

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 12

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>

Bärlauch

Was man mit der Frühlingspflanze nebst Pesto und Pasta sonst noch kreieren kann.

Seite 17

Session

Zweitwohnungen sollen in einer Verordnung besser definiert werden.

Um den besten Schutz der Marke Schweiz wird hart gekämpft.

Seite 2

Bergbahnen

Der reichliche Schnee im Februar und März könnte das Geschäft dieses Winters retten.

Seite 3

Tiefere Preise

«Wer Tarife in seiner Gemeinde als zu hoch erachtet, kann und soll dies melden.»

Seite 5

Stefan Meierhans,
Preisüberwacher



Image und Umsatz



Swiss Open Gstaad: Berner Oberländer Bergkulisse steht dank Sport im Rampenlicht.

Swiss-Image

Sport-Grossevents sind gut für die Kasse der Hoteliers und gut fürs Image der Destination. Wenn die Inszenierung stimmt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Von Top-Sportevents profitiert in erster Linie das Gastgewerbe. Die Branche hat einen Anteil am Umsatz von 40 Prozent, bei der Bruttowertschöpfung sind es gar 54 Prozent. Das zeigt eine vom Bundesamt für Sport (Baspo) in Auftrag gegebene Studie bei den 17 wichtigsten Schweizer Sport-Events. Fast 30 000 Logiernächte lösen diese im Schnitt aus. Typischerweise bleibt der Gast zwei Nächte, bei geschlossenen Veranstaltungen

sind es sogar gut vier. Entsprechend hoch sind bei Letzteren die Gesamtausgaben des nächtigen Gastes: 1000 Franken.

Aber das Geld ist nur das eine, genauso wichtig ist die Standortförderung durch Sport-Grossevents. Die Ziele seien dabei immer die gleichen, betonte Hippolyt Kempf vom Baspo an einer Tagung zum Thema in Luzern: «Es geht immer um touristische Motive.» Das Baspo untersuchte die mediale Wirkung von 25 Sport-Grossevents im 2011 und

errechnete einen Werbeäquivalenzwert von 66 Mio. Franken allein für die Destinationen. Nachholbedarf sieht Kempf bei der Inszenierung: «Der mediale Auftritt der Destinationen ist sehr unterschiedlich.» Das Baspo fördert Sportveranstaltungen jedoch mit nur 0,5 Mio. Franken pro Jahr, die Kantone im Schnitt mit 850 000 Franken, Städte und Gemeinden mit 25 000 bis 2 Mio. Franken, zeigt eine Studie der Hochschule Luzern.

Seite 3

Gay-Marketing

Schul-lesbisches Gästesegment will beworben werden

Sie haben das Image einer «krisenresistenten» Gästegruppe. Untersuchungen belegen, dass schwul-lesbische Gäste gerade im Reisebereich gerne Geld ausgeben. Die Branche reagiert: Schweiz Tourismus hat allein im Winter 2011/12 in England, Frankreich und Deutschland 140 000 Franken ausgegeben. Die Community schätzt eine aktivere Bewerbung,

sagt Uwe Splittdorf von Pinkcross Schweiz. Auch das Label «Gayfreundliche Hotels» kommt gut an, sagt

Seite 13

Zweitwohnungen

Bis im Sommer soll ein Entwurf zum Zweitwohnungsbegriff stehen

Im September soll die Verordnung, welche den Zweitwohnungsbegriff definiert, in Kraft treten. Der Entwurf geht im Sommer in Vernehmlassung. Das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) formiert nun die zuständige Arbeitsgruppe. Gemäss dem Chef-Juristen des ARE, Stephan Scheidegger, wird die Neu-Definition des Zweitwohnungsbegriffs wohl in Richtung «unbewirtschaftete Ferienwohnungen» gehen. Ein Hotelier, der mit seinem Appartementverkauf warme Betten

schaft, dürfte dann weiterhin bauen. Inwieweit das den Wert der Immobilie trotzdem schmälert, kann man in Fachkreisen aktuell noch nicht beantworten.

Unmut regt sich in den Bergkantonen. Die Regierungskonferenz der Gebirgskantone (RKGK) erwägt, eigene Richtlinien zur Umsetzung der Zweitwohnungs-Initiative zu erlassen. Die RKGK will, dass bis Ende 2012 Gesuche unter bestimmten Voraussetzungen noch behandelt werden dürfen. Während man von dieser Seite

meint, dass Bauherren bei einer Sistierung sogar Schadenersatzklage gegen den Bund erheben könnten, warnt Scheidegger vor möglichen Rückbau-Folgen. Im Wallis wiederum scheint das Zusammengehen einer Berggemeinde mit einer grösseren Talgemeinde eine Möglichkeit, den Zweitwohnungsanteil zu reduzieren. So wird Salins Anfang 2013 mit Sion fusionieren. Damit steht dem Grossprojekt von Jean-Marie Fournier in Salins nichts mehr im Wege. gsg

Seite 2 und 19

Kommentar

Im Kleinen Grosses bewirken. Die Branche lebt von Pionieren.



CHRISTINE KÜNZLER

Pioniere sind Menschen, die Innovatives, Neues kreieren und auch mal den Mut haben, gegen den Strom zu schwimmen. Fast immer sind sie erfolgreich, manche erst postum. Pioniere werden oft belächelt, missverstanden und ecken an. Und werden später meist kopiert.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist Pioniergeist äusserst wertvoll. Er hilft, ausgetretene Pfade zu verlassen und neue Wege zu finden. Querdenker sind flexibel, denken positiv und zukunftsgerichtet.

«Allen Pionieren gemein ist die Begeisterung für das, was sie tun.»

Einer der Branchen-Pioniere war unbestritten César Ritz. Doch es müssen nicht immer die ganz grossen Würfe sein. Der Tourismus braucht risikobereite und kreative Persönlichkeiten, die im Kleinen viel bewegen. Wir haben in der heutigen Ausgabe eine Pionierin und fünf solcher Pioniere portraitiert – im Wissen, dass in der Branche noch weit mehr innovative Menschen tätig sind. Ihnen allen gemein ist die Begeisterung für das, was sie tun.

Pioniergeist lässt sich nicht auf Knopfdruck aktivieren. Nicht jeder Mensch hat das Zeug zum Pionier. Begeisterung jedoch lässt sich aufbauen. Sie hat viel mit Einstellung zu tun. Wie sagt es doch Hotelier Fritz Erni: «Erfolg beginnt im Kopf.»

Seite 7 bis 11, 22

www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax: 031 370 42 24

E-Mail: redaktion@htr.ch

Verlag: Tel. 031 370 42 22

Fax: 031 370 42 23

E-Mail: verlag@htr.ch

Aboservice: Tel. 031 740 97 93

E-Mail: abo@htr.ch

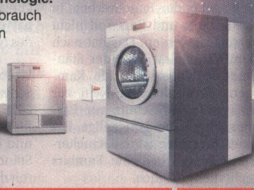


9 771662 334000 12

ANZEIGE

Wettlauf zum Energiesparmeister

Gewerbliche Trockner mit Wärmepumpentechnologie. 60 % weniger Energieverbrauch gegenüber vergleichbaren Miele Ablufttrocknern.



Miele PROFESSIONAL

Infos unter: Telefon 056 417 27 51, www.miele-professional.ch



Lagerfähig?

fideHotel

Die Software für Einkauf und Lagerbewirtschaftung. Effizient, komfortabel, gewinnbringend.

www.fidehotel.ch



Schlafen ist sinnlich.

roviva

OBJECTS

www.roviva.ch



SUN TOP 3100

Windfest bis 75 km/h und 100 % wasserdicht!

KÄSTLISTOREN

Kästli & Co. AG

Tel. 031 340 22 22

www.kaestlistoren.ch

Aus der Region

Freiburg

Aus für
Thermal-Projekt
am Schwarzsee

Vor sieben Jahren versprach das Projekt eines Wellness-Thermalbads der Region Schwarzsee eine attraktive touristische Zukunft. Nun seien die Pläne für das 10-Mio.-Franken-Projekt endgültig begraben, schreiben die «Freiburger Nachrichten». Der Projektträgerin, der Neuter AG, fehlte der Investor. Nun gibt es wieder neue Ideen für den Schwarzsee: Zum einen eine Reha-Klinik, zum anderen ein redimensioniertes Bad.

Mittelland

Flughafenbus
nach Bern Belp
mit neuer Route

Der Bus zum Flughafen Bern-Belp verkehrt künftig nicht mehr zwischen Bern und Flughafen, sondern nur noch zwischen diesem und dem Bahnhof Belp, dafür neu jede halbe Stunde. In Belp müssen Passagiere in die S-Bahn umsteigen, die sie in die Bundesstadt bringt. Diese Anpassung am ÖV-Angebot hat die Berner Kantonsregierung in Absprache mit der Flughafenbetreiberin veranlasst. Der neue Fahrplan gilt ab dem 25. März.

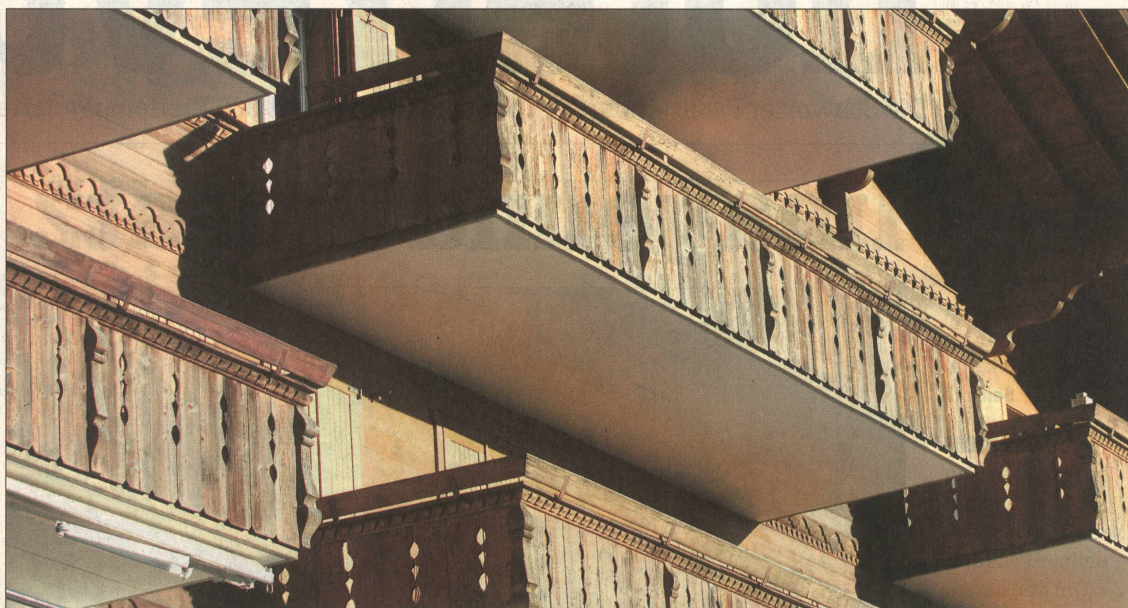
Bahnhof Bern:
Stadt soll mehr
bezahlen

Für den Ausbau des Bahnhofs Bern soll die Stadt Bern ihren Anteil an den Planungskosten auf 1,875 Millionen Franken aufstocken. Das beantragt der Gemeinderat dem Stadtrat. Eine erste Tranche von 775'000 Franken hatte das Parlament schon 2009 genehmigt. Zunächst erhält der Regionalverkehr Bern-Solothurn (RBS) mehr Platz, anschliessend realisiert die SBB eine seitliche Erweiterung der Perronhalle mit vier neuen Gleisen. Bis zum Jahr 2035 dürften schätzungsweise 1,8 Milliarden Franken verbaut werden.

Wallis

Zermatter Hotels:
Bis anhin nur
leichtes Minus

Die Tourismusdestination Zermatt-Matterhorn halte sich, so findet Kurdirektor Daniel Luggen, diesen Winter gut. Das zeigt eine erste Bilanz der Zermatter Winter-Logiernächte: Im Februar konnte die Zahl der Hotel-Logiernächte im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozent gesteigert werden. Kumuliert für November 2011 bis Februar 2012 ergab sich bei den Hotel-Logiernächten nur ein kleines Minus von knapp einem Prozent.



Fensterläden zu oder offen: Das wird wohl bei der künftigen Definition des Zweitwohnungsbegriffs der kritische Punkt sein.

Alain D. Bollat

Sind warme Betten ok?

Eine Verordnung wird festlegen, was als Zweitwohnung gilt und was nicht. Wenn alles nach Plan läuft, steht diese bis September. «Warme Betten» sollen angenommen werden.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Unsicherheit nach dem Abstimmungssonntag ist noch immer gross. Was gilt als Zweitwohnung, was nicht? Um die damit verbundenen Fragen zu klären, setzt Bundesrätin Doris Leuthard nun eine Arbeitsgruppe ein. 16 Teilnehmer soll diese umfassen und sie wird unter der Leitung des Bundesamts für Raumentwicklung (ARE) stehen. Auch der Tourismus soll in der Arbeitsgruppe präsent sein. Als Vertreter angefragt wurden Professoren der Universität St. Gallen; unter anderem Christian Lässer, Tourismus und Dienstleistungsmanagement, und Thomas Bieger, Betriebswirtschaftslehre und Tourismuswirtschaft. Bis zum 26. März haben diese nun Zeit, ihre Teilnahme zu prüfen.

Nicht für die Arbeitsgruppe vorgesehen seien gemäss Stephan Scheidegger, Leiter Recht beim ARE, Branchenverbände wie Hotellerieuisse. «Es ist uns jedoch wichtig, dass die betroffenen Branchenkreise bereits in einer Frühphase in die Diskussion einbezogen werden», betont Scheidegger.

Bis Ende Mai soll Entwurf stehen

Bis Ende Mai respektive Anfang Juni soll ein Entwurf der Verordnung, welche den Zweitwohnungsbegriff klar eingrenzt, stehen. Der Entwurf wird dann an die interessierten Kreise in Vernehmlassung ge-

sandt. Bereits nach den Sommerferien soll die Verordnung stehen. Scheidegger hofft, dass die Verordnung dann am 1. September dieses Jahres in Kraft tritt.

Bereits jetzt scheint klar, dass die Verordnung den Begriff Zweitwohnungen restriktiver definieren wird als bis anhin der Bundesrat. Gemäss dessen Auffassung galten als Zweitwohnung all jene Wohnungen, die nur zeitweise bewohnt werden. Scheidegger erwartet, dass die Begriffsdefinition in Richtung «nicht bewirtschaftete Ferienwohnungen» gehen wird. Die Zahlen für den Zweitwohnungs-

anteil in den Gemeinden müssten dann, basierend auf der neuen Begriffsdefinition, angepasst werden.

Wer jetzt baut, könnte später rückbauen müssen

Derweil regt sich weiter Unmut in den Bergkantonen. Die Regierungskonferenz der Gebirgskantone (RKGK) erwägt, eigene Richtlinien zur Umsetzung der Zweitwohnungs-Initiative zu erlassen. Dabei geht es vor allem um Baugesuche bis Ende 2012. Stein des Anstosses sind die vom ARE erlassenen Leitlinien, die zwar unverbindlichen Charakter haben sollen, aber bei Baubewilligungen nach dem 11. März sogar zu einer späteren Rückbauverfügung führen könnten, wie Scheidegger verdeutlicht.

«Die Definition wird in Richtung nicht bewirtschaftete Ferienwohnungen gehen.»

Stephan Scheidegger
Leiter Recht beim ARE

Kampf um Markenschutz

Wann darf ein Produkt mit dem Zusatz «made in Switzerland» werben? Der Nationalrat hat erste Leitplanken gesetzt, stösst damit aber bereits auf erbitterten Widerstand.

THERES LAGLER

Wo Schweiz draufsteht, soll auch Schweiz drin sein: Diesen Grundsatz hat der Nationalrat letzte Woche bei der Beratung der Swissness-Vorlage bekräftigt. Bei Non-Food-Produkten sollen künftig 60 Prozent der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen, damit das Produkt als Schweizer Produkt bezeichnet werden darf. Im Food-Sektor unterscheidet der Nationalrat zwischen stark und schwach verarbeiteten Lebens-

mitteln. Stark verarbeitete Lebensmittel wie Biscuits dürfen gemäss Nationalrat nur unter dem Label «Swiss made» verkauft werden, wenn sie 60 Prozent Rohstoffe aus dem Inland aufweisen. Bei schwach verarbeiteten Lebensmitteln wie Fleischwaren müssen 80 Prozent der Rohstoffe

aus der Schweiz stammen. Damit weicht der Nationalrat die Vorlage des Bundesrats auf. Dieser wollte bei allen Lebensmitteln einen Rohstoffanteil von 80 Prozent vorschreiben.

Der Schweizerische Bauernverband (SBV) zeigt sich entsprechend enttäuscht. Er hofft, dass

der Ständerat, der sich als Nächstes mit der Swissness-Vorlage befasst, noch Korrekturen anbringt. Ansonsten hält sich der Bauernverband die Option einer Volksinitiative offen. Während der Bauernverband die Hürden möglichst hoch ansetzen will, peilt der Schweizerische Gewerbever-

band (SGV) das genaue Gegenteil an. Er befürwortet die Unterscheidung im Nahrungsmittelsektor, geistelt aber das Inlandserfordernis von 60 Prozent bei Non-Food-Produkten als willkürlich und hoch. Damit werde dem Wirtschaftsstandort Schweiz ein Bärendienst erwiesen.

Session Die Entscheide im Überblick

Die Frühlingsession der eidgenössischen Räte, die letzte Woche zu Ende ging, brachte der Schweizer Hotellerie wenig Erfreuliches:

Kein Nullsatz: Die Hotellerie wird nicht für ein Jahr von der Mehrwertsteuer befreit. Beide Kammern haben sich gegen eine solche Sonderregelung ausgesprochen. Es handle sich um eine Subvention nach dem Giesskannenprinzip, wurde kritisiert. Die Befürworter wollten so die Folgen der Frankenstärke abfedern.

Agrar-Freihandel: Der Bundesrat muss die Verhandlungen über

ein Agrarfreihandelsabkommen mit der EU sistieren. Der Ständerat hat eine entsprechende Motion aus dem Nationalrat überwiesen. Hotellerieuisse bedauert dies, denn die Hotellerie hat im Vergleich zu den Nachbarländern viel überhöhten Lebensmittelpreisen zu kämpfen.

Präventionsgesetz: Der Nationalrat bleibt bei seinem Ja zum Präventionsgesetz. Er möchte, dass die Massnahmen zur Krankheitsvorsorge und Gesundheitsförderung in der Schweiz besser gesteuert und koordiniert werden. Nun ist wieder der Ständerat

am Zug, der sich bis anhin weigerte, auf das Gesetz einzutreten.

Passivrauchschutz: Das landesweit geltende Rauchverbot in Restaurants und Bars soll nicht verschärft werden. Das hat nach dem Nationalrat auch der Ständerat beschlossen. Beide Kammern empfehlen ein Nein zur Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen» der Lungenliga. Bei einer Annahme wären Raucherbetriebe und bediente Fumoirs nicht mehr möglich.

Strassencafés: Besitzt ein Gastronom eine Betriebsbewilligung

und eine Bewilligung zur Nutzung des öffentlichen Grundes, soll er ein Strassencafé betreiben dürfen, ohne eine Baubewilligung einzuholen. Der Ständerat hat eine entsprechende Motion des Nationalrats gutgeheissen.

Weltausstellung Mailand: Die Schweiz soll die Weltausstellung 2015 in Mailand als Schaufenster für die Schweizer Landwirtschaft und den Tourismus nutzen. Der Ständerat hat den Motionstext mit dem Hinweis auf den Schweizer Tourismus ergänzt. Deshalb geht der Vorstoss zurück an den Nationalrat.

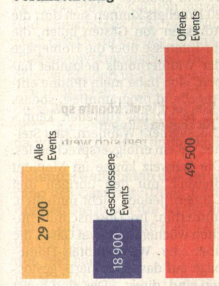
Sport bringt Gäste

Sport-Grossevents schenken ein, vor allem beim Gastgewerbe. Doch nicht jeder Event ist lukrativ: Ein System hilft bei der Selektion.

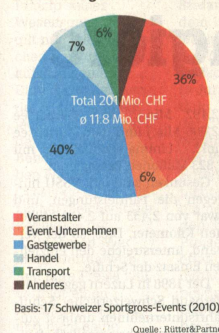
GUDRUN SCHLENCZEK

Die Anzahl der Sportveranstaltungen in der Schweiz ist immens: 230 000 sollen es jährlich sein, davon zählen 70 zu den ganz Grossen. Der Gesamtumsatz beläuft sich auf 1,2 Mrd. Franken, die 70 grössten erzielen allein ein Viertel davon

Logiernächte pro Veranstaltung



Direkt ausgelöste Umsätze



(355 Mio. Franken). Davon wiederum generieren die 17 wichtigsten regelmässig stattfindenden Sport-Events mehr als die Hälfte. Das zeigt eine an der Tagung zur «Standortförderung mit Sportevents» letzte Woche in der Swisspararena Luzern von Rütter & Partner vorgestellte Studie.

Offene Veranstaltungen liefern am meisten Logiernächte

Zu den 17 Grossevents zählen Veranstaltungen wie das Swiss Open Gstaad, die Ruderwelt Luzern oder die Tour de Suisse. Total lösten diese einen direkten Umsatz von gut 200 Mio. Franken aus. Mit einem Anteil von 40 Prozent entpuppt sich das Gastgewerbe als grösster Nutzniesser (siehe Grafik). Noch besser schneidet die Branche in Sachen Bruttowertschöpfung ab: «Der Löwenanteil entfällt auf das Gastgewerbe», so Heinz Rütter von Rütter & Partner, nämlich 54 Prozent von total 75,3 Mio. Franken.

Im Durchschnitt besuchen 90 000 Personen einen der 17 Grossevents, davon übernachtet jede fünfte. Heinz Rütter unterscheidet zwischen geschlossenen und offenen Veranstaltungen. Zu Letzteren gehören Events wie die Tour de Suisse, das Lauberhornrennen oder der Grand Prix von Bern. Offene Veranstaltungen zählten nicht nur deutlich mehr Besucher (im Mittel 207 000) sondern auch mehr Logiernächte: Fast 50 000 pro Event, bei den geschlossenen sind es knapp 20 000 (siehe Grafik).

Tool als Argumentarium für die Mittelverteilung

Aufgrund der grossen Anzahl an Events sei es umso wichtiger, dass Destinationen sich für jene entscheiden, die zur Destination passen, betonte Jürg Stettler von der Hochschule Luzern an der Fachtagung: «Idealerweise ist die Eventstrategie von der Destinationstrategie abgeleitet.» Jürg Stettler und Heinz Rütter bieten mit dem Event-Managementsystem ein Evaluationstool. Neben der strategischen Übereinstimmung wird unter anderem die wirtschaftliche Bedeutung erhoben. Bisher

«Der Löwenanteil der Bruttowertschöpfung entfällt auf das Gastgewerbe.»

Heinz Rütter
Rütter&Partner

für 10 000 Franken, sind wohl nur ein Grund, dass noch nicht mehr Destinationen das Tool nützen. Marcel Perren, Tourismusdirektor Luzern, bezweifelt, ob die nötigen Fakten für die Evaluation so einfach zugänglich seien, vom Luzerner Blue Balls Festival beispielsweise gebe es keine Zahlen.

einzigster Anwender ist die Destination Engadin St. Moritz. CEO Ariane Ehrat: «Mit dem Tool haben wir ein Argumentarium für die Mittelverteilung in der Hand. So respektieren drei Viertel der Veranstalter, wenn sie weniger als vorher erhalten.» Die Kosten für das Tool, Basis-Paket



Offene Veranstaltungen wie die Tour de Suisse garantieren besonders viele Logiernächte.

Olympiade Luzern oder Graubünden

Gleich zwei Kandidaturen für Winter-Olympiaden sind in der Schweiz aktuell am Laufen: Die Stadt Luzern bewirbt sich für die Youth Olympic Games 2020, Graubünden für die Olympischen Winterspiele 2022. Zu einer Austragung von beiden Olympiaden in der Schweiz würde es aber nicht kommen, stellte Rosie Bitterli Mucha, Chefin Kultur und Sport der Stadt Luzern, an der Tagung in Luzern klar: «Erhält Graubünden den Zuschlag für die Winterspiele, ziehen wir unsere Kandidatur zurück.»

Der definitive Entscheid für die Olympischen Winterspiele

2022 wird 2015 durch das Internationale Olympische Komitee IOC gefällt. Vorher sind allerdings noch ein paar Hürden zu nehmen: Das Volk in Graubünden stimmt im November ab, das Parlament 2013.

In Luzern sollen die Jugend-Winterspiele keine Eintagsfliegen bleiben: Die junge Zielgruppe würde mit weiteren Events und Weltmeisterschaften nachhaltig angesprochen, meint der Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren. Der Investitionsaufwand für die Infrastruktur sollte sich in Grenzen halten, die Region sei in Sachen Wintersport, wie mit der Sprungschanze in Engelberg, gut aufgestellt. gsg

Aus der Region

Tessin

Komitee gegen Schliessung der Gotthardachse

Das Komitee für den Ausbau des Gotthardtunnels hat eine von mehr als 20 000 Personen unterschriebene Petition eingereicht. Diese verlangt, dass alles unternommen wird, um den vorgesehenen Unterbruch der Nord-Süd-Strassenachse wegen der Sanierung des Gotthardtunnels zu vermeiden. Die Schliessung würde für das Tessin einen Verlust von zahlreichen Arbeitsplätzen bedeuten. Die Unterzeichnenden der Petition plädieren darum für eine zweite - einspurig betriebene - Röhre.

Zentralschweiz

Sanierung des Zuger Theater Casinos



Für 18,7 Mio. Franken soll das Theater Casino Zug umfassend saniert werden. Das Eventlokal soll auch mit einem Foyeranbau ergänzt werden. Das Theater Casino Zug besteht aus dem über 100-jährigen Altbau sowie dem Erweiterungsbau mit Theatersaal, Bühne und Foyer aus dem Jahre 1981. Seither sei nur das Nötigste saniert worden, so das Zuger Baudepartement. Über den Baukredit entscheiden die Stimmberechtigten der Stadt Zug voraussichtlich im September.

Obwalden will sich besser vermarkten



Der Kanton Obwalden will seine Tourismusorganisationen stärken und mit Nidwalden zusammenlegen. Verbunden damit ist die Schaffung einer einzigen Tourismusabgabe. Neu sollen neben den Hotels und der Parahotellerie auch die Gastronomie und Transportunternehmen eine Tourismusabgabe entrichten müssen. Der Kantonsrat Obwalden ist auf die Vorlage eingetreten - dies trotz Nichteintretensantrag von SVP und Teilen der FDP.

KKL Luzern: 2. Etappe für die Dachkorrektur

Gestern hat mit dem Aufbau von zwei Gerüsttürmen auf dem Europaplatz die zweite Etappe zur Überprüfung und gleichzeitigen Korrektur des KKL-Dachs begonnen. In der zweiten Phase werden insgesamt 12 Dachbahnen überprüft und wo nötig korrigiert. Aus der ersten Überprüfung- und Dachkorrekturphase konnten wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden, die nun für die zweite Phase optimal genutzt werden können, teilt das KKL mit. dst

Schnee bescherte Bahnen ein Plus

Die guten Schneeverhältnisse könnten das Wintergeschäft der Bergbahnen doch noch retten. Nach einem deutlichen Einbruch im Januar schenkte der Februar wieder ein.

GUDRUN SCHLENCZEK

Im Februar haben die Schweizer Bergbahnen deutlich mehr Gäste transportiert und höhere Umsätze generiert als im Vorjahresmonat.

Gemäss den Erhebungen von Seilbahnen Schweiz liegt der Umsatz schweizweit gut 22 Prozent über dem Februar 2011. Beim Gästeaufkommen kann eine Zunahme von über 15 Prozent verbucht werden. Insbesondere tief- bis mittelhoch gelegene Skigebiete profitierten von den guten Schneeverhältnissen gegenüber dem schneearmen Februar des Vorjahres. Der traditionell besucherstärkste Wintermonat Februar konnte in mehr oder weniger allen Destinationen die bisherige Saisonbilanz deutlich verbessern. Die derzeitige Bilanz der



Säntis: Ostschweizer Bergbahnen hatten guten Februar.

Wintersaison 2011/12 zeigt deshalb ein erfreulicheres Bild, als noch Ende Januar zu erwarten war. Bis Ende Februar weist die laufende Saison bei den kumu-

lierten Eintritten ein Minus von um die 4 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode aus. Beim Transportumsatz liegt man sogar mit 2,2 Prozent leicht im Plus.

Der Saisonzwischenstand ist jedoch regional sehr unterschiedlich. Während die Bergbahnen in Graubünden noch immer ein Minus von 10 Prozent ausweisen, liegen die Umsätze in der Ostschweiz, im Tessin und den Freiburger und Waadtländer Alpen über der Vorsaisonperiode. Denn insbesondere in Gebieten ohne technische Beschneigung konnten Bahnen von dem schneereichen

Winter profitieren. In der Westschweiz konnten einige Bahnen von ihren Investitionen in neue Bahnanlagen profitieren. Das Berner Oberland kommt bis anhin mit einem leichten Umsatzminus davon (kumuliert bis Ende Februar: minus 3,9%). Die Zentralschweiz steht etwas weniger gut da (minus 5,7%). Die Walliser Bahnen weisen annähernd die gleichen Erträge aus wie im Vorjahr (minus 0,3%). Aufgrund der guten Schneeverhältnisse und den frühen Ostern gibt sich der Seilbahnverband für die laufende Saison zuversichtlich.

Aus der Region

**Berner Oberland
Lenk Bergbahnen
mit Ertrag in
Vorjahreshöhe**

Das Geschäftsjahr 2011 der Lenk Bergbahnen schliesst mit einem Ertrag von 13,07 Mio. Franken (Vorjahr 13,10 Mio.). Es wird ein Cashflow von 6,21 Mio. Franken ausgewiesen (Vorjahr 6,50 Mio.). Im Herbst 2011 war das Projekt «neue Gondelbahn Metsch» im Herbst 2011 ausgeschrieben worden. Anfang März hat sich der Verwaltungsrat entschieden – unter der Voraussetzung, dass die nötigen Kredite von der GV am 12. Mai genehmigt werden, den Auftrag zur Erstellung der neuen Gondelbahn zu vergeben.

**Thun erhält für
145 Millionen
neuen Stadtteil**

Mit dem Spatenstich haben in Thun die Bauarbeiten für die Grossprojekte «Puls» und «Rex» begonnen. Auf den Arealen der früheren Gerberkase-Fabrik und des Kino Rex entsteht für 145 Millionen Franken quasi ein neuer Stadtteil. Das Areal ist über 12'000 Quadratmeter gross. Das Projekt «Puls» besteht aus 151 Mietwohnungen sowie Wohn-, Büro-, Verkaufs- und Gewerbeflächen. Das Projekt «Rex» soll unter anderem ein Multiplexkino beinhalten. Die Grossüberbauung soll 2014 fertig sein.

**Wanderweg um
Thunersee: Kampf
um Hängebrücke**

Swiss-image

Um den Thunersee soll ein Wanderweg entstehen. Der Verein Panorama Rundweg plant einen 56 Kilometer langen Weg. Kernstück sind laut «Berner Oberländer» sechs Hängebrücken, damit keine grossen Höhenunterschiede überwunden werden müssen. Die längste Brücke, jene über den Guntenbach für rund 1,5 Mio. Franken, ist jedoch umstritten. Gegen den Bau formiert sich nun Opposition unter den Einwohnern von Sigriswil. Es ist von Verschleuderung von Steuergeldern die Rede.

Ostschweiz**Neues
Naturmuseum in
St. Gallen geplant**

ZVG

Beim Botanischen Garten im Osten der Stadt St. Gallen soll bis 2016 ein neues Naturmuseum gebaut werden. Das Projekt «Romina» nach Plänen von Zürcher Architekten kostet 39,8 Mio. Franken. Gut die Hälfte der gesamten Kosten trägt die Stadt. Der Stadtrat hat die Vorlage zu Händen des Stadtparlaments verabschiedet. Das letzte Wort haben die Stimmberechtigten der Stadt im November. dst

**Die länderübergreifende Kooperation
«Wanderhotels
best alpine» hat
einen neuen,
frischen Auftritt.
Nun sucht sie mehr
Mitglieder aus
der Schweiz.**

CHRISTINE KÜNZLER

Aus den ehemaligen «Europa Wanderhotels» sind die «Wanderhotels best alpine» geworden. Pfiffiger und zeitgemässer ist nicht nur der neue Name der Hotelkooperation, sondern auch deren Auftritt mit einem stilisierten und auf den Kopf gestellten Berg-Logo. Der neue Katalog «Berglust pur» präsentiert sich ohne Rote-Socken-Image. Jedes Hotel ist zusätzlich zu seiner Sterne-Kategorie auch mit 3 bis 5 Bergkristallen für seine «Wanderqualität» und mit seinen Spezialisierungen ausgezeichnet.

