

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 8

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: 30.06.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 433 Stellenangeboten



Klassiker

Ein Traditionsgericht seit der Bronzezeit: die Bündner Gerstensuppe. **Seite 17**

Session

Alles oder nichts: Das Parlament entscheidet über den befristeten Mehrwertsteuer-Nullsatz für die Hotellerie. **Seite 2**

Pärke

Eine Ausstellung in Wädenswil zeigt erstmals alle 18 National- und Naturpärke der Schweiz. **Seite 13**

Schlossberg

«Das Nutzungskonzept der Stadt Thun hat mich überzeugt.» **Seite 5**

Hans-Ulrich Müller, Unternehmer und Banker



Alain D. Buechi

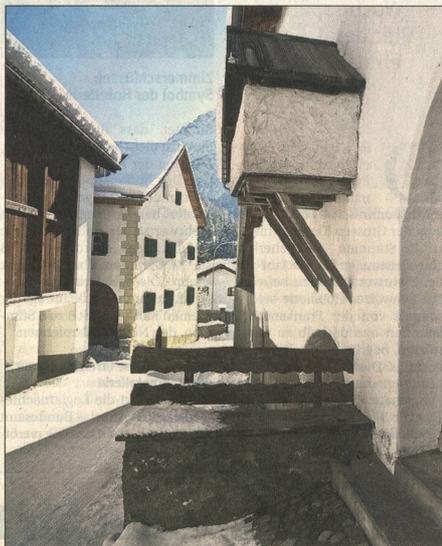
Scuol macht's vor

Tourismusdirektor Urs Wohler lanciert ein innovatives Projekt zur Stärkung der Hotellerie. Das Beispiel müsste Schule machen.

CHRISTINE KÜNZLER

Kosten reduzieren – geflügelte Worte in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Aber wie?, fragte sich Urs Wohler, Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun und Val Müstair AG. Seine Antwort ist eine Hotel-Offensive «Gegen die Frankenstärke» und wider das Hotelsterben. «Ich will nicht untätig abwarten, bis Hotels in der Mittelklasse schliessen müssen», sagt er. Die Offensive umfasst zwei Angebote mit dem Ziel, vor allem Hotels im 2- und 3-Sterne-Bereich zu stärken. Zum einen will Wohler in der Tourismusorganisation eine Stelle schaffen für

eine Person, die sich ausschliesslich um die Anliegen jener Hoteliers kümmert, die bereit sind, diese Dienstleistung für monatlich 250 Franken zu kaufen. Ein bescheidener Betrag für einen hilfreichen Support, der sich betriebshaltend auswirken kann. Das zweite Angebot richtet sich an geschlossene, kooperationswillige Hoteliers: Sie können mindestens zehn ihrer Prozesse gemeinsam organisieren. Etwa den Einkauf. In einer solchen Zusammenarbeit ortet Wohler viel Sparpotenzial und Effizienzgewinn. «Der Hotelier gewinnt so wieder mehr Zeit für die Gästebetreuung», gibt er zu bedenken. Dass eine solche Kooperation unter Hoteliers eine Win-Win-Situation sein kann, zeigt das Projekt der Grächen Matterhorn Valley Hotels, die dafür auch mit einem Milestone ausgezeichnet worden sind. Erhält Wohler die Zustimmung der Hoteliers und findet er Organisationen, die bereit sind, sich an einer Anschubfinanzierung zu beteiligen, werden die beiden Angebote in diesem Sommer umgesetzt. **Seite 4**

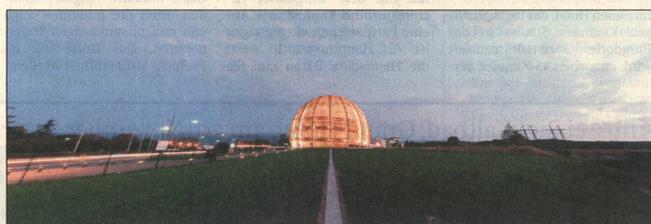


Scuols Hotellerie soll gestärkt werden. Andrea Badrutt/zvg

Kooperationen
Ausländische Hotels annektrieren ein Stück Schweiz

Dass ausländische Hotels mit Schweizer Gruppen kooperieren, hat unterschiedliche Gründe. Für die einen Hoteliers ist es die sprichwörtliche Schweizer Qualität oder der Brand Schweiz, für andere der Kontakt mit Schweizer Hotelierskollegen und für die dritten die Hoffnung auf mehr Schweizer Gäste. Die vier Schweizer Hotelgruppen Private Selection Hotels, Swiss Quality Hotels, Swiss Premium Hotels und Swiss international Hotels betreuen alle ausländische Mitglieder. Letztere Gruppe sogar mehrheitlich: Swiss International hat sich einen neuen Namen gegeben und akquiriert jetzt vorwiegend Mitgliedhotels in Asien. Die Schweizer Qualität und Gastfreundschaft hat einen guten Ruf, den gilt es jetzt noch zu verstärken. Denn andere Länder haben diesbezüglich zugelegt. Und sie können – dank besseren Rahmenbedingungen – günstigere Ferien anbieten. **Seite 7 bis 11**

Architektur
«Bauten von Weltklasse werden in der touristischen Wirkung unterschätzt»



«Globe de la Science et de l'Innovation» aus Holz, in Meyrin; Architekten Büchi und Dessimoz. zvg

Eric Fassbind, Direktor der Fassbind Hotels, betrachtet die Architektur als einen entscheidenden Erfolgsfaktor für ein Hotel. Für den Hotelier Fassbind ist das Hotel als Bauwerk «ein Event». Er liebt Baustellen und fährt oft zum Hotel Agora in Lausanne, das im Sommer eröffnet werden soll (Architekten: Devanthery et Lamunière). In Zürich wird das Hotel Senator der Gruppe umgebaut: «Die Vorstel-

lungen sind andere als in Lausanne. In der Deutschschweiz sind Details und Materialien wichtiger, in der Romandie die Ambiance und wie man sich darin bewegt.» Für Maurizio Tempesta vom Lausanner Architekturbüro Fastt ist Hotel- und Restaurantplanung «eine feine Materie, weil wir mit Qualitätsprofis arbeiten. Es ist dieselbe Sprache in einem anderen Kontext.»

Architektur wird auch im grösseren Rahmen einer touristischen Destination wie Basel oder Luzern immer deutlicher als Faktor für Ausstrahlung und Erfolg wahrgenommen. «Bauten von Weltklasse hat man nicht so schnell. Ihre Bedeutung für den Tourismus ist lange Zeit unterschätzt worden», sagt Basels Tourismusdirektor Daniel Egloff. **aca/kjv Seite 15, 19 und 20**

Kommentar

Ein dickes Kompliment an die Schweizer Hotellerie



GERY NIEVERGELT

Im vergangenen Jahr blieben deutsche und englische Gäste aus, dafür kamen mehr Chinesen, Inder und Brasilianer. Insgesamt nahm die Anzahl Logiernächte um 2 Prozent ab, in den Bergregionen ging die Nachfrage gegenüber dem Vorjahr gar um 5,1 Prozent zurück.

Eines aber hat sich im hiesigen Freizeittourismus nicht geändert: Schweizerinnen und Schweizer blieben auch in dem wirtschaftlich so schwierigen und turbulenten Jahr 2011 ihrem Feriendland Schweiz treu.

«Die Schweizerinnen und Schweizer blieben im Jahr 2011 ihrem Feriendland treu.»

Das an der Jahresmedienkonferenz von Schweiz Tourismus kommunizierte Resultat ist nicht nur erfreulich, sondern auch überraschend. Denn jenseits der Grenzen locken infolge des starken Frankens Feriendestinationen mit sehr viel günstigeren Angeboten. Auch Schweizerinnen und Schweizer sind preisbewusst und reisten im vergangenen Jahr vermehrt ins nahe Ausland. Dennoch entschied sich eine Grosszahl erneut für die Wunschdestination im Inland.

Von Loyalität sprach Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid. Man kann es auch so sehen: Die demonstrierte Treue ist ein dickes Kompliment an die Schweizer Hotellerie. **Seite 3 und 21**

www.htr.ch

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



ANZEIGE

digibox Made in Switzerland
Schlüssel-Ausgabesysteme

Komfortable Schlüssel-
ausgabe rund um die Uhr
Tel: 043 888 06 17
Mail: info@digibox-secure.ch
www.digibox-secure.ch

Nach dem Audit
**Renovation?
Umbau / Neubau?**
Erfahrene Praktiker in Planung,
Innenausbau & Bau
- für alle Hotelkategorien -
stehen zu Ihrer Verfügung.
prosys
concept AG
www.prosysag.ch
062 745 2060
Mitglied Beraternetzwerk hotelleriesuisse

ROTOR
Lips

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

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

Wir machen
Dampf!
PURITY Steam
Für optimale Wasserqualität

http://professional.britas.ch

illy

www.illycafe.ch

Aus der Region

Zürich

Planung für Zürichseeweg gestoppt

Der Wegabschnitt entlang dem Zürichsee bei der chemischen Fabrik in Uetikon am See wird vorerst nicht gebaut. Im Rahmen der Projektierung hätten sich zu hohe Kosten für den Stegbau und Probleme mit Altlasten beim Abschnitt Rotholz ergeben, teilt die Zürcher Volkswirtschaftsdirektion mit. Zusammen mit den Gemeinden Uetikon am See und Meilen sowie der Zürcher Planungsgruppe Pfannenstil würden nun alternative Wegführungen gesucht.

Ostschweiz

Bodensee: Revision tritt später in Kraft



Die revidierte Bodensee-Schiffahrtsordnung (BSO) kann nicht wie vorgesehen auf den 1. Mai 2012 in Kraft treten, sie muss zuerst bei der EU notifiziert werden, wie das Bundesamt für Verkehr mitteilt. Ziel war ursprünglich, die revidierte BSO auf den 1. Mai 2012 in Kraft zu setzen. Bis auf Weiteres gelten unverändert die bisherigen Bestimmungen. Für den Bereich der Abgavvorschriften gelten die bisher beschlossenen Ausnahmeregelungen ebenfalls unverändert.

Graubünden

Komitee Pro TAG lobbyiert für Tourismusgesetz

Für das neu formierte Komitee «Pro TAG Graubünden» mit Präsident Urs Wohler und weiteren Vertretern aus der Bündner Tourismusbranche ist das neue Tourismusabgabegesetz (TAG) dringend. Ohne das neue TAG seien die geschaffenen Strukturen der Bündner Tourismusreform kaum haltbar, weil sie nicht finanzierbar seien. Das Geschäft soll in der April-Session des Grossen Rates behandelt werden.

Vals: Tourismus favorisiert Zumthor-Gruppe



Die Tourismusorganisation von Vals, Visit Vals, steht beim Verkauf der **Therme Vals** hinter der IG Therme mit Peter Zumthor, wie das «Bündner Tagblatt» schreibt. Dagegen spricht sich der Verwaltungsrat der Hotel- und Thermalbad Vals AG in einem Prospekt für einen Verkauf der Therme an Remo Stoffel aus. Nachdem beide Offerten überarbeitet wurden, werden die Valser Stimmbürger nun am 9. März über die Zukunft der Therme abstimmen. Ursprünglich war dafür der 17. Februar vorgesehen. dst

Nullsatz: Es gilt ernst

Bereits am Montag entscheidet der Nationalrat über die befristete Mehrwertsteuersenkung für die Hotellerie. Eine Woche später der Ständerat. Es wird eine Zitterpartie.



Zimmerschlüssel: Symbol der Hotellerie. Alain D. Bollat

Die Stimmenverhältnisse sind unglaublich knapp: Die nationalräthliche Wirtschaftskommission (WAK) beantragt der Grossen Kammer mit 13 zu 12 Stimmen, die Beherbergungsleistungen für ein Jahr von der Mehrwertsteuer zu befreien. Die Schweizer Hotellerie sei besonders von der Frankenstärke betroffen und deshalb zu unterstützen, begründet die WAK ihre Position. Die Finanzkommission beantragt mit 12 zu 9 Stimmen das genaue Gegenteil. Sie kritisiert die Mindereinnahmen von 150 Millionen Franken und be-

fürchtet, dass die Massnahme dereinst nicht befristet bleibt. Der Ausgang der Abstimmung ist offen. Der Nationalrat sprach sich zwar in der vergangenen Wintersession bereits einmal für einen Mehrwertsteuer-Nullsatz für die Hotellerie aus, allerdings mit 93 zu 92 Stimmen ebenfalls sehr knapp. Die ständeräthliche Wirtschaftskommission beantragt der Kleinen Kammer mit 8 zu 5 Stimmen, den Nullsatz abzulehnen.

Währungskrise erreicht nun auch die Stadthotellerie

Dabei zeigt die Logiemärkte-Statistik 2011, die das Bundesamt für Statistik am Dienstag veröf-

fentlichte, dass der starke Franken langsam auch der bisher krisenresistenten Stadthotellerie zu schaffen macht. So verzeichnete die Stadt Lausanne in den Monaten November und Dezember im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 9%, die Stadt Bern ein Minus von 7,3%. Luzern und Zürich konnten das Resultat halten. Ba-

sel und Genf lagen mit einem Plus von 2% und einem Plus von 4% über dem Vorjahresniveau.

Nullsatz würde Wechselkurs um 4,5 Rappen nach oben korrigieren

Weit härter trifft es die Ferienhotellerie. Graubünden startete mit einem Minus von 11,9% in der Wintersaison, das Wallis mit

einem Minus von 4,8%. hotellerie-suisse-Präsident Guglielmo Brentel wies deshalb an der Medienkonferenz von Schweiz Tourismus am Dienstag darauf hin, dass der Nullsatz den Wechselkurs um 4,5 Rappen korrigieren würde. Stimmen die Räte der Massnahme zu, tritt sie am 1. April in Kraft.

Agenda Vom Agrar-Freihandel bis zum Passivrauchschutz

Am kommenden Montag startet die Frühlingssession der eidgenössischen Räte. Es stehen mehrere Entscheide an, die Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft haben. Eine Übersicht:

Mehrwertsteuer-Nullsatz: Beide Räte stimmen über die befristete Mehrwertsteuer-Senkung für die Hotellerie von 3,8 auf null Prozent ab (siehe Haupttext).
Nationalrat, 27. Februar
Ständerat, 13. März

Raumplanung: National- und Ständerat debattieren ein weiteres Mal über eine Gesetzesrevision, die als Gegenvorschlag zur Landschaftsinitiative dienen wird. Umstritten ist, ob die Kantone

überdimensionierte Bauzonen wieder reduzieren müssen.
Nationalrat, 1. März
Ständerat, 15. März

Präventionsgesetz: Der Nationalrat befasst sich bereits zum zweiten Mal mit dem Präventionsgesetz, das von den Unternehmensverbänden klar abgelehnt wird.
Nationalrat, 6. März

Agrar-Freihandel: Der Ständerat behandelt gleich drei Vorstösse, die das Agrar-Freihandelsabkommen mit der EU unterbinden wollen. Die Hotellerie verspricht sich von diesem Abkommen tiefere Kosten beim Nahrungsmittelkauf.
Ständerat, 7. März

KTI-Projekte: Die Kommission für Technik und Innovation (KTI) wurde im Rahmen des Sonderprogramms gegen den starken Franken mit Projektgesuchen überschwert. Um der KTI eine längerfristige Planung zu ermöglichen, beantragt Ständerat Felix Gutzwiller, künftig mehrjährige Kredite zu gewähren.
Ständerat, 7. März

Schutz vor Passivrauchen: Nach dem Nationalrat gibt auch der Ständerat seine Abstimmungsempfehlung zur Initiative der Lungeliga ab. Diese will die noch bestehenden Raucherbeizen bis 80 m² Fläche und die bedienten Fumoirs schweizweit verbieten.
Ständerat, 12. März

Ein neues Hotel für Burgdorf

In Burgdorfs Altstadt entsteht 2013 ein Hotel. Führen wird das Haus die Heimstätte Bärau. Sie will dort Menschen mit einer Behinderung eine Arbeitsstelle bieten.

CHRISTINE KÜNZLER

Im neuen Hotel, das im ehemaligen Kaufhaus Strauss in der Burgdorfer Oberstadt realisiert wird, entstehen 15 Zimmer, ver-

teilt auf drei Etagen, angesiedelt in der Mittelklasse-Kategorie. Zudem ist im Erdgeschoss ein Restaurant geplant, das mit speziellen Angeboten punkten soll und auch Externen offensteht. Zielpublikum für das Hotel sind Ferien- und Geschäftsgäste.

Die Realisation dieses aussergewöhnlichen Hotelprojekts wird möglich, weil der Stiftungsrat der Heimstätte Bärau in Bärau mit dem Burgdorfer Architekturbüro Kaufmann + Arn eine Partnerschaft eingegangen ist. Als Hauptinvestorin steigt die Heimstätte Bärau ein. Sie

wird eine separate Tochtergesellschaft gründen und auch örtliche Unternehmer und Privatpersonen als Aktionäre zum Mitmachen einladen.

Beide Parteien sehen ein «grosses Potenzial im Standort Burgdorf», heisst es in der Pressemitteilung. Die Stadt und ihre Umgebung, die jährlich wiederkehrenden Anlässe und die touristischen Angebote seien für Gäste attraktiv. Mögliche Kunden orten die Initianten auch von den ortsansässigen Unternehmen. Das Hotel soll im Frühjahr 2013 eröffnet werden.

Familie Seiler betreibt «ihre» Seiler Hotels nun wieder selbst

Nach dem Verkauf der Seiler-Immobilien an die Credit Suisse stösst die Athris Holding AG auch die Betreibergesellschaft ab.

Es ist ein Verkauf in Raten: Nachdem die Athris Holding AG im Sommer 2011 das Liegenschaftsportfolio der Seiler Hotels an einen Fonds der Credit Suisse verkauft hat, folgt nun die Veräusserung der Betreibergesellschaft. Eine Investorengruppe um die Cousins Christian und Roberto Seiler übernimmt unter deren Führung die Seiler Hotels Zermatt AG: Diese betreibt die Hotels Mont Cervin Palace, Le Petit Cervin, Monte Rosa und

Schweizerhof in Zermatt sowie im Sommer das Welcome Hotel in Täsch. «Wir haben schon lange nach einer Lösung gesucht», so Kuno Sutter, General Counsel der Athris Holding AG. Grund: Hotellerie sei keine Kernkompetenz der Athris. Vier Jahre gehörten die Seiler-Hotels zu dem Unternehmen, das 2009 aus der Jelmoli-Gruppe hervorgegangen ist. Noch ist die Transaktion nicht vollzogen. Sutter rechnet, dass es im April so weit sein wird. gsg

Entrée: Rigli Kaltbad, Grand Hotel, am 20. November 1957



Club Grand Hotel & Palace, Basel/Lfmg

Treue und neue Gäste

Die Schweizer Hotels verzeichneten im Vorjahr 2 Prozent weniger Logiernächte als 2010. Für Lichtblicke sorgten die loyalen Schweizer und immer mehr Gäste aus China.

GERY NIEVERGELT

Gedämpfte Stimmung an der Jahresmedienkonferenz von Schweiz Tourismus: Der starke Franken, die weltweit gehemmte Konsumentenstimmung sowie das schlechte Sommerwetter und der späte Schnee bescherten der Hotelbranche 2011 eine Abnahme der Übernachtungen um 2 Prozent. Deutlich war der Rückgang im zweiten Semester, betroffen waren vor allem die Bergregionen, die vom Freizeittourismus leben. Die Städte dagegen verzeichneten ein geringes Wachstum von 1,6 Prozent. Insgesamt zählten die Statistiker des Bundes schweizweit 35,5 Millionen Logiernächte.

Schweizer kompensieren Minus aus dem Euro-Raum nicht
Rar machten sich die Gäste aus Europa, vor allem aus Deutschland (minus 10 Prozent) und dem Vereinigten Königreich (minus 8,3 Prozent). Da der Franken hart und die Wirtschaftslage angespannt bleibt, dürfte sich dieser



Simon Bosshart, Direktor Asia-Pacific bei ST.

Trend fortsetzen. Für 2012 wird bei den Euro-16-Ländern mit einem weiteren Rückgang von bis zu 5 Prozent gerechnet. Froh war Schweiz Tourismus-Direktor Jürg Schmid deshalb, dass es auch Hoffnungsvolles zu berichten gibt. So bleiben die Schweizer Gäste dem Ferienland Schweiz treu. Mit einem Marktanteil von 44,4 Prozent bleiben sie sowohl im Bereich der Übernachtungen wie auch beim Tagestourismus eine grosse Stütze. Die von Schweizer Gästen registrierten Hotellogiernächte sind



Guglielmo L. Brentel, Präsident hoteliersuisse.

Chinesen entdecken die Schweiz

China hat im Jahr 2011 Japan in Bezug auf die Logiernächte in der Schweiz erstmals überholt. Wer sind diese Gäste aus Fernost? Einige Zahlen und Fakten.

- China zählt mehr als 1,3 Milliarden Einwohner. Das Land befindet sich nach wie vor im wirtschaftlichen Aufschwung. Zwischen 2011 und 2020 wird mit einem kontinuierlichen Wachstum von durchschnittlich 10,4 Prozent gerechnet.

- Am 15. Juni 2004 unterzeichnete die Schweiz ein Abkommen mit China, aufgrund dessen sie den Status einer genehmigten Reisedestination erlangte (Approved Destination Status ADS). Dank ADS können die Chinesen seit 1. September 2004 in Gruppen von mindestens fünf Personen ohne offizielle Ausreisewilligung des chinesischen



ST-Direktor Jürg Schmid freut sich über die wachsende Zahl von Touristen aus den BRIC-Staaten.

gegenüber 2010 um nur 0,1 Prozent gesunken.

Rasanter Anstieg der Gäste aus China

Dies ist auch deshalb erfreulich, weil aufgrund des starken Frankens ringum die Destinationen preislich attraktiver geworden sind. Schweiz Tourismus will den Schweizer Markt deshalb weiterhin prioritär bearbeiten. Investiert wird etwa in die Sommerkampagne zum Jahr des Wassers sowie in den Aufbau von Produktgruppen mit Wachstumspotenzial wie Well Aging, Well Being, Education oder sanfter Tourismus.

Deutlich verstärken will Schweiz Tourismus auch das En-

agement in den strategischen Wachstumsmärkten wie etwa China, Brasilien Indien oder Russland (BRIC-Staaten). Mit gutem Grund, wie das Beispiel China zeigt: Die 191 000 zusätzlichen Übernachtungen von Gästen aus dem Reich der Mitte bedeuten im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg um 47 Prozent.

Noch ist der Anteil der Gäste aus Asien bei den Logiernächten gering. Hält der Trend an, dürften die bei Chinesen beliebten Destinationen wie etwa das Berner

Oberland oder Luzern bald an Kapazitätsgrenzen stossen. «Die Schweiz ist derzeit attraktiver denn je», stellte Guglielmo L. Brentel, Präsident hoteliersuisse, an der Medienkonferenz am Dienstag in Zürich fest. Die Schweizer Hotellerie habe in den letzten zehn Jahren über 10 Milliarden Franken investiert und ihre Qualitätsstandards spürbar verbessert. Das sei eine beachtliche Leistung, betonte Brentel: «Wir haben derzeit ein Preisproblem, aber bestimmt kein Qualitätsproblem.»



Staates in die Schweiz reisen. Der Status ADS erlaubt es sowohl den lokalen Reiseveranstaltern als auch Schweiz Tourismus, in China ohne Einschränkungen die Tourismusdestination Schweiz aktiv zu vermarkten.
- 2010 wurden 50,8 Millionen Logiernächte von Chinesen im Ausland registriert, davon 12,9 Millionen in Europa. Das Wachstum

des Logiernächtevolumens von Chinesen in Europa legte zwischen 2005 und 2010 um 28 Prozent zu und in der Schweiz gar um 117 Prozent.
- Die Reisenden gehören einer konstant zunehmenden wohlhabenden Gesellschaftsschicht an, die vorwiegend aus jungen, erfolgreichen Kaderangestellten besteht.

- Mehr als die Hälfte der Logiernächte chinesischer Touristen werden zwischen Juni und Oktober registriert.
- Etwa die Hälfte der chinesischen Reisenden bleiben ein bis drei Tage in der Schweiz.
- Die beliebtesten Destinationen chinesischer Gäste sind Luzern, Zürich, Interlaken und Genf.
- Chinesen zählen zu den Touristen, die unterwegs am meisten Geld ausgeben. Ihre durchschnittlichen Ausgaben in der Schweiz werden auf 350 Franken pro Person und Tag geschätzt. Im Vergleich dazu wenden die Gäste aus den europäischen Ländern pro Person und Tag zwischen 120 und 240 Franken auf.
- Sightseeing kombiniert mit Shopping gehört zu den beliebtesten Aktivitäten chinesischer Touristen in der Schweiz. Geschätzt wird an unserem Land aber auch das Naturerlebnis. gn

KOF: Prognose bleibt düster

Das Gastgewerbe erwartet für das erste Quartal 2012 einen deutlichen Absatzrückgang. Dies geht aus der jüngsten KOF Konjunkturumfrage hervor.

DANIEL STAMPFLI

Weniger als 10 Prozent der Gastgewerbebetriebe erwarten für die ersten drei Monate 2012 noch eine Zunahme des Absatzes. Dies zeigt die im Januar 2012 durchgeführte Konjunkturumfrage der KOF Konjunkturforschungsstelle im Gastgewerbe. Der Druck auf

die Verkaufspreise halte nicht zuletzt aufgrund des starken Schweizer Frankens an. Allerdings plane nur jedes fünfte Unternehmen, die Preise in den kommenden drei Monaten zu senken. Die Aussichten für die Beherbergungsbetriebe in den nächsten Monaten hätten sich weiter verdüstert, so die KOF. Die schwierige Situation zeige sich bereits in den deutlich gesunkenen Reservationsraten. Fast zwei Drittel der Hotels rechnen gemäss Umfrage mit einem Rückgang, weniger als 10 Prozent mit einer Zunahme der Ausländerlogiernächte. Die 5-Sterne-Hotels rechnen mit dem geringsten Rückgang. Die Erwartungen hin-

sichtlich der einheimischen Gäste seien nur geringfügig besser, so die KOF. Auch mittelfristig werde von einer Verschlechterung der Geschäftslage ausgegangen.
In der Gastronomie gilt der Personalbestand, der in den letzten Monaten reduziert werden musste, im Januar 2012 nicht mehr so oft als zu gross. Für die nächsten drei Monate erwarten die Gastronomen einen weiteren deutlichen Rückgang des Absatzes bei Getränken und der Küche. Die Umfrageteilnehmer hoffen grösstenteils immerhin, dass die Preise unverändert bleiben können. Mittelfristig sei keine Besserung der Geschäftslage in Aussicht.

SAC-Hütten sind mit dem Ergebnis 2011 zufrieden

Sehr gute Wintersaison 2010/2011 und Rückgang im Sommerhalbjahr.

Die 153 Hütten des Schweizer Alpen-Clubs SAC registrierten 2011 über 336 000 Übernachtungen, 0,6% weniger als im Vorjahr. Der SAC spricht dabei von einem «zufriedenstellenden Ergebnis». Im langjährigen Vergleich bedeute dieses Resultat das viertbeste der vergangenen zehn Jahre. Wesentlich zu dem Ergebnis beigetragen habe die Wintersaison 2010/11, obwohl der Winter wie auch der Frühling viel zu niederschlagsarm und im langjährigen Vergleich zu warm waren. Dafür herrschten lang anhaltende Schönwetterperioden, was zu

einer Zunahme der Übernachtungen im Winterhalbjahr von 14,6% führte. Die relativ schlechten Wetterbedingungen im Sommer hinterliessen beim SAC ihre Spuren. Im Sommerhalbjahr wurden 251 000 Übernachtungen erzielt, was einem Rückgang von 4,9% entspricht.
Leicht rückläufig entwickelten sich die in den Hütten erzielten Umsätze. Aus Übernachtungen wurde ein Nettoumsatz von rund 7,4 Mio. Franken erzielt (-1,1%). Der Nettoumsatz bei den Konsumationen lag bei 19,4 Mio. Franken (-0,2%).

Aus der Region

Bern

Uferweg beim Bärenpark bleibt in der Nacht offen

Erneut hat sich der Berner Stadtrat gegen die nächtliche Schliessung des Uferwegs entlang dem Bärenpark ausgesprochen. Er lehnte damit eine Änderung der Überbauungsordnung ab, die der Gemeinderat vorgebracht hatte. Die Planänderung der Stadtrregierung sah eine Schliessung des Uferwegs zwischen 22 Uhr und 6 Uhr im Sommer sowie von 20 Uhr bis 6 Uhr im Winter vor.

Flughafen Bern-Belp prüft GPS-gestützte Anflüge



In einer technischen Variantenstudie prüft der Flughafen Bern-Belp GPS-gestützte Anflüge (Global Positioning System) auf beide Pisten. Beim Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) wurde eine Studie zur technischen Machbarkeit zur Vorprüfung eingereicht. Darin wird aufgezeigt, wie mit satellitengestützter Navigation und neuen Anflugrouten lärmsensible Gebiete wie die Stadt Bern oder Muri in Zukunft entlastet werden könnten.

Restaurants arbeiten deutlich sauberer

Die Hygiene in Restaurants, bei Käsen, Metzgerei und anderen Lebensmittel verarbeitenden Betrieben im Kanton Bern hat sich in den letzten Jahren deutlich verbessert. Begründet wird dies mit dem Übergang der Lebensmittelkontrolle von den Gemeinden zum Kanton vor vier Jahren. 2008 hatten noch 20 Prozent aller bernischen Betriebe grosse Mängel aufgewiesen. Im vergangenen Jahr waren es noch 8 Prozent. Nicht sehr Positives ist im Kapitel zu Cervelat, Bratwürsten und Cipollatas zu lesen. 16 von 30 Proben mussten beanstandet werden. Bis zu 170 Mio. Keime pro Gramm Fleisch wurden in einem Cervelat festgestellt.

Berner Oberland

Jungfrau-Park soll Hotel mit 330 Betten erhalten



Alain D. Bollat

Auf dem Gelände des Jungfrau-Parks (ehemals Mystery Park) in Matten bei Interlaken soll für rund 25 Mio. Franken ein Hotel mit 330 Betten entstehen. Gemäss Parkbetreiber gibt es mehrere Interessenten, die als Pächter und Investoren in Frage kommen, schreibt der «Berner Oberländer». Favorisiert werde eine grosse internationale Hotelkette, da man ein Gruppenhotel realisieren wolle, wird Park-CEO Bernhard Zysset in der Zeitung zitiert. dst

Schweiz

**Feldschlösschen:
Mehr Volumen,
aber weniger
Umsatz**

Die Brauerei Feldschlösschen hat 2011 mehr Bier verkauft, aber gleichzeitig weniger Umsatz erzielt. Die Carlsberg-Tochter führt diesen Rückgang auf die Rabatte zurück, die sie den Restaurants bei der Neuverhandlung der Verträge gewährt. Der Nettoumsatz ging gegenüber dem Vorjahr um 0,5% zurück, teilte Feldschlösschen am Montag mit. Das Biervolumen stieg um 1,5%. Drei Viertel des Volumenzuwachses resultierten aus den Produkteinnovationen. In den Jahren 2009 und 2010 hatte Feldschlösschen einen Rückgang beim Volumen hinnehmen müssen.

**Flughafen Zürich:
Schallschutzhalle
auf gutem Weg**

Im Rahmen der öffentlichen Auflage, die am Dienstag abgelaufen ist, sind keine Einsprachen gegen den geplanten Bau einer Schallschutzhalle am Flughafen Zürich eingegangen. In einem zweiten Schritt erfolgt nun die Plangenehmigung durch das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL). Voraussichtlich im Frühjahr werde die Bewilligung für den Bau der Halle erteilt werden können, erklärte ein Sprecher des BAZL. Der Flughafen Zürich investiert 25 Mio. Franken in die neue Anlage. Gebaut wird sie auf dem Vorfeld zur Werft. dst

Hotellerie: Scuol handelt

Urs Wohler, Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), will nicht nur davon reden, «die Kosten in den Griff zu bekommen», sondern aktiv etwas dafür tun. Die Hotels seiner Destination sollen in dieser wirtschaftlich schwierigen Zeit auch ohne Dumpingangebote über die Runden kommen. «Wir wollen einen Beitrag dazu leisten, unsere rund hundert Hotels in der (schwierigen) Mitte zu stärken», erklärt Wohler. «Ich kann nicht warten, bis einige unserer Hotels schliessen müssen.»

Wohler plant nun zwei Hotel-Offensiven. Einesseits will er eine zusätzliche Person in der Tourismusorganisation einstellen, die sich ausschliesslich um Hotels kümmert (die htr berichtete). Andererseits will er gewisse Prozesse in der Hotellerie bündeln. Beide Projekte hat er den Hoteliers präsentiert. Deren Reaktionen seien weitgehend positiv. Bis Ende März steht fest, ob die Projekte umgesetzt werden können.

