

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 15

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

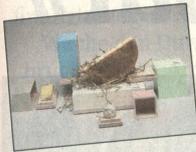
Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.06.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 220 Stellenangeboten



Design

Acht Projekte von sechs Designern zeigen, wie innovativ Käsepräsentation heute sein kann.
Seite 23

Roadpricing

Die Hoteliers wehren sich gegen eine allfällige Einführung in den Schweizer Städten.
Seite 4

Trois Rocs

Das erste Luxusprojekt von Starwood in der Schweiz öffnet im Winter 2013 in Verbier.
Seite 19

Engadin

«Wir erhoffen uns mit der Herzlichkeits-Offensive einen Schneeballeffekt. Die Workshops kommen gut an.»
Seite 15

Ariane Ehrat,
CEO
Tourismus
Engadin
St. Moritz



Giuliano Cattaneo

Gegen Mehrkosten

Die Hotellerie wehrt sich gegen Urheberrechtsgebühren für den Radio- und TV-Empfang in den Gästezimmern.

VIRGINIA NOLAN

Die Verwertungsgesellschaften möchten, dass ihnen die Hotels auch für den Radio- und TV-Empfang in den Gästezimmern Urheberrechtsgebühren abliefern; so wie es in der EU seit einigen Jahren gehandhabt wird. Hotellerie wehrt sich gegen dieses Vorhaben, wie David Stimmann, Projektleiter Rechtsdienst bei hotellerieuisse erklärt. Beharrten die Verwertungsgesellschaften auf ihren Forderungen, würden sich die

Gebühren für Hotels mit über 50 Zimmern mehr als verdoppeln, so Stimmann. Bereits heute bezahlt ein Hotel 33.30 Franken Urheberrechtsgebühren pro Monat, wenn es in öffentlichen Räumen Radio- und TV-Empfang hat. Kürzlich geführte Verhandlungen zwischen den Verwertungsgesellschaften einerseits und hotellerieuisse sowie Gastrosuisse andererseits wurden Ende März nach sechs Sitzungen erfolglos abgebrochen. Laut Dieter Meier, Geschäftsführer der

wortführenden Verwertungsgesellschaft Suissimage, werden die Verwertungsgesellschaften nun ein Verfahren vor der Eidgenössischen Schiedskommission einleiten. In der anschließenden Anhörung können hotellerieuisse und Gastrosuisse ihre Argumente vorbringen. «Ich bin optimistisch, dass wir unsere Tarifvorstellungen durchsetzen können», sagt Stimmann, «auch wenn es dazu eine weitere Runde am Verhandlungstisch braucht.»
Seite 2

Kommentar

Mehr Mittel: Hoffentlich führt der Bündner Weg zum Ziel



Theres Lagler

Sie standen gleichzeitig am Start – die Kantone Wallis und Graubünden. Beide setzten sich zum Ziel, eine kantonale Tourismusabgabe einzuführen, um mehr Marketingmittel zu generieren. Während der Walliser Staatsrat ein hohes Tempo anschlug und 2009 an der Urne scheiterte, gab sich der Bündner Regierungsrat mehr Zeit für eine breite Vernehmlassung. Ob dieser Weg nun von Erfolg gekrönt wird, ist wenige Tage vor der Parlamentsdebatte äusserst ungewiss.

«Eine Ausstiegsklausel für alle führt das Tourismusabgabe-Gesetz ad absurdum.»

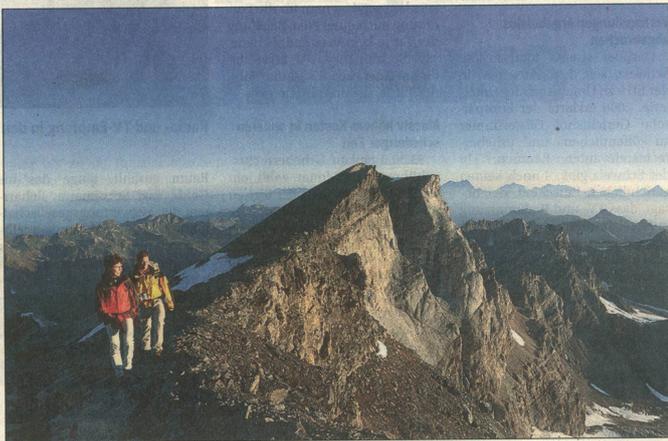
Die Wirtschaftskommission (WAK) wartet mit einem Antrag auf, der das Tourismusabgabe-Gesetz ad absurdum führt. Gemeinden, die sich bereits einer Destinationsmanagement-Organisation angeschlossen haben und über eine Finanzierung verfügen, sollen diese beibehalten dürfen. Das kommt einer Ausstiegsklausel gleich. Statt einer einheitlichen Tourismusfinanzierung droht ein Flickwerk wie bis anhin. Viele Gemeinden dürften zum Schluss kommen, alles beim Alten zu belassen. Das kann's ja wohl nicht sein. Es sollte doch gelingen, die grossen Destinationen – und um die geht es hier – mit grösserer Tariffreiheit und längeren Übergangsfristen für die Vorlage zu gewinnen.
Seite 3

Erfolgreiche Destinationen

Die Betten auszulasten, ist für die Schweizer Feriendestinationen in Zeiten wie der heutigen nicht einfach. BAK Basel Economics zeigt anhand von 15 Erfolgsfaktoren für alpinen Tourismus, wie das gelingen könnte.

Noch überrunden die Österreicher die Schweizer, wie im BAK-Vierjahresvergleich 2010/11 ersichtlich ist. Gerade das Beispiel des bestplatzierten Grossarlts zeigt eindrücklich, wie auch eine kleine, relativ unbekannt Destination eine gute Auslastung generieren kann, nämlich mit einer klaren Positionierung als Tal der Almen. Damit pflegt der Ort sein USP, mit dem er sich von Mitbewerbern abheben kann.

Bei den Städten dagegen hat die Schweiz mit Genf eine gute Ausgangslage. Im Vierjahresvergleich steht nur gerade Barcelona besser da. Mit dem fünften Rang ist in dieser Kategorie auch Zürich gut klassiert.
Seite 7 bis 11



Swiss-Image

Mehr Gäste in die Alpendestination holen? 15 Erfolgsfaktoren zeigen auf, wie das gelingen kann.

Ostergeschäft

Feiertage brachten uneinheitliches Resultat

«Viele Gäste wollten an Ostern ein letztes Mal Ski fahren. Die Pistenverhältnisse waren wunderschön, da es etwas kühler geworden war», sagt Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus. Aber hier wie an anderen Orten sorgten schlechte Wetterprognosen für Einbussen, namentlich bei den kurzfristigen Buchungen.
Seite 5

Dynastie Emery

Ehre für Palace-Hoteliers der Riviera

Im historischen Museum von Montreux wird noch bis Anfang November eine Ausstellung zu Ehren der Familie Emery gezeigt. Bei den Emerys handelt es sich um eine Hotellers-Dynastie aus dem 19. und 20. Jahrhundert, die für dreissig grosse Hotels in der Romandie, in Frankreich sowie Italien steht.

Neben der Ausstellung hat Cécile Chombard Gaudin, Forscherin und verheiratet mit einem Nachfahren von Alexan-

dre Emery, dem Gründer des Montreux Palace, ein Buch über die wegweisende Hotellersfamilie publiziert. Während 15 Jahren hat die – heute pensionierte – studierte Politikwissenschaftlerin über die Emerys nachgeforscht. Sie beschreibt die Familiengeschichte mit grosser Leidenschaft. Man taucht mit Cécile Chombard Gaudin ein in das mondäne Universum der Belle-Epoque. Damals traf sich die Aristokratie in diesen Hotels

vor allem zur Pflege der gesellschaftlicher Beziehungen. Sehr überrascht war die Forscherin von der gelebten Solidarität innerhalb der Familie Emery. Aber es war auch ein auf Sand gebautes Hotel-Imperium. Ein Kartenhaus, welches nur durch Kredite aufrechterhalten werden konnte. Trotz seines Wirkens in Montreux ist Alexandre Emery heute am Ort ein Unbekannter.
Seite 21

www.htr.ch

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



9 771662 1334000 15

ANZEIGE

Zeit haben für das wirklich Wichtige: für Ihre Gäste.
hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner
rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch
protel
HOTELIERFEDERATION

eco bar
Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise
Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

gryps
Suchen Sie
• Kassensysteme?
• Kaffeautomaten?
• Telefonanlagen?
• IT Firmen?
• ...?
3 Offerten erhalten, kostenlos und schnell
www.gryps.ch

illy
www.illycafe.ch

FRISCHER GEHT'S NICHT!
Cash-Carry
CCA Angehrn
Frühe für Sie
Mehr Infos und alle Standorte unter www.cca-angehrn.ch

Aus der Region

**Berner Oberland
Bergbahnen
Gstaad mit Winter
zufrieden**

Die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG) blickt «eher verhalten» auf die ausklingende Wintersaison zurück. Wie das Unternehmen meldet, werde der Winter 2011/12 «trotz ungewöhnlich üppiger Schneefälle» nur mit leichtem Plus im Vergleich zum 5-Jahres-Durchschnitt in die Geschichte der Gstaader Bergbahnen eingehen. Demgegenüber hätte es laut Direktor Armon Cantieni jedoch selten so viele positive Rückmeldungen seitens der Gäste gegeben wie in dieser Saison.

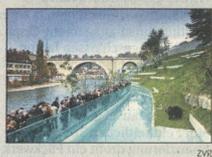
Zürich

**Neue
«Pickeltouren» in
der Stadt**

Ab dem 18. April finden in Zürich wieder die von Jugendlichen konzipierten Stadtführungen statt. Das teilt das Zürcher Sozialdepartement mit. Die so genannten «Pickeltouren» führen etwa durchs Langstrassenquartier oder in die Studios des Jugend-TV-Senders Joiz. Insgesamt werden bis Mitte Juli 15 Touren durchgeführt. Laut Mitteilung ist es schweizweit bisher das einzige Jugendprojekt dieser Art.

Bern

**Bärenpark:
Stadtbauten und
Planer geeinigt**



Die Stadtbauten Bern haben sich mit der Planergemeinschaft Bärenpark auf einen Vergleich geeinigt: Laut Mitteilung verzichte letztere auf Honorare von 450 000 Franken und leistet somit einen Beitrag an die Kostenüberschreitung. Es handelt sich um ausstehende Resthonorare, welche die Stadtbauten Bern andernfalls hätten bezahlen müssen. Damit wolle man einen langwierigen Rechtsstreit vermeiden.

**Erneut Eisbahn
auf Bundesplatz
geplant**



Nächsten Winter soll es wieder eine Kunsteisbahn auf dem Bundesplatz geben: Die Firma Honorem GmbH von Stadtrat Mario Imhof (FDP) und Ex-Stadtrat Jimmy Hofer teilt mit, vom Berner Gemeinderat eine Bewilligung für den Betrieb erhalten zu haben. Imhof sei zuversichtlich, dass die Finanzierung gelingt. Er geht von einem Budget von 400 000 bis 450 000 Franken aus, wofür nun Sponsoren angegangen würden. In diesem Winter gab es keine öffentliche Eisbahn, nachdem eine Finanzierung auf privater Basis gescheitert war. sag

«Für Hotels untragbar»

Die Verwertungsgesellschaften wollen die Urheberrechtsgebühren für Radio- und TV-Empfang in Hotels neu regeln. Diese wehren sich.

VIRGINIA NOLAN

Hoteliere zahlen Urheberrechtsgebühren, wenn sie in Gemeinschaftsräumen Musik spielen, Bilder über eine Leinwand flimmern oder einen Pianisten auftreten lassen. Der Empfang von Radio- und TV-Sendungen und die Verwendung von Ton- und Tonbildträgern «zur allgemeinen Hintergrundunterhaltung» ist kostenpflichtig und im Gemeinsamen Tarif 3a mit den Schweizer Verwertungsgesellschaften geregelt. Er betrifft alle öffentlichen Räume des Hotels. Gehören Gästezimmer, die über Radio- oder Fernsehempfang verfügen, dazu?

Verhandlungen ergebnislos abgebrochen

Darüber streitet man in der Schweiz, seit dem Entscheid in der EU – zu Ungunsten der Hotellerie. 2006 erklärte der Europäische Gerichtshof Gästezimmer zu «öffentlichen» und urheberrechtsrelevanten Räumen. «In der Schweiz gibt es noch keinen gerichtlichen Entscheid, der besagt, dass TV- und Radiounutzung in Hotelzimmern nicht im privaten Rahmen geschieht. Solange ein Urteil fehlt, wehren wir uns», so David Stirnimann, Projektleiter Rechtsdienst hotellerieuisse.

Vor gut einem Jahr hatten die Verwertungsgesellschaften unter Federführung der Suisa Hotels und Restaurants schriftlich aufgefordert, die von TV oder Radio beschaltete Gesamfläche inklusive Anzahl Gästezimmer zu melden. Auf dieser Basis wollte man eine zusätzliche Gebühr erheben. Den Nutzungsorganisationen gelang es daraufhin, das Vorgehen mittels einer Aufsichtsbeschwerde zu disqualifizieren. «Das Bundesverwaltungsgericht entzog der Beschwerde aber die aufschiebende Wirkung», sagt Stirnimann. «Das heisst: Die Verwertungsgesellschaften sind zwar falsch vorgegangen, hätten aber das Recht, die zusätzlichen Gebühren einzutreiben.»

Darauf habe man verzichtet, sagt Dieter Meier, Geschäftsführer der wortführenden Verwertungsgesellschaft Suisaimage. Die jüngsten Verhandlungen mit hotellerieuisse und Gastrosuisse wurden nach sechs Sitzungen Ende März erfolglos abgebrochen. «In der Schweiz ist die Rechtslage nicht anders als in Europa. Es gelten gemäss Schiedskommission auch die gleichen Regeln», sagt Meier. Es sei nicht so, dass man für die Forderung nach einer Neu-Regelung der Tarife kein Verständnis habe, sagt Stirnimann: «Wir erkennen diesen Anspruch. Es ist die Höhe der Tarife, die uns abschreckt.»

Massiv höhere Kosten in ohnehin schwieriger Zeit

33.30 Franken Urheberrechtsgebühren pro Monat zahlt ein Hotel, wenn es in öffentlichen Räumen Radio- und TV-Empfang hat. Übersteigt die Gesamfläche dieser Räumlichkeiten 1000 Quadratmeter, kommt ein Zuschlag von 52.50 Franken dazu. «Würde nun jedes Zimmer als öffentlicher



Radio- und TV-Empfang in den Hotelzimmern: Streitpunkt sind die Urheberrechtsgebühren.

Fotolia

Raum gezählt, ginge das ins Geld», sagt Stirnimann. Beharren die Verwertungsgesellschaften auf ihren Forderungen, würden sich die Gebühren für Hotels mit über 50 Zimmern mehr als verdoppeln. Mittelgrosse Betriebe müssten mit einer monatlichen

Erhöhung von rund 65% rechnen. «Für unsere Branche ist das untragbar. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind ohnehin schwer genug», sagt Stirnimann. «Die Verwertungsgesellschaften werden ein Verfahren vor der Eidg. Schiedskommission einleiten», so Meier von Suisaimage. In der anschliessenden Anhörung können hotellerieuisse und Gastrosuisse ihre Argumente vorbringen. «Ich bin optimistisch, dass wir unsere Tarifvorstellungen durchsetzen können», sagt Stirnimann.

Franz Weber bewegt weiterhin

Die Annahme der Zweitwohnungs-Initiative bleibt in den Bergkantonen Thema Nummer eins. Auf Bundesebene wird die Arbeitsgruppe aktiv.

DANIEL STAMPFELI

Der Walliser Staatsrat hat bezüglich der Initiative «Franz Weber» rasch konkrete Massnahmen im Interesse des Kantons ergriffen, insbesondere durch die Unterstützung der Gemeindebehörden.

Mittel- und langfristig will der Staatsrat eine Strategie für die touristische Beherbergung entwickeln, auf welcher sich seine Massnahmen abstützen werden. Die Entwicklung der Strategie soll mit der Unterstützung eines «Beirats» bestehend aus Persönlichkeiten aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und allen betroffenen Branchen angegangen werden, wie die Walliser Regierung mitteilt.

Rücksichtnahme auf die ernerische Eigenheit

Auch den Urner Landrat beschäftigt die Annahme der Zweit-

wohnungs-Initiative. Er hat eine von der CVP-Fraktion erarbeitete Resolution eingereicht. Darin fordern die Urner Landräte, dass die Bundesversammlung und der Bundesrat bei der Ausarbeitung der Ausführungsgesetzgebung die besonderen Eigenheiten und Bedürfnisse der Bergkantonen berücksichtigen.

Explizit wird aufgeführt, dass insbesondere strukturschwache Gebiete und Regionen, in denen die Bevölkerung zurückgegangen sei, bei der Umsetzung berücksichtigt würden. Der Begriff «Zweitwohnungen» sei möglichst grosszügig zu definieren. Es sol-

len insbesondere bewirtschaftete Wohnungen nicht als Zweitwohnungen gelten, wobei besonders auch auf die ernerische Eigenheit der landwirtschaftlichen Stufenbetriebe zu achten sei.

Arbeitsgruppe soll die drängendsten Fragen klären

Insbesondere mit der Frage der Definition der Zweitwohnungen befasst sich die von Bundesrätin Doris Leuthard eingesetzte Arbeitsgruppe, die vor einer Woche ihre Arbeit aufgenommen hat. Sie hat den Auftrag, zunächst die drängendsten Fragen zu klären und sodann die auf Gesetzesstufe

nötigen Anpassungen vorzubereiten. Die Vertreter der Arbeitsgruppe waren sich einig, dass die Umsetzung der Initiative unter Wahrung der verfassungsrechtlich massgebenden Grundsätze erfolgen soll. Mitte April wird die Arbeitsgruppe, die unter der Leitung des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) steht, weitere Kreise anhören, um sich aus erster Hand über deren Anliegen informieren zu lassen. Ende April findet die nächste Sitzung statt. Mit von der Partie in der Arbeitsgruppe ist auch Tourismusexperte Christian Laesser von der Universität St. Gallen.

Baudenkmal-Ferien beliebt

Eine durchschnittliche Auslastung von 53 Prozent und 8641 Logiernächte: Das meldet die Stiftung «Ferien im Baudenkmal» für das Betriebsjahr 2011.

SABRINA GLANZMANN

Im sechsten Jahr ihres Bestehens zeigt sich die Stiftung «Ferien im Baudenkmal» des Schweizer Heimatschutzes in ihrem Jahresbericht zufrieden und spricht von einer «erfreulichen Entwicklung»: Die Auslastung betrug im

Durchschnitt 53 (2010: 49 Prozent); die Häuser Blumenhalde in Uerikon ZH und Steinhaus in Brusio GR erreichten gar 100 Prozent. Insgesamt wurden 1154 Gäste empfangen, die wiederum 8641 Logiernächte generierten (+25 Prozent, 2010: 6864). Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl Buchungen um 20 Prozent von 260 auf 316.

Die Stiftung konnte 2011 auch ihr Angebot erweitern: Mit den Fischerhäusern in Romanshorn TG wurde ein Baudenkmal aus dem 17. Jahrhundert ins Sortiment genommen. Das Haus «Auf der Kreuzgasse» in Boltigen BE aus dem 16. Jahrhundert – das dritte eigene Haus der Stif-

tung – erhöht das Angebot im Kanton Bern auf neu zwei Baudenkmal. Damit ist die Anzahl Ferienwohnungen auf 17 in 13 Baudenkmalern und sechs verschiedenen Kantonen gestiegen. Laut Bericht dominierten nach wie vor Gäste aus Zürich, Basel und Bern. Erstmals konnten neben Deutschen auch Gäste aus anderen europäischen Ländern empfangen werden. «Ferien im Baudenkmal» wurde im Herbst 2005 durch den Schweizer Heimatschutz gegründet. Sie hat zum Ziel, gefährdete Baudenkmalere zu übernehmen, zu renovieren und für eine Feriennutzung zur Verfügung zu stellen.

**Ferienverein:
Weniger Schweizer
Logiernächte**

Dem Ferienverein gelang es 2011 wie bereits im Vorjahr nicht, schwarze Zahlen zu schreiben: Der Verlust der Hotelgruppe, die seit 2006 in die Poscom Ferien Holding AG umgewandelt ist, sank von 483 000 auf 357 000 Fr. Der operative Bruttogewinn v(GOP) belief sich auf 8,6 Mio., der Betriebsertrag auf 40,3 Mio. Fr. Die Auslandshotels in Italien und Spanien verzeichneten 2011 32 000 Buchungen mehr; die Belegung in den vier Schweizer Hotels (141 822 Logiernächte) ging dagegen um 8000 Nächte (5,5%) zurück. Einzig das Hotel Victoria-Lauberhorn steigerte die Buchungen um 10 Prozent.

**Skyguide: Höherer
Umsatz und
Betriebsergebnis**

Das Schweizer Flugsicherungsunternehmen Skyguide meldet für 2011 einen Umsatzanstieg um 17 Prozent auf 427,18 Mio. Fr. Das Betriebsergebnis lag bei 27,97 Mio. Fr., nachdem im Vorjahr ein Minus von 11,69 Mio. Fr. resultiert hatte. Laut Skyguide gründe diese Verbesserung unter anderem auch auf einer «konsequenter Kostenkontrolle». Das Gesamtergebnis betrug 28,35 Mio. Fr. nach 6,1 Mio. Fr. im Vorjahr. Der Reingewinn betrug 4,35 Mio. Fr., nach rund 18 Mio. Fr. im 2010. Dieser Rückgang erkläre sich hauptsächlich mit dem schrittweisen Abbau der kumulierten Kostenunterdeckungen. sag

Schafft die neue Bündner Tourismusfinanzierung nächste Woche den Durchbruch? Davos, Arosa und St. Moritz beurteilen die Vorlage kritisch und verlangen Korrekturen.

Theres Lagler

Drei Tage hat der Grosse Rat des Kantons Graubünden nächste Woche reserviert, um das neue Tourismusabgaben-Gesetz (TAG) zu beraten. Es soll die 120 bestehenden, kommunalen Kurtaxenreglemente und Tourismusförderungsabgaben ersetzen. Urs Wohler, Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, kämpft als Präsident der «Pro TAG Graubünden» an vorderster Front für die Vorlage. Für ihn ist das flächendeckende Finanzierungssystem von zentraler Bedeutung. «Die Tourismusfinanzierung ist der letzte Baustein der Bündner Tourismusreform, die 2006 lanciert wurde, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.» Seither sind aus 92 Touris-



«Die Tourismusfinanzierung ist der letzte Baustein der Bündner Tourismusreform.»

Urs Wohler
Direktor Engadin Scuol Samnaun

musorganisationen insgesamt 15 Destinationmanagement-Organisationen und regionale Tourismusorganisationen entstanden. Die Finanzierung ist allerdings immer noch kommunal geregelt. Ein Problem, wie Wohler ausführt. Ohne ein stabiles Finanzierungsgerüst sei in einer Destination mit vielen involvierten Gemeinden kaum in nützlicher Frist eine Einigung über die Tourismusfinanzierung zu erzielen. Wohler weiss, wovon er spricht. Seine Destination erstreckt sich über 12 Gemeinden.

In einer ganz anderen Situation steckt Reto Branschi, CEO der Destination Davos Klosters. Er muss die Finanzierung des Tourismusmarketings nur mit zwei Gemeinden aushandeln, generiert aber mit dem heutigen System deutlich mehr Einnahmen



Die Destination Davos Klosters steht dem kantonalen Tourismusabgaben-Gesetz (TAG) kritisch gegenüber.

Swiss-Image

Bündner ringen um Kompromiss

als mit der TAG-Grundpauschale. «Um gleich viel Geld wie bisher zu haben, müssten wir einen Zuschlag von 93 Prozent verlangen», rechnet Branschi vor. «Das Ge-



«Die Vorlage muss so angepasst werden, dass auch die Grossen damit leben können.»

Reto Branschi
CEO Destination Davos Klosters

setz gibt uns zwar diesen Spielraum, aber es bedingt eine Volksabstimmung. Eine Zustimmung ist sehr fraglich, und dann fehlen Davos 5,6 Millionen.» Branschi betont aus diesem Grund: «Die grossen Destinationen sind nicht gegen das TAG. Wir wollen einfach, dass die Vorlage so angepasst wird, dass auch die Grossen damit leben können.» Die Abänderungsanträge der vorbereitenden Wirtschaftskommission (WAK) weisen in diese Richtung (siehe Box). So sollen die Gemeinden die Feinjustierung der variablen Abgabesätze selber vornehmen. Sie sollen die Tarife der abgabepflichtigen Branchen

um bis zu 20 Prozent erhöhen oder herabsetzen dürfen.

Zudem soll die Übergangsfrist von zwei auf fünf Jahre ausgedehnt werden. «Zu diesem Kom-

promiss könnten wir zähneknirschend Ja sagen», so Branschi. «Es ist einfacher, mit einem Tarifsystem vors Volk zu gehen als mit einer losgelösten Prozentzahl.» Noch lieber wäre Branschi aber die Annahme des Abänderungsantrags zu Artikel 6, der es den Gemeinden ermöglichen würde, am bisherigen Finanzierungssystem festzuhalten. «Das wäre eine wichtige Option für uns, falls sich herausstellen sollte, dass der Systemwechsel nicht umsetzbar ist.»

Urs Wohler hat zwar Verständnis für seinen Kollegen, plädiert aber dafür, die Ausstiegsklausel in Artikel 6 zwingend abzulehnen. «Die aktuelle Formulierung

öffnet Tür und Tor für andere Gemeinden, ebenfalls auf das TAG zu verzichten. Das gefährdet die

Destinationen», so Wohler. Den beiden anderen Kompromissanträgen stimmt er aber zu.

Grosser Rat Die heiklen Artikel des Tourismusabgaben-Gesetzes

Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) des Bündner Kantonsparlaments stellt verschiedene Abänderungsanträge, um das Tourismusabgaben-Gesetz (TAG) mehrheitsfähig zu machen. Drei davon spielen nächste Woche eine zentrale Rolle:

Artikel 6: Ausstiegsklausel. Gemeinden, die vor Inkrafttreten des Tourismusabgaben-Gesetzes bereits einer DMO (Destinationmanagement-Organisation) oder einer ReTO (regionale Tourismusorganisation) angehören und über eine Leistungsvereinbarung inklusive Finanzierung verfügen, sollen diese beibehalten dürfen. Gedacht ist diese Regelung eigentlich für die drei grossen Destinationen Davos Klosters, Engadin St. Moritz

und Arosa. Mit der vorliegenden Formulierung erhalten aber fast alle Gemeinden eine Ausstiegsklausel, da die meisten in eine Destination eingebunden sind. Fragt sich, ob das TAG unter diesen Voraussetzungen seinen Zweck überhaupt noch erfüllt.

Artikel 20a: Gemeindeautonomie. Nicht der Regierungsrat sondern die Gemeinden sollen die Tarife der Abgabepflichtigen (Hotellerie, Bergbahnen, Fewo-Besitzer, Gewerbe, etc.) innerhalb einer Limite von plus/minus 20% anpassen können.

Artikel 39: Übergangsfrist. Die WAK-Mehrheit möchte eine Übergangsfrist von fünf statt zwei Jahren gewähren, um den grossen Destinationen mehr Zeit für die Umstellung des Finanzierungssystems zu geben. I

Aus der Region

Ostschweiz

Appenzellerland: Gästekarte für Hotelangestellte

Appenzellerland Tourismus AI hat neu eine «Appenzeller Ferienkarte für Hotelangestellte» lanciert. Diese Karte soll die Mitarbeitenden in der Hotellerie auffordern, die touristischen Angebote selber kennen zu lernen, so die Organisatoren. Ziel ist, die Dienstleistungsqualität innerhalb der Destination dank kompetenten Auskünften zu erhöhen. Für einen Beitrag von 40 Franken können die Angebote während der ganzen Saison genutzt werden – darunter freie Luftseilbahnfahrten oder Eintritte in Wellnessanlagen.

44 Millionen für Skigebiet Flumserberg



ZVG

Die Bergbahnen Flumserberg (BBF) will in den nächsten Jahren rund 44 Mio. Franken investieren. Damit solle laut Unternehmen das Skigebiet erweitert und modernisiert werden. Geplant sind der Bau vier neuer Bergbahnen und eines Speichersees. Laut BBF sei eine Inbetriebnahme für 2013/14 geplant. Insgesamt soll das Skigebiet Flumserberg zehn Kilometer neue Pisten erhalten. Nun gehe es darum, die Baubewilligungen einzuholen.

Skigebiet Pizol 2011/12 mit Umsatzrekord



ZVG

Die Geschäftsleitung der Pizolbahnen AG meldet den «besten Winter aller Zeiten»: Erstmals werde laut Communiqué die Umsatzmarke von 7 Mio. Franken durchbrochen. Grund dafür seien die guten Schneeverhältnisse seit Weihnachten und ein Gästezuwachs aus dem Raum Zürich-Aargau und St. Gallen-Bodensee. Laut Mitteilung ist der Bau einer neuen Sesselbahn auf Bad Ragaz Pardi geplant; die Finanzierung der dafür notwendigen 10,7 Mio. Franken sei «auf gutem Weg». Zudem sollen künftig die Pisten auf 1200 bis 1700 m ü. M. beschneit werden. sag

Scuol: Neuer Hotelkomplex geplant

Wo einst das Hotel Engadinerhof stand, entsteht in Scuol für über 50 Millionen Franken ein neues Wellness-Resort. Der Baubeginn ist für Herbst 2012 vorgesehen.

Sabrina Glanzmann

Ein 4-Sterne-Superior-Hotel mit über 129 Zimmern und Suiten auf sechs Etagen, mehrere Gemeinschaftsbereiche, ein 2800 Quadratmeter grosses Spa, eine multimediale Lounge und drei Restaurants – das alles soll das

geplante Wellness-Resort Scuol unter anderem beinhalten. Bereits 2007 wurde der Kaufrechtsvertrag zwischen dem Mailänder Projektinitiatoren, Investor und Bauherren Marcello Cerea, Scuol und den Bergbahnen Mottal Naluns Scuol-Fian Sent AG (noch-Inhaberin der Parzelle) unterzeichnet; zur Realisierung des Gesamtprojekts wurde im Sommer 2011 die Engadina Wellness Residence SA mit Sitz in Scuol gegründet.

Der Baubeginn für das Projekt mit einem Investitionsvolumen von über 50 Mio. Franken ist laut der Gesellschaft für den Herbst 2012 vorgesehen; die Vorverträge mit der zukünftigen Hotelbetreiberin Travel Charme Hotels & Re-

sorts AG seien unterzeichnet. Das Wellness-Resort Scuol wird der erste Travel-Charme-Standort in der Schweiz sein. Es soll ab der Wintersaison 2014 für Gäste offen stehen.

Auf dem Areal Engadinerhof, wo bis vor wenigen Jahrzehnten das gleichnamige Hotel stand, ist nach Fertigstellung des Resorts zudem der Bau einer Wohnanlage geplant. Diese wird sich aus Wohnhäusern mit Privatapartments zusammensetzen. Für den Eigentümer soll Zugang zu allen Hotelanlagen bestehen sowie die Möglichkeit, die einzelnen Apartments von der Resort-Organisation verwalten zu lassen.



Skizze des geplanten Wellness-Resorts Scuol.

ZVG

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

Aus der Region

Graubünden

Eine neue Partnerschaft für die Bildung

Ab Sommer 2012 ergänzt die Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) in Chur und Passugg als Bildungspartner die Academy of Hotel Excellence. Die Academy wurde im Sommer 2011 von der Grand Resort Bad Ragaz AG mit sechs Partnern aus dem Luxushotelsegment und der HTW Chur gegründet. Sie will gemeinsam professionelle und massgeschneiderte Kaderausbildungen anbieten.

Wallis

Saas-Fee: Gästekarte soll es richten



Swiss-Image

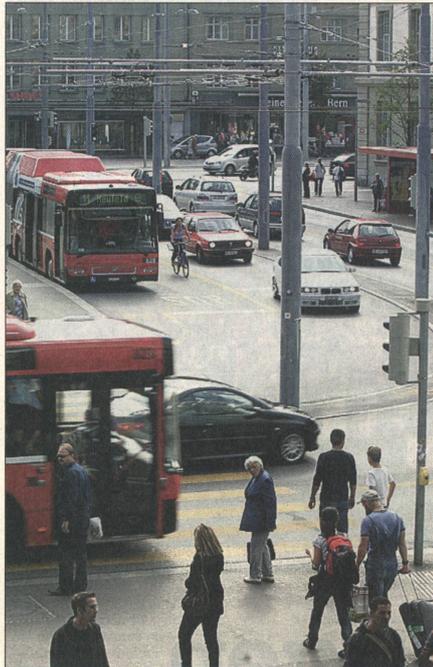
Saas-Fee führt am 1. Juni 2012 einen Gästepass mit exklusiven Preisvorteilen ein. Damit wolle die Destination auf ihr schlechtes Jahresergebnis reagieren, heisst es im «Walliser Boten». In der Sommersaison können so etwa Postautos und alle Bergbahnen im Saastal kostenlos genutzt werden. Die Kosten werden laut Tourismusdirektor Pascal Schär vom Beherberger übernommen. Pro Logiernacht müssen Fr. 3.50 entrichtet werden.

Thermalbad Brigerbad mit neuem Partner



ZVG

Die französische Groupe Eurothermes ist der neue Partner für das Thermalbad Brigerbad. Mit ihr gründet die Besitzerin Hans Kalbermatten Thermalbad AG eine neue Betriebsgesellschaft, wie der «Walliser Bote» mitteilt. Die Groupe Eurothermes solle für eine noch professionellere Führung in Brigerbad künftig ihr Know-how und ihr weit verzweigtes Vertriebsnetz einbringen, heisst es. Der bisherige Geschäftsführer des Thermalbads, Paul Schmidrig, wird auch neuer Direktor der Betriebsgesellschaft.



Keystone

Mit dem Roadpricing soll der öffentliche Verkehr zulasten des Privatverkehrs gefördert werden.

Roadpricing als Spaltpilz

In Schweizer Städten wird immer wieder die Einführung eines Roadpricings diskutiert. Gewerbe und Hotellerie sind über derartige Massnahmen alles andere als erfreut.

DANIEL STAMPFELI

In Bern kam die Idee eines Roadpricings, wie es etwa die Grossstadt London kennt, wieder aufs Tapet. Kürzlich wurde zu diesem Thema eine Studie präsentiert (siehe auch Zweittext unten). Die Autoren der Studie berechneten die Auswirkungen von zwei Szenarien: Gebühr von 5 Franken und

9 Franken pro Tag für Fahrten mit dem Auto in der Stadt Bern und den umliegenden Gemeinden.

«Das Roadpricing befindet sich nicht auf unserer Agenda der aktuellsten, tourismusrelevanten Themen», erklärt Markus Lergier, Direktor Bern Tourismus. Dem entsprechend habe die Organisation das Roadpricing bisher noch nicht thematisiert und behandelt.

Dezidiert äussert sich Beatrice Imboden, Präsidentin von Hotellerie Bern+ Mittelland und Hôtelière in der Stadt Bern: «Die Berner Hoteliers sind klar gegen einen Strassenzoll.» Und sollte er trotzdem dereinst eingeführt werden, müssten die Hotelgäste zwingend davon ausgenommen werden. Auch das Gewerbe als Ganzes hat sich bereits klar ablehnend zu einer möglichen Einführung des Roadpricings geäussert.

sinnvoll, weitere vertiefende Abklärungen zur Beantwortung der Frage, ob und in welcher Form ein Roadpricing im Raum Zürich zweckmässig sei, in die Wege zu leiten. Der Zürcher Stadtrat werde sich daher weiterhin dafür einsetzen, dass die begonnenen Vertiefungsarbeiten mit dem Kanton fortgesetzt werden.

Wie die Berner Hoteliers sind auch ihre Zürcher Kollegen klar gegen eine Einführung eines Roadpricings. Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers: «Für unsere Gäste wäre es ein zusätzliches Hindernis, da viele mit dem Auto nach Zürich fahren, und dies vor allem die Leisuredienstleister, welche wir in Zukunft mehr bewerben möchten. Auch für uns Hoteliers und die Lieferanten wäre es eine zusätzliche Belastung, die niemandem wirklich hilft», so Arnold weiter.

«Die Berner Hoteliers sind klar gegen die Einführung eines Roadpricings.»

Beatrice Imboden
Präsidentin Berner Hotels

Rechtliche Voraussetzungen

Die Einführung von Roadpricing ist rechtlich möglich, sofern der Bund die Voraussetzungen schafft. Nötig ist laut einem Gutachten des Bundesamts für Justiz zumindest ein befristetes Bundesgesetz über die Durchführung von Roadpricing-Versuchen. Zu diesem Schluss kommen die Autoren einer Studie, welche im Auftrag von Kanton, Stadt und Region Bern erstellt wurde. Eine Änderung der ber-

nischen Kantonsverfassung sei nicht nötig. Denn diese untersagt Roadpricing (anders als die Bundesverfassung) nicht. Für ein Roadpricing, auch wenn es nur ein Versuch wäre, sei eine kantonale gesetzliche Grundlage nötig. Für die Umsetzung im Zusammenspiel mit den Gemeinden gebe es verschiedene Varianten, die allesamt rechtlich möglich sind, und deren Vor- und Nachteile primär politisch abzuwägen seien.

Der Berner SVP-Nationalrat Rudolf Joder hat Mitte März 2012 eine Motion eingereicht, in welcher er den Bundesrat beauftragt, Rechtsgrundlagen auszuarbeiten, damit Pilotversuche von Roadpricing verboten werden. Die Einführung von Roadpricing schwäche die Wirtschaft, bringe höhere Kosten und schaffe zusätzliche Wettbewerbsnachteile, so Rudolf Joder. Das System gefährde auch Arbeitsplätze. **dst**

Für Hoteliers, Gäste und Lieferanten ein Hindernis

Auch in Zürich gibt es immer wieder Kreise, die sich das Heil für den Verkehr von einem Roadpricing-System versprechen. Obwohl zurzeit keine konkrete Studie für Zürich vorliegt, schrieb das Gesundheits- und Umweltschutzdepartement der Stadt Zürich in einem Bericht zu einem Postulat: «Alle Prognosen zeigen, dass der Handlungsbedarf zuzunehmen wird.» Die Vorbereitung eines Roadpricings – auch für einen Versuch – werde mindestens fünf bis zehn Jahre in Anspruch nehmen, so der Bericht. Es sei daher

In Basel für mindestens zehn Jahre kein Thema

In Basel ist die Einführung eines Roadpricings in den nächsten mindestens zehn Jahren nicht möglich. Dies hat der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt Mitte März in einem Regierungsratsbeschluss festgehalten. Falls zu einem späteren Zeitpunkt für Basel relevante nationale und internationale Erfahrungen vorliegen beziehungsweise die Umsetzung von Roadpricing in der Agglomeration Basel aufgrund geänderter Voraussetzungen möglich wäre, werde der Regierungsrat das Thema wieder aufnehmen.

Bahnen schliessen sich zusammen

Die Bettmeralp Bahnen und die Aletsch Riederalp Bahnen schliessen sich zusammen. Eine gemeinsame Direktion soll beide Bahngesellschaften führen.

DANIEL STAMPFELI

Ein grösseres Aktienpaket der Aletsch Riederalp Bahnen AG wurde von der Aktionärsgruppe Albert Bass, Gregor Furrer und Odilo Guntern an die Bettmeralp Bahnen AG verkauft. Mit diesem Aktienkauf besitzt die Bettmeralp Bahnen AG mittlerweile etwas mehr als 40 Prozent am Aktienkapital der Aletsch Riederalp Bahnen AG. Beide Gesellschaften wollen nun die bestehenden Infrastrukturen noch stärker aufeinander abstimmen und das touristische Potenzial entsprechend abschöpfen, wie sie in einer gemeinsamen Medienmitteilung schreiben. Man bezwecke damit

auch eine marktwirksame Positionierung, welche mit der Erzielung von betriebswirtschaftlichen Synergien einhergehe.

Im Zuge der Verhandlungen wurde beschlossen, eine gemeinsame Direktion für die beiden Bergbahnunternehmen zu bestellen und Valentin König als CEO beider Bahnunternehmungen zu bestimmen. So habe der Verwaltungsrat der Bettmeralp Bahnen AG an seiner letzten Sitzung Valentin König zum gemeinsamen Direktor ernannt. König hat in den vergangenen fünf Jahren die Aletsch Riederalp Bahnen AG als CEO und Vorsit-

zender der Geschäftsleitung geleitet. Valentin König wird ab dem 1. Oktober 2012 in dieser neuen Funktion tätig sein und löst damit Anton König, Direktor der Bettmeralp Bahnen AG ab, der nach 14 Jahren Tätigkeit in den Ruhestand tritt.

An der kommenden Generalversammlung 2012 treten Odilo Guntern und Gregor Furrer aus dem Verwaltungsrat der Aletsch Riederalp Bahnen AG aus und werden durch zwei Mitglieder der Bettmeralp Bahnen AG ersetzt, sodass die Bettmeralp Bahnen AG vier Mitglieder im Verwaltungsrat hat.



Swiss-Image

Die Bettmeralp Bahnen haben neu das Sagen.

Mehrwerte schaffen statt Preiskrieg lancieren



Standpunkt

GEROLD BÜHRER
PRÄSIDENT ECONOMIESUISSE

Der Schweizer Tourismus hat eine ausgesprochen schwierige Zeit hinter sich. Die rasante Aufwertung des Fränkens im Sommer letzten Jahres hat der Schweiz das Image einer Hochpreisinsel zurückgebracht. Während sich in den Jahren vor der Krise die Wettbewerbsfähigkeit der Hotellerie und des Tourismus insgesamt verbessert hat, wurden mit dem Überschies des Franken-Wechselkurses

die Anstrengungen der vergangenen Jahre zunichte gemacht. Mit der von der Nationalbank verfolgten Wechselkursuntergrenze von 1.20 Franken für den Euro ist zumindest die Planungssicherheit wieder zurückgekommen. Die schlimmsten Auswirkungen konnten so verhindert werden. Die europäische Verschuldungskrise lastet aber in Form einer abgeschwächten Nachfrage mit schwerem Gewicht auf den Schultern des Schweizer Tourismus.

«Die schwierige Situation kann auch eine Chance für den Schweizer Tourismus sein.»

Der Tourismus bleibt in diesem Umfeld besonders gefordert. Die Grenzabschottung für Agrarprodukte hat beispielsweise zur Folge, dass das Gastgewerbe mehr für Nahrungsmittel bezahlen muss als die ausländi-

schen Konkurrenten. Hier würde ein Agrarfreizhandelsabkommen mit der EU zu tieferen Vorleistungspreisen für die Hotellerie führen. Mit der knappen Zustimmung der Schweizer Stimmberechtigten zur Zweitwohnungsinitiative sieht sich die Branche mit einem weiteren Handicap konfrontiert. Querfinanzierungen von Hotelweiterungen über den Verkauf von Zweitwohnungen werden künftig kaum mehr möglich sein.

Die schwierige Situation kann aber auch eine Chance für den Schweizer Tourismus sein. Rücken die touristischen Leistungserbringer zusammen und gestalten sie das Produkt gemeinsam, schaffen sie Mehrwerte für den Gast. Diese Mehrwerte ermöglichen es, dass auch ein höherer Preis getragen wird. Über den Preis hinaus muss aber auch durch die Servicequalität um die Gunst von Kunden und Gästen geworben werden.

Ostern ohne Rekorde

Das Ostergeschäft war in den befragten Destinationen so durchwachsen wie die Saison. Schlechte Medien-Vorberichte über das Wetter zeigten Wirkung.

KARL JOSEF VERDING

Die Walliser Tourismusorte konnten sich über eine «recht gute Besetzung» ihrer Hotelkapazitäten während der Osterfeiertage freuen, auch wenn sie «wahrscheinlich unter dem Niveau des letzten Jahres lag», sagt Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus. Schädlich für das Ergebnis waren laut Zen-

häuser «einmal mehr schlechte Medien-Vorberichte über das Wetter. Tatsächlich hatten wir viel Sonne und eigentlich insgesamt gutes Wetter.» Das Ergebnis der Walliser Bergbahnen entspreche demjenigen der Hotels. Denn: «Viele Gäste wollten an Ostern ein letztes Mal Ski fahren. Die Pistenverhältnisse waren wunderschön, da es etwas kühler geworden war. Das nördliche Wallis hatte zusätzlich noch Schneefall.»

Wegen der Wetterprognosen gab es weniger Spontanbuchungen

«Generell war das Ostergeschäft vor allem am Berg besser als erwartet, mit dem Schwerpunkt am Freitag und Montag, als das Wetter absolut erfreulich war», so Sara Roloff, Kommunikationsleiterin der Destination Engadin St. Moritz. «Das Geschäft der Hotels war sehr heterogen, und dies unabhängig von ihrem

Klassierungs-Segment.» Ostern sei hier ein Spiegel der gesamten Wintersaison. Hotels mit starker Gewichtung der Märkte Deutschland und Italien hätten gelitten. Schweizer Gäste seien auch an Ostern treu geblieben. Und: «Aufgrund der Wettervorhersagen sind Spontanbuchungen ausgeblieben. Zudem war in niederen Gefilden bereits der Frühling ausgebrochen.»

«Die Wetterprognosen waren nicht allzu gut, entsprechend hatten wir etwas weniger Tagesgäste am Berg», sagt Samuel Bichsel, Marketingleiter der Engelberg-Titlis Tourismus AG: «Die Hotels kommen auf bessere Zahlen als an den letzten Ostern, die sehr spät im April gelegen waren.

Diesmal hatten wir ideale Schneeverhältnisse, am Sonntag noch 30 cm Neuschnee. Aber es wird bei den Oster-Logiernächten keinen Rekord geben.»

«Alles war hergerichtet für schönes Frühlings-Skifahren»

«Aus touristischer Sicht war das Ostergeschäft eher schwach», stellt Kerstin Sonnekalb, Kommunikationsleiterin von Gstaad Saanenland Tourismus fest: «Es lag unter anderem am schlechten Wetter.» Ein Drittel der Hotels in der Destination hatte allerdings bereits geschlossen. So schwächte sich auch das Ergebnis der Bergbahnen ab.

«Die Hotellerie in Grindwald, Wengen, Mürren und Lauter-

brunnen hat über Ostern unter dem schlechten Wetter gelitten», sagt Reto Ganz, Leiter Medien der Jungfrau Region Marketing AG. «Die Prognosen für das Geschäft waren eigentlich gut, wegen der vorangegangenen drei Wochen guten Wetters in unserem Gebiet. Wenn es weiter so geblieben wäre – die Schneeverhältnisse waren auch noch gut und hergerichtet für schönes Frühlings-Skifahren.» Viele Zuschauer habe es jedoch samstags am nassen und spritzigen «Pool-Race»-Spektakel beim Schreckfeld im First-Gebiet gegeben. Dies spreche dafür, Events in die Planung des Ostergeschäfts einzubeziehen: «Der Gast kommt dann nicht nur mit der Absicht, Ski zu fahren.»

Ausland

Pegasus Capital übernimmt «Six Senses»

Pegasus Capital Advisors L.P., eine in den USA beheimatete Vermögensverwaltung von Privatlegern, übernimmt Six Senses Resorts & Spa. Pegasus hat sich vertraglich dazu verpflichtet, durch eine oder mehrere seiner Anleger das Premium-Resort- und Spa-Geschäft von «Six Senses» in Bangkok für einen ungenannten Betrag zu kaufen. Pegasus übernimmt für die Marken Six Senses und Evasion. Die Resorts werden unter dem Dach eines neuen Unternehmens ver- teilt, betrieben durch Pegasus und seine Tochtergesellschaften. Das erste «Six Senses»-Spa in der Schweiz öffnet im Dezember im Hotel The Alpina Gstaad. sag

ANZEIGE



An Ostern Mangelware: eitel Sonnenschein im Tittlis-Gebiet.

Schweizer Gäste trugen zur erfreulichen Logiernächte-Bilanz bei

Im Monat Februar wurden insgesamt 1,5 Prozent mehr Übernachtungen registriert als in der Vorjahresperiode.

Die Schweizer Hotellerie verzeichnete im Februar 2012 insgesamt 3,1 Millionen Logiernächte, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) mitteilt. Dies entspricht gegenüber dem Februar des Vorjahres einer Zunahme um 1,5 Prozent. Die inländischen Gäste sorgten für ein Plus von 7,5 Prozent, dagegen gingen die Übernachtungen der Gäste aus dem Ausland im Berichtsmo- nat um 3,7 Prozent zurück. Auf- grund des Schaltjahres zählte der Monat Februar 2012 einen Tag mehr als im Vorjahr.

Ausser Europa sorgten alle Kontinente für höhere Nachfrage

In den beiden ersten Monaten 2012 kumuliert sich die Zahl der Logiernächte auf 5,8 Millionen. Dies entspricht einer Abnahme von 1,4 Prozent gegenüber der gleichen Vorjahresperiode, so das BFS weiter. Die ausländische Nachfrage ist für einen Rückgang von 6,1 Prozent verantwortlich. Die Gäste aus dem Inland generierten eine Logiernächte-Zunahme von 4,2 Prozent.

Mit Ausnahme von Europa sorgten alle Kontinente für eine höhere Nachfrage. Die Besucher vom amerikanischen Kontinent verzeichneten im Februar 2012 ein Plus von 4,3 Prozent gegen-

über Februar 2011. Bei den Gästen aus Asien resultierte ein Zu- wachs von 1,4 Prozent. Der Kontinent Afrika verzeichnete einen Anstieg von 24 Prozent, während Ozeanien mit +0,1 Pro- zent ein stabiles Resultat verbuchte. Die Nachfrage aus Europa (ohne Schweiz) verringerte sich um 5,4 Prozent. Das Vereinigte Königreich verbuchte ein Minus 32000 Logiernächten (-15 Pro- zent) und damit die deutlichste absolute Abnahme aller Herkunfts- länder. Belgien legte hin- gegen um 26000 Logiernächte zu (+44 Prozent) und wies damit das stärkste absolute Wachstum aller ausländischen Herkunftsländer auf.

Mehrheit der Tourismusregionen mit Anstieg

Neun der Tourismusregionen verbuchten nach Angaben des BFS im Februar 2012 im Vergleich zum selben Monat im Vorjahr einen Anstieg. Die stärkste absolute Zunahme verzeichnete die Ostschweiz mit 16000 zusätz- lichen Logiernächten (+11 Pro- zent). Demgegenüber registrierte die Region Zürich mit einem Minus von 8300 Logiernächten (-2,4 Prozent) den deutlichsten absoluten Rückgang.

Vom Wald bewahrt, den besten Tischen vorbehalten.



Aktion 3+1

33 cl, 50 cl, 75 cl und 100 cl

Auf den Mehrwegglasflaschen
Vom 9. bis zum 27. April 2012

Bei Ihrem Getränkehändler.



Leben pur



«Ein indianisches Sprichwort sagt: Wenn du reist, dann dauert es länger, bis die Seele nachkommt. Mit Yoga komme ich gleich an.»

Raff Bauer Schauspieler (Gelesen in der «Schweizer Illustrierten»)



Tamara Dorigoni und David Mzee freuen sich über den Preis für ihren Film «Wasser im Zürcher Oberland».



Roland Mees und Peter Ortner nehmen zusammen mit «Tirgelbeck» Honegger den Siegerpreis entgegen.

Kleiner feiner Filmpreis

Originelle Idee: Die Tourismus Region Zürcher Oberland lancierte 2011 einen **Film-Wettbewerb**. Vergangene Woche wurden die Preisgewinner in Hinwil gebührend gefeiert.

BENI RIHS

Zusammen mit einer neuen Freizeitbroschüre lancierte die Tourismus Region Zürcher Oberland im vergangenen Jahr einen Filmpreis. Gesucht wurde der originellste Kurzbeitrag (Länge maximal drei Minuten) zum Thema «mein persönliches Zürcher Oberland». Letzte Woche wurden im Gasthof Hirschen in



Michael Dubach, Geschäftsführer Tourismus Region Zürcher Oberland, präsentiert bereits den neuen Contest 2012.

Bilder Zvg

Hinwil die Preisträger vorgestellt und gebührend gefeiert.

Es gewann der Kurzfilm mit dem Titel «Hüt wird ich geboren», ein witziger Beitrag über die Herstellung eines Tirgels aus der Sicht des Tirgels selbst. Der Zü-

riggel ist ein Gebäck aus Honig, Mehl und Gewürzen, das sowohl an Weihnachten als auch am Sechsläuten gegessen wird. Die besten Filmbeiträge sind übrigens zu sehen auf www.youtube.com/zuercheroberland.

Engagierter Nachwuchs

Schöne Geste: Die Internationale Schule für Touristik in Zürich sammelte mit einem **Charity-Event** für die Umweltorganisation «Viva con Agua». Mit dem Geld werden Schulprojekte in Guatemala unterstützt.

BENI RIHS

Vergangene Woche fand in Zürich der von der Internationalen Schule für Touristik (IST) organisierte Charity Event für die Organisation «Viva con Agua» statt. Gestaltet wurde der Anlass von der Abschlussklasse der IST. Dabei ver-

wandelten sich die jungen Leute in Crewmitglieder einer fiktiven Airline, welche die Gäste und Vertreter der Sponsoren mit interessanten Kurzvorträgen und interaktiven Workshops durch den Nachmittag führten.

Die Schweizer Umweltorganisation «Viva von Agua» setzt sich schweremässig für eine gute und gesicherte Trinkwasserversorgung in Drittweltländern ein. Das am Charity Event in Zürich gesammelte Geld kommt dem Projekt «Gesunde Schulen» in Guatemala zugute. Zu den Sponsoren zählten unter anderem das Hotel Crown Plaza, Kuoni Travel Holding, RailAway, Leukerbad Tourismus, Inovatec, BDO, Edubook, PMI und Wisar.

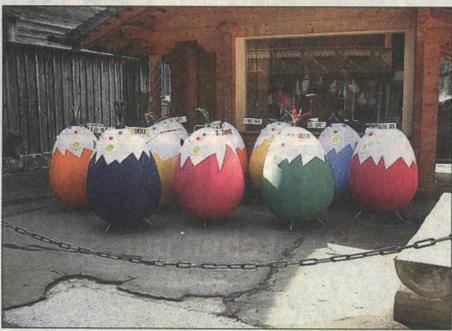


5077 Franken für einen guten Zweck gesammelt: die Abschlussklasse der IST in Zürich.

Zvg

Zum Eiertutschen nur sehr bedingt geeignet

In Rougemont im Kanton Waadt werden seit 2001 zu Ostern Rieseneier geschmückt.



Ostliche Eierparade in Rougemont.

Hauptstädter unter sich

Seit einem Jahr fliegt die Berner Fluggesellschaft **SkyWork Airlines** direkt von Bern nach London. Das wurde mit einem Sonderflug gefeiert.

BENI RIHS

Wer von Bern nach London fliegen will, kann sich den Umweg über Zürich ersparen. Seit einem Jahr bietet die Berner Fluggesellschaft SkyWork Airlines einen Direktflug an.

Dieser erste Geburtstag wurde in der vergangenen Woche mit einem Sonderflug in die englische Metropole gefeiert. Mit an Bord waren CEO Tomislav Lang und Mitglieder der



Geburtsstagsfeier mit SkyWork-CEO Tomislav Lang (4. v.l.) und Darren Grover, Chief Operating Officer London-City Airport (ganz r.).

Zvg

Geschäftsleitung von SkyWork. Die Destination ist dieses Jahr besonders interessant, finden in London doch die Olympischen

Sommerspiele statt. Nebst der britischen Hauptstadt fliegt die Airline unter anderem Berlin, Amsterdam und Rom an.

Sesselrücken

AG Grand Hotels Engadinerkulm stellt Weichen

Heinz E. Hunkeler (Bild), Direktor des Grand Hotels Kronenhof Pontresina, übernimmt ab Frühjahr 2013 die Gesamtleitung des



Zvg

Kulm Hotels St. Moritz und des Grand Hotels Kronenhof. Zugleich werden Hunkeler und seine Frau Jenny als Direktionschefpaar auch für das Kulm Hotel verantwortlich sein. **Dominique N. Godat** hat sich entschieden, nach zehn Jahren Direktion im Kulm Hotel St. Moritz ab Frühjahr 2013 eine neue Herausforderung anzunehmen. Mit Abschluss der Wintersaison 2012/13 wird das Direktionschefpaar Hunkeler das Grand Hotel Kronenhof einer neuen operativen Führungscrew übergeben.

Führungswechsel bei Fairmont Raffles Hotels



Zvg

Michael Glennie (Bild) ist neuer Präsident und Chief Operating Officer von Fairmont Raffles Hotels International (FRHI), der Muttergesellschaft der Hotelmarken Fairmont, Raffles und Swissôtel. Er ist Nachfolger von **Chris Cahill**, der den Konzern verlässt.

Neue Gastgeber auf St. Petersinsel im Bielersee

Vom Berg an den See: Nach mehreren Jahren auf der Rigi sind **Silke Groh** (40) und **Peter Sperner** (45) die neuen Gastgeber im Restaurant und Klosterhotel auf der St. Petersinsel. Die



Zvg

beiden Gastgeber mit vielfältigen Erfahrungen im Gastronomiebereich freuen sich auf die neue Aufgabe im Bielersee.

Sales Manager für Sedartis Thalwil, Belvoir Rüslikon

Der gebürtige Schweizer **Erik Schlumpf** (41) ist ab 1. Mai Sales Manager im Teilzeitmandat für das 4-Sterne-Superior Hotel Belvoir in Rüslikon und für das 4-Sterne-Hotel Sedartis in Thalwil. Zuvor arbeitete er in vergleichbarer Position für Zürich Tourismus.

Direktor verlässt Torrent-Bahnen Leukerbad

Florian Ruffner, Direktor der Torrent-Bahnen Leukerbad-Albinen AG, hat auf Ende August gekündigt. Als Grund nannte er dem «Walliser Boten» den ausbleibenden Erfolg der Gesellschaft. kjy

Erfolgsfaktoren. An diesen Zahlen lässt sich Erfolg ablesen Seite 8; **And the Winner is: Luzern** Seite 9; **Was macht Genf zur besten Schweizer Stadt?** Seite 10; **Wie sich das Grossarltal mit Almen auf den Spitzenplatz hievt** Seite 11



St. Moritz punktet mit einer starken Marke. Auf dem Bild das Segantini-Museum – ein Angebot, das auch in der Zwischensaison Gäste generieren kann.

Swiss-Image

Erfolgreich Gäste holen

Wie kommen alpine Orte und Hotels zu mehr Auslastung? BAK Basel Economics zeigt Wege auf. In vielen Bereichen sind die Touristiker bereits gut unterwegs.

CHRISTINE KÜNZLER

BAK Basel Economics hat 15 Erfolgsfaktoren für den alpinen Tourismus erarbeitet. Wer sie befolgt, hat auch in einem schwierigen Umfeld gute Chancen, die Betten zu füllen.

Faktor 1: Gut ausgebildete, freundliche Mitarbeitende und herausragende Unternehmerpersönlichkeiten. Christian Hunziker, Leiter Bereich Tourismus beim BAK: «Im Tourismus gibt es viele innovative Persönlichkeiten. Beispiele sind Samih Sawiris, der Backpacker-Pionier Erich Balmer oder die Hoteliers der Matterhorn

Valley Hotels. Doch auch weniger bekannte Persönlichkeiten tragen zum Erfolg des Tourismus bei.»

Faktor 2: Intensive Bewirtschaftung der Gästebetten. Wie sich hier die Zweitwohnungsinitiative auswirken wird, hängt von deren Umsetzung ab. Hunziker: «Ich hoffe, es geht wirklich um die Problematik der kalten Betten und nicht um eine sture Umsetzung.» Denn aus touristischer Perspektive interessierten nicht die Besitzverhältnisse, sondern ob ein Bett bewirtschaftet wird oder nicht. «Findet sich eine Zweitwohnungsdefinition, die hybride Beherbergungsformen weiterhin ermöglicht, aber gleichzeitig den uferlosen Bau von nicht vermieteten Zweitwohnungen verhindert, sehe ich für den Schweizer Tourismus auch Chancen.»

Faktor 3: Hochwertiges Hotelangebot. Bezüglich Anzahl Betten im Luxusbereich hat Gstaad die Nase vorn. Macht das Erstklass- und Luxussegment einen grossen Teil des Angebots einer Destination aus, können die Kapazitäten in der Regel besser ausgelastet und höhere Erträge erzielt werden.

Faktor 4: Bildung grosser Unternehmen und Destinationen. Hunziker sieht hier zwei Lösungen: Die Fusion kleinerer Destinationen zu schlagfertigeren Einheiten oder die Fusion mit einer grösseren Destination. Als Alternative die Kooperation mit anderen Destinationen in einzelnen Bereichen.

Faktor 5: Ein USP. Nicht jede Destination hat ein Matterhorn oder eine Jungfrau. Was tun? «Tatsächlich sind solche Alleinstellungsmerkmale ein grosses Geschenk. Wer keine hat, hat es schwerer.» Doch auch Destinationen ohne diese Voraussetzungen könnten sich von anderen absetzen und sich gut positionieren. Hunziker verweist auf das Beispiel Grossarltal (Artikel Seite 11). «Sie ist die einzige Destination, die im Sommer und im Winter unter den 15 erfolgreichsten aufgeführt ist.»

Faktor 6: Intaktes Ortsbild. Hier ist konsequente und nachhaltige Raumplanung gefragt.

Faktor 7: Tourismusbewusstsein. In der Schweiz laut Hunziker «durchgezogen. Mit Österreich können wir nicht ganz mithalten.»

Faktor 8: Attraktives Skigebiet. Die Schweizer Skigebiete benötig-

ten keinen grossen Ausbau, sagt Hunziker. «Es gilt vielmehr, weiterhin in die bestehenden Anlagen zu investieren. Der Fokus soll auf Modernität der Transportanlagen und die Beschneidung gelegt werden.»

Faktor 9: Vielfältiges Sommerangebot. Auch hier sei die Schweiz

gut aufgestellt. «Bei unseren Untersuchungen von 150 Destinationen im Alpenraum zählen nicht weniger als sechs Schweizer Destinationen zu den 10 Destinationen mit dem vielfältigsten Sommerangebot», so Hunziker. Verbesserungspotenzial sieht er indes im Bereich Wellness.

Entwicklung Was ist besser?

Richard Kämpf, Chef Tourismus beim Staatssekretariat für Wirtschaft Seco, verfasste 2005, damals als Bereichsleiter Tourismus bei BAK Basel Economics, die erste Studie «Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus». Was hat sich in diesen letzten sechs Jahren verändert? In gewissen Bereichen habe der Schweizer Tourismus aufgeholt, etwa in jenem der Grössenspannweite. «Es gibt heute grössere Wettbewerbsinheiten, Destinationen und Betriebe.» Für Kämpf Schritte in die richtige Richtung. Graubünden, Berner Oberland und Zentralschweiz sind für ihn

gute Beispiele. Auch punkto Rahmenbedingungen ortet er Fortschritte. Die Wachstumspolitik des Bundes etwa. «Dort, wo kurzfristig möglich war, etwas zu bewirken, ist das getan worden.» Auf dem richtigen Weg sind die Touristiker auch bezüglich des Schutzes der Destinationsgüter wie Landschaft, Erreichbarkeit und Atmosphäre am Ort: «Die Landschaft wird mit Projekten wie Schweiz Mobil, Via Stora und Naturpärke in Wert gesetzt.» Den grössten Nachholbedarf sieht Kämpf im Verhältnis Preis zu Attraktivität des Ferienlands Schweiz. «Dort wurden wir durch

die Frankenstärke extrem zurückgeworfen.» Die Folge: Aus Gästesicht ist die Qualität nicht im gleichen Mass gestiegen wie die Preise. «Hier muss man ansetzen.» Etwa indem man die Auslastung in der Nebensaison steigert, um die Fixkosten besser zu verteilen. Wichtig sei zudem, die Zweitwohnungsinitiative so umzusetzen, dass sie zu einer Stärkung des Tourismus führt. Hoteliers etwa seien gefordert, punkto Finanzierung neue Wege zu finden. Kämpf ortet generell grosse Herausforderungen und einen «epochalen Wandel» im Tourismus. ck

DAS BLAUE VOM HIMMEL...

...können wir Ihnen nicht versprechen. Aber die besten Ideen der Schweizer Tourismusbranche. Auf www.htr-milestone.ch

STINKT ES?

Wir beseitigen – ohne jegliche Chemikalien – schlechte Gerüche (wie z.B. Chlor) und Kanalisationsgestank. Infos:

Marcel Deriaz, Huobstrasse 15
8808 Pfäffikon SZ
055 420 34 74 • 079 436 36 04
mderiaz@vitaltron.ch

Mehr Gäste mit MyTable



MyTable www.mytable.com

CERUTTI



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



idea creation

Gutschein-Management mit Erfolg dank E-GUMA

Milestone Award Gewinner 2011 Kategorie Nachwuchspreis



Erfolgsfaktoren. Hotellerie. Für Hoteliers ist die Lage ihres Hauses der wohl wichtigste Erfolgsfaktor. 80 Prozent der Hotels würde man heute nicht mehr dort bauen, wo sie stehen, vermutet Peder Plaz von Hanser und Partner AG.



Die Lage als Erfolgsfaktor: Das Designhotel Marina Lachen am Zürichsee.

Fundamente des Erfolgs

Stimmen die wichtigsten Grundvoraussetzungen nicht, haben Hoteliers kaum Aussicht auf langfristigen Geschäftserfolg.

GUDRUN SCHLENZEC

Was braucht es, um ein Hotel erfolgreich in die Zukunft zu führen? Ein touristisch attraktives Produkt in gutem Zustand, die richtige Mikro- und Makrolage, ein Geschäftsmodell, das Konstanz zeigt und Diversifikation bei der Gästestruktur. Für Peder Plaz von der BHP Hanser und Partner AG sind dies die «Basics», die es zu beachten gilt. Der Betriebsökonom stellt der Schweizer Ferienhotellerie diesbezüglich jedoch kein gutes Zeugnis aus: «70 Prozent der Hotels erfüllen vermutlich diese banalen Basics nicht.»

Nicht einfach dort ein Hotel bauen, «wo gerade Fläche verfügbar ist».

Besonders entscheidend sei die Lage, ein «unverrückbarer» Faktor. Wenn man ein neues Ferienhotel plane, dann unbedingt am richtigen Standort, fordert Plaz: Einem Ort mit touristischem Wert, wie am See oder mit Aussicht. Und nicht dort «wo gerade Fläche verfügbar ist». Und was tun, wenn das Hotel sich bereits in einem schlechten Standort befindet? «Ein Hotel an falscher Lage darf man erst gar nicht übernehmen», spricht Peder Plaz Klartext. «80 Prozent der Hotels würde man wahrscheinlich nicht mehr dort

bauen, wo sie heute stehen.» Plaz gibt ein Beispiel: Vor 100 Jahren, zur Postkutschen-Zeit, lagen die Post-Hotels mitten im Dorf an der Hauptstrasse goldrichtig. Heute versuchten sich solche Häuser als Ferienhotels, trotz Hauptstrassen-Lage. «Man kann sich ausrechnen, dass es schwierig ist, mit einem solchen Betrieb gegen die internationale Konkurrenz zu bestehen», konstatiert Peder Plaz.

im Griff hat, den traf die Währungs- und Beherbergungskrise weniger hart und der konnte schneller reagieren», betont Eltschinger.

Konkret heisst das: Jeden Tag den Umsatz von Beherbergung und Restauration mit dem Vorjahr vergleichen und jeden Monat zudem die Spartenergebnisse und den GOP (Brutto Betriebsgewinn) und das EBITDA (Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern) kontrollieren. Erfolgreich sei ein Betrieb dann, wenn der GOP des Gesamtunternehmens 20 bis 25 Prozent des Umsatzes betrage und das EBITDA bei 20 Prozent liege.

Idealerweise liegt der Betten-GOI zwischen 60 bis 70 Prozent

Für die einzelnen Sparten ist der GOI (Brutto Betriebsberfolg) massgebend: Für die Restauration solle dieser zwischen



«Ein Hotel an falscher Lage darf man erst gar nicht übernehmen.»

Peder Plaz
BHP Hanser und Partner AG

20 und 25 Prozent betragen, für die Beherbergung bei 60 bis 70 Prozent liegen. Erst wenig Erfahrung habe man mit der Sparte Wellness: 10 bis 15 Prozent gelten hier als Richtlinie. Auf der Kostenseite wiederum gilt es gemäss Liliane Rentsch von der Beratungsfirma Imhotel in Bern, drei Zahlen im Griff zu haben: die

Warenkosten (maximal 30% vom Umsatz), die Personalkosten (maximal 50%) und den übrigen Betriebsaufwand (maximal 20%). Unter Letzteren falle vieles: IT, Kommissionen, Eigenkapitalverzinsung. «Viele unterschätzen das», so Liliane Rentsch.

ANZEIGE

Fust
Und es funktioniert.

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

Profitieren Sie von der Möglichkeit, die Geräte zu mieten!
*Mindestmietdauer 3 Monate

5-Tage-Tiefpreisgarantie
Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle
(Details www.fust.ch)

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

Profi-Kühlschrank

nur **2999.-**
(exkl. MwSt.)
Tiefpreisgarantie

Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 159.- (inkl. MwSt.)

Gastronorm 2/1
600 Liter Nutzinhalt
H/B/T: 200x72x78 cm

Electrolux
KSU RS06RX1F
• Temperaturbereich: -2°C bis +10°C
Art. Nr. 198153

Weinschrank mit Riesennutzinhalt

nur **2129.-**
(exkl. MwSt.)
Tiefpreisgarantie

Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 113.- (inkl. MwSt.)

LIEBHERR
WK 6476 Grand Cru
• Temperaturbereich +5°C bis +20°C
• Mit digitaler Temperaturanzeige
• H/B/T: 193x75x76 cm Art. Nr. 198085

New
Für ca. 312 Flaschen à 0.75 Liter

Getränk-kühlschrank

nur **1099.-**
(exkl. MwSt.)
stark 1342.-
Sie sparen 243.-

Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 61.- (inkl. MwSt.)

NOVAMATIC KSUF 371.1-B
• Nutzinhalt 351 Liter
• Mit Umluftsystem für konstante Temperatur
• Temperatur +3°C bis +10°C
Art. Nr. 108322

Umweltfreundlich
Mit Glastüre

Gläser-spüler

nur **1851.-**
(exkl. MwSt.)
Hammerpreis

Miete* pro Monat, inkl. Garantieverlängerung Fr. 104.- (inkl. MwSt.)

NOVAMATIC LB 200
• Ideal für Gläser, Tassen, kleine Teller, etc.
Art. Nr. 106505

Saubere Gläser in nur 2 Minuten!

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

Fust
gastro
professional

Auch im Fust: Superpunkte sammeln.

Für mehr Vorteile. www.supercard.ch

Erfolgsfaktoren. Destinationen. Luzern macht seine Sache gut. Die Destination ist im BAK-Benchmark die erfolgreichste der Schweiz. Vor ihr sind allerdings vier österreichische Ferienorte platziert.

Luzern steht gut da

Erfolgreichste Destination der Schweiz ist Luzern, Zermatt büsst Ränge ein. Die Vielseitigkeit der Region und das Vertrauen in den Tourismusdirektor verleihen Luzern Flügel.

CHRISTINE KÜNZLER

Luzern hat von allen Schweizer Destinationen die Nase vorn: Im Ranking der europäischen Destinationen im Alpenraum – bewertet nach der Entwicklung der letzten vier Jahre – landet sie auf Platz 5. Die Entwicklung zwischen 2007 und 2010 zeigt ein relativ stabiles Bild: Nur im 2009 war Luzern im Gesamtvergleich auf Platz 11 gefallen.

Der Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren ortet verschiedene Erfolgsfaktoren, welche die Destination auf einen guten Platz hieven. «Wichtig ist die starke Marke der Region, deren Angebotsvielfalt mit Stadt, See und Bergen – aus internationaler Sicht ein Resort – und die Erreichbarkeit», was die Region zur Station auf Europareisen macht. Ein Erfolgsfaktor sei zudem der gute Märktexim -, «denn wir haben uns rechtzeitig in den Wachstumsmärkten positioniert». Zum guten Abschneiden tragen auch Kooperationen wie die kantonsübergreifende Marketingkooperation



Tourismusdirektor Marcel Perren.

bei. «Unsere Kooperationsmodelle sind transparent und funktionieren gut.»

Ein wichtiger Stein zum Erfolg – wenn nicht der wichtigste – ist das Vertrauen der Leistungsträger in die Tourismusorganisation. Denn nur deshalb kann Perren so viele Partner an Bord holen. Zu diesem Vertrauen trägt er selber massgeblich bei. Er gibt sich bescheiden: «Es geht hier nicht nur um mich, alle müssen dazu beitragen.» Doch räumt er ein, die Vertrauensbildung sei eines seiner wichtigsten Ziele gewesen, als er 2006 nach Luzern kam.

Luzern startet im Mai mit einer Gastfreundschafts-Initiative

Dass Luzern nach dem Absacker im 2009 im BAK-Benchmark wieder aufgeholt hat, liegt vor allem am Logiernächteplus von 110 000, das die Region im 2010 generiert hat. Das bedeutete besser ausgelastete Hotels, attraktivere Preise und damit wieder ein besseres BAK-Rating.

Mit Engelberg schneidet auch eine andere Zentralschweizer Destination gut ab: Sie liegt im BAK-Benchmark auf Platz 9 und ist damit die zweiterfolgreichste alpine Schweizer Destination.

Perren rüht sich keineswegs auf Lorbeeren aus. Er hat eine Gastfreundschafts-Initiative lanciert, die ab Mai umgesetzt wird: 37 Personen werden als wandelnde Infosäulen Gastfreundschaft zelebrieren und aktiv auf die Gäste zugehen. Die «guten Geister» – alles Einheimische, die sich auf Perrens Inserat gemeldet haben – sollen den Gästen beim Kartenlesen helfen, ein Foto für sie knipsen oder ihnen mit Infos dienen. Die 36 Helfer sind geschult worden, erhalten eine zweckmässige Uniform und werden ab Mai auf die Strasse geschickt. Als weitere Massnahme gegen den starken Franken bieten Perren und seine Leis-

tungsträger ihren Gästen auch Mehrwerte. Sei es in Form eines Coupon-Booklets mit Gutscheinen oder mit gratis Benutzung des ÖV – auch des städtischen – und dem Tell-Pass, mit dem sich die Region erleben lässt. Ob der Mehrwert auch über den Preis laufen soll, entscheiden die Leistungsträger selber.

Die Destination Zermatt hat an Rängen eingebüsst

War Zermatt in den Jahren 2007 und 2008 noch auf Platz 2, steht sie im BAK-Benchmark 2011 auf Platz 10 der Tabelle, welche die Entwicklung der letzten vier Jahre aufzeigt. Zermatt ist also jene Schweizer Destination mit dem grössten Rückgang. «Was die BAK-Studie für Zermatt errechnet hat, kann nicht stimmen. Vermutlich basiert sie auf anderen Kriterien als frühere Studien», vermutet der Zermatter Tourismusdirektor Daniel Luggen. Dieser Rückgang entspreche nicht dem tatsächlichen Erfolg der Destination. Zwar seien die Logiernächte-Zahlen seit 2008 rückläufig – wie in anderen Destinationen auch. Doch gerade im letzten Winter habe Zermatt im Vergleich mit anderen Mitbewerbern sehr gut abgeschnitten, sagt Luggen. «Wir haben in Zermatt in den letzten 10 Jahren über eine halbe Milliarde Franken investiert. Wenn das zu einem Abstieg in der BAK-Rangliste führt, läuft irgend etwas falsch», so Luggens Fazit. Christian Hunziker, bei BAK Basel Economics verantwortlich für den Bereich Tourismus, bestätigt, dass die Berechnungskriterien die gleichen geblieben sind. Er betont jedoch, Zermatt schlage sich ausgezeichnet und sei sehr erfolgreich, «vor allem vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise und des starken Franken, welche das Resultat des 2010er-Rankings prägten. Zudem sind die Abstände bei den vordersten Positionen sehr eng und deshalb sind Rangverschiebungen in der betrachteten Grössenordnung schnell möglich.»

«Unsere Kooperationsmodelle sind transparent und funktionieren gut.»

Marcel Perren
Luzerner Tourismusdirektor



Gäste sind unterwegs in der erfolgreichen Destination Luzern.

Alain D. Bollat

Gastfreundschaft ist ein «Muss»

ANZEIGE

Auf dem Bewertungsportal Holidaycheck.ch hat sowohl in der 3-, 4- wie 5-Sterne-Kategorie je ein Hotel aus Graubünden die Nase vorn. Den wichtigsten Schlüssel zum Erfolg haben alle drei gefunden – einen freundlichen Gästeservice.

Pontresina rühmen. Über sämtliche Portale hinweg erzielt der Luxusbetriebe eine Gästezufriedenheits-Quote von 99 Prozent.

Die Stichprobe auf dem Portal Holidaycheck.ch bestätigt es: Der Kronenhof steht von allen Schweizer 5-Sterne-Betrieben auf Platz 1 und hat soeben den «Holidaycheck Award 2012» erhalten. Die gleiche Auszeichnung haben zwei weitere Hotels aus dem Bündnerland erhalten: das «Valbella Inn» in der 4-Sterne-Kategorie und das Hotel Albris, Pontresina, im Segment der 3-Sterne-Betriebe.

Welches sind die wichtigsten Argumente der Gäste, weshalb sie ihren Hotelaufenthalt positiv oder negativ bewerten? Eine Kurzanalyse auf Holidaycheck.ch für die Überflieger Kronenhof, Valbella



Der «Kronenhof» in Pontresina ist das beliebteste Hotel.

Inn und Albris zeigt, dass weiche Faktoren wie Service, Freundlichkeit und Gastfreundschaft für den Erfolg enorm wichtig sind. Spe-

ziell beim «Kronenhof», der mit 313 eingegangenen Bewertungen auch quantitativ weit vorne rangiert, sind Passagen wie «sehr freundliches Personal», «geliebte Gastfreundschaft», «Super-Service» oder «zuverlässige Behandlung» Bestandteil fast jeder Bewertung. Ausserdem wird er häufig für seine «architektonische Schönheit», einen «fantastischen Komfort», «geräumige Zimmer» und die «tolle Küche» gelobt.

Eine ausgeprägte Kinderfreundlichkeit wird auf Holidaycheck.ch dem «Valbella» Inn häufig attestiert. «Tolle Wahl für Familien» heisst es. Gelobt wird die Kinderskischule direkt beim Hotel, die beim Nachwuchs rasche Fortschritte ermöglicht. Eltern bedanken sich, dass die gute

Kinderbetreuung auch mal einen Skitag zu zweit ermögliche. Die «Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft» des Personals wird ebenfalls nicht zu knapp erwähnt. «Selbst beim Bezahlen der Rechnung hat man ein gutes Gefühl», fasst ein älteres Paar zusammen, das sich trotz der lebendigen Kinderatmosphäre im Valbella Inn sehr wohl gefühlt hat.

Im Hotel Albris wird auf Holidaycheck.ch die «sehr gute, variantenreiche Küche» gelobt. Und es versteht es offenbar, auch gute Infrastrukturen mit exzellenten Dienstleistungen zu veredeln. Dies deutet folgendes Votum eines weiblichen Gastes an. «Ein 3-Sterne-Hotel mit 4-Sterne-Service, 5-Sterne-Küche und 6-Sterne-Freundlichkeit».

RUEPP & PARTNER
Verlässliche Kompetenz
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

Erfolgsfaktoren. Städte. Genf ist mehr als eine Stadt für Business-Gäste. Für den Tourismusdirektor Philippe Vignon ist Genf «mit der bezauberndsten Landschaft der Schweiz beschenkt».



Genf ist die erfolgreichste Schweizer Stadt. Auf der Terrasse von «Arthur's Rive Gauche» lässt sich sonnenbaden und geniessen.

Swiss Image

Mehr als Business-Stadt

Genf rangiert in Tourismus-Barometern an der europäischen Spitze – nicht nur dank seines internationalen Flairs. Das Weekendgeschäft ist noch entwicklungs-fähig.

ROBERT WILDI

An den Wochenenden geraten Genfer Hoteliers ins Grübeln. Leere Zimmer sind dort, wo von Montag bis Freitag im Akkord ein- und ausgecheckt wird, keine Seltenheit. Vergünstigte Tarife, kostenlose Wellness-Behandlungen oder Champagner als Willkommens-Geschenk entfalten nicht die gewünschte Wirkung. Bei einigen Hoteliers macht sich Frust breit: Genf habe eben nichts zu bieten und sei daher am Wochenende leer, sagt einer hinter vorgehaltener Hand.

Die Wahrnehmung deckt sich nicht mit derjenigen namhafter Tourismus-Beobachter, die Genf seit Jahren auch in interna-

len Vergleichen immer wieder zu den absoluten Top-Destinationen zählen. So auch beim letzten «BAK Top-Index» der Basler Konjunkturforscher aus dem Jahr 2010. In diesem liegt gesamteuropäisch einzig Barcelona vor Genf. Zürich belegt den fünften Rang, Basel den neunten.

Infrastrukturen im Geschäftstourismus wichtig

Reaktionen von Genfer Hoteliers lassen durchblicken, dass sie den Erfolg vor allem mit dem Bild in Verbindung bringen, das Genf unter der Woche abgibt. «Ich kann mir gut vorstellen, dass die hervorragenden Infrastrukturen unserer Stadt im Bereich des Ge-

schäfts- und Kongresstourismus in der Bewertung eine wesentliche Rolle gespielt haben», sagt etwa Philippe Vuillemin, Direktor im 5-Sterne-Hotel de la Cigogne.

Damit hat er recht. Die BAK-Erhebung ist in verschiedene Kategorien unterteilt. Bei der Rubrik «Attraktivität des touristischen Angebots» belegt Genf «nur» den sechsten Rang und verteidigt diesen gegenüber Stuttgart (7.) und Florenz (8.), nur aufgrund des attraktiveren Angebots im Bereich Geschäftstourismus.

Doch Genf ist auch eine grüne Stadt, verfügt über eine hohe Lebensqualität und ein breites Angebot an Kultur- und Freizeitan-

«Auch die Nähe zum Flughafen Cointin ist für den Genfer Tourismus Gold wert.»

Philippe Vuillemin
Direktor Hôtel de la Cigogne

bot. Dazu kommt eine malerische Altstadt auf der linken Rhone-Seite, die einen Kontrast zur geschäftigen Neustadt auf der rechten Seite darstellt. Auch solche städtebaulichen Merkmale sind es, welche die Calvin-Stadt in der Fachwelt zu einer Top-Tourismus-Destinationen machen. Die «attraktiven, natürlichen und umweltbezogenen Bedingungen» der

Stadt werden im BAK-Sample ausdrücklich gelobt.

Diese Wahrnehmung vertritt auch der Genfer Tourismusdirektor Philippe Vignon ganz dezidiert. «Meetings und Conventions» seien selbstverständlich wichtige Verkaufsargumente für den Genfer Tourismus. «Dazu sind wir auf unserem Stadtgebiet aber auch mit einer der bezauberndsten Landschaften in der ganzen Schweiz beschenkt worden», schwärmt er. Ausserdem sei Genf die internationale Hauptstadt des Friedens und der Freiheit.

Luxus und Lage top, Nachtleben flop

Diese globale Ausstrahlung trage laut Vignon wesentlich dazu bei, dass die Genfer Hotellerie – zumindest unter der Woche – im europäischen Vergleich mit Abstand die höchsten relativen Preise durchsetzen kann. Nicht verwunderlich, dass die lokale Hotelstruktur eine Dichte im Luxussegment aufweist und 15 5-Sterne-Betriebe zählt. Aber der starke Frankenkurs hat zuletzt für Gästerückgänge aus dem europäischen Raum gesorgt und auch Touristen aus dem arabischen Raum kommen zurzeit nicht in der erhofften Zahl. Sehr gut lief im Jahr 2011 hingegen das Geschäft im chinesischen und russischen Markt. Eine gewisse Gästeverlagerung von den Luxushotels zur 4- und 3-Sterne-Hotellerie ist derweil nicht zu übersehen und drückt auf die Umsätze.

Von einer Dumpingpreis-Strategie will man in Genf jedoch nichts wissen. Stattdessen werden im Marketing die Pluspunkte der Stadt noch stärker ins Zentrum gerückt. Für Hotelier Philippe Vuillemin ist zum Beispiel auch die gute Lage und rasche Erreichbarkeit wichtiges Erfolgsmerkmal. Die Nähe zum Flughafen Cointin mit 130 Direktverbindungen in die ganze Welt sei für die nachhaltige Prosperität des Genfer Tourismus Gold wert. Etwas pulsierender könnten sich einige lokale Touristiker derweil das Nachtleben vorstellen. Um die Stadt für junge, internationale City-Touristen attraktiver zu machen, wäre eine Aufwertung der Ausgangsmöglichkeiten angebracht.

ANZEIGE

Angeln Sie sich die Knusprigsten.

Die KADI Fischknusperli gibt es in den vier Sorten Egli, Zander, Pangasius und neu auch als Felchen Knusperli:

- Konstant hohe Qualität durch schonende Herstellung in Langenthal
- Im Geschmack und Aussehen wie selbst gemacht
- Knuspriger, harmonisch gewürzter Teig und saftige Fischfilets
- Einheitliche Kalibrierung (Grösse) der Fischknusperli
- Keine Konservierungs- und Aromastoffe
- Felchen Knusperli fish4future® zertifiziert



Erfolgsfaktoren. Österreich. Die österreichischen Destinationen belegen im BAK-Rating die besten Plätze. Das Grossarlal ist ein gutes Beispiel dafür, dass sich auch kleinere Orte mit der richtigen Strategie erfolgreich positionieren können.

Das Tal der Almen

Die Almen-Hochburg im Salzburger Land überzeugt mit innovativem Branding, guter Kooperation aller Beteiligten und überdurchschnittlicher Bettenauslastung.

HERIBERT PURTSCHER

Das Grossarlal im Salzburger Land ist ein Vorzeige-Beispiel dafür, wie ein Zusammenschluss örtlicher Tourismusverbände eine grundsätzliche, bis anhin jedoch wenig bekannte Destination auf die Siegerstrasse bringen kann. Als «Tal der Almen» hat sich die Talgemeinschaft authentisch und unverkennbar positioniert. In der BAK-Studie wird das Tal zum dritten Mal in Folge (2008, 2009 und 2010) das Ranking der 150 besten Tourismusregionen der Alpen an und hat damit viele «grosse Namen» hinter sich gelassen. Tourismusdirektor Thomas Wirnsperger, der die Entwicklung von Anfang an begleitet hat, erzählt die erstaunliche Erfolgsgeschichte.

Mit dem Thema «Almen» begann der Erfolg

Vor dem Hintergrund stagnierender Nächtigungen im Sommertourismus kamen die Talgemeinden Grossarl und Hüttschlag 1988 überein, einen gemeinsamen Sommerprospekt aufzulegen. 1992 folgte ein gemeinsamer Winterkatalog. Dies erwies sich als Schritt in die richtige Richtung, worauf die beiden Verkehrsvereine 1997 zusammengelegt wurden. Zugleich wollte man ein Angebot entwickeln, das «voll und ganz zur Region passt, authentisch ist und eine gewisse Alleinstellung verspricht», erinnert sich Wirnsperger an damals geführte Diskussionen. Doch wie sollte es gelingen, sich von den vielen ähnlichen An-

geboten in der Bergwelt – schöne Natur, gut beschilderte Wanderwege – abzuheben? Die zündende Idee war, auf das Thema «Almen» zu setzen. Die Voraussetzungen waren gegeben: In den 1990er-Jahren zählte man im Grossarlal 27 bewirtschaftete Almen, so viele wie in keinem anderen Tal vergleichbarer Grösse.

Hotellerie mit überdurchschnittlicher Bettenbelegung

Der Slogan vom «Tal der Almen» war geboren und wurde markenrechtlich geschützt. 1998 erschien der erste Almen-Prospekt – und war schon nach kurzer Zeit vergriffen. Im gleichen Jahr gründeten Hoteliers und Wirte beider Orte eine Art «Veranstaltungsgesellschaft» mit eigener Steuernummer. Damit gelang es, eine in vielen Tourismusgemeinden zu findende Falle zu vermeiden: den

Streit um die Frage nämlich, wer bei örtlichen Festen als Veranstalter auftritt, wer welche Aufgaben hat und wer wie viel verdienen darf. Seither werden alle grossen Events, von den «Almfestwochen» über publikumswirksame Musikanten-Treffen bis zum «Bauernherbst», einvernehmlich über diese Wirte-Vereinigung abgewickelt. Ihr Hauptziel ist nicht, mit der jeweiligen Veranstaltung Gewinn zu generieren, sondern die Bettenauslastung zu steigern. Gute Beispiele dafür sind der Berg-Advent oder die Lady-Skiwoche. Damit gelingt es, in der auslastungsschwachen Zeit am Ende der Wintersaