sich ein tolles Mitglied, das den Kochberuf genau so liebt und lebt wie sie selber.

Service:
RESTAURATIONSFACHFRAU/-MANN

Als ausgewiesene Fachperson, die die Lehre in einem führenden Hotel-Restaurant absolvierte, finden Sie bei uns eine abwechslungsreiche Stelle in einem der führenden Häuser der Bundesstadt. Tranchieren, filetieren, flambieren ist für Sie eine Freude wie das Empfehlen und Gästepflegen. Zur Abwechslung werden unsere Servicemitarbeitenden in Früh-, Mittel- und Spätdienst eingesetzt.

Der Äussere Stand ist am Sonntag geschlossen.

Interessentinnen und Interessenten bitten wir um schriftliche Bewerbung mit Foto und handschriftlichem Begleitbrief. Besten Dank.

RESTAURANT ZUM ÄUSSEREN STAND
Gerhard Liechti, Inhaber
Zeughausgasse 17
3011 Bern

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: Elisabeth Hübner
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/quadrif CHF 2.10
– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10
– Kadernubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

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

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

Termine	Doppelnummer			
– Ausgabe / Numéro	Nr. 1/2012	Nr. 2/2012	Nr. 3/2012	Nr. 4/2012
– Erscheint / Parution	5. 1. 2012	12. 1. 2012	19. 1. 2012	26. 1. 2012
– Anzeigenschluss / Délai	Fr. 30. 12. 2011, 12 Uhr	9. 1. 2012	16. 1. 2012	23. 1. 2012
Anzeigenschluss / Délai	Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr		Liegenschaften-Rubriken / immobilier-rubrique Fr / Ve 12 Uhr	
Doppelnummern Numéros couplés	Nr. 28/29 / 12. 7. 2012	Nr. 30/31 / 26. 7. 2012	Nr. 51/52 / 20. 12. 2012	
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: 12 000 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.

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	Job-Code
Leiter/in Seminar, Hotel & Gastronomie	Region Bern	138060
Geschäftsführer/in	Region Graubünden	138083
Restaurantleiter/in	Region Graubünden	138072
Geschäftsführer/Wirt/ Paar (evtl. auch zur Pacht)	Region Ostschweiz	138098
Human Resources / Marketing & Sales	Region Zentralschweiz	138216
Betriebsleiter / Betriebsleiterin	Region Zentralschweiz	138272
stv. Geschäftsführer Grosshandelsunternehmen	Region Freiburg	138095

Reception / Reservation

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Reservationsmitarbeiter/-in	Region Basel	138080
Réceptionist/-in	Region Basel	138346
Rezeptionist/-in	Region Bern	138243
Chef de réception	Region Bern	138235
Receptionistin	Region Bern	138094
Empfangsmitarbeiter	Region Bern	138089
Reservationsmitarbeiter/-in	Region Bern	138092
RéceptionistIn	Region Bern	138117
Empfangsmitarbeiter	Region Bern	138342
Receptionistin	Region Bern	138341
Rezeptionistin/Reservation	Region Bern	138184
Night Auditor	Region Bern	138116
Front Office Manager	Region Bern	138276
Rezeptionist	Region Bern	138310
Concierge	Region Bern	138336
Réceptionist	Region Bern	138340
Hotelfachmann/-frau	Region Graubünden	138129
Rezeptionist	Region Oberwallis	138314
Rezeptionist	Region Oberwallis	138242
Night Auditor	Region Oberwallis	138321
Rezeptionist/ Marketingmitarbeiter	Region Oberwallis	138275
Receptionistin	Region Ostschweiz	138250
Réceptionist SPA Empfang	Region Zentralschweiz	138188
Rooms Division Manager	Region Zentralschweiz	138337
Rezeptionist / -in	Region Zentralschweiz	138201
Reservation Agent	Region Zürich	138358
Reservierungsleiter	Region Zürich	138277
Rezeptionsmitarbeiter	Region Zürich	138357
Stv. Leitung Réception & Seminarkoordinatorin	Region Zürich	138217
Réceptionist/-in (50%)	Region Zürich	138131
Nachtportier (80-100%)	Region Zürich	138244
Night Auditor m/w - Region Zürich	Region Zürich	138313
Réceptionspraktikant/-in	Region Zürich	138327
Servicemitarbeiter	Region Zürich	138344
Assistant Front Office Manager	Region Zürich	138359
Rezeptionist/-in	Region Zürich	138333
Rezeptionist - England - Region London	International	138125
Front Office Manager	Region Freiburg	138309