Rundum-Betreuung für 2- und 3-Sterne-Hotels

Der Hotel-Support richtet sich vor allem an 2- und 3-Sterne-Hotels. Die oder der neue Hotel-Zu-

Der Scuoler Tourismusdirektor Urs Wohler macht Nägel mit Köpfen. Mit zwei innovativen Projekten für die Hotellerie der Destination will er der Frankenstärke trotzen.

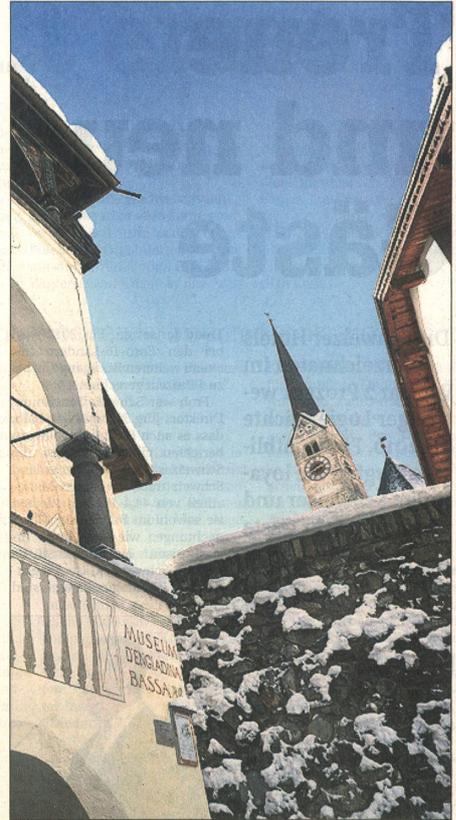
CHRISTINE KÜNZLER

ständige in der Tourismusorganisation soll den Hoteliers konkrete Hilfestellungen leisten. Etwa dabei, wie und wo sie ihr Haus effizient vermarkten können. Und welche Produkte erfolgsversprechend sind. Die Hoteliers sind während 42,5 Stunden wöchentlich betreut, der Support in technischen und anderen Fragen ist innerhalb von Stunden gewährleistet. Wohlers Ziel ist es, diese Stelle für vorerst drei Jahre zu finanzieren, danach soll sie selbsttragend sein. Er braucht noch Projektpartner, die mitfinanzieren: Es fehlen jährlich 15.000 Franken, 20.000 Franken bezahlt die TESSVM. Mindestens 20 Ho-

tels müssen mitmachen, die bereit sind, monatlich 250 Franken für diese Dienstleistung zu bezahlen. Die Stelle wird mit 100.000 Franken pro Jahr veranschlagt.

Jeder Hoteller macht das, was er am besten kann

Im zweiten Angebot geht es darum, Synergien unter Hotels zu schaffen und Prozesse zusammenzulegen. «Zum Beispiel ein gemeinsames Reservationssystem über STC», schlägt Wohler vor. Oder eine gemeinsame Mitarbeiterschulung. Wohler hat die Prozesse, getrennt nach «gemein» und «individuell», aufgelistet. So sind etwa die Kalkulation, die Gästebetreuung vor Ort, die Angebotsgestaltung, der Content von Internet und Broschüren individuelle Prozesse. Der Einkauf und der Service hinter den Kulissen können gemeinsam organisiert werden. Wohler kann sich auch vorstellen, Anrufe und E-Mails zentral zu beantworten. «Jeder Hoteller übernimmt einen Prozess, er macht, was er am besten kann. So wird der Know-how-Transfer genutzt.» Der Hoteller kann seine freien Ressourcen dort einsetzen, wo die Prozesse differenzierender sind. Mindestens zehn Hoteliers müssen sich beteiligen, damit das Projekt steht.



Mit vollen Hotelbetten bleibt die Kirche im Dorf. Andrea Badruttz/vzg

ANZEIGE

Zum Wohl!

Sicher sorgt Ihr Sommelier für allzeit feine Weine aus dem gut sortierten Keller. Aber wie steht es um die Qualität Ihres Hahnenburgers, Jahrgang 2012?

Schon geringe Verfärbungen Ihres Leitungswassers, Gerüche oder Druckabfall bedeuten Komfort- und Qualitätseinbussen für Ihre Gäste. Am Tisch, aber auch im Bad.

Oft verrotten unter Putz verlegte Wasserleitungen jahrelang unentdeckt. Eine tödliche Zeitbombe. Entschärfen Sie sie jetzt. Mit einer Rohrsanierung von Knecht. Die Zwischensaison ist der ideale Zeitpunkt, um eine Sanierung durchzuführen.

Problem gelöst: Die geschädigte Wasserleitung wird gereinigt (Mitte) und versiegelt.

knecht
ROHRSANIERUNGEN AG

SUHRERSTRASSE 24, 5036 OBERENTFELDEN
TELEFON 062 865 66 77
WWW.KNECHT-ROHRSANIERUNG.CH

Rolex soll Gäste anziehen

Der bekannteste Schweizer Uhrmacher eröffnet in Zürich eine Markenboutique. Dies freut Tourismusvertreter.

VIRGINIA NOLAN

An der Bahnhofstrasse in Zürich sind die prominentesten Aushängeschilder des Schweizer Uhrmacherhandwerks mit eigenen Markenshops präsent – ausser Rolex. Die global bekannteste Schweizer Uhrenmarke setzte ihre Modelle bisher vor allem über den Detailhandel ab, die einzige Ausnahme bildete eine Markenboutique in Genf. Doch bald kommt eine zweite dazu: Im Herbst dieses Jahres eröffnet Rolex an der Bahnhofstrasse 17, gleich beim Parade-

platz, auf 170 Quadratmetern einen Flagship-Store in Zürich. Betreiben wird ihn der Juwelier Bucherer.

Dass Zürichs nobelste Einkaufsmeile künftig um einen Rolex-Store bereichert wird, freut auch Tourismusvertreter. «Der Shop kommt genau an den richtigen Ort», freut sich Tourismusdirektorin Marlis Ackermann, «er ist eine Bereicherung für das Shopping-Angebot im Premium-Segment.»

«Der Shop ist eine Bereicherung für das Shopping-Angebot im Premium-Segment.»

Marlis Ackermann
Direktorin Zürich Tourismus

ben, um gemeinsam individuelle Angebotspakete für vermögende Touristen zu schnüren. Mit Bucherer pflege man bereits eine Partnerschaft, sagt Marlis Ackermann, Gespräche speziell über den Rolex-Store hätten aber noch nicht stattgefunden.

Dass auch Rolex selbst grosse Hoffnungen in Tourismus setzt, zeigt das jüngste Projekt des Uhrmachers in Paris. Dort ist Rolex in die Realisierung des grössten Uhrengeschäfts der Welt involviert. Ab 2013 soll die Boutique auf 2400 Quadratmetern Kunden empfangen – und explizit das Geschäft mit Touristen aus Asien ankurbeln.

Preise für Schnipso in Graubünden sorgen für Zoff

In seiner Eröffnungsrede zur Grossratsession hatte der Bündner Parlamentspräsident Ueli Bleiker Auswüchse der Preispolitik im Tourismus kritisiert. Dabei nannte er 56 Franken für ein Schnitzel mit Pommes frites oder eine vorgeschriebene Mindestkonsumation von 75 Franken auf einer «zugegebenermassen sehr schönen Terrasse». Es handle sich laut Bleiker zwar um einzelne Krassen, leider aber auch reale Beispiele. Gar keine Freude an Bleikers Aussage hatte Andreas Wieland, Präsident von Graubünden Ferien. Die Politik habe sich nicht in die Preise einzumischen, sagte Wieland gegenüber Radio DRS. Notwendig seien bessere Rahmenbedingungen. Gemäss Fluregn Fravi, Geschäftsführer Gastro Graubünden, sind Preise Sache der Wirte. dst

leserbrief

Rendite der Partnerhotels steigern

htr hotelrevue vom 2. 2. 2012:
Fokus «Asiatische Investoren»

Vor dem Hintergrund der seit Jahren gedrückten Renditen auf den Finanzmärkten erstatte es, wie wenig nationale und internationale Investoren und Private Equity-Gesellschaften bislang die überdurchschnittlichen Renditemöglichkeiten mit richtig positionierten Schweizer Hotels entdeckt haben. Eine zuverlässige Garantie für stetige Renditen ist die Zusammenarbeit mit einem weltweit führenden und erfahrenen Hotelbetreiber wie etwa Accor. Zum Beispiel im Rahmen eines Franchisevertrags mit der Viersterntermerke Mercure

oder der gehobenen Zweisterntermerke Ibis Styles. Bei diesen Marken ist jedes Hotel anders und behält seine lokale Identität. Bei der Viersterntermerke MGallery ist der Identitätsverlust noch kleiner, weil die Marke nicht einmal in den Hotelnamen integriert wird. Accor stellt den Vertragspartnern seine internationale Vermarktungskompetenz und das seit 40 Jahren angesammelte Betreiberwissen aus der ganzen Welt zur Verfügung. Vor Ort in der Schweiz werden die Partnerhotels von einer einheimischen Landesorganisation mit über 40 Experten aus allen Bereichen des Hotelmanagements unterstützt. All diese Experten haben nur eines im Sinn: Die Rendite der Partnerhotels steigern.

Walter Züeck, Direktor Franchiseentwicklung Schweiz von Accor, Zürich



Hans-Ulrich Müller: «Ich stecke viel Herzblut in diese Projekte – und manchmal sind die Nächte kurz.»

Alain D. Bollat

«Ich bin zu Risiken bereit»

Mit dem Ausbau des Schlossbergs Thun zu einem Hotel mit Restauration hegt der Unternehmer und Banker Hans-Ulrich Müller ambitionierte Pläne. Eröffnung soll im Herbst 2013 sein.

DANIEL STAMPFU

Hans-Ulrich Müller, was motiviert Sie, in Tourismusprojekten wie dem Schlossberg Thun zu investieren?
Der Grund liegt sicher in meiner Liebe zu Thun. Ich bin persönlich eng verbunden mit Thun und bin nicht weit von der Stadt aufgewachsen. Aufgrund meiner beruflichen Tätigkeit pflege ich gute Kontakte zur Thuner Regierung und zu lokalen Unternehmern. So wurde ich eines Tages angefragt, ob ich nicht Interesse am Schlossberg hätte. Das Nutzungskonzept der Stadt Thun als Basis für die Belebung und Attraktivitätssteigerung hat mich dann überzeugt.

Hat Ihr Engagement für ein Tourismusobjekt auch damit zu tun, dass Ihre Eltern früher Hoteliers waren?
Dies spielt sicher auch eine Rolle. Ich liebe die Hotellerie. Als Kind durfte ich im elterlichen Betrieb sehr viel mithelfen. Ich lernte damals, dankbar zu sein, für jede Konsumation, die Gäste bei uns tätigen. Ich lernte Gäste

schätzen und bin auch gerne Gastgeber.

Sie sind auch als Retter der Kartonfabrik Deisswil bekannt. Woher stammen die finanziellen Mittel für Ihre Engagements?
Ich investiere seit über dreissig Jahren in nachhaltige unternehmerische Projekte und in Immobilien. Immer wieder bin ich bereit, Risiken zu übernehmen und verdientes Geld wieder einzusetzen. Das investierte Geld stammt vollumfänglich aus meinem Privatvermögen. Einen Teil finanziere ich auch über Kredite, möglich durch die Belehnung von Immobilien.

Hauptberuflich sind Sie Leiter Region Mittelland bei der Credit Suisse. Mit dem Swiss Venture Club engagieren Sie sich für die KMU. Wie bringen Sie zeitlich alles unter einen Hut?
Ich bin mit Leib und Seele Banker. Unternehmer bin ich in meiner Freizeit.

Meine unternehmerischen Projekte sind auf viele Schultern verteilt, sonst würde dies nicht gehen. Auch meine Familie steht hinter meinen Engagements und unterstützt mich. Doch es stimmt schon: Ich stecke viel Herzblut in diese Projekte, und manchmal sind die Nächte kurz.

Was soll der ausgebaut Thuner Schlossberg dem regionalen und lokalen Tourismus bringen?

Die Region verfügt schon jetzt über viele Attraktionen. Wir werden uns dafür einsetzen, dass der Schlossberg attraktiver und damit ein reizvoller Stein im Mosaik der sehr grossen touristischen Vielfalt der Region Thun und des Berner Oberlandes sein wird. Bereits heute besuchen jährlich 45 000 bis 50 000 Gäste das Schlossmuseum. Mit der grösseren Attraktivität des Schlossbergensembles rechnen wir mit rund einem Drittel mehr Gästen. Ich hoffe, dass das neue Objekt weit über die Region hinausstrahlen wird.

Wie hoch sind die Investitionen und woher stammt das Geld?
Es müssen etwas mehr als 10 Millionen Franken investiert werden. Das

Hans-Ulrich Müller Banker und Schlossherr

Hans-Ulrich Müller (61) ist Leiter Region Mittelland bei der Credit Suisse. Zudem ist er Präsident des von ihm gegründeten Swiss Venture Clubs. Zu seinen früheren Weiterbildungsstationen gehören unter anderem die Harvard University sowie das INSEAD in Fontainebleau bei Paris. Hans-Ulrich Müller ist verheiratet, Vater von drei erwachsenen Kindern und wohnt in Muri bei Bern.

Müllers jüngstes Projekt, bei welchem er sich privat finanziell engagiert, ist der Schlossberg in Thun. Das Alte Gefängnis wird zu einem Seminarhotel mit 15 Zimmern und einem kleinen Wellnessbereich umfunktioniert. Das Schlossmuseum erhält weitere Räume für

Ausstellungen und einen modernen Eingangsbereich im Neuen Schloss. Im Neuen Schloss werden ein Restaurant mit 64 Sitzplätzen, eine Unternehmerlounge sowie eine Whisky- und Cigarlounge, eine Weinbar mit Terrasse sowie ein Hofcafé entstehen. Saniert und ausgebaut wird auch das bisherige Dach. Total werden bis zu 20 Hotelzimmer zur Verfügung stehen. Müller geht von einer jährlichen Auslastung von 80% aus. Ein weiterer Akzent soll das KMU-Forum sein, wo sich künftig Firmen weiterbilden, austauschen und vernetzen können. Im Abzughaus sind bereits Wohnungen vermietet und im Regierungsstathalteramt ist die Kindertagesstätte Gampiross eingezogen. dst

Geld stammt mehrheitlich von mir, aber auch von den Aktionären der Betriebsgesellschaften Schloss Hotel Thun AG und KMU Forum Schlossberg AG. Zudem haben wir ein Sponsoringkonzept erarbeitet. Unternehmungen und Unternehmer können sich an den Restaurierungs- und Betriebskosten beteiligen. Als Gegenleistung wird ihnen unter anderem ein Raum im Neuen Schloss, im Hotel oder im Museum gewidmet. Auch können sie Mitglied im zu gründenden «Unternehmer-Club Schlossberg Thun» werden, welcher mit der Unternehmerlounge sein Lokal im Dachgeschoss des Neuen Schlosses haben wird.

«Die grössere Attraktivität des Schlossbergs sollte rund ein Drittel mehr Gäste bringen.»

Hans-Ulrich Müller
Unternehmer, Investor und Banker

Wie sieht der Zeitplan bis zum Projektabschluss aus?
Wir werden im ersten Quartal 2012 das Baugesuch einreichen und rechnen mit dem Baustart im Sommer dieses Jahres. Nach einer Bauzeit von ein bis anderthalb Jahren möchten wir im Herbst 2013 Eröffnung feiern.

Dies ist ambitionös. Können nicht noch allfällige Hürden das Projekt verzögern?
Das Projekt ist auf Kurs. Wir rechnen nicht mit grossen Schwierigkeiten, aber bei einem solchen Projekt kann man dies nie mit 100-prozentiger Sicherheit wissen.

Was geschieht, wenn nach Eingabe des Baugesuches doch noch Einsprachen eingehen?
Dies könnte uns einen grossen Strich durch die Rechnung machen. Die Realisierung könnte in einem solchen Fall um ein halbes Jahr oder länger verzögert werden. Mit dem Heimatschutz haben wir jedoch ein gutes Einvernehmen, denn wir haben deren Auflagen berücksichtigt.

Haben Sie noch weitere Ideen oder Projekte im Bereich Tourismus in der Pipeline?
Nein. Zurzeit bin ich gut ausgelastet. Und ich freue mich darauf, die Ideen und Pläne, die wir mit dem Schlossberg Thun haben, realisieren zu können.

Apple – massgeschneiderte Massenware



Standpunkt

JÜRGEN STETTLER

LEITER DES INSTITUTS FÜR TOURISMUSWIRTSCHAFT DER HOCHSCHULE LUZERN

Kunden wollen keine Auswahl, sie wollen genau das, was sie wollen.» Dieser paradoxe Satz ist nicht neu. Bereits 1992 hat ihn Joseph Pine, der Papst der Erlebnis-Ökonomie, geprägt, in seinem Buch «Mass Customization» oder «kundenindividuelle Massenproduktion». Ein Konzept, das in der Industrie zunehmend angewendet wird – im Tourismus aber noch kaum verbreitet ist. Mittels Mass Customization bedienen Unternehmen individu-

elle Kundenbedürfnisse zu Kosten, die nur geringfügig über denen eines Standardprodukts liegen. Ein Pionier ist Dell Computer. Hier komponiere ich im Internet meinen persönlichen Computer, der dann massgeschneidert produziert wird. Aber: Die Erfahrung zeigt, dass dies nicht mehr genügt. Denn die Techniker haben zweierlei übersehen: den Service und das Erlebnis. Diese zwei Schlüsselfaktoren hat – wen wundert's – Apple in seinem Geschäftsmodell

«Tour Operators suchen ihr Heil beim Dynamic Packaging, den Badeferien nach Mass.»

geschickt integriert. Die Kalifornier sind heute leuchtendes Vorbild für kundenindividuelle Massenproduktion. Bei den Mobiltelefonen und Tablets präsentieren sie nur noch je ein einziges Gerät, das in Massenproduktion kostengünstig hergestellt

wird. Der Spass für den Einzelnen beginnt bei den rund 500 000 Apps. Mit ihnen, notabene von anderen hergestellt, kann der Kunde etwas erleben – und Apple tüchtig Geld verdienen. Gepaart mit Topqualität, Benutzerfreundlichkeit und einem Kult-Marketing kann Apple seine Massenprodukte zu einem hohen Preis verkaufen. Und was lernen wir Touristiker von Apple? Wenn wir die Kosten im Griff haben wollen, brauchen wir eine Standardisierung des touristischen Angebots. Tour

Operators suchen ihr Heil beim Dynamic Packaging, den Badeferien nach Mass. Die Flugindustrie wirft günstige Sitze auf den Markt, angereichert mit einem Hightech-Bordunterhaltungssystem und Standard-Catering, das – auf Wunsch und gegen Aufpreis – zum Bio-Menu wird. Will heissen: Die Angebote müssen individualisierbar und einfach sein sowie den Grundsätzen der Erlebnisnischenzenierung entsprechen. Es bleibt keine andere Wahl – denn Gäste wollen genau das und keine Auswahl.



«Eiger, Mönch und Jungfrau»
So ein Panorama, das
findest du nirgends
sonst auf der Welt.»

Ueli Kestenholz Snowboard-Profi



Rösser und Reiter kämpfen auf dem gefrorenen, verschneiten See-Geläuf um den «Grossen Preis von St. Moritz».

Bilder zvg



Martha und Hans Wiedemann, Direktor «Badrutts».



Präsidenten Kurverein, Gemeinde: Richard Dillier, Sigi Asprion.

Sesselrücken

Steigenbergers CEO Arco Buijs scheidet aus

Arco Buijs (Bild) scheidet «im gegenseitigen Einvernehmen» als CEO der Steigenberger Hotels AG aus dem Unternehmen aus. Auf



zvg

grund unterschiedlicher strategischer Auffassungen zwischen ihm und dem Aufsichtsrat über die weitere Entwicklung der Gesellschaft werde sein Vertrag zur Jahresmitte nicht verlängert. Buijs verlässt das Unternehmen Ende Februar. **Matthias Heck**, CFO und Arbeitsdirektor der Steigenberger Hotels AG, übernimmt bis auf Weiteres die Resorts von Arco Buijs.

Victoria-Jungfrau Collection: neu in Sales & Marketing

Ab 1. März ist **Marika Zanoletti** (48) Director of Sales & Marketing der Victoria-Jungfrau Collection im Corporate Office, Zürich. Sie



zvg

folgt auf **Christopher Cox**, der zum gleichen Zeitpunkt Direktor des Falkensteiner Schlosshotels Velden am Wörthersee wird. Marika Zanoletti arbeitete unter anderem sieben Jahre für die Mövenpick Hotels und von 2005 bis 2011 für die Davos Klosters Bergbahnen.

Congress Center Basel mit neuer Bereichsleiterin

Céline Heuberger (Bild) ist neue Leiterin des Bereichs Kongresse & Veranstaltungen im Congress Center Basel (CCB). Sie



zvg

bringt mehrjährige Erfahrung in der Organisation von Veranstaltungen weltweit auf Agentur- und Unternehmensebene mit. Seit Januar ist der Bereich zudem mit **Regula Tschopp** in der Funktion als Projektleiterin ergänzt worden. Sie bringt Kenntnisse als Leiterin der Seminarabteilung eines Hotels im Congress Center Basel mit.

Urs Wandeler wird Leiter Gastronomie im Tropenhaus

Urs Wandeler, bis im Juni Küchenchef und Geschäftsführer im Hotel-Restaurant Schönbihl in Hilterfingen, wird ab 1. Juli Leiter der Gastronomie im Tropenhaus Frutigen sein. Für den Wechsel gibt Wandeler den Kochlofler zumindest vorläufig ab. «Ich werde Teil der Geschäftsleitung sein und mich mehr auf die konzeptionelle Arbeit konzentrieren», sagte er der «Berner Zeitung». Und: «Ich freue mich, bald Teil eines sehr speziellen Projektes zu sein.»

kjv

Wirbel auf dem Eis

Viel Schnee fiel am Finaltag des von 12 500 Zuschauern besuchten «White Turf» in St. Moritz. Am Vorabend traf man sich zum Grand Prix Cocktail.

KARL JOSEF VERDING

Man Jockey Freddy Di Fède im Sattel hat der sechsjährige African Art das bedeutendste Rennen von White Turf 2012 gewonnen: den Grossen Preis von St. Moritz, gesponsert von Gübelin. Der Schützling von Trainer Philipp Schärer liess den zur Favoritengruppe gehörenden Flash Dance unter Jockey Eduardo Pedroza mit ganzen zweieinhalb Längen hinter sich. Platz drei ging weitere dreieinhalb Längen dahinter an Schützenjunker unter Daniele Porcu, einem Stallgefährten des Siegers, womit Besitzer Peter Aregger und Trainer Philipp Schärer Erster und Dritter im Grand Prix wurden.

«African Art hat beim letzten Start zwei Eiseln verloren. Diesmal ging alles glatt. Ich war mir sicher, dass er ganz vorne landen würde», meinte Philipp Schärer nach dem Rennen, das African Art als Aussenseiter mit einer Wettquote von 16,9:1 in bemerkenswerter Manier zu seinen Gunsten entschied. Ein Get-together für geladene Gäste mit unterhaltsamem Rahmenprogramm fand am Samstagabend vor dem Rennsonntag des «Grossen Preises von St. Moritz» mit dem «Credit Suisse Grand Prix-Cocktail» statt. Treffpunkt war das Sponsorenzelt auf dem zugefrorenen St. Moritzer See.

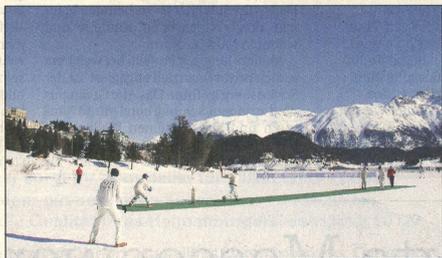


Ariane Ehrat, CEO Engadin St. Moritz (L), Maria Büeler Zischler, Alden Hotel Splügenschloss, Zürich, Marcel Zischler, Ciba Vision.

Englands Sommer-Klassiker im Engadin: «Cricket on Ice»

Cricket auf dem Eis des St. Moritzer Sees verlangt den Spielern einiges ab. Gute Voraussicht bei grell reflektierendem Licht ist gefragt. Aus der Idee von Schülern des Lyceum Alpinum Zuoz wurde ein internationales Turnier.

KARL JOSEF VERDING



Bilder zvg

Das Spielformat von «Cricket on Ice» mit einer Matte aus Kunstresin auf dem gefrorenen St. Moritzer See verlangt den Spielern einiges ab.

Schnelle Reaktion von Kopf und Hand ist für die Spielzeit von rund zwei Stunden pro Spiel gefragt.



Yvonne und Martin Scherer, Direktion Hotel Schweizerhof.



«Batsman» David Forrester aus London, «Wicketkeeper» Daniel Haering aus Küsnacht ZH.

Schülern des Lyceum Alpinum Zuoz war, wurde zum ganz speziellen sportlichen Event.

Stiebender Schnee in den Kurven am Hornschlittenrennen in Alt St. Johann

Mehr als 70 Teams sorgten mit liebevoll und aufwendig hergerichteten Schlitten für Spannung und Unterhaltung.

Letzten Samstag fand mit rund 4000 Besuchern im togenburgischen Alt St. Johann das internationale, grösste Schweizer Hornschlittenrennen statt. Als wirkungsvollster Publikumsmagnet am Wettkampf erwies sich die Kategorie «Originelle Schlitten». Mit den ausgefallenen und aufwendig dekorierten Schlitten wurde das Publikum zum Staunen und zum Lachen gebracht. Verschiedenste Sujets aus bekannten Filmen und aktuellen Anlässen liessen der Fantasie der Teilnehmer freien Lauf.

Das Hornschlittenfahren hat in der Schweiz und in der ganzen Alpenregion eine lange Tradition. Der Hornschlitten war wichtigstes Transportmittel für Holz, Heu und sperrige Güter. Nach und nach lösten Lastautos und Traktoren das beliebte Gefährt ab. Inzwischen wurde aus dem Hornschlitten ein beachtliches Sportgerät, zum Teil mit viel Hightech: Dazu gehören Karbonverstärkungen, Bremsen, Gelenke und weitere moderne Technik, die den Teams Höchstleistungen ermöglicht.

kjv



Wer den Schlitten im Schnee bei den Hörnern nimmt, zieht festes Schuhwerk an und schützt seinen Kopf vor Sturz-Effekten.

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

rebagdata
hotel management solutions
8613 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

Kooperationen. Italienische Hotels setzen auf Schweizer Qualität Seite 8 **Swissness in der Provence** Seite 9 **Swiss International expandiert nach China** Seite 10 **Swiss Quality Hotels punkten in den Nachbarländern mit Webpräsenz** Seite 11



Alain D. Bollat

Der Schweizer Service im Hotel gilt als korrekt bis perfekt: Ist er aber genauso herzlich?

Schweizer Werte unter Druck

Die Schweizer Hotellerie kann in Sachen Gastfreundschaft noch zulegen. Nicht, weil sie schlechter geworden ist, sondern weil die anderen besser wurden. Und weil sie teuer ist.

GUDRUN SCHLENCEZK

Ein wichtiger Grund für Hotels im Ausland, Mitglied bei Schweizer Hotelloperationen zu sein, ist das Schweizer Hotel-Image, das für eine besondere Dienstleistungsqualität steht. Das zeigt eine Umfrage der hotel revue bei ausländischen Hotels verschiedener Schweizer Kooperationen, wie der aktuelle «Fokus»

nachfolgend zeigt. Wird nun die Schweizer Hotellerie, der Schweizer Tourismus diesem Ruf gerecht? Donato Stasi, Professor für Business Communication an der Ecole Hôtelière Lausanne, ist überzeugt, dass die Hotelwerte, die ihre Wurzeln im 19. Jahrhundert haben – als die ersten englischen Gäste in die Schweiz strömten und dieses zum Tourismusland machten –, heute weiter Bestand haben: der Sinn fürs Detail und für die Diplomatie. «Im Gegensatz zu Nordamerika haben wir die richtige Balance zwischen der nötigen Genauigkeit und einem gewissen Stil.»

Auch Christoph Rohn, Direktor der Hotelfachschule Thun, meint, dass der gute Ruf der Schweizer Hotellerie seine Wurzeln in der Tatsache hat, dass die Schweiz ein Tourismus-Pionierland war. Und er ist überzeugt, dass die Schweizer Hotellerie und Gastronomie ihre Hausaufgaben in den letzten zehn Jahren sehr gut gemacht haben. «Drei Viertel der gastgewerb-

lichen Betriebe haben sich bei der Dienstleistungsqualität verbessert», ist Rohn überzeugt. Man habe die Zeichen der Zeit erkannt und sich im Zuge des zunehmend schwierigen wirtschaftlichen Umfelds besonders angestrengt.

Schweizern fehlt Gastfreundschaft

Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern, kann das nur bestätigen, die Schweizer Hotellerie, der Schweizer Tourismus habe sukzessive das Preis-Leistungs-Verhältnis verbessert – nicht zuletzt im Zuge der Umsetzung des Qualitätsgütesiegels. Allerdings meint Stettler: «Die Frankenstärke hat diese Bemühungen in kurzer Zeit wieder zunichte gemacht.» Das Problem, so Stettler: Die Preise stiegen relativ gesehen zum Ausland stärker an als die Quali-

«Die Frankenstärke hat die Bemühungen in kurzer Zeit zunichte gemacht.»

Jürg Stettler
Hochschule Luzern

tät. Wie beim abnehmenden Grenznutzen gebe es auch eine «abnehmende Grenzqualität». Mit anderen Worten: Je höher das Qualitätsniveau, desto weniger sensibel reagiert der Gast auf weitere Leistungssteigerungen.

Die Schweizer Stadthotels, so die Einschätzung von André Gribi, Schweizer Management-Partner des Unternehmens Kohl & Partner aus Österreich, würden dem Ruf der Schweizer Hotellerie durchaus gerecht werden, nicht aber die Ferienhotels. «Die Schweizer Hotels sind nicht schlechter geworden, aber die Konkurrenz im Ausland hat aufgeholt.» Daniela Bär von Schweiz Tourismus ortet denn auch entsprechenden Nachholbedarf, insbesondere in Bezug auf die Herzlichkeit. «Wir gelten zwar als korrekt und höflich, nicht aber

als offen, herzlich und interessiert am Gast.» Gemäss dem Tourismus Monitor Schweiz, der grössten Schweizer Tourismusbefragung, steht Gastfreundslichkeit bei den Schweizer Image-Attributen nach Bergen, Wandern und Natur an vierter Stelle.

Dienstleistungsthemen werden an Schulen nun grösser geschrieben

Dabei beurteilen die Nordeuropäer die Schweizer Gastfreundschaft deutlich positiver als die Südeuropäer und die Gäste aus Ländern wie China, Japan oder Indien. «Ich gehe davon aus, dass der Ruf dieser Realität entspricht», kommentiert Daniela Bär. Gleichzeitig ist Gastfreundschaft auch der sechstwichtigste Grund, in eine andere Alpendestination zu verreisen. Pikantes Detail: 83 Prozent jener, die ein anderes Alpenland aus Gründen der Gastfreundschaft wählen, sind Schweizer. Und von diesen wiederum reist

die Mehrheit nach Österreich. An den Schweizer Hotelfachschulen ist man sich der Bedeutung des Themas bewusst. An der HF Thun wurde der Stundenplan durch zwei Module zum Thema Dienstleistungsmanagement ergänzt.

Ebenso an der EHL wolle man das Thema in Zukunft mehr gewichten, so Donato Stasi. «Wir müssen den Schülern die nötigen Werte vermitteln: Respekt, Verantwortung und einen offenen Geist.» Damit die Herzlichkeit dann wirklich von innen kommt.



Alain D. Bollat

Dialoglock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

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

Bestellen Sie die Dialoglock Dokumentation inkl. der Schweizer Hotel-Referenzliste: Tel. 071 686 82 00, info@haefe.ch

Häfele Schweiz AG
Dammstrasse 29, 8280 Kreuzlingen

HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

idea creation

Gutschein-Management mit Erfolg dank E-GUMA

Milestone Award Gewinner 2011
Kategorie Nachwuchspreis

www.ideacreation.ch

Wettlauf zum Energiesparmeister

Gewerblicher Trockner mit Wärmepumpentechnologie. 60% weniger Energieverbrauch gegenüber vergleichbarem Miele Ablufttrockner.

Miele PROFESSIONAL

Infos unter www.miele-professional.ch

CERUTTI

«Il Caffè»
www.caffe-cerutti.com
info@caffe-cerutti.com

GILDE

Kooperationen. Swiss Premium Hotels. Ein Stadthotel in Rom und ein Ferienhotel auf Sardinien haben Schweizer Besitzer und lassen sich von der Schweizer Kooperation vermarkten. Dadurch haben sie mehr Gäste aus aller Welt.

Mit der Heimat stark verbunden

Gleiche Kooperation, anderer Effekt: Das «Victoria» in Rom zieht vor allem Italiener an, bei der «Villa Margherita» auf Sardinien sind die Deutschen die Hauptklientel.