Die Hotelkooperation umfasst 71 Mitglieder: schwegewichtig aus Österreich sowie aus Deutschland, Italien und der Schweiz – von dort gerade mal das Hotel Ferienart aus Saas-Fee. Geschäftsführer Eckart Mandler hätte nun gerne weitere Schweizer Hotels in seiner Kooperation.

**Ein wanderfreudiger Hoteller
ist Voraussetzung**

Ein Hotel, das Mandlers Qualitätskriterien erfüllt, hat 3 bis 5 Sterne und steht an einer «herrlichen alpinen Lage». Der Gastgeber muss eine hohe Begeisterung für Wandern und Naturerlebnis mitbringen. Und er muss seinen Gästen 3 bis 5 kostenlose geführte Wanderungen anbieten – mit einem ausgebildeten Berg-erlebnisführer. Die Gäste finden in einem Wanderhotel nicht nur einen Wandershop, sie können auch Wanderutensilien kostenlos mieten. Ein Wandertext bringt Wanderfreudige zum Ausgangspunkt und holt sie dort wieder ab.

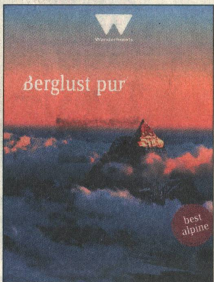


Alain D. Bollat

Wanderer sind ein gefragtes Segment. Die Schweiz kann mit ihrer wunderschönen Landschaft, hier das Rosenloui, punkten.

Schweizer gefragt

«Unsere Gruppe ist Pionier im boomenden Outdoor-Bereich und kann auf mehr Erfahrung als alle anderen Anbieter zurückgrei-

ZVG
Frischer Auftritt der
«Wanderhotels best alpine».

fen», hält Mandler fest, der die Wanderhotels Europa vor 17 Jahren gegründet hatte. «Unsere Mitgliedsbetriebe profitieren überproportional von der Dynamik des Outdoor-Segments.» Trends und Entwicklungen sollen in die Angebotsgestaltung einfließen. «Diese ständige Weiterentwicklung ist ein zentraler Erfolgsfaktor», so Mandler.

Vermarktet werden die Wanderhotels unter anderem an Messen, über Internet, Kataloge und Medienkooperationen. Jährlich finden zwei Klausurtagungen statt, an denen die Hoteller mit neuesten Infos über Wandertrends eingedekelt werden. Die Mitgliedschaft bei den Wanderhotels hat denn auch ihren Preis. Der Hoteller bezahlt eine einmalige Aufnahmegebühr von 10'000 Euro und dann je nach Zimmerzahl

jährlich zwischen 5'900 und 9'900 Euro.

Viele Gäste-Kontakte, aber noch zu wenig Buchungen

«Für ein kleines Hotel ein hoher Beitrag», sagt Beat Anthamatten, Gastgeber im Mitglied-Hotel Ferienart. «Andererseits gilt es sich zu überlegen, ob man statt in die Hardware auch mal in die Vermarktung investieren könnte.» Seine Idee: Seco, Kanton, Verbände oder Gemeinden tragen 50 Prozent des Beitrags für die ersten fünf Hotels, die sich der Kooperation anschliessen. Anthamatten will die Entwicklung der Kooperation «beobachten», denn sie bringe ihm zwar viel Gästekontakte, doch wenig Gäste.

Das bestätigt auch der Wanderleiter aus dem «Ferienart», Eddy Steiner, der jeweils an den Klau-

surtagungen der Wanderhotels teilnimmt. Die Kontaktdaten interessierter Gäste bezieht er aus dem Anfragepool der Wanderhotels, der jeden Abend Punkt 17 Uhr geöffnet wird: Die ersten 20 Hoteller können sich dort die Adressen von Gästen holen, die ihr Interesse über die Homepage der Wanderhotels bekundet haben. «Ich habe mein iPhone entsprechend programmiert, sodass ich rechtzeitig zugreifen kann.» Das Segment Wandern, sagt Steiner, sei ein erfolgversprechendes. Die Schweiz könne im Moment preislich mit den übrigen drei Ländern jedoch nicht mithalten. Immerhin: Im Durchschnitt buchen wöchentlich zwei Gäste, die über die Wanderhotels-Homepage auf das «Ferienart» gestos- sen sind, direkt. «Das sind meist Schweizer Gäste.»

Schiffe befördern mehr Passagiere

**Im Jahr 2011 haben die
Schiffe auf den Schweizer
Seen und Flüssen 12,5
Millionen Passagiere
befördert. Dies entspricht
gegenüber dem Vorjahr
einer Zunahme von
2 Prozent.**

DANIEL STAMPFELI

Da die klimatischen Bedingungen und auch die Frankenstärke der Branche zu schaffen machten, sei das im letzten Jahr erzielte Ergebnis umso erfreulicher zu werten, teilt der Verband Schweizerischer Schiffsverkehrsunternehmen (VSSU) mit.

**Kalter Sommermonat
und Niedrigwasser**

So sei etwa der Monat Juli nass und kalt gewesen, und die Schifffahrt Untersee und Rhein habe

beispielsweise wegen Niedrigwasser ihren Normalbetrieb erst Anfang Juni aufnehmen können.

Eine Frequenzzinbusse hinnehmen musste die Schifffahrt Berner Oberland auf dem Thuner- und Brienzsee sowie jene auf dem Agersee, dem Untersee und Rhein, dem Neuenburger-, Murten- und Langensee sowie die Basler Personenschifffahrt.

Die übrigen Betriebe konnten hingegen eine erfreuliche Frequenzsteigerung feststellen. Den

grössten prozentualen Passagierzunachs verzeichnete im Jahr 2011 der Hallwilersee mit fast 10 Prozent, gefolgt von der Schifffahrt auf dem Zürichsee (+9%) und dem Bielersee (+8%).

**Wiederum am meisten Passagiere
auf dem Vierwaldstättersee**

Die Rangliste der Passagierzahlen führt erneut der Vierwaldstättersee mit 2,391 Millionen Passagieren an, gefolgt von der Zürichsee-Fähre Horgen-Meilen

(2,192 Mio.), dem Genfersee (2,006 Mio.) und dem Zürichsee (inkl. Limmatschiffahrt) mit 1,823 Millionen Passagieren.

Gesunken sind laut VSSU hingegen die Fahrleistungen, und zwar von 2,453 auf 2,418 Millionen Kilometer. Dies, so der Verband, unterstreiche den effizienten Einsatz der Schiffe.

Der 1898 in Luzern gegründete Verband Schweizerischer Schiffsverkehrsunternehmen umfasst zurzeit 16 Schiffsfahrtsesellschaften.

leserbrief

**Schreibtischtäter
am Werk**

htr hotelrevue vom 8. März 2012: «Unter einer Flagge»

Wieder einmal soll die touristische Milchkuh, die Hotellerie, ein übergeordnetes Marketingkonzept tragen – ungefragt. Der Kanton und somit der Staat diktiert eine Verdoppelung der Beherbergungsabgaben zur Gründung einer touristischen Marketing AG. Eine Annäherung sondergleichen. Die langjährigen Praktiker an den lokalen touristischen Fronten werden so de facto als Marketing-

Neandertaler hingestellt. Die kantonalen Politiker genehmigten die Abgabe so nebenbei, ohne sich mit der Materie grundsätzlich auseinanderzusetzen. Bereits vor 10 Jahren wurde das Projekt BOT (Berner Oberland Tourismus) eingestellt. Und das nicht eines durchschlagenden Erfolgs wegen. Zu unterschiedlich sind die Bedürfnisse der einzelnen Regionen. Steckt hinter der ganzen Geschichte Bern Tourismus? Wenn ich einen Anzug brauche, kaufe ich ihn in meiner Grösse, wohl von der Stange aber doch passend; nicht zu klein und nicht zu gross. Es existieren bereits die unterschiedlich-

ten Marketingkanäle, die um Präsenz und letztlich um Gäste buhlen. Mit der Jungfrau Marketing AG verfügen wir über eine vorhandene Organisation, die unsere Region vertritt. Was soll dieses arrogante Gekabbe der Theoretiker? Es braucht keine Alibiübung des Kantons auf dem Rücken der Hotellerie, sprich der ganzen Tourismusbranche, und es braucht keine Bevormundung, wie wir unsere finanziellen Mittel einsetzen. Und dies nicht zuletzt, nachdem das Parlament einen Nullsatz für die Hotellerie abgelehnt hat.

Martin Kozett
Hotel Kreuz & Post, Grindelwald

**Kuoni steigert
Umsatz und
Gewinn im 2011**

Unter anderem dank Zukäufen hat Kuoni im Jahr 2011 sowohl Umsatz als auch Gewinn gesteigert. Mit 5,111 Mrd. Franken nahm der Nettoerlös um 28% zu, der Gewinn stieg um rund 44% auf 33,3 Mio. Franken. Der Betriebsergebnis stieg um 27% auf 74,2 Mio. Franken.

**Swiss: kleinerer
operativer
Gewinn**

Im vergangenen Geschäftsjahr hat die Swiss weniger verdient

als ein Jahr zuvor. Der operative Gewinn ging um 17% auf 306 Mio. Franken zurück. Die Swiss macht hauptsächlich die abgeschwächte Konjunktur und die gestiegenen Kerosinpreise für das schlechtere Ergebnis verantwortlich.

**Wieder schwarze
Zahlen für
Hapimag**

Im Geschäftsjahr 2011 ist Hapimag in die schwarzen Zahlen zurückgekehrt. Der Wohnrechtsanbieter erwirtschaftete einen Gewinn von 1,2 Mio. Euro. Im Vorjahr war noch ein Verlust von 7,8 Mio. Franken ausgewiesen worden. dst

«Ich habe für Hoteliers ein offenes Ohr»

Der Preisüberwacher Stefan Meierhans zeigt grosses Verständnis für die Sorgen der Hoteliers.

DANIEL STAMPF

Stefan Meierhans, die Tourismusbranche leidet unter dem starken Franken. Haben Sie als Preisüberwacher der Branche konkret etwas anzubieten?
Ein offenes Ohr, Verständnis für die Probleme und mit der Unterstützung des Bundesrates die Ambition zu schauen, wo wir etwas helfen können. Nach Gesetz ist der Preisüberwacher dort zuständig, wo ein Preis nicht als Ergebnis eines wirksamen Wettbewerbs zustande kommt.

Die Hotellerie wünscht sich preislich günstigere Fleischimporte. Sehen Sie Möglichkeiten, diese Forderungen erfüllen zu können?

Es handelt sich hier um gesetzgeberische Aufgaben und jene der Landwirtschaftspolitik. Ich als Preisüberwacher kann die Preisgestaltung aufzeigen und Transparenz schaffen. Wir können auch das Gespräch suchen mit den Interessenvereinigungen, den Branchenverbänden und den entsprechenden politischen Verantwortungsträgern. Mehr können wir nicht machen, denn intervenieren können wir nicht, da wir ja nicht Verordnungsgeber sind.

Hoteliers befürchten die Verwässerung des Cassis-de-Dijon-Prinzips. Können Sie ihnen die Angst nehmen?

Ich wollte, ich könnte dies. Leider teile ich die Befürchtungen und halte die Entwicklung für gefährlich. Schränkt man Cassis de Dijon noch weiter ein, entkernt man das Prinzip seines Wesensgehalts. Es gilt nun, die entsprechenden Folgen aufzuzeigen und Einfluss zu nehmen, der Entscheidung liegt jedoch letztlich bei den politischen Behörden. Anzustreben wäre ein Cassis-de-Dijon-Prinzip bei gleichzeitiger Reduktion der Ausnahmen. Wer mehr Wettbewerb und faire Preise will, verfolgt einen Ausbau des Prinzips und nicht seine Einschränkung.

Zur Person Preisüberwacher kämpft an vielen Fronten

Stefan Meierhans (43) ist seit dem 1. Oktober 2008 Preisüberwacher und hat auch Einsitz in der Wettbewerbskommission (Weko). Zuvor war der studierte Jurist in der Privatwirtschaft tätig. Meierhans ist Mitglied der CVP. Er ist verheiratet und wohnt mit der Familie in Bern. Der Preisüberwacher kann in Bereichen, wo der Wettbewerb nicht spielt, Preissenkungen empfehlen oder sogar verlangen. Dies ist der Fall bei den Preisen von privaten oder öffentlichen Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung, bei den staatlich festgelegten Gebühren und Abgaben sowie bei vielen Tarifen und Preisen im Gesundheitswesen. **dst**

Den Hoteliers machen auch die hohen Kommissionen grosser ausländischer Buchungsplattformen Sorgen. Welche Handhabe haben Sie in diesem Bereich?

Wir haben diese Problematik zur Kenntnis genommen und entscheiden dann gegebenenfalls mit der Wettbewerbskommission, ob der Wettbewerb in diesem Bereich spielt. Es ist auch nicht ausgeschlossen, dass wir in dieser Angelegenheit mit der EU Kontakt aufnehmen werden, je nachdem was unsere Marktklärungen ergeben.

Falls der Markt nicht spielt, welche Massnahmen können Sie treffen?

Es kommt darauf an, wo die betroffenen Unternehmen ihren Sitz haben. Sind sie im Ausland, wird es schwierig, denn in Wettbewerbsangelegenheiten gibt es kein Rechtshilfeabkommen. Aber es gibt die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit der EU. Wir können sie auf die Problematik hinweisen und sie um eine Untersuchung bitten. Dazu zwingen können wir sie aber nicht. Nur wenn die Unternehmen eine Rechtspersönlichkeit in der Schweiz haben und missbräuchliche Preise verlangen, können wir das schweizerische Preisüberwachungsgesetz durchsetzen und eine einvernehmliche Regelung anstreben – oder bei fehlender Einigung die Preise per Verfügung senken.

Die Preise für Dienstleistungen im Bereich der Telekommunikation sind im Vergleich zum Ausland zu hoch. Was unternehmen Sie, um die Situation zu verbessern?

Die Preise sind in der Schweiz eindeutig deutlich höher als im angrenzenden Ausland. Kürzlich habe ich Bundesrätin Doris Leuthard einen Brief in Sachen Mobiltelekommunikation geschrieben. Zurzeit wird an einem entsprechen-



«Anzustreben wäre ein Cassis-de-Dijon-Prinzip bei gleichzeitiger Reduktion der Ausnahmen.»

Stefan Meierhans
Preisüberwacher

Preisüberwacher Stefan Meierhans prüft auch die für Ende Jahr angekündigten höheren Tarife des öffentlichen Verkehrs.

den Bericht zuhanden der eidgenössischen Räte gearbeitet. Ich hoffe, dass dieser Bericht so ausfällt, dass er im Parlament zu einem Umdenken führt.

Die Tarife des öffentlichen Verkehrs werden jährlich regelmässig erhöht. Werden Sie hier dämpfend einwirken?
Zurzeit beschäftigen wir uns mit der Prüfung der für den nächsten Dezember angekündigten Preiserhöhung. Bereits in den beiden Vorjahren

konnten wir die vorgesehenen Erhöhungen jeweils mildern.

Auch die von den Gemeinden erhobenen Gebühren für die Abfallbeseitigung und das Abwasser sind für das Gastgewerbe ein grosser Kostenfaktor. Können Sie die Gemeinden zu tieferen Tarifen zwingen?
Kommt ganz auf die Situation an. Wenn eine politische Behörde einen Entscheid fällt, habe ich ein verschärft-

tes Empfehlungsrecht. Folgt die Behörde den Empfehlungen nicht, muss sie dies begründen. Handelt es sich um eine ausgelagerte, rechtlich selbstständige Unternehmung, kann ich Preissenkungen verfügen, das heisst die Unternehmung dazu zwingen. Wer die Tarife in seiner Gemeinde als zu hoch erachtet, kann und soll uns dies melden, und wir nehmen diese Preise nach Möglichkeit unter die Lupe.

Nur eine umgesetzte Strategie ist erfolgreich



Standpunkt

RICHARD KÄMPF

LEITER RESSORT TOURISMUS BEIM SECO

Kürzlich besuchte ich einen Kurs über strategisches Management und beschäftigte mich intensiv mit der Formulierung und Umsetzung von Strategien. Nachdenklich stimmte mich die Erkenntnis, dass neun von zehn Organisationen nicht an der Strategieformulierung, sondern an der Strategieumsetzung scheitern. Häufige Umsetzungsbarrieren sind ein mangelhaftes Verständnis über die Strategie bei den Mitarbeitenden, fehlende Ressourcen für die

Umsetzungsmassnahmen sowie die (zu) starke Belastung des Managements durch das Tagesgeschäft. Um ein Scheitern in der Umsetzungsphase zu verhindern, ist diese minutiös zu planen und konsequent voranzutreiben. Für den Umsetzungserfolg ist insbesondere das Formulieren von strategisch wichtigen Projekten mit klar fokussierten Zielen wesentlich. Diese strategischen Projekte sind nach Wichtigkeit und Dringlichkeit zu priorisieren und sie

«Es ist die Frage zu stellen, was eine erfolgreiche Umsetzung verhindern könnte.»

müssen sich mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen umsetzen lassen. Bei der Priorisierung der anzugehenden Projekte ist insbesondere auf deren Beitrag zur Erreichung der in der Strategie formulierten Vision zu achten. Ein wichtiges

Element ist das frühzeitige Identifizieren von «Umsetzungsbarrieren». Dabei ist die Frage zu stellen, wer respektive was eine erfolgreiche Umsetzung der strategischen Projekte verhindern könnte. Zentral zur erfolgreichen Umsetzung einer Strategie ist zudem, dass die relevanten Umsetzungspartner frühzeitig bei der Planung und Vorbereitung miteinbezogen werden. Was haben diese Management-Grundsätze mit der Tourismuspolitik des Bundes zu tun? Einiges; denn es gilt auch für die

Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, dass nur eine umgesetzte Strategie eine erfolgreiche Strategie ist! Ich bin zuversichtlich, dass dies mithilfe des tourismuspolitischen Umsetzungsprogramms 2012-2015 gelingen wird. Mittels Setzen von thematischen Schwerpunkten und mittels Formulieren von Kernprojekten soll mit dem Umsetzungsprogramm des Seco die Tourismuspolitik des Bundes fokussiert und eine Vernetzung der Aktivitäten verhindert werden.



«Die Uhrenindustrie ist Symbol der Qualitäten der Schweiz: Zuverlässigkeit, Genauigkeit, erfolgreiche Innovation.»

Johann Schneider-Ammann Bundesrat

Europas Finale an der Lenk

Die Europacup-Saison der **Snowboardcrosser** feierte ihr Finale. «Der Anlass an der Lenk war eines der besten Rennen, die ich jemals miterlebt habe», bilanzierte FIS-Koordinator Peter Kroggoll.

KARL JOSEF VERDING

Mit den beiden Rennen am Freitag und Samstag ist die Europacup-Saison der Snowboardcrosser zu Ende gegangen. Der Spanier Lucas Eguibar sicherte sich den Gewinn des Gesamtklasslements, Matija Mihic aus Slowenien den zweiten Rang. Dritter im Europacupklassement wurde der deutsche Sieger des Open-Rennens vom Sonntag Martin Noerl. An beiden Europacuprennen stand jeweils ein Schweizer als Dritter auf dem



Warten auf den Start der beiden Europacup-Rennen.

Podium: Mario Suter am Freitag und Sven Aschwanden am Samstag. Bei den Damen stand eine Schweizerin zweimal auf dem Podest: Die Einheimische Sandra Gerber holte sich nach ihrem zweiten Platz am Vortag am Samstag Rang drei. Die Französin Lorelei Schmitt sicherte sich mit zwei Siegen an der Lenk auch den Sieg im Gesamtklassement. Am



Sie veranstalteten und organisierten den europaweit beachteten Event: (v.l.) **David Hürzeler**, Projektleiter Audi Snowboard Series, **Horst Ziörjen**, OK-Präsident, **Hans Neuenschwander**, Präsident Lenk-Simmmental Tourismus AG, **Michael «Chuti» Neuenschwander**, Rennleiter, und **Simon Dräyer**, Lenk Bergbahnen.



Besonders spektakulär waren die Steilkurven-Passagen.

Sonntag stand auf dem gleichen Kurs ein Open-Rennen für alle auf dem Programm. Hier belegten die beiden Schweizer Dominic Beer und Nick Watter die Plätze zwei und drei in der Elite-Kategorie. Bei den Damen gewann Astrid Kurmann. Wie an den Tagen zuvor, konnten die Rennen bei perfekten Bedingungen durchgeführt werden. Die



Um jeden Zentimeter wurde bei den Lenker **Snowboardcross-Rennen** gefightet. Sie bildeten das Finale der Europacup-Saison.

Fahrer lobten den hervorragend präparierten Kurs auf der Wallegg und die reibungslose Organisation. «Der Anlass an der Lenk war

eines der besten Rennen, die ich jemals miterlebt habe», bilanzierte Peter Kroggoll, Europacup-Koordinator der FIS.

Catwalk-Dinner mit fünf Ex-Missen im «Jasper» von Luzerns Palace Hotel

Ex-Miss Schweiz Christa Rigozzi und vier Kolleginnen präsentierten Kreationen im Gourmetrestaurant.



Im Gewand einer sommerlichen Kreation: **Christa Rigozzi**.

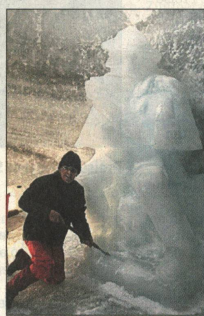
«Haute Couture meets Haute Cuisine» hiess es im Restaurant Jasper des «Palace» Luzern. Vier ehemalige Miss Schweiz – Linda Fäh, Christa Rigozzi, Bianca Sissing und Karina Berger – gingen in edlen Sommerkreationen zwischen den Tischen entlang, während die Miss Schweiz 2011, Jennifer Ann Gerber, den Abend moderierte. Präsentiert wurden Kreationen von Lisbeth Egli. Die Küche kredenzte ein Dreigangmenü mit Balik-Filet, Hereford-Entrecôte und Schokoladen-Kalamansi-Mousse. Der Eintritt pro Person lag bei 120 Franken inklusive Champagner-Apéritif und Dinner. **kjv**

Sherlock Holmes aus Eis

Die Sherlock Holmes Society of London wird im September ins Berner Oberland pilgern. Auf dem **Jungfrauoch** schuf der englische Künstler John Doubleday eine Sherlock-Holmes-Statue aus Eis.

KARL JOSEF VERDING

Eine Woche lang arbeitete John Doubleday 15 Stunden am Tag im Eispalast auf dem Jungfrauoch und schuf ein Kunstwerk. Er verwandelte einen über zwei Meter hohen Eisblock in eine Sherlock-Holmes-Skulptur. Der



John Doubleday arbeitet an der Skulptur der Detektiv-Legende.

Meisterdetektiv im Eis auf 3500 Metern über Meer trägt einen Hut und raucht Pfeife.

Die Skulptur im Eispalast gehört zu einem Projekt der Sherlock Holmes Society of London, die seit 1968 regelmässig Pilgerreisen in die Schweiz veranstaltet. Dieses Jahr findet die Sherlock Holmes Pilgrimage vom 9. bis 16. September statt und führt nach Interlaken, auf das Jungfrauoch und ins Haslital. Bis zu 70 Mitglieder werden an der Pilgerreise «The Immortal Sherlock Holmes» teilnehmen. Jedes Mitglied verkörpert einen Charakter aus den Sherlock-Holmes-Romanen und trägt das entsprechende Kostüm aus dem 19. Jahrhundert.

Bärni und Düsenbär heben ab

Die sechs Flugzeuge der **Sky Work Airlines** sind am Flughafen Bern auf Namen von «Bärni» bis «Düsenbär» getauft worden. Namensgeber waren Schulkinder in einem Wettbewerb.

KARL JOSEF VERDING

Den Taufakt vollzogen sechs bernische Schulkinder als Gewinner des Wettbewerbs «Bildergeschichten zum Abheben» gemeinsam mit Tomislav Lang, CEO Sky Work Airlines. Bei der Namensfindung wirkten 18 Schulklassen aus dem Kanton Bern mit. Sie erzählten an-



Die sechs **Gewinner** des Schulkinder-Wettbewerbs um die Namen der Sky-Work-Flugzeuge, mit dem CEO der Airline, **Tomislav Lang**.

hand von fantasievollen Bildergeschichten, wie die Flugzeuge zu ihren Namen kamen. Diese lauten:

nun: «Bärni», «Bernerland», «Bernis», «Bernobis», «Düsenbär» und «Sonnenbär».

Der Lieblingsbaum von Saas-Fee ist auch Europas Baum des Jahres 2012

Im ältesten Lärchenwald der Schweiz gibt es ein Fest mit Baumdoktoren, Glaziologen und Schamanen.

Weil die Lärche zum europäischen Baum des Jahres 2012 gewählt wurde, gibt es in der Gemeinde Saas-Fee zu Ehren ihres Lieblingsbaumes am 21. und 22. Juli ein Fest im Lärchenhain. In diesem Wald stehen 20 alte Bäume, von denen jeder über 700 Jahre alt ist. Förster und Baumdoktoren, Glaziologen und Schamanen werden sich hier zu einem bunten Programm treffen. Im Saastal und den Vespertälern macht die Lärche 70 Prozent des Baumbestandes aus. Sie ist ein Sonnenbaum, der viel Licht braucht und sich hier wohl fühlt. **kjv**



Hoteller **Beat Anthamatten** mit Herz vor einer alten Lärche.

Sesselrücken

Neuer General Manager im «The Hotel» Luzern



Bilder: zvg

«The Hotel» in Luzern hat einen neuen General Manager. Am 1. März hat **Rolf Tinner** (38, r.) die Nachfolge von **Urs Langenegger** (l.) angetreten. Tinner war nach sechs Jahren als Vizedirektor im «Eden au Lac» in Zürich, zuletzt als Stv. Direktor im Grand Hotel Europe in Luzern tätig. Langenegger übernimmt die Führung im neuen Parkhotel Vitznau.

Nach 20 Jahren: Stabwechsel im Seehotel Wilerbad

Nach über 20 Jahren Direktion hat **Bruno Odermatt** die Leitung des Seehotels Wilerbad am Sarnersee an **Renate Stocker** übergeben. Sie führte zuletzt das Ramada Hotel Regina Titlis in Engelberg. Odermatt wird als Delegierter des Verwaltungsrats die Erweiterungsprojekte des Hotels begleiten. Auf



dem Dach wird im August ein Seminarraum mit Rundumsicht eröffnet. Im April ist Grundsteinlegung zum Wilerbad Spa.

Neuer Leiter der Gastronomie des Vitznauerhofs

Nach dem Weggang von **Pascal Schmutz** hat Hoteller **Dirk Jan Post** als Verantwortlichen für die gesamte Gastronomie des Vitznauerhofs **Fabrizio Piantanida** (Bild) engagiert. Dieser war drei Jahre Küchenchef auf dem Bürgenstock und für sämtliche Restaurationen



Bildautor

tionsbetriebe verantwortlich. Im Service übernimmt **Antonello Contu** die Leitung: ein gastronomisches «Urgestein» vom Bürgenstock. Post hat mit Contu viele Jahre zusammen gearbeitet. Dieser ist nun verantwortlich für alle Restaurationsräume und Festsäle. Sein ehemaliger Mitarbeiter, **Marco Sandionigi**, wird die Leitung des Restaurants Sens übernehmen.

Ina Bauspiess: Von der VJ Collection zu Radio Energy

Ina Bauspiess (33), Director of Communications, wird die Victoria-Jungfrau Collection zum Ende Mai verlassen, um ausserhalb der Hotellerie, bei der Radio Energy Gruppe mit Sitz in Zürich, Assistentin der Geschäftsleitung zu werden. Sie war seit Oktober 2010 für die Pressearbeit der Fünf-Sterne-Hotelgruppe verantwortlich. Zuvor war sie in gleicher Funktion dreieinhalb Jahre für die Tschuggen Hotel Group zuständig. **kjv**

Pioniere. Die Brüder, die hinter dem «Tibits» stehen Seite 8; **Die Appenzellerin, die Flauder erfunden hat** Seite 9;
Der Mann, der grün denkt Seite 10; **Der Hotelier, der auch mal aneckt** Seite 11

Geniesser und Chrampfer

Der 82-jährige Zürcher Fred Tschanz ist nicht nur erfolgreicher Hotelier und Gastronom. Dank ihm hat die Schweiz den Eisbergsalat entdeckt und Zürich das Oktoberfest.

GERY NIEVERGELT

Fred Tschanz, Sie haben die klassische Karriere vom Tellerwäscher zum erfolgreichen Hotelier und Gastronomen geschafft. Was war das Geheimnis Ihres Erfolgs? Da gibt es nichts Geheimnisvolles. Ich habe ein Leben lang gearbeitet, und die Arbeit macht mir noch immer Freude.

Und Sie waren in der Branche ein Pionier. Beim Stichwort Pionier fallen mir andere Namen ein: Conrad Hilton, César Ritz oder Ueli Prager.

Immerhin haben Sie als Erster den Schweizern das US-Beef und den Eisbergsalat schmackhaft gemacht. Das stimmt. Ich arbeitete einige Jahre in New York, unter

Erfolgsgeschichte Vom Koch zum Unternehmer

Fred Tschanz, 82, wuchs in ärmlichen Verhältnissen im Zürcher Kreis 4 auf. Er lernte Koch und besuchte die Hotelfachschule Lausanne. In seinen Glanzzeiten gehörten ihm ein Dutzend Cafés, Restaurants und Hotels mit einem Gesamtumsatz von 30 Millionen Franken. Heute besitzt die Fred Tschanz Management noch drei Restaurants und die 3-Sterne-Hotels Walhalla und Leoneck. gn

anderem als Oberkellner im damals exklusivsten Restaurant der Stadt, dem «Colony». Als ich 1962 in die Schweiz zurückkehrte und im zürcherischen Hegnau mein erstes Lokal eröffnete, den «Stammbaum», probierte ich es mit importierten amerikanischen Produkten. Das kam schnell sehr gut an. Ich war übrigens auch der Erste, der in der Schweiz Appetizers anbot, Häppchen auf kleinen Tellern.

Und Sie schenken den Zürchern mit dem Oktoberfest auf «Ihrem» Bauschänzli einen neuen populären Grossanlass. Ich wurde ja anfänglich belächelt. Man hielt mir vor, Zürich habe das Sechseläuten und brauche sowas Bayrisches nicht. Da sagte ich mir: jetzt erst recht. Ich habe viel in das Projekt investiert, denn ich wollte nichts Halbpatziges, sondern eine 100-prozentige Kopie des Münchner Oktoberfests. Das ist mir gelungen, und es hat sich gelohnt. Heute ist der Anlass bereits sechs Monate im Voraus restlos ausverkauft.

Was zeichnet einen Pionier aus?

Er wagt etwas, geht ein Risiko ein. Zudem ist er offen für Neues, für die Welt.

War es früher einfacher, Pionier zu sein?

Ja. Es ist in der heute herrschenden allgemeinen Unübersichtlichkeit schwierig geworden, wegweisende Trends zu setzen. Die letzte grosse Neuerung in der Gastronomie war die vegetarische Küche, und das ist ja auch schon eine Weile her. Zudem gibt es immer mehr Auflagen und Verordnungen, die einen Unternehmer in seiner Kreativität behindern.

Die Hotelbranche kämpft mit vielerlei Schwierigkeiten.

Fehlt es auch an neuen Ideen? Es gibt vor allem nach wie vor zu viele Hoteliers, die nicht genug tun. Sie haben sich nicht weitergebildet, haben ihr Haus

Fred Tschanz an der Bar in seinem Lokal Odeon beim Zürcher Bellevue.

nicht gut im Stande gehalten. Und nun, wo die Banken mit Krediten geizen, gibt es ein böses Erwachen. Als ich 1948 als Commis im «Suvretta House» in St. Moritz arbeitete, sah ich andauernd Handwerker im Haus. Da wurde laufend in den eigenen Betrieb investiert.

Sie investieren auch ständig in Ihre beiden 3-Sterne-Hotels? Wir überlegen uns ständig, was wir verbessern können und wel-

che neuen Gästebedürfnisse wir berücksichtigen müssen. Im Walhalla Hotel haben wir in den letzten zwei Jahren den

Lobby-Bereich und alle Hotelzimmer renoviert, im Hotel Leoneck wird dieses Jahr der Eingangsbereich neu gestaltet. Man kann aber auch im Kleinen optimieren.

Nehmen wir den Hotellift. In einem Lift haben die Gäste Zeit, Affichen zu lesen, und lassen sich möglicherweise dazu

verführen, abends im Hotelrestaurant zu essen.