Küche

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Chef de Partie Tagesstelle	Region Basel	138077
Sous-Chef Produktion	Region Basel	138078
Sous Chef Tagesstelle	Region Basel	138076
Jungkoch	Region Basel	138345
Küchenchefin / -chef	Region Basel	138123
Chef de partie Pâtisserie	Region Basel	138348
Chef de partie	Region Basel	138349
Chef de Partie	Region Bern	138090
Commis de Cuisine	Region Bern	138119
Chef Saucier	Region Bern	138120
Demi-chef de partie	Region Bern	138236
Küchenchef für Cateringunternehmen	Region Bern	138087
Sous Chef	Region Bern	138334
Chef de partie	Region Bern	138233
Küchenchef	Region Bern	138093
Chef de partie	Region Bern	138238
Demi-chef de Partie	Region Graubünden	137167
Chef pâtissier	Region Graubünden	138335
Chef de Partie Tournant	Region Graubünden	138074
Küchenchef Wintersaison	Region Ostschweiz	138099
Commis de cuisine	Region Ostschweiz	138307
Chef de Partie/ Sous Chef	Region Schaffhausen	138228

Küche

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Koch	Region Zentralschweiz	138269
Demi-chef pâtissier	Region Zentralschweiz	138317
Küchenchef	Region Zentralschweiz	138331
Sous Chef	Region Zentralschweiz	138355
Sous-chef	Region Zentralschweiz	138231
Sous-chef	Region Zentralschweiz	138316
Sous-Chef	Region Zürich	138225
Chef de partie entremetier / tournant	Region Zürich	138071
Sous-Chef	Region Zürich	138227
Küchenchef	Region Zürich	138351
Jungkoch	Region Zürich	138191
Chef de partie saucier	Region Zürich	138324
Küchenchef/-in	Region Zürich	138212
Commis de cuisine	Region Zürich	138315
Jungkoch	Region Zürich	138206
Jungkoch Gardemanger	Region Zürich	138252
Chef de Partie mit Ambitionen zum Sous-chef	Region Zürich	138219
Sous Chef	Region Zürich	138356
Commis de Cuisine	Region Zürich	138265
Demi-Chef de Partie	Region Zürich	138264
Commis de cuisine	Region Zürich	138325
Chef de partie - UK - Region Hampshire	International	138232
Commis de Cuisine - MS Columbus 2	International	138280

F&B/Catering/Events

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Purchasing Manager	Region Basel	138350
Waiter	Region Basel	138189
Event ManagerIn	Region Bern	138121
Restaurant-Leitung	Region Bern	138205
Eventkoordinator / Leiter Catering operativ	Region Bern	138088
Chef de bar	Region Mittelland (SO,AG)	138198
Stv. Chef de bar	Region Ostschweiz	138186
Einkauf & Warenkontrolle Assistant	Region Zentralschweiz	138311
Sales & Bankett Manager	Region Zürich	138208
Restaurantleiter/-in	Region Zürich	138329
Barmitarbeiter	Region Zürich	138297
Conference und Event Coordinator	Region Zürich	138312
Chef de bar	Region Zürich	138247
Conference & Event Coordinator	Region Zürich	138306
Assistant Maitre d'Hotel - MS Columbus 2	International	138283
Sous-chef	International	138112
Barkeeper - MS Columbus 2	International	138292
Bar Steward - MS Columbus 2	International	138294
Butler - MS Columbus 2	International	138295
Chef de Rang - MS Columbus 2	International	138290