KATHARINA MERKLE

Unser Hotel vereint Schweizer Qualitätsbewusstsein, Mehrsprachigkeit und Understatement mit italienischem Charme», wirbt Besitzer Rolf Wirth für sein 4-Sterne-Haus im historischen Zentrum von Rom. Das «Victoria» ist Mitglied bei Swiss Premium Hotels. Legendär ist die 450 Quadratmeter grosse, üppig bepflanzte Dachterrasse, welche ganzjährig betrieben wird, obschon sie nur sieben Monate rentiert: «Das ist Luxus pur, ebenso unsere 500 Bilder aus dem 17. bis 19. Jahrhundert mit Ansichten von Rom», schwärmt Wirth.

Die Hauptklientel des «Victoria» besteht jetzt, im Winter, aus italienischen Geschäftsreisenden. Sie machen 70 Prozent der Buchungen aus. Von Frühling bis Herbst sind es Touristen aus aller Welt – «eine gehobene Stammschaft», sagt Wirth. Auch hier sind die Italiener die häufigsten Gäste, gefolgt von den Amerikanern, Deutschen – und Schweizern.

Die etwa 8500 Franken, die das «Victoria» für die Mitgliedschaft bei Swiss Premium Hotels zahlt, lohne sich, «denn wir beherbergen auch immer mehr Gäste aus der Schweiz», sagt Wirth. Diese werden beispielsweise durch die



Die «Villa Margherita» auf Sardinien.

Werbung im Magazin der Fluggesellschaft Swiss auf das Hotel in Rom aufmerksam. Die Inserate im Bordmagazin werden von der Kooperation geschaltet und werben für sämtliche Mitglieder-Hotels.

Dass das «Victoria» Mitglied ist bei Swiss Premium, hat historische Gründe: Besitzer Rolf Wirth stammt aus der Schweizer Hoteldynastie Wirth. Sein Vater war Alberto H. Wirth, der in den Fünfzigerjahren den römischen Hotelierverein mitgegründet hat,



Schweizer 4-Sterne-Haus in Rom: Das «Victoria».

seinem Cousin Roberto E. Wirth gehört das Luxushotel Hassler Roma. Direkte Reservationsen erhalte das «Victoria» durch die Mitgliedschaft bei der Schweizer Kooperation wenige. Das Hotel wickle seine Reservationsen unter anderem via US-Firma Travel-Click ab, sagt «Victoria»-Direktor Christos Assonitis.

Wegen der Mitgliederpreise gewechselt

Seit 1971 ist die «Villa Margherita» im Fischerdorf Golfo Aranchi in Schweizer Besitz. Damals übernahm die aus dem Welschland stammende Familie Soldati den Betrieb, heute ist bereits die zweite Soldati-Generation am Ruder. Das Haus hat 44 Zimmer und zieht vor allem ausländische Gäste an, Italiener machen weniger als 10 Prozent aus. Die Deutschen sind die Hauptklientel der «Villa Margherita», zweitwichtigster Herkunftsmarkt ist England, an dritter Stelle stehen mit etwa 20 Prozent die Schweizerinnen und Schweizer. Soldatis sind ebenfalls Mitglied bei der 2009 gegründeten Swiss Premium Hotels (SPH). Vorher waren sie bei Swiss International Hotels, die derzeit stark ins Ausland expandiert. «Die Mitgliederpreise stiegen stark an, für uns drängte sich daher ein Wechsel auf», sagt Rosemarie Soldati von der «Victoria»-Besitzerfamilie. Bei Swiss Premium zahlt sie jährlich 8500 Franken, bei Swiss International wäre es wesentlich mehr gewesen, so Soldati, ohne eine Zahl zu nennen.

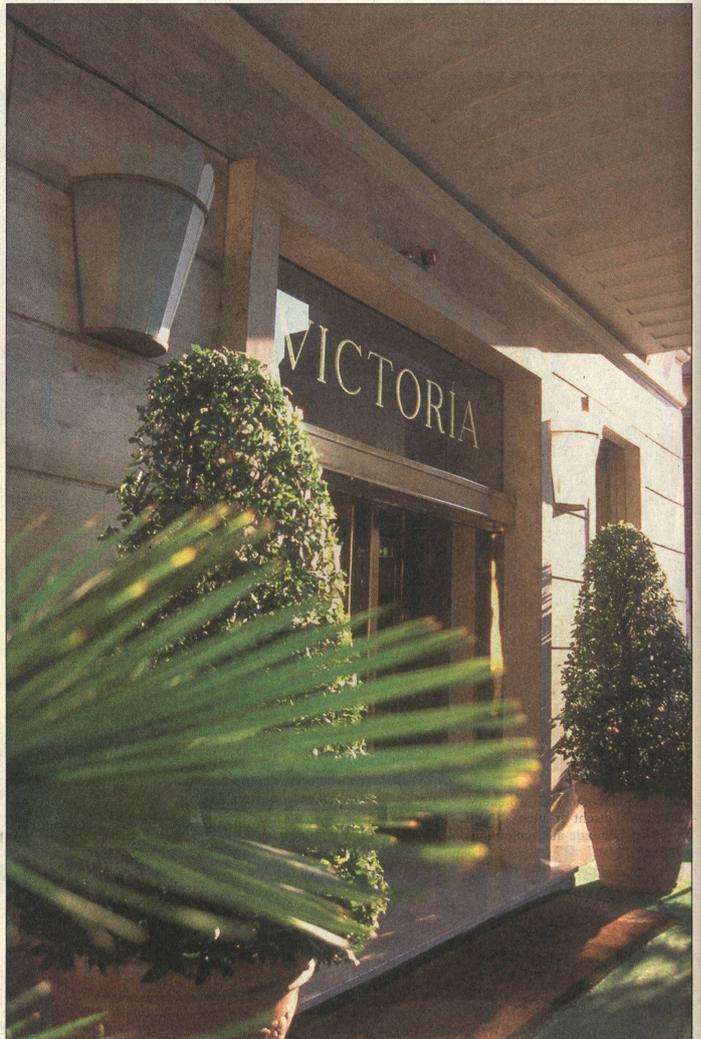
«Wir vereinigen Schweizer Understatement mit italienischem Charme.»

Hoteller Rolf Wirth
«Victoria», Rom

ten sind, hat zum einen mit ihrer Verbundenheit mit dem Heimatland und mit SPH-Geschäftsführerin Wanda Meyer zu tun. «Wir sind eine reine Schweizer Direktion und sowohl mein Mann als auch mein Sohn haben die Hotelfachschule Lausanne besucht», so Rosemarie Soldati. Zum anderen

Auf gut schweizerisch im sardischen Fischerdorf

Dass Soldatis erneut einer Schweizer Kooperation beigetre-



Das «Victoria» in Rom gehört einem Mitglied der Wirth-Dynastie.

steht das Label für Swissness, mit dem die Gäste Gastfreundschaft und Sauberkeit verbinden: «Es ist uns wichtig, auf Schweizer Werte zu setzen.» Soldatis schätzen die persönliche Betreuung durch die kleine Kooperation. «Von den Verkaufs- und Marketingangeboten von Swiss Premium können wir

aber aus Platzgründen nicht immer Gebrauch machen», sagt Rosemarie Soldati. Denn die weiche Familie verhandelt grösstenteils noch direkt mit den einzelnen Tour Operatoren. In der Schweiz ist das sardische Boutique-Hotel beim Reiseveranstalter Kuoni im Angebot.

Schweizer Direktoren im Ausland ein Muss



Wanda Meyer von Swiss Premium Hotels.

Die noch junge Kooperation Swiss Premium Hotels könnte ihr Flaggschiff im Ausland verlieren: Die Zusammenarbeit mit dem berühmten «Hassler» in Rom läuft nur noch «auf Zusehen hin».

KATHARINA MERKLE

Erst seit 2009 gibt es die Swiss Premium Hotels GmbH, die sich an individuell betreute, oft inhabergeführte Einzelhotels richtet. Mittlerweile gehören der Kooperation 20 Betriebe an, drei Viertel davon im Inland, zwei in Frankreich, drei in Italien. Sämtliche Mitgliederhotels sind in Schweizer Hand, die Kooperation setzt damit auf eine

radikale Umsetzung der Marke Schweiz. Das Schweizerische beschränkt sich für Gesellschafterin und Geschäftsführerin Wanda Meyer nicht auf Image. «Sind wir damit ein Auslaufmodell?», fragt sich Meyer angesichts der Globalität im Reisebusiness. Sie war lange Geschäftsführerin bei Swiss International Hotels. Vor vier Jahren hat Meyer Swiss International den Rücken gekehrt und Swiss Premium Hotels (SPH) gegründet.

In Verhandlung mit Weingütern in Südamerika

Bei den Mitgliederhotels im Inland zeigt sie sich künftig offen für Betriebe, die Ausländern gehören, denn: «Im Inland ist die Swissness von Natur aus gegeben, wir müssen sie nicht betonen.» Die Swiss Premium Hotels GmbH richtet ihre Aktivitäten auf die Bedürfnis-

se ihrer Mitglieder aus. Diese reichen von der Beurteilung und dem Einkauf von Buchungssystemen über Verkaufsfreien bis hin zu Workshops und Seminaren, an denen Spezialisten über die neuesten Entwicklungen in Kommunikation, Social Web, Qualitätssicherung und so weiter referieren. SPH schaltet auch jeweils eine Werbeseite im monatlich erscheinenden Bord Magazin der Swiss. Im Weiteren ist die SPH an internationalen Fachmessen präsent, besucht Reiseagenturen und veranstaltet.

Swiss Premium will wachsen – im In- und im Ausland. Neben Europa liebt Wanda Meyer

mit Südamerika, wo sie auch mit Schweizer Weingütern, die Gäste beherbergen, in Verhandlung ist, Namen will sie keine nennen. Trotz umfassender Marketing- und Verkaufsaktivitäten sei es für die noch junge und kleine Firma nicht einfach, neue Partner-Hotels im Ausland zu finden, die Schweizern gehören.

Frist mit dem «Hassler» läuft aus

Das Flaggschiff von Swiss Premium Hotels ist das «Hassler Roma». Von den 20 Swiss-Premium-Mitglieder-

Hotels ist es das einzige Fünfsternehaus. Das berühmte Hassler mit Blick auf die Spanische Treppe ist den Leading Hotels of the World

angeschlossen und gehört dem Schweizer Roberto Wirth. «Wir sind nicht mehr Mitglied von Swiss Premium und auch von keiner anderen Schweizer Kooperation», sagt die Hassler-Medienbeauftragte auf Nachfrage der hotelrevue. Einen Kommentar dazu wollte man nicht abgeben.

Die Kooperation Swiss Premium Hotels wirbt auf der Homepage und im Prospekt 2012 nach wie vor mit dem «Hassler». Geschäftsführerin Wanda Meyer demotiviert den Austritt. Nach Rücksprache mit dem befreundeten Besitzer formuliert sie es so: «Mit Roberto E. Wirth haben wir eine Zusammenarbeit auf Zusehen hin. Diese Frist läuft per Ende 2012 aus.» Sie gehe jedoch davon aus, dass die Zusammenarbeit mit dem «Hassler Roma» danach erneuert werde.

Kooperationen. Private Selection Hotels. Drei Hoteliers aus der Provence setzen auf Schweizer Qualität und Gastfreundschaft. Sie erhoffen sich von der Kooperation mit der Schweizer Hotelgruppe auch mehr Gäste.

Für drei Hoteliers aus der Provence ist die Schweizer Qualität ein wichtiger Grund, sich der Private-Selection-Hotel-Gruppe anzuschliessen. Sie wollen bei Schweizer Gästen punkten.

CHRISTINE KÜNZLER



Schweizer Qualität in der Provence: (v.l.) Jacuzzi im Hotel L'Estelle, Patio des Château Montcaud und Pool des Hotels Benvenuto.

Was Philipp Genner motiviert, Mitglied bei Private Selection Hotels zu sein, ist «die gewissenhafte Dienstleistung, die gute Zusammenarbeit mit dem Private-Selection-Team und der Austausch mit anderen Schweizer Hotelierskollegen». Sein Hotel L'Estelle in Camargue in Saintes-Maries-de-la-Mer gehört der Hotelkooperation seit 2005 an. Zudem kooperiert Genner seit zwölf Jahren mit der Château & Hotels Collection.

Mit seinen Schweizer Hotelierskollegen tauscht er auch ab und ein Mitarbeitende aus, «allerdings darf der Anteil an Schweizer oder deutschen Mitarbeitenden nicht zu gross sein. Denn deren Arbeitsweise unterscheidet sich sehr von jener der französischen Mitarbeitenden.» In der Zwischensaison beschäftigt Genner 18 bis 20 Mitarbeitende, in der Hochsaison 32.

Der Hotelier erhofft sich auch mehr Schweizer Gäste von der Kooperation mit Private Selection. «Denn diese Gäste schätzen es, wenn sie in Frankreich mit Schweizer Qualität verwöhnt werden.» Er beherbergt heute in seinen 20 Hotelzimmern 30 bis 40 Prozent Schweizer Gäste und etwa gleich viel französische.



«Schweizer Gäste werden in Frankreich gerne mit Schweizer Qualität verwöhnt.»

Philipp Genner
Besitzer des Hotels L'Estelle

Rund 25 Prozent der Schweizer kommen durch Private Selection. Viele durch Packages, welche die Hotelgruppe schnürt. Heute ist sein Hotel, das jährlich acht Monate geöffnet ist, zu durchschnittlich 70 Prozent ausgelastet, damit liegt er im oberen Durchschnitt der regionalen Hotels. «Mit zusätzlichen Schweizer Gästen lässt sich die Auslastung steigern.» Genner verkauft das «L'Estelle» auch noch über verschiedene Buchungsplattformen, wie booking.com und Venere. Letztes Jahr hat das Haus den fünften Stern erhalten,

vorher war das Hotel mit vier Sternen klassiert. Damit ist das «L'Estelle» vorläufig das einzige 5-Sterne-Hotel der Camargue.

Der Start in der Provence war nicht ganz einfach

So ganz zufällig ist der Basler Philipp Genner nicht in der Camargue gelandet. Seine damalige Frau, die er im «Ermitage» in Schönried, wo er als Vizedirektor tätig war, kennengelernt hatte, ist Französin. Der Weg ins «L'Estelle» war allerdings ein steiniger, erinnert er sich. 1995 kam Genner in Saintes-Maries-de-la-Mer an, seit 2007 gehört ihm das Hotel. Drei Jahre lang war er auf der Suche nach einer Bank, die bereit war, ihm einen Kredit zu gewähren, um das Hotel zu kaufen.

Die ersten Jahre waren schwierig, erinnert sich Genner. Er habe den Betrieb nur dank der Hilfe seiner Schweizer Kollegen über die

Runde gebracht. Denn die haben ihm mit Mitarbeitenden ausgeholfen. Auch in den nächsten sechs Jahren mussten er und seine Frau bescheiden leben. «Die Löhne und Steuern konnten wir bezahlen, der Rest musste ins Haus investiert werden.» Der deutsche Küchenchef, Sven Fuhrmann, stiess dann zum Team, heute ist er Geschäftspartner von Philipp Genner. «Weil wir ihm damals keinen angemessenen Lohn bezahlen konnten, entlohnten wir ihn mit Aktien», erklärt der Hotelier.

Ein Familienbetrieb und ein Schloss in einem Park

Die Hotels Benvenuto in Les Baux de Provence und das Château de Montcaud in Sabran kooperieren seit letztem Jahr mit der Private-Selection-Hotelgruppe. Ersteres gehört einer französischen Familie, die in der Schweiz lebt, das zweite Rudy W. Baur, der

sich mit dem wunderschönen Schloss in einem grossen Park einen Traum erfüllt hat. Das «Benvenuto» umfasst 27 Zimmer, das Château de Montcaud 28 Zimmer.

Carole Beaupied Puetzler, Besitzerin des «Benvenuto», erhofft sich von der Kooperation mehr Schweizer Gäste und Schweizer Dienstleistungsqualität. Das 3-Sterne-Haus, das ihren Eltern gehört hatte, ist in der Tradition von Arles eingerichtet. 50 Prozent der Gäste stammen aus Frankreich, 10 bis 15 Prozent aus der Schweiz, ausgelastet ist das Haus zu 70 Prozent. Geführt wird es von einem Schweizer Direktor. Carole Beaupied Puetzler stellt auch immer wieder Praktikantinnen und Praktikanten von Schweizer Hotelfachschulen ein. «Ich bin beeindruckt von der Qualität der Schweizer Hotelier», zieht sie Bilanz. «Es ist uns sehr wichtig, in unserem Hotel Schweizer Servicequalität bieten zu können.»

Auch für Rudy W. Baur «ist der Schweizer Markt sehr wichtig». Auch er erhofft sich von Private Selection in erster Linie mehr Schweizer Gäste. Letztes Jahr hat er 27 Prozent beherbergt – aufgrund des starken Frankens –, sonst sind es rund 20 Prozent. «Mein Ziel ist, 35 Prozent Schweizer Gäste und 33 Prozent französische Gäste zu generieren», so Baur. Er will die Auslastung im Château Montcaud von 50 auf 60 Prozent steigern. Sein Konzept: «Le Luxe de la Simplicité» – wenn auch die hohen edlen Räume im Schloss mit Einfachheit wenig zu tun haben. «Ich möchte Gästen, die an gute Hoteliererie wohnt sind, etwas bieten.» Unter seinen Gästen seien denn auch «prominente Leute, die es schätzen, dass man sie freundlich und normal behandelt.»

Noch fehlen ein paar Hotels in Europa

Private Selection Hotels hat zurzeit 20 ausländische und 50 Schweizer Mitglieder. Geschäftsführerin Esther Dysli hätte gerne noch ein bis zwei Hotels in Frankreich und Italien.

CHRISTINE KÜNZLER

Für uns ist es wichtig, den Gästen ein geografisch attraktives Angebot bieten zu können», sagt Esther Dysli, Geschäftsführerin der Private Selection Hotels in Luzern. Noch fehlen Hotels für Gäste, die von der

Schweiz aus zu den Mitglied-Hotels in der Toskana fahren und unterwegs in einem Private Selection Hotel übernachten möchten. Das Gleiche gilt für die Provence (siehe Artikel oben): «Es gibt sicher schöne Hotels in Regionen, die zwischen der Schweiz und der Provence liegen», so Esther Dysli. Die geografische Ausgewogenheit steht für die Private-Selection-Hotels-Geschäftsführerin im Vordergrund und nicht das Wachstum per se. «Wir wollen auf keinen Fall eine anonyme Gruppe sein, in der die Hoteliers die Geschäftsführung nicht kennen. Uns ist wichtiger, qualitativ zu wachsen.» So hat sich die Hotelgruppe kürzlich von zwei ausländischen

4-Sterne-Häusern getrennt und hat diese mit zwei 5-Sterne-Häusern aus derselben Gegend ersetzt.



Esther Dysli, Geschäftsführerin der Private Selection Hotels.

Die Schweizer Hoteliers sind offenbar mit Private Selection zufrieden und umgekehrt, denn dort gibt es fast nur Austritte, wenn ein Hotel verkauft wird, Konkurs geht oder der Hotelier stirbt. Deshalb würden in der Schweiz nicht aktiv Hotels akquiriert – «obwohl wir sehr gerne ein zusätzliches Haus in der Romanide hätten». Anders im Ausland – dort schaut sich die Geschäftsführerin in den gewünschten Regionen gezielt Häuser an. «Teilweise werden uns Namen von geeigneten Hotels zugetragen.» Auch an Messen wie der ITB werden Kontakte geknüpft.

Die Bedingungen für eine Mitgliedschaft bei Private Selection

Hotels sind für schweizerische und ausländische Häuser die gleichen. Es müssen Hotels sein, die mindestens der 4-Sterne-Kategorie von hotellerieuisse entsprechen. Bei Nichtmitgliedern von hotellerieuisse werden die Kriterien mit entsprechenden Checklisten geprüft. «Und es müssen Häuser sein, die persönlich geführt werden und zwei Drittel ihres Umsatzes mit Individualgästen generieren», erklärt Esther Dysli. «Die meisten Direktoren oder Besitzer der ausländischen Häuser sind Schweizer, haben in der Schweiz gearbeitet oder die Hotelfachschule Lausanne absolviert.» Das mache die Zusammenarbeit einfacher, hält sie fest, weil

diese Hoteliers von den gleichen Vorstellungen ausgehen und die schweizerische Mentalität kennen.

Die Private Selection Hotelgruppe schnürt spezielle Packages für ihre ausländischen Mitglieder. So etwa eine Reise in die Provence: Die Gäste haben die Möglichkeit, je drei Nächte in zwei oder den drei Provence-Hotels Château de Montcaud, L'Estelle und Benvenuto (siehe Artikel oben) zu verbringen und so die unterschiedlichen Regionen kennenzulernen. Das Angebot wird ausschliesslich über die TCS-Zeitung vermarktet. Das gleiche Package gibt es auch für die Hotels in der Toskana.

Kooperationen. Swiss International Hotels & Resorts. Die Firma befindet sich in einem radikalen Wandel. Das ruft im Inland Kritiker auf den Plan.

Angriff auf Asien

Swiss International ist auf Expansionskurs im Ausland. Darunter leide der Service im Inland, sagt Hotelier Alexander Manz. Er will vom Vertragspartner Leistungen sehen.

KATHARINA MERKLE

Welten liegen zwischen der Gründerzeit der damaligen Swiss International Hotels (SIH) und heute. Als Dominik Betschart die Kooperation 1981 gründete, wollte er primär einen Kitt schaffen unter den Schweizer Hoteldirektoren im Ausland. Im Zentrum stand der soziale Kontakt. Heute heisst das Unternehmen Swiss International Hotels & Resorts und preist sich seinen aktuell

30 Mitgliedern in Europa, dem Mittleren Osten und Asien als umfassender Dienstleister samt eigenem Reservierungssystem an. Die Firma mit Sitz in Gland VD gehört der Swiss International Hospitality Commons GmbH. Gesellschafter sind die holländische Kenmark Holding und das Schweizer Ehepaar Anne und Alain Cheseaux. Diesen gehörte die Vorgängergesellschaft SIH. Treibende Kraft bei Swiss International ist seit 2010 der Holländer Henri Kennedie (55). Ihm gehört die Kenmark Holding, er war Präsident und CEO der Golden Tulip Hospitality Group mit Sitz in Lausanne.

Während andere Schweizer Hotelkooperationen den Schwerpunkt im Inland haben, ist Kennedie mit seiner Swiss International auf Expansionskurs, am stärksten in China. Dort will die Firma in den nächsten fünf Jahren 25 bestehende Betriebe unter dem Brand «Swiss International» neu eröffnen, den ersten im April. Damit nicht genug. Letzte Woche hat Henri Kennedie seine neuesten Pläne bekannt gegeben. Swiss International ist eine Kooperation

mit Rockwood Associates LLC eingegangen: Swiss International werde für das US-Hospitality- und Tourismusunternehmen Hotels in Nepal, Bangladesh, Sri Lanka, Pakistan und auf den Malediven unter dem Brand Swiss International führen. Swiss International soll ein globaler Brand werden: als Kooperation, als Hotelmanagementgesellschaft und sogar als Eigentümer. «Auf diese Entwicklung sind wir sehr stolz», sagt Chef Henri Kennedie. Der Holländer ist überzeugt: Mit dem Image der zuverlässigen, sauberen, freundlichen Schweiz lässt sich ein gutes Geschäft machen. «Swissness kommt gerade in China sehr gut an. Sowohl bei den Kunden als auch bei den Hotelbesitzern», sagt Kennedie.

Noch halb so viele Hotels in der Schweiz

Im Heimmarkt ist die Firma viel schwächer vertreten. In der Schweiz befinden sich neun der 30 Vertragspartner. Gemäss dem langjährigen Ex-Verwaltungsratsmitglied Beat Anthamatten waren es bis vor der Neuaufrichtung



Das künftige «Swiss International» in der chinesischen 2-Millionen-Stadt Xiamen.

Bilder zvg

noch doppelt so viele. Die Schweizer Gruppe Manz Privacy Hotels ist im Oktober 2011 eine Partnerschaft mit Swiss International eingegangen: für das «Euler» in Basel, das «St. Gotthard» in Zürich und das «Continental» in Lau-

sanne. Die Manz-Gruppe übernahm das firmeneigene Reservierungssystem von Swiss International (Swiss-Rez), das war eine Bedingung für die Zusammenarbeit. Vereinbart waren auch Leistungen beim Marketing und beim Revenue Management. Vorher waren die Manz Privacy Hotels bei der amerikanischen Preferred Hotel Group. «Wir wollten aber

haben der Manz-Gruppe eine starke Partnerschaft versprochen – bisher sei es aber bei Worten geblieben, nun müssten Taten folgen, sagt Manz. Er hat den Eindruck, dass sich Swiss International sehr stark mit der globalen Expansion beschäftigt und dabei der Heimmarkt zu kurz kommt. Eine Expansion sei zwar anzustreben, denn als Brand habe Swiss International im Ausland durchaus Potenzial. Doch das Image hänge in erster Linie mit den Leistungen zusammen, die man den Kunden anbietet. «Erst wenn das stimmt, kann man wachsen», so Manz.



«Swissness kommt gerade bei den Gästen in China sehr gut an.»

Henri Kennedie
CEO Swiss International

Manz-Gruppe will Zusammenarbeit evaluieren

Wird der Service in den nächsten Monaten nicht deutlich besser, wird die Manz-Gruppe die langfristige Zusammenarbeit nochmals evaluieren. Vertraglich hat sie sich bis Herbst 2013 an die Firma gebunden.

Das «Ferienart» in Saas Fee ist seit 2011 nicht mehr bei Swiss International. Hoteldirektor Beat Anthamatten begründet: «Die Ausrichtung der Firma hat nicht mehr den Bedürfnissen unseres Ferienhotels entsprochen.» Obwohl der Walliser von 1990 bis 2010 im Verwaltungsrat von Swiss International sass, zieht er heute den «persönlichen und hocheffizienten» Service der Kooperation Swiss Private Selection vor. Auch im Ausland gibt es Hotels, die zu einer kleineren Kooperation gewechselt haben: Das «Victoria» in Rom und die «Villa Margherita» auf Sardinien sind jetzt bei Swiss Premium Hotels (siehe Seite 8). Die Abgänge will CEO Henri Kennedie nicht kommentieren, da sie teilweise vor seinem Firmeneintritt 2010 stattgefunden hätten. Bei Swiss International haben die wenigsten Hoteldirektoren und -besitzer im Ausland einen direkten Bezug zur Schweiz. «Die Schweiz bildet sehr gute Hotelfachleute aus. Genauso gute kommen aber aus anderen Ländern, etwa der USA oder meinem Heimatland Holland», sagt Kennedie. Schweizer Qualitäten wie Effizienz, Genauigkeit, Innovation, Höflichkeit, Antizipation, Ethik, Engagement und Nachhaltigkeit liessen sich dennoch konsequent durchsetzen, ist er überzeugt.

ANZEIGE



SONDERKONDITIONEN FÜR MITGLIEDER VON HOTELLERIESUISSE MIT DEM PR-CODE: 12HS700

new colors in tourism

22.



Destinationen & Skigebiete in intelligentem Design

26. bis 28. März in Zell am See – Kaprun im Salzburger Land

Jump! Quantensprünge in Wirtschaft und Tourismus

u.a. mit Quantenphysiker Dr. Michael König

Grow! Vom Westen zum Osten und Fernen Osten – die Märkte der Zukunft

u.a. mit Stefan Otz, Direktor Interlaken Tourismus; Emanuel Lehner, Regionalmanager Zentral- & Osteuropa bei der Österreich Werbung; „Doing business with India“ mit Experten Waseem Hussain

Move! Unternehmerzeit.

u.a. mit Motivationstrainer & Coach Jörg Löhr, Gabriele Schulze, langjährige Geschäftsführerin der Best Western Hotels Deutschland; Bio- & Nachhaltigkeitshotelier Andreas Eggenberger aus dem Allgäu (3. Tag)

Create! Skigebiete in intelligentem Design

u.a. mit Markus Hasler, CEO Zermatt Bergbahnen AG; Stefan Mangott und Benny Preggenzer, Direktoren der Bergbahnen in Fiss-Serfaus-Ladis

Die Region schmecken und entdecken

Gipfel-Dinner im traumhaft gelegenen Berghotel auf der Schmittenhöhe beim legendären Szene-Gastronom „SchnapsHans“; Pinzgauer Historischer Abend im Rittersaal der malerischen Burg Kaprun

Den Himmel & die Bergwelt zum Greifen nahe

Forumstour zur mehrfach ausgezeichneten „Gipfelwelt 3000“ am Kitzsteinhorn

Stylisch oder Back to the roots

Besondere Einblicke in das Tauern SPA & Hotel Kaprun



Programm & Online-Anmeldung unter www.tourismusforum.ch
grischconsulta AG - Tel. +41 (0)81 354 98 00

Bei den Chinesen beliebt

Don Li steuert die Geschichte der Swiss International Hotels in China. Er war Manager bei den Giganten Wyndham und Marriott.

KATHARINA MERKLE

Im April will Swiss International Hotels & Resorts in Xiamen das erste chinesische Hotel unter eigenem Management und Namen eröffnen. Das Luxushotel in der 2-Millionen-Einwohner-Küstenstadt hat 588 Zimmer und wurde bisher von Wyndham geführt. Don Li leitet das Büro von Swiss International in China und sagt: «Wir



Don Li arbeitet für Swiss International in China.

Chinesen verbinden mit dem Brand Qualität, Zuverlässigkeit und einen guten Service.» In diesen und fünf weiteren Qualitätsmerkmalen werden die Angestellten der Swiss International Hotels in China geschult, sagt Li. Sein Stellvertreter, Roger Mair, ist gebürtiger Schweizer.

Für Wyndham und Marriott hat Manager Don Li in den USA, Japan und in seinem Heimatland gearbeitet. Die Schweiz kennt er hingegen nur als Besucher. «It's a beautiful country», lautet der höfliche Kommentar des Chinesen. Nun hofft Li, dass dank dem Einstieg von Swiss International in Asien auch Schweizer zu ihm kommen.

Kooperationen. Swiss Quality Hotels. Zwei traditionsreiche 4-Sterne-Ferienhotels in Deutschland und in Österreich vertrauen auf den Service ihres Schweizer Partners.

Die Servicequalität der Kooperation ist wichtiger als die Swissness, die sie verströmt: Das erleben die beiden Hoteliers Helmut Kreidl im Tirol und Peter Obexer in Garmisch.

KATHARINA MERKLE

Helmut Kreidl (53) hat bei Swiss Quality Hotels (SQ) immer die gleiche Ansprechperson, diese kümmert sich um alle seine Anliegen. Das ist ideal für den Hotelmanager aus Tux im Tirol, der den Familienbetrieb mit 120 Betten in zweiter Generation führt. «Wir hätten gar nicht die Kapazität, all die Buchungsplattformen selber zu bewirtschaften», sagt Kreidl. 2008 trat sein Sport Vital Hotel Central der SQ bei. Seitdem wird es viel breiter vermarktet, die Herkunftsmärkte sind vielfältiger. «Plötzlich hatten wir Gäste aus den USA oder aus Rumänien», sagt Kreidl. Von den Nationalitäten her gibt es keinen Schwerpunkt, das Publikum ist bunt gemischt. Die Zahl der Schweizer kann Helmut Kreidl nicht in Prozenten angeben – sie ist stark vom jeweiligen Eurokurs abhängig.

Persönliche Kontakte gaben den Ausschlag für die Zusammenarbeit mit SQ. Das «Central» ist wegen des guten Service und nicht wegen der Swissness bei dieser Kooperation dabei. Auf die Ausstrahlung eines Schweizer Labels ist Kreidl nicht angewiesen, obschon er sagt: «Die Schweizer Gastronomie ist extrem gut.» Die Mitgliedschaft hat auch eine Schattenseite: «Vie-

«Dank SQ hatten wir plötzlich Gäste aus den USA und Rumänien.»

Helmut Kreidl
«Central» in Tux

le Kunden befürchten, unser Traditionschausgehöre plötzlich zu einer Hotelkette, wenn sie das Label sehen», so Kreidl. Mit der Kooperation hat er sich darauf einigen können, dass das Label Swiss Quality Hotels nicht auf der Hotel-Website prangen muss. «Nicht das Schweizerische ist für unsere Gäste entscheidend, sondern die Ausstrahlung des Familienbetriebs», erklärt Kreidl.



Für den Wittelsbacher Hof in Garmisch-Partenkirchen lohnt sich die Zusammenarbeit mit Swiss Quality Hotels.

Bilder zvg

Service hat Priorität

und der Preis ist daher berechtigt.»