Viele kleinere Verbesserungen ergeben ein viel besseres Ganzes?

So ist es. Vielleicht herrscht heute in unserer Branche nicht die Zeit der grossen Würfe, sondern die Zeit, sich intensiv um den eigenen Betrieb zu kümmern. Ich nenne Ihnen noch ein Beispiel: Es kommen immer mehr Gäste aus China oder Indien zu uns. Da macht es doch Sinn, die Zimmer mit einem Teekoher auszurüsten. Das ist wirklich nichts Pionierhaftes. Wenn Sie so wollen, ist es kalter

Kaffee. Nur – es wird nicht gemacht.

Sie sind bald 83 Jahre alt, haben vor drei Jahren ein gediegenes Restaurant im Zürcher Kreis 4 eröffnet, letztes Jahr kam eine Kunstgalerie dazu. Womit werden Sie uns noch überraschen?

Oh, mir wird schon was einfallen. Aber vorerst bin ich glücklich, dass ich für mein Unternehmen endlich eine Nachfolgerin gefunden habe. Es ist meine Enkelin Stéphanie Portmann, die derzeit das «Bauschänzli» führt. Sie macht das ganz ausgezeichnet.



«Wir müssen uns intensiv um den eigenen Betrieb kümmern.»

Fred Tschanz
Gastronom und Hotelier

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

Pioniere. Die Frei-Brüder. Reto, Christian und Daniel Frei haben das Konzept für die beliebten Tibits-Restaurants entwickelt. Und damit nicht nur einen Wettbewerb, sondern auch zahlreiche zufriedene Gäste gewonnen.



«Tibits»-Chefs
Daniel, Christian
und Reto Frei (v.l.).
Bild: zög

Ohne Fleisch, mit Genuss

Bestens vegetarisch essen, in lockerem Ambiente: das «Tibits»-Konzept der Gebrüder Frei und Rolf Hiltl ist bis heute konkurrenzlos. Genuss steht im Mittelpunkt.

KARL JOSEF VERDING

Tibits ist aus dem englischen Wort «tidbits» für Leckerbissen abgeleitet. Der Name der Selbstbedienungs-Restaurants soll als Motto für genussvolles, frisches und gesundes Essen und Trinken verstanden werden – das durchwegs vegetarisch ist. Und nach Gewicht gemessen und bezahlt wird – die Kombination war eine Weltpremiere. Das Schnellgastronomie-Konzept mit hochstehenden Rezepten in dem bis dato als puritanisch, ja genussfeindlich geltenden vegetarischen Segment wurde zum Gewinner. Die Brüder Reto, Christian und Daniel Frei siegten 1998 im Wettbewerb «Venture» der ETH Zürich und der Unternehmensberatung McKinsey. Im ersten Teil gewannen sie

dank der besten Geschäftsidee und im zweiten Schritt des Wettbewerbs gehörten sie dank ihres Businessplans zu den Gewinnern.

Frei-Brüder bekamen Rolf Hiltl als versierten Partner für ihre Idee

Die drei Brüder waren noch ohne konkrete Geschäftsidee an die Veranstaltung zur Lancierung des «Venture»-Wettbewerbs gegangen. Die Idee entsprang dann ihrem eigenen Bedürfnis nach gesundem vegetarischem Essen in lockerer Atmosphäre. Es folgten Zeitungsartikel über die «Venture»-Preisträger. Rolf und Marielle Hiltl, Inhaber des ältesten (seit 1898) und führenden vegetarischen Restaurants Europas, erfuhren aus den Medien über das Projekt und kontaktierten die Gebrüder Frei. Die Chemie stimmte auf Anhieb, die Ergänzung war perfekt. Gemeinsam, mit Besitzanteilen von 50:50 der Brüder und der Hiltls, wurde eine Firma gegründet und das Konzept weiterentwickelt. «Wir wollten für das Projekt von Anfang an einen Partner aus der Gastronomie», sagt Reto Frei, der zum Zeitpunkt des Wettbewerbs 23 Jahre alt war. Die beiden Familienunternehmen Hiltl und Tibits arbeiten operativ eigenständig, tauschen jedoch partnerschaftlich Erfahrungen aus: «Einmal im Monat treffen wir uns zu einem «Food Panel», tauschen dort Neuentwicklungen

aus und degustieren», berichtet Reto Frei.

90 Prozent der «Tibits»-Gäste sind gar keine Vegetarier

Heute gibt es «Tibits» an fünf Schweizer Standorten – zweimal in Zürich sowie in Basel, Bern und Winterthur – und in London. Das Familienunternehmen gibt keine Umsatz- und Gewinnzahlen heraus; es verschweigt aber nicht, dass die Gäste-Plätze an den gewählten Top-Standorten, etwa im Hauptbahnhof Bern, durchschnittlich zehnmal pro Tag besetzt sind. Und das, obwohl 90 Prozent der Gäste gar keine Vegetarier sind.

«Jedes gute Restaurant ist eine Konkurrenz für uns», sagt Reto Frei. «Das Thema Vegetarisch ist in den letzten zehn Jahren beliebter geworden, aber man muss sich hier mehr anstrengen. Viele Leute haben Vorurteile. Also muss man besonders kreativ und besonders genussvoll sein – das Gegenteil von puritanisch und genussfeindlich.» Luzern wäre der nächste Wunschstandort von «Tibits», und auch der potenziellen Gäste – das zeigen die E-Mails aus Luzern. «Aber wir haben nicht das Ziel, soundso viele Standorte zu errichten», betont Reto Frei. «Wir machen es, wenn, wie im Fall von

Luzern, die Gäste uns wünschen. In Luzern suchen wir seit Längerem nach einem guten Standort.»

Produkte, operative Leitung, Stil: Aufgaben für drei Quereinsteiger

Die Brüder sind Quereinsteiger in die Gastronomie: Reto schloss an der ETH Zürich ein Studium als Betriebs- und Produktions-Ingenieur ab. Er leitet bei «Tibits» den F&B-Bereich und ist zuständig für «alles, was im Zusammenhang mit unseren Produkten steht, mit den Neuentwicklungen und der Rezept-Planung». Er arbeitet auch an der Marketing-Strategie und begleitet deren Umsetzung durch

die Marketingleiterin. Operativ betreut er den Betrieb in London.

Daniel studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität St. Gallen. Er hat als CEO die operative Gesamtleitung der Betriebe inne, ausserdem entscheidet er zusammen mit der Personalleiterin über die Rekrutierung und sorgt für das Coaching.

Christian ist studierter Französisch-, Englisch- und Deutschlehrer. In der «Tibits»-Leitung ist er für Design und Detailpflege der Einrichtung zuständig. Ausserdem betreut er die internen Deutschkurse für die fremdsprachigen Mitarbeitenden.

Standorte sind auch im Ausland möglich

An ihrem bisher einzigen ausländischen Standort vollbrachten die «Tibits»-Brüder und Rolf Hiltl nochmals wahre Pionierarbeit. Die Begriffe «vegetarisch» und «Buffet» waren in London sehr negativ belegt, als der Betrieb in einer Seitenstrasse der Regent Street im Oktober 2008 eröffnete. Das «Tibits»-Konzept mit 100 Innenplätzen, 40 Aussenplätzen und 30 Mitarbeitenden hat sich durchgesetzt. Auch Londons Bürgermeister Boris Johnson war schon Gast. Aber die Skeptiker waren hier besonders zahlreich, «es war viel Überzeugungsarbeit zu leisten», betont Reto Frei: «Sehr viele Leute haben dort negative Assoziationen mit dem Thema Vegetarisch. Da sind wir Vorreiter.

Jetzt läuft es in London erfreulich. Andere hätten früher aufgegeben. Manche Gäste des Londoner «Tibits» kommen jeden Tag.»

Es bleibt auch hier bei der Fleischlosigkeit, aber gewisse Anpassungen an die lokale Speisekultur wurden im Tibits London durchaus vorgenommen: «Die Engländer mögen es zum Teil etwas schwerer, vor allem im Winter», stellt Reto Frei fest. Auf die vegetarische Lasagne zum Beispiel sprechen die Londoner dann sehr gut an.

Ausserdem wurde das Design angepasst. «Was die Inneneinrichtung betrifft, ist das Empfinden für Gemütlichkeit in der Schweiz und in England verschieden», so formuliert es Reto Frei. «Die Engländer mögen es



Gäste im Aussenbereich des Londoner «Tibits».

eher opulenter, die Schweizer «cleaner» und nüchterner. Die englische Vorliebe treffen wir mit Kissen und Kronleuchtern.»

Erster «Tibits»-Standort in der Schweiz war ab Dezember 2000 die Zürcher Seefeldstrasse. Rund 60 Mitarbeitende gibt es dort, für 100 Innenplätze und 65 Aussen-

plätze. Eine Erweiterung ist seit Oktober 2010 das «Tibits im NZZ Bistro» an der Falkenstrasse, mit 30 Mitarbeitenden, 150 Plätzen innen und 30 aussen. Bereits im März 2002 eröffnete das Tibits Winterthur am Oberen Graben: Es hat 40 Mitarbeitende, 70 Innenplätze und 80 Aussenplätze und wird auf August 2012 um 40 Sitzplätze ausgebaut. Seit dem März 2003 gibt es das Berner Tibits am Bahnhofplatz, direkt im Gebäude des Hauptbahnhofs. Es hat 50 Mitarbeitende, 80 Innenplätze und 100 Aussenplätze. Das Tibits Basel an der Stänzlergasse schliesslich, das im November 2009 eröffnet wurde, ist mit 175 Plätzen innen, 130 Plätzen aussen und 50 Mitarbeitenden der grösste Betrieb. kjv

Pioniere. Gabriela Manser. Die Inhaberin der appenzellischen Mineralquelle Gontenbad hat Flauder erfunden. Das kalorienarme Süsswasser ist eine Pionierleistung, die auf dem Schweizer Mineralwassermarkt einiges bewegt hat.



Gabriela Manser führte die Mineralquelle Gontenbad zum Erfolg. Auch dank dem kalorienarmen Mineralwasser Flauder.

Bilder: zsg

«Abgeben ist nicht einfach»

Ein Tag im Leben der Appenzeller Pionierin Gabriela Manser, Chefin der Mineralquelle Gontenbad AG. Sie hat das prickelnde Flauder kreiert.

AUFGEZEICHNET: CHRISTINE KUNZLER

Heute Morgen verlasse ich das Haus wie immer um 6.45 Uhr. Als ich mit meinem Auto wegfahren will, sehe ich, dass sich die Batterie entladen hat. Das hat

zur Folge, dass ich heute etwas später im Büro eintreffe.

Als Erstes verschaffe ich mir einen kurzen Überblick. Um 9 Uhr steht meine erste Sitzung an: mit dem Betriebsleiter. Gleich anschliessend, um 10.15 Uhr, setze ich mich mit dem Verkaufsleiter zusammen und bespreche mit ihm die Entwicklung neuer Produkte. Zur Diskussion stehen auch die nächsten Schritte für das Zukunftsforum, das morgen stattfindet und an dem interne und externe Gäste teilnehmen. Wir besprechen dort traktandierbare Themen und überlegen uns, in welche Richtung sich unser Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln soll. Unsere Diskussion dreht sich auch um die Kräuter, die wir anbauen lassen.

Wir machen uns Gedanken, wie wir sie sinnvoll nutzen können. Heute sind die Kräuter Ingredienzen des Flauders und des Gorbä Cola. Der Kräuteraanbau war für eine kleine Firma wie die Gontenbad AG ein grosser Schritt, denn vorher hatten wir die Getränke lediglich produziert und abgefüllt. Nun übernehmen wir auch die Verantwortung für Ingredienzen.

Wir mussten Kräuter-Bauern finden, abklären, welche Kräuter auf fast 1000 Meter gedeihen und hatten uns mit der Bodenbeschaffenheit auseinandersetzen, denn alle Kräuter sind in Bioqualität. Für

mich ist der sorgfältige Umgang mit Menschen und der Umwelt sehr wichtig. Ich möchte, dass wir alles, was wir tun, gut machen, das sind wir den Menschen schuldig.

«Ich möchte meinen Alltag so managen, dass mir Zeit bleibt, nachzudenken.»

Gabriela Manser
Chefin Mineralquelle Gontenbad

Um 11.30 Uhr sitze ich mit den Aussendienstmitarbeitenden zusammen. Mit ihnen esse ich auch zu Mittag. Um 14 Uhr nehme ich mir Zeit für die Englischstunde.

Danach, 15.30 Uhr, steht die Sitzung mit der Leiterin des Innendienstes an. Thema ist der Mitarbeiter-Appé, den wir jährlich durchführen. Dort nehmen von den Mitarbeitenden

bis zum Verwaltungsrat alle teil und werden über die Unternehmensentwicklung informiert. Gleich danach stelle ich Unterlagen zusammen. Ich brauche sie für den Managementbericht, den ich für die Verwaltungsratssitzung fertig erstellt haben muss. Anschliessend bleibt Zeit für ein Gespräch mit meiner Assistentin. Wir bereiten zusammen die nächsten Tage vor. Dann arbeite ich meine Mails ab.

Um 19.30 Uhr ist für mich Feierabend. Qualität bedeutet, das richtige im richtigen Moment zu tun – und Freiräume zu schaffen auch für strategische Überlegungen und Kreatives. Deshalb möchte ich meinen Alltag so managen, dass mir auch Zeit bleibt, über andere Dinge nachzudenken.

Früher, in der Pionierphase, waren die Tage oft länger, weil da ganz viel Operatives zu meiner Arbeit gehörte. Jetzt, in der Professionalisierungsphase, ist es wichtig, die richtigen Leute und das Wissen in das Unternehmen zu holen. Für mich bedeutet das, abzugeben. Das ist aber nicht immer so einfach. Doch es ist entscheidend für die Weiterentwicklung des Unternehmens – und der angenehme Nebeneffekt ist, dass es mir immer besser gelingt, gelegentlich früher Feierabend zu machen. Letztlich geht es immer um Menschen, im Unternehmen und bei den Kunden und Lieferanten. Für sie lohnt es sich, sorgfältig zu sein und sich zu engagieren. Das macht auch Freude.

Die Mineralquelle Gontenbad im appenzellischen Gontenbad ist eine der kleinsten der Schweiz. Die ehemalige Kindergärtnerin und Quereinsteigerin Gabriela Manser führt den Familienbetrieb seit 1999. Mit dem kalorienarmen Flauder schaffte sie den Durchbruch.

Flauder ist der Beginn einer erfolgreichen Geschichte

Flauder ist, genau genommen, ein Zufallsprodukt. Gabriela Manser wollte ihr klassisches Süsswasser-Sortiment von Citro, Orange und Grapefruit um etwa Neues, Innovatives ergänzen. «Wir sammelten verschiedene Ideen. Mit dabei war jene, das Getränk mit Holunderblüten zu aromatisieren.» Als ihr dann ein Kunde eine Flasche Holunderblütensirup brachte, war die Sache entschieden. Theoretisch zumindest. Praktisch hat sich das Holunderaroma nicht als optimal erwiesen. So versuchte man es auch mit Zitronenmelisse. «Das schmeckte zwar sehr gut, war aber zu nahe an unserem Citro», erinnert sie sich. Kurzerhand

nahm sie die beiden Becher, jenen mit Holunderblüten und jenen mit Zitronenmelisse, und vermischte deren Inhalte. «Nach dem ersten Schluck wusste ich: Das ist es.» Das Süsswasser war geboren, das später den ganzen Mineralwassermarkt aufmischen und die Konkurrenz zum Nachziehen animieren sollte.

«Dann folgte die Diskussion über Kalorien und Zuckerarten und über den Namen für unser neuestes Kind.» Im Frühling 2002 wurde Flauder auf den Markt gebracht. «Geld für Werbung hatten wir keins. Also legten wir allen Mineralwasser-Bestellungen gratis eine Flasche Flauder bei.» Das habe eine richtige Welle ausgelöst: Das kalorienarme Getränk

landete als Spezialität in Basel, Zürich und Bern. Gabriela Manser spricht von einer «einmaligen Dynamik» des Appenzeller Flauders, was zu deutsch Schmetterling heisst.

Als sie 1999 die Mineralquelle Gontenbad übernommen hatte, waren dort gerade neun Mitarbeitende tätig. Sie selber hat in allen Bereichen Hand angelegt, überall dort, wo Not an der Frau war. Mit der Zeit konnte sie immer mehr Mitarbeitende einstellen. «Von Anfang an hatte ich einen Treuhän-

der mit im Boot. Das war sehr wichtig. Er ist heute noch mit dabei.»

Schon bald musste die Abfüllanlage ersetzt werden. Das zog den Ersatz einer weiteren Anlage nach sich. Dafür investierte die Chefin gleich vier Jahresumsätze. «Das Interesse an regionalen Spezialitäten war gross, deshalb wagten wir diesen Schritt.»

Um mehr Eigenkapital zu gewinnen, wurde das Aktienkapital erhöht. «Dank Flauder liessen sich die 700 Aktien gut platzieren.» Der grosse Wachstumsschub

folgte zwischen 2003 und 2007. «Damals explodierten die Umsätze.» Eine grosse Hilfe war und sei ihr «der professionelle Verwaltungsrat», auf den sie zurückgreifen könne. «Er hält ein wachsames Auge über die Entwicklung des Unternehmens.» Ein Kraftakt sei sie gewesen, die Pionierzeit, und sehr spannend, fasst Gabriela Manser zusammen. «Aber eigentlich», sagt sie, «liegen mir solche Pionierphasen sehr.»

Heute füllt die Mineralquelle Gontenbad über 15 Millionen Flaschen ab, im Jahr 1999 waren es gerade mal 2 Millionen. Der Erfolg hat die Chefin nun motiviert, sich eine neue Anlage anzuschaffen, mit der sich PET-Flaschen blasen lassen. ck



Erfolgreiches Flauder.

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

Pioniere. Beat Anthamatten. Der Nachhaltigkeits-Pionier wird nicht müde, Ökologie, beziehungsweise Enkeltauglichkeit zu predigen. Für den Saas-Feer Hotelier ist die Zukunft nachhaltig.

Ökologie: In kleinen Schritten zum Ziel

In der Branche ist sein Name fast zum Synonym für Nachhaltigkeit geworden. Der Walliser Beat Anthamatten gilt in der Hotellerie als Ökopionier schlechthin.

VIRGINIA NOLAN

Man nennt ihn den «grünen Hotelier», er selbst bezeichnet sich am liebsten als Hüttenwart. Mit der «Hütte», dem 5-Sterne-Hotel Ferienart in Saas-Feer, bauten Beat Anthamatten und seine Frau Chantal 1999 das erste Minergie-Hotel der Schweiz. Acht Jahre zuvor hatte er als Erster in der Gemeinde sein Wohnhaus mit Erdwärme beheizt. Für seine Öko-Mission wurde er einst belächelt, heute macht sie ihn zum fragten Mann.

Gestern ein Biomasse-Kongress in Deutschland, heute ein Referat im Wallis, morgen ein Umweltsymposium in Paris: Die Agenda ist voll. Manchen Reisekilometer hat er zurückgelegt, seit er 2008 den «Milestone» für ökologisches Engagement gewann.

Der Hotelier ist eine imposante Erscheinung, ein hemsärmeliger Typ mit sonorer Stimme. So schnell, wie er für seine Referate den Schauplatz wechselt, spricht er auch. Etwa davon, was für ein Unwort «Nachhaltigkeit» sei; ein trockener Begriff, wie ihn nur der Bürokraten-Jargon schöpfen könne. «Ich spreche lieber von Enkel-Tauglichkeit», sagt der vierfache Vater, «denn darum geht es: Wir wollen unseren Nachkommen etwas Gutes hinterlassen.» Woher kommt sein Faible für grüne Themen? «Wer von seiner Haustüre aus beobachten kann, wie der Gletscher zurückgeht, hat einen anderen Blick auf die Sache.»

Der Ökopionier ist überzeugt: Auch kleine Schritte führen zum Ziel. Lichter löschen, Abfall trennen, Material schonen – ökologisches Handeln beginne mit dem Beachten vermeintlicher Nebensachen. «Das braucht Disziplin.»

Umweltschutz braucht keine Mammuthotelsprojekte

Seit über 12 Jahren sorgt im «Ferienart» ein Öko-Team dafür, dass jeder sein Möglichstes tut, um Verschwendung zu vermeiden. Der Gruppe gehören Freiwillige aus allen Abteilungen an. Sie wählen Schiedsrichter, die ein

Foul gegen die Öko-Ziele des Betriebs ahnden. Wer etwa falsch entsorgt oder Geschirr beschädigt, bekommt die grüne Karte. Nach dem zweiten Fehler heisst es: morgens um sieben Uhr eine Stunde Flaschen sortieren – ohne Bezahlung. Er halte es, sagt Anthamatten, mit der englischen Redewendung: «You've got to be hard to be soft.» Sicher sei so ein Öko-Drill streitbar, mache es aber möglich, den Energieaufwand um gut 10 Prozent zu senken, bevor Solarpanels und Co. überhaupt zum Einsatz kämen. «Das ist der Beweis, dass jeder etwas tun kann. Umweltschutz braucht keine Mammuthotelsprojekte.»

Vorleben statt Befehlen heisst seine Devise. «Ich versuche, den Gast spielerisch in die Thematik mit einzubeziehen», sagt Anthamatten. So lege er ihm statt einem Bettmümpfeli den Textil-Einkaufberater des WWF aufs Kissen und erkläre den Kindern auf ihrer Menükarte mit bunten Bildern, wie Essen und Umwelt zusammenhängen. Den Mittwoch hat er zum «Enkeltauglichkeits-Tag» ernannt: Dann kommt nicht nur die Tagespost, sondern auch die Belegschaft im grünen Kleid daher, und am Abend hält der Patron einen Vortrag zu einem grünen Thema. «Zehn bis zwölf Besucher sind da schon das höchste der Gefühle, manchmal kommen auch nur zwei.»

Nachhaltigkeit ist für das Unternehmen auch ein PR-Faktor

Auf der Prioritätenliste der Gäste stehe Nachhaltigkeit nicht zuoberst. Zwar zahlten über 90 Prozent der Gäste im «Ferienart» den freiwilligen Zuschlag von 1.50 Franken für eine klimaneutrale Übernachtung. Die eine Hälfte davon fliessen in ein Klimaprojekt in Madagaskar, die andere finanziert die betriebseigene Wärmepumpe. Doch allgemein beobachtet Anthamatten, dass man sich in den Ferien nicht mit ernstesten Themen auseinandersetzen will. Die viel gerühmten «Lohas» – die Abkürzung steht für «Lifestyles of Health and Sustainability» –, also Menschen, für die ein nachhaltiger Lebensstil oberste Maxime ist, seien eher eine schöne Theorie als Realität. «Noch», sagt er, «denn sie werden kommen.»

Das Versprechen der Nachhaltigkeit geschieht nicht nur aus edlen Motiven – es ist für jedes Unternehmen auch ein PR-Faktor. Skeptiker bezeichnen die Abgeltung von Betriebsmissionen in Klimaprojekten als fraglichen Ablasshandel, der dazu diene, das Gewissen des Unternehmers reinzuwaschen. Anthamatten gibt nicht viel auf diese Kritik. «Dank Klimakompensation haben wir

Für Hotelier Beat Anthamatten ist die Schweizer Fahne grün. Vorerst ist das noch Wunschdenken.

150 madagassische Familien mit einem Solarkocher ausgerüstet», sagt er, «das ist besser als Nichtstun.» Dass hinter seinem Engagement nicht nur heisse Luft stecke, beweise sein Privatleben: «Wir konsumieren, so weit das möglich, regionale Produkte, und zur Arbeit gehe ich zu Fuss.» Trotzdem habe er zu Hause jeweils den grössten Kampf: «Lichter ausschalten, Abfälle sortieren: Da macht die Jungmannschaft nicht immer mit.»

Die Schnellen fressen die Langsamen

Beharrlichkeit gehört zu seinen markantesten Wesenszügen. Mit seinem Umweltsystemengagement strebe er keineswegs eine weisse Weste an, sagt der Hotelier: «Sicher stecken auch wirtschaftliche Überlegungen dahinter, denn jede ökologische Massnahme hat bis jetzt auch ökonomisch rentiert.» Was ist nötig, damit diese Rechnung aufgeht? «Mit kleinen Projekten starten», rät er. «Das kostet weniger und bringt viel. Jede ökologische Massnahme ist sinnvoll, wenn alle sie mittragen.» Das

Wichtigste aber sei, aus vollem Herzen bei der Sache zu sein. Denn wirksam und glaubhaft sei nur, was auch vorgelebt werde. Der Hotelier bedient sich einmal mehr seines Faibles fürs Sprichwörtliche: «Nur, wer selber brennt,

kann auch das Feuer in anderen entfachen.» Nicht immer aber will das Feuer auf andere überspringen: Sein Versuch, Hoteliers zur Gründung eines Ökolabels zu bewegen, scheiterte etwa. Entmutigen lässt sich Anthamatten jedoch

nicht. Der Markt habe zugunsten der Nachhaltigkeit umgeschlagen, gibt er sich überzeugt. «Und man weiss: Die Schnellen fressen die Langsamen. Für mich heisst das, in dem Thema weiterhin ganz vorne mit dabei zu sein.»

Projekt Die Spur des Wassers

Jahr des Wassers 2012: Hotelier Beat Anthamatten widmet dem Element im Sommer eine Spezialveranstaltung.

Vom 22. bis am 24. Juni organisiert Beat Anthamatten im «Ferienart» Saas-Feer ein Wassersymposium, mit dem er vor allem Kollegen aus der Branche ansprechen will. «Genauer gesagt geht es um virtuelles Wasser», sagt Anthamatten, «also jene Menge Wasser, die für die Herstellung eines bestimmten Produkts gebraucht wird.» Für ein Steak seien das beispielsweise über 4000 Liter.

An der Vortrags- und Veranstaltungsreihe werden sich ver-

schiedene Fachleute beteiligen, darunter Wasser-Wissenschaftler, Glaziologen, und, «um die Dinge einmal aus einer ganz anderen Sicht zu betrachten», wie Anthamatten es formuliert, auch eine Wasserfee. Die Schamanin werde von der Rolle des Wasser als Informationsträger berichten und davon, wie es unser Wohlbefinden beeinflusse.

Das Symposium soll Sparmöglichkeiten aufzeigen, sich aber auch der Frage widmen, was wirksame Massnahmen sind. Die Antworten dürften manchen überraschen, glaubt Anthamatten. «Auf den ersten Blick würden wir doch sagen, dass

Beschneisanlagen umwelt-schädlich sind», sagt er. «Es ergibt sich jedoch ein völlig anderes Bild, wenn es um eine hochwirksame Kanone geht, die mit Strom aus erneuerbaren Energien arbeitet – und erst noch neue Arbeitsplätze generiert.»

Sich nicht im Detail verfangen, sondern grössere Zusammenhänge begreifbar machen, das will Anthamatten mit seiner Veranstaltung. «In der Schweiz ist Wasser scheinbar unbegrenzt verfügbar, weltweit gilt es aber als knappe Ressource», sagt er. «Es ist darum höchste Zeit, dass wir uns mit diesem Rohstoff näher auseinandersetzen.»



208

Pioniere. Fritz Erni. Der Luzerner Hotelier bewegt. Immer wieder. Das macht ihn zu einem Pionier, der oft kopiert wird. Spontaneität, Mut zum Risiko, Begeisterungsfähigkeit und Hartnäckigkeit prägen sein Handeln.

Fritz Erni: «Erfolg beginnt im Kopf»

Der Luzerner Hotelier Fritz Erni hat einen guten Riecher – und Erfolg. Spontaneität, Entscheidungsfreudigkeit und Bauchgefühl treiben ihn zu Pionierleistungen an.

CHRISTINE KUNZLER

Ein Flop? wiederholt Fritz Erni fragend, um sicherzugehen, die Frage der Journalistin richtig verstanden zu haben. Der Direktor des Art Deco Hotel Montana in Luzern denkt nach – lange – doch Misserfolg kommt ihm keiner in den Sinn. «Ich bin ein Bauchmensch, ich rede nicht lange um etwas herum, ich handle», erklärt er seine Erfolge. «Viele sichern sich vorher zu sehr ab.» Er, hingegen, wenn er von etwas überzeugt sei, setze er sich mit voller Kraft dafür ein. Der Treiber zu seinen Pioniertaten ist die Lust auf Erfolg. «Erfolg», sagt er, «beginnt im Kopf.»

Seine grösste Pioniertat? Er denkt nach – «vielleicht die, dass ich das «Montana» aus dem Dornröschenschlaf erweckte, als ich das Hotel vor 15 Jahren übernahm. Ich positionierte in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit das Haus innerhalb eines Monats neu.» Er habe, erzählt er, antizipisch gehandelt. So habe er investiert, als andere Hoteliers zurückhaltend waren. Und, anders als andere, die Anzahl Zimmer um 10 Prozent reduziert – «ohne den Zimmerpreis-Preis zu erhöhen». Sinnlichkeit und Emotionen stellte er ins Zentrum der Inneneinrichtung. Zu gastronomischen Höhenflügen lud ein Südtiroler, «ein langhaariger Philosoph, der wie ein Gott kochte»: Raimond Frötscher. Damit der göttliche Küchenchef näher beim Gast sein konnte, liess ihm Erni ohne grossen Federlesens «für eine Viertelmillion Franken eine neue Küche bauen».

Fritz Erni wurde belächelt, ignoriert und dann kopiert

Anders als andere liess Erni während eines Monats die Gäste den Preis für ihr Essen bestimmen. «Die Reaktionen waren sehr positiv». Und die Rechnung ging auf: «Der Preis, der bezahlt wurde, lag etwa 10 Prozent über dem, was ich verlangt hätte. Das zeigte mir, dass der Gast bereit ist, für Gutes zu bezahlen.» Erni war auch der

Erste, der Jazz-Abende einführte. Inzwischen ist er zigfach kopiert worden. «Teilweise habe ich Konzepte auch weitergereicht.» Deshalb? «Das beflügelt.»

Er erzählt ein Gleichnis aus einem Buch, das sein Handeln stark beeinflusst. In der Geschichte geht es um einen Samurai-Kämpfer und einen westlichen Geschäftsmann. «Der Samurai-Kämpfer plant einen Schlag, und bevor der landet, plant er seinen nächsten.» Der Hotelier unterstreicht seine Aussagen mit erklärenden Handbewegungen. «Der westliche Geschäftsmann hat die Tendenz, sich an dem zu freuen, was er macht. Erst wenn die Konkurrenz mit einer guten Idee kommt, schlägt er nach.» Anders Erni: «Meine Ideen folgen im Wochentakt.» Damit gewinnt er Vorsprung. «Vielleicht ist das Pioniergeist, vielleicht einfach nur ein In-Bewegung-Sein.»

Weitere innovative Konzepte, mit denen sich der Hotelier Vorprung verschafft, sind das hotel-eigene Esstheater, seine Whisky-Sammlung und das Duftkonzept in den Spa-Suiten. «Wir bewegen», fasst er zusammen. Dafür sei er von seinen Berufs-

kollegen oft kritisiert worden, erinnert er sich, «ignoriert, belächelt und dann kopiert» worden. Er habe jedoch stets den Kontakt mit seinen Kollegen aufrechterhalten. «So entstanden jeweils fruchtbare Diskussionen.»

«Es ist nicht schwierig, in der Branche etwas zu bewegen»

Damit sich seine Ideen zu erfolgreichen Projekten entwickeln, braucht er Menschen um sich, die seine Inputs umsetzen. Am liebsten sofort. Zu seinen Ideen kommt er, weil er «mit offenen Augen durch die Welt» geht und sich Freiraum schafft für Gedanken

Fritz Erni, hier in der Suite seines Hotels, ist ein Macher. Ein eigenwilliger, kreativer.

über die Zukunft. Beim Freiraum bleibe es oft nur bei der Absicht, weil ihm die Zeit dazu fehlt. «Manchmal sind es – über den Tag verteilt – mehrere Gespräche mit den Kadermitarbeitenden, so komme ich auch zu neuen Inputs.» Es sei für ihn wichtig, eine gewisse Distanz zum Alltag aufzubauen, zu delegieren, Fehler zu akzeptieren und den Mut zu haben, eine Sache weiterzuführen, auch wenn sie anstehende Aufkanten

kann er in seiner Familie – und wenn er Ideen entwickle. «Die Begeisterung motiviert, fasziniert und beflügelt – auch ohne Red Bull.» Mit seiner Begeisterung steckt er auch sein Umfeld an: «Faszination ist ein Virus. Wer überzeugt ist, kann andere überzeugen.» Ihm sei es ein grosses Anliegen, seinen Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, sich selber einzubringen und sie mitentscheiden zu lassen.

«Wenn man an etwas glaubt und etwas bewegen will, dann passiert das auch», ist Erni überzeugt. «Man kann es sich natürlich auch einfach machen, indem man sich sagt, das Risiko sei eh zu gross. So muss das Projekt gar nicht in Angriff genommen werden.» Dabei sei es nicht schwierig, in der Branche etwas zu verändern, findet der Hotelier, «doch es braucht Risikobereitschaft. Und wir müssen bereit sein, auch an-

dere Branchen zu analysieren. Der Klacks Rahm auf dem Fleisch zeugt heute nicht mehr von Kreativität.»

Bevor Fritz Erni das Hotel Montana übernahm, war er zwei Jahre Vizedirektor der Hotelfachschule Luzern, einem Schwesterbetrieb des Montana. Zuvor war er 16 Jahre für Hilton International in verschiedenen Ländern tätig.

ANZEIGE

Kooperation «Montana» und «Seeburg»

Fritz Erni hat eine Luzerner Hotel-Kooperation initiiert. Mit von der Partie sind sein Art Deco Hotel Montana und das Hotel Seeburg. Eigentlich könnte das Château Gütsch mitziehen, dessen Restaurant Erni führt. Doch im Moment lässt sich nicht sagen, ob er sich mit dem russischen Investor Alexander Lebedew einigen kann. Wenn nicht, gibt Erni das Restaurant auf den 1. Mai ab.

Längerfristig sind solche Kooperationen gute Strategien, um Erfolg zu erzielen, sagt Erni. Vor allem mit Blick auf die nächsten zehn Jahre: «Die weltweiten Tourismusströme werden zuneh-

men. Die Konkurrenz in der Branche wird grösser. Internationale Ketten werden noch mehr Märkte erschliessen – und treten ganz anders auf», so Erni. Zudem könne die standardisierte Hotellerie wirtschaftlicher betrieben werden, gibt er zu bedenken. «Wenn wir in unserer klein strukturierten Schweizer Hotellerie die Qualität weiterhin pflegen wollen, müssen wir uns organisieren. Und zwar jetzt – später werden wir organisiert.»

Das Hotel Seeburg hat nicht nur seine Zimmer umgebaut, sondern auch das Reservationssystem jenem vom «Montana» angepasst. Weitere Bereiche sol-

len zusammengelegt werden, so etwa Sales und Marketing. Dieser Bereich wird im «Montana» angesiedelt, erklärt Erni. Der Einkauf wird ebenfalls zusammengelegt, «so dass die Lieferanten nur noch einen Ansprechpartner haben.» Dadurch profitieren die Häuser von guten Konditionen. «Wir legen den Finger auf die Wechselkursdifferenzen, denn davon wollen wir profitieren.» Einige Verträge mit Lieferanten seien bereits abgeschlossen. Zudem hat Erni auch eine Importberechtigung eingeholt und wird gewisse Weine für die beiden Hotels direkt importieren. «Wir evaluieren gerade, für welche Weine

sich das lohnen könnte.» Er hofft sich, mit solchen Massnahmen, im Beschaffungsbereich eine Kostenreduktion von 5 bis 10 Prozent erzielen zu können. Bezüglich Personalkosten wird gerade an einem Verteilschlüssel gearbeitet.

Erni möchte gerne auch andere Hoteliers motivieren, der Kooperation beizutreten. «Ich würde gerne mit drei Betrieben beginnen», sagt er. «Und in einem vernünftigen Zeitfenster die Anzahl verdoppeln. Aber erst machen wir unsere Hausaufgaben, damit wir fit sind.» Mit der Kooperation starten möchte Erni wenn möglich am 1. Mai. ck



RUEPP & PARTNER
GASTRO-TREUHAND

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

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

www.ruepp.ch

**Gesucht:
Lieferanten**

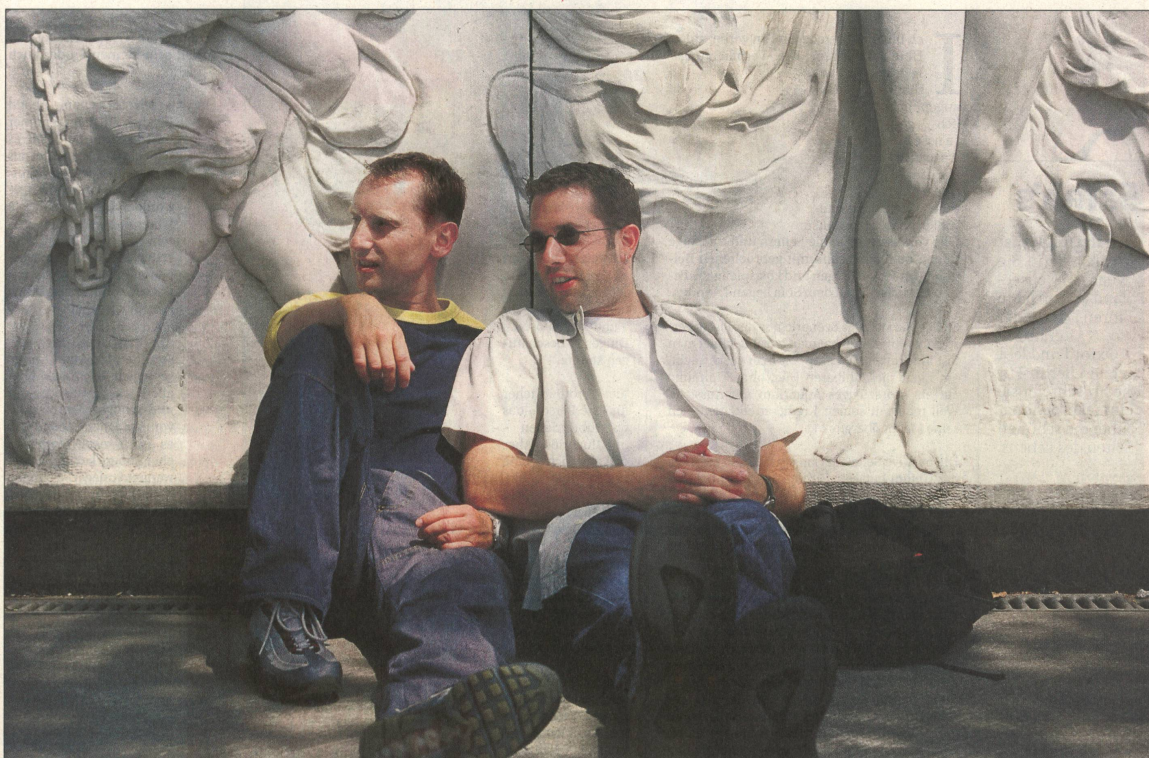
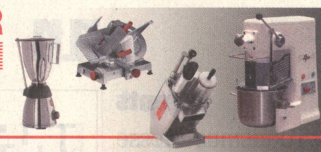
**Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch**



Mit Verlosung!

**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse



Eine aktuelle Studie belegt, dass 39 Prozent der schwulen Männer für 2012 eine längere Reise eingeplant haben. Im Bild: ein Paar auf Städtereise in Luzern.

«Schwierig zu beziffern, wie viele Logiernächte schwul-lesbische Gäste effektiv generieren.»

Urs Eberhard
Vizedirektor Schweiz Tourismus

Gute Geschäfte mit Gays

Die homosexuelle Community ist kaufkräftig und reiseaffin – dass das nicht nur Image ist, belegen aktuelle Untersuchungen. So liefert das amerikanische Forschungs- und Beratungsunternehmen Community Marketing Inc. (CMI) mit der neuesten Ausgabe des «Community Survey» interessante Resultate. 30 000 Personen der LGBT-Gruppe (Lesbian, Gay, Bisexuals, Transgender) aus 100 Ländern nahmen daran teil. Eines der Kernergebnisse: 39 Prozent der befragten schwulen Männer und 32 Prozent der lesbischen Frauen wollen 2012 eine grössere Ferienreise unternehmen – das bedeutet Platz eins unter allen geplanten Käufen, vor Smartphones und Möbeln.

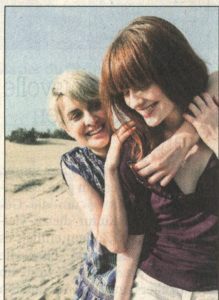
An der diesjährigen ITB Berlin erstreckte sich auf 200 Quadratmetern die bisher grösste Ausstellfläche für Gay & Lesbian Travel, und am Messe-Kongress diskutierten Experten die steigenden Bemühungen um das Reisesegment. Bemühungen, die sich lohnen könnten: «Uns ist an der ITB gegenüber dem Vorjahr ein vermehrtes Interesse des schwul-lesbischen Segments an Bern aufgefallen», räumt Thomas Lüthi, Vizedirektor und Marketingleiter von Bern Tourismus ein. Und: «Es ist relativ krisenresistent und daher gerade aktuell eine besonders interessante Gästegruppe.»

Partnerschaftsgesetz machte Destination Schweiz beliebt

Das passt zu Bern Tourismus, die zu ihren Hauptzielgruppen «Dinks» (Double income, no kids) zählt – kinderlose Paare mit doppeltem Einkommen also. Konkrete Werbemaassnahmen neben der Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus seien aktuell zwar keine geplant, aber «bei schwul-les-

Für die Branche sind schwul-lesbische Gäste ein interessantes Segment, gerade in Krisenzeiten. Ein Label weist auf «gayfreundliche Hotels» hin – die Community schätzt das.

SABRINA GLANZMANN



Bilder mit homosexuellen Paaren: für Werbung wichtig.

bischen Gästen sind Städte- und Kurztrips seit Jahren beliebt», weiss Lüthi. Davon profitiert auch Zürich Tourismus. Mediensprecherin Vanessa Imhasly: «Zürich hat in diesem Markt einen sehr guten Namen und die Europride 2009 hat zum guten Image beigetragen.» Dieser Meinung ist auch Urs Eberhard, Vizedirektor von Schweiz Tourismus (ST) – auch wenn der nachhaltige Erfolg eines solchen Events oder die Renta-

bilität von Gay-Marketing schwer messbar sei. «Es ist schwierig zu beziffern, welchen Anteil an Logiernächten das schwul-lesbische Segment effektiv ausmacht. Der grosse Teil dieser Gäste bewegt sich in unserem Land wie alle anderen auch.» Man bewerbe die Schweiz generell als offenes, tolerantes Land, denn «die Schweiz ist spätestens seit dem Ja der Bevölkerung zum Partnerschaftsgesetz 2005 beliebtes Reiseziel», so Urs Eberhard.

Schweiz Tourismus: Stärkere Bearbeitung dreier Märkte

Seit zehn Jahren bearbeitet ST das schwul-lesbische Segment, die Werbeausgaben von anfänglich 160 000 Franken jährlich belaufen sich heute auf 270 000 Franken. Allein im Winter 2011/12 hat ST 140 000 Franken in den Märkten England, Frankreich und Deutschland ausgegeben und kämpft damit laut Eberhard um

«Premium-Gäste, die weniger auf einen unsicheren Wechselkurs reagieren». In speziellen Medien der Community oder an entsprechenden Messen gehe man die Gruppe gezielt an, sehr wichtig sei heute vor allem zudem Online-Werbung auf sozialen Netzwerken oder Youtube. Zum Gay-Marketing gehört auch die Bezeichnung «Gayfreundliches Hotel», das entsprechende Häuser auf der ST-Website kennzeichnet (siehe Box). Ist eine solche Labelung kein Widerspruch



Zürich hat in der Community einen guten Namen.

für Homosexuelle, die als Gäste wie alle anderen wahrgenommen werden und reisen möchten? «Ganz und gar nicht», findet Uwe Splittdorf, Geschäftsführer von Pinkcross, des Dachverbands der



«Gerade im Wellnessbereich wünschen wir uns eine noch aktivere Bewerbung.»

Uwe Splittdorf
Geschäftsführer Pinkcross Schweiz

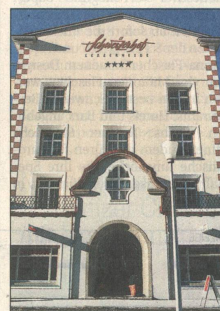
Swink Gay Skiing Lenzerheide: Ein Erfolg seit 19 Jahren
Dennoch: Für beide Seiten bringe eine noch aktivere Bewerbung

Fakten Ein Label für «gayfreundliche Hotels»

39 Hotels aus der ganzen Schweiz tragen aktuell das Label «Gayfreundliches Hotel». Damit Häuser diese Klassifizierung erhalten und in der Rubrik «Gay & Lesbian» auf der Website von Schweiz Tourismus aufgeführt werden, müssen sie das eLearning-Programm Gaycomfort absolvieren. Dieses wurde eigens für die Hotellerie- und Tourismusbranche entwickelt. Es soll Branchenleuten als praktische Unterstützung dienen, ihnen «Dos and don'ts» im Umgang mit Homosexuellen aufzeigen und mit verbreiteten Mythen und Stereotypen aufräumen. Schweiz Tourismus stellt ihren Hotelkooperationspartnern das Zertifizierungs-Programm zur kostenlosen Absolvierung zur Verfügung.

sag

www.gaycomfort.com



«Schweizerhof» Lenzerheide: bei Schwulen beliebtes Haus.

Potenzial: «Gays sind in der Regel sehr Wellness-begeistert und geben gerne Geld dafür aus. Hier wünschen wir uns noch mehr Infos.» Was, wenn ein Hotel aufgrund seiner heterosexuellen Stammgäste zögert? «Manchmal muss man ins kalte Wasser springen, um noch offener sein zu können», so Uwe Splittdorf.

Bereits vor 19 Jahren ins kalte Wasser gesprungen ist das Hotel Schweizerhof, Lenzerheide. Damals wurde das Haus von einer Gruppe schwuler Männer angefragt, eine Skiwoche durchzuführen. Heute ist das «Swing Gay Skiing» ein Event, der dem Hotel jährlich bis zu 100 Gästen während einer Woche im März bringt, und viele der Swing-Gäste würden laut Gastgeberin Claudia Züllig mittlerweile auch im Sommer zu den Individualgästen gehören.

Heterosexuelle Gäste reagieren im «Schweizerhof» meist offen

«Schwule und lesbische Gäste haben dieselben Bedürfnisse wie andere Gäste auch», sagt Claudia Züllig. Bei einer Gruppenwoche gäbe es aber ein paar Punkte zu beachten: «Wir reservieren das Haus exklusiv für die Swing-Gäste. Falls sie nicht das ganze Zimmer-Kontingent benötigen, informieren wir unsere andere Gäste beim Reservationseingang.» Es gäbe immer mal wieder eine Reaktion darauf und heterosexuelle Gäste, die dann eine Woche später kommen würden. «Aber die meisten sind sehr offen und haben kein Problem damit.» Niklaus Mettler vom Organisationsteam: «Wenn ein Hotelteam von Anfang an so offen ist, ist das natürlich ein Glücksfall. Neben Individualferien und -reisen ist eine solche Skiwoche unter Gleichgesinnten noch immer ein wichtiges Angebot für Homosexuelle.»

Events

Tourismus-Messe
auf dem Thunersee
jetzt öffentlich



Swiss-Image

Die Tourismus-Messe des Hoteliersvereins Thun geht in die zweite Runde. Unter dem Namen «Start-up» wird am 26. März 2012 von 12 bis 17 Uhr die MS Schilthorn an der Lände beim Bahnhof Thun ankern. Ursprünglich war die Messe für die zahlreichen neuen Hotel-Angestellten gedacht, welche so das Angebot der Region besser kennenlernen konnten. In diesem Jahr darf neu auch das Publikum an der Messe teilnehmen – und dies sogar gratis.

Gourmetfestival in der Tessiner Gastronomie

Vom 15. April bis 20. Mai 2012 findet zum sechsten Mal das Gourmetfestival «S. Pellegrino Saporì Ticino» statt. Zu diesem Anlass erscheinen ab sofort die Rückenketten der S. Pellegrino- und Aquapanna-Flaschen in neuem Design. Die vier Millionen Flaschen werden in den besten Schweizer Restaurants, Hotels und Bars angeboten. Sechs Tessiner Starköche öffnen zudem die Türen für europäische Jungköche, die ihre Spezialitäten präsentieren dürfen. In

Ein Zimmer mit Löchern



Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie einmal pro Monat über die schönen Seiten des Lebens.

Ich bin nicht gerade ein Fan vorbezahlter Hotelbuchungen. Die Verpflichtungs-Feindin in mir fühlt sich augenblicklich gefangen, während meine pessimistische Seite beginnt, willkürliche Haushaltsunfälle vorzusagen, die Leitern und rutschige Böden beinhalten und mit gebrochenen Beinen, stornierten Flügen und kostspieligen «Ferien zu Hause» – auf dem Sofa liegend – enden.

Stellen Sie sich das Szenario aus der Fisch-Perpektive vor: Kaum hat man bezahlt, hängt man fest am Haken. Dort zappelt man geschwächt, am nicht rückzahlbaren Ufer, ohne Hoffnung auf ein grosszügiges Aquarium mit Aussicht. Weil man mit seinen Kreditkartendaten auch seine Macht übergibt.

Die positive Seite am Ganzen ist, dass man fast das Gefühl hat, sein Zimmer gratis zu bekommen, wenn man so weit im Voraus dafür bezahlt hat. All die kleinen, kostenlosen Annehmlichkeiten fühlen sich an wie Geschenke, die wohlmeinende Dienstleistungsgötter über uns ausschütten.

Ach, die Freude über ein gut ausgerüstetes Hotelzimmer! Vor allem in diesen tristen Zeiten, in denen Ryan-Air-ähnliches Verhalten als vernünftig betrachtet wird und nicht als schlicht schäbig. Im Zeitalter der Entbehrungen werden Mini-Feuchtigkeitscremes und Pfefferminz-Bonbons auf dem Kissen mehr denn je geschätzt. Letzte Woche befand ich mich in einem grosszügigen Londoner Hotelzimmer (das allein ist ein Wunder) und wartete sehnsüchtig

darauf, dass der Gepäckträger ging, damit ich mich schweigerisch mit all den schaumigen, seifigen, sprudelnden, schokoladigen – und kostenlosen – Dingen beschäftigen konnte.

Vier Frottiertücher für eine Person, das war übertrieben – und luxuriös. Aber obwohl ich eine Pessimistin bin, denke ich doch, dass wir vielleicht, nur vielleicht, eine Chance haben, unseren Planeten noch zu retten. Deshalb benutzte ich nur ein Frottiertuch und hängte es sorgfältig wieder auf.

Dann freute ich mich diebstahlgelächelnd über all die Sachen, die ich zu Hause nie brauche – Nähzeug, Schuhlängzylinder, Duschhauben – aber ich öffnete sie nicht. Es genügte mir zu wissen, dass es ein paar grellfarbene Watterondellen und eine biegsame, kaum einfädelbare Nadel gab, falls ich sie brauchen sollte – das war genug.

Nachdem man das «Bitte-Zimmer-aufräumen»-Schild an die Tür gehängt hat, kann man davon ausgehen, dass man in ein Zimmer zurückkehrt, das in etwa so aussieht, wie man es verlassen hat – bloss viel aufgeräumt. Was man dabei gerne vergisst ist die Tatsache, dass Zimmermädchen ihren eigenen Willen haben

und dass ihre Gedanken bei der Arbeit sein können – oder auch nicht.

Als ich an jenem Abend glücklich in mein Zimmer zurückkehrte, fand ich es schlechter ausgerüstet als vorher. Aus den vier Frottiertüchern waren drei geworden. Das ungeöffnete Mineralwasser war verschwunden. Falls ich zum ersten Mal in meinem Leben eine Duschhaube benutzen wollte, hätte ich kein Glück gehabt.

Am nächsten Tag verschaffte ich mir einen schnellen Überblick über alles, was geblieben war und schlich zögerlich davon. An jenem Abend gab es noch zwei Frottiertücher, aber keinen Badewannenvorleger mehr. Mein halb aufgebrauchtes Shampoo war verschwunden, zusammen mit der ungeöffneten Feuchtigkeitscreme, dem ungebrauchten Kamm und meiner halb gelesenen Zeitung.

Zum absolut ersten Mal war ich der Person dankbar, die diese ägerlichen Kleiderbügel erfunden hat, die man nicht aus dem Schrank nehmen kann.

Am dritten Morgen schickte ich ein stilles Gebet zum Gott der Hauswirtschaft. Bitte lass mir wenigstens ein Frottiertuch... Und die zusätzlichen Kissen. Und, oh, den Stuhl. Und wenn vielleicht möglich, das Bett.

Ich blickte nervös zum Safe. Zu klein für Möbel. Aber bevor ich das Zimmer verliess, stopfte ich mein Necessaire hinein und drehte trotz des Schloss um. Es schien mir sinnlos, meinen Schmuck in Sicherheit zu bringen, angesichts der Erwartung einer verschwundenen Zahnbürste.

Deutsch von Renate Dubach.
Das englische Original: www.htr.ch/Sarah

**BITTE
ZIMMER
AUFRÄUMEN**

**PLEASE
MAKE UP
ROOM NOW**

ANZEIGE

MACHEN SIE MIT!

FAIRTRADE BREAKFAST

Zeigen Sie Ihren Gästen Ihr Fairtrade-Engagement und bestellen Sie noch heute Ihr Werbematerial.

Mehr Infos und Bestellung auf www.fairtradebreakfast.ch/gastro

FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

Neue Bücher

Kochen wie ein
Profi – so schnell
wie der Blitz

In «Blitzküche» zeigt der gelernte Metzger und Sternekoch Stefan Marquard, wie Spitzenküche für alle möglich ist. Dabei gibt er Tipps und Tricks für die schnelle Küche und zeigt Beispiele anhand



von farbigen und stilvollen Fotos der Gerichte auf. «Gut vorbereitet ist halb gekocht», lautet Marquards Devise. Er verspricht, dass mit einem Produktions- oder Vorkochtag sogar eine Bundeskanzlerin zur Spitzenköchin wird. Von der einfachen Tomatensuppe über ein Thai-Curry bis zu einer Kartoffel-Bohnen-Pfanne, die Gerichte sind äusserst vielfältig und erst noch schnell zubereitet – wie der Blitz.

Stefan Marquard, **Blitzküche**, Gräfe und Unzer Verlag, 144 Seiten, ISBN 978-3-8338-2708-2, Fr. 35.50



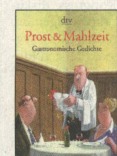
Der geheimnisvolle
Saft der unreifen
Trauben

«Verjus» – so heisst der Saft saurer, unreifer Trauben. Im gleichnamigen Buch geht es um die Geschichte und Kultur dieses vielfältigen Saftes. Zudem enthält es eine Dokumentation über die Arbeiten im Rebberg und im Weinkeller und die Produktion des Verjus. Das Buch umfasst Rezepte von Spitzenköchen wie Heiko Nieder und Antonio Colaianni. Sie stellen kulinarische Verjus-Kreationen für Vorspeisen, Hauptgänge, Desserts und sogar Drinks aus renommierten Restaurants in Zürich und Umgebung vor. Das Ganze wird mit über 500 farbigen Aufnahmen beleuchtet und erscheint in edlem Design auf einem weissen Hintergrund.

Martin Petras / Céline Schwarzenbach, **Verjus. Geschmack der Ewigkeit**, Weber Verlag, 156 Seiten, ISBN 978-3-909532-99-5, Fr. 49.–

Kleine poetische
Leckerbissen aus
der Gastronomie

Ob ein Verslein über chinesisches Essen, Storys über gefährliche Wirte oder das Gemurmel eines Kellners – in «Prost & Mahlzeit» findet man ein passendes Gedicht aus der Gastronomie für jede Gelegenheit.



Mit den kleinen Geschichten – witzig verpackt in Reime – kann man sich köstlich amüsieren. Doch nicht nur lustige Anekdoten aus der Branche sind Programm; auch berühmte Zeilen wie die des Dichters Christian Morgenstern kommen vor.

Michael Frey / Andreas Wirthensohn, **Prost & Mahlzeit**, Deutscher Taschenbuch Verlag, 160 Seiten, ISBN 978-3-423-14090-4, Fr. 12.90

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

News

Investition in nachhaltigen Kakaoanbau

Der weltweit grösste Schokoladen-Hersteller «Barry Callebaut» investiert in den nächsten zehn Jahren 40 Millionen Franken in den nachhaltigen Kakaoanbau. Er möchte damit die Bauern in West- und Zentralafrika sowie in Indonesien unterstützen und für bessere Lebensbedingungen sorgen. In den kommenden Jahren soll sich die Initiative namens «Cocoa Horizons», die momentan in Ländern wie der Elfenbeinküste, Ghana, Indonesien, Kamerun und Brasilien besteht, in weiteren Ländern mit hohem Entwicklungspotenzial verbreiten.

Kostenloser Internetzugang in Postautos

Ab April dieses Jahres können Postauto-Passagiere unterwegs im Internet surfen. Bis Ende Jahr soll diese Dienstleistung gemäss der Postauto Schweiz AG in rund 70 Prozent der Busse gewährt sein. Das sind rund 300 Busse verteilt auf sechs Kantone. Danach sollen monatlich weitere 100 Busse folgen. Aufgrund des schlechten Empfangs ausserhalb der Städte können jedoch nicht alle 800 Linien mit dem drahtlosen Internet ausgerüstet werden. Die Nutzung des WiFi ist gratis und führt nicht zu höheren Billettpreisen, da die Kosten von der Schweizerischen Post übernommen werden.

Neue Kochsendung «Schweizer Chuchi mit Ivo Adam»



Auf die wenig erfolgreiche Sendung «Ab in die Küche» folgt nun Starkoch Ivo Adam mit seiner eigenen Show «Schweizer Chuchi mit Ivo Adam». In der Sendung werden Gerichte aus verschiedenen Schweizer Regionen vorgestellt. Zudem besucht Ivo Adam Menschen, welche diese Gerichte kochen und bringt in Erfahrung, wo die dazugehörigen Produkte herkommen. Die erste Staffel der Kochsendung wird erstmals am 30. April auf SFL ausgestrahlt. Die zweite Staffel ist für Oktober vorgesehen.

Hotellerie

Romantik Hotels lancieren Wellness-Guide 2012



Zum 40. Jubiläum der Romantik Hotels & Restaurants präsentieren insgesamt 61 Hotels der Kette aus Österreich, der Schweiz, Deutschland, Italien und den Niederlanden ihre Wellness-Angebote im neuen Guide 2012. Ob Badevergnügen in Ziegenbutten, Traubenkermpooling oder Verjüngungskur – der Kreativität sind dieses Jahr keine Grenzen gesetzt. Im Guide sind die Hotels in drei Stufen unterteilt: «Wellness light», «Wellness» und «Wellness plus». In



Das Hotel du Rhône inmitten der Walliser Bergwelt: Die Gouache von Konrad Corradi zeigt das Haus nach der zweiten Erweiterung.

Die Seilers im Fokus

Mark Andreas Seiler ist Nachkomme der Hoteliersfamilie Seiler. Mit dem Werk «Gletsch – ein Hotel – eine Familie» arbeitet er ein Stück Tourismusgeschichte auf.

SABRINA GLANZMANN

teils steht aber das Hotel Glacier du Rhône in Gletsch, das die Familie ebenfalls in den 1850er-Jahren erwarb.

Unternehmerischer Mut und unkonventionelle Ideen

Das Hotel wurde touristische Transitstation für Reisende, die zu Zeiten des Pferdekutschenverkehrs über Furka und Grimsel eine Pause brauchten – ein «Relais». Für die Betriebsaufgabe 1984 liefert Mark Andreas Seiler gleich sechs Gründe – dass witterungsbedingt keine Wintersaison möglich war etwa, oder dass das Aufkommen der Postcars die Transitfunktion aufhob und Mit-

telmeerddestinationen die Alpen als Sommerseziel zunehmend konkurrenzten.

Das Buch streicht auch den unternehmerischen Mut und die für damalige Verhältnisse oft unkonventionellen Ideen heraus, welche die Familie Seiler im Laufe der Jahrzehnte zur bekannten Dynastie gemacht haben. Hermann Seiler lancierte 1927/28 allen Unkenrufen zum Trotz in Zermatt die Wintersaison – bis dahin wegen zu grosser Lawinengefahr in der Region für unmöglich gehalten. Er organisierte den ersten Skikurs für Bergführer, weil es für ihn klar war, dass Gäste nur dann kommen, wenn ihnen kompeten-

te Begleiter zur Seite stehen. Der Leser erfährt auch mehr über das Hotel Ermitage in Küsnacht. Die Seilers verstanden es als hotel-unternehmerische Fortsetzung ihrer Zermatter Häuser im Unterland. Damit führten sie das Familien-Credo von Lebenskultur, Natur und Landschaft fort.

Detaillierte Texte mit historischem Bildmaterial

«Ein Gletscher – ein Hotel – eine Familie» liefert mit verschiedenen Portraits auch ein Stück Schweizer Politik- und Verbandsgeschichte: Hermann Seiler war nicht nur Staatsrat und Nationalrat, sondern auch Präsident des Schweizer Hoteliersvereins. Mark Andreas Seiler hat eine Hommage an seine Vorfahren geschaffen, die mit detaillierten Texten und mit eindrucksvollem historischem Bildmaterial überzeugt.

Mark Andreas Seiler, *Ein Gletscher – ein Hotel – eine Familie. Horizonte einer Walliser Hoteliersdynastie*, Rotten Verlag, 446 Seiten, ISBN 978-3-905756-67-8, Fr. 179.–

Das Buch ist direkt über die Herausgeberschaft (office@seiler.ch), beim Verlag (rottenverlag@mengis-visp.ch) oder im Buchhandel erhältlich.

Auch zu beziehen unter: www.hotelleriesuisse.ch/buchshop



Im Winter 1928/29 boten die Seiler Hotels 520 Betten.

sich der Leser ob dem Umfang nicht einschüchtern, wird er belohnt mit Fakten, Zeitdokumenten und historischen Aufnahmen, die Mark Andreas Seiler akribisch zusammengetragen hat. Die Familie Seiler, die 1854 das Hotel Monte Rosa in Zermatt übernahm, machte den Ort weltweit bekannt. Im Zentrum des Text-



Geschäftiges Treiben vor dem «Glacier du Rhône» während der Belle Époque.



Hermann Seiler (2. v. l.) in seiner Funktion als Zentralpräsident des Schweizer Hoteliersvereins.

Zu Gast im Best Exotic Marigold Hotel

Im Film «Best Exotic Marigold Hotel» suchen Pensionäre ihr Urlaubsglück in Indien. Die süffige Komödie zeigt viel von der indischen Kultur.

CORINE GASSER

Eine spärliche Rente, eine Hüftoperation, die Suche nach der grossen Liebe. Aus unterschiedlichen Gründen machen sich sieben britische Pensionäre auf nach Indien, Jaipur, um dort im vielversprechenden Best Exotic Marigold Hotel zu

logieren. Doch die Gäste finden nicht, was sie erhofft haben: Das Haus steht kurz vor dem Zerfall und der Hotelmanager Sonny ist zwar ein freundlicher, doch unorganisierter Gastgeber. Daneben wird der Zuschauer aus der Optik der Hotelgäste von der Farbenpracht und dem pulsierenden Treiben Indiens beeindruckt: die vollen Strassen, das Lachen auf den Gesichtern und die Feste scheinen kein Ende zu nehmen.

Während der Betrachter immer mehr in das Leben Indiens eintaucht, lösen die Hotelgäste, jeder auf seine Art, die Herausforderungen, die ihnen geboten werden: Die Witwe Evelyn findet den ersten Job ihres Lebens, Gra-



Judi Dench als Witwe Evelyn entdeckt die Strassen Indiens.

ham seine lang vermisste Liebe. Nicht allen fällt es leicht, sich an die neue Umgebung anzupassen und all das Schöne und Neue überhaupt wahrzunehmen. Doch auch in der Ferne hat der Gast sein Glück selber in der Hand: Muriel, anfangs die mürrische und rassistische Frau, findet schliesslich ihren Frieden in und mit der fremden Kultur.

Obwohl der Film in Indien spielt – das Hotelgeschäft ist kein anderes als hierzulande. Sonny hat den verfallenen Betrieb von seinem Vater übernommen, der Investitionsbedarf ist gross, das Geld fehlt. Dafür hat Sonny Gäste, wie sich sonst ein Hotelier nur erträumen kann. Fast zu geduldig

nehmen sie das Unperfekte des baufälligen Betriebes hin. Und schliesslich retten die Gäste selbst noch das Unternehmen.

Ein indisches Sprichwort begleitet alle Beteiligten durch die Geschichte: «Am Ende wird alles gut. Wenn etwas noch nicht gut ist, ist es also noch nicht zu Ende». Der britische Regisseur John Madden konnte für sein Werk Schauspielgrössen wie Judi Dench, Bill Nighy und Maggie Smith gewinnen. Der Film, manchmal ein bisschen langfädig und der Schluss fast zu perfekt, punktet mit spritzigen Dialogen und britischem Humor.

Der Film läuft aktuell in Schweizer Kinos.