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Stv. Teamleiter Bar	Region Basel	138203
Frühstücksverantwortliche/-r	Region Basel	138082
stv. Chef de Service	Region Basel	138075
Servicemitarbeiter/in 50 %	Region Basel	138190
Servicfachangestellte	Region Basel	138347
Verantwortlicher Take Away	Region Bern	138085
Chef de service	Region Bern	138240
Restaurationsfachmann	Region Bern	138274
Commis de rang	Region Bern	138273
Commis de Rang	Region Bern	138118
Servicemitarbeiter	Region Bern	138183
Asiatische Servicemitarbeiter/in	Region Bern	138278
Demi-chef de rang	Region Bern	138237
Chef de service	Region Bern	138230
Teamleader Service	Region Bern	138084
Stv. Betriebsleiterin	Region Bern	138086
Restaurantmanager	Region Bern	138096
Chef de Service	Region Bern	138091
Chef de Rang (w)	Region Graubünden	138354
Commis de rang	Region Graubünden	138338
Servicfachangestellte/r 40-60%	Region Mittelland (SO,AG)	138263
Chef de rang	Region Oberwallis	138319
Servicfachfrau	Region Oberwallis	138200
Barpraktikant/-in	Region Ostschweiz	137789

La Capriola

... bereit fürs Leben

Die Stiftung La Capriola ermöglicht jungen Menschen mit Handicap eine Chance auf Ausbildung und damit den Einstieg in die Hotellerie und Restauration. Gemeinsam mit renommierten Hotels in Davos und Luzern setzt La Capriola sein schweizweit einzigartiges Konzept der Integration in den ersten Arbeitsmarkt seit mehr als sieben Jahren erfolgreich um.

Aufgrund interner Reorganisation suchen wir ab 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung für die neu zu besetzende Stelle (100 %) eine/n

LeiterIn des Ausbildungszentrums La Capriola in Davos

Zu Ihren Aufgaben gehören...

das Führen und Fördern der Lernenden und Mitarbeitenden; das Organisieren und Koordinieren zwischen Ausbildungsbereich (Hotels), Berufsschulen und Bereich Wohnen/Freizeit; das Zusammenarbeiten mit Eltern, Erziehungsberechtigten, Verantwortlichen der IV-Stellen; das Planen und Leiten von Teamsitzungen, Standort- und Abklärungsgesprächen sowie des Blockwochenunterrichtes; das Erledigen administrativer Aufgaben.

Sie verfügen über...

eine Fachausbildung in Sozialpädagogik und wenn möglich in der Gastronomie/Hotellerie (oder entsprechende Erfahrung); mehrere Jahre Berufserfahrung; Führungs- und Sozialkompetenzen; Flexibilität, Geduld und Belastbarkeit.

Interessiert und neugierig, mehr über La Capriola zu erfahren?

Rufen Sie mich an oder schicken Sie mir Ihre Bewerbung bis am 13. Januar 2012!

Stiftung La Capriola · Marlis Saladino · Via Spinatsch 22 · 7014 Trin
Tel. 081 530 01 63 · saladino@lacapriola.ch · www.lacapriola.ch

HOTEL LAUDINELLA

KULTUR KONGRESSE FERIEN

CH-7500 St.Moritz

Unser Hotel (200 Zimmer, 6 Restaurants, 2 Bars, Kongress- und Seminarräume, Wellnessbereich, grosses Kulturangebot) ist vielseitig, kreativ und immer offen – so stellen wir uns auch unsere zukünftigen Mitarbeitenden vor.

Für unser Rezeptions-Team suchen wir, mit Eintritt per 1. März 2012 oder nach Vereinbarung, eine begeisterungsfähige, kulturinteressierte Führungspersönlichkeit.

Unseren

FRONT OFFICE MANAGER (M/W)

erwarten folgende Aufgaben:

- Verantwortung für die ganze Rezeption und Reservation
- Betreuung einer grossen Stammkundschaft sowie eines grossen Gästesegments (vom Spitzensportler über den Genossenschafter bis hin zum Seminarteilnehmer und zu Familien)
- Führung von 10 bis 12 Mitarbeitenden
- Vertragsverhandlungen mit Reiseveranstaltern, aktive Gästeakquisition
- Preisgestaltung (Yield Management)/Debitoren
- Pflege und Betreuung der verschiedensten Onlineportalen

Wir wünschen uns eine Person mit folgenden Fähigkeiten:

- Abgeschlossene Hotelfachschule
- Entsprechende Berufs- und Führungserfahrung
- Sprachkenntnisse D/I/E, weitere Sprachen von Vorteil
- PC-Kenntnisse: MS Office, Protel, Outlook
- Gepflegtes Erscheinungsbild und gute Umgangsformen
- Kunden- und qualitätsorientiert, flexibel, belastbar

Wir bieten Ihnen:

- Mitgestaltungsmöglichkeiten auf der strategischen Ebene und im Managementbereich
- Junges Kaderteam und flache Organisationsstruktur
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freuen wir uns!

Hotel Laudinella
Josy Caduff
Human Resources Manager
7500 St. Moritz
Telefon +41 (0)81 836 06 04/josy.caduff@laudinella.ch
Viel Interessantes finden Sie auch unter www.laudinella.ch

Tertianum Gruppe

Gestalten Sie unsere Zukunft mit!

Die TERTIANUM AG ist die schweizweit führende Anbieterin von residenziellen Alterswohnungen und betreibt 16 Seniorenresidenzen und 5 Seniorenzentren in der deutschen und italienischen Schweiz. Unsere TERTIANUM Residenz Im Brühl in Zürich Hönig umfasst 95 Appartements, eine integrierte Pflegeabteilung mit 21 Betten und einer betreuten Wohngruppe mit 4 Betten, eine Arztpraxis, ein Hallentherapiebad, Coiffeur und Podologie. Weiter verfügt die Residenz über ein internes Restaurant für die Residenzgäste und ein im Quartier etabliertes externes Restaurant. Rund 80 Mitarbeitende kümmern sich um das Wohl der Gäste. Im Zuge einer Nachfolgeregelung suchen wir per 1. April 2012 oder nach Vereinbarung eine/n

Direktorin / Direktor

Sie:

- positionieren Ihre Residenz als Dienstleister/in zielgruppengerecht in der breiten Öffentlichkeit, steuern die Akquisitionsprozesse und pflegen Ihr regionales Netzwerk aktiv;
- leben gerne die Rolle als Gastgeber/in;
- stellen die operative Gestaltung und Führung Ihrer Residenz auf wirtschaftliche Weise sicher und setzen mit Ihren Kadern und Mitarbeitenden die Geschäftsprozesse TERTIANUM im betrieblichen Alltag um;
- führen als Vorbild Ihre Mitarbeitenden auf ziel- und leistungsorientierte sowie fördernde Art und überprüfen laufend deren individuelles Leistungsbild;
- erstellen die Kurz- und Mittelfristplanungen, stellen das Reporting sicher und übernehmen entlang der Schnittstellen zu den Gruppen-Supporteinheiten (z.B. HRM, Rechnungswesen, Marketing) die Verantwortung für die Erledigung der administrativen Aufgaben.

Verfügen Sie über eine qualifizierte Ausbildung vorzugsweise in der Hotellerie und haben Sie sich im Management oder in der Führung einer Altersseinrichtung weitergebildet? Haben Sie während mindestens fünf Jahren ein Unternehmen (Hotel, Alters- oder Sozialeinrichtung, Spital) operativ umfassend und erfolgreich geleitet? Sind Sie erfahren in der Akquisition und im Verkauf? Mögen Sie den direkten Kunden- und Mitarbeitendenkontakt? Mögen Sie ältere Menschen? Sind Sie schliesslich in der Lage, unseren Gästen in Schweizer Mundart zu begegnen?

Wollen Sie diese unternehmerische Herausforderung annehmen?

Herr Winfried Giesel, Leiter HRM, erwartet gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis 10. Januar 2012 brieflich auf dem Postweg.

TERTIANUM AG · Seminarstrasse 28 · 8042 Zürich
Tel. 043 544 15 15 · www.tertiarium.ch



PARK HOTEL
VITZNAU

Herzlich willkommen an der Luzerner Riviera

Im Herzen der Schweiz, idyllisch eingebettet zwischen der Rigi und dem Vierwaldstättersee, liegt das Park Hotel Vitznau. Zurzeit wird das ehrwürdige Luxushotel mit grösster Authentizität und viel Liebe zum Detail um- und ausgebaut. Es entsteht ein exklusives Suitenhotel – das «Märchenschloss der Zukunft».