Deutscher Hotelier mit Schweizer Ausbildung

Peter Obexer (65) hat die Schweizer Hotellerie von der Pike auf kennengelernt: Der Deutsche absolvierte vor Jahrzehnten die Hotelfachschule Lausanne. Mit seinem Wittelsbacher Hof ist er seit 2004 Mitglied bei Swiss Quality Hotels (SQ). Die grösste Entlastung für Obexers Familienbetrieb: SQ nimmt ihm die Arbeit mit den Buchungsplattformen ab. «Diesen Service baut Swiss Quality laufend



Das Sporthotel Central im Tiroler Zillertal.

aus», lobt der Deutsche. Seit er die Kanäle breit bespielen lässt, empfängt auch Obexer plötzlich Kund-

schaft aus aller Welt – Engländer, Amerikaner, Inder, Chinesen. Auch Schweizerinnen und Schweizer gehören zu seinen Gästen, wenn auch nicht wesentlich mehr als früher.

Obexers Eltern haben das Hotel Wittelsbacher Hof 1940 übernommen. Den Ganzjahresbetrieb mit etwa 100 Betten besuchen vor allem Individualreisende, die einen gehobenen Komfort wünschen. Diese Gäste aus aller Welt will Peter Obexer weiterhin mit Schweizer Hilfe in die deutsche Top-Destination Garmisch-Partenkirchen locken.

Qualität im Ausland «schwer überprüfbar»

Nur 4 der 74 Mitglieder von Swiss Quality Hotels sind im Ausland. Es sei schwieriger, ausserhalb der Schweiz geeignete Partner zu finden, begründet Geschäftsführerin Eva Fischer.

KATHARINA MERKLE

«Ausländische Betriebe sind bei uns willkommen und gut aufgehoben, aber wir forcieren die Expansion nicht.» Das sagt Eva Fischer (56), Geschäftsführerin der 2004 von ihr mitgegründeten Kooperation Swiss Quality Hotels International (SQ). Vor fünf Jahren war die Auslandstrategie noch anders. Damals startete die Kooperation ein Pilotprojekt in Österreich. Eigens dafür stellte sie einen Mitarbeiter an, der von Wien aus Partner ak-



Eva Fischer von Swiss Quality Hotels International.

quirieren sollte. Doch kein einziger biss an, der Versuch wurde eingestellt. Fischer ist zwar immer wieder im Gespräch mit ausländischen Hoteliers, doch viele Häuser passen nicht ins SQ-Portfolio, sagt sie.

Zu SQ gehören 78 Einzelhotels, es sind 3- bis 5-Sterne-Häuser. Vier der Betriebe befinden sich im Ausland: Eins in Österreich, zwei in Deutschland und eins in Italien. Die Kooperation hat den Namenszusatz «International», und so zeigt sich Fischer offen für ausländische Häuser, nicht zuletzt, weil sie an die Ausstrahlung der Marke Schweiz glaubt. «Den Brand Swiss Quality – und damit meine ich nicht einfach unsere Genossenschaft – muss man ausspielen, er kommt gut an», ist Fischer überzeugt.

Zum Teil schwierige Zusammenarbeit

Die Qualität und die Klassifikation der Hotels seien viel schwerer zu überprüfen als im Inland, sagt Eva Fischer. Und gerade hat sie die Partnerschaft mit den 3- und 4-Sterne-Airporthotels Reinsch in Wien beendet, «da die Zusam-

menarbeit schwierig war». Besitzerin Doris Reinsch zeigt sich gegenüber der hotel revue zwar zufrieden über den Service der Kooperation, jedoch fehle die Nähe ihrer Betriebe zur Schweiz. Geradezu als mustergültig schweizerisch empfindet Eva Fischer den oben porträtierten «Wittelsbacher Hof» in Garmisch. Besitzer Peter Obexer durchlief seine Ausbildung in der Schweiz.

Den Umsatz seit dem Jahr 2008 verdoppelt

«Der Markt hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert», sagt Fischer, «man muss auf den wichtigsten Kanälen präsent sein.» So bietet SQ den Hotels im In- und Ausland einen umfassen-

den, auf sie abgestimmten Rundumservice an. Die Distribution nimmt sie den Hoteliers vollständig ab. SQ hat kräftig in die Technik investiert, zwei der zwölf Mitarbeitenden beschäftigen sich ausschliesslich mit der IT. Das verursacht Kosten: Zwischen 7000 und 18000 Franken kostet die Mitgliedschaft, je

nach Betriebsgrösse und -standort. Dazu kommt die Provision von 2 bis 4 Prozent pro Buchung. 2011 hat SQ beim Umsatz um 17,5 Prozent auf 23,5 Mio. Franken zugelegt. In den vergangenen vier Jahren hat die Kooperation den Umsatz verdoppeln können.

Ihre Gewinne investiert Swiss Quality Hotels vollständig zu Gunsten ihrer Mitglieder, denn die

Kooperation ist eine Non-Profit-Organisation. Letztes Jahr engagierte SQ beispielsweise einen Fotografen, der von allen Betrieben neue Aufnahmen machte.

ANZEIGE

HESSER

Unternehmensberatung

Jeder Betrieb hat Potenzial für mehr Cashflow...

In 35 Jahren haben wir Hunderte Konzepte ausgearbeitet. Wir erarbeiten vorgängig für jeden Betrieb eine kostenlose Analyse über das Verbesserungspotenzial.

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

Neue Bücher

Angebote professionell vermarkten

Mit der vorliegenden Wegleitung verfolgen die Autoren die Idee, Natur- und Kulturwerte erlebbar zu machen. Im ersten Teil werden theoretische Ansätze zum natur- und kultur-nahen Tourismus vorgestellt, wie aktuelle Trends,



Potenziale oder die Wechselwirkung Angebot und Nachfrage. Im zweiten Teil führt eine praxisorientierte Anleitung von der Idee bis zum buchbaren Angebot.

Die Autoren: **Tourismus – ganz natürlich**, 95 Seiten, kann gratis bezogen werden unter www.naturkultur-erlebnis.ch

Zusammenarbeit führt zu mehr Wertschöpfung

Wie man Kooperationen erfolgreich gestaltet, welche Schritte essenziell sind und welche Rahmenbedingungen im Tourismus zu



berücksichtigen sind, verraten die Autoren im Sachbuch. Geboten werden konkrete Handlungsempfehlungen für Destinationsmanager sowie zahlreiche Kooperationsbeispiele aus der Praxis. Ist

Jörg Soller (Hrsg.): **Erfolgsfaktor Kooperation im Tourismus**, 152 Seiten, ISBN 978-3-503-13694-0, Fr. 59,90

Zu beziehen bei: www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Prüfen, ob zu handeln ist



HUGO SCHMID
DIPLO. STEUEREXPERTE
TREUHANDGESELLSCHAFT
BOMMER + PARTNER



Fotolia

Kapitaleinlagen sind für die Bemessung der Unternehmenssteuern relevant.

Frage: Während öffentlich über die angeblich unkorrekte Information des Bundesrats im Vorfeld der Volksabstimmung der Unternehmenssteuerreform II (Kapitaleinlageprinzip) debattiert wird, spricht niemand über den Handlungsbedarf der

Unternehmer. Können Sie aufzeigen, welche Massnahmen im Zusammenhang mit den Veränderungen des Kapitaleinlageprinzips zu ergreifen sind?
P. W. aus F.

Antwort: Handlungsbedarf besteht grundsätzlich für alle Kapitalgesellschaften (AG, GmbH) und Genossenschaften, welche
- in der Zeit zwischen dem 1. Januar 1997 und dem 31. Dezember 2011 direkte und offene Kapitaleinlagen erhalten haben und
- diese Kapitaleinlagen bisher nicht mit Verlustvorträgen verrechnet haben.

Unter Kapitaleinlagen sind Zuschüsse in Form von Bareinzahlungen oder Sacheinlagen zu verstehen, welche direkt durch die Beteiligten oder im Rahmen von Umstrukturierungen erfolgt sind. Umstrukturierungen umfassen beispielsweise die Umwandlung einer

Einzelirma in eine Aktiengesellschaft, Fusionen, Ab- und Aufspaltungen sowie die Ausgliederungen von Vermögenswerten.

Wenn Sie zum Schluss gelangen, dass Ihre Gesellschaft über keine Kapitalreserven verfügt, ist die Gelegenheit für Sie erledigt. Verfügt die Gesellschaft hingegen über Kapitalreserven, ist Folgendes vorzunehmen:

- Kapitaleinlagen zwischen dem 1. Januar 1997 und dem 31. Dezember 2011 sind in den Reserven der steuerlich massgebenden Bilanz auf einem gesonderten Konto als solche auszuweisen.

- Bis spätestens 30 Tage nach der Genehmigung der Jahresrechnung 2011 (bei der AG durch die Generalversammlung) ist diese Jahresrechnung mit der Meldung der Kapitalreserven (Formular 170) einzureichen.

- Auf einer von der Steuerverwaltung vorgegebenen Excel-Tabelle sind die Kapitalveränderungen der letzten

15 Jahre festzuhalten und mit jeweiligen Jahresrechnungen, Verbuchungsnachweisen und allenfalls weiteren Unterlagen nachzuweisen.

Für Unternehmen mit gebrochenen Geschäftsjahren ist für den Fristenlauf diejenige Jahresrechnung massgebend, welche im Kalenderjahr 2011 abgeschlossen wurde. Die Meldefrist, welche 30 Tage nach Genehmigung der Jahresrechnung abläuft, könnte somit für diese Gesellschaften bereits abgelaufen sein. Entspricht das Geschäftsjahr dem Kalenderjahr, sollten diese Fragen sofort geklärt werden. Gegebenenfalls sind die oben beschriebenen Meldungen einzureichen.

Haben Sie Fragen?

Adresse: reaktion@htr.ch,
Stichwort Ratgeber, oder
htr hotel revue, Redaktion
Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

impresum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Gery Nievergelt/gn
Stellvertreterin: Katharina Merkle/kle
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus), Sabrina Glanzmann/sag (Ressort-

leitung dolce vita), Alexandre Caldarajaca (Ressortleitung cahier français), Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/lb, Katharina Merkle/kle, Gudrun Schlenzcek/szg, Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollst/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD)
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontärin: Carole Lauener/clc
Online Redaktion: Natalie Allesch/yipa.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Danijela Bosnjak.

Verlag

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

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, 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
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch

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

ANZEIGE

Gesucht: Salzstreuer Gefunden: www.hotelmakrtplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse



Der Jurapark Aargau umfasst Naherholungsraum von 29 Gemeinden, auf insgesamt 244 Quadratkilometern.

Bilder Swiss Image

Fakten Schweizer Pärke gemeinsam in Wädenswil

Die Ausstellung «Schweizer Pärke zu Gast in Wädenswil» findet als Rundgang in den Treibhäusern der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil statt. Sie präsentiert Besonderheiten und Szenarien aller 18 Natur- und Nationalpärke in der Schweiz. Bis am 29. April erwartet die Besucher auf 400 Quadratmetern ein vielfältiges Programm. Dazu gehören etwa «Von Abricotine bis Zincaulin», eine kulinarische Reise durch die Schweizer Pärke mit ihren jeweiligen Köstlichkeiten (28.2.), Freizeitaktionen für die ganze Familie (29.2.), Angebote für Senioren (29.3.) oder eine Podiumsdiskussion zum Spannungsfeld von Naturschutz und Wirtschaftsförderung (12.4.). Die Ausstellung ist kostenlos.

www.iunr.zhaw.ch/zu-gast

im Park zu viel von ihresgleichen antreffen. Das belegte eine Umfrage, die ein ZHAW-Team im Wallis machte.

«Mit guten Mobilitätskonzepten gelingt es, diese Ströme zu kanalisieren», sagt Forster. Diese basierten etwa auf GPS-Daten, die Wanderer mittels Experimentphase lieferten. Anhand solcher Angaben könne man Routen mit hohem und solche mit geringem Aufkommen ermitteln – und die Besucher je nach Situation mit Empfehlungen lenken. Zentrales Element des Park-Managements seien zudem die Landschaftsaufwertung und die Umweltbildung, die Menschen für die Bedürfnisse der Natur sensibilisiere. «Diese Aufgaben», sagt Forster, «unterscheiden den Park von gewöhnlichen Landschaften.»

Sensibler Lebensraum im Mittelpunkt

National- und Naturpärke belegen 15 Prozent der Schweizer Landesfläche. Die Ausstellung «Schweizer Pärke zu Gast in Wädenswil» zeigt sie alle auf einen Blick.

VIRGINIA NOLAN

Ein National- und zwölf Naturpärke gibt es in der Schweiz, und sechs weitere Kandidaten bewerben sich derzeit für das offizielle Park-Label. Wer die Preziosen sehen will, braucht derzeit weder gutes Schuhwerk noch besonders viel Ausdauer. An der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) präsentieren sich nämlich erstmals alle Pärke in der Ausstellung «Schweizer Pärke zu Gast in Wädenswil». Besucher inspiriert der Rundgang zu neuen Wanderideen und liefert den kulinarischen Fahrplan dazu gleich mit. Aber auch für Touristiker ist er spannend.

Park soll Lokaltourismus ankurbeln

«Pärke sind Image-träger für den Schweizer Tourismus», sagt Stefan Forster, Leiter der Fachstelle für Tourismus und nachhaltige Entwicklung an der ZHAW. Der Siedlungsdruck steige und mit ihm die Nachfrage nach intakter Natur. Angesichts schwächelnder Erträge aus dem Wintertourismus böten die Pärke so eine Möglichkeit,

die Sommersaison in den Bergen zu stärken. Oft trifft Naturschönheit auf Strukturschwäche, wenn Randregionen mit atemberaubendem Panorama auftrumpfen können, ihnen aber das Geld fehlt. Dass Pärke den lokalen Tourismus ankurbeln könnten, legten Studien nahe, sagt Forster. «Fallbeispiele aus dem umliegenden Ausland zeigen, dass Naturpärke beliebtes Reismotiv sind und in der Region



«Pärke sind wichtige Image-träger für den Schweizer Tourismus.»

Stefan Forster
Fachstellenleiter ZHAW

Besuchersfrequenz und Logiernächtezahl ankurbeln können.» Ein Park werde laut Forster durch gute Angebote mit unverkennbarem Profil zum Besuchermagnet. Darum habe die ZHAW den Parkverantwortlichen zur Ausstellung aufgetragen, ihre Erkennungsmerkmale herauszuarbeiten. Eignen sei das nicht einfach gefallen. «Manche sind sich ihrer Stärken nicht recht bewusst.» Bloss einige unter vielen Trouvailles sind der Jurapark im Aargau,

dessen Kirschaumwiesen Gaumen und Auge erfreuen, oder das Onsernonetal mit seinen Ackerterrassen, auf denen Mais für ein feines Mehl wächst. «Authentizität ist das Zauberwort», sagt Forster. «Es geht nicht darum, künstliche Welten aufzubauen oder eine folkloristische Show abzuziehen. Die Natur bietet die beste Kulisse, und gut sind Produkte, die man auf sie bezieht.» Darum führe eine erfolgreiche Verbindung zum Besucher zum Beispiel über kulinarisches. In Randregionen setzen sich oft beseelte Einzelakteure für die touristische Vermarktung ein. «Manchmal ziehen aber nicht alle am gleichen Strick», sagt Forster.

«Ein Park kann eine Plattform sein, um solche Akteure zusammenzubringen, ihre Angebote zu bündeln und sie in bestehende Tourismuskanäle einzuspeisen. Zusammen hat man eine stärkere Wirkung.»

Wie viele Besucher verträgt ein Park?

Natur und Ruhe werden knapper, je mehr nach ihnen verlangen. In der Park-Forschung wird die «Besuchertragbarkeit» auf verschiedene Art und Weise gemessen, meist steht dabei die Schonung von Pflanzen- und Tierwelt im Vordergrund. Aber auch den Menschen passt es nicht, wenn sie



Im Naturpark Diemtigtal gibt es 200 Kilometer Wanderwege.

«Viele Pärke sind gar nicht bekannt»

Jean-Bernard Bächtiger, welches Ziel verfolgt die Ausstellung «Schweizer Pärke zu Gast in Wädenswil»?

Sie soll helfen, die Pärke untereinander besser zu vernetzen, ihnen Gelegenheiten geben, ihre Ansprüche zu formulieren. Natürlich bietet ihnen die Ausstellung aber auch eine Bühne vor einem eher urbanen Publikum, das sie sonst vielleicht gar nicht wahrnehmen würde. Von vielen Pärken weiss die Bevölkerung mitunter nämlich gar nicht, dass es sie gibt!

Woran liegt das?

Dass man Naturpärke bewusst entwickelt und ihr Wertschöpfungspotenzial nutzt, ist in der Schweiz eher neu. Darum ist es auch nicht erstaunlich, dass



Jean-Bernard Bächtiger, Leiter Institut für Umwelt und natürliche Ressourcen ZHAW.

das Thema in der Gesellschaft noch nicht ganz angekommen ist.

Was macht Pärke für Besucher attraktiv?

Das Zielpublikum ist so vielfältig wie die Pärke selber. Familien und junge Leute wandern vielleicht gerne, da bietet eine intakte Natur die beste Umgebung. Die Pärke haben aber auch für jene etwas zu bieten, die sich weniger bewegen wollen oder können. Ihnen kann man die Natur auf einfacheren Exkursionen wie einem Pilzlehrpfad oder mit einem Sprachaufenthalt – das gibt es seit Kurzem – näherbringen.

Aktuell kandidieren in der Schweiz sechs Regionen um den Titel eines Natur- oder Nationalparks. Wie stehen ihre Chancen?

Sie werden es schwierig haben, bei der Bevölkerung durchzukommen. Das haben

einige gescheiterte Projekte in jüngerer Vergangenheit gezeigt. Manche lehnen die Pärke von vornherein ab, weil sie verschärfte Auflagen zur Landschaftsnutzung befürchten.

Sind diese Ängste denn berechtigt?

Durch die Schaffung eines Nationalparks entstehen keine neuen oder zusätzlichen Vorschriften. Die Pärke sollen Landschaftswerte pflegen und diese aufwerten – und nicht Objektschutz betreiben. Ein Park ist etwas äusserst Begehr- und Erlebbares. Darum verwenden wir auch nicht die Bezeichnung «Reservat». Und die Pärke haben ja nicht die Abschottung einer Landschaft zum Ziel.

Neue Bücher

Kulinarische Genüsse von einst neu entdecken

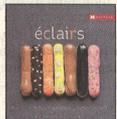


Auch heute feiern wir am liebsten in Gesellschaft und geniessen dabei gutes Essen und Trinken. Früher aber wurden Feiern und die dazugehörigen Festtagsrezepte durch Traditionen, die Jahreszeiten, das Kirchenjahr oder alte überlieferte Bräuche bestimmt. «Maibowle und Martinsgans. Kulinarische Bräuche neu entdeckt» lässt nun solche kulinarischen Bräuche wieder aufleben: Das Buch erklärt nicht nur, was das Lamm mit Ostern zu tun hat oder was es mit dem Dreikönigskuchen auf sich hat, sondern bietet Rezepte wie eine Fastensuppe oder die traditionelle Martinsgans, welche auch heute noch so gut schmecken wie in der guten alten Zeit.

Ira König, **Maibowle und Martinsgans**, Thorbecke Verlag, 88 Seiten, ISBN 978-3-7995-0721-9, Fr. 21.90

Hasenpfoten und Liebesknochen selbstgemacht

Ob Eclairs oder Windbeutel, ob Ofechiechli, Hasenpfoten, Kaffeestangen oder Liebesknochen: Wer sie einmal gekostet hat, die zartschmelzenden Köstlichkeiten aus Brüheteig mit ihrer cremigen Fül-



lung und feiner Glasur, den lassen sie meist nicht mehr los. Das Buch «Eclairs» stellt 28 Rezepte vor, die zeigen, wie vielfältig dieser französische Patisserie-Klassiker ist. Es bietet Grundrezepte für Ganache, Glasuren, Verzierungen, Füllungen und das Gebäck selbst: von klassischen Buttercrème-Eclair über extravagante Hasenpfoten im Schokomantel bis zu verwandten Kreationen wie Saint-Honoré oder Croquebouché. fee

Marianne Magnier-Moreno, **Eclairs**, Häddecke Verlag, 71 Seiten, ISBN 978-3-7750-0624-8, Fr. 18.-

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

Eine Tafel für die Brigade

Etwas war Ferran Adrià im Restaurant El Bulli heilig: das Personalessen. Das zeigt das Buch «Das Familienessen». Ein Thema, das auch Schweizer Spitzenköche beschäftigt.

FRANZISKA EGLI

Jeden Tag exakt um 18.25 Uhr wurde die Mise en place für die Restaurantküche beendet. Es folgte das Familienessen: Die ersten

Köche stellten sich in die Warteschlange für den ersten Gang, welcher in der Küche serviert wurde. Der Hauptgang kam auf grossen Platten auf den Tisch, und das Dessert holte sich wieder jeder in Einzelportionen.

Was ebenso für das Mittagessen in einer Mensa beschreiben könnte, war nicht weniger als das tägliche interne Zeremoniell des einst besten Restaurants der Welt: des «El Bulli» an der Costa Brava, das am 30. Juli letzten Jahres seine Pforten geschlossen hat. Es sei eine der Fragen gewesen, erklärt Ferran Adrià vom legendären Restaurant, die ihnen am häufigsten gestellt wurden: Was isst der beste Koch der Welt, was seine 75-köpfige Belegschaft? Adriàs Kochbuch, «Das Familienessen», fördert es nun zutage: «Spaghetti mit Tomaten & Basilikum - Gebratener Fisch mit Knoblauch - Karamellschaum». Oder «Kichererbsen mit Spinat & Ei-Schweinebauch mit Teriyaki-Glasur - Süsskartoffel mit Honig & Sahne». Oder «Caesar Salad - Cheeseburger mit Kartoffelchips - Santiago-Kuchen».

Hinter den Kulissen des «El Bulli» mit seiner ausgeklügelten Mo-

lekularküche wurde also ganz einfach, aber mit Bedacht gekocht. Es gab immer drei Gänge. Der Chef war jeweils der Letzte, der die Tafel verliess. Und überhaupt: Die «Familienessen» - wie das Personalessen bei Ferran Adrià genannt wurde - waren weit mehr als ein stressiger Moment der Nahrungsaufnahme. «Es ist eine wertvolle kurze Zeit zwischen Vorbereitung und Service, in der wir alle das Beieinanderstehen, das Tischgespräch, Kaffee und natürlich das gute Essen geniessen», betont Adrià. «Wir nehmen unsere Familienessen so ernst, weil wir daran glauben, dass wir, wenn wir gut essen, auch gut kochen.»

Das Personalessen ist mehr als ein geselliges Miteinander

Das Mitarbeiteressen sei der Barometer eines Betriebes, findet André Jaeger. «Und besonders auf einem gewissen Niveau, wie es auch Ferran Adrià innehatte, wird den Angestellten sehr viel abverlangt. Oft leisten

«Wir glauben daran, dass wir, wenn wir gut essen, auch gut kochen.»

Ferran Adrià
Katalanischer Spitzenkoch

sie Übermenschliches. Da ist es umso wichtiger, ihnen auch beim gemeinsamen Essen Wertschätzung zukommen zu lassen», findet der Spitzenkoch, der seit 1995 19 Gault-Millau-Punkte hält. Daher wird im Rheinhotel Fischerzunft auch beim Personalessen höchster Wert auf kulinarischen Genuss, auf frische Produkte und eine tadellose Zubereitung gelegt - egal, ob es etwas Einfaches wie Pasta gibt, oder Saucissons, die der Chef höchstpersönlich aus der Romandie mitbringt, oder das Heimatgericht eines Mitarbeiters. Er und seine Frau würden immer gemeinsam mit dem Team speisen, das sei ihnen heilig: «Da relaxen wir alle einen Moment, tauschen uns aus, lachen.» Und Jaeger ist auch bekannt dafür, dass er seiner Belegschaft um Mitternacht noch Rührreier zubereitet.

Trotzdem ist für ihn das Personalessen mehr als eine gesellige Zusammenkunft der familiären



Francisc Guillamet/Agf

Wo sitzt der Chef? Ferran Adrià mit seiner «Küchenfamilie» bei einem Mitarbeiteressen.

Art. Hier bringt er seinen Angestellten - «in diesem Punkt kenne ich kein Pardon» - auch mal Tischmanieren bei. Oder nutzt das interne Essen, um die Lernenden in die Kunst der perfekten Rösti-Zubereitung oder Fisch-Zerlegung einzuführen.

Warum soll nur den Gästen das Essen schmecken?

Für Urs Gschwend hat das Mitarbeiteressen auch viel mit Berufsstolz zu tun. Es könne ja nicht sein, dass die hohen Ansprüche nur für das Essen, das den Gästen serviert werde, nicht aber für die eigene Mahlzeit gelten, findet der Küchenchef des mit einem Michelin-Stern ausgezeichneten Restaurants Prado im 5-Sterne-Superior-

Hotel Bellevue in Gstaad. Ebenso wenig lässt er gelten, dass es sich hierbei «nur um das Personalessen» handelt: «Auch die Angestellten bezahlen ja dafür.»

Bis zu 80 Personen verköstigten sie etwa mittags, das sei jeden Tag ein kleines zusätzliches Bankett, zieht er den Vergleich. Aber Gschwend achtet nicht nur auf die Qualität der Speisen, sondern auch darauf, dass gerade die Köche überhaupt etwas essen und einen Moment der Ruhe geniessen. Kürzlich hätten sie gar aus Ferran Adriàs «Das Familienessen» den Schweinebauch mit Teriyaki-Glasur nachgekocht, erzählt Gschwend und schwärmt von der Rezeptur des spanischen Spitzenkuchs: so einfach, aber so tadellos.

Ferran Adrià Einfaches aus der Molekularküche



Nicht weniger als 31 Drei-gangmenüs aus der El-Bulli-Mitarbeiterküche zeigen, dass gutes Essen weder teuer noch kompliziert sein muss.

Das Familienessen, Edel Germany GmbH, 383 Seiten, ISBN 9783841901194, Fr. 39.90

ANZEIGE

Ächte Schweizer Käsekuchen

Mehr Informationen zu unserem tollen Promotionspaket finden Sie unter www.panella.ch/Kaesekuchen



Panella Frischgebäck AG
CH-6340 Baar
Tel. 041 761 65 31

ONE

ONE TOUCH FÜR PERFEKTEN KAFFEE

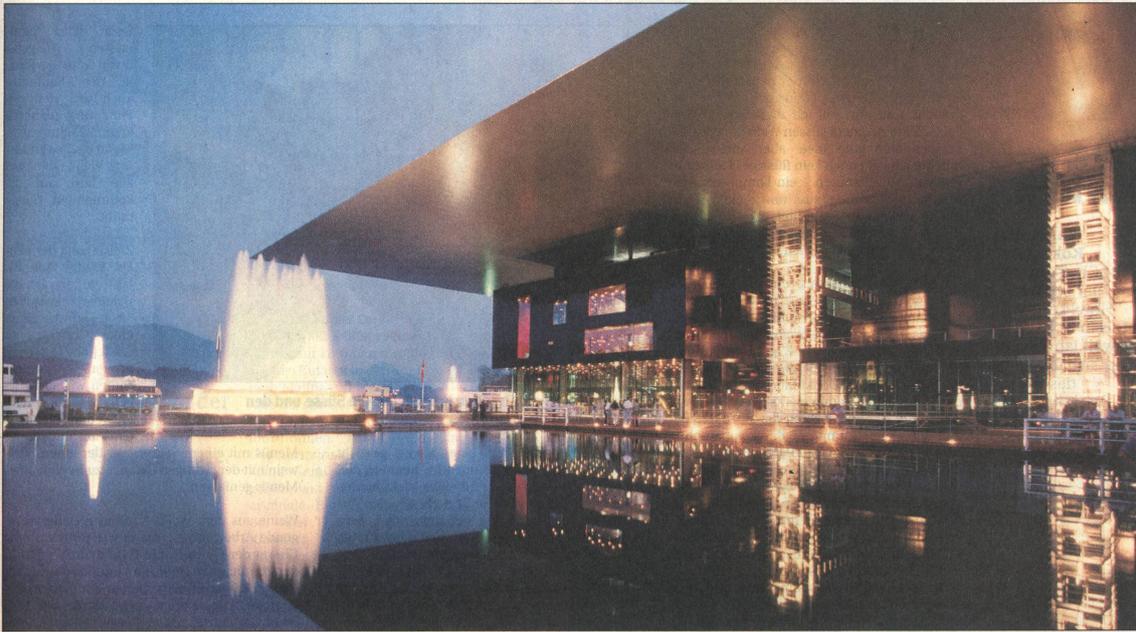
Die ultimative Touchscreen Technologie



Vertrieb und Service: EGRO SUISSE AG
Bahnhofstrasse 66 CH-5605 Dottikon
ph. +41 56 616 95 95
www.egrosuisse.ch - www.rancilio.com

EGRO
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

Städtetourismus. Architektur. Hochklassige moderne Bauten sind kein Nischen-Thema für Kleingruppen mehr. Sie verändern die Ausstrahlung von Städten und werden zu wahren Ikonen.



Das von Jean Nouvel entworfene Kultur- und Kongress-Zentrum KKL ist ein herausragendes Bauwerk von grossem Einfluss. Es wurde zu einer gebauten Ikone.

Gebaute Ikonen glänzen

Das Kultur- und Kongresszentrum KKL hat die Destination Luzern verändert. Basel Tourismus stellt ab März sein Stadt-Marketing in das Zeichen der Architektur.

KARL JOSEF VERDING

Architektur ist ein Basler Thema, es kann nicht so bald kopiert werden», sagt Daniel Egloff, der Tourismusdirektor. «Bauten von Weltklasse hat man nicht so schnell. Ihre Bedeutung für den Tourismus ist lange Zeit unterschätzt worden.» Das soll sich augenfällig ändern. Ab März

will Basel Tourismus in seinem Web-Auftritt und seiner Image-Broschüre «die Ausstrahlung der Architektur» nutzen, «um eine Aussage über den Charakter der Stadt zu machen», kündigt Egloff an: «Wir zeigen damit, dass wir in die Zukunft gerichtet sind und dass Ästhetik uns etwas bedeutet.» Basel Tourismus gibt den flanierenden Gästen lebendige Architektur-Guides mit. Als speziell herausragende Bauten mit der Klasse von Ikonen nennt Egloff das SBB-Zentralstellwerk der Basler Herzog & de Meuron, den Bau der Fondation Beyeler von Renzo Piano und das Tinguely-Museum von Mario Botta.

Der «Leuchtturm» der neuen Basler Messe steht schon

Zwar «keine Ikone» nach Einschätzung von Egloff, aber «ein Leuchtturm» ist der 105 Meter hohe Messeturm der Architektengemeinschaft Morger & Degelelo & Daniele Marques. Er ist zehn



Swiss-Image
Eine Basler Ikone: Der Bau der Fondation Beyeler in Riehen BS.

Jahre alt. Unter dem wegweisenden Leuchtturm wird sich das neue, bis zum Frühjahr 2013 fertiggestellte Messegelände von Herzog & de Meuron präsentieren. Es ist durch Passerellen mit dem Congress Center Basel (CCB) verbunden, das unter anderem mit einer multifunktionalen Event-Halle ergänzt wird.

Jonas Scharf, Leiter des CCB, sagt: «In Basel kann man sich wegen der Dichte an guter und sehr guter Architektur fast nicht entscheiden, welche Bauten die «Ikonen» sind.» Was bringen sie der Kongress-Destination Basel? «Die Leute lieben gute Architektur», antwortet Scharf. «Sie erhöht die Aufenthaltsqualität. Sie kann ein Statement ersetzen, das von der Natur her – mit Berg und Tal – nicht da ist.»

«Kapellbrücke und KKL – diese Bildsprache wird von uns genutzt»

«Jeder sieht den Begriff der Ikone möglicherweise anders», sagt Luzerns Tourismusdirektor Marcel Perren. «Aber das Kultur- und Kongresszentrum KKL ist wirklich ein herausragendes Gebäude mit grossem Einfluss.» Für seinen Baumeister Jean Nouvel ist Architektur die «Transformation eines Ortes». Das KKL hat tatsächlich, mit Unterstützung durch Santiago Calatravas Architektur des be-

nachbarten Hauptbahnhofs, das Seeufer auf dieser Seite «transformiert». Es tritt in der Wahrnehmung des Luzerner Gastes, wie Perren immer wieder feststellen kann, in ein spannendes Verhältnis zur traditionellen Architektur der anderen Seeseite und zur historischen Symbolik der knapp zweihundert Meter entfernten Kapellbrücke. Das KKL hat, so Perren, die Destination Luzern und ihre Ausstrahlung verwandelt: «In Luzern dominiert das schöne Alte, aber der Mix mit moderner Top-Architektur macht die Stadt spannender. Die Kapellbrücke und das in geringer Luftlinie entfernte KKL – diese Bildsprache wird von uns häufig genutzt.» Zur gestalterischen Klasse des Baus gehört auch sein Potenzial an Wertschöpfung. Der Konzertsaal gehört akustisch zu den Top Five weltweit. «Berühmte Orchester werden von allen Seiten angefragt, aber kommen in die relativ kleine Stadt Luzern.»

Zwischen Kunst und Alltagspraxis

Hotelier Eric Fassbind und Architekt Maurizio Tempesta über die Beziehungen zwischen ihren Berufen und zur Frage, wie sich Praxis und Innovation vertragen.

ALEXANDRE CALDARA

In «Les grands hôtels en Asie. Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité» von Thierry Sanjuan (Hg.) steht: «Dass sich Architekten wie Geografen für das Grand-Hotel-Thema interessieren, liegt wohl an der riesigen Skalenerbreite dieser Häuser, von der Zelle bis

zum Stadtbild.» Für Maurizio Tempesta vom Lausanner Architekturbüro Fast ist Hotel- und Restaurantplanung «eine feine Materie, weil wir mit Qualitätsprofis arbeiten. Es ist dieselbe Sprache in einem anderen Kontext. Die Gartengestaltung kann zum Beispiel die Wirkung eines Panoramas verstärken.»

Für Eric Fassbind, Direktor der Fassbind Hotels, ist die Architektur entscheidend: «Mein Vater arbeitete in den 1960er-Jahren mit dem Architekten Justus Dahinden. Mein Bruder und ich haben seine Begeisterung geerbt. Ich bin selbst beinahe Architekt geworden und habe eine Architektin geheiratet. In den 1990er-Jahren hatten wir in Cornavin ein

Projekt mit Jean Nouvel, das dann am Widerstand der Stadt scheiterte ist.»

Für den Hotelier ist das Hotel als Bauwerk «ein Event». Er liebt Baustellen und fährt oft zum Hotel Agora in Lausanne, das im Sommer eröffnet werden soll (Architekten: Devanthery & Lamunière). In Zürich wird das Hotel Senator der Gruppe umgebaut: «Die Vorstellungen sind andere als in Lausanne. In der Deutschschweiz sind Details und Materialien wichtiger, in der Romandie die Ambiance und wie man sich darin bewegt.»

Die Fast Architekten entwarfen 2009 das Pavillon-Restaurant Omnia in Villeneuve. Jetzt kommen das Restaurant du Vieux Pé-



Das «Omnia» in Villeneuve.

cheur und Wohnungen dazu. Der Omnia-Pavillon wurde beim Westschweizer Architekturpreis 2010 und an der Woche der zeitgenössischen Architektur des Schweizerischen Ingenieur- und

Architektenvereins vorgestellt. Den Pavillon präsentierten die Architekten als «grossen Raum mit einer Trägerstruktur aus Betonfertigelementen, die ihn wie ein Band einfasst und das Flachdach trägt». Es war ihnen wichtig, den Pavillon zwischen See und Strasse zu verankern. «Innen ist alles verglast. Es ist ein kompromisslos abstraktes Gebäude. Die Passanten lieben oder hassen es.» Die Architekten sollten gar überlegen, was die winzige Pavillon-Küche servieren könnte. «Wir fanden, Fisch-, Gemüse- und Fleischartars wären praktisch und passten gut zum Gebäude», erinnert sich Maurizio Tempesta. **Deutsch von Christina Miller. Siehe auch cahier français, Seite 19.**

News

Housetrip.com mit mehr als 66 000 Wohnungen

Housetrip.com, die Internetplattform für Buchungen und Vermietungen von privaten Wohnungen und Ferienapartments in Europa, meldet für den Zeitraum von Januar 2011 bis Januar 2012 ein tausendprozentiges Wachstum. Das Angebot von nunmehr 66 000 Wohnungen an rund 8000 Orten macht Housetrip.com zum europäischen Marktführer. Das Unternehmen teilt mit, dass es bei einer gleichbleibenden Entwicklung bis Juni dieses Jahres sein Ziel erreichen könne: Usern sollen bis dann 100 000 private Wohnungen, Apartments oder Ferienhäuser zur Verfügung stehen.

Neuer Rekord bei der Schweizer Milchproduktion



2011 hat die **Milchproduktion** in der Schweiz im Vergleich zum Vorjahr um 1,0% auf total 3,472 Millionen Tonnen zugenommen. Das zeigen die neuesten Zahlen der TSM Treuhand GmbH. Im Durchschnitt beliefen sich die Ablieferungen auf 132 723 kg pro Betrieb. Im Allzeithoch bewegte sich 2011 laut den TSM-Zahlen die Käseproduktion. Diese betrug 181 675 Tonnen und stieg damit nach dem bisherigen Rekordergebnis von 2010 noch einmal um rund 350 Tonnen (+0,2%). Ebenfalls einen neuen Höchststand erreichte die Butterproduktion mit 48 989 Tonnen. Dies entspricht einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr von 414 Tonnen (+ 0,9%).

Kreuzfahrt-Unglück hat wenig Einfluss auf Buchungen

Der Unfall vor der Insel Giglio wird keinen negativen Einfluss auf das Kreuzfahrts-Segment haben. Diese Ansicht vertreten die wichtigsten Anbieter von Schiffreisen in einer Umfrage des Schweizerischen Reisebüro-Verbandes (SRV). Übereinstimmend melden sie, dass es in den letzten vier Wochen kaum zu Absagen von bereits gebuchten Reisen gekommen sei. Der «Kreuzfahrts-Trend» halte laut den Anbietern weiter an, weil menschliche Versagen als Unfallursache rasch feststand und weil sich Schweizer Kunden «äusserst rational» verhalten würden. sag

ANZEIGE

RUEPP & PARTNER
Werbliche Kompetenz
GASTRO-TREUHAND

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

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

www.ruepp.ch

Produkte

Alpinavera: Neuer Onlineshop auch für Gastronomie

Alpinavera, die Vermarktungsplattform für regionale Berg- und Alpinprodukte der Kantone Graubünden, Uri und Glarus, hat einen neuen Onlineshop lanciert. Vom Shop soll auch die Gastronomie profitieren: Hotels, Restaurants und Firmenkantinen können regionale Produkte zentral einkaufen und erhalten einen Rabatt auf die veröffentlichten Preise.

www.alpinaverashop.ch

Natur

Schweizer schätzen den Wald als Erholungsraum



Alain D. Bollat

Die Schweizer Bevölkerung ist zufrieden mit ihrem Wald: Zu dem Ergebnis kommt die vom Bundesamt für Umwelt (BAFU) in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage «Waldmonitoring soziokulturell». 88% der Befragten seien sehr zufrieden mit ihren Waldbesuchen, 95% empfinden die Natur als entspannend. Die Waldbesucher profitierten auch gerne von der Infrastruktur wie Naturlehrpfaden, Spielplätzen und Feuerstellen. sag

Mythos um Sauternes



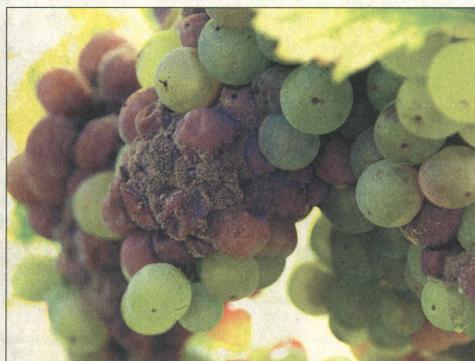
Korky's

Christoph Kokemoor ist Chefsommelier im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel. Seit zwölf Jahren hat er sich der Welt des Weins verschrieben. Seine Kolumne erscheint monatlich.

Wünschen Sie ein Glas Sauternes zu Ihrer Gänseleberterrine? Welcher Gast kennt diese Frage nicht? Und er denkt: Erst habe ich mir mühsam einen Wein aus der Karte ausgesucht, und nun soll ich zu Beginn meiner Speisefolge zu einem süssen Wein ja sagen. Einerseits eine gute Idee, aber andererseits möchte ich jetzt noch kein flüssiges Dessert in meinem Mund spüren – ein komplexes Aroma, das sich samtig, süss und dickflüssig in meinem Gaumen ausbreitet. Woher stammt dieses klassische Zusammenspiel zwischen Sauternes und der königlichen Terrine?

Im Gebiet des Bordelais, um die Gemeinde Langon herum, erstreckt sich zwischen dem bekannten Fluss Garonne und dem Zufluss Ciron das leicht hügelige Weinanbaugebiet des Sauternes. Die besondere Exposition und das Mikroklima begünstigen die Entstehung der Edelfäule Botrytis. Der kühlere Ciron fliesst in die Garonne und dadurch entsteht regelmässig Nebel, der die Entwicklung der Edelfäule begünstigt. Die Schrumpfung der Trauben ohne eine Verletzung der Traubenhaut intensiviert die Süsse und den Geschmack der Semillon und Sauvignon Blanc, gelegentlich auch mit der Muscadelle verschnitten. Diese Besonderheit hat die Winzer schon früh dazu veranlasst, keine trockenen Weine in dieser Region zu keltern. Der Erfolg des Sauternes hat im 18. und 19. Jahrhundert seinen Ursprung. Anlässlich der Weltausstellung in Paris anno 1855 wurde die Klassifizierung zu einem manifesten Denkmal in der Geschichte des Bordeaux. Und besitzt bis heute immer noch Gültigkeit.

Am Hofe von König Ludwig XVI. in Frankreich wurden mehrgängige Menüs kredenzt, zu denen die Weine von der rechten und linken Uferseite des Bordeaux einschliesslich Sauternes gereicht wurden. Der Irrglaube, dass ein



Edelfäule an den Trauben intensiviert die Süsse und den Geschmack des Sauternes.

Sauternes zum Beginn eines Menüs gereicht werden sollte, hält sich noch bis heute in den Köpfen der Gourmets und vieler Weininteressierten. Der Grund dafür liegt eben in der Verbindung der Foie Gras mit dem edlen Sauternes, die sich mit Recht bis heute behauptet. Allerdings wurde das Kredenzen der Foie Gras und die Reihenfolge neu definiert. So steht die Königin der Terrinen heute am Anfang des Menüs, im Gegensatz zu der Zeit des Sonnenkönigs, als sie traditionell zum Ende eines Menüs serviert wurde. Wäre es nicht mutig, wenn die grossen Köche der heutigen Zeit sich dieser alten Tradition annehmen würden? Der königliche Auftritt eines Sauternes würde beim Finale eines grandiosen Menüs eine Verschmelzung mit der edlen Terrine finden – die besten Lebensmittel der französischen Haute Cuisine am

Ende eines fulminanten Reigens. Dann wäre das Finale des Sauternes auch am richtigen Platz und nicht zu einem beginnenden Menü ein fast zu süsser Wein, der uns alle Lust auf die kommenden Gänge raubt.

Zielsetzung der neunten Küche des 21. Jahrhunderts ist, die Balance zwischen Süsse und Säure eines Gerichtes zu erreichen. Genau diesem Argument sollten wir auch folgen, was bedeutet: entweder die Foie Gras am Ende eines

Menüs mit einem Sauternes oder einen Süsswein mit der richtigen Balance zu Beginn eines Menüs geniessen.

Weine aus dem Wallis können hier hervorragende Arbeit leisten. Im Jahr 1996 wurde die Charta der Grain Noble Confidenciel gegründet, die sich der Tradition verpflichtet, aus am Rebstock überreif gewordenen Trauben produzierte Süssweine zu pflegen. Winzer wie Jean René Germanier, Marie Therese Chappaz, Fabienne Cottagnoud und andere produzieren halbsüss bis Grain-Noble-gereifte Gewächse aus den Sorten Amigne, Petite Arvine, Marsanne oder Savagnin. Ich persönlich bevorzuge die Süssweine aus Sauternes, Wallis oder Mosel pur, ohne Ablenkung einer Speise. So kommt der komplexe Genuss zur Geltung.

ANZEIGE



Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie

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

Ziele

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

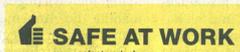
Kursdaten (09.00 Uhr bis ca. 17.00 Uhr)

09. Mai 2012, Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon
14. November 2012, Hotel Freienhof, Thun

Kosten

CHF 375.00

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



Eine Suppe mit Tradition

Der Klassiker Bündner Gerstensuppe gehört zum kulinarischen Erbe der Schweiz und findet Platz auf vielen Speisekarten. Nicht nur in der Bündner Gastronomie.

SABRINA GLANZMANN

Neben Capuns und Pizocheri nimmt sie einen festen Platz unter den traditionellen Gerichten Graubündens ein. Volksmusik-Legende Peter Zinsli hat gar ein Lied über sie komponiert. Und es gibt kaum eine Speisekarte im Südostschweizer Kanton – vom Bergrestaurant bis zum Gourmetlokal –, auf der sie nicht stünde: die Gerstensuppe. Dass klassischerweise von Bündner

gut. Seit der Bronzezeit wird Gerste in Graubünden kultiviert und seither laut Überlieferung auch Suppe daraus gekocht.

Klassisch auf der Corviglia – auch mal mit Trüffeln versehen

«Bei mir kommen nur die klassischen Zutaten in den Topf», sagt Reto Mathis von Mathis Food Affairs auf der Corviglia. Rollgerste, Kartoffeln, Bündnerfleisch, Bortotti-Bohnen, Rahm, und, im Gegensatz zu anderen Rezepten, keine Gemüsebrunoise – diese gehöre laut Mathis nicht in eine originale Bündner Gerstensuppe. «Der Gast erwartet diesen Klassiker. Je nach Wetter brauchen wir in einer Woche bis zu 150 Liter davon» – dies vor allem im Selbstbedienungsrestaurant Bütschella. Die Spezialität findet ihren Einsatz auch in den anderen fünf Betrieben auf der Cor-

«Der Gast erwartet Bündner Gerstensuppe – wir brauchen pro Woche 150 Liter.»

Reto Mathis
Mathis Food Affairs, Corviglia

viglia. Mal als Shot bei Cocktailempfangen, mal mit Trüffeln versehen, mal von Kaviar gefolgt. Immer aber muss die Konsistenz dickflüssig sein. Reto Mathis: «Ich bin kein Suppen-

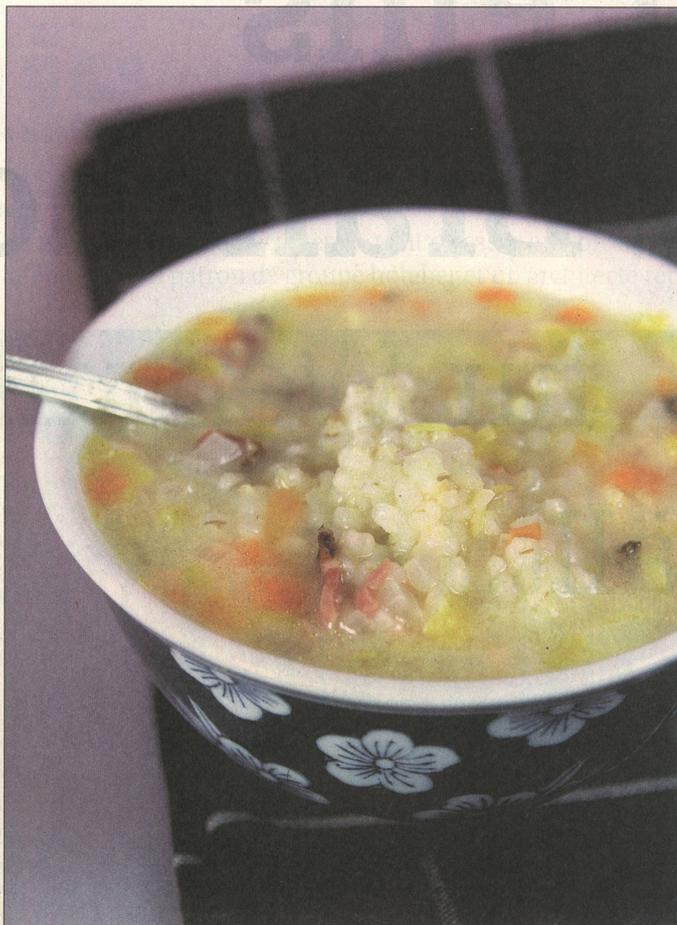
kaspar, aber ein grosser Liebhaber von Eintöpfen.»

Variante im Hallenstadion: Gerstensuppe als Espuma

Eine andere Form von Gerstensuppe erhält der Gast bei Marc André Laubscher in Zürich. Als Küchenchef im Restaurant Topline im Hallenstadion versorgt er die Logengäste vor Veranstaltungen und ist für Bankette besorgt. «Ich beschäftige mich stark damit, ältere Gerichte komplett neu zu interpretieren», sagt der Koch, der unter anderem Sous-Chef bei Alfons Schuhbeck war. Seine Neuintpretation von Gerstensuppe hat er als Espuma konzipiert. Diese Variante reicht er zu einem Terrinen-Mosaik aus den klassischen Komponenten einer Berner Platte. Für die Espuma setzt Laubscher alle Zutaten – inklusive Brunoise und Speck – gemeinsam auf. «Was am Schluss bleibt, ist der pure Geschmack nach dem traditionellen Bündner Gericht.»



Der Klassiker als Espuma mit einem Berner-Platte-Mosaik.



Eine Portion Bündner Gerstensuppe wärmt seit der Bronzezeit in kalten Wintertagen.

Regula Wolf

Rollgerste Gesundes Getreide



Die Rollgerste enthält viele gesunde Mineralstoffe.

Die Rollgerste (auch Perlgerste oder Graupen/Perlgrauen genannt) ist die entspelzte, geschälte und polierte Form der Gerste. Sie findet ihre Verwendung hauptsächlich in Suppen oder Eintöpfen. Die Vollgerste ist weniger stark geschält und hat deshalb mehr Biss. Mit ihrem hohen Gehalt an Magnesium, Eisen und Vitamin B gilt Gerste als äusserst gesunde Getreideart.

Das 25-jährige Jubiläum feiert dieses Jahr die Genossenschaft Gran Alpin – und damit auch ihr erstes Produkt, die Rollgerste. Gran Alpin hat zum Ziel, den ökologischen Bergackerbau in den Bergtälern Graubündens zu fördern. Sie verarbeitet und ver-

marktet die Produkte von rund 70 Bio-Betrieben. Geschäftsführerin Maria Egenolf Mathieu: «In den letzten Jahren wurden jährlich zwischen acht und 16 Tonnen Speisegerste im Bündner Berggebiet angebaut.» Der grösste Teil davon wurde zu Gerstenmehl verarbeitet, aus dem Rest rund zwei Tonnen Bio-Rollgerste hergestellt. Hauptanbauggebiete sind aktuell das Schams und Oberhalbstein. «Es kommen immer wieder Anfragen von Touristen, die in den Ferien unsere Rollgerste gekauft haben und nun bestellen möchten.» Der Anteil, der an die Gastronomie vertrieben wird, macht laut Maria Egenolf Mathieu um die 500 kg pro Jahr aus. sag

Auszeichnung

Zwei Schweizer Absinthens in London erfolgreich

Zwei Schweizer Absinthens aus dem Val-de-Travers gewannen an den «Absinthe Masters 2012» in London internationale Auszeichnungen. Die Grüne Fee Distribution GmbH in Solothurn hat zwei Eigenmarken erfolgreich präsentiert: «Bohème» gewann den Master Award in der Kategorie «Verte Distilled» und «Janis» einen Gold Award in der Kategorie «Blanche Distilled». Der «Bohème» entstand in Zusammenarbeit mit dem Produzenten Claude-Alain Bugnon; «Janis» ist eine Koproduktion von der Solothurner Firma mit Brenner Willy Bovet.

Events

Branchenleute gesucht für 3. Gastro-Golf-WM

Das Hartl Resort im bayerischen Bad Griesbach lädt Branchenleute aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol ein, sich mit Kollegen sportlich zu messen: Vom 16. bis 19. Juni 2012 findet dort die «3. Golf-WM der Gastronomie» statt. Die Teilnehmer müssen über 18 Jahre alt sein und hauptberuflich in der Gastronomie arbeiten. Weitere Infos finden Interessierte auf der Website des Resorts.

www.hartl.de

Lebensmittel

«Magnum»-Glacé: Siegel für Nachhaltigkeit



ZVG

Unilever erweitert 2012 die Zusammenarbeit mit der Rainforest Alliance für seine Glacémarke Magnum: Das bedeutet, dass ab sofort 60 Prozent des Kakao für das gesamte Magnum-Sortiment aus nachhaltigem Anbau bezogen werden. Damit erhalten die Produkte das Rainforest-Alliance-Certified-Siegel mit dem grünen Frosch, das für ökologische und sozial verträgliche Anbaumethoden steht. Bis 2015 wolle das Nahrungsmittelunternehmen laut Mitteilung komplett auf nachhaltigen Kakao von zertifizierten Farmen umstellen.

Bell: Neuer Betrieb am Standort Oensingen



ZVG

Der Fleischverarbeiter Bell AG hat in Oensingen (SO) ein Grundstück von rund 65'000 m² gekauft. Dort sollte gemäss Mitteilung bis 2015/2016 ein Betrieb für Schweinefleischveredelung entstehen. Dieser solle den bestehenden Betrieb in Basel ablösen. Der Standort Oensingen bietet eine «ideale Verkehrslage im Mittelland sowie die Möglichkeit zur Synergiegenutzung mit dem benachbarten Frischfleischbetrieb», so das Unternehmen zu den Gründen für den Entscheid zum Neubau. sag

«Toast» auf das Leben des Nigel Slater

In England ist er mindestens so bekannt wie Jamie Oliver, nun wurde sein Leben verfilmt: Kochbuchautor Nigel Slater. «Toast» wird anlässlich des Filmfestivals ewz.stattkino in Zürich gezeigt.

FRANZISKA EGLI

Die Kochkünste seiner Mutter sollen miserabel gewesen sein und bestanden – so beschreibt es Nigel Slater in seinem Buch «Toast» – vornehmlich aus Konserven, trockenem Toast, Fritten und fettem

Fisch. Nun, man schrieb die 60er-Jahre, als Nigel Slater gross wurde, und die waren besonders in England nicht gerade bekannt für kulinarische Höhenflüge. Aber Nigel Slater liebt das Essen und Kochbücher im Speziellen, und als seine Mutter stirbt und kurz darauf eine Putzfrau namens Mrs. Potter ins Haus kommt, die drauf und dran ist, seinen Vater mittels vorzüglichen Speisen ganz für sich zu gewinnen, geht Nigel Slater aufs Ganze: Er belegt zum Leidwesen seines Vaters einen Haushaltskurs und nimmt den Kampf gegen Mrs. Potter kochend auf...

Heute ist Nigel Slater in England mindestens so bekannt wie Jamie Oliver und gilt als einer der



Geniesser: Szene aus «Toasts», dem Film über Nigel Slater.

beliebtesten Kochbuchautoren und Food-Kolumnisten. 2010 hat BBC sein Leben verfilmt und daraus die nostalgische und skurrile Tragikomödie «Toasts» gemacht. Diese ist am kommenden Sonntag anlässlich des Zürcher Filmfestivals ewz.stattkino zu sehen. Damit die Kochszenen für die Zuschauer zu einem Erlebnis werden, hat der Sensoriker Patrick Zbinden zusammen mit dem preisgekrönten Metzger Stefan Zellweger von der gleichnamigen Metzgerei in Gossau eine kulinarische Überraschung entwickelt.

Film «Toasts», zu sehen am 26. Februar 2011 im Arthouse Le Paris, Zürich, 20.30 Uhr.

Am Puls der Branche!

htr – für Werbung die auffällt.



Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insertate@htr.ch

Diese Aussage stützt sich auf die Resultate unserer qualitativen Leserbefragung im Mai 2009.

htr hotel revue

cahier français

htr hotel revue No 8 / 23 février 2012



Perspectives

Suisse Tourisme aborde l'année 2012 avec confiance et une stratégie de croissance.
page 21



Le Kuklos

Le restaurant tournant se porte bien. Lorsque la météo est de la partie. Reportage.
page 24

Hôtellerie et restauration. Architecture. Des bâtiments emblématiques servent de cadre aux professions de l'accueil. Comment se gère ce lien entre des réalités différentes? Un patron de groupe hôtelier et un architecte répondent.

Fou et pratique: des défis

L'hôtelier Eric Fassbind et l'architecte Maurizio Tempesta parlent des relations entre ces professions. Les liens peuvent sembler évidents. Mais la pratique est-elle compatible avec l'innovation?

ALEXANDRE CALDARA

Dans l'ouvrage collectif «Les grands hôtels en Asie. Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité», dirigé par Thierry Sanjuan, on peut lire ceci: «Si le sujet du grand hôtel séduit autant les architectes que les géographes, c'est sans doute parce qu'un tel édifice convoque une amplitude d'échelles - de la cellule au territoire urbain - rare.» Pour l'architecte Maurizio Tempesta du Bureau Fastt, à Lausanne, concevoir un hôtel ou un restaurant est: «Une matière formidable car nous travaillons avec des professionnels du service de qualité, il s'agit d'un même langage dans un cadre différent, par exemple, un aménagement paysager peut aider à amplifier l'effet d'un panorama.» Il cite l'exemple des transformations de l'Hôtel du Signal, à Puidoux, par le bureau d'architecture Samuel Créations SA.

Pour Eric Fassbind, directeur du groupe Fassbind Hotels, les choix architecturaux sont essentiels: «Dans les années 1960, mon père travaillait avec l'architecte et professeur Justus Dahinden. Il nous a transmis cette passion à mon frère et à moi. J'ai failli devenir moi-même architecte et j'en ai épousé une. Dans les années 1990, nous avons eu un projet avec Jean Nouvel, à Corna-

vin, qui ne s'est finalement pas concrétisé du côté de la Ville.» L'hôtelier considère l'hôtel comme un bâtiment d'importance: «Un événement». Il aime beaucoup la vie d'un chantier, actuellement il se rend fréquem-

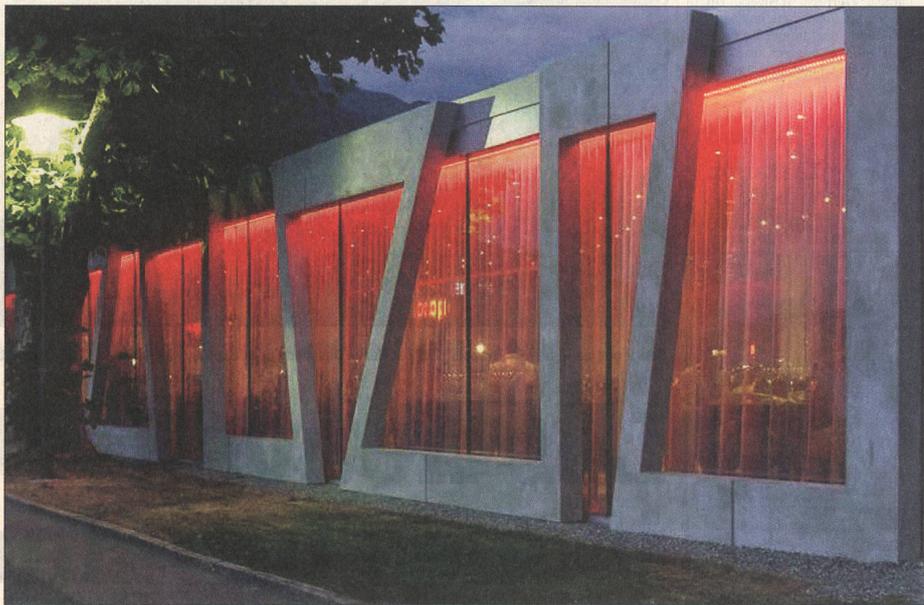


L'Hôtel Alpha Palmiers de Lausanne et sa surface enterrée.

«En Suisse romande, on est attentif à l'ambiance d'un objet architectural.»

Eric Fassbind
Directeur de Fassbind Hotels

ment sur celui du nouvel hôtel Agora, à Lausanne, dont l'ouverture est prévue pour cet été. Ce projet sera conçu par le bureau lausannois Devanthery et Lamunière. Un autre hôtel du groupe, le Senator de Zurich, sera refait: «Nous recherchons d'autres visions, d'autres paramètres qu'à Lausanne. En Suisse allemande, on est plus attentif aux détails, à la cohérence



Le restaurant l'Ominia de Villeneuve créé par le bureau lausannois Fastt, une architecture originale entre le lac et la route.

Photos tdd

fini par sa structure qui se déroule comme un ruban en son pourtour et porte l'entier de la dalle de la couverture. Elle se compose de trois types d'éléments en béton préfabriqué, en forme de Z», commentent les architectes dans leur présentation. Maurizio Tempesta précise que pour eux il était essentiel d'ancrer ce pavillon entre le

lac et la route. «De l'intérieur tout est 100% vitré, il s'agit d'un bâtiment abstrait, sans concession. En général les avis sont tranchés: les passants aiment ou détestent.» Pour ce pavillon, les architectes devaient même réfléchir au type de plat que l'on pouvait y servir vu le côté exigü de la cuisine. «On trouvait que les tartares de vian-

des, de légumes et de poissons possédaient une dimension très pratique et se mariaient avec notre bâtiment», explique l'architecte. Ils sont toujours servis aujourd'hui, mais la société exploitante Ceges SA souhaite aussi servir des plats chauds. Au-delà de ces grands concepts, l'architecture se laisse aussi cuisiner.

Ian Schrager cité en modèle

L'Hôtel Alpha Palmiers à Lausanne était un grand défi architectural. «En le rénovant on voulait donner une réponse moderne marquée, mais créer huit niveaux sous terre sans donner l'impression d'enterrer nos hôtes semblait compliqué», explique Eric Fassbind. Il se tourne alors vers Ensemble architecture et urbanisme SA, à Lausanne, dont il admire la grande rotonde vitrée de Medtronic, à Tolochenaz. L'ouvrage permet de se sentir entouré de verdure en plein cœur de la cité.

Pour Eric Fassbind tout ce qui guide son rapport avec les archi-

tectes est «une tentative de mieux faire vibrer les lieux en tenant compte des spécificités locales.»

Comme collaboration idéale entre un hôtelier et un architecte, Eric Fassbind cite sans hésiter celle de Ian Schrager et Philippe Starck. L'Hôtel Royalton de New York a été le point de départ de ce duo hors norme, dans les huit hôtels pensés ensemble, ils ont tenté d'englober les désirs des clients dans la fonction des locaux. A l'hôtel St Martins Lane à Londres on trouve des dents dorées géantes qui sont des tabourets. Ian Schrager déclare: «Je crée des locaux différents qui ne

sont pas basés sur le fait de savoir si le jaune, le noir et le gris vont bien ensemble. Je m'en fiche. Je n'en ai pas la moindre idée. Ce qui m'intéresse, c'est que les gens puissent faire des découvertes, que les personnes vivent des moments intenses et que les horizons de leurs esprits puissent s'étendre.»

L'Hôtel Silken Puerta América à Madrid propose un concept de laboratoire inédit pour architectes et designers. Ces douze étages ont été conçus par des personnalités aussi différentes que Zaha Hadid, Norman Foster et Arata Isozaki.

Le changement commence ici!

www.hoteljob.ch

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

htr hotel revue

www.pistor.ch
toutpourlacuisine
pistor

ANNONCE
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner
«Ah! Si j'avais un lit happy.»
happy systems™
Ah! Si j'avais un lit happy.
www.happy.ch

En bref

Neuchâtel

Nouveau souffle pour «La Bulle»

Des investisseurs neuchâtelois veulent donner une seconde vie à «La Bulle». Cet objet conçu par l'architecte Hans-Walter Müller, précurseur dans les gigantesques volumes gonflables des années 1960. La Bulle a été regonflée le week-end dernier sur la place du Port de Neuchâtel et utilisée comme bar-lounge éphémère baptisé «Terrasse d'Hiver». Un concours d'idées a été lancé sur Facebook pour donner un nouveau nom et trouver un logo. Infos sur: labullebecoming@gmail.com.

Vaud

La Maison des vins de La Côte aidée



L'Office fédéral de l'agriculture a accepté de subventionner une partie de la construction de la Maison des vins de La Côte, prévue à Mont-sur-Rolle. Il est évalué à 6 millions. Un concours d'architecture sera organisé durant l'année. Le projet devrait comprendre baies vitrées et terrasses pour mettre le panorama en valeur. Une enothèque contemporaine en Nouvelle-Zélande a été montrée comme exemple.

Nouvelle chapelle à Bex

L'architecte français Jean-Marie Duthilleul vient de rénover la chapelle de La Pelouse au-dessus de Bex (VD). Il a recherché une lumineuse sobriété. Les hôtes de la communauté pourront en profiter, les sœurs de Saint-Maurice ont pour apostolat d'accueillir des groupes qui profitent du site naturel. «Le plafond de châtagnier est percé de douze fentes qui font tourner les rayons du soleil dans tout l'espace au fil de la nuit», explique l'architecte dans son dossier.

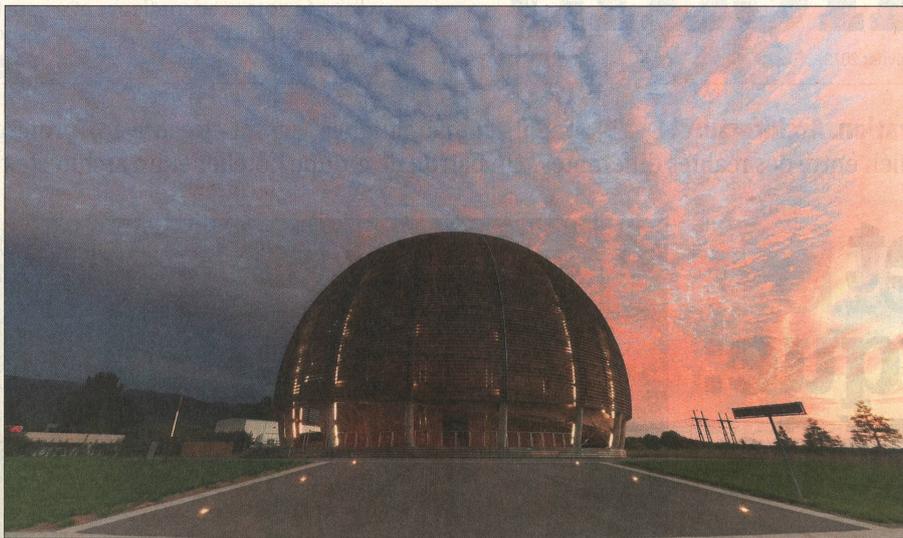
www.lapelouse.ch

**Vaud
Projet de stade à Lausanne**



Le projet de futur stade de football de Lausanne vient d'être dévoilé. Il s'agit d'un ovale de 200 mètres de diamètre. Il aura une capacité de 13 000 places et sera situé aux Prés-de-Vidy. Issu d'un concours d'architecture lancé en 2010, l'installation comprendra aussi une piscine olympique. Ce quartier dédié à la mobilité douce sera conçu par GMP Architekten à Berlin et J.-B. Ferrari & Associés, à Lausanne.

Tourisme urbain. Architecture. Les nouvelles icônes des bâtisseurs d'aujourd'hui peuvent donner une image différente aux villes suisses. Tour d'horizon à Genève, Fribourg, Lausanne, Bâle et Lucerne.



Conçu par les Genevois Thomas Büchi et Hervé Dessimoz pour Expo.02, le Palais de l'Equilibre est devenu l'emblème du CERN.

Les nouvelles icônes urbaines

L'architecture contemporaine suscite l'enthousiasme des responsables de destination. Mais le potentiel touristique de ces nouvelles icônes reste timidement exploité.

LAETITIA BONGARD

Sans prétendre rivaliser avec Tokyo, Londres ou New York, la Suisse romande possède aussi ses perles d'architecture contemporaine. Dans quelle mesure ces nouvelles icônes peuvent-elles participer à vendre une destination? Les responsables des offices du tourisme de Fribourg, Lausanne et Genève répondent.

A Fribourg, la nouvelle salle de spectacle Equilibre fait partie de ces projets imposants, dérangeants pour certains. Un côté spectaculaire qui pourrait aussi faire d'elle un emblème, d'autant plus qu'elle abrite depuis peu l'office du tourisme. Une carte de visite prestigieuse, signée par l'architecte zurichois Jean-Pierre

Dürig, et encore exploitée timidement. «Faire visiter ce bâtiment au même titre que la cathédrale est envisagé, mais il faut d'abord lui laisser le temps de démarrer ses activités», estime Jean-Jacques Marti, président de l'Union fribourgeoise du tourisme. Quant à Marlene Flückiger, directrice de Fribourg Tourisme, elle prévoit d'utiliser l'édifice dans sa communication.

Stratégie également poursuivie par Lausanne Tourisme avec le Rolex Learning Center, symbole du pôle d'excellence et de recher-

che promu par l'organe touristique. Son directeur Claude Petitpierre se rend compte des limites de son exploitation: «Ce bâtiment attire un public d'intéressés, mais des visites ne sont organisées que sur demande. L'EPFL tient à préserver l'esprit du centre, à savoir une bibliothèque pour les étudiants.»

«Faire visiter ce bâtiment au même titre que la cathédrale est envisagé.»

Jean-Jacques Marti
Président de Fribourg Tourisme

Une visibilité internationale et une manière de s'affirmer

Depuis son inauguration il y a deux ans et sa consécration par le prestigieux prix Pritzker, l'œuvre

des Japonais Kazuyo Sejima et Ryue Nishizawa a drainé 400 000 journalistes du monde entier. Une belle visibilité, également au cœur du futur Musée des Beaux-Arts, imaginé par le bureau Barozzi Veiga de Barcelone. «Ce pôle muséal en plein centre-ville sera une manière d'affirmer notre potentiel culturel», prédit Claude Petitpierre. Toutefois, le symbole phare de la ville demeure la cathédrale, estime le directeur. Un peu comme à Genève où Philippe Vignon, directeur de Genève Tourisme, cite d'abord le jet d'eau comme icône urbaine.

La signature star de Jean Nouvel porteuse d'espoir

«Un tourisme de niche s'intéresse certes à des architectures particulières, comme l'Eglise de la Sainte-Trinité ou l'immeuble Clarté du Corbusier, sans pour autant en faire des icônes», relève Philippe Vignon. Le Palais de l'Equilibre, conçu pour Expo.02 et qui a trouvé une seconde vie au CERN, draine en revanche un public de visiteurs plus large. L'édifice sphérique remplit sa fonction de repère visuel et est devenu l'emblème du site.

Reconnaissant le retard de Genève par rapport à Zurich en matière d'architecture, le directeur



Alexander Hanold

L'architecture audacieuse du théâtre Equilibre à Fribourg.

entrevoit un potentiel de visibilité dans le projet d'agrandissement et de rénovation du Musée d'art d'histoire: «La signature de Jean Nouvel pourrait contribuer à en faire une icône», concède-t-il.

Que ce soit à Genève, Lausanne ou Fribourg, ces icônes paraissent encore fragiles touristiquement parlant. Mais leur audace ne peut laisser indifférent. Car comme l'affirme Jean Nouvel: «C'est dans le contraste que les choses se révèlent.»

Le KKL la bonne Nouvelle de Lucerne

Le Centre de la culture et des congrès de Lucerne (KKL) a enrichi la destination. Dès mars, Bâle Tourisme va placer son marketing urbain sous l'égide de l'architecture.

KARL JOSEF VERDING

«Des ensembles architecturaux de classe mondiale, cela ne se bâtit pas en un jour», remarque Daniel Egloff, directeur de Bâle Tourisme. Leur importance pour le tourisme a longtemps été sous-estimée. Or, dès le mois de mars, l'office de promotion va utiliser le «rayonnement de l'architecture» dans son dépliant promotionnel et la page

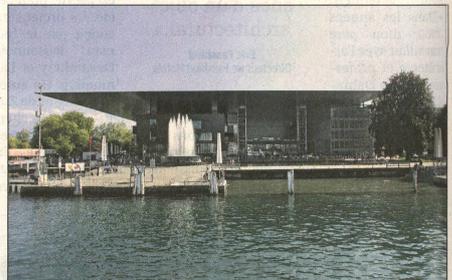
d'accueil de son site web «pour témoigner des particularités de notre cité», annonce Daniel Egloff: «Nous voulons montrer que nous sommes tournés vers le futur et que l'esthétisme a de l'importance à nos yeux.»

Comme exemples de constructions tout à fait exceptionnelles, confinant même à l'icône, Daniel Egloff cite les postes de triage ferroviaires de Herzog & de Meuron, la Fondation Beyeler de Renzo Piano et le musée Tinguely de Mario Botta. Le «phare» de la nouvelle Foire de Bâle se dresse déjà à l'horizon.

Sans être une icône, mais tout de même un «phare», la tour de 105 mètres de haut, construite par le bureau d'architectes Morger & Degelo associé à Daniele Marques, a dix ans. Sous ce phare

porteur d'avenir, le nouveau parc des expositions de Herzog et de Meuron sera terminé au printemps 2013. Il sera relié par une passerelle au Centre de congrès de Bâle (BCC) et complété, entre autres, d'une salle de spectacle multifonctionnelle. Qu'apporont ces constructions à Bâle, destination de congrès? «Elle apporte ce petit plus nécessaire à la qualité du séjour», répond Jonas Scharf, directeur du CCB.

«Chacun peut voir le concept de l'icône de manière peut-être différente», commente Marcel Perren, directeur de Lucerne Tourisme. «Mais le KKL ou Centre de culture et de congrès, est vraiment un édifice remarquable, dont l'impact est important.» Pour son maître d'œuvre, Jean Nouvel, l'architecture est le «cri-



Le KKL de Lucerne amène un nouveau tourisme à Lucerne.

rière de transformation» d'un lieu. Avec celle de la gare de proximité, réaménagée par Santiago Calatrava, le KKL a effectivement transformé cette rive-ci du lac. Son interaction avec l'architecture traditionnelle de ce symbole historique qu'est le pont de la Chapelle, à 200 m à peine de là, a modifié la destination et son aura. A Lucerne, le mariage réussi d'une belle architecture classique

et d'une architecture moderne et pointue rend la ville plus dynamique. «Bien sûr, nous utilisons souvent le langage visuel que constitue le pont de la Chapelle avec, dans sa perspective, la ligne aérienne du KKL pour promouvoir Lucerne», confirme Marcel Perren.

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un papier en page 15.

En bref

Suisse

Des cabanes alpines bien occupées

Malgré des conditions météorologiques très changeantes, les cabanes du Club Alpin Suisse ont atteint l'an dernier un résultat qualifié de réjouissant. Au total, plus de 336 000 nuitées ont été enregistrées, soit 0,6% de moins que l'année précédente. Le chiffre d'affaires total s'élève à environ 27 millions de francs. La cabane Monte-Rosa a été la plus visitée. Au chapitre des nouveaux projets, la cabane du Tracuit en Valais sera rénovée dans le courant de l'année, ainsi que quatre autres cabanes.

Vaud

Des travaux entre Vevey et Villeneuve



Les CFF entreprennent de nombreux travaux entre Vevey et Villeneuve. La modernisation de la gare de Vevey se poursuit avec l'installation d'un nouvel éclairage. Depuis début février, la gare de la Tour-de-Peilz est également en réfection. Dans le cadre d'assainissement sonique, cinq kilomètres de murs antibruit seront posés entre Vevey et Territet, jusqu'au mois de juin.

Valais

L'Aqualoisirs de Crans-Montana en bonne voie

Le projet d'«Aqualoisirs» à Crans-Montana se précise. Le centre de loisirs de la Moubra comprendrait trois bassins - intérieur, extérieur et ludique - ainsi que des espaces fitness, wellness et détente. L'Association des communes de Crans-Montana (AACM) procède actuellement à une évaluation chiffrée. Elle vient par ailleurs de lancer un sondage sur Internet afin de cibler au mieux les attentes de la population en matière de services et de tarifs. Quelque 1700 internautes y ont répondu.

Loèche-les-Bains s'affiche en Suisse romande



La station de Loèche-les-Bains et son office de tourisme vont bénéficier d'un budget de marketing extraordinaire de 57500 francs. Ceci afin de promouvoir cette fin de saison en Suisse romande. Cette campagne est tournée vers les Romands qui forment presque le quart des nuitées de la station. L'affiche s'intitule «Skier gratuitement à Loèche-les-Bains» et le principe est que toute réservation de quatre nuits donne droit à un abonnement de ski gratuit.



Jürg Schmid, CEO de Suisse Tourisme reste confiant. Notamment grâce à la croissance des nuitées générées par les hôtes des marchés à fort potentiel.

Batailles touristiques

Malgré un franc suisse fort et un climat de consommation difficile, Suisse Tourisme aborde l'année 2012 avec confiance et une stratégie axée sur la croissance.

FRANÇOISE ZIMMERLI

Lors de sa conférence de presse, ce mardi à Zurich, Suisse Tourisme (ST) a tiré le bilan de l'année 2011. Si le marché suisse est resté globalement stable (-0,1%), en raison du franc fort et de d'une conjoncture mondiale fragile, on assiste dans notre pays à un recul des nuitées, différencié selon les zones de provenance. Selon, l'Office fédéral de la statis-

tique, le nombre global de nuitées de l'hôtellerie a diminué de 2% par rapport à 2010. Le plus fort recul (-8,5%) a lieu sur les touristes de la zone euro (29,7% de parts de marché en 2011), les nuitées des touristes britanniques ayant elles chuté de 8,3% (4,8% de parts de marché). Mais l'augmentation notable des hôtes issus des marchés stratégiques de croissance (Brésil, Chine, pays du Golfe, Inde, Pologne, Russie, Espagne) a permis de contrebalancer de près d'un tiers la baisse des touristes de la zone euro et de Grande-Bretagne.

En 2012, ST s'attend certes à une baisse en provenance des zones sensibles. Pourtant, Jürg Schmid, le CEO de ST, reste confiant. «La croissance impressionnante des nuitées générées par les hôtes des marchés à fort potentiel - qui sera décisive pour l'avenir - montre que la stratégie de diversification des marchés déjà mise en œuvre par Suisse Tourisme porte ses fruits», a-t-il déclaré. «Nous la poursuivons



Guglielmo L. Brentel, président d'hotellerie suisse trouve la Suisse très attrayante.

résolution en 2012. Ainsi, ST a augmenté son budget de marketing consacré aux marchés stratégiques de croissance (Brésil, Chine, pays du Golfe, Inde, Pologne, Russie) à 13,5 millions (+32,4% par rapport à 2011), soit 22,7% du budget (2011: 18,2% du budget) et renforce sa présence sur place.

De nouveaux postes seront créés dans la région Asie-Pacifique (Asie du Sud, avec siège à Singapour, Australie et Corée), ainsi qu'au Brésil et en Pologne. Elle intensifiera aussi sa promotion dans les pays nordiques.

Avec une part de marché des nuitées hôtelières de 44,4% en 2011, la clientèle suisse a fait preuve d'une belle fidélité envers notre pays. Surtout en cette période économiquement difficile et alors que les destinations étrangères sont financièrement attractives pour les Suisses, ST en fait donc un marché prioritaire et, dans le cadre de la campagne d'été, consacre un montant supplémentaire de 4,7 millions de francs à des activités marketing.

Et pourtant, «la Suisse n'a jamais été aussi attrayante», constatait Guglielmo L. Brentel, président d'hotellerie suisse, mardi à Zurich, au regard de la saison d'hiver actuelle. Mais en 2011, les effets du franc fort se sont fait durement sentir, surtout dans le tourisme de loisirs, avec des bais-

ses de 7,6% aux Grisons, 4,6% au Tessin et 4,4% en Valais. Dans les régions alpines, la demande a reculé de 5,1% par rapport à 2010, alors que le tourisme urbain affichait une croissance de 1,6%. Dans les catégories, ce sont les hôtels 5 étoiles qui ont le plus souffert (-7,2%) alors que les 4 étoiles affichaient une hausse 1,1%.

Ces dix dernières années, l'hôtellerie suisse a consenti d'importants investissements - plus de 10 milliards de francs - et amélioré considérablement son niveau de qualité.

«Aujourd'hui, l'hôte obtient plus pour son argent», a souligné G. L. Brentel. Mais «le franc fort reste un défi» et les coûts suisses élevés restent un souci face à la concurrence mondiale. La branche s'est donc engagée en faveur d'un accord de libre-dans l'agro-alimentaire pour bénéficier de meilleurs prix d'achat et sur l'abaissement temporaire de la TVA à 0% sur les prestations d'hébergement.

L'Asie plutôt que la Suisse

Swiss International Hotels (SIH) est en pleine expansion en Inde et en Chine. Mais, le groupe affilié suisse Manz attend davantage de son partenaire sur le marché intérieur.

KATHARINA MERKLE

Un monde sépare la société SIH de 1981, année de sa fondation, à sa forme actuelle. Créée à l'origine pour favoriser les contacts sociaux entre les directeurs d'hôtels à l'étranger, l'entreprise devenue Swiss International Hotels & Resorts loue son concept de prestataire de services complets, y compris son propre système de réservation, à ses 30 membres en

Europe, au Moyen-Orient et en Asie. Basée à Gland (VD), SIH appartient à Swiss International Hospitality Commons GmbH, dont les associés sont la holding néerlandaise Kenmark et son propriétaire Henri Kennedie (55) - devenu depuis 2010 la locomotive de la société - et le couple suisse Anne et Alain Cheseaux à qui appartenait la précédente SIH.

Des projets de développement principalement en Chine

Alors que d'autres chaînes hôtelières suisses ont mis l'accent sur le marché intérieur, la SIH de Kennedie est en pleine expansion sur le marché asiatique, principalement en Chine.

Là, elle entend exploiter dans les cinq prochaines années 25 établissements existants sous la marque SIH. Pas suffisant. La semaine

dernière Henri Kennedie a rendu public ses tout nouveaux projets: Swiss International est parvenue à une coopération avec l'américain Rockwood Associates LLC avec, à la clé, la direction d'hôtels au Népal, au Bangladesh, au Sri Lanka, au Pakistan et aux Maldives, tous sous la marque Swiss International.

De bonnes affaires grâce à l'image de fiabilité de la Suisse

Cette dernière deviendra alors une marque mondiale offrant des services affiliatifs de développement et de gestion hôtelière, même en tant que propriétaire.

Le Néerlandais est persuadé que grâce à l'image de fiabilité, de propreté et de courtoisie de la Suisse, il sera facile de faire de bonnes affaires: «Le Swissness a le vent en poupe en Chine, aussi



Le Swiss International Hotel de Xiamen en Chine.

bien auprès des clients que des propriétaires d'hôtels.

Sur le marché intérieur, par contre, seuls 9 hôtels suisses sont actuellement affiliés sur les 30 que compte le réseau pour le double il y a peu. Le groupe suisse Manz Privacy Hotels (l'Hôtel Euler à Bâle, le St-Gotthard à Zurich et le Continental à Lausanne) est affilié depuis octobre 2011 et a re-

pris le système de réservation de Swiss International (Swiss-Rez), une condition pour rejoindre le partenariat, ainsi que les prestations de marketing et de revenu management.

Manz Privacy Hotels était autrefois membre du groupe américain Preferred Hotel. Alexandre Manz, pour justifier son passage à Swiss International: «Nous voulions un partenaire qui se concentre sur le marché local. Depuis, désillusionné, il constate: «De nombreuses prestations ne sont pas au point, l'encadrement laisse à désirer.» Henri Kennedie avait promis un partenariat solide, mais «jusqu'ici ce ne sont que de belles paroles, j'attends maintenant qu'il passe aux actes.»

Adaptation Française Zimmerli sur la base d'un texte en page 10.

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'hôtel 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

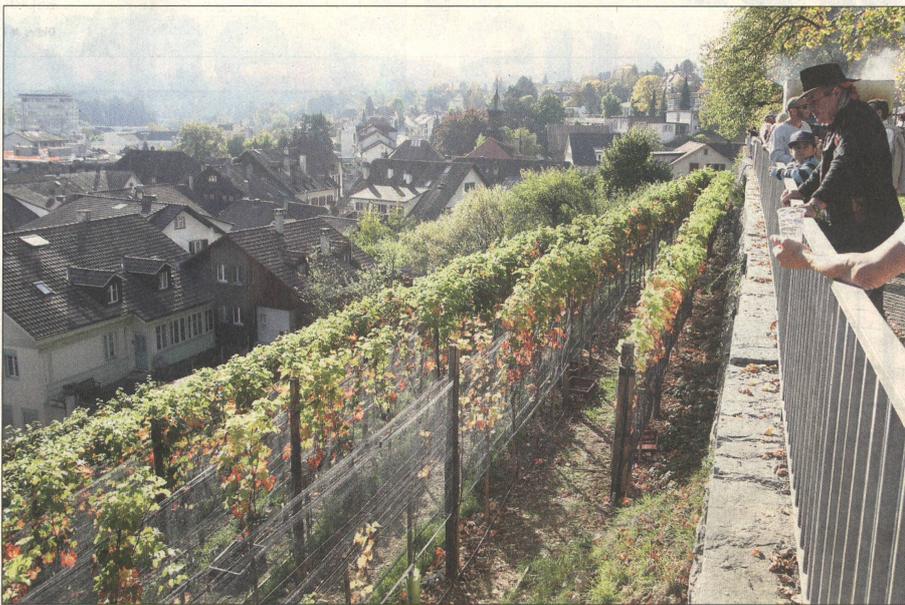
Aurèle Morf s'est lancé en 2008 dans un projet un peu fou. Celui de faire pousser du raisin dans le Jura. Son idée est désormais couronnée de succès.

VALÉRIE MARCHAND

Incroyable, mais vrai! Moutier, plutôt célèbre pour ses zones industrielles, ses machines-outils et son décolletage, est reconnue, depuis peu, ville viticole à l'échelon national. Et ceci grâce à la volonté et au courage d'un jeune Prévôtis qui a décidé d'y faire pousser de la vigne. Le terrain, situé sous la Collégiale Saint-Germain, dans une forte pente, bénéficie d'un bon ensoleillement. «Dans les années 600, je pense qu'on y produisait déjà du vin», explique le vigneron Aurèle Morf. En effet, à cette époque, l'église était un important monastère et le manque de voies de communication aurait pu inciter les moines à cultiver eux-mêmes leur raisin. Par contre, l'histoire d'Aurèle Morf serait plutôt «une succession de hasards».

Deux cochons laineux pour retourner la terre

Après avoir effectué trois ans d'études au gymnase, il ne sait pas encore quelle profession em-



Les vignes d'Aurèle Morf à Moutier. Elles sont situées sous la Collégiale Saint-Germain et bénéficient d'un bon ensoleillement.

Quand Moutier devient ville viticole

brasser. C'est alors qu'il entreprend un grand voyage qui le conduira notamment en France, puis au Tessin, deux lieux où il découvrirait son amour de la vigne. Après avoir effectué un apprentissage de vigneron, le nectar qu'il produit tout d'abord au Tessin, est reconnu pour sa qualité.

Très vite, le restaurateur du Noirmont, Georges Wenger, lui achète des bouteilles. Dans l'intervalle, des caves et le terrain qui se trouve sous la collégiale de Moutier se libèrent. Pour travailler son nouveau terrain, Aurèle Morf choisit deux cochons laineux. Les animaux retournent la terre jusqu'à 30 centimètres de profondeur. Cette méthode, qui a surpris plus d'un passant, était la bonne.

Un vin 100% biologique

Le Prévôtis plante des cepes en 2008 et crée un système de parrainage et l'association vinicole «Autour de Saint-Germain» afin d'obtenir du soutien. En 2010, il peut déjà bénéficier d'une première récolte et son association l'aide à organiser une fête des vendanges. Cette dernière a connu un vif succès. Les sceptiques deviennent admiratifs. La volonté de cet homme, qui vit de hasards

et peut-être aussi d'intuition, suscite l'étonnement. Passionné par son métier, il a choisi de proposer un vin rouge, naturel, sans sulfate. Par ailleurs, sa vigne est cultivée sans engrais chimiques, ni pesticides. «Le terrain sur lequel je travaille est idéal. Lorsque l'on veut pratiquer la biodiversité dans une région où sont plantées de nombreuses vignes, certaines peuvent recevoir des pesticides d'un terrain voisin. Ici, la vigne est isolée et le problème ne se pose pas», précise Aurèle Morf. De plus, le changement climatique, plus ou moins confirmé, l'encourage dans son projet. «D'ici plusieurs années, il sera certainement de plus en plus facile d'obtenir un bon vin dans des régions où il n'y

avait auparavant pas de récolte possible», estime le vigneron. Grâce à sa tenacité, la vigne produit une nouvelle fois de belles grappes en 2011. Une deuxième fête des vendanges est organisée sur l'esplanade de la Collégiale. Un taureau est rôti à la broche et un orchestre tessinois anime les soirées. Les habitants de Moutier et des environs affluent en masse pour célébrer joyeusement l'événement et soutenir Aurèle Morf dans son activité. «Pour moi, la consécration de Moutier comme ville viticole est le début d'une grande aventure», se réjouit-il. Sans vouloir dévoiler la suite de sa démarche, des bruits courent déjà sur ses démarches, à savoir que son terrain pourrait bientôt être agrandi...

«On pourra obtenir un bon vin dans les régions où il n'y avait pas récolte possible.»

Aurèle Morf
Vigneron



Le vigneron Aurèle Morf en son domaine.

Avalanche de décibels sur les stations

Véritables phénomènes, les festivals de musiques actuelles s'imposent comme incontournables dans l'offre événementielle des stations de ski.

GRÉGOIRE DESSIMOZ

C'est désormais une tradition. En été, de Zermatt à Verbier, en passant par Crans-Montana ou Saas-Fee, les stations valaisannes résonnent au son des concertos de Mozart et des poèmes symphoniques de Liszt.

Mais depuis quelques années, un phénomène nouveau est en passe de devenir un atout incontournable des destinations de

montagne: les festivals de musiques actuelles avec leur déferlante de décibels jusqu'au cœur des domaines skiables!

Tout comme leurs homologues en col blanc, ces festivals sont une occasion en or d'attirer du monde en station dans les périodes creuses. A l'instar du Caprice de Crans-Montana qui génère à lui seul plus de 5000 nuitées uniquement pour les artistes, les parterres et les membres du staff. Avec les festivaliers, le compte passe à 21 000.

A Zermatt, selon l'attachée de presse à l'Unplugged Helge von Giese, «sur les 15 000 personnes qui fréquentent les concerts, on estime le nombre de nuitées à près de 9000». Même les petits festivals comme Avalanche aux Marécottes ou C'est l'Hiver à Morgins parviennent à tirer leur



L'original Festival Rock The Pistes aux Portes du soleil.

épingle du jeu malgré des moyens financiers restreints et l'absence de têtes d'affiche internationales. «Notre événement a lieu en tout début de saison et en règle générale les hôtels affichent complet le soir du festival. Mais il faut

dire qu'il n'y a que deux hôtels à Morgins», souligne Philippe Nantemod, porte-parole de C'est l'Hiver. Aux Portes du Soleil, l'aventure musicale de Rock The Pistes se veut, quant à elle, un peu moins conventionnelle. Durant

cinq jours, vestes de ski et perfectos se côtoient aux pieds des différentes scènes éphémères aménagées en pleine nature. Des concerts gratuits qui incitent les gens à prendre un forfait des remontées mécaniques et à se rendre sur le domaine pour le découvrir.

Une tendance à grimper vers les sommets qu'a déjà amorcée Caprice Festival il y a trois ans avec son concept Modernity: des soirées électro à 2200 m. d'altitude où le public peut apprécier une vue époustouflante grâce à une tente entièrement transparente.

Et si cela ne suffisait pas pour convaincre les stations qui n'ont pas encore sorti leurs amplis, Modernity a reçu en 2011 la récompense de Best Event au Swiss-NightLife Award.

Pêle-mêle

Musique et snowboard aux Marécottes

La septième édition d'Avalanche Festival se déroulera les 24 et 25 février dans les villages de Salvan et des Marécottes. Cette année la programmation est marquée par la présence d'artistes internationaux. Vendredi, Bastian Baker présentera ses ballades pop-folk. Puis The Mondrian proposera les meilleurs groupes rock du moment. Le groupe valaisan Prostone clôturera cette première soirée. Le samedi dès 10 heures, une compétition de snowboard complètera le programme. aca

www.avalanchefestival.ch

Deux marques d'absinthe honorées



Deux marques d'absinthe du Val-de-Travers ont été honorées lors du concours international «Absinthe Masters 2012» qui s'est tenu à Londres. Il s'agit de la marque Bohème qui a reçu le «Master Award» dans la catégorie «Verte Distilled» et de la marque Janis qui a gagné un «Gold Award» dans la catégorie «Blanche Distilled», a indiqué la société soleuroise Die Grüne Fee Distribution GmbH. Cette dernière considère que ces prix permettent à l'absinthe suisse de renforcer sa présence sur les marchés des spiritueux. mh

Nouvelle pizzeria à Lausanne

Un nouveau restaurant tente sa chance à l'avenue du Tribunal-Fédéral 2, à Lausanne. La pizzeria La Puccia sera la cinquième établissement, après la fermeture de l'emblématique La Factoria, en 2002. Le patron Donato Pellegrino tient déjà un établissement du même nom depuis 1998, à Renens. A Lausanne, il proposera trois menus du jour et une pizza géante de 48 centimètres de diamètre. Donato Pellegrino explique dans «24 heures» qu'il aimerait créer un lieu familial, notamment en organisant des ateliers pizzas pour les enfants le samedi. Les pâtes seront servies avec des sauces artisanales, à la crème ou à l'huile d'olive.

Le Plaza Athénée plus glamour que jamais



L'Hôtel parisien le Plaza Athénée accueillera les 5 et 6 mars le Dorchester Collection Fashion Prize. Le coup d'envoi de cette troisième édition permettra à Anndra Neeen de présenter sa collection de bijoux et accessoires automne-hiver 2012 en pleine Fashion Week. «Nous sommes très heureux de donner une fois de plus un petit coup de pouce aux créateurs pour se lancer sur la scène internationale», explique Christopher Cowdray, directeur général des hôtels Dorchester Collection. aca



«Si on se limite à ce que l'on trouve sur le marché, c'est difficile. En ce moment, je sers une asperge de Provence.»

Didier de Courten Grand chef, à Sierre



En exploitation depuis 1990, le seul restaurant tournant de Suisse romande, «Le Kuklos», continue à fasciner par son architecture.

Photos Miroslaw Halaba

A la merci de la météo

Avec le restaurant tournant «Le Kuklos» et ses bars sur les pistes, la restauration va bon train à la Berneuse. Pour autant, toutefois, que la météo y mette du sien.

Reportage.

MIROSLAW HALABA

Perché au sommet de La Berneuse, à 2048 mètres d'altitude, au-dessus de Leysin, avec ses verrières bleutées caractéristiques, le restaurant «Le Kuklos» tutoie le ciel. «Inauguré en 1990, il est toujours révolutionnaire», lance son dynamique gérant, le Fribourgeois Frédéric Andrey.

Seul restaurant tournant de Suisse romande, Le Kuklos, du mot grec « rotation », s'apprête, ce lundi, à vivre une bonne journée. La bise est quasiment absente, la température est loin des -28 degrés enregistrés lors de la récente vague de froid et les conditions d'enneigement sont exceptionnelles. «Nous avons trois mètres et demi de neige», indique Frédéric Andrey, cet ancien employé de banque qui

est depuis quatorze ans dans la restauration et dont sept à la tête du Kuklos.

Entre deux descentes, lorsque le creux à l'estomac se fait sentir, ski-



Frédéric Andrey, le gérant du Kuklos et de ses bars.

eurs et snowboarders feront honneur à l'offre de restauration du site. Une offre variée, puisque ne sont, en effet, pas moins de six bars et restaurants, exploités par une trentaine de collaborateurs, qui sont à disposition. Sans faire de la haute gastronomie, le restaurant tournant, tout d'abord, cherche, avec ses deux chefs, Steven Willocks et Francis Burrier, à donner une note distinguée à ses menus. Un étage plus bas, le client y trouve un restaurant self-service. Et un étage au-dessus, ce se sont les VIP qui ont des salons. «En 2008, nous y avons accueilli le président russe Vladimir Poutine», note Frédéric Andrey.

Quatre bars sont situés à l'extérieur, sur les pistes. Ainsi, un igloo, construit à l'arrivée de la télécabine, sert des raclettes. Plus bas,



Un igloo pour abriter le bar à raclettes.

dans des yourtes, se sont des «flammequeche», des tartes flambées, qui sont proposées, ou encore des tartines. «Chaque année, nous avons une nouveauté et, cette fois-ci, c'est le bar à tartines», souligne le gérant. Et d'ajouter:

«Partout, nous ne servons que des produits frais amenés quotidiennement sur place.»

Deux cents convives retenus en station

Frédéric Andrey aime visiblement son métier. Qu'est-ce qui le motive? «Chaque jour est différent et cela en particulier en raison de la météo», répond-t-il. On l'imagine aisément, à 2000 mètres, le temps joue un rôle considérable. «Nous faisons en moyenne, tous points de vente confondus, 1000 couverts par jour, mais suivant le temps, cela peut varier entre zéro et 2000», dit-il. C'est dire qu'il ne passe ses commandes de subsistances qu'après avoir scruter les informations météorologiques. MeteoNews, le site de Landi, mais aussi la Télévision suisse romande. «Il faut faire une synthèse des informations réelles et celles qui ont été annoncées par la télévision». Frédéric Andrey estime, qu'avec l'habitude, il voit juste dans 90% des cas. Toute erreur ne peut pas être évitée, comme lorsqu'il avait commandé de la nourriture pour deux cents convives et que ceux-ci ont dû rester en station en raison d'une météo défavorable. Tout a dû être redescendu en hâte pour être servi dans un hôtel de Leysin...

Une saison difficile à gérer en raison du temps

C'est d'ailleurs principalement à la météo que Frédéric Andrey attribue les fluctuations de cet hiver. «La saison est difficile gérer. Il a plu abondamment à Noël. Il y a eu beaucoup de vent et, ces derniers jours, la vague de froid.» Heureusement, la neige est maintenant bien présente et les clients aussi. «Les Fribourgeois sont en vacances cette semaine et les Vaudois le seront la semaine prochaine. Cela pourrait être la plus forte de la saison», note encore, optimiste, Frédéric Andrey.