Nachhaltigkeit

Design Hotels setzen sich ein für Nachhaltigkeit

Von den 200 Häusern der Design Hotels gleicht keines dem anderen, und jedes ist geprägt von seinem Hotelier und Designer. Nun startet die Gesellschaft in Zusammenarbeit mit «Finding Infinity» ein Nachhaltigkeitsprogramm. «Finding Infinity» ist eine junge Umweltinitiative mit Fokus auf erneuerbare Energien. Experten des Teams begeben sich nun auf eine Expedition durch Mexiko; auf einem mit Biosprit betriebenen Motorrad. Sie besuchen dabei Design Hotels und möchten Menschen vor Ort im Umgang mit knappen Ressourcen helfen.

Gastronomie

Grosser Ausverkauf von Gastro-Mobiliar

Vom 22. bis 25. März 2012 findet im Lager Oerlikon von «Two Spice» ein Lager-Ausverkauf statt. «Two Spice» ist ein Gastro & Lifestyle-Unternehmen mit Sitz in Zürich, dem 15 Betriebe angehören. Beim Ausverkauf wird gebrauchtes und ungebrauchtes Gastro-Mobiliar unter anderem aus den Restaurants «Le Ponyhof», «Bohemia» und «Iroquois» angeboten. Zudem gibt es eine breite Auswahl an Spiegeln, Küchenmobiliar, Geschirre, Wohnaccessoires, Möbel und Baumaterial der Restaurants. Der letzte Ausverkauf findet vom 10. bis 13. Mai 2012 statt.

www.twospice.ch

Die zwei neuen Salatsaucen von Knorr sind Klassiker



Mit den Dressings «French Pur» und «Italian Pur» lanciert Unilever Food Solutions zwei neue Salatsaucen. Der pure Geschmack wird ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe, Farbstoffe und Konservierungsstoffe zubereitet. Das cremige French Dressing passt beispielsweise gut zu einem Kartoffelsalat, das Italian Dressing zu einem Bohnensalat. Die Saucen von Knorr werden in praktischen 12-Liter-Behältern angeboten. In

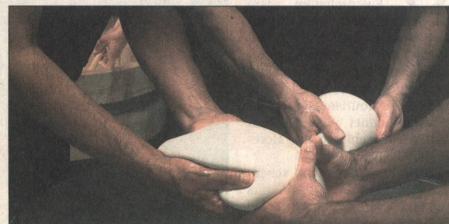


So sieht ein Degustationsteller bei «Obikà» aus: drei Mozzarella-Sorten zum Probieren.

Bilder zvg



Schlichtes Design prägt die 18 Lokale von Italien bis Japan.



Frischer Mozzarella für Obikà: Er ist nicht älter als 48 Stunden.

Weisse Kugel als Kette

Das besondere Konzept

Bei Obikà dreht sich alles um Mozzarella-Käse. Das italienische Fast-Food-Konzept expandiert weltweit und rasant – bloss in die Schweiz nicht.

RENA TE DUBACH

Die Kombination von japanischer Schlichtheit mit qualitativ hochwertigen italienischen Produkten und Zutaten heisst Obikà. Die Idee dazu hatte Silvio Ursini, ein Neapolitaner, der nicht nur ein bekannter Fan von traditionellen Sushi-Bars ist, die er in Tokio kennen lernte. Er ist auch ein Kreativer, der bei Bulgari die Karriereleiter hinaufstieg und heute dort als Executive Vice President für den Hotel- und Resort-Bereich arbeitet. Und nebenbei eigene gastronomische Projekte verwirklicht. Mit Erfolg: Obikà – in Ursinis nea-

politänischem Dialekt heisst das «hier ist es» – gibt es bereits 18-mal auf der Welt. Natürlich in Italien, in den USA, in Toronto, Istanbul und Tokio. 2004 gründete er die Kette (siehe auch Zweittext), etwa zwei Restaurants pro Jahr werden seither eröffnet.

Ziel: fünf weitere Londoner Lokale in den nächsten fünf Jahren

Das jüngste Glied wurde vor knapp drei Monaten in England in Betrieb genommen. Im aufstrebenden Bürogebäudekomplex Canary Wharf, dem ehemaligen Hafengebiet von London. Hier haben die grossen Finanz- und Medienunternehmen ihren Sitz, rund 80 000 Angestellte einen Arbeitsplatz. «Mittags tragen die meisten Gäste Anzug und Krawatte», fasst es Dinah Meister in Worte. Die Bielerin arbeitet seit September 2011 als Head of Operations für Obikà in Grossbritannien. Sie startete vor zwölf Jahren bei Wagamama und schaffte es bis ziemlich weit hinauf. Und bestimmt noch weiter. Gerade in London will Obikà schnell wachsen, rasend schnell: «Wir möchten in den nächsten fünf Jahren neun weitere Restaurants in London eröffnen», präzisiert Dinah Meister. Die Verträge für Num-

mer 2 werden dieser Tage unterzeichnet, Nummer 3 und 4 stecken bereits in der Pipeline. Bevorzugte Quartiere sind vorläufig South Kensington und Soho. Europaweit kommen demnächst Frankreich und Deutschland dran. Die Schweiz steht nicht auf der Wunschliste. «Wir sind der Ansicht, dass es in der Schweiz bereits genügend italienische Restaurants gibt», erklärt Dinah Meister und fügt hinzu, in London gebe es zwar auch viele

italienische Restaurants, «aber nicht wirklich authentische».

Obikà-Erfinder gibt noch immer wertvolle Inputs

Mit dem «Wir» ist nebst dem Obikà-Team die Londoner Firma Neo Capital Private Equity gemeint, die Obikà vor einem Jahr übernommen hat. Unter dem gleichen Dach werden unter anderem die Konditoreien «Ladurée» und «Paul Bakery» geführt. «Neo» bringe extrem viel Erfah-

rung mit und habe das Konzept etwas an den Markt angepasst, führt Dinah Meister aus. Sie selber sei sehr zufrieden darüber, dass der Hauptsitz in Rom bleibe und man sich alle drei Monate dort zu Sitzungen treffe: «Das Konzept ist ja ein italienisches, die Geschäftskultur ebenso, das passt mir sehr.» Und Obikà-Erfinder Silvio Ursini gebe als Teilhaber immer noch wertvolle Inputs, er sei immer noch sehr präsent und sehr kreativ.

Mozzarella fliegt um die Welt

Er ziehe Restaurants, die ein spezielles Produkt ins Zentrum setzten, solchen vor, die vom Renommee ihres Küchenchefs lebten, sagt der 50-jährige Obikà-Gründer Silvio Ursini. In seinen Restaurants dreht sich alles um weisse Kugeln aus Büffelmilch. Zweimal pro Woche wird frischer Mozzarella eingeflogen, im zarten Alter von 48 Stunden gehen die Kugeln auf die Reise zu den weltweit 18 Obikà-Destinationen. Sind sie nach zwei bis drei Tagen nicht konsumiert, werden

sie nur noch gekocht verwendet. Die schnellste Einführung zum Thema Mozzarella liefern Degustationsteller mit zwei bis vier Sorten. Es gibt handgemachte Mozzarellas di Bufala Campana DOP in den Varianten Paestum, Pontina, Burrata und geräuchert. Dazu gibt es ein paar handverlesene italienische Produkte bester Qualität, Bresaola della Valtellina, Prosciutto Crudo San Daniele, Capperi di Pantelleria oder Lardo di Colonnata. Seit etwa einem halben Jahr serviert Obikà auch Pizza. Dafür

wurde der Teig «neu erfunden». Er wird aus speziellem, auf Stein gemahlenem Mehl hergestellt, den man 48 Stunden gehen lässt. Daraus sollen besonders bekömmliche Pizzas entstehen, verspricht Obikà. Das Restaurant-Design der Kette ist weltweit identisch, die Speisekarte weitgehend auch, bis auf ein paar lokale Anpassungen. Die meisten Obikàs bieten Take-away an und verkaufen ihre Produkte im Geschäft. rd

www.obika.com

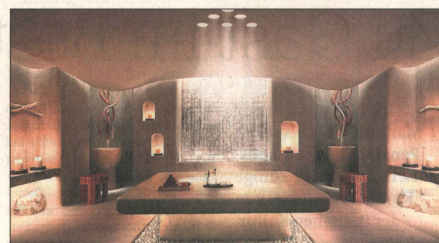
«Six-Senses»-Spa in Gstaad

Das «The Alpina Gstaad» ist mit dem Spa-Unternehmen Six Senses eine Partnerschaft eingegangen. Die Wellness-Oase eröffnet zeitgleich mit dem 5-Sterne-Hotel im Dezember 2012.

LAURA NUSSBAUMER

In Gstaad wird Ende Jahr im Hotel The Alpina Gstaad ein «Six-Senses»-Spa eröffnet. Damit tritt das Unternehmen für Entwicklung und Management von Resorts und Spas in den Schweizer Markt ein.

Die Spa-Landschaft entsteht auf 2000 Quadratmetern und will mit verschiedensten Angeboten für Erholung sorgen. «Wir sind sehr stolz darauf, dieses Well-



So soll das Hamam im «The Alpina Gstaad» aussehen: Eine schlichte Ästhetik trifft auf asiatisches Ambiente.

zvg

nesserlebnis unseren Gästen nun erstmals in der Schweiz bieten zu können», freut sich Onno Poortier, Eigentümervertreter und Berater des Hotels. In fünf Behandlungsräumen werden die Gäste von Experten verwöhnt: Von Hamam, Aroma-

therapien, Massagen, Akupunktur bis Tai-Chi – das Angebot ist breit angesiedelt. Dabei wird vor allem darauf geachtet, dass auch lokale Ingredienzien wie Bergkräuter, Milch und Honig bei den Anwendungen zum Einsatz kommen.

ANZEIGE



ONE

ONE TOUCH FÜR PERFEKTEN KAFFEE

Die ultimative Touchscreen Technologie

EGRO

SWISS COFFEE TECHNOLOGY

Vertrieb und Service: **EGRO SUISSE AG**
Bahnhofstrasse 66 CH-5605 Dottikon
ph. +41 56 616 95 95

www.egrosuisse.ch - www.rancilio.com

Um die starke Würze des Bärlauchs zu erhalten, sollte er frisch verwendet werden.



Der bärenstarke Frühlingsbote

Kaum ist der Winter vorbei, riecht man ihn überall: den Bärlauch. Auch in der Gastronomie ist der «wilde Knoblauch» für experimentelle Gerichte oder sogar Süssspeisen beliebt.

LAURA NUSSBAUMER

Bei Simon Ragaz, dem Gründer von «Ragaz Catering» mit Standorten in Bern und Zürich, hat die Bärlauch-Saison angefangen. Jährlich verwöhnt er seine Gäste ab März mit dem selbst kreierten Pesto (siehe Rezept unten). Die würzige grüne Paste kommt gut an. «Man muss jedoch sehr sparsam damit umgehen», meint Ragaz und spricht damit vor allem den starken Geruch der Pflanze an.

Der Bärlauch ist das einzige Kraut, das als echter «Frühlingsbote» bezeichnet werden kann.

Er ist es, der den Frühling einläutet und wieder verabschiedet, denn seine Saison beginnt im März und endet im Juni, wenn seine Blüten erscheinen. Bärlauch ist eine Pflanzenart der Familie «Allium» und ist verwandt mit dem Schnittlauch, Knoblauch und der Zwiebel.

Sein Aussehen kann oftmals zum Verhängnis werden, da die Pflanze eine starke Ähnlichkeit mit Maiglöckchen, Herbstzeitlosen oder jungen Blättern des Aronstabs hat. Da die «Doppelgänger» äusserst giftig sind, sollte man beim Sammeln vorsichtig sein. Der knoblauchartige Geruch ist nicht zu verfehlen, daher gilt es, wortwörtlich «immer der Nase nach» zu suchen.

Die grüne Medizin für kranke Mägen und schwache Bären

Schon bei den Römern war der Bärlauch dank seiner heilenden Wirkung beliebt. Noch heute wird er zur Linderung von Magenbeschwerden oder Verdauungsstörungen eingesetzt und sorgt so

gar bei Fieber, Asthma und Rheuma für eine schnellere Genesung.

Doch nicht nur heilend, sondern auch stärkend soll der Bärlauch sein. Einer Legende zufolge haben Bären nach ihrem Winterschlaf als Erstes seine saftigen Blätter gegessen, um sich mit Vitaminen zu stärken. So kam der Bärlauch zu seinem Namen. Um diese bärenstarke Kraft des Krautes zu erhalten, sollte er immer frisch verwendet werden.

«Geplant ist ein Bärlauchsorbet mit mariniertem Erdbeersalat.»

Richard Stöckli
Inhaber «Alpenblick» Wilderswil

Jametti AG: Bärlauchlieferant seit über 100 Jahren

Längst hat es der Bärlauch auf die Speisekarten vieler Restaurants geschafft und ist dort nicht mehr wegzudenken. Doch Pesto, Suppen oder Pasta mit Bärlauch sind nichts Spezielles mehr. Experimente mit dem grünen Blattchen sind gefragt: Ein Dessert mit Bärlauch? Gibt es bereits.

So zum Beispiel im «Alpenblick» in Wilderswil. Für die neue Speisekarte hat Inhaber Richard Stöckli einige exotische Kreatio-

nen auf Lager. «Geplant ist unter anderem ein Bärlauch-Sorbet mit mariniertem Erdbeer-Salat», verrät Stöckli, mit 16 Gault-Millau-Punkten dekoriert.

Zirka 20 Kilogramm Bärlauch verarbeitet der Spitzenkoch pro Saison. Das Frühlingskraut bezieht er von der Jametti AG in Interlaken. Der Generationenbetrieb besteht schon seit 110 Jahren und beliefert die Gastronomie im Berner Oberland. Jährlich verkauft die Jametti AG 60 bis 100 Kilo des grünen Kraftmachers.

Inhaber Joseph Jametti führt die Firma schon in der dritten Generation, und das, obwohl er eigentlich Bärlauch gar nicht mag. «Wenn er frisch und noch nicht verarbeitet ist, riecht er weniger stark, daher ist das für mich kein Problem», meint Jametti. Dass Bärlauch nicht nur als

Pesto schmeckt, beweist auch die «Chapelle Bärlauch Châsi» von Ueli und Ruth Stettler-König.

Ein Käse mit dem gewissen würzigen Etwas

Bereits seit 1996 wird in ihrer Käserei der berühmte Bärlauchkäse hergestellt, der 2001 sogar den Swiss Cheese Award erhielt. Bei den Stettlers wird der Bärlauch täglich von Hand gepflückt.

«Wir arbeiten mit frischen Kräutern, die innerhalb von zwei Tagen verarbeitet werden», erklärt Ruth Stettler-König. Es sei wichtig, den Bärlauch nach dem Sammeln gut zu waschen. Um den Bärlauch länger zu halten, kann man ihn auch einfrieren oder trocknen. Nebst dem Käse wird in Kappelen auch Bärlauch-Fondue, -Butter und -Ziger hergestellt.

«Wir arbeiten mit frischen Kräutern, die täglich von Hand gepflückt werden.»

Ruth Stettler-König
«Chapelle Bärlauch Châsi»



Das Rezept

Lauwarmer Ziegenkäse mit Bärlauch-Baumnuß-Tapenade

Das Rezept stammt von **Simon Ragaz**, Inhaber von «Ragaz Catering» mit Sitz in Zürich und Bern.

www.ragazcatering.ch

Zutaten:
4 Stück Ziegenkäse
4 TL Baumnußöl
Schwarzer Pfeffer aus der Mühle
100g Bärlauch
1 dl Olivenöl, kaltgepresst
50g Baumnußkerne, leicht geröstet
1 Prise Salz

Zubereitung:
Den frischen und gewaschenen Bärlauch trockentupfen und fein schneiden. Mit dem Olivenöl, den Baumnußen und dem Salz in einem Mörser oder Mixer zu einer Tapenade verarbeiten.

Den Ziegenkäse mit Baumnußöl beträufeln und mit schwarzem Pfeffer abschmecken. Im vorgewärmten Ofen bei 250 Grad 3 bis 5 Minuten erwärmen. Einen Löffel der Tapenade auf den Käse geben und ausganieren.

Wettbewerb

«Prix Montagne»: Aufruf für Projekte aus dem Berggebiet

Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und die Schweizer Berghilfe verleihen zum zweiten Mal den «Prix Montagne». Bis zum 30. April 2012 können sich Träger wirtschaftlich erfolgreicher Projekte aus dem Berggebiet bewerben. Die Projekte werden von einer siebenköpfigen Jury bewertet. Am 4. September 2012 werden die Gewinner gekürt und erhalten ein Preisgeld von 40 000 Franken.

Genuss

Macarons zum 150-jährigen Jubiläum

«Ladurée» hat eigens zum 150-jährigen Jubiläum zwei Macarons mit den Geschmacksrichtungen «Schokolade-Banane» und «Schokolade-Kalamansi» kreiert.

Kalamansi ist eine winzige Zitrusfrucht, die vom Geschmack her ähnlich ist wie eine Orange. Die Macarons gibt es in Schachteln zu 8 oder 15 Stück und sind nur für kurze Zeit erhältlich.



Fruchtig: Die Limited Edition von Nespresso

«Naora» heisst die neueste Limited Edition von Nespresso, deren Geschmack an schwarze Johannisbeeren und Heidelbeeren erinnert. Dank dem Spätfermentationsverfahren der kolumbianischen Castillo-Kaffeeirschen entstand ein kräftiges und fruchtiges Aroma. Es wird empfohlen, «Naora» als Espresso (40ml) zu geniessen. Mit Milch serviert sollen sich Baum- und Haselnussnoten entfalten. Zur limitierten Kaffeeapsel sind für kurze Zeit auch die passenden Espresso-Tassen erhältlich.

Lebensmittel

Canapés in der Box: Neu im Angebot bei Cash+Carry



Ob mit Crevetten, Lachs, Schinken, Spargeln oder Salami; die klassischen **Häppchen** dürfen bei keinem Apéro oder Stehhlunch fehlen. Cash+Carry Angehorm bietet nun die «Canapé Genuss Box» in zehn verschiedenen Varianten an. Der Inhalt der Box sowie die Abholzeit wird durch den Kunden persönlich bestimmt.

Impressum

htr hotelrevue

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
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus), Sabrina Glanzmann/sag (Ressort-

leitung dolce vita); Alexandre Caldana/aca (Ressortleitung cahier français); Laetitia Bongard/lb; Franziska Egl/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg;

Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontärin: Laura Nussbaumer/lm

Online Redaktion: Natalie Alesch/npa.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patokou (Leitung), Daniela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König.

Assistent: Alain Hänni.

Stelleninserate: Angela di Renzo, Patricia Nobis

Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,

Michael Müller.

htr@job.ch; Denise Karam.

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Begabtag 2011, verkaufte Auflage: 9476; Gratsauflage: 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 eingesandene Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

www.swisshotels.com



**Die Schweiz von ihren
schönsten Seiten – lassen Sie
sich inspirieren und buchen
Sie noch heute online!**

**Der offizielle
Schweizer Hotelführer**

hotelleriesuisse 
Swiss Hotel Association

cahier français

htr hotel revue No 12 / 22 mars 2012



Tourisme vert

Une mesure encourage les hôteliers fribourgeois à se doter d'un label écologique.
page 21



Swiss Wine Promotion

Des changements stratégiques pour l'hôte d'honneur d'Arvinis.
page 23



Le sujet des résidences secondaires reste brûlant en Valais, même si certaines incidences positives pourraient aussi avoir lieu. Ici, la station de Crans-Montana. Photos Idd

ne d'années, donc bien avant que Weber imagine occasionner tous ces dégâts. Cela modifie la donne par rapport aux autres, mais je n'y suis pour rien si des communes décident de fusionner.

Pourtant selon Bernard Attinger, cette variation des prix n'est pas de l'ordre de la spéculation: «Nous avons déjà vu dans des stations des agences immobilières modifier les tarifs de leurs annonces, donc le phénomène est réel et concret».

Avec son accès direct au domaine des 4 Vallées, Salins fait ainsi face au risque de se retrouver en première ligne lors du report de la demande.

Présentation d'un projet à Crans-Montana

Egalement au lendemain de la votation, «Le Nouvelliste» relayait quant à lui la présentation d'un projet encore à l'enquête publique à l'entrée ouest de la station de Crans-Montana. Le Hameau du Golf prévoit la construction de 32 appartements de prestige, d'un spa et d'un musée sur l'histoire des bisces. S'il est difficile à ce stade de prédire l'évolution des prix des résidences, le phénomène ne devrait pas s'être atténué d'ici leur sortie de terre prévue aux alentours de 2014-2015.

Car comme le souligne Bernard Attinger: «Je ne crois pas qu'il y ait de volonté de la part des communes d'essayer de contenir cette hausse des prix.»



Le projet du Hameau du Golf à Crans-Montana.

Un oui qui aura son prix

Le «oui» des Suisses à l'initiative Weber aura des répercussions sur la valeur des biens immobiliers. Les projets en cours ne devraient pas échapper à la tendance.

GRÉGOIRE DESSIMOZ

Corollaire annoncé de la raréfaction des résidences secondaires dans de nombreuses communes valaisannes, la valeur des biens existants et de ceux encore à venir a de fortes chances de prendre l'ascenseur. Et malgré un avenir de «cauchemar» annoncé à coups de gros titres par «Le Nouvelliste», quelques projets fraîchement révélés laissent penser que le ciel ne s'assombrira pas pour tout le monde de la même manière.

L'incertitude sur l'application de la loi

Dans son édition du 12 mars, le journal «Le Temps» révélait l'existence d'un projet immobilier de Jean-Marie Fournier, fer de lance de l'opposition, qui bénéficierait selon ses

très cotées. Comme le relève Bernard Attinger, président d'Altitude 1400 qui milite pour une urbanisation harmonieuse des Alpes: «J'ai le sentiment que cela va commencer par les stations qui ont beaucoup de demandes, avant de s'étaler plus loin avec des augmentations certes plus faibles.»

Situation inédite à Salins

Dans son édition du 12 mars, le journal «Le Temps» révélait l'existence d'un projet immobilier de Jean-Marie Fournier, fer de lance de l'opposition, qui bénéficierait selon ses

propres dires de la nouvelle loi. Le projet prévu au pied de la mythique piste de l'Ours, sur la commune de Salins et ses



«Des agences immobilières ont déjà modifié les tarifs de leurs annonces.»

Bernard Attinger
Président d'Altitude 1400

qui promoteur de Veysonnaz botte en touche: «On ne sait jamais pour ce genre de choses, mais a

priori ce ne devrait pas être le cas. Quant au processus de fusion, il a été entamé il y a une bonne dizaine

Coup de pouce du parlement valaisan au secteur hôtelier face au franc fort

Le parlement valaisan met du baume au cœur aux milieux touristiques en acceptant à l'unanimité un décret pour atténuer les effets du franc fort. Les sociétés actives dans les remontées mécaniques et l'hôtellerie qui ont bénéficié de prêts sans intérêt de la part du canton pourront désormais demander la suspension de leur amortissement pour une durée d'un an. «Le règlement d'application doit encore être élaboré, mais il ne devrait pas y avoir besoin de justifications particulières pour déposer une demande»,

explique Albert Gaspoz, responsable du centre de contact au service du développement économique.

Le montant de la facture assumée par le canton restera lui modéré: «Dans le cas où toutes les entreprises susceptibles de demander cette suspension l'obtiennent, le coût se monterait à 7,2 millions de francs. Le Conseiller d'Etat, Jean-Michel Cina, a cependant déjà précisé que les entreprises qui peuvent se permettre de verser des dividendes ne pourraient pas bénéficier de cette mesure. gd

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**

DES IDÉES À LA CARTE

Sur **www.htr-milestone.ch** vous trouverez tout au long de l'année l'inspiration créatrice qui fera le succès de votre établissement.

Les clients félicitent particulièrement les hôtels équipés par Dialock pour leur:

- Fonctionnalité optimale
- Confort excellent
- Organisation parfaite
- Haute sécurité
- Portes à l'apparence soignée
- Ouverture et fermeture de manière simple et sans contact



Commandez la documentation dialock incluant la liste de référence des hôtels suisses:
Tel. 021 632 81 81, crissier@hafele.ch
Häfele Suisse SA
Bois-Genoud 1a, 1023 Crissier

HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

En bref**International****Le trafic TGV vers la Suisse en hausse**

La compagnie Lyria, propriété à 74% de la SNCF et à 25% des CFE, a vu son chiffre d'affaires augmenter de 8% en 2011, atteignant 280 millions de francs. Une progression qui se vérifie également par son nombre de passagers, qui s'est élevé à 4 millions l'an passé. La ligne de TGV Paris-Genève se place en tête avec 1,1 million de passagers, soit une hausse de 16% en un an; Paris-Lausanne suit avec 670 000 voyageurs. Dès le second semestre 2012, de nouveaux TGV circuleront sur ces lignes. **lb**

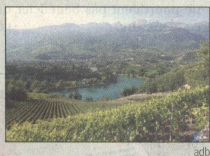
Vaud**L'«Helvétie» amarré face au Musée Olympique**

Swiss-Image

Le bateau «Helvétie» vient d'être amarré face au Musée Olympique de Lausanne. La manœuvre a duré près de deux heures et nécessité l'affectation de quatre bateaux. Le navire accueillera dès avril une partie des collections du musée actuellement fermé pour travaux. Afin de pouvoir accueillir cette exposition temporaire le bateau à roues à aubes a été remis en état avec l'aide de demandeurs d'emploi. **aca**

Suisse**Le National pour une protection de la marque suisse**

Le Conseil national a décidé la semaine dernière de renforcer la protection de la marque suisse en adoptant le projet «Swissness». Selon lui, les produits industriels et les denrées alimentaires hautement transformées (biscuits par exemple) doivent contenir au minimum 60% de matières premières indigènes pour affirmer leur origine helvétique. Quant aux denrées alimentaires faiblement transformées (yogourts, pain, viande), leur part de produits indigènes doit être de 80%.

Valais**Sierre profite d'une hausse des nuitées hôtelières**

afu

Sierre a vu ses nuitées hôtelières grimper de 1,4% en 2010-2011 et de 25% en dix ans. Un résultat que Vincent Courtoine, directeur de l'Office du tourisme, explique au «Nouveliste» de trois façons: la fermeture d'établissements à Sion, la rénovation d'hôtels à Sierre et la reprise du secteur de l'aluminium. Les chambres d'hôtes ont connu une forte progression l'an dernier (+11,7%), au détriment du camping (-4,8%). **lb**

Hôtel à l'ère low cost

Le premier Hôtel Ibis Budget a ouvert ses portes à Leysin. Il remplace un établissement quatre étoiles et devrait mieux correspondre à l'esprit jeune et familial de la station.

LAETITIA BONGARD

L'hébergement low cost débarque en station. Le groupe Accor a choisi Leysin pour y implanter son premier Hôtel Ibis Budget, cherchant à satisfaire une clientèle jeune, sportive et qui souhaite s'en sortir à bon compte dans ses frais d'hébergement. Leysin plutôt que Crans et Verbier, où le prix du terrain était trop élevé. «Cet hôtel est une offre complémentaire. Il correspond parfaitement à l'image décontractée de la station», estime satisfait Pierre-Alain Morard, directeur de Leysin Tourisme.

De quatre à deux étoiles
Non classé, l'hôtel franchisé

de 47 chambres correspond à un deux étoiles, avec un confort simple et moderne. Il remplace l'annexe quatre étoiles au Mercure Classic Hôtel Leysin, situé en face. Mais le lien entre les deux établissements subsiste, de par le tunnel qui les relie et une exploitation commune: un directeur, Philippe Bonnot, et 35 collaborateurs affectés aux deux sites.

«L'hôtel quatre étoiles ne correspondait plus à la demande, d'où notre volonté de le repositionner et de le calquer davantage sur la destination de Leysin», explique Jean-Marc Udriot, propriétaire de l'établissement.

«Nous avons repositionné notre établissement en fonction de notre destination.»

Jean-Marc Udriot
Propriétaire de l'Hôtel Ibis Budget Leysin

priétaire de l'établissement et syndic de Leysin. L'ancien exploitant de l'hôtel y voit aussi un moyen de se tourner vers l'avenir, notamment en termes de marchés émergents: «Les Chinois et les Indiens représentent un haut potentiel entre saison; ces touristes apprécient aussi de se loger à moindre prix, préférant consacrer leur budget à d'autres dépenses comme les montres par exemple», relève Jean-Marc Udriot.

Chambre au prix unique pour une, deux ou trois personnes

Entièrement rénové pour un investissement de 1,5 million de francs, l'hôtel a accueilli ses premiers clients à la mi-décembre. Il propose un tarif unique par chambre, qu'elles soient occupées par une, deux ou trois personnes: 89 francs la nuit en semaine et 103 francs le week-end, sans le petit déjeuner. Les chambres, où un effort particulier a été accordé à la literie, se déclinent dans des tons printaniers et selon deux modèles: twin ou double avec lit superposé. Le wifi y est

gratuit au rez-de-chaussée, payant dans les étages.

La catégorie «budget» s'inscrit dans la nouvelle stratégie du groupe hôtelier de dynamiser ses marques (htr du 15.03.2012). L'enseigne Ibis Budget

remplacera d'ici la mi-juillet tous les Etap Hotels, soit neuf en Suisse dont quatre en Suisse romande (deux à Genève, un à Bussigny et Leysin).

Au cours des trois premiers mois d'exploitation, l'Hôtel Ibis Budget Leysin a pu remarquer que ce segment marché attire aussi un public senior et familial. «La tendance est à un changement de segmentation», relève Alex Laukenmann, directeur des opérations Ibis en Suisse. L'Ibis Budget de Leysin se donne cinq ans pour être rentable et atteindre un taux d'occupation de 75%.



Photos Idd

L'Hôtel Ibis Budget de Leysin dispose de 47 chambres au confort simple et moderne.

Economies d'échelle: favoriser les synergies. L'exemple de l'Hôtel Cristal à Saignelégier

Une offre plurielle présente l'avantage de favoriser les synergies. Et donc de réaliser des économies. L'Ibis Budget de Leysin profitera de son vis-à-vis avec le Mercure Classic Hôtel en termes de personnel, ainsi que de son restaurant et de son centre de congrès. «Nous accueillons déjà de nombreux séminaires universitaires. L'Ibis pourra loger les étudiants et le Mercure les professeurs», imagine Jean-Marc Udriot, administrateur des deux hôtels.

A Saignelégier, l'Hôtel Cristal fonctionne lui-aussi selon ce modèle. Bâti comme complément au centre sportif (avec piscine et patinoire), le Cristal est un trois étoiles qui dispose d'un centre wellness-spa, fitness et six salles de conférence. «Nous profitons des synergies en termes de personnel, mais aussi de remplissage et d'exploitation. Ainsi nous chauffons notre spa grâce aux calories rejetées par la patinoire, ce qui nous permet d'économiser 100 000 francs par an»,

note le directeur André Willemin. Autre exemple: la réceptionniste de l'hôtel accueille en parallèle les visiteurs au centre de loisirs. La pluralité de l'offre couvre une clientèle aussi bien sportive, touristique que d'affaires, à des prix qui se veulent «nets et relativement avantageux» (98 frs la simple, 146 frs la double, 179 frs la triple). «Saignelégier n'est pas Gstaad! Et nous devons rester concurrentiels par rapport à l'étranger», considère André Willemin. **lb**

Une étude sur les lauriers du sport

Les grands événements sportifs rapportent, en particulier à l'hôtellerie. Cependant chaque événement n'est pas forcément lucratif: un nouvel instrument d'évaluation aide à effectuer la sélection.

GURDIN SCHLENZCEK

En Suisse, on dénombre 230 000 événements sportifs par an, dont 70 grands événements. Le chiffre d'affaires total s'élève à 1,2 milliards de francs, les 70 plus grands rapportant à eux seuls le quart de cette somme, soit 355 millions de francs. Et parmi ces derniers, les 17 événements sportifs les plus importants génèrent plus de la moitié. C'est ce qu'a montré une



Swiss-Image

Rendez-vous sportif à Crans: l'Omega European Masters.

étude de Rütter & Partner présentée la semaine dernière lors du séminaire «La promotion de la destination par les événements

sportifs», au Swissporarena à Lucerne. Ces 17 événements sportifs, parmi lesquels figurent entre autres le Tour de Suisse, Athletissima, l'Omega European Masters de Crans-Montana et le Concours Hippique International de Genève rapportent 200 millions de francs de chiffre d'affaires au total, dont 40% revient à l'industrie de l'accueil en tant que bénéficiaire principal.

Mieux encore: en termes de valeur ajoutée brute: «La part du lion revient à l'hôtellerie», dit Heinz Rütter de Rütter & Rütter, soit 54% sur un total de 75,3 millions de francs. En moyenne 90 000 personnes fréquentent l'un de ces 17 grands événements, et une personne sur cinq séjourne sur place. Heinz Rütter différencie les événements d'intérieur de ceux en plein air. Ces derniers ne rapportent pas seulement plus de

visiteurs (207 000 en moyenne), mais aussi plus de nuitées: près de 50 000 par événement pour à peine 20 000 pour les autres.

«En raison du grand nombre d'événements, il est d'autant plus important que les destinations choisissent ceux qui leur correspondent», a souligné le professeur Jürg Stettler de l'Université de Lucerne lors du congrès. «Idéalement, la stratégie de l'événement devrait découler de la stratégie de la destination.»

Jürg Stettler et Heinz Rütter proposent un instrument d'évaluation: l'«Event Management System». Outre la concordance stratégique, il faudra aussi re-

diquer l'importance économique. Jusqu'à maintenant seule la destination Engadine St-Moritz l'a expérimenté.

«Avec cet outil, nous disposons d'un vrai argumentaire pour l'attribution de fonds», explique Ariane Ehrat, CEO de la destination. «Ainsi, les trois quart des organisateurs respectent la décision prise, lorsqu'ils obtiennent moins qu'auraient pu.»

Le coût de cet outil: un forfait de base de 10 000 francs. Sans doute l'une des raisons pour laquelle si peu de destinations l'ont utilisé.

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

«La stratégie de l'événement devrait découler de la stratégie de destination.»

Jürg Stettler
Prof. de l'Université de Lucerne

Le canton de Fribourg s'active en matière de développement durable. La preuve avec une mesure d'encouragement concoctée avec l'Union fribourgeoise du tourisme.

MIROSLAW HALABA



Le canton supporte le projet de l'UFT dans le cadre de sa stratégie de développement durable.

En mode vert

L'Union fribourgeoise du tourisme UFT n'a pas oublié la signification de sa signature apposée au bas de la Charte du développement durable du tourisme suisse. Lors d'une séance d'information qui s'est déroulée la semaine dernière, l'UFT a présenté une mesure destinée à encourager les établissements hôteliers et parahôteliers à se doter d'une certification propre au développement durable.

Préparée en collaboration avec l'Etat de Fribourg, qui en assume le financement dans le cadre de sa stratégie de développement durable, cette mesure se traduit par la prise en charge des coûts d'audit. «Ce soutien porte sur la moitié de ces coûts, ainsi que sur la redevance annuelle due pour la première année, la somme totale ne devant toutefois pas dépasser 5000 francs», indique Christiane Delabays, res-

pensable du projet à l'UFT. Mais, cette mesure est une incitation.

«En deux jours, nous avons déjà reçu quatre formulaires d'intention.»

Christiane Delabays
resp. du projet à l'UFT

Aussi est-elle limitée à trois ans et à dix établissements. Son budget est de 45000 francs.

Deux labels spécifiques au développement durable sont pris en considération. L'Eco-label de l'Union européenne pour les services d'hébergement touristiques, tout d'abord.

Les entreprises qui désirent l'obtenir doivent remplir des critères portant notamment sur l'eau, l'énergie, la gestion, les déchets. A fin décembre, 435 établissements l'arboraient en Europe, dont 37 en Suisse. «Nous l'avons retenu car il est assez largement reconnu», note Christiane Delabays. L'autre label pris en considération est le fameux «Steinbock», le «label du bouquetin». D'origine grisonne, il apparaît depuis peu sous le nom de «ibex fairstay». Il est détenu par 61 établissements helvétiques. «Ce label est exclusi-

vement suisse, mais il recouvre les trois objectifs du développement durable, soit l'écologie, le social et l'économie», souligne la représentante de l'UFT.

La démarche de l'Etat de Fribourg et de l'UFT a rapidement eu un écho positif dans le canton où aucun des deux labels écologiques n'est encore attribué. «Jeudi, deux jours après la présentation, j'avais déjà reçu quatre formulaires d'intention, dont trois provenaient de prestataires qui envisagent d'obtenir les deux labels», dit Christiane Delabays. Direc-

Autre opération Les fruits d'Enjoy Switzerland

C'est une opération bien réussie que Fribourg Région, l'Union fribourgeoise du tourisme, a pu inscrire au bilan de l'année 2011 de son projet Enjoy Switzerland. En mars de l'an dernier, quelque 3000 bons cadeaux, offrant des possibilités de découvrir gratuitement des attractions touristiques, ont été distribués aux hôtes des stations de Charmey, de Moléson, de Schwarzsee et des Paccots. Le retour s'est révélé «très positif», puisque plus de 590 personnes ont fait valoir leur bon, soit un taux de 19,8%, alors qu'il s'élève en règle générale à 10%. Les stations participantes ont remercié leurs hôtes le 6 mars dernier dans une ambiance festive, en leur offrant une tasse de thé, du pain et du chocolat au pied des remontées mécaniques. mh

En bref

Suisse

Des skieurs bien présents sur les pistes



Swiss-Image

Les stations suisses profitent des bonnes conditions d'enneigement et de la météo clémente. Le mois de février a été nettement plus favorable que l'année dernière, avec une hausse de la fréquentation de 15%. Selon les relevés des Remontées mécaniques suisses, le chiffre d'affaires national a augmenté de 22% par rapport à février 2011.

Fribourg

**L'Hôtel Ermitage
vendu à un
Géorgien**

L'Hôtel Ermitage aux Paccots a bien été vendu la semaine dernière au Géorgien David Khidasheli (htr du 16.02.12). Le montant de la transaction, qui dépasse la valeur des actions (384000 frs) n'a pas été communiqué, note «La Liberté». Le nouveau propriétaire souhaite y investir plusieurs millions pour l'agrandir et en faire un 4 étoiles. lb

actuel – pour vous forger une opinion 10 semaines pour 29 francs

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

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

htr hotel revue

Tourisme. Pionniers. Le géographe Sandro Benedetti se consacre au développement du tourisme durable en Valais avec des projets de sentiers didactiques. Les frères Frei exploitent leur désir de nourriture végétarienne dans un cadre décontracté.



Sandro Benedetti
évoque un retour vers
les fondamentaux du
tourisme.

l'agent de voyage anglais Thomas Cook: «Le journal de sa cliente de 1863 Jemima Morel sert de fil rouge. De nombreux autres clients lui ont emboité le pas.» Pour lui, les mêmes questions se posent aujourd'hui: «Ces touristes anglais passaient d'abord et se sont installés peu à peu, amenant en station le confort des villes et ce avant que cela n'arrive dans les villes de montagne. Cela s'est fait de pair avec le développement des voies de communication.»

En évoquant la période actuelle Sandro Benedetti fait référence à la fin au tourisme de première génération et à la nécessité de repenser le tourisme en termes de patrimoine et de paysage: «Une constante».

Les habitants du village peuvent s'intéresser à cette offre

Les publics intéressés par cette diversification du tourisme sont nombreux. «Ils sont exigeants, ils veulent skier, profiter des bains, des caves, des produits du terroir, d'un hébergement de qualité, d'itinéraires et d'informations culturelles à la hauteur. Une offre qui sort de l'ordinaire, sans négliger le confort, le transport des bagages par exemple reste une donnée importante.» Mais ceux qui arpentent la Via Francigena avaient un maximum de kilomètres en un jour et recherchent un hébergement bon marché. Enfin, il s'agit aussi de satisfaire les habitants du village.

Les conséquences de l'initiative Weber sur le patrimoine

Le géographe note qu'au moment du lancement de «1, 2, 3 Chablais» les premiers intéressés furent les habitants des résidences secondaires. Sur l'initiative de Weber, il partage les constats et préoccupations quant à l'afflux de nouvelles constructions, mais est plus sceptique sur le texte. «Les Suisses ont plus voté avec le cœur qu'avec la tête. Cela peut s'avérer néfaste pour la sauvegarde de certains villages où d'anciens bâtiments ne retrouvent plus leur utilité comme résidences secondaires.»

Sandro Benedetti a toujours trouvé des oreilles attentives à ses préoccupations auprès de Suisse Tourisme, Valais Tourisme ou l'Office du tourisme valaisais (OTV). «La collaboration a toujours été positive, elle se fait de plus en plus concrète, par exemple entre Via Storia et Suisse Tourisme qui préparent un programme de promotion des itinéraires culturels.» Il se réjouit que ce ne soit plus considéré comme un marché de niche: «Ces itinéraires sont un des atouts de la Suisse.»

Sur les sentiers du sens

Sandro Benedetti prône un tourisme durable. Il contribue à sauver des voies historiques et invente des sentiers didactiques pour favoriser la diversité.

ALEXANDRE CALDARA

L'avenir du tourisme passera-t-il par un géographe spécialisé dans le développement durable du tourisme alpin et les projets de valorisation du patrimoine? La question semble provocante. Pourtant, l'autre jour à Chamonix, on n'a pas hésité à demander à Sandro Benedetti, parmi d'autres spécialistes, des recettes pour réinventer le tourisme. Pour lui, partant du constat que plus qu'un visiteur sur quatre pratique le ski, les stations cherchent à se diversifier pour faire plaisir à tous les membres de la famille.

Et pourquoi alors ne pas miser sur la pureté de l'air, les gorges, les glaciers, les montagnes, les habitants? «Il faut revenir aux fondamentaux du tourisme: la découverte, l'aventure, l'expérience originale», souligne le géographe.

Informier et sensibiliser s'imposent comme maîtres mots.

Lorsque Sandro Benedetti doit choisir un thème de mémoire en lettres à l'Université de Lausanne, il s'oriente vers le tourisme et le sentier didactique. «Ma famille tient le restaurant le Central de Finhaut depuis 1913, mon père est arrivé en Suisse pour la construction du téléphérique du petit Cervin en 1960. Cela me semblait naturel de m'intéresser au tourisme alpin, dont l'élément fondamental a toujours été le paysage.» Les destinations de montagne prennent conscience de l'importance de valoriser leur patrimoine: «Il faut reconsidérer la

beauté et la richesse qui se trouvent sous nos yeux, avant de construire ex nihilo. On veut parfois mettre la cerise, alors que le gâteau s'effrite.»

«Il faut reconsidérer la beauté qui se trouve souvent sous nos yeux.»

Sandro Benedetti
Spécialiste en tourisme durable

Aussi géographe indépendant

Dès la fin de ses études, il mène en parallèle une activité de géographe indépendant et devient collaborateur scientifique de Via Storia (Centre pour l'histoire du trafic). Il réalise des sentiers et expositions à thèmes et accompagne des projets de développement durable et de planification touristique, notamment en lien avec l'agenda 21 des communes. Récemment mandaté par Salvan

pour un état des lieux du territoire, il évoque un bassin de compensation CFF des années 1920, «un chef-d'œuvre du béton armé». Ou encore des gravures de l'âge du bronze, une ancienne carrière et des espèces végétales rares. «On ne nous apprend plus à l'école à distinguer les richesses d'un territoire.»

La reconstitution du récit historique fait partie de l'itinéraire

Pour Via Storia, il réalise l'inventaire fédéral des voies historiques pour les cantons du Valais et de Vaud. Aujourd'hui, il se charge de l'application de cet inventaire: de préserver, de sauvegarder et de valoriser les chemins existants. La reconstitution du récit historique fait souvent partie de l'itinéraire. Sandro Benedetti cite l'exemple de la Via Cook en référence à

La verte légèreté d'une cuisine de poids

Savourer la meilleure des cuisines végétariennes dans une atmosphère décontractée: jusqu'à ce jour, le concept «Tibits» des frères Frei, imaginé en 1998, est toujours sans concurrence.

KARL JOSEF VERDING

«Tibits» est dérivé du mot anglais «tidbits» pour «friandises». Le nom du restaurant self-service sert de devise pour une nourriture végétarienne et des boissons savoureuses, fraîches et saines. La combinaison d'une nourriture pesée et payée au poids fut à l'époque une première mondiale. Ce concept de restauration rapide avec des recettes végétariennes hautement élaborées est un vrai succès.

Les frères Reto, Christian et Daniel Frei remportent en 1998 le concours «Venture» organisé par l'EPFZ et la société McKinsey, pour la meilleure idée d'affaire et le meilleur business plan. Ils se sont lancés dans cette compétition sans projet concret d'entreprise. Rapidement, ils exploitent leur propre désir de nourriture végétarienne à savourer dans une atmo-

sphère décontractée. La suite: un article consacré aux lauréats incite Rolf et Marielle Hilt, propriétaires du plus ancien restaurant végétarien d'Europe (1898), à contacter les frères Frei. Une alchimie s'installe grâce à une parfaite complémentarité.

Echange de bons procédés avec un partenaire de renom

Les Hilt et les frères Frei fondent alors une société à 50:50, en développant le concept. «Dès le début du projet, nous voulions nous associer à un partenaire actif dans la restauration», explique Reto Frei. Les deux entreprises familiales fonctionnent indépendamment, mais échangent régulièrement leurs expériences: «Une fois par mois nous nous rencontrons pour un «food panel»,



Les frères Daniel, Christian et Reto Frei, patrons du «Tibits».

échangeons de nouveaux développements et dégustons», rapporte Reto Frei.

Aujourd'hui, il y a cinq «Tibits» en Suisse - deux à Zurich, un à Bâle, Berne et Winterthur - et un à Londres. Si les propriétaires ne communiquent ni leur chiffre d'affaires ni leurs marges, ils ne cachent pas avoir choisi des em-

placements particulièrement top, comme en gare de Berne, et que les tables sont occupées en moyenne dix fois par jour. Et ce, bien que 90% de leurs clients ne soient pas végétariens du tout.

La cuisine végétarienne au-delà des préjugés

«Chaque bon restaurant est un concurrent pour nous», relève Reto Frei. «La cuisine végétarienne est devenue populaire ces dix dernières années. Nous devons toutefois nous donner beaucoup de peine: il y a encore de puissants préjugés, d'où la nécessité d'être créatifs et alléchants, à l'opposé d'une cuisine végétarienne précédemment austère et anti-plaisir.» Prochain objectif: Lucerne, où ils cherchent un emplacement depuis longtemps.

Au début de leur aventure, les trois frères étaient de nouveaux venus dans le secteur de la restauration. Ingénieur EPFZ de formation, Reto est responsable de la stratégie marketing, des produits, des nouveaux développements, de la planification des recettes et s'occupe du restaurant de Londres. Daniel a étudié l'économie à l'Université de Saint-Gall. En tant que CEO, il assume la direction générale des établissements, du recrutement avec le directeur du personnel et de l'encadrement. Enfin, Christian professeur d'anglais et d'allemand, est en charge du design et de l'aménagement. Il a également conçu la formation continue du personnel.

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un texte en page 8



Swiss Wine Promotion travaille désormais avec l'agence de communication MHD sur l'alliance avec les fromages du terroir.

Divorce à la suisse

Depuis cette année, Swiss Cheese Marketing ne s'occupe plus du dossier de Swiss Wine Promotion. Les vins suisses font leur promotion en leur propre nom. Ils seront l'hôte d'honneur d'Arvinis.

PIERRE THOMAS

A gauche, Swiss Cheese Marketing, qui pèse 44 millions de francs, pour la promotion des pâtes dures et molles helvétiques à l'export (Italie, France, Allemagne, Espagne, Belgique...). A droite, Swiss Wine Promotion

(SWP), l'émanation des offices régionaux des vins des six régions vitiviniques, de l'Interprofession de la vigne et des vins suisses (IVVS) et de la société des exportateurs (SWEA), qui gère pour quelque 6 millions de francs de projets de promotion, là où ils se vendent, donc en Suisse à 99,4% (0,6% d'exportation).

Durant six ans, après le «grouding» de Swiss Wine Communication, les promoteurs du fromage ont repris les activités, administratives et comptables, de la promotion des vins suisses. Les partenaires, liés par une convention, se sont séparés à fin 2011, à la demande des «fromagers».

Ces derniers, avec le franc fort et la concurrence sur les marchés étrangers, doivent se concentrer sur leurs produits phares. Mais la séparation s'est faite à l'amiable, assure David Escher, directeur de Swiss Cheese Marketing: «On

part en excellent terme: j'ai réussi à redorer le blason des vins suisses à Berne. Et je continue à penser, comme au début, que le mariage vins et fromages est, à la base, excellent. Nous restons à disposition des vigneronnes pour des actions communes.»

Un nouveau partenaire: MHD, une agence de communication

Swiss Wine Promotion, présidé par le négociant valaisan Jacques-Alphonse Orsat, a dû trouver un nouveau partenaire, l'agence de communication MHD, du groupe Omnicom Media. Son représentant à Carouge-Genève, Sébastien Fabbri, familier des dossiers des vins valaisans et suisses, a été nommé secrétaire général de Swiss Wine Promotion. «La Confédération a aussi souhaité un seul interlocuteur par branche pour un contrôle centralisé des comptes», explique

Thierry Walz, vice-président de l'IVVS et de SWP et cheville ouvrière de la SWEA.

Tous les dossiers susceptibles d'être cofinancés par l'Office fédéral de l'agriculture, y compris ceux de Vinea à Sierre, passeront par le «filtre» du nouveau secré-

taire général. Sur un budget de 6 millions de francs pour la promotion des vins suisses, la Confédération devrait contribuer à hauteur maximum de 2,5 millions de francs, à titre de «promotion des ventes».

Sa participation se négocie projet par projet. Et l'OFAG vient d'engager une nouvelle collaboratrice pour ces dossiers, Regula Stucki-Meier. Cette année, à nouveau, le «gros morceau» de la promotion des vins suisses se concentrera sur la campagne liant les vins au savoir-faire helvétique.

En Suisse alémanique, principalement, des annonces paraîtront dans la presse et une campagne d'affichage redémarrera, en mai, puis en novembre. A elle seule, cette opération mobilise 2,5 millions de francs, financés paritairement par la branche et la Confédération.

«Une grande chance pour le salon Arvinis de Morges»

Par l'entremise de SWP, «des vins suisses» seront les hôtes d'honneur du 17e salon grand public (20 000 visiteurs), Arvinis, à Morges, du 17 au 23 avril prochain.

Diverses animations, comme des dégustations axées sur les vins indigènes, une librairie sur les vins suisses, mettront l'accent sur ce thème généraliste. Pour Philippe Fehlmann, organisateur avec sa femme Nadège, si le salon est ouvert à tous les vins du monde, «dès la première édition, la majorité de la centaine d'exposants ont fait déguster au public des vins suisses. Mais c'est une grande chance pour le salon Arvinis de les avoir comme hôte d'honneur.»

www.arvinis.com

Pêle-mêle

Un nouveau membre romand à la Guilde

Le Café du Basset, à Clarens est le 24e membre romand à la Guilde suisse des restaurateurs-cuisiniers (environ 350 en Suisse alémanique). Il bénéficie de deux couronnes sur un maximum de quatre dans le guide 2012-2013. Une catégorie qui regroupe les restaurants traditionnels et réputés proposant une cuisine classique bien établie. Carmen et Ivo Ostinelli sont installés à Clarens depuis 2009.

www.gilde.ch

Lausanne bien dans son corps dansé



Dès demain et jusqu'au 28 octobre Lausanne expose sa vision de la danse avec «En corps». Un foisonnement d'objets ainsi qu'une installation vidéo, permettront d'entrer dans l'intimité de la création, grâce à la saisie de répétitions par webcam. Une histoire riche: de l'arrivée de Diaghilev à l'accueil du Béjart Ballet sans oublier les 40 ans du Prix de Lausanne. Les propositions artistiques bouillonnent sur les scènes vaudoises. aca

www.lausanne.ch/mhl

Ambassadeur du printemps

L'hiver est à peine terminé que déjà on le sent partout: l'ail des ours. Dans la gastronomie aussi l'ail sauvage est en vogue, des mets expérimentaux aux desserts.

LAURA NUSSBAUMER

Chez Simon Ragaz, fondateur de «Ragaz Catering», la saison de l'ail des ours a commencé. Chaque année, à partir de mars, il choisit sa clientèle avec son pesto maison. Parfumé, il est très apprécié. «Mais il en faut peu», relève Simon Ragaz, en évoquant l'arôme puissant de l'ail des ours.

Annunciateur du printemps, sa saison est brève, de février-mars à mi-juin, quand ses fleurs apparaissent. Plante herbacée de la famille des Alliaceae, il est apparenté à la ciboulette, à l'ail et à l'oignon.

Attention, avant la floraison, il présente une forte ressemblance avec le muguet, le colchique ou les jeunes feuilles d'arum. Ces plantes étant toxiques, mieux vaut être très prudent lors de la cueillette. Mais pour cela il suffit d'utiliser son nez, son odeur d'ail

le distinguant clairement des trois autres plantes.

Chez les Romains, l'ail des ours était une plante très populaire grâce à ses effets curatifs. Même aujourd'hui, il est utilisé pour soulager les maux d'estomac et les troubles digestifs. Et pour récupérer plus rapidement en cas de fièvre, d'asthme ou de rhumatismes. En raison de sa teneur en vitamine C, c'est aussi un fortifiant. Selon une légende, les ours en consommaient afin de se requinquer après leur longue hibernation. D'où son nom d'ail des ours. Pour conserver ses effets bénéfiques, il faut le consommer frais. Il peut aussi être congelé ou séché.

Depuis longtemps, l'ail des ours est présent sur les cartes des restaurants et bien décidé à le rester. En pesto, soupes ou pâtes, rien d'exceptionnel, mais en dessert? Eh oui, cela existe déjà. Par exemple, à l'Alpenblick, à Wilderswil. Dès le 28 mars, le propriétaire Richard Stöckli propose quelques créations exotiques de son cru. «Il est prévu d'inclure un sorbet à l'ail des ours avec une

salade de fraises marinées», révèle Richard Stöckli dont la table a obtenu cette année 16 points au Gault Millau.

Le chef utilise quelque 20 kilos d'ail des ours par saison qu'il achète chez Jametti AG à Interlaken, une entreprise familiale centenaire, qui fournit le secteur de la restauration dans l'Oberland bernois. Joseph Jametti, 3e génération à la tête de la société, vend chaque année de 60 à 100 kg d'ail des ours, bien que lui-même ne l'aime guère.

«Un sorbet à l'ail des ours avec une salade de fraises marinées se prépare.»

Richard Stöckli
Chef de l'Alpenblick à Wilderswil

«Chez nous, on travaille toujours avec des herbes fraîches, cueillies à la main le jour même, parfaitement lavées et utilisées dans les deux jours», précise Ruth Stettler-König. Outre leur fameux fromage, les Stettler proposent aussi de la fondue, du beurre et du fromage de chèvre à l'ail des ours.

Adaptation Française Zimmerli
sur la base d'un texte en page 17

ANNONCE

AIMERIEZ-VOUS TESTER MASTRO LORENZO GASTRONOMIA DANS VOTRE ENTREPRISE?
Contactez-nous. Nous vous conseillerons avec plaisir!

Tél: 058 440 62 82, E-Mail: gastronomie@kraftfoods.com
PRODOTTO IN ITALIA | WWW.MASTROLORENZO.CH

MASTRO LORENZO
GASTRONOMIA



«Il faut dépasser le stade d'une croissance prédatrice. Ecologiser les transports, l'habitat, l'urbanisation...»

Hubert Védrine Ancien ministre et essayiste français.



L'ancienne usine électrique de La Chaux-de-Fonds a été l'écrin pour de nombreuses créations des apprentis de Suisse romande et du Tessin.

Photos Idd

Les apprentis apprennent

A La Chaux-de-Fonds, Jérémy Schambacher a remporté samedi la 14ème édition du «Poivrier d'argent». Jérémy Clerc occupe le 2ème rang et Bettina Buechi le 3ème.

VALÉRIE MARCHAND

Organisé samedi dans l'ancienne usine électrique de La Chaux-de-Fonds, le «Poivrier d'argent», un concours gastronomique de haut niveau, a attiré près de 300 personnes. Pour cette importante manifestation, gérée par le Centre professionnel du Littoral neuchâtelois, un jury très exigeant a été sélectionné dont le chef Georges Wenger du Noirmont. Les gestes précis et affirmés de Jérémy Schambacher du Café des Négociants de Carouge (GE) lui ont permis de se hisser au premier



Jérémy Schambacher, meilleur apprenti cuisinier de Suisse romande, entouré de Jérémy Clerc et de Bettina Buechi.

rang et il devient ainsi le meilleur apprenti cuisinier de Suisse romande et du Tessin. Il est suivi de

Jérémy Clerc qui travaille à l'Hôtel de Ville de Rue (FR) et de Bettina Buechi formée à l'Albergo Dellago de Mellide (TI).

«Je suis très nerveuse, mais je vis un stress très positif», a déclaré Bettina, seule tessinoise en lice, durant la préparation de son repas. Pour analyser les qualités des futurs professionnels dont la formation se termine au mois de juin, le dessert a été tiré au sort le matin même. Il s'agissait de réaliser un Saint-Honoré. «Confectionner un tel dessert n'est pas facile, mais il peut être présenté de

manière très originale», estime Yves Pelletier, le doyen du secteur alimentation, restauration et intendance de l'Ecole des arts et métiers du Centre Professionnel du Littoral neuchâtelois. Pas simple non plus pour les candidats de cuisiner pendant cinq heures sans se laisser déconcentrer. Cependant, ils étaient bien préparés au défi qui les attendait. «Je me suis exercée pendant plus de deux mois pour affronter



conours.

Cette manifestation très bien organisée a démontré que les apprentis de troisième année étaient déjà de véritables professionnels.

La confiserie était à l'honneur dimanche.

Rochat: enchères et en os

Liquidation caritative sur le net pour Philippe Rochat qui si près des étoiles se déleste de quelques maillots et autres myriades de Miró. Un dernier repas de gala à Crissier.

ALEXANDRE CALDARA



Les casseroles de Philippe Rochat sont mises en vente.

Le 31 mars sera une date marquante pour l'Hôtel de ville de Crissier. A 59 ans et après 32 ans passés à cultiver l'excellence de Frédy Girardet et à innover en douceur, Philippe Rochat y mûrira son dernier récital. Une cérémonie si courue, que le chef a décidé de mettre au enchères sa dernière table de huit personnes. Les prémices de la cène en salle se dérouleront sur eBay au profit de la Fondation Franziska Rochat Moser qui encourage les vocations sportives et la Fondation Fond'action qui soutient des institutions de recherches médicales contre le cancer. Emulsions garanties.

Et la vente virtuelle ouverte jusqu'au 29 mars à minuit ne s'arrêtera pas là. Le grand chef

vendra aussi la veste de son dernier service. Et de nombreux objets de son restaurant notamment une partie de la célèbre vaisselle Bernardaud illustrée par Joan Miró. Les casseroles en cuivre gravées au nom du restaurant font aussi partie des lots.

Autres objets de cette vente: des maillots dédiés par des icônes du sport, comme celui du numéro 10 argentin Diego Maradona ou un petit jeune de Lance Armstrong et que dire d'un gant s'il a appartenu à Michael Schumacher. Tous ces objets de culte paient d'ailleurs parés par des sportifs alléchés par les hautes cimes de la gastronomie.

Dès le premier avril, le Français Benoît Violier prendra la tête de cet établissement d'une cinquantaine d'employés. Il faudra attendre la saison pour retrouver le râble de lièvre fondant, de cet auteur prolifique d'essais sur la chasse. Quant aux mythiques œufs en surprise à l'italienne de maître Frédy, ils ne devraient pas quitter leur nid.

Changement de chef à la tête des brigades du Palace

Frédéric Breuil (photo) est le nouveau chef exécutif du Montreux-Palace, succédant à Franck Page. D'origine française et riche d'une expérience de plus de 30 ans, Frédéric Breuil est en charge de la cuisine principale du palace et dirige les brigades de La Brasserie, du Harry's, de La Terrasse du Petit-Palais, du Willowstream Café et des banquets. Agé de 46 ans, Frédéric Breuil a débuté sa carrière en 1981 au sein des Relais et Châteaux. De 1994 à 1997, il passe



Photos Idd

sous-chef à l'Intercontinental de Dubaï, puis au Shangri-La de Djakarta. Il rejoint ensuite la chaîne Intercontinental à Beyrouth, Doha et Varsovie. Après un passage au Badrutt's à St-Moritz, il crée sa propre enseigne F & B, avant d'arriver à Montreux.

Les gens

Deux nouveaux représentants pour les filiales de ST

Adrien Genier (photo) a été nommé responsable de Suisse Tourisme (ST) pour le Brésil. Cet économiste d'entreprise et titulaire



d'un MBA en gestion touristique a été assistant scientifique à l'Ecole hôtelière de Lausanne en 2004, avant de devenir directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme. Parallèlement, il a été membre du Comité de l'Office du tourisme du canton de Vaud. Adrien Genier sera en poste à São Paulo dès le 1er avril 2012. Suisse Tourisme a également nommé Ivan Breiter en tant que responsable pour l'Asie du Sud-Est. Ivan Breiter travaille chez ST depuis 1999; il a été en charge du Canada et du centre des Etats-Unis, puis du marché belge et luxembourgeois. Il prendra ses fonctions à Singapour le 1er juin.

Directeur général pour Relais & Châteaux

Jean-François Ferret (photo) a été nommé nouveau directeur général de Relais & Châteaux. Ce Français de 49 ans est diplômé de l'Esse Business School de Paris et dispose d'une vaste expérience dans le domaine de la direction générale notamment auprès de Thomas Cook France, Manpower France et Hertz. Il bénéficie aussi d'une forte expertise dans le domaine des services. Depuis le début de l'année, il seconde Jaime Tapiés, président international



de Relais & Châteaux, et assure la gestion des activités internationales de l'association. Il est responsable des activités marketing et commerciales au service de la marque et apporte le soutien nécessaire aux 518 établissements membres dans 60 pays.

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Schweiz

Le principal marché de l'emploi

Osterausgabe Nr. 15/2012
erscheint am Do. 12. April 2012
Anzeigenschluss: Do. 5. April 2012, 9 Uhr

htr hotel revue Nr. 12 / 22. März 2012

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Auf Stellensuche?
Zählen Sie auf unsere Erfahrung
– wir zählen auf Sie!

Active Gastro Eng GmbH
www.activegastro.ch

Gesucht: Eierbecher
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Hotelfinden!



www.swiss-hotels.com



Auch unterwegs.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....	2
Kader.....	3-5
Tourismus.....	5
Deutsche Schweiz.....	5-8
Suisse romande.....	8
Svizzera italiana.....	8
Stellengesuche/Demandes d'emploi.....	9
Immobilien.....	9

Arbeitsrecht

Ein Arbeitszeugnis
richtig formulieren
will gelernt sein.
Dabei gilt es,
verschiedene
Aspekte besonders
zu beachten.



Arbeitszeugnisse



ANNETTE RUPP
PROJEKTLITERIN
RECHTSDIENST
WWW.HOTELLERIESUISSE.CH

Gemäss OR Art. 330a kann der Mitarbeitende vom Arbeitgeber jederzeit ein Zeugnis verlangen, das sich über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses sowie über seine Leistungen und sein Verhalten ausspricht. Auf besonderes Verlangen des Mitarbeitenden hat sich das Zeugnis auf Angaben über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses zu beschränken, was einer Arbeitsbestätigung entspricht.

Wahrheitspflicht

Die Wahrheitspflicht steht über dem Wohlwollen, auch wenn das Arbeitszeugnis das berufliche Fortkommen des Mitarbeitenden schützen soll. Entgegen der häufig vertretenen Meinung gehören auch Negativäusserungen in ein Zeug-

nis. So müssen beispielsweise strafrechtliche Verfehlungen (welche in Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis stehen), Trunkenheit am Arbeitsplatz oder Missachtung von Weisungen des Arbeitgebers im Zeugnis erwähnt werden. Erwähnt werden müssen also Vorfälle oder Verhaltensweisen, die gravierenden Einfluss auf die Leistung des Arbeitnehmers haben. Wird ein Mitarbeitender entlassen, weil er Waren entwendet hat, muss dies im Zeugnis erwähnt werden. Dies deshalb, weil der Arbeitgeber gegenüber zukünftigen Arbeitgebern, für den korrekten Inhalt des Zeugnisses haftet. Nicht erwähnt werden dürfen folgende drei Punkte: Krankheiten oder Angaben über den Gesundheitszustand, die keinen wesent-

lichen Einfluss auf die Leistung und das Verhalten des Arbeitnehmers am Arbeitsplatz hatten; Beanstandungen und negative Beurteilungen, welche während des Arbeitsverhältnisses nie geäußert wurden sowie einzelne Vorkommnisse, die nicht typisch für das Verhalten des Arbeitnehmers im Arbeitsverhältnis waren. Wir empfehlen, im Arbeitszeugnis zuerst die positiven Eigenschaften des Mitarbeitenden hervorzuheben. Allfällige Negativpunkte werden anschliessend klar, jedoch in gemässigten Worten umschrieben.