Gleichzeitig entsteht auf der eigenen Halbinsel im benachbarten Weggis das 4*-Seminar- und Campushotel Hertenstein. Beide Häuser werden im September 2012 wieder eröffnet und gemeinsam als Ganzjahresbetriebe geführt.

Läuten Sie mit uns eine neue Ära in der Schweizer Hotellerie ein.

Wir suchen auf Frühjahr 2012 folgende zwei Kaderpositionen:

Director of Human Resources m/w

Director of Sales & Marketing m/w

Sie sind Hotelfachfrau aus Leidenschaft und verfügen über mehrjährige Erfahrung in der Schweizer Luxushotellerie in gleicher Position. Als überzeugende Persönlichkeit mit hohem Verantwortungsbewusstsein und grosser Selbstständigkeit schreiben Sie mit uns ein neues Kapitel in der Geschichte der beiden Hotels.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre elektronische Bewerbung mit Lebenslauf, aktuellem Foto und Zeugnissen.

Park Hotel Vitznau AG
Antonia Müller
Assistentin der Geschäftsleitung
E-Mail: am@pokag.ch
www.parkhotel-vitznau.ch

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung unter (+41) 41 399 61 63.

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.



hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Restaurationsfachmann	Region Ostschweiz	J38308
Servicefachkraft	Region Ostschweiz	J38209
Barfachmann	Region Zentralschweiz	J38318
Serviceangestellter	Region Zentralschweiz	J38204
Serviceangestellte	Region Zürich	J38215
Frühstücksmitarbeiter/-in 80% Di-Sa	Region Zürich	J38111
Chef de Service	Region Zürich	J38073
F&B Waiter	Region Zürich	J38132
Sommelier	Region Zürich	J38214
VIP-Serviceangestellte	Region Zürich	J38211
Chef de Rang	Region Zürich	J38207
Chef de bar (w)	Region Zürich	J38268
Commis de Rang	Region Zürich	J38267
Chef de Rang	Region Zürich	J38266
Barmitarbeiter	Region Zürich	J38254
Chef de Service	Region Zürich	J38221
Restaurationsfachangestellte/n	Region Zürich	J38218
Servicefachfrau/-mann	Region Zürich	J38289
Restaurantleiter/-in	Region Zürich	J38330
Chef de rang	Region Zürich	J38328
Chef de rang Bankett	Region Zürich	J38326
Chef de Rang	Region Zürich	J38353
Commis sommelier - England - Region London	International	J38128
Assistant Maitre d'Hotel - MS Columbus 2	International	J38343
Chef de service - England - Region Sussex	International	J38124
Chef sommelier - England - Region London	International	J38126
Chef sommelier - England - Region Hampshire	International	J38127
Chef de bar	Region Freiburg	J38339

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Hauswirtschaftsmitarbeiterin	Region Bern	J37302
Aushilfen Etage	Region Bern	J38177
Etagegouvernante	Region Bern	J38115
1. Gouvernante	Region Bern	J38239
1. Gouvernante	Region Bern	J38241
Zimmermädchen	Region Graubünden	J38130
Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin	Region Zentralschweiz	J38352
Cabin Stewardess/Zimmermädchen - MS Columbus 2	International	J38286
Assistant Housekeeper - MS Columbus 2	International	J38284

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Sachbearbeiterin Einkauf 80%	Region Basel	J38079
Sales Manager	Region Bern	J38175
Leiter/-in Marketing & Sales	Region Graubünden	J38304
Sales Manager	Region Graubünden	J38229
Sales & Marketing Manager	Region Graubünden	J38202
Consultant	Region Mittelland (SO,AG)	J38234
Administration MitarbeiterInnen (HR)	Region Zürich	J38305
Assistant Sales Manager	Region Zürich	J38220
Consultant für kaufmännische Berufe	Region Zürich	J38223
Sales Manager	Region Zürich	J38070

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Sales Executive	Region Zürich	J38271
Sleisure Sales Manager	Region Zürich	J38187
Sales Manager	Region Zürich	J38192
Sachbearbeiter Kreditorenbuchhaltung	Region Zürich	J38193

Reiseleitung/Tourismus

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Travel Concierge - MS Columbus 2	International	J38296
Reiseleiter/Touristikberater - MS Columbus 2	International	J38288

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Kosmetikerin	Region Bern	J38065
Masseurin	Region Bern	J38066
Wellness Therapeut	Region Bern	J38113
SPA Rezeptionist und Masseur	Region Bern	J38114
Masseur/-in	Region Graubünden	J38291
Kosmetikerin/ Masseurin	Region Oberwallis	J38069
Masseur	Region Oberwallis	J38067
Kosmetikerin	Tessin	J38068

Bäcker-Konditoren

Position	Arbeitgeber	Job-Code
Bäcker - MS Columbus 2	International	J38281
Confectionier - MS Columbus 2	International	J38282

Diverses

Position	Arbeitgeber	Job-Code
MitarbeiterIn Rekrutierung und Sekretariat	Region Zürich	J38226
Sachbearbeiter Buchhaltung & Personalwesen	Tessin	J38320

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1896	Chef de Service, F & B Managementassistent	32	DE	per sofort	D F E
B329	Chef de service - Gastgeber - Servicefachangestellter mit Verantwortung	54	AT	per sofort	D F E
B1144	Front Office/Events/Reservations Management	29	CH	per sofort	D F E ES
B2536	Hoteldirektor	46	DE	ab sofort	D E
B1374	Küchenchef	53	CH	per sofort	D F E
B731	Küchenchef, Geschäftsführer, Leitung	43	DE	per sofort	D F E
B2521	Küchenchef / Souschef	30	CH	per sofort	D E
B2450	Management, Personalführung, Qualitätsmanagement, Assistent	32	DE	per sofort	D F E
B275	Marketingassistentin / Betriebsassistentin	29	CH	per sofort	D F E ES
B2513	Serviceangestellter	30	HU	per sofort	D E HU

- Referenznummer - Numéro des candidats
- Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)
- Alter - Age
- Nationalität - Nationalité
- Eintrittsdatum - Date d'entrée
- Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 19.12.2011. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsdossiers finden Sie auf www.hoteljob.ch

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

Für mehr Informationen zum führenden Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns über insertate@htr.ch oder 031 370 42 42

htr hotel revue

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 51/52 / 22. Dezember 2011

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

Traditionsreicher Gasthof

mit diversen Hotelzimmern,
an Achse Spiez BE – Gstaad,
sucht neuen Besitzer.
AG kann übernommen werden.

VP Fr. 950 000.– www.vtmx.com
079 821 19 19, info@vtmx.com

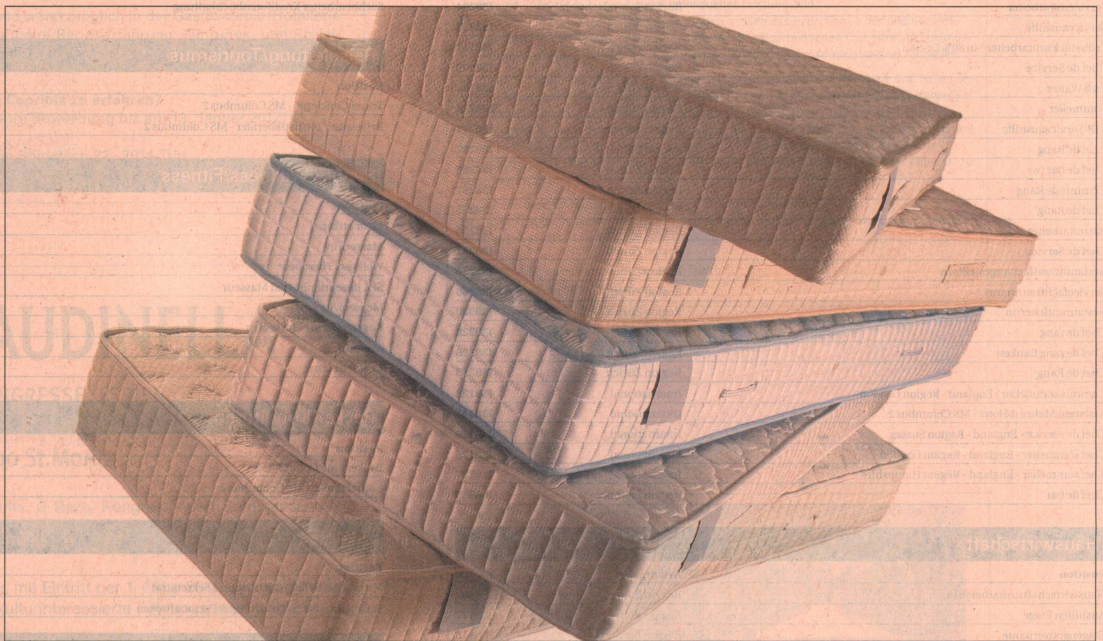
Liegenschaften finden –
neu auch online

www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue

Matratzenkauf

Auch wenn der Matratzenkauf primär Vertrauenssache zwischen Lieferant und Hotelier ist, gilt es doch, einige Punkte zu kennen und zu berücksichtigen.



Fotolia

Sauber gebettet



MARC FERNDRIGGER
LEITER OBJEKTTABELLUNG
ROVIVA ROTH + CIE AG
WWW.ROVIVA.CH

Verschiedene Umfragen ergeben, dass sich der Gast beim Besuch in einem Hotel vor allem eines wünscht: ein bequemes und hygienisch frisches Bett. Dank guter und fachkompetenter Beratung im Möbelgeschäft können sich heutzutage alle eine individuell auf ihre Bedürfnisse angepasste Matratze kaufen.

Im Hotel hingegen müssen mehrere unterschiedliche Bedürfnisse mit einer einzigen Matratze abgedeckt werden. So ist es wichtig, dass man einerseits einem sehr leichten Gast, wie auch einem grösseren und schwereren Schläfer eine ideale Unterlage bieten kann. Deswegen wurden zusammen mit Spezialisten aus Medizin und Forschung optimale Lösungen im Bereich der Ergonomie und der natürlichen Hygiene für den Hotel-

gast entwickelt. Daneben gibt es aber auch die Anforderungen der Hotel-Klassifikation, besondere Hygieneanforderungen, Überlegungen zu den Kosten und nicht zuletzt die Bedürfnisse der Hotelmitarbeitenden zu beachten.

Hygieneaspekte

Selbst gut waschbare Hüllen sind nicht unbedingt hygienischer. Bei waschbaren Hüllen sind oft synthetische Hohlfasern, die bis 60 °C waschbar sind, im Einsatz. Diese haben nicht dieselben klimatischen Eigenschaften wie Naturhaarauflagen aus Merino-Wolle, Seide oder Kamelhaar. Diese synthetischen Materialien führen zu mehr Hitze, und der Gast schwitzt dementsprechend stärker. Die vermehrten Schweissabsonderungen

wiederum verlangen ein ständiges Waschen und Reinigen der Hülle, was sich schlussendlich auch im Arbeitsaufwand und erhöhten Energieverbrauch niederschlägt. Naturmaterialien dagegen nehmen die Feuchtigkeit auf und sorgen so für ein trockenes und gleichmässiges Schlafklima.

Silber im Einsatz

Seit Jahrhunderten ist die Anwendung des Edelmetalls Silber wegen seiner natürlichen antimikrobiellen Hygiene-Eigenschaften bekannt. Dabei wird ein hauchdünnes Silbergarn in den elastischen Doppelstreich der Matratzenbezüge eingestrickt. Die auf dem Silbergarn aktiven Silberionen kontrollieren die Mikroorganismen mit einem Drei-

fach-Mechanismus (Blockierung, Inaktivierung, Verriegelung) und schalten sie aus. Die Resultate sind mehr Hygiene, mehr Reinheit und wirksamer Schutz der Gesundheit.

Nebst guter Stützkraft und einem angenehmen Komfort sind auch die Punkte Lebensdauer und Handling bei der Matratzenwahl ein grosses Thema. Zum einen möchte der Gast verwöhnt werden und erwartet einen hohen Schlafgenuss, zum andern muss man als Matratzenproduzent auch das Hotelpersonal, welches die ganzen Arbeiten an den Betten ausführt, berücksichtigen. Im Unterhalt sollte eine Matratze deshalb möglichst pflegeleicht, d.h. auch vom Gewicht her nicht allzu schwer, also allgemein gut handlich sein.

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

htr hotel revue