Les gens

Nouveau chef au Royal Plaza de Montreux

Sébastien Brun est le nouveau chef du café Bellagio, le restaurant de l'Hôtel Royal Plaza, à Montreux. Il succède à **Georges Dufresne** qui pratiquait une cuisine traditionnelle basée sur des cuissons douces. Originaire de Lausanne, Sébastien Brun dirigeait auparavant la brigade de l'Hôtel des Trois-Couronnes, à Vevey où, en spécia-



listes des sushis, il avait installé une carte très marquée par l'Empire du Soleil Levant, dont il a d'ailleurs épousé une ressortissante. Ce ne sera pas le cas à Montreux, où on annonce son retour à une cuisine française plus traditionnelle alliant spécialités locales et méditerranéenne agrémentée des saveurs du monde.

Fribourg tient ses Osses



Nicolas Rossier et Geneviève Pasquier reprendront la direction du théâtre des Osses, à Givisiez (FR) en 2014. Depuis vingt ans, ces Lausannois d'adoption et Fribourgeois de cœur dirigent en la compagnie Paquier-Rossier. Gisèle Salin et Véronique Mermoud, ames du théâtre des Osses peuvent passer le flambeau en toute confiance. Le théâtre des Osses est entièrement voué à la création et fonctionne comme un centre dramatique. Cette institution bénéficie d'une grande renommée au-delà du canton de Fribourg grâce à son goût de l'excellence, au respect absolu du public, à la responsabilité de la parole et à son refus de la carrière individuelle.

Le tourisme jurassien progresse

Pour la première fois de son histoire, le canton du Jura a franchi en 2011 la barre des 100000 nuitées hôtelière. Une nouvelle qui réjouit Jura Tourisme. Avec 102744 nuitées, l'hôtellerie jurassienne a affiché une santé réjouissante en 2011. L'augmentation est de taille (+21,5%) par rapport à l'année 2010, ce qui fait du Jura, le canton suisse qui connaît la plus forte progression. L'émergence sur le marché de nouvelles chambres (agrandissement de l'hôtel Cristal à Saignelégier et ouverture de l'hôtel Ibis à Delémont) y est pour beaucoup. «Ces deux établissements ont connu un départ très encourageant, ce qui démontre une nouvelle fois que l'offre en matière d'hébergement est inférieure à la demande potentielle des visiteurs», note Guillaume Lachat, directeur de Jura Tourisme dans un communiqué. Tous les districts jurassiens ont bénéficié de cette embellie. Le goût des hôtes pour les courts séjours avantage le Jura.

«Payez ce que vous voulez», proposent huit hôtels fribourgeois

Jusqu'à la fin de l'année, le client est invité à fixer lui-même le prix de sa chambre d'hôtel. Lancée dans le canton de Fribourg, cette action est valable jusqu'à la fin de l'année.

MIROSLAW HALABA

«C'est une action-test unique en Suisse», indique l'Association fribourgeoise des hôteliers qui paraira l'opération «Payez ce que vous voulez».

Jusqu'au 28 décembre, le client qui passe la nuit du dimanche au lundi dans l'un des huit hôtels qui participent à l'action pourront payer la chambre au prix qui lui convient. «Chaque montant qu'il versera sera accepté, même s'il ne veut rien payer pour sa chambre», notent les initiateurs de l'opération.

Leur but est voir si les clients sont satisfaits du rapport qualité



Le Best Western Hôtel de la Rose participe à cette action.

prix des hôtels fribourgeois. Les clients seront invités à remplir un questionnaire portant sur les prestations reçues.

Quatre hôtels de Fribourg sont de la partie (Au Parc Hôtel, NH Hotel Fribourg, Best Western Hôtel de la Rose, Hôtel Ibis Fribourg), trois de Bulle (Motel Restourte de la Gruyère, Hôtel du

Rallye, Hôtel Ibis Bulle-La Gruyère) et un du Lac-Noir (Hostellerie am Schwarze).

Avec cette action, les hôteliers fribourgeois espèrent bénéficier d'un «énorme impact publicitaire». Ils y voient aussi, disent-ils, une occasion de faire connaître le canton de Fribourg sur le plan hôtelier.

stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 8 / 23. Februar 2012

AG
ACTIVE GASTRO ENG

**Neue Herausforderung
gesucht?**

Active Gastro Eng GmbH
www.activegastro.ch

**Weiterbildung
aktuell**

Unser Weiterbildungsangebot
finden Sie hier:
www.hotelleriesuisse.ch/
weiterbildung

hotelleriesuisse
SWISS HOTEL ASSOCIATION

**Das
Intensiv-
seminar**

GASTRO SUISSE

Der Barkurs

Termine: Blockkurs:
Start Frühling: 7. 05. 2012, Start Sommer:
27.08.2012, Start Herbst: 12.11.2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20 | 8046 Zürich
Tel. 0645 377 111 | www.gastro.suisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch

**Unser
Beraternetzwerk –
Ihr Erfolg**

Auf unserer
Website unter:
Partner/
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....	1
Direktion/Kader.....	3-4
Tourismus.....	5
Deutsche Schweiz.....	5-6
Suisse romande.....	7
Svizzera italiana.....	6
Stellengesuche/Demandes d'emploi...7	
Immobilien.....	8

Kommunikation

Wer die Seele
seines Hauses
kennt, ist
erfolgreich im
Auftritt gegen
ausen.



ZVG

Wie das Hotel tickt



BARBARA URFER WYSS
GESCHÄFTSLEITERIN
SWISS HOSPITALITY
COMMUNICATIONS AG
WWW.YOURASSET.CH

Liegt es wirklich nur an den neu reovierten Zimmern, dem guten Essen und den freundlichen Mitarbeitenden, wenn die Gäste wieder kommen oder öffentlich (z.B. auf Bewertungsplattformen) von einem bestimmten Hotel schwärmen und es so weiterempfehlen? Hat die Wahl des Hotels nicht auch wesentlich mit dessen Ausstrahlung, mit dem «gewissen Etwas», zu tun?

Sind USPs auch tatsächlich USPs?

Die Betriebsleitung macht sich in der Regel Gedanken zu ihren USPs (Unique Selling Propositions), den einzigartigen Verkaufsvorteilen. «Was ist genau so nur bei uns erhältlich?», ist die entscheidende Frage für einen Betrieb, der sich er-

folgreich positionieren möchte. Wer sich aber auf seine wirklichen USPs besinnt, geht einen wesentlichen Schritt weiter: Er setzt sich mit seiner persönlichen Einstellung und den in seinem Betrieb gelebten Spielregeln und Werten auseinander.

Seinen eigenen Kern kennen

«Was ist das Schwerste von allem? Mit den Augen zu sehen, was vor den Augen liegt», sagt Goethe. Die persönliche Grundhaltung der Hotelleitung prägt den täglichen Umgang im Team und wirkt sich auf die gesamte Strategie aus. Ist sich die Hotelleitung bewusst, weshalb sie am Morgen gerne aufsteht? Eine Direktion, die sich selbst und ihrem Ho-

telbetrieb mit wachem und geschärftem Blick begegnet, weiss, was das Besondere an ihrem Betrieb ist. Wissen die Mitarbeitenden, was der Direktion bei der täglichen Zusammenarbeit wichtig ist? Kennt das Team die Werte, die den Umgang mit den Gästen bestimmen? Wer wissen will, wie sein Hotel tickt und warum es so tickt, muss es mit offenen Sinnen in seinem Kern ergründen.

Erkenne deinen Kern und sprich darüber!

«Tue Gutes und sprich darüber!» ist eine klassische Aussage für gute Werbung. Wer genau hinschaut, sieht das Wertvolle, das bereits da ist. Es bildet ein starkes Fundament, auf das gebaut werden kann. Denn es ist der Wesenskern,

die Seele des Betriebs. Wer den Kern oder eben die Seele des eigenen Betriebs kennt, weiss, welchem Bereich er in Zukunft grössere Beachtung schenkt. Er weiss, wo ausgebaut oder investiert werden sollte.

Auftritt nach aussen

Wer weiss, wie sein Hotel tickt, zeigt diese Charakteristiken auch im Auftritt nach aussen. Mit diesem Wissen kann die eigene Homepage oder eine Broschüre das spiegeln, was der Gast während seines Aufenthalts erlebt. Deshalb macht es Sinn, zuerst in den Betrieb hineinzuhorchen und erst dann die Botschaft nach aussen zu tragen. In anderen Worten: «Erkenne deinen Kern und sprich darüber!»

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

htr hotel revue

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!



Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Direktionsassistent/-in	Region Zürich	J40369
Leiter Human Resources	Region Zürich	J40780
Küchenchef für Cateringunternehmen	Region Bern	J40725
Vize-Direktor/-in	Region Graubünden	J40747
General Manager – Egypt	International	J40664
Verantwortlicher Take Away	Region Bern	J40717

Reception / Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Direktionsassistenten	Region Zentralschweiz	J40768
Gastgeber Berghotel	Region Bern	J40987
General Manager – Maldives	International	J40663
Direktor/-in	ganze Schweiz	J40503
Hoteldirektor/-in ganze Schweiz	J40504	
Direktionsassistent	Region Neuchâtel/Jura	J40506
Leitung Gastronomie	Region Bern	J40715
Geschäftsführer	Region Zürich	J40765
Assistent Restaurant Manager	Region Zürich	J40611
Direktionsassistent/-in	Region Zürich	J40970
Human Resources Manager	Region Graubünden	J40943
Geschäftsführer/Direktor	Region Zürich	J40549

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chefs de Partie/Commis	Region Mittelland (SO, AG)	J40711
Chefs Commis/de Partie	Region Zentralschweiz	J40966
Motivierter Jungkoch	Region Bern	J40720
Chef de partie	Region Bern	J40722
Commis pâtissier	Region Zürich	J40562
Chef de Partie	Region Bern	J40753
Diätkoch	Region Bern	J40754
Commis de cuisine	Region Ostschweiz	J40613
Commis de cuisine	Region Zürich	J40762
Jungkoch	Region Bern	J40726
Pâtissier	Region Basel	J40959
Koch	Region Basel	J40770
Koch	Region Bern	J40426
Produktionsleiter / Küchenchef	Region Bern	J40727
Chef de partie	Region Graubünden	J40775
Abteilungsleiter Food/Restaurant	Region Zentralschweiz	J40791
Event Koch-Aushilfe	Region Zürich	J40569
Küchenchef	Region Zürich	J40947
Chef de Partie	Region Bern	J40730
Chef de Partie	Region Bern	J40427
Hilfskoch	Region Zürich	J40572
Chef de Partie	Region Zürich	J40573
Chef de Partie	Region Zürich	J40809

F&B / Catering / Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de bar	Region Mittelland (SO, AG)	J40710
Stv. Leiter Bankettorganisation Administration	Region Zürich	J40760
F&B Operations Manager	Tessin	J40994
Betriebsassistent / Chef de service	Region Zentralschweiz	J40969
Eventkoordinator / Leiter Catering	Region Bern	J40718
Geschäftsführer Assistent (m)	Region Zürich	J40758

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Ostschweiz	J41026
Commis de bar	Region Zentralschweiz	J40349
Restaurationsfachmann	Region Zentralschweiz	J40348
Service Mitarbeiter	Region Zürich	J40358
Chef de Service	Region Mittelland (SO, AG)	J40360
Service Mitarbeiter	Region Mittelland (SO, AG)	J40379
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SO, AG)	J40383
Chef de rang	Region Oberwallis	J40389
Chef de Service	Region Zürich	J40377
Service Mitarbeiter	Region Bern	J40425
Bankettkellner	Region Bern	J4039
2. Maitre d'hôtel	Region Graubünden	J40512

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Maitre d'hôtel	Region Graubünden	J40511
Servicemitarbeiter	Region Zürich	J40523
Buffetmitarbeiter/-in	Region Zentralschweiz	J40524
Servicefachangestellte/-r	ganze Schweiz	J40532
Bankettaushilfen	Region Bern	J40548
Stv. Restaurationsleiter/-in	Region Zentralschweiz	J40553
Servicemitarbeiterin	Tessin	J40555
Servicefachmitarbeiter	Region Graubünden	J40556
Commis de rang	Region Oberwallis	J40563
Chef de service	Region Freiburg	J40561
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J40560
Restaurationsfachmann	Region Zentralschweiz	J40564
Chef de Service Bankett	Region Bern	J40733

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante	Region Zürich	J40766
Lingeriegouvernante	Region Bern	J40985
Hotelfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J40567
Etagengouvernante	Region Zentralschweiz	J40996
Etagengouvernante	Region Ostschweiz	J40434

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiterin Seminar- und Bankettverkauf	Region Zürich	J40981
Guest Relations Manager	Region Bern	J40952
Sales & Marketingleiter	Region Mittelland (SO, AG)	J41000
Sales Manager	Region Zürich	J40869
IT Manager – 5*-Hotel	International	J40665
Sales Manager Bankett & Seminar	Region Zürich	J40995

Beauty / Wellness / Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseur	Region Graubünden	J40642
Masseur	Region Bern	J40390
Beauty Leiterin	Region Zentralschweiz	J40510
Kosmetikerin	Tessin	J40862
Thermenaufsicht (Aushilfspensum ca. 40–60%)	Region Zentralschweiz	J40812

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Human Resources Manager	Region Zürich	J40789
Call Center Agent 50–70%	Region Bern	J40755
Betriebsmechaniker	Region Graubünden	J40695
Betriebscontroller	Region Zentralschweiz	J40785
Mitarbeiter/-in Badaufsicht (60–100%)	Region Zentralschweiz	J40813

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2018	Administration, Marketing, Sales, HR, Back Office, Empfang	24	per sofort	D F E	
B1361	Alleinkoch/ Sous-Chef	44	CH	per sofort	D
B2707	Allrounder Hotellerie	47	GB	per sofort	D F E fliessend
B1972	Assistentin GL/Team-Assistentin/Projektleitungsassistentin/Sekretariat	30	CH	per sofort	D F E
B2720	Betriebsleiter / Gastgeber	53	F	per sofort	D F E
B2599	F&B, Sales, Küche	31	CH	per sofort	D F E andere
B2430	Front Office	24	MV	per sofort	D E andere
B29	Hotelfachmann/ Mittleres Kader	31	D	per sofort	D E andere
B2100	Kellnerin, Zimmermädchen	35		per sofort	D F
B2614	Rezeption	28	CH	per sofort	D F E
B2709	Tourismus	27	CH	per sofort	D E Chinesisch
B2702	Verkaufs- und/oder Marketingleitung, Bereichsleitung, Geschäftsleitung	42	CH	per sofort	D F E
B1850	Vize Direktor, Director Food & Beverage, F&B Manager	43	CH	per sofort	D F E
B2222	vielfältige Tätigkeiten im Bereich Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	31	D	per sofort	D F E Chinesisch

1 Referenznummer – Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (Position souhaitée)
3 Alter – Age
4 Nationalität – Nationalité
5 Eintrittsdatum – Date d'entrée
6 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques

Stand per 20.2.2012. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsunterlagen finden Sie auf www.hoteljob.ch

Wir bewerben uns um Sie!

Gastronomie & Hotellerie in höchst vollendeter Form, der perfekte Mix aus jungendlich-frischem Auftritt und der scheinbare Gegensatz aus elegant-luxuriös und smart casual-unkonventionell verschmelzen zu einem schlicht einzigartigen Ambiente. Fazit: Eines der besten 5-Sterne-Superior-Hotels der Schweiz. Dies an besonders attraktiver Lage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Destinationen mit Life-Style-Charakter.

Was können Hands-On F & B-Profis erwarten: Die seltene Chance ein einmaliges «Produkt» der Spitzenhotellerie aktiv mitzugestalten und weiter zu entwickeln! Die Highlights: Mehrere ausgezeichnete Restaurants und F & B Outlets, beeindruckende Bar-Lounge, exklusiver Spa und wunderschön ausgestattete Komfortzimmer und Suiten sowie ein weitsichtiges Top Management Team. Rund 30 bis 40 Mitarbeitende unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich.

Vizedirektor/in eines Luxus Resorts 5**S**

Verantwortlich für das F & B Department und Event Management

Sie sind selbstbewusst, kommunizieren brillant auf allen Ebenen verbunden mit ausgeprägter Dienstleistungsbereitschaft und Commitment gegenüber internationaler Top Clientèle. Gastgeberqualitäten, Versiertheit in allen F & B-Belangen sowie konsequente Qualitätskontrolle als Führungstool sind die Eckpfeiler Ihres Erfolges. Dafür erwarten Sie ein hohes Mass an Freiraum, Kompetenzen sowie eine gesicherte Karriereplanung innerhalb der expandierenden Luxushotellerie-Group.

Erfahrung in einer ähnlichen Funktion und ausgezeichnete Fremdsprachenkenntnisse bringen Sie mit. Auch Nachwuchskräfte, z.B. professionelle EAM in charge of F & B auf dem Sprung zur nächsthöheren Stufe sind willkommen. - Stehen Sie für Service Excellence und suchen die ultimative Herausforderung? Dann CV/Foto elektronisch einreichen oder anrufen. Infoline +41 44 402 53 00. Wir sind auch abends (!) und am Wochenende für Sie erreichbar: +41 79 402 53 00.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger - Mitglied der GL

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

120-Zimmer-Hotel-Resort an Toplage in CH-Ferien-Destination

Mit einem Höchstgrad an Dienstleistungsbereitschaft, hoher Auslastung und grosszügiger Infrastruktur inkl. Wellness und Sport hat sich unser Auftraggeber einen ganz besonderen Stellenwert im Markt verschafft. Durch optimal ausgewogene Angebote werden aus Gästen Stammgäste. Die hohe Professionalität des Teams und die gelebte Unternehmenskultur unterscheiden sich von Wettbewerbern.

Ideale Ausgangslage für souveräne und kommunikationsstarke Hands-On Manager der Hospitality-Branche. Die Herausforderung, dieses beliebte Deutschschweizer Resort durch geschicktes Guest Relationship Management, Weiterentwicklung des Produkts und umsichtige Leitung Ihrer Mitarbeitenden noch erfolgreicher zu machen, könnte Sie reizen. Dann freuen wir uns, Sie bald bei uns zu begrüssen als

Hoteldirektor/in

...auch ein Gastgeberpaar ist denkbar!

Dank erfahrenen Department Heads, entsprechenden Führungsaufgaben und der Motivation Ihres Teams konzentrieren Sie sich schwerpunktmässig auf die Gastgeberrolle. Dieser Freiraum kommt Ihnen entgegen, denn Sie suchen explizit den direkten Kontakt zum Gast. Mit charismatischer Ausstrahlung und Begeisterungsfähigkeit überzeugen Sie Team und Feriengäste gleichermaßen.

Als entscheidungsfreudige Gastgeber-Persönlichkeit sind Sie es gewohnt mit Kennzahlen und Zielvorgaben zu führen. Mit feinem Gespür für Kundenbedürfnisse und dem Blick für das Ganze stellen Sie die hohen Ansprüche an Qualität und Wirtschaftlichkeit sicher. Wenn Sie also eine echte Herausforderung suchen und einen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns kennen lernen. Ideal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

Pächter-Ehepaar gesucht:

Die Perle am Küsnachtersee (Vierwaldstättersee) direkt am Schiffsteg.

Sehr schönes, altherwürdiges Hotel, erbaut 1854, gut erhalten und gepflegt. In 5. Generation geführt.

- bekannt für feine Fisch- und Grill-Spezialitäten
- sehr schöner Garten direkt am See mit altem Baumbestand mit neuer Gartenbestuhlung 190 Plätze
- Lokalitäten für verschiedene Anlässe
- Seestube 60 Plätze
- Veranda 40 Plätze
- Salon 20 Plätze
- Zimmer für 25 Gäste
- Inventar kann mit Sonderabkommen zu günstigen Konditionen übernommen werden

Aus gesundheitlichen Gründen suchen wir für das gut ausgelastete Hotel ein freundliches Pächter-Ehepaar, welches Freude hat, in einem sehr schönen Haus Gäste zu verwöhnen.

Zuschriften unter Chiffre 19429-8223 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Für unser kleines, bestehendes Team suchen wir kreativen und motivierten

Küchenchef (m/w)

auf Anfang April oder nach Vereinbarung, mit Freude an selbständigem Arbeiten.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung an
Hotel und Restaurant Promenade
Familie Maurer-Sonderegger
8200 Schaffhausen

Zur Verstärkung unserer Betriebe suchen wir nach Vereinbarung für eine Saison- oder Jahresstelle mit deutscher Muttersprache:

für das neue
Seerestaurant Belvédère Hergiswil
(15 GM-Punkte)

Chef de Service (w)
jung, freundlich, kommunikativ

**Gastronomie-
fachassistentin**
jung, interessiert, kompetent

für das
Wirtshaus Taube Luzern

Koch (m/w)
jung, initiativ, zuverlässig

**Gastronomie-
fachassistentin**
jung, flink, aufgestellt

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an Barest AG,
z. Hd. Herrn Saemli Honegger,
Postfach 7034, 6000 Luzern 7, oder
s.honegger@barestag.ch

It's boarding time!



Fasten Seat Belts

Runway34 - ein weltweit einzigartiges Restaurantkonzept lässt Sie die Faszination des Fliegens und Reisens hautnah erleben.

Zur Unterstützung des Kadern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen motivierte/n und belastbare/n

Direktionsassistenten/-in für die Bereiche Restauration & Bankette

Sind Sie interessiert, in einer einmaligen Atmosphäre zu arbeiten? Der Fliegerei nahe sein, ohne Jettlag, Zeitverschiebung und ständiges aus dem Koffer leben? Mit Ihrer aufgestellten, flexiblen Art und hohen Einsatzbereitschaft unterstützen Sie unsere Captains optimal. Dank Ihrer Erfahrung als Front-/Bankettmanager (wenn möglich Hotelfachschulabschluss), Ihren Sprachkenntnissen D (Muttersprache)/E entlasten Sie die Geschäftsleitung. Sie beraten, verwöhnen und überraschen unsere Passagiere im Hangar und koordinieren die Anlässe in Zusammenarbeit mit dem Chef de Service und gewährleisten den hohen Qualitätsstandard des Hauses.

- Ihr Anforderungsprofil:
- Sie besitzen ein perfektes Know-how über Bankett-Organisation
 - Sie verfügen über ein vernetztes Denken, sind organisationsstark
 - Sie überzeugen durch ein sicheres, zuvorkommendes Arbeiten und besitzen eine positive, gewinnende Ausstrahlung
 - Sie sind eine Persönlichkeit, die selbstständig Aufgaben erkennt und effizient erledigt
 - Sie besitzen ein hohes Mass an Flexibilität und Einsatzbereitschaft, übernehmen gerne Verantwortung und haben Spass an der Aufgabe als Gastgeber und Vorgesetzter
 - Sie sind offen für neue Ideen und Konzepte
 - Sie verfügen über Führungserfahrung und besitzen die nötige Fach- und Sozialkompetenz für den Umgang mit Vorgesetzten und Mitarbeitern

Wir freuen uns auf Ihre detaillierte Bewerbung per Post oder per Mail an:

RUNWAY RESTAURANTS AG
Rohrholzstrasse 67, 8152 Glattpfug
www.runway34.ch E-Mail info@runway34.ch
Tina Soltermann (Geschäftsleitung) oder Sonja Roser (Direktionsassistentin HR)
043 816 34 34

BESTE KULINARISCHE QUALITÄT

Unser Auftraggeber ist ein traditionsreiches, erfolgreiches, marktorientiertes Unternehmen, welches bekannt ist für sein soziales Engagement. Er produziert und vertreibt qualitativ hochstehende gastronomische Produkte. Für die fachliche, personelle, organisatorische und betriebswirtschaftliche Führung eines wichtigen Geschäftsbereiches suchen wir eine belastbare, kundenorientierte und schwungvolle Führungspersönlichkeit als

Profitcenterleiter Lebensmittelproduktion und Vertrieb

Zusammen mit Ihren Abteilungsleitern sind Sie vollumfänglich verantwortlich für die ganze, breitgefächerte Herstellung von Nahrungsmitteln und den Verkauf in den Filialen. Insbesondere fördern Sie nachhaltig die Entwicklung Ihres Bereiches durch einen optimierten Einkauf, gezielte Verkaufsaktivitäten sowie einer marktorientierten, innovativen Sortimentspolitik. Die finanziellen Aufgaben erstrecken sich von der Budgetierung bis zum Inkasso und beinhalten insbesondere auch die Kalkulation und das Offertwesen. Als Mitglied der Geschäftsleitung übernehmen Sie auch Repräsentativ- und Projektleitungsaufgaben. Die Betreuung und Instruktion der heterogen zusammengesetzten Belegschaft von über 100 Mitarbeitenden verlangt sowohl Einfühlungsvermögen als auch Durchsetzungsfähigkeit.

Ideale Bewerber/innen für diese aussergewöhnliche und anspruchsvolle Kaderfunktion haben eine handwerkliche/gewerbliche Grundausbildung und eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung. Zwingend sind ausgewiesene Führungserfahrungen aus mindestens einem der folgenden Branchen: Lebensmittelproduktion und -verkauf oder Hotellerie/Restaurant. Wenn Sie zudem ausdauernd, sozialkompetent, kreativ und humorvoll sind, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto), vorzugsweise in elektronischer Form, an untenstehende Adresse. Wir sichern Ihnen volle Diskretion zu.

PATRICIA ZWEIFEL
CONSULTING

Patricia Zweifel
Münstergasse 5 8001 Zürich T +41 44 260 67 66
pz@patriciazweifel.ch www.patriciazweifel.ch



Chesa Grischuna

Romantik-Hotel Chesa Grischuna
Bahnhofstrasse 12
7250 Klosters
Tel. +41 81 422 22 22
hotel@chesagrischuna.ch
www.chesagrischuna.ch

Das legendäre Bündner Kleinhotel im Herzen von Klosters zählt zu den führenden und beliebtesten Häusern in der Ferienregion Klosters.

Wir suchen per Mitte Juni 2012

Chef de service

Sie führen und motivieren unser Team und organisieren den reibungslosen Service. Wir erwarten von Ihnen eine abgeschlossene Ausbildung im Service, Erfahrung auch in der Saisonhotellerie, gute Sprachkenntnisse (E + F), EDV-Kenntnisse, freundliches, überzeugendes und ruhiges Auftreten.

Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen mit Foto.



Das freiburger spital (HFR) engagiert sich für die Gesundheit der Bevölkerung – dank der Erfahrung, der Unterstützung und dem Know-how seiner rund 3000 Mitarbeitenden. An sechs Spitalstandorten profitieren jedes Jahr über 80000 Patientinnen und Patienten von einem breiten Angebot an qualitativ hochwertigen Dienstleistungen im stationären und ambulanten Bereich.

Um ihr Team zu ergänzen, sucht die Direktion für Logistik für die Hauswirtschaft am HFR Freiburg – Kantonsspital eine/n

Leiter/in Hauswirtschaft

100 %

Aufgaben

- Sie koordinieren, planen, überwachen und beteiligen sich an der Arbeitsorganisation der verschiedenen Hauswirtschaftsbereiche: Reinigungsdienst, Pflegeabteilungen, Wäscherei, Personalunterkünfte und interner Transportdienst
- Sie übernehmen die administrative Leitung des Bereichs Hauswirtschaft
- Sie führen ein Team von rund 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Sie überwachen und kontrollieren die Hauswirtschaftstätigkeit
- Sie verwalten die Produkte und Lagerbestände
- Sie wirken an der Ausbildung der Lernenden mit

Anforderungen

- Eidg. dipl. Hauswirtschaftsleiter/in, Hotelfachschuldiplom oder gleichwertige Ausbildung
- Ausgewiesene Erfahrung in einer ähnlichen Funktion im Sozial- und Gesundheitswesen
- Französisch in Wort und Schrift mit guten Deutschkenntnissen
- Fundierte Kenntnisse der gängigen Informatikprogramme (MS Office), Kenntnisse in Polypoint PEP von Vorteil
- Ausgeprägtes Organisations- und Kommunikationsgeschick
- Fähigkeit, Prioritäten zu setzen, Eigeninitiative

Stellenantritt: 1. Juni 2012 oder nach Vereinbarung

Auskunft: Herr H. Winters, Leiter Departement Hotellerie, HFR, Tel. +41 26 426 88 47, WintersH@h-fr.ch

Besuchen Sie unsere Website: www.h-fr.ch

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung bis 9. März 2012 an: freiburger spital, Direktion für Personalwesen, Postfach, 1708 Freiburg.

Ref.: IN-12.001

Für unsere Neueröffnung im Mai 2012 suchen wir...



engagierte, innovative, kreative, herzliche und motivierte Kadermitarbeiter/innen welche mit uns das neue Projekt angehen wollen. Das Hotel Rigi Kaltbad bietet seinen Gästen mit den 50 Hotelzimmern, 3 Restaurationen, Bar und Lounge sowie diversen Seminar- und Bankettmöglichkeiten den idealen Rahmen um sich vom Alltagsstress entspannen und erholen zu können.

Wir suchen qualifizierte Kadermitarbeiter/innen für folgende Aufgabenbereiche:

Leitung Rezeption

Sie sind jung, dynamisch, motiviert, eine Frontpersönlichkeit und sprechen mehrere Sprachen?

Leitung Service

Sie sind jung, spontan, motiviert, offen und herzlich und sprechen mehrere Sprachen?

Für uns ist Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Qualität selbstverständlich!

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto, Lebenslauf und Zeugnissen an:

Hotel Rigi Kaltbad
Karina Wödrich & Andreas Kümin
6356 Rigi Kaltbad
Tel. 041 399 81 81
info@hotelrigikaltbad.ch, www.hotelrigikaltbad.ch

Kanada/Ontario – Sommer 2012 (Juni-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?
Englischkenntnisse von Vorteil!
Wir freuen uns auf Deine handschriftliche Bewerbung:
Barbara und Martin Seelhofer
Gasterweg 1, 8730 Uznach

L'AUBERGE

LANGENTHAL

Eröffnet im Februar 2011, hat die L'AUBERGE ihr stilvolles Profil gefunden. Die Gäste im Restaurant, im Hotel und im Seminarbereich schätzen den hohen Standard. Die Trainingsarbeitsplätze zur Integration von psychisch kranken Menschen sind Teil des Konzeptes. Die Geschäftsführerin übernimmt neue Aufgaben in der strategischen Führung und der internen Beratung.

Per Mai 2012 oder nach Vereinbarung suchen wir eine Nachfolgerin / einen Nachfolger als:

GESCHÄFTSFÜHRERIN /

GASTGEBERIN

m/w, 100%

Sie führen die L'AUBERGE und das junge Team im Rahmen einer klaren Vision souverän in der bevorstehenden Phase der Konsolidierung und der weiteren Entwicklung, für die es noch Spielräume gibt. Es ist Ihnen wichtig, sich für einige Jahre zu engagieren und die L'AUBERGE mit zu prägen. Sie sind Gastgeberin mit Leib und Seele, lieben den Gästekontakt und denken und handeln jederzeit unternehmerisch.

Sie sind Absolventin einer Hotelfachschule oder einer gleichwertigen Ausbildung, 35-jährig oder älter, verfügen über berufliche Erfahrung in der Gastronomie und haben Führungserfahrung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per E-Mail an Dr. Kurt Bachmann, Präsident der Betriebskommission, k.bachmann@sro.ch

Für Auskünfte steht Ihnen die bisherige Geschäftsführerin, Frau Therese Hälg, gerne zur Verfügung.

MURGENTHALSTRASSE 5 4900 LANGENTHAL
T +41 62 926 60 10 F +41 62 926 60 11
WWW.AUBERGE-LANGENTHAL.CH
INFO@AUBERGE-LANGENTHAL.CH



Das Steigenberger Grandhotel Belvédère mit 127 Zimmern, 3 Restaurants und 5 Seminarräumen ist das führende Haus am Platz und zentrales Hotel während des Weltwirtschaftsforums!

Eine aussergewöhnliche Stelle tut sich auf!

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine(n)

Küchenchef (m/w)

Ihre Aufgaben ...

- Überwachung und Erhöhung der Küchen- und Produktequalität
- Tägliche Absprachen sowie Planung, Vorbereitung und Durchführung von Bankettveranstaltungen
- Führung des gesamten Wareneinkaufes im Food-Bereich und die Lagerung von Lebensmitteln
- Kontrolle der HACCP-Richtlinien und Einhaltung des betriebsinternen HACCP-Managementablaufes
- Erstellung aller Menükarten sowie Tages- und Wochenangebote unter Berücksichtigung der Region und Saison
- Führung, Motivation, Schulung und Einsatz der Mitarbeiter und Auszubildenden
- Aufstellung des wöchentlichen Dienstplanes und des Urlaubplanes
- Verantwortlich für Stewarding-Bereich
- Kostenmanagement, Controlling, Budget- und Forecasterstellung

Ihre Qualifikationen ...

- Erfolgreich abgeschlossene Ausbildung zum Koch sowie mehrjährige Berufs- und Führungserfahrungen in einer vergleichbaren Position
- Engagement, Durchsetzungsvermögen sowie gastorientiertes Denken und Handeln
- Zahlenverständnis und der sichere Umgang mit verschiedenen Führungsinstrumenten
- Selbständige und eigenverantwortliche Arbeit
- Flexibilität und Aufgeschlossenheit
- Kreativität und Verhandlungsgeschick
- Teamfähigkeit
- Organisations- und Planungsfähigkeit

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Steigenberger Grandhotel Belvédère, Frau Christine Grandjean Promenade 89, 7270 Davos Platz
Tel. +41 81 415 60 60
christine.grandjean@steigenberger.ch



Restaurant Wildstrubel
3715 Adelboden Berner Oberland

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. April 2012 einsetzfreudige und motivierte

Service-Fachangestellte (w)

deutsch sprechend, mit Erfahrung im A-la-carte-Service und Direktkassa. Unser Restaurant ist mitten im Schneeparadies Adelboden-Lenk, dank...!

Auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung freut sich:

Therese Aellig
Restaurant Wildstrubel
Kreuzgasse 8, 3715 Adelboden
Tel. 033 673 21 07, Fax 033 673 21 11
www.restaurant-wildstrubel.ch



Per il nostro Ristorante Pizzeria in centro di Interlaken (BE) cerchiamo

- Cuoco

(con esperienza della cucina italiana)

- Cameriere-ra

(conoscenza lingua tedesca/italiana)

Mandare offerte con curriculum e foto a:

RESTAURANT PIZZERIA PIZ PAZ
Bahnhofstr. 1, 3800 Interlaken
Herr Arcangelo Corvaglia
Tel. 033 822 25 33
E-Mail: pizpaz@tctnet.ch

Für unsere Neueröffnung im Mai 2012 suchen wir...



engagierte, innovative, kreative, herzliche und motivierte Mitarbeiter/innen welche mit uns das neue Projekt angehen wollen. Das Hotel Rigi Kaltbad bietet seinen Gästen mit den 50 Hotelzimmern, 3 Restaurationen, Bar und Lounge sowie diversen Seminar- und Bankettmöglichkeiten den idealen Rahmen um sich vom Alltagsstress entspannen und erholen zu können.

Wir suchen Mitarbeiter/innen für Positionen in den folgenden Bereichen:

- Restauration
- Empfang
- Hauswirtschaft
- Küche

Sie bringen mit: Abgeschlossene Berufsausbildung, Erfahrung in der jeweiligen Position, Teamfähigkeit, Flexibilität und gute Deutschkenntnisse (Fronimitarbeiter Mehrsprachig)

Für uns ist Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Qualität selbstverständlich!

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto, Lebenslauf und Zeugnissen an:

Hotel Rigi Kaltbad
Karina Wödrich & Andreas Kümin
6356 Rigi Kaltbad
Tel. 041 399 81 81
info@hotelrigikaltbad.ch, www.hotelrigikaltbad.ch



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

Unsere Rehabilitationsklinik mit 81 Betten liegt im Herzen der Zentralschweiz an traumhafter Lage oberhalb des Ägerisees. Bei uns fühlen sich Patientinnen und Patienten wohl. Vielleicht auch Sie?

In unserer Abteilung Hotel suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Fachperson Gastronomie, 70–80%

Als Fachperson Gastronomie sind Sie zuständig für das leibliche Wohl unserer Patientinnen und Patienten, den Service und die gastfreundliche Atmosphäre im Patientenzimmer. Im Turnus nehmen Sie die Essensbestellungen aller Patienten auf und geben diese Daten im PC ein.

Ferner suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

Fachperson Restaurant, 40–70%

Unser gepflegtes Restaurant, das zum Teil in Selbstbedienung geführt wird, steht unseren Patienten, Gästen und dem Personal an sieben Tagen offen. Mittags werden zirka 50 Mittagessen ausgegeben. Als Fachperson Restaurant haben Sie grossen Einfluss auf die Zufriedenheit unserer Patienten und Gäste sowie des Personals.

Wir erwarten von Ihnen eine abgeschlossene Lehre als Hotelfachassistent/in oder Servicefachangestellte/n und einige Jahre Berufserfahrung. Ihre Verständigung in deutscher Mundart ist perfekt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau Regula Rogenmoser, Leiterin Hotel, gibt Ihnen gerne telefonisch weitere Auskünfte und freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Klinik Adelheid
Regula Rogenmoser, Leiterin Hotel
Höhenweg 71, Postfach 466
6314 Unterägeri
Telefon 041 754 35 17
E-Mail: regula.rogenmoser@klinik-adelheid.ch
www.klinik-adelheid.ch

Bergwerk

Ich suche eine/n topmotivierte/n

Alleinköchin/Alleinkoch

für meine kleine, aber sehr feine Landbeiz! (35 Plätze).

Sind für dich Frischprodukte und Qualität ebenso selbstverständlich wie für mich, dann schicke mir deine Unterlagen zu, oder ruf mich an.

Mit ganz viel Vorfreude auf dich
Roger Küng

Restaurant Bergwerk
Krähelstrasse 29
8107 Buchs
044 844 17 50

kontakt@bergwerk-buchs.ch

WALDHAUS SILS

Ein Fünftsternhaus wie kaum ein anderes – behaglich, familienfreundlich und überraschend unkompliziert – seit 104 Jahren.

Für die kommende Sommersaison – ca. 12. Juni bis ca. 21. Oktober 2012 – suchen wir noch folgende/n, motivierte/n Mitarbeitende/n:

FRONT OFFICE MITARBEITENDE/R (Reservationen/Kassabüro)

Sie arbeiten in einem kleinen Team in unserem Reservationsbüro. Sie bearbeiten Korrespondenz in D/E/F, nehmen telefonische Anfragen und Reservierungen entgegen und begrüssen unsere internationalen Gäste persönlich.

In unserem Kassabüro sind Sie unter anderem für den Check-in und Check-out unserer Gäste, das Übersetzen unserer Tagesmenüs in F/E sowie einen Teil der Gästebuchhaltung verantwortlich.

Ihre Muttersprache ist möglichst Schweizerdeutsch, in Englisch und Französisch sind Sie «sattelfest» (Italienskenntnisse von Vorteil). Wir würden uns über eine längerfristige Anstellung freuen.

Wenn Ihr Interesse geweckt haben, senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen inklusive Foto an das Hotel Waldhaus, Ansprechpartnerin: Frau Sissi Rössli, staff@waldhaus-sils.ch

Claudio Dietrich und Patrick Dietrich / Urs Kienberger
Hotel Waldhaus, CH-7514 Sils-Maria
Tel. +41 81 838 51 00, www.waldhaus-sils.ch



Ferienlandschaft mit gutem Arbeitsklima



Die Ferienregionen Brigels-Waltensburg-Andiast, Obersaxen-Mundaun, das Val Lumnezia und Ilanz – die Erste Stadt am Rhein verzeichnen jährlich 350 000 Übernachtungen. Die Surselva Tourismus AG bündelt und vermarktet seit März 2010 das touristische Angebot der Region im Auftrag der lokalen Tourismusorganisationen/der Gemeinden, der Bergbahnen sowie weiterer Partner.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n Nachfolger/in als

Geschäftsführer / in

Potentielle Kandidaten sollten nachweisliche Erfolge in der Leitung einer Destination mitbringen. Genau so wie Führungserfahrung, Verkaufs- und Service-Orientierung.

Weitere Anforderungen sind:

- strukturiertes und zielorientiertes Arbeiten in enger Kooperation mit dem Verwaltungsrat
- Führungspersönlichkeit mit Überzeugungskraft und Einfühlungsvermögen, auch gegenüber dem rund 7-köpfigen Mitarbeiter-Team, welches dezentral in 3 Geschäftsstellen arbeitet
- herausragende kommunikative und konzeptionelle Fähigkeiten
- unternehmerisches und eigenverantwortliches Handeln
- überdurchschnittliche Einsatzbereitschaft und Flexibilität
- integrativ gegenüber Leistungsträger und Partner wirken

Neben der strategischen Geschäftsführung, der Weiterentwicklung der Struktur bzw. Organisation der Unternehmung zählt die Stärkung der Wahrnehmung nach Innen zu den Kernaufgaben des neuen Geschäftsführers/der neuen Geschäftsführerin.

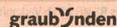
Möchten Sie sich der Herausforderung stellen?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Surselva Tourismus AG
Marcus Caduff, Verwaltungsratspräsident
Casti de Mont/Postfach 50
7144 Vella

Unter 079 304 70 91 beantwortet Herr Caduff gerne Ihre Fragen.

www.surselva.info - www.facebook.com/surselva



Für unser Team 2012 suchen wir noch junge, aufgestellte Berufsleute

Eintritt per sofort oder
nach Vereinbarung

Service (deutschsprachig)

Serviceangestellte (m/w)

SEFA / REFA / GAFA (m/w)

Serviceaushilfen (m/w)

Praktikant (m/w)

Buffetmitarbeiter (m/w)

Lehrling (m/w)

Küche

Sous Chef (m/w)

Chef de Partie (m/w)

Commis (m/w)

Hilfskoch (m/w)

Praktikant (m/w)

Lehrling (m/w)

sowie

Réceptionistin / Administration

(auch Teilzeit möglich)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche

Bewerbung mit Foto!

Hotel Chalet Du Lac

Sascha Abegglen

3807 Iselewald

Tel. 033 845 84 58

Mail: abegglen@dulac-iselewald.ch



Mehr als 100 originale, jahrhundertalte Gebäude aus allen Landesteilen der Schweiz, 250 einheimische Bauernhöfe, ursprüngliche Gärten und Felder sowie Demonstrationen von traditionellem Handwerk und Spezialveranstaltungen machen die Vergangenheit zum Erlebnis. Und den Ballenberg mit seinen 160 Mitarbeitenden einzigartig.

Wir suchen auf den 1. April 2012 oder nach Vereinbarung eine

Persönlichkeit für den Verkauf und die Verkaufsförderung

Anforderungen:

Sie verfügen über eine kaufmännische Grundausbildung mit Weiterbildung und Erfahrung im Tourismus oder im Marketing. Sie sind kommunikativ und teamfähig.

Sehr gute Kenntnisse in Französisch, Englisch, in der EDV und in der Welt des Internets sind für diese vielseitige Stelle Voraussetzung. Zudem erwarten wir ein effizientes Erledigen von administrativen Aufgaben und die Bereitschaft zu Wochenendarbeiten.

Aufgaben:

Selbstständige, operative Umsetzung der gesamten Verkaufsaktivitäten des Museums. Sie erstellen Verkaufsunterlagen und organisieren Verkaufstouren und Messeauftritte. Bei der Beziehungspflege unserer Marketing-Partner und Betreuung von Journalisten und Reiseveranstaltern auf dem Museumsgelände spielen Sie eine wichtige Rolle. Weiter vertreten Sie die Marketingleitung in diversen Projekten.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Salärvorstellung.

Schweizerisches Freilichtmuseum Ballenberg
Norbert Schmid, Leiter Marketing, Museumsstrasse 131, 3858 Hofstetten
Telefon 033 952 10 30 / norbert.schmid@ballenberg.ch



PILATUS-BAHNEN AG
Schlossweg 1
6010 Kriens / Luzern
Schweizland
Tel +41 (0)41 329 11 11
Fax +41 (0)41 329 11 12
info@pilatus.ch
www.pilatus.ch

Die **PILATUS-BAHNEN AG** bietet mit ihrem vielseitigen Freizeitangebot nationalen und internationalen Gästen am Pilatus «2132 Möglichkeiten über Meer». 2 Seilbahnen, 2 Hotels, 7 Restaurants, die steilste Zahnradbahn der Welt, der grösste Seilpark der Zentralschweiz und die längste Sommer-Rodelbahn der Schweiz versprechen spannende Ausflugs-erlebnisse sowie aussergewöhnliche Seminar- und Bankettmöglichkeiten.

Für die Abteilung Hotels & Gastronomie auf Pilatus Kulm suchen wir per April/Mai 2012 eine/n

Chef de Rang Restaurationsfachmann/-frau Servicemitarbeitende/r

Commis de Cuisine
Commis de Cuisine Entremetier
Commis de Cuisine Gardemanger
Koch/Köchin
Aushilfskoch/köchin

Officemitarbeiter/in Hauswirtschaftsmitarbeitende/r Aushilfe

Für die Restaurants Krienseregg und Fräkmüntegg suchen wir per April/Mai 2012 eine/n

Restaurationsfachmann/-frau oder Servicemitarbeitende/r Serviceaushilfe

Wir bieten Ihnen

- Eine befristete Saison-Anstellung bis Oktober/November 2012
- Vorwiegend Tagesdienst ohne Zimmerstunde
- Interessante Mitarbeitervergünstigungen
- Ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer innovativen Unternehmung

Sind Sie eine organisierte und strukturierte Persönlichkeit, die auch in hektischen Zeiten Ihren Humor nicht verliert? Wenn Sie zudem bereit sind, bei Engpässen auch mal in anderen Abteilungen auszuweichen sowie gelegentlich auf Pilatus Kulm zu übernachten, dann sind Sie die Person die wir suchen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Begleitschreiben, Lebenslauf mit Foto, Arbeitszeugnissen und Fähigkeitsausweisen. Bitte nehmen Sie zur Kenntnis, dass wir nur vollständige Bewerbungsunterlagen berücksichtigen werden.

Weitere Informationen zu diesen Stellen finden Sie unter www.pilatus.ch

Sandra Kreienbühl
Personalabteilung
personal@pilatus.ch
Telefon 041 329 11 25
2132 Möglichkeiten über Meer

Grand Resort Bad Ragaz

In einzigartiger Weise bietet das Luxusresort - Grand Resort Bad Ragaz - ein Ensemble aus den Fünf-Sterne-Grand Hotels Quellenhof & Spa Suites und Hof Ragaz alles unter einem Dach: Spitzenhotellerie, acht Restaurants, Wellbeing und Beauty, medizinische Kompetenz auf höchstem Niveau, Business & Event Center sowie zwei Golfplätze. Die öffentliche Tamina Therme sowie das Casino Bad Ragaz gehören ebenfalls zum Resort.

Nutzen Sie die Chance, eine neue Herausforderung im führenden Wellbeing & Medical Health Resort Europas anzunehmen. Wir suchen zum Ende der Wintersaison oder nach Vereinbarung motivierte, qualifizierte und engagierte Mitarbeitende in folgenden Bereichen:

- Service
- Küche
- Housekeeping
- Kosmetik

Detaillierte Informationen zu unseren offenen Stellen finden Sie auf unserer Homepage www.resortragaz.ch unter der Rubrik „Karriere“.

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

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



18427-821

Wo Gutes beginnt.

Unser Kunde ist eine gesamtschweizerisch tätige, erfolgreiche und bekannte Firmengruppe aus dem Beratungs- und Dienstleistungsumfeld. Die Marktbearbeitung und Kundenbetreuung erfolgt regional durch heute 10 selbständig geführte Filialen an verschiedenen Standorten in der Schweiz. Die Firmengruppe befindet sich auf Expansionskurs. Am Geschäftssitz in Bern bietet sich einer motivierten und engagierten Person mit Erfahrung und höhere Weiterbildung in der Hotellerie oder im Tourismus den

Einstieg in das Personalwesen als
HR Consultant (m/w)

Ihre neue Tätigkeit: Sie ergänzen ein gut eingespieltes Team und werden gezielt eingeführt. Sie sind für ein erfolgreiches Personalmarketing sowie für die Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden verantwortlich. In Gesprächen mit Personal- und Linienverantwortlichen (Aussendienstanteil ca. 30%) nehmen Sie deren Bedürfnisse auf und besprechen die zu besetzende Stelle. Sie erarbeiten Rekrutierungsstrategien, erarbeiten passende Bewerberanschläge und wickeln die gesamte Personalsuche inklusive Interview und Bewerberadministration ab. Mitarbeit und Einblick in die Bereiche Personalbetreuung, Arbeitsrecht sowie Gehalts-/Sozialversicherungswesen runden Ihr Aufgabengebiet ab. In administrativen Aufgaben werden Sie von einer Assistentin unterstützt.

Ihr Profil: Neben einigen Jahren Berufserfahrung in der Hotellerie, in der Gastronomie oder im Tourismus mit direkten Kundenkontakten verfügen Sie über einen höheren Abschluss (Stufe HF/FH) einer anerkannten Hotel- oder Tourismusfachschule oder stehen kurz vor Abschluss. Sie wollen in eine neue Branche und in eine verantwortungsvolle Position wechseln sowie von regelmäßigen Arbeitszeiten, interessanten Anstellungsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten profitieren. Erste Erfahrungen im Marketing oder Personalwesen sind von Vorteil, jedoch nicht zwingend Voraussetzung.

Ihre Perspektiven: Eine vielseitige und entwicklungsfähige Stelle, in der Sie sich fachlich und persönlich einbringen und weiterentwickeln können. Sie werden sorgfältig in Ihre Aufgaben eingearbeitet und ausgebildet. Es erwartet Sie ein aufgestelltes Team, ein moderner Arbeitsplatz an zentraler Lage in der Stadt Bern und viel Freiraum für Eigeninitiative.

Der zuständige Personalberater, Herr Raymond Känel freut sich auf die Zustellung Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto und steht Ihnen für erste Auskünfte zur Verfügung.

Personal Sigma Bern
Effingerstrasse 65, Postfach 7536, 3001 Bern, Telefon 031 380 10 90
ps-bern@personal-sigma.ch; www.ps-bern.ch

personalsigma

18416-8214

HOTEL

ENGADINERHOF
CH-7504 PONTRESINA

Wir sind ein familiär geführtes Traditionshaus mit 135 Betten im Herzen von Pontresina. Gastfreundschaft steht für uns an erster Stelle!

Wir suchen nach Vereinbarung, jedoch spätestens ab Mai 2012

eine/n **Direktionsassistentin/-assistenten**

- Mit Schwerpunkt Rezeption, Reservation und Stellvertretung der Direktion
- Sie haben Freude an der Betreuung von Gästen
- Sie sind belastbar, flexibel, verantwortungsbewusst, begeisterungsfähig und motiviert
- Sie haben ein gepflegtes Erscheinungsbild und gute Umgangsformen
- Neben Deutsch als Muttersprache sprechen Sie Englisch und Französisch oder Italienisch

Bei uns finden Sie eine interessante, vielseitige Jahresstelle an einem lebhaften Arbeitsplatz. Wir freuen uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung mit Foto!

Hotel Engadinerhof
Corina und Bertram Hüssung
Via Maistra 203 - 7504 Pontresina
www.engadinerhof.ch
E-Mail: info@engadinerhof.ch

18384-8202

Svizzera italiana



CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO
www.continentalparkhotel.ch

Für die Sommersaison 2012 bieten wir in folgenden Bereichen Arbeitsstellen an:

FRONT-OFFICE Mitarbeiter/in
SERVICE Fachangestellte/er und Commis

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Edgar Fassbind
Via Basilea 28
CH-6900 Lugano
edgar.fassbind@continentalparkhotel.com

19077-8215

Für die kommende Sommersaison (ab 2. Juni bis 21. Oktober 2012) suchen wir zur Ergänzung unseres Teams motivierte und flexible Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unseren lebhaften Hotel- und Restaurationsbetrieb auf dem Brienzner Rothorn. Für Paare geeignet.

- Sous-Chef m/w*
- Köchin/Koch*
- Servicefachangestellte m/w*
- Rezeptionistin w*

* Nur Personal mit abgeschlossener Berufslehre und/oder Erfahrung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an folgende Adresse:
Brienz Rothorn Bahn AG, Hotel Rothorn Kulg
Postfach, 3855 Brienz

Für telefonische Auskünfte bitte 041 488 14 20
Familie Bieri, Gastgeber Hotel Rothorn



18131-8151

Stelle suchen –
Stelle finden
www.hoteljob.ch

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 Hombeier

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 Hännli

E-Mail: insetate@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

– Stellenausschreibungen / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

– Kadernrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenausschreibungen / 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 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine	Doppelnummer			
– Ausgabe / Numéro	Nr. 9/2012	Nr. 10/2012	Nr. 11/2012	Nr. 12/2012
– Erscheint / Parution	1.3.2012	8.3.2012	15.3.2012	22.3.2012
– Anzeigenschluss / Délai	27.2.2012	5.3.2012	12.3.2012	19.3.2012

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.

HOTEL CAREER **HORESTO Jobs**
www.hotelcareer.fr www.horesto.ch

Offres et recherches d'emploi sur 2 portails de recrutement spécialisés pour l'hôtellerie et la gastronomie
Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

HFR
hôpital fribourgeois
freiburger spital

Grâce à l'expérience, au soutien et au savoir-faire de ses quelque 3000 collaborateurs et collaboratrices, l'hôpital fribourgeois (HFR) s'engage pour la santé de la population. Il offre sur 6 sites une gamme complète de soins stationnaires et ambulatoires de haute qualité à plus de 80000 patients par an.

Afin de compléter son équipe, la direction de la logistique recherche pour le service de l'intendance de l'HFR Fribourg – Hôpital cantonal un/e

Chef(fe) des secteurs de l'intendance
100 %

Votre mission :

- Coordonner, planifier, participer et superviser l'organisation du travail des secteurs de l'intendance : lingerie, nettoyage général, étages de soins, buanderie, logements du personnel et transports internes
- Gestion administrative du service
- Gestion du personnel : équipe d'environ 140 collaborateurs(trices)
- Supervision et contrôle d'exploitation
- Gestion des produits et des stocks
- Participation à la formation des apprenti(e)s

Votre profil :

- Brevet fédéral d'intendant(e), école hôtelière ou titre jugé équivalent
- Expérience confirmée dans une fonction similaire en milieu socio-sanitaire
- Maîtrise orale et écrite du français avec de bonnes connaissances de l'allemand
- Bonnes connaissances des outils informatiques (MS Office), connaissances de Polypoint PEP sont un atout
- Excellentes compétences d'organisation et communication
- Sens des priorités et capacité à prendre des initiatives

Entrée en fonction : 1^{er} juin 2012 ou à convenir

Renseignements : M. H. Winters, chef du département de l'hôtellerie, HFR, tél. +41 26 426 88 47, e-mail : WintersH@h-fr.ch

Visitez notre site : www.h-fr.ch

Dossiers à envoyer à : l'hôpital fribourgeois, direction des ressources humaines, case postale, 1708 Fribourg, jusqu'au 9 mars 2012

Ref.: IN-12.001

ANGLETERRE & RESIDENCE
LAUSANNE - SWITZERLAND

Nous recherchons pour notre **Hôtel Angleterre & Résidence****** une personne qui pourra intégrer l'équipe de notre restaurant gastronomique italien «L'Accademia».

Ce poste est à repourvoir dès février 2012.

Votre profil :

- Au bénéfice d'un CFC en restauration ou d'une formation jugée équivalente
- Connaissances en oenologie
- Excellente maîtrise du français et de l'italien (de langue maternelle italienne un atout)
- Maîtrise de l'anglais à l'oral
- Excellentes connaissances des outils informatiques tels que Word, Excel, Powerpoint et Outlook
- Expérience confirmée dans un poste avec supervision d'une équipe
- Flexible et persévérant(e)

Vos responsabilités :

- Assurer la satisfaction de la clientèle et la qualité des prestations
- Gérer d'éventuels problèmes avec les clients ou dans le service
- S'assurer du bon déroulement du service
- Avoir une parfaite connaissance des cartes des mets et des vins
- Gérer les plannings des collaborateurs
- Participer au recrutement et à la formation des nouveaux collaborateurs

Nous vous offrons une activité enrichissante et diversifiée, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les personnes intéressées sont priées d'envoyer leur dossier complet avec lettre de motivation, curriculum vitae et photo par e-mail à l'adresse suivante: rh@brp.ch ou par courrier à: Département des Ressources Humaines, Beau-Rivage Palace SA, Place du Port 17/19, 1006 Lausanne

lbg hôtels services sa **lbg**

blanchisserie industrielle hôtelière recherche :

Son/sa chef d'exploitation adjoint(e)
100% - durée indéterminée

Requis : expérience confirmée comme responsable de buanderie interne d'hôtel 4/5 étoiles, autre expérience en housekeeping constituant un atout.

Nous vous offrons un cadre de travail agréable au sein d'une équipe dynamique et enthousiaste, avec des possibilités d'évolution de carrière.

Date d'entrée : à convenir

Pour tous renseignements complémentaires et en cas d'intérêt, merci d'adresser votre dossier de candidature complet (avec prétentions salariales et références) à Monsieur Pohier, directeur, soit par e-mail ou par courrier à l'adresse suivante :

LBG Hôtels Services SA
Route des Châtaigniers 11
1816 Chailly-Montreux
Téléphone : 021 98 98 211
E-Mail : p.pohier@lbg.ch

Stellengesuche

Was ist besser, als den **Sound** des **Erfolges** zu hören? Ihn zu erleben!

Dipl. Hotelier/Restaurateur, mit langjähriger Erfahrung in 3- und 4-Stern-Geschäfts- und Ferien-Hotellerie, **ist bereit, ihn zu erleben!**

Kontakt unter Chiffre 19421-8218 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Pâtissier-confiseur avec CFC

12 ans d'expérience dans l'hôtellerie de luxe, 4 ans comme aide de cuisine sur bateau recherche emploi pour mi-mars. Ouvert à toutes propositions en Suisse.

078 865 01 54
vincent.dubois@net2000.ch

Stellenvermittlungen

Gastro Express
Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe
www.gastro-express.ch

Erfahrenes Hoteller-Ehepaar sucht die neue Herausforderung ab Frühling 2012

Erfahrenes, frontorientiertes Gastgeber-Ehepaar mit hoher Dienstleistungsbereitschaft und Organisationstalent sucht per Frühling 2012 oder nach Vereinbarung in der Nordwestschweiz einen umsatzstarken Hotelbetrieb im Pacht- oder Mietverhältnis. Wünschenswert wäre ein Ganzjahresbetrieb mit ca. 3 bis 4 Mio. Fr. Umsatz. Bevorzugt wird ein gut frequentiertes 3***- oder 4***-Ferien- oder Businesshotel mit ca. 50 bis 70 Zimmern, verbunden mit einer starken Restaurations- und Banketttätigkeit. Bevorzugte Lage in den Kantonen AG/BS/Zentralschweiz.

Umsatzstarkes 3*- oder 4****-Hotel im Pacht- oder Mietverhältnis**

Eine erfolgreiche berufliche Karriere, verbunden mit entsprechender Erfahrung und Praxis in der 3***- sowie 4****-Hotellerie, zuletzt als langjähriger Pächter eines 3***-Business-Hotels, wird vorgewiesen. Hohe Belastbarkeit und Führungsstärke, verbunden mit der Flexibilität und Erfahrung im Umgang mit einer internationalen Kundschaft sowie die entsprechenden Umgangsformen, sind selbstverständlich.

Erste Kontaktaufnahme ist erbeten unter Chiffre 19417-8215 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.



GF/Hotel-Restaurantleiter

sucht neue Herausforderung.

56 J., langjähr. gastronom. Berufserfahrung in führenden Positionen. Besondere Schwerpunkte in den Bereichen Hoteleneröffnung und Prozessoptimierung. Aktive Mitarbeiterführung, effiziente Mitarbeiterführung, betriebswirtschaftlich orientiert. Gerne auch in Familienunternehmen.

E-Mail: roland.rommel@gmx.de
Tel.: 0049 (0) 172 620 88 17

Die stellenrevue der htr hotel revue – jede Woche der grösste Stellenmarkt der Branche

Für weitere Informationen zur stellenrevue, Preisanfragen oder für ein Abonnement kontaktieren Sie uns direkt: **031 370 42 42/37**, inserate@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 8 / 23. Februar 2012

Gesucht: Windlicht
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



**hotel
marktplatz.ch**
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

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

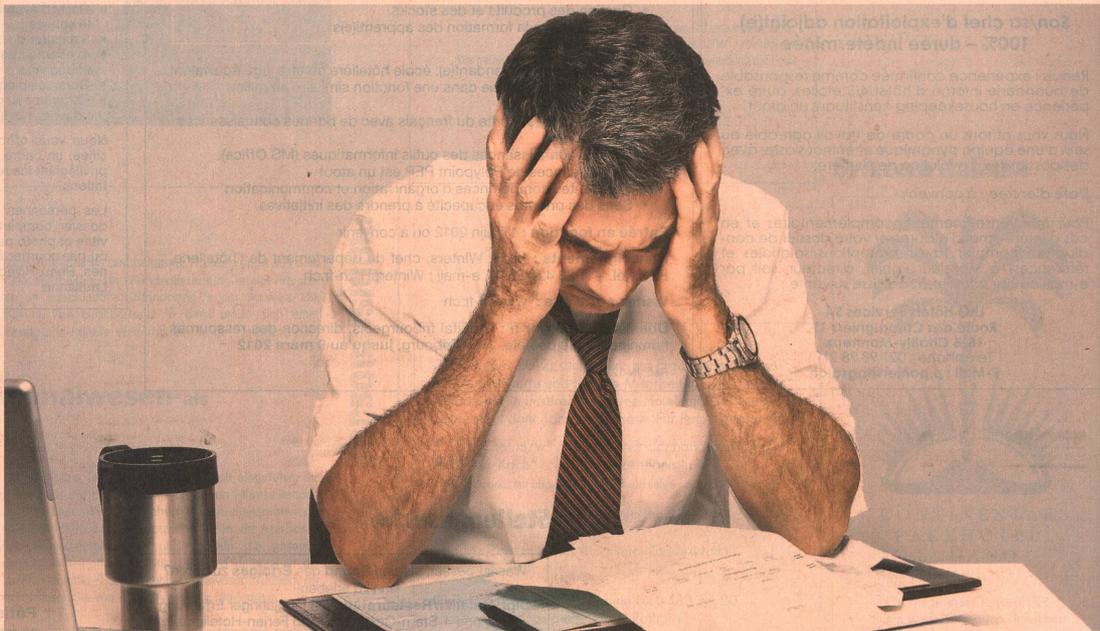
Liegenschaften verkaufen –
neu auch online

www.htr.ch/immobilien

htr **hotel revue**

Sanierungen

Meist merkt man erst viel zu spät, dass eine Sanierung notwendig ist. Dabei gilt es neben betriebswirtschaftlichen auch juristische Hürden zu bewältigen.



Fotolia

Hotelsanierungen



ANDREAS FEUZ
FÜRSPRECHER

VON GRAFFENRIED & CIE RECHT
WWW.GRAFFENRIED-RECHT.CH

Die Gründe für finanzielle Schwierigkeiten sind mannigfaltig. Und weil die Lieferanten vielfach Bank spielen, die Kunden Waren berappen, die erst viel später bezahlt werden müssen, merkt der im Betrieb voll engagierte Hotelier oft erst viel zu spät, dass die Liquidität ausgeht. Erfahrungsgemäss ist in diesem Zeitpunkt der Betrieb bereits überschuldet, und wenn es sich um eine AG handelt, gebietet das Gesetz entweder sofortige Sanierungsmassnahmen oder dann die Bilanzdeponierung. Am Ende steht der Konkurs. Durch frühzeitiges Ergreifen der notwendigen Massnahmen können solche Horrorszenerarien vermieden werden und allenfalls noch vorhandene Reserven sinnvoller eingesetzt werden als für nur kurzfristig wirkende Feuerwehr-

übungen. Zudem binden die Abwehr von Mahnungen, Lieferstopps, Betreibungen und die Barzahlung der Lieferanten auch Ressourcen, die anderweitig benötigt würden.

Wann eine Sanierung möglich ist

Wirtschaftlich betrachtet, sind unter Sanierung alle organisatorischen und finanziellen Massnahmen zu verstehen, welche zur Beseitigung einer Illiquidität, einer Unterbilanz oder einer Überschuldung sowie zur Wiederherstellung der Rentabilität eines Unternehmens ergriffen werden, wobei diese eine gewisse Nachhaltigkeit beinhalten müssen. Kurz gesagt, der Betrieb muss betriebswirtschaftlich mit einem positiven Ergebnis

fürbar sein, wenn die Schuldenlast erleichtert wird.

Mögliche Sanierungsmassnahmen

Einerseits müssen die Schulden reduziert werden: durch Verzicht auf Forderungen von Seiten der Gläubiger zur Verminderung der Verbindlichkeiten, mit Stillhalteabkommen mit Gläubigern, sei dies mit einzelnen oder allen, was entweder mittels individuellen Absprachen oder mittels gerichtlicher Massnahmen erfolgen kann (Konkursaufschub, Nachlassstundung). Weitere Massnahmen können Forderungsverzichte, ebenfalls mittels individueller Absprachen oder Einschaltung zwangsvollstreckungsrechtlicher Mittel (gerichtlicher oder

aussergerichtlicher Nachlassvertrag) sein. Auf der anderen Seite muss die Eigenkapitalbasis verbreitert werden. Die kann durch Umwandlung von Fremdkapital in Eigenkapital, durch Rangrücktritte durch massgebliche Gläubiger oder durch Verzicht auf Gelder der Aktionäre und/oder Neuein-schuss von Geldern von Seiten der Eig-ner oder von Dritten geschehen. Vielfach werden die Instrumente kombiniert, d.h. Gläubiger verzichten auf Geld und er-warten die rasche Bezahlung der reduzierten Forderung, was den dargestellten Kapitalbedarf bedeutet. In diesem Mo-ment ist der Schuldner froh, wenn noch Ressourcen vorhanden sind, die nicht in wenig wirkungsvolle Massnahmen in-vestiert worden sind.

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association