Schlussformulierung und Codes

Das Zeugnis muss über den Umstand des Austritts nichts enthalten, ausser es

sei für das Gesamtbild notwendig, wie beispielsweise bei einer gerechtfertigten fristlosen Entlassung. Dankesworte oder Zukunftswünsche sollten dann geschrieben werden, wenn sie ehrlich gemeint sind und die Leistungen dementsprechend erbracht worden sind.

Die Zeugnissprache oder die so genannten Codes werden nach wie vor sehr häufig verwendet (Zufriedenheit, volle Zufriedenheit, vollste Zufriedenheit). Die rechtlichen Anforderungen an das Arbeitszeugnis sind jedoch eindeutig: Das Zeugnis muss klar formuliert sein. Eine besondere Zeugnissprache und Codes sind deshalb rechtlich nicht zulässig. Wir empfehlen deshalb auf dem Zeugnis den Vermerk «dieses Zeugnis ist nicht codiert».

22.

T F A
TOURISMUS
FORUM
ALPENREGIONEN

Destinationen & Skigebiete
in intelligentem Design

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

grischconsulta AG · Tel. +41 (0)81 354 98 00

new colors in tourism

Programm & Online-Anmeldung unter www.tourismusforum.ch

Das
intensiv-
seminar

GASTROSUISSE

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. 0848 877 111, www.gastrosuisse.ch

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag,
in kleiner Gruppe und Unterbringung
in Einzelzimmer, total 499 Euro.

Wein und Küche, Kurs 699 Euro

Scuola Toscana, Via dei Benci 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039 055 244 583
www.scuola-toscana.com

Die Stellenplattform für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren
Traumjob
mit hoteljob.ch!

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

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang Bankett	Region Zürich	J42728
Barmitarbeiter/in	Region Bern	J42742
ServicemitarbeiterIn / RestaurantleiterIn	Region Bern	J42745
Gastgeberpersönlichkeit	Region Ostschweiz	J42824
Restaurationsfachmann	Region Neuchâtel/ Jura	J42880
Chef de Rang	Region Zürich	J42919
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J42933
Serviceaushilfen	Region Zürich	J42925
Praktikant/in Restauration	Region Mittelland (SO,AG)	J42937
Restaurationsfachmann/-fachfrau	Region Bern	J42942
Betriebsleiter/in	Region Bern	J42940
Saalservice-Mitarbeiter/in	Region Bern	J42944
Chef de Service	Region Zürich	J42964
Restaurationsfachangestellte/r	Region Zürich	J42965
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J42959
Servicefachmitarbeiter/-in	Region Zentralschweiz	J42591
Restaurantleiter	Region Bern	J43010
Chef de rang	Region Zürich	J43004
Servicemitarbeiter/-in	Region Zürich	J43017
2. Chef de service	Region Oberwallis	J43039
Chef de service Gourmet	Region Zentralschweiz	J43037
Chef de service	Region Bern	J43041
Service-Praktikant/in	Region Bern	J43095
Servicemitarbeiter	Region Zürich	J42014
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J42041
Chef de Bar	Region Bern	J43100
Chef de Rang	Region Zentralschweiz	J42042

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Floristin	Region Bern	J42521
Gouvernante	Region Zürich	J42921
Hausdame	Region Graubünden	J42862
Stv. Gouvernante	Region Bern	J42945
Etagengouvernante	Region Zürich	J42734
Gouvernante	Region Graubünden	J42570
Assistant Executive Housekeeper	Region Oberwallis	J43114
Verkaufsleiter/in	Region Zürich	J42174
Sales Manager	Region Ostschweiz	J42821
Cluster Director of Sales	Region Basel	J42748
Sales Manager Bankett & Seminar	Region Zürich	J43042
Sales Manager	Region Zürich	J42705
Sales Manger	Region Zürich	J42175
Marketing Manager Assistant	Region Oberwallis	J42578
Marketing Manager	Region Oberwallis	J42577
Sales & Marketing Coordinator	Region Zentralschweiz	J43013
Sales Manager Hotelkonzern	Region Zürich	J42957

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Verkaufsleiter/in Event national	Region Zentralschweiz	J42946
Kaufmännische Angestellte (Réc. Erf.)	Region Oberwallis	J42900
MitarbeiterIn Verkaufsabteilung	Region Zürich	J42906
Marketing & Sales Praktikant	Region Graubünden	J43030

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Spa Praktikant	Region Graubünden	J43028
Spa Therapeut/ Kosmetiker	Region Bern	J43091
2. Wellness Manager	Region Graubünden	J42573
Beauty Leiterin	Region Zentralschweiz	J42468
Kosmetiker/in	Region Oberwallis	J42529
Masseur	Region Graubünden	J42668
Kosmetikerin / SPA Réceptionistin	Region Bern	J43101
Kosmetikerin	Region Oberwallis	J43025
Kosmetikerin & Spa Receptionistin	Region Bern	J43026
Kosmetikerin	Region Zentralschweiz	J43029

Bäcker-Konditoren

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Bäcker-Konditor	Region Graubünden	J42616
Pâtissier für Altersresidenz	Region Basel	J42430
Mitarbeiter Naturbäckerei (60%)	Region Zürich	J42982

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Human Resources Praktikant	Region Graubünden	J43031
Human Resources Manager	Region Basel	J42569
Personalverantwortlicher	Region Basel	J42436
Direktionssekretärin	Region Bern	J42385
Leiter Human Resources ZH	Region Zürich	J42993

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2768	Alleinkoch oder Koch	56	DE	per sofort	D E
B1361	Alleinkoch/ Sous-Chef	44	CH	per sofort	D
B2707	Allrounder Hotellerie	47	GB	per sofort	D F E
B1972	Assistentin GL/Team-Assistentin/Projektleitungsass./Sekretariat	30	CH	per sofort	D F E
B2720	Betriebsleiter / Gastgeber	53	FR	per sofort	D F E
B2794	Executive Küchenchef / Küchenchef	42	CH	per sofort	D F E
B2599	F&B, Sales,Küche	31	CH	per sofort	D F E
B2430	Front Office	24	MV	per sofort	D E
B1144	Front Office/Events/Reservations Management	30	CH	per sofort	D F E ES
B29	Hotelfachmann/ Mittleres Kader/ Chef de Service	31	DE	per sofort	D E
B1374	Küchenchef	54	CH	per sofort	D F E
B2809	Küchenhilfe	27	CH	per sofort	D
B2793	Restaurationsleiter / Chef de Service / Service	56	CH	per sofort	D F E
B2780	Rezeption / Reservierung / Verkauf	35	DE	per sofort	D F E
B2402	Réceptionistin / Seminarkoordinatorin / Sachbearbeiterin Admin.	31	CH	per sofort	D F E
B2709	Tourismus	27	CH	per sofort	D E CN
B2702	Verkaufs- und/oder Marketing-, Bereichs-, Geschäftsleitung	42	CH	per sofort	D F E
B1850	Vize Direktor, Director F&B, F&B Manager	43	CH	per sofort	D F E

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

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

Stand per 19.3.2012. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsdossiers finden Sie auf www.hoteljob.ch


**CRESTA
PALACE**

Chef de réception

Wir suchen eine junge, engagierte Persönlichkeit, welche mit Herzblut und Freude die Position als Chef de réception in unserem traditionsreichen Haus übernehmen möchte.

Ein erfüllter Arbeitstag bedeutet für Sie Gäste kompetent zu betreuen und Wohlfühlumföhere schaffen, Mitarbeiter führen, administrative Herausforderungen lösen und mit offenen Augen im Unternehmen zu agieren. Wenn Sie sich selbst als Organisationstalent sehen, selbständiges und verantwortungsvolles Arbeiten gewohnt sind und Sie sich in einem gut eingespielten, dynamischen Team wohlfühlen würden... dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

CRESTA PALACE, CH-7505 Celerina/St. Moritz
T +41 (0)81 836 56 56, www.crestapalace.ch

das Berggütel

Spannende Position für «Experts in Sachen Hauswirtschaft»

Willkommen bei unserem Auftraggeber, ein Juwel unter den führenden europäischen 5-Sterne-Superior-Hotels; optimal gelegen in einer weltbekannten Top Resort Destination der Deutschschweiz. Mit den Aspekten des Themas «Schöner Wohnen» sind Sie bestens vertraut! Gemeint sind das geschulte Auge fürs Detail und Sinn für Ästhetik. Im Rahmen spannender Umbau- und Renovationsprojekte organisatorische Aufgaben zu übernehmen könnte Sie reizen.

30–40 Mitarbeitende unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich inkl. zwei bis drei Assistant Executive Housekeepers. Mit Ihrem Team stellen Sie hohe Qualitätsansprüche sicher und setzen Akzente in den Bereichen Einkauf, Schulung, Hofa-Ausbildung und Nachwuchsförderung. Sie pflegen engen Kontakt zu den Verantwortlichen für Rooms Division, Réception, F & B, Pool, Wellness & Spa. In Entscheidungsprozesse werden Sie mit einbezogen und erhalten grosszügigen Freiraum.

**Executive Housekeeper m/w
in einem der attraktivsten Luxushotels der Schweiz**

Ziel der Stelle: Verantwortung für die gesamte Hauswirtschaft. Dabei sind Ihnen die Einhaltung der Standards sowie Planung, Führung, Kontrolle und Einsatz der Mittel wichtig. Sie berichten direkt an die Direktion. Beispiele attraktiver Zusatzaufgaben: Einmal wöchentlich Übernahme des Managers on Duty oder persönliche Anwesenheit als Mitglied des Kadern bei Events, Apéros und anderen guten Gelegenheiten dem Gast persönlich zu begegnen.

Sprachliche Gewandtheit – idealerweise D/E/L, evtl. F – bringen Sie mit, weitere Sprachkenntnisse willkommen. Erfahrung aus der Luxushotellerie und Hauswirtschafts-Praxis sind ein «Must». Trotz saisonaler Strukturen sind Sie ganzjährig mit grosszügigen Ferienregelungen engagiert. Der Eintritt wird flexibel gehandhabt: Per sofort möglich oder später nach Vereinbarung. – Interesse? Dann sind wir gespannt auf Sie. Am besten vorab CV/Foto per Mail einreichen oder ganz einfach anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger

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


**Arosa
BERGBAHNEN**

Können Sie sich einen schöneren Arbeitsplatz vorstellen als die Berge von Arosa in der einzigartigen Atmosphäre einer international bekannten Ferien-destination? Lernen Sie das nebelfreie Arosa von der sonnigen Seite kennen.

Die Arosa Bergbahnen AG betreibt im Schneesportgebiet vier bediente Bergrestaurants und im Dorf zwei Beherbergungsbetriebe. Wir suchen auf September 2012 oder nach Vereinbarung eine gewinnende, kundenorientierte und integere Persönlichkeit als

■ **Bereichsleiter/Bereichsleiterin
Gastronomie/Beherbergung**

In dieser vielseitigen Funktion führen Sie den Geschäftsbereich nach betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Grundsätzen sowie mit einem hohen Qualitäts- und Verantwortungsbewusstsein. Zufriedene Gäste stehen für Sie und Ihre Betriebsleiter an oberster Stelle und sind Ihr täglicher Ansporn. Die Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit liegen im Sicherstellen reibungsloser Geschäftsabläufe, der Koordination des gesamten Wareneinkaufs, inklusive Verhandlungen mit Lieferanten, und der optimalen Organisation der Gastro- und Beherbergungsbetriebe.

Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung in der Hotellerie/Gastronomie, Fachwissen in der Gastro-Buchhaltung, sehr gute Führungsqualifikationen und mehrjährige Berufserfahrung mit. Sie stehen ein für ausgeprägtes gästerorientiertes, selbstständiges Denken und Handeln und überzeugen durch Ihr Verhandlungsgeschick. Ihr Kommunikationsstil ist überzeugend, Ihr Auftreten gewinnend und zuvorkommend. Sie sind versiert in der Personalführung, im Umgang gegenüber internen Anspruchsgruppen und externen Partnern sind Sie äusserst dienstleistungsorientiert und überraschen immer wieder mit neuen Ideen und Konzepten.

Eine motivierende und zupackende Führungspersönlichkeit mit hoher Einsatzbereitschaft, Flexibilität und Belastbarkeit erwartet eine spannende Aufgabe in einem besonderen Arbeitsumfeld. Sie freuen sich auf Ihren neuen Wohn- und Arbeitsort zwischen 1'800 m. ü. M. bis 2'653 m. ü. M. Wenn Sie auf der Suche nach einer breitgefächerten Herausforderung sind und Ihre hohe Sozialkompetenz zur Entfaltung bringen wollen, finden Sie bei der Arosa Bergbahnen AG die ideale Umgebung hierfür.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto, Zustellung per Post bis 6. April 2012! Für Einzelheiten steht Ihnen Philipp Holenstein, Leiter Personal, gerne zur Verfügung. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

Arosa Bergbahnen AG · Philipp Holenstein · Leiter Administration/Personal
Seeblickstrasse · 7050 Arosa · Telefon 081 378 84 21
www.arosabergbahnen.ch

Die Gastronomiegruppe

Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomie- und Hotellerieunternehmen mit über 120 Betrieben in der ganzen Schweiz sowie gut 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für unser

Restaurant St. Peter

In Gassen 10, 8001 Zürich

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Gastgeber/in

Das Restaurant St. Peter befindet sich im Herzen der Stadt Zürich, direkt neben der Bahnhofstrasse. Der lebhafte Betrieb umfasst zwei Selbstbedienungsrestaurants, das neuzeitliche Kaffeebarkonzept «Momento – Caffé Bar & Lounge» sowie einen umfassenden Auslieferung- und Cateringservice. Täglich werden rund 1'000 Gäste kulinarisch verwöhnt.

Ihre Aufgaben: In dieser anspruchsvollen Funktion übernehmen Sie die gesamte Führung des Betriebes gemäss den ZfV-Richtlinien. Als leidenschaftlicher Gastgeber/in mit hohen Qualitätsansprüchen nehmen Sie die Anliegen unserer Gäste direkt wahr und setzen sich mit überdurchschnittlichem Engagement für deren Wohl ein. Sie organisieren Spezialitätenwochen sowie Sonderaktivitäten und sorgen für die Weiterentwicklung des Betriebes sowie die Gewinnung neuer Gäste. Daneben sind Sie verantwortlich für die betriebswirtschaftliche Organisation des Betriebes sowie die Führung, Einsatzplanung sowie Aus- und Weiterbildung der Ihnen unterstellten 25 Mitarbeitenden. Die Erledigung allgemeiner Administration, Tagesabrechnungen, Inventuren und Monatsabschlüsse gehören ebenso zu Ihren Aufgaben.

Ihr Profil: Wir wenden uns an eine Gastgeberpersönlichkeit, welche neben dem Abschluss einer Hotelfachschule oder einer Weiterbildung zum eidg. dipl. Betriebsleiter bereits mehrjährige Führungserfahrung in einer ähnlichen Funktion mitbringt. Zudem kennen Sie sich mit den gängigen EDV-Systemen aus und können Bankett- oder Cateringverfahren vorweisen. Sie verfolgen neue Ideen mit Energie und setzen sich selbst klare sowie anspruchsvolle Ziele. Zudem sind Sie bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte stetig zu verbessern. Als Führungsperson fördern Sie die Zusammenarbeit und Weiterentwicklung des Teams und fordern sowie ermutigen die Mitarbeitenden in ihren Leistungen. Sie arbeiten von Montag bis Freitag, sind jedoch auch für Spezialanlässe am Abend sowie an Wochenenden flexibel und einsatzbereit.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZfV-Unternehmungen
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch



Zeigen Sie, was Sie drauf haben!

Für das ***Hotel Weisses Kreuz im Zentrum von Interlaken suchen wir eine

Stv. Geschäftsführung

mit Schwerpunkt Reception, Reservationen. Der Garni-Betrieb umfasst 56 Zimmer mit 90 Betten. Ihr Profil: führungssicher, frorientiert, ausgeprägte Gastgeber-Persönlichkeit, unternehmerisch denkend und handelnd. Sprachen: D/E (weitere Sprachen von Vorteil). Erfahrung in Online-Marketing und im Umgang mit Tour Operators und Reservationskanälen. Eintritt: 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Zumkehr Unternehmensberatung
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken
033 822 63 84 / jz@hotelforsale.ch

10779-0417

Am Ufer des Zürichsees liegt wunderschön unser Schiff. Mit traumhafter Terrasse, Speiserestaurant, Schifflistube, Saal, Aufenthaltsraum, Weinstube, Seerosenbar und 30 individuellen Zimmern.

In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus nah und fern

Koch/Chef de partie (w/m)

Sie sind etwa 20 bis 28 Jahre alt, aufgestellt, lieben Ihren Beruf und die Menschen, schätzen einen gut organisierten und sehr schönen Arbeitsplatz in einem jungen Team, wollen sich einbringen und gerne auch noch dazulernen ... – dann freuen wir uns auf Sie und beantworten gern auch alle Ihre Fragen! Schreiben oder telefonieren Sie an:

Caesar Huber, Hotel Restaurant Schiff
8808 Pfäffikon SZ
Tel. 055 416 17 18 www.schiff-pfaeffikon.ch

10780-0421



bildungszentrum

Für neue Perspektiven.

Ein Betrieb ist immer nur so gut wie seine Mitarbeitenden! Wir sind bestrebt, hochstehende Qualität und einen einwandfreien Service anzubieten – denn Gastlichkeit ist unsere Stärke.

Für unser Coop Bildungszentrum in Muttens suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/-in Coop Bildungszentrum (Hotel/Restaurant)

Zu den Hauptaufgaben in dieser abwechslungsreichen und verantwortungsvollen Position gehören die Betriebsführung inkl. Erreichung der Budget- und Ertragsziele sowie die Akquirierung von Neukunden und die Förderung des Bekanntheitsgrades unseres Betriebs. Weiter sind Sie zuständig für die Planung und Umsetzung der Verkaufsfördermassnahmen sowie die Betreuung und Entwicklung von bestehenden Kundenbeziehungen. Sie organisieren Events und Anlässe, betreuen und empfangen die Gäste vor Ort. Die Mitarbeit in Projekten, die Preis- und Vertragsverhandlungen, die Zusammenarbeit mit dem Schwesterbetrieb Jongny sowie die Führung der 28 Mitarbeitenden runden Ihr Tätigkeitsfeld ab.

Sie bringen einen Hotelfachabschluss und/oder kaufmännischen Abschluss mit entsprechender Weiterbildung im Bereich Hotellerie/Marketing mit. Mehrjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position in einem Hotelbetrieb, von Vorteil mit Schwerpunkt Seminar. Wir wenden uns an Persönlichkeiten mit hoher Sozialkompetenz und guten Kommunikationsfähigkeiten, die bereit sind, mit einem überdurchschnittlichen Einsatz den anspruchsvollen Aufgaben zu begegnen. Sie verfügen zudem über analytische Fähigkeiten, haben ein gutes Zahlenflair und erkennen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Umfassende IT-Anwendungskennnisse (MS-Office, Fidelio), gute Französisch- und Englischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen ein modernes, dynamisches Arbeitsumfeld, in dem Sie Ihre Fähigkeiten und Ihre Persönlichkeit tagtäglich einbringen und so etwas bewegen können. Für den gemeinsamen Erfolg. Für eine gemeinsame Zukunft.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen: Coop Hauptsitz, Personal, Daniel Meier, Postfach 2550, 4002 Basel, Tel. 061 336 66 75, daniel.meier@coop.ch.

Für Ihre Zukunft.
Coop Jobs & Karrieren
www.coop.ch/jobs

10740-0391



PUR
DIE REINE WELT DER GEPFLESTEN GASTFREUNDSCHAFT

****Hotel, Seminar und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA mit 230 Betten, Restaurant PUNTO, PULS Bar & Lounge, Original Japan Restaurant Nippon Sun, Restaurant PUR (156M) und Swiss Casinos Pfäffikon. Für Bankette und Events stehen 9 Räume inklusive der Plaza Event Hall für bis zu 800 Personen zur Verfügung. Das Seminar- und Kongresszentrum bietet 40 Räumlichkeiten mit modernster und weitumfassender Kommunikationsinfrastruktur für Konferenzen, Schulungen, kulturelle Veranstaltungen und Produktpräsentationen von 4 bis 600 Personen.

GastgeberIn Restaurant PUR

Die reine Welt der Gastfreundschaft

Das Restaurant PUR verfügt über 15 Punkte GaultMillau sowie über eine Auszeichnung im Guide bleu. Die Weinbibliothek umfasst rund 750 Positionen und wurde dafür im Wine Spectator mit dem Best of Award of Excellence ausgezeichnet.

Als Gastgeber lenken Sie sämtliche Serviceangelegenheiten, befähigen Ihre rund 9 Mitarbeitenden zu belastbaren, weltoffenen Persönlichkeiten und motivieren Sie zu Höchstleistungen. Sie pflegen einen zuvorkommenden, unkomplizierten Gästekontakt und schaffen damit im trendigen, leichten Ambiente das Gefühl von Entspannung und natürlicher Herzlichkeit. Dabei ist es Ihre Herausforderung, täglich die Gäste neu zu verblüffen.

Unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie, der Vision und des Budgets fokussieren Sie die gemeinsam gesetzten Ziele. Sie schätzen die weitaus selbständige Aufgabe in Ihrem Wirkungskreis sowie die Möglichkeit zur eigenen Weiterentwicklung und nutzen optimal die Synergien im dynamischen Hotel-Umfeld.

Sie verfügen über Führungserfahrung und besitzen daher die benötigte Fach- und Sozialkompetenz. Sie erbringen den klaren Nachweis einer soliden Gastgeber-Ausbildung, inkl. ausgeprägter Weinkenntnisse und der erworbenen Praxis – von Vorteil in der gehobenen Gastronomie. Sie sprechen Schweizerdeutsch und gutes Englisch. Idealalter: 28 bis 35 Jahre, Eintritt Juni 2012 oder nach Vereinbarung.

Für weitere Einzelheiten steht Ihnen der direkte Vorgesetzte, unser F&B Manager, Ueli Knobel, Tel. 055 417 17 03 gerne zur Verfügung. Ihr komplettes Dossier, inkl. Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto senden Sie bitte an: SEEDAMM PLAZA, Ursula Keist, Leiter Human Resources, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, ursula.keist@seedamm-plaza.ch, Tel. 055 417 17 83.

Lust zu surfen? www.restaurant-pur.ch



SEEDAMMSTRASSE 3, CH-8808 PFAFFIKON SZ
TELEFON +41 55 417 17 17, FAX +41 55 417 17 18
www.seedamm-plaza.ch

10747-0395

culture convention cuisine

KKL

luzern

Professionell und gästeorientiert?

Das KKL Luzern ist ein international renommiertes Kultur- und Konzerthaus mitten in der Schweiz. Mehr als eine halbe Million Menschen besuchen jährlich dieses Werk des französischen Stararchitekten Jean Nouvel. Festivals und Konzerte, Jubiläen, Tagungen, Kongresse und Präsentationen verschmelzen mit den Angeboten der KKL cuisine zu einmaligen Erlebnissen für Veranstalter und Gäste. Um die Qualität und Ausstrahlung dieses Hauses weiter auszubauen, sucht die KKL Luzern Management AG eine/n

Leiter/in Seebär

Sie sorgen für das Wohlbefinden der Gäste, sind zuständig für das Daily Business inkl. Tagesabrechnungen und pflegen die Einhaltung der Qualitätsstandards. Im Rahmen des definierten Outlet-Konzepts sind Ihre innovativen Ideen zur Gestaltung eines überzeugenden Food- und Beverage-Angebotes gefragt. Das Bestreben nach kontinuierlicher Optimierung von Abläufen sowie eine ausgeprägte Gästeorientierung charakterisieren Ihr Arbeitsverständnis.

Sie bringen mehrjährige Erfahrung als Barkeeper mit, idealerweise sind Sie Mitglied der Barkeeper-Union und verfügen über vertiefte Wein- und Spirituosenkenntnisse. In Zusammenarbeit mit Ihrem Vorgesetzten und der Marketingabteilung verankern Sie die Seebär in der Wahrnehmung der Gäste als attraktiven Treffpunkt zum Verweilen und Geniessen.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Serviceausbildung aus der gehobenen Gastronomie und können fundierte Führungserfahrung in einer vergleichbaren Position vorweisen. Sie verständigen sich flüssig in Deutsch und Englisch, und es gelingt Ihnen auszeichnet, sich auf unterschiedliche Gäste und Wünsche einzustellen. Sie sind belastbar, behalten stets den Überblick und bringen ein hohes professionelles Engagement mit.

Das engagierte KKL-Team freut sich auf eine verantwortungsbewusste Führungspersönlichkeit, die sich mit einem modernen, zentral gelegenen Arbeitsplatz identifiziert.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Alternativ senden Sie ein aussagekräftiges PDF-File an Ursula Meyer, Leiterin Human Resources (personal@kkk-luzern.ch). Ihre Fragen beantwortet gerne Kai Bregenzer, Leiter Restaurants, unter Telefon 041 226 70 44.

10728-0310



Das Sunstar Style Hotel ist ein kleines Design Hotel im Herzen von Zermatt. In unseren 77 Betten beherbergen wir Feriengäste aus aller Welt. Wir bieten in unserem gemütlichen Restaurant Halbpension an und unsere Hausgäste geniessen dann an unserer kleinen Hotelbar ihren Schlummertrunk. Unsere Gäste erholen sich nach dem Wandern oder Skifahren in unserer ansprechenden Wellnessanlage, die aus einem Schwimmbad, Sprudelbad, Sauna und Dampfbad besteht.

Zur Vervollständigung unseres Style Teams suchen wir ab der kommenden Sommersaison (01.06.2012) noch einige Mitarbeiter in Saisonstelle:

Réception/Service

- Hotelfachfrau/-mann, welche(r) bereit ist, abwechslungsweise in unserem Réceptionsteam und in unserem Serviceteam zu arbeiten (Voraussetzung: 3-sprachig)
- Aushilfe (ca. 50 %) zur Unterstützung im Frühstücksservice
- Nachportier (einheimischer Rentner)

Küche

- Commis de cuisine
- Chef de Partie
- Officebursche

Technik

Wir suchen einen pensionierten Elektriker oder anderweitig talentierten Handwerker für eine 20 % Tätigkeit in unserem kleinen Hotel

Wir erwarten von Ihnen:

Beherrschung der deutschen Sprache, Integrität, Flexibilität, Seriosität und Fachwissen

Wir bieten Ihnen:

Aussicht auf eine Dauerstelle, arbeiten in einem kleinen Team, gute und zeitgemässe Sozialleistungen sowie Weiterbildungen auf Kettenbasis

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf für ein persönliches Vorstellungsgespräch:

Sunstar Style Hotel Zermatt ****

Frau Sonja Amstutz, Gastgeberin/Direktion

Untere Mattenstrasse 50

3920 Zermatt/Schweiz

Tel. +41 (0)27 966 56 66 oder direktion.zermatt@sunstar.ch

Sunstar ZEIT, DIE BLEIBT.

ARONA | DAVOS | FLUNS | KLOSTER | LENZERHEIDE | GRINDWALD | WENGEN | SAAS-FEE | ZERMATT



www.sunstar.ch

19761-8400



Aussichtsreiche Jobs!

Für das ****Hotel Caprice Wengen im Berner Oberland suchen wir eine/n

Betriebsassistent/in (d/e/f)

PC-Kenntnisse, Erfahrung im Online-Marketing, führungssicher, flexibel, selbständig

Küchenchef/Chef de Partie

mit Begeisterung für hochstehende Küche

Küchenhilfe/Allrounder

Der Betrieb: www.caprice-wengen.ch
stilvoller, familiärer 2-Saison-Betrieb,
20 Zimmer mit fantastischer Aussicht.

Eintritt: 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung

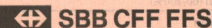
Wir freuen uns auf Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Zumkehr Unternehmensberatung
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken
033 822 63 84/jz@hotelforsale.ch

19761-8400

switzerland travel centre

Ein Unternehmen der Schweizer Bahn



Switzerland Travel Centre AG: Ihr Ferienspezialist für die Schweiz

Als Tochterfirma der SBB und von Schweiz Tourismus sorgen wir für einen möglichst umfassenden und einfachen Zugang zum Ferienland Schweiz. Dazu betreiben wir eine online Hotelbuchungsplattform für die Schweiz, ein Call Center und Tochterfirmen in Stuttgart und London.

Für die Leitung unserer Finanzabteilung und des Bereiches Personal der Switzerland Travel Centre AG suchen wir in Zürich per sofort oder nach Vereinbarung ein(e)

Leiter(in) Finanzen/HR (CFO) und Mitglied der Geschäftsleitung

Das vielfältige Aufgabengebiet umfasst

- Sicherstellung und Weiterentwicklung einer korrekten und termingerechten finanziellen Führung des Gesamtunternehmens, inkl. Planung, Controlling, Reporting, Steuer-/Versicherungswesen sowie Treasury Management
- Controlling/Coaching Finanz- und Rechnungswesen der Tochtergesellschaften in Stuttgart und London
- Sicherstellung von IKS, Risikomanagement und Prozess Optimierung
- Mitverantwortung, Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensstrategie
- Umsetzung, Kontrolle sowie Weiterentwicklung des Personalmanagements, Personaladministration und Personalbuchhaltung
- Führung von 5 Mitarbeitenden

Sind Sie offen für eine neue Herausforderung? Für diese **Top-Position** wenden wir uns an Persönlichkeiten mit

- Praktischer Erfahrung in ähnlicher Position, idealerweise Tourismus
- Aus-/Weiterbildung im Bereich Betriebswirtschaft und/oder Accounting und Controlling (z.B. Betriebsökonom FH, dipl. Experte in Rechnungslegung und Controlling)
- Führungserfahrung und eine „hands-on“ Mentalität
- Guten Englisch- und Französischkenntnissen

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich in einem KMU sowohl operativ wie auch strategisch aktiv einzubringen und in einem spannenden und dynamischen Tätigkeitsgebiet zu arbeiten.

Haben Sie Interesse? Dann senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen an:

Switzerland Travel Centre AG
Andrea Furrer, Assistentin CEO
Binzstrasse 38
8045 Zürich
oder andrea.furrer@stc.ch
Telefon +41 43 210 55 84



19761-8407

Die Gastronomiegruppe



Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomie- und Hotellerieunternehmen mit über 120 Betrieben in der ganzen Schweiz sowie gut 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für unser

Restaurant OVAL

in der Gastronomie im Stadion Letzigrund, Badenerstrasse 500, 8048 Zürich

suchen wir per sofort eine/n

Chef de Service (m/w)

Ihre Aufgabe: Zu Ihren Aufgaben gehören, das tägliche Erstellen der Mise en Place, das Bedienen und Betreuen unserer Gäste im Restaurant sowie bei Spezialanlässen im VIP Bereich. Sie unterstützen die Restaurationsleitung bei der Führung der Mitarbeitenden und Erstellen die Tagesabrechnungen sowie Offerten. Des Weiteren sind Sie für das Bestellwesen, den Unterhalt des Getränkealters und das Inventar zuständig.

Ihr Profil: Wir suchen für diese Stelle eine vertrauenswürdige, einsatzbereite Person, die über eine abgeschlossene Fachausbildung im Restaurationsbereich verfügt, den Service mit Direktkontakt so gewohnt ist und über Führungserfahrung verfügt. Sie sind es sich gewohnt unter Arbeits- und Zeitdruck effizient zu arbeiten und verfolgen Aufgaben sowie Anliegen konsequent sowie ausdauernd. Die Arbeitszeiten sind an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag zwischen 08.00 bis 23.00 Uhr, das heisst, diese variieren und Sie leisten Früh- sowie Spätdienste.

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

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Frau Anina Gentsch, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZfV-Unternehmungen

Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch

19761-8404

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
Direktionsassistentin/-sekretärin	Region Bern	J42485
Geschäftsführer/Direktor	Region Zürich	J42954
Direktionsassistent/in	Region Zürich	J42901
General Direktor - Resort Malediven	International	J42588
Leiter Human Resources (Dauerstelle 100%)	Region Zürich	J42907
Direktionsassistent	Region Neuchâtel/ Jura	J42469
Geschäftsführer	Region Zürich	J42926
Geschäftsführer/in - Direktor/in	Region Zürich	J42951
Executive Housekeeper m/w	Ganze Schweiz	J42717
Gastgeber	Region Bern	J43105

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Rezeptionist	Region Zentralschweiz	J43022
Reservierungsleiter	Region Zürich	J43108
Assistant Front Office Manager	Region Oberwallis	J42983
Night Auditor	Region Oberwallis	J43115
Front Office Mitarbeiter	Region Oberwallis	J43118
Rezeptionist	Region Zürich	J42189
Alleinrezeptionist/in (60-100%)	Region Bern	J42486
Reservationssekretärin	Region Bern	J43106
Rezeptionist/in 80-100%	Region Bern	J42593
Chasseur	Region Bern	J42598
Night Manager	Region Basel	J42441
Rezeptionistin	Region Bern	J42621
Rezeptionist - England	International	J42057
stv. Chef de réception	Region Bern	J43009
2. Chef de Réception	Region Bern	J43104
Guest Services Agent/ Empfangsmitarbeiter	Region Bern	J43093
Réceptionniste qualifié(e)	Region Waadt/ Unterwallis	J42072
Réceptionist/in	Region Graubünden	J40786
Front Office Manager	Region Zürich	J42720
Nachtportier Aushilfe	Region Zürich	J42929
Chef de Réception	Region Bern	J42683
Chef de Reception	Region Zentralschweiz	J42650
Rezeptionsmitarbeiter	Region Graubünden	J42548
Réceptionist/in	Region Bern	J43103
Rezeptionist	Region Oberwallis	J43043
Rezeptionistin	Region Zürich	J42452
Rezeptionist	Region Zentralschweiz	J42938
2. Chef de réception	Region Graubünden	J42572
Reservationsleiter/-in	Region Graubünden	J42874

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Mitarbeiter/in Reservation	Region Zentralschweiz	J42815
Commis de cuisine	Region Basel	J42431
Commis Pâtissier	Region Ostschweiz	J43123
Küchenleiter/-in	Region Bern	J42624
Jungkoch	Region Zentralschweiz	J42626
Chef de partie	Region Bern	J42685
Commis de Cuisine	Region Bern	J43094
Demi-chef de partie	Region Zentralschweiz	J42666
Koch / Chef de partie	Region Ostschweiz	J43089
Chef de Partie	Region Bern	J42690
Motivierter Jungkoch	Region Bern	J42691
Diätisch Gesundheitsunternehmen	Region Basel	J42446
Küchenchef	Region Bern	J42478
Alleinkoch	Region Graubünden	J42898
Koch über Östern	Region Basel	J42904
Chef de Partie	Region Schaffhausen	J42913
Sous-Chef	Region Oberwallis	J43117
Chef de partie	Region Graubünden	J42914
Chef de Partie	Region Bern	J42525
Chefs/Commis de Partie	Region Zentralschweiz	J42934
Demi-Chef de Partie	Region Zürich	J42924
Alleinkoch	Region Zentralschweiz	J42931
Commis und Chefs de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J42936
Chef de Partie A la Carte	Region Zürich	J42979
Sushi Koch	Region Zürich	J42182
Commis de Cuisine	Region Bern	J42522
Koch	Region Zürich	J42975
Chef de Partie Entremetier	Region Zürich	J42186

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Küchenchef/in	Region Zentralschweiz	J42974
Koch/ Köchin	Region Zürich	J42976
Sous Chef	Region Zentralschweiz	J42968
Chef de partie	Region Graubünden	J43018
Commis de Pâtisserie	Region Zürich	J43016
Chef de Partie (Entremetier)	Region Zürich	J42962
A la carte Bistro Koch (Alleinkoch)	Region Zürich	J42977
Sous-Chef	Region Oberwallis	J42540
Thai Spezialitätenkoch	Region Zentralschweiz	J42986
Sous Chef	Region Zürich	J42991
Chef de partie	Region Bern	J42059
Jungkoch	Region Zürich	J43003
Koch	Region Bern	J43007
Chef pâtissier	Region Bern	J42466
Chef de partie	Region Graubünden	J42472
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J42034
Chef de Partie	Region Oberwallis	J43121
Commis de cuisine	Region Zürich	J42584
Küchenchef	Region Basel	J42432
Hilfskoch/Hilfsköchin	Region Zentralschweiz	J42590
Küchenchef	Region Mittelland (SO,AG)	J42427
Küchenchef in Dauerstelle	Region Oberwallis	J43122
Sous-Chef	Region Oberwallis	J43049
Commis pâtissier	Region Zürich	J42736
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J42737
Chef de partie	Region Zürich	J42176
Koch temporär für Basel	Region Basel	J42766
Chef de Partie	Region Ostschweiz	J42813
Küchenchef Congress	Region Ostschweiz	J42822
Sous Chef	Region Zürich	J41836
Sous-Chef	Region Oberwallis	J42877
Sous-chef	Region Neuchâtel/ Jura	J42883
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J42035
Chef de partie	Region Bern	J42492

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsassistent/ Chef de service	Region Zentralschweiz	J42026
Assistent(in) für Bankett und Verkauf	Region Graubünden	J42727
Leiter/in Events, Sales und Marketing	Region Zürich	J42967
Convention Coordinator	Region Zürich	J42703
Anlasskoordinator	Region Bern	J42536
Bankettleiter	Region Bern	J42692
Bankett Supervisor	Region Zürich	J42704
Chef de Rang	Region Ostschweiz	J42818
Anlasskoordinatorin	Region Basel	J42440
F&B Praktikant	Region Graubünden	J43032
Event Coordinator	Region Zürich	J42639
Executive Meeting Manager	Region Waadt/ Unterwallis	J42625
Event- und Bankettmanager Front	Region Zürich	J42928
Leiterin Seminar- und Bankettverkauf	Region Zürich	J42730
Betriebsleiter Assistentin	Region Basel	J42045
Bankett Sales Praktikanten	Region Zürich	J42526
Restaurant-Leitung	Region Bern	J42481
F&B Assistent	Region Bern	J43099
AssistentIn Bankette & Events	Region Bern	J42747

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	Region Bern	J42523
Commis de Rang	Region Bern	J42524
Bar Mitarbeiter/-in	Region Graubünden	J42532
Stv. Restaurantleiter/in	Region Bern	J42537
Maitre d'hôtel	Region Graubünden	J42467
Chef de service	Region Freiburg	J42546
Servicefachmitarbeiter	Region Graubünden	J42547
Restaurationsfachmann	Region Graubünden	J42556
Barfachmann	Region Oberwallis	J42557
Chef de Brigade	Region Waadt/ Unterwallis	J42596
Chef de rang	Region Zürich	J42594
Servicemitarbeiterin / Servicemitarbeiter	Region Bern	J42618
Barmaid / Barman	Region Bern	J42619
Chef de Rang	Region Graubünden	J42623

OBC
SUISSE

Das clevere Konzept rund ums Büro.

Wir suchen per sofort eine

Reinigungskraft und Konferenzzimmer-Betreuerin

Für unser Business-Center im Herzen der Stadt Zürich. Sie sind für die Reinigung der zirka 40 Büros und Konferenzräume verantwortlich. Des Weiteren betreuen Sie unsere Gäste mit Catering.

Wir erwarten Ihren Einsatz werktags von 6 bis 15 Uhr und wenden uns vorzugsweise an eine Dame mit HoFa-Abschluss.

Ihre Bereitschaft, vielseitige Aufgaben zu übernehmen, macht die Aufgabe äusserst abwechslungsreich.

Bitte kontaktieren Sie vor Zusendung Ihrer Dossiers Frau M. Noser unter Telefon 079 691 30 45.

Weitere Informationen erhalten Sie auf www.obc-suisse.ch

Besten Dank für Ihre Unterstützung!

Schilthorn
Piz Gloria

Für unser international bekanntes Drehrestaurant Piz Gloria suchen wir per 1. April 2012 oder nach Vereinbarung eine/n

Betriebsassistent/in

Ihre Aufgaben: Vielseitige Tätigkeit (Büro und Front). F&B, Eventorganisation, Kontakt mit internationaler Kundschaft, sowie die Stellvertretung der Geschäftsführung.

Ihr Profil: Ausbildung und Erfahrung im Gastgewerbe (F&B), evtl. Handelsschule, KV. Sehr gute Englisch- und EDV-Kenntnisse, deutsche Muttersprache. Flexibel, belastbar, zwischen 30 und 40 Jahre alt und bereit, Verantwortung zu übernehmen.

Ihre Chance: Abwechslungsreiche Tätigkeit in motiviertem Team, gute Anstellungsbedingungen, Arbeit im Tagesbetrieb einer erfolgreichen Bergbahn im Berner Oberland.

Sind sie interessiert? Bitte senden Sie Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:

SCHILTHORNBahn AG
Drehrestaurant Piz Gloria
Christine Hari, Geschäftsführerin
CH-3825 Mürren
Tel. 033 856 21 56
christinehari@schilthorn.ch
www.schilthorn.ch

Hotel Bellevue
ISLWALD

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft ein

gelernter Koch m/w

für die gepflegte Gastronomie am Briensersee

ihre aufgaben

- vertritt den Küchenchef bei dessen Abwesenheit
- Lehrlingsausbildung
- trägt Mitverantwortung für das gesamte Bestell- und Lagerwesen

ihre fähigkeiten

- Sie besitzen guten Geschmackssinn, sind kreativ, initiativ und ehrgeizig
- entsprechender Ausbildungs- und Leistungsnachweis
- Sie sind qualitäts- und hygienebewusst
- besitzen eine hohe Sozialkompetenz
- Sie arbeiten teamorientiert
- hohes Mass an Belastbarkeit und Flexibilität

WIR BIETEN

- einen innovativen Arbeitsort direkt am Briensersee
- zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- Wir sind Mitglied der *Tafelgesellschaft zum goldenen Fisch/CCCB*

BEWERBUNG

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Lebenslauf und Foto an

Hotel Bellevue
Andreas Unterberger
Postfach 36
3807 Iseltwald
+41 (0)33 845 11 10
info@bellevue-iseltwald.ch
www.bellevue-iseltwald.ch

hirslanden
Klinik Hirslanden

Lernende/r Restaurationsfachfrau /-mann August 2012

Interessiert? Das vollständige Stelleninserat finden Sie unter: www.hirslanden.ch / Jobs & Karriere / Job Finder / Freie Stellen

Hirslanden Head Office
Fabio Blas
HR Consultant
Seefeldstrasse 214
8008 Zürich
Tel. 044 388 85 60
bewerbung@hirslanden.ch

Wenn es um alles geht - Privatklinikgruppe Hirslanden



Best Western
HOTEL & RESTAURANT
GRAUHOLOZ

A1 - Hotel Restaurant Grauholz AG, CH-3063 Ittigen/Bern

Die Raststätte Grauholz befindet sich an der A1 vor den Toren der Stadt Bern und ist über die Autobahn A1 leicht zu erreichen. Es gehören das Best Western Hotel Grauholz mit 62 Zimmern, das Restaurant Grauholz mit 300 Plätzen, der Markt, ein Kiosk sowie zwei Cafés bei den Tankstellen dazu. Die Grauholz AG sucht einen

Stellvertretenden Betriebsleiter (m/w)

Der sich in allen Facetten der Gastronomie auskennt. Es erwartet Sie ein motiviertes aufgestelltes Arbeitsumfeld, zeitgemässe Anstellungsbedingungen sowie neben dem bereichernden Daily Business spannende Zusatzaufgaben aus den Bereichen Einkauf & Controlling, HR, Marketing und Buchhaltung.

Wir erwarten: Sie sind zwischen 30 und 50 Jahre jung und mobil. Abgeschlossene Hotelfachschule oder Wirte-Patent, mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe an der Front, haben bereits Führungserfahrung. Sie haben ein gepflegtes Auftreten und sind ein offener und herzlicher Gastgeber. Neben Deutsch sprechen Sie auch Französisch und Englisch.

Haben Sie Lust, Verantwortung zu übernehmen und mit uns die Zukunft im Grauholz erfolgreich zu gestalten? Dann freuen wir uns auf Sie.

Senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:

Direktor Herr Rolf Biedermann
A1 Hotel Restaurant Grauholz AG
Wolfackerweg 15 / Autobahn A1,
3063 Ittigen/Bern oder per Mail an direktion@a1grauholz.ch

Wir suchen Verstärkung

Die Waldegg, nicht einfach ein Restaurant, sondern ein Gesamterlebnis. Eingebettet in einer wunderbaren Landschaft, pflegen wir die traditionelle appenzelische Gastfreundschaft mit einer gutbürgerlichen Küche. Tag für Tag, seit mehr als einem halben Jahrhundert.

Im Service sind zur Zeit folgende Stellen frei:

- Chef de Service
- Servicefachangestellte

In der Küche sind zur Zeit folgende Stellen frei:

- Chef de Partie
- Jungkoch

Überzeugen Sie uns von Ihren Qualitäten – und vielleicht überzeugen Sie schon bald unsere Gäste. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Erlebnis Waldegg, Waldeggstr. 977
9053 Teufen, Telefon 071 333 12 30
www.waldegg.ch

SCHWEIZERISCHE NATIONALBANK
BANQUE NATIONALE SUISSE
BANCA NAZIONALE SVIZZERA
BANCA NAZIONALE SVIZRA
SWISS NATIONAL BANK

Die Wohlfahrtsstiftung für das Personal der Schweizerischen Nationalbank betreibt auf dem Hasliberg im Berner Oberland ein Ferien- und Ausbildungszentrum. Die bisherige Betriebsleiterin nimmt nach 15-jähriger, erfolgreicher Tätigkeit am Ende des laufenden Betriebsjahres eine neue Herausforderung wahr. Deshalb suchen wir auf den Ende 2012 eine qualifizierte Führungskraft mit mehrjähriger Erfahrung in leitender Stellung in der Hotel-/Gastro-Branche als

Betriebsleiter/in

Sie übernehmen auf die Wintersaison 2012/13 die betriebliche Leitung des Zentrums mit 12 Doppelzimmern und 11 Wohnungen, Pensions-Restaurant (keine öffentliche Gastronomie) sowie Hallenbad. Sie führen ein eingespieltes Team von 13 Personen. Wir erwarten von Ihnen hohe Sozialkompetenzen, einen kooperativen Führungsstil, eine hohe Dienstleistungsbereitschaft und ausgewiesene Erfahrungen in der Branche. Als Gastgeber/in kommunizieren Sie gewandt in Deutsch, Französisch und Englisch und verstehen es, die Stammgäste aus dem Kreis der Mitarbeitenden der Nationalbank sowie die ausländischen Gäste anderer Zentralbanken zu verwöhnen.

Es erwartet Sie eine interessante und anspruchsvolle Aufgabe an traumhafter Lage mit viel Freiraum für die Umsetzung eigener Ideen. Wir bieten Ihnen neben attraktiven Bedingungen eine Wohnmöglichkeit im Zentrum sowie auch eine Arbeitsmöglichkeit für eine/n allfällige/n Partner/in.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Wohlfahrtsstiftung für das Personal der Schweizerischen Nationalbank
Dr. Walter Näf
Münzgassee 6
6000 Luzern 7
Tel. 041 227 20 40
E-Mail walter.naef@snb.ch

Wir suchen für unseren Saisonbetrieb eine selbstständige

Hotelfachfrau für Hauswirtschaft und Service

Wir freuen uns auf Ihren Anruf,
Ihr E-Mail oder Ihre schriftliche Bewerbung!

Hotel Chemihüttli
Heidi und Ruedi Rubi-Stachel, 3855 Axalp/Brienz
Tel. 033 952 10 10/Fax 033 952 10 11
info@chemihuetli.ch
www.chemihuetli.ch
46°43'24.85 N/8°02'15.48 O/1465 m. ü. M.

Hotel EDELWEISS
Mürren

Für unser gepflegtes 3-Stern-Hotel im Herzen des Berner Oberlands suchen wir auf die Sommersaison 2012 junge, aufgestellte und motivierte Mitarbeiter:

- **Rezeptionistin mit KV-Abschluss D/E**
- **Servicemitarbeiter/in D/E**
- **Aushilfe Servicemitarbeiter/in D/E**
- **Koch**
- **Commis de cuisine**

Senden Sie uns Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto oder rufen Sie uns an.

Hotel Edelweiss
Sandra & Daniel Kuster-von Allmen
3825 Mürren
Tel. 033 856 56 00
www.edelweiss-muerren.ch
info@edelweiss-muerren.ch

SCHWANEN
Hotel Bar Restaurant
Rapperswil

Küchenmitarbeiter (100%)

Zur Unterstützung unseres Schwanen-Teams suchen wir:

- Commis Patissier
- Commis Entremetier
- Commis Saucier

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

Hotel Schwanen
Seequai 1
8640 Rapperswil
Telefon 055 220 85 00

HOTEL KREUZ
KONOLDFINGEN

Wir suchen:

versierten Kellner Servicefachmitarbeiterin

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie an rschauss@kern.ch oder Hotel Kreuz z. Hd. R. Schauss Hotel Kreuz 3510 Bern/Konolfingen

Für erfolgreiche Inserate Mediadokumentation anfordern unter inserate@htr.ch



14 Punkte Gault Millau

EINFACH ANDERS...

Eigentlich ist die «Alte Gasse» ein Betrieb wie alle andern auch – an einem der schönsten Fleckchen Erde gelegen... zum Verweilen und Geniessen.
Ein Team, das versucht, Sie nach Strich und Faden zu verwöhnen, eine raffinierte Küche, die Sie hier kaum erwarten würden. Und doch sind wir vielleicht ein bisschen anders als alle andern...

Wir suchen ab Juni 2012

die «einfach andere Servicefachangestellte»

Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen.
Hotel Zur alten Gasse
Familie Philipp und Regula Lagger
CH-3997 Bellwald, 027 971 21 41 Fax: 027 971 12 04
E-Mail: alte-gasse@rhone.ch, internet: www.alte-gasse.ch

**Seehotel Rigi Royal
Immensee**

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Saison engagierte und flexible Mitarbeiter.

Folgende Stellen sind zu besetzen:

Jungkoch (m/w)
Servicefachangestellter (m/w)
(gelernt, zwischen 20 und 35 Jahre)

Wenn Sie zu unserem Team dazugehören möchten, senden Sie uns Ihre Unterlagen per Mail oder Post zu.
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Seehotel Rigi-Royal
Daniel Höger
CH-6405 Immensee
Tel: +41 (0) 41 854 06 00 E-Mail: info@hotel-rigi.ch

Svizzera italiana

Il Grand Hotel Villa Castagnola au Lac, l'unico albergo 5 stelle superior a Lugano, rinomato per la sua tradizione ed il suo prestigio e situato direttamente sulle rive del Lago di Lugano, offre ai suoi ospiti 50 camere e 28 suites, il ristorante gastronomico «Le Relais» con terrazza sul giardino, il Ristorante Galleria «Arté al Lago» con 1 stella Michelin, sale banchetti e conferenze nonché due residenze.

Per potenziare il nostro giovane e dinamico team di lavoro cerchiamo una/un

segretaria/o di ricevimento

(impiego annuale)

Entrata: da aprile 2012 oppure data da convenire.

Siamo alla ricerca di una persona dinamica, con almeno 5 anni di comprovata esperienza in alberghi di 5 stelle ed eccellenti attitudini al lavoro di gruppo, flessibile, versatile nel lavoro di front, back office e conciergerie, con spirito d'iniziativa ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato e personalizzato.
Sono indispensabili ottime conoscenze di italiano, tedesco, francese e inglese sia a livello scritto che parlato, inoltre costituisce un titolo preferenziale la conoscenza del programma di prenotazioni alberghiere Fidelio 7.

I candidati interessati sono invitati a inviare una documentazione completa con foto e certificati via posta oppure via e-mail all'indirizzo sottostante.
Verranno prese in considerazione UNICAMENTE le candidature complete e in possesso dei requisiti richiesti.

Simona Perrone, Responsabile Risorse Umane
Grand Hotel Villa Castagnola au Lac
Viale Castagnola, 31
CH-6906 Lugano
jobs@villacastagnola.com



Das im Juni 2011 neu eröffnete Restaurant MOO in Herisau ist Teil des Seminar- und Businesshotels Herisau. Das MOO ist der trendige Treffpunkt für Geniesser am Tor zum Appenzellerland und verbindet gekonnt traditionelle Elemente mit der Moderne.
www.mooherisau.ch

Wir legen Wert auf eine marktfrische, fantasievolle Küche und pflegen diese entsprechend.

Zur Unterstützung unserer langjährigen Küchencrew suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen motivierten

Jungkoch oder Chef de Partie 100%

der mit Freude seiner Leidenschaft, dem Kochen, nachgeht. Sie verstehen es, sich in ein Team einzubringen, und sind interessiert, Neues zu lernen. Ihre fachlichen Kenntnisse würden Sie abwechselnd auf allen Posten der warmen und kalten Küche anwenden.

Wir bieten einen modernsten Arbeitsplatz, ein junges motiviertes Team und die Möglichkeit, sich in einem spannenden Umfeld weiterentwickeln zu können.

Gerne stehen wir Ihnen für weitere Informationen zur Verfügung. Sie erreichen uns unter Tel. 071 354 83 83.

Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte an:

Hotel Herisau AG
Herr René Wohnlich
Bahnhofstrasse 14
9100 Herisau



www.hotel-restaurant-roessli.ch www.kreuz-jona.ch

Die Oase am Zürichsee zwischen Pfäffikon und Rapperswil, Restaurant Kreuz Jona Grill & Grill und Hotel Drei Linden Wetzikon ZH suchen wir noch folgendes qualifiziertes Personal in Saison und Jahresstellung:

Sous-Chef (m/w)

Sie ersetzen den Küchenchef, sind teamfähig mit ausgezeichneten Kochkenntnissen.

Chef de Partie (m/w)

Ihre Leidenschaft als Koch, die Sie in den letzten Jahren nach der Lehre schon erfolgreich einsetzen konnten.

Chef de Service (m/w)

mit Erfahrung

Chef de Rang (m/w)

Gäste zu verwöhnen

Servicefachangestellte (m/w)

mit Erfahrung

Hotelfachfrau

mit 3 Jahren Erfahrung

Kochlehring 1. bis 2. Lehrjahr (m/w)

Ihre Leidenschaft als Koch

Restaurationsfachlehrling (m/w)

1. bis 2. Lehrjahr

Sind Sie flexibel, motiviert, teamfähig und haben Freude am Beruf?
Möchten Sie dazu beitragen, unsere anspruchsvollen Gäste zu verwöhnen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

RECH Management AG

H. Krammer, Hurdnerstrasse 137, CH-8640 Hurdn
Tel +41 78 603 82 06 Fax +41 55 416 21 90
www.rech-management.com
E-Mail: info@rech-management.com

**HOTEL SPLENDE ROYAL**
LUGANO

L'Hotel Splendide Royal è un albergo di cinque stelle, affiliato alla Leading Hotels of the World e membro di Swiss Deluxe Hotels, con il marchio di Qualità QQQ

Albergo Splendide seleziona:**Assistente Ufficio Risorse Umane
Responsabile della Qualità**

Il candidato deve conoscere il CCNL del settore alberghiero, assistere la direzione nella pianificazione e gestione del budget e valutazioni retributive del personale, conoscenza tecnica di selezione del personale, gestione del fabbisogno di formazione.

Dovrà collaborare alla progettazione di sistemi di valutazione delle prestazioni dei collaboratori ed al raggiungimento degli obiettivi qualitativi.

Il candidato dovrà inoltre occuparsi della gestione del sistema di qualità in linea con quanto stabilito dalla politica aziendale e standard qualitativi.

Si richiede una buona conoscenza della normativa ISO 9001, un'esperienza pregressa di 3/4 anni nella mansione.

Altri requisiti: ottime conoscenze informatiche: pacchetto Office e Mirus (per la gestione del personale) e ottima conoscenza del Tedesco e Inglese; gradita laurea in materie economiche, giuridiche o gestionali.

Offriamo: possibilità di avanzamento di carriera, una retribuzione in linea con esperienza e professionalità; contratto a tempo indeterminato.

Saranno prese in considerazione unicamente le candidature corrispondenti al profilo richiesto inviando un dettagliato C.V. con fotografia e certificati di lavoro a:

DIREZIONE HOTEL SPLENDE ROYAL

Riva Caccia 7 - 6900 LUGANO
e-mail: hr@splendide.ch



Swiss Deluxe Hotels



THE LEADING HOTELS OF THE WORLD

Stellenvermittlungen**Gastro Express**

Die führende Stellenbörse für
das Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch**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

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**,
insetate@htr.ch, www.htr.ch

htr
hotel revue

Im Auftrag des Eigentümers wird verkauft:
4* Superior Congress Hotel Villach
direkt neben dem Congress Center Villach

- » Neuerrichtung im Jahre 2007
- » 135 modernste Zimmer (270 Betten) inkl. 4 Suiten
- » attraktive Gastronomie (rd. 600 m²)
- » Top-Konferenz- und Seminarbereich mit direktem Anschluss an das Congress Center über eine Brücke (rund 700 m²)
- » grosszügiger Wellness- und Wohlfühlbereich (rund 800 m²)
- » Direktanschluss an die Tiefgarage des Congress-Centrums mit insgesamt rund 230 Stellplätzen

Unterlagen erhältlich bei

ETB Edinger Tourismusberatung GmbH
MMag. Markus Zwölfer
Kaufmannstrasse 58, A-6020 Innsbruck
Telefon: +43 512 344 231 24/+43 676 311 8229
E-Mail: m.zwoelfer@etb.co.at



19758-8410

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

18432-7129

Sicher investieren in Kanada

Wir bieten Beteiligungen / Übernahmen von gut eingeführten Tourismusbetrieben

Vermittlungsagentur für FeWo's u. -häuser in einem Skort in British Columbia, Westkanada sucht Teilhaber Investition ab ca. **CAD \$ 650.000**

Gehobenes B&B im viktorianischen Stil, 1A Zustand, direkt am Fluss mit eigenem Anleger in Ostkanada sucht Käufer **KP CAD \$ 499.000**



www.canada-in-mind.com
e-mail: info@canada-in-mind.com
Kontakt in Deutschland: Dr. C. Schulz
Tel: 0049 – (0)40 689 127-44

19579-8291



Zu vermieten (evtl. zu verkaufen)
Nähe Flughafen-Kloten, an zentraler Lage. Bestehendes Gastrokonzert kann übernommen werden. Beliebter Treffpunkt im gesellschaftlichen und politischen Leben der Region.

Hotel, Speiserestaurant und Bar

Der eigenständige Gastronomiebetrieb ist gut ausgebaut und umfasst folgende Räumlichkeiten:

- 25 Hotelbetten (3 Sterne)
- 2 Restaurants
- 2 Bars
- grosse Gartenwirtschaft
- grosser Parkplatz
- sehr zentrale Lage
- sehr interessantes Objekt

Unsere Erwartungen an den neuen MieterIn:

- ausgewiesene Erfahrung in der Gastronomie, kann auch Restaurantkette sein
- wirtschaftliches Denken und Handeln

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

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

19748-8387

Neuvermietung Restaurant und Minigolfanlage am See Düringen FR



Für das gepflegte Restaurant Seepark suchen wir per 1. März 2013 einen innovativen und engagierten Gastgeber, der das Restaurant auch zukünftig auf Erfolgskurs führt. Der Gastronomiebetrieb bietet abwechslungsreiche Möglichkeiten für Geschäftsessen, Kundenessen, Familienanlässe und Bewirtung von Ausflugsgästen. Die angrenzenden touristischen Infrastrukturen Campingplatz, Tennisplätze, Bootshafen und Golf Driving Range bieten einem innovativen Gastgeber gastronomische Chancen und ein Bestehen.

Lage

Das Restaurant Seepark liegt an ruhiger, idyllischer Lage mit Blick auf den Schifflensee und an der Hauptverkehrsachse Düringen-Murten.

Angebot

- Restaurant ca. 100 Plätze
- Gartenterrasse 100–120 Plätze
- Sitzungsraum für 20 Personen
- gut eingerichtete Gastküche
- Minigolfanlage
- genügend Restaurantparkplätze
- grosszügige Mieterwohnung
- 4½ Zimmer
- Mitarbeiterzimmer

Suchen Sie einen neuen Wirkungsbereich?

Senden Sie uns einen kurzen Lebenslauf mit Angabe der Personalien, Berufsbildung und bisheriger Berufstätigkeit. Gerne senden wir Ihnen eine ausführliche Mietdokumentation.

Camping Schiffen AG Tel. 026 493 34 86
Verwaltung info@camping-schiffen.ch
Schiffen 15 www.camping-schiffen.ch
3186 Düringen

19732-8386

Liebhaberobjekt

Altershalber im Grossraum Davos zu verkaufen

renommierter Landgasthof mit Hotelzimmer, VP 3,2 Mio.

Solvente Interessenten melden sich unter Chiffre 19754-8400 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

19754-8400

people – wissen, welche Sessel frei werden 10 Wochen lang für CHF 29.00

Verfolgen Sie 10 Wochen lang das Sessellücken für CHF 29.00!

Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich im Jahresabonnement für CHF 159.00 und sparen so 30% gegenüber dem Einzelverkauf.

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

htr hotel revue

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 Homberger

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 Häni

E-Mail: inserate@htr.ch / Homepage: www.htr.ch

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

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

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

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

Immobilienrevue / marché d'immeubles – Kleinanzeigen / petite annonces

– Immobilien / immeubles – Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine	Nr. 13/2012	Nr. 14/2012	Nr. 15/2012	Nr. 16/2012
– Ausgabe / Numéro	29. 3. 2012	5. 4. 2012	12. 4. 2012	19. 4. 2012
– Erscheint / Parution	29. 3. 2012	5. 4. 2012	Do, 5. 4. 2012 / 9 Uhr	16. 4. 2012
– Anzeigenschluss / Délai	26. 3. 2012	2. 4. 2012		

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

Doppelnummern	Nr. 28/29 / 12. 7. 2012	Nr. 30/31 / 26. 7. 2012	Nr. 51/52 / 20. 12. 2012
Numeros couplés			

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 versagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 12 / 22. März 2012

Jede Woche attraktive Gewinnmöglichkeit auf www.hotelmarktplatz.ch

**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

Hotelliegenschaft

Zahlreiche Schweizer Hoteliers halten ihre Liegenschaft im Privatvermögen und führen das Hotel als Einzelunternehmen.



Alain D. Boilat

Immo-Besteuerung



HUGO SCHMID
DIPLO. STEUEREXPERTE/
WIRTSCHAFTSPRÜFER
BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT BERN

Jahre oder Jahrzehnte lang hat sich mancher Hotelier auf den Gewinn aus dem Verkauf seiner Einzelfirma gefreut. Doch oft musste er die Hälfte seines Verkaufsgewinnes an den Fiskus und die Ausgleichskasse abliefern. Mancher brachte dadurch seinen dritten Lebensabschnitt mit einem bescheidenen Budget als vorgesehen.

Steuer-Reformen und Alternativen

Mit der Unternehmenssteuerreform II verschaffte die Politik in der von Klein- und Mittelunternehmungen geprägten Schweiz Abhilfe, indem Liquidationsgewinne – darunter fallen auch Gewinne aus Geschäftsliegenschaften – bei alters- oder invaliditätsbedingter Beendigung

der selbstständigen Geschäftstätigkeit privilegiert besteuert werden. Auf der Überführung von Liegenschaften vom Geschäfts- in das Privatvermögen (bei Geschäftsaufgabe) kann der Pflichtige die Abrechnung dank Steueraufschub auf den Betrag der wiedereingebrachten Abschreibungen beschränken. Erst wenn er oder seine Erben die Liegenschaft an Dritte veräussern, werden Steuern und AHV-Beiträge abgerechnet. Der vom Gesetzgeber gut gemeinte Steueraufschub enthält die Tücke, dass der Wertzuwachs nach Aufgabe der Erwerbstätigkeit bei der späteren Veräusserung hinzugegerechnet und mit Abgaben belastet wird. Die AHV-Beiträge sind infolge Pension oder Tod nicht mehr rentenbildend und werden somit wirtschaftlich zu einer reinen Steuer. Auch wenn sich die steuerlichen Rahmenbedingungen entschieden verbessert haben, empfiehlt es sich, folgende drei Gestaltungsmöglichkeiten zu prüfen:

Hotelliegenschaft privat halten und Vermietung an die Betriebs-Aktiengesellschaft.

Die Liegenschaft gilt als Privatvermögen, solange keine Einzelfirma betrieben wird. Beim Verkauf fällt die Grundstücksgewinnsteuer an und bei Geschäftsaufgabe erfolgt keine steuerliche Abrechnung. Der Nachteil der fehlenden Abschreibungen im Privatvermögen wird im Falle einer Rohbaumierte relativiert: Der Betrieb kann auf seinen Ausbauten Abschreibungen vornehmen.

Hotelliegenschaft in eine Betriebs-Aktiengesellschaft integrieren.

Ein Verkauf der Aktien gilt grundsätzlich als steuerfreier Kapitalgewinn und es fallen keine AHV-Beiträge an. Nachteilig wirkt sich diese Struktur aus, wenn ein Käufer nur den Betrieb übernimmt: Der Verkauf des Betriebes löst Gewinnsteuern aus, eine steuerneutrale Abspaltung ist für diesen Fall nicht möglich.

Integration der Hotelliegenschaft in eine Immobiliengesellschaft.

Die Gesellschaft kann von Abschreibungen zur teilweisen Kompensation von Mietzinserträgen profitieren. Der Verkauf einer Immobiliengesellschaft wird nachteiligerweise einem Direktverkauf gleichgestellt und mit Grundstücksgewinnsteuer belastet.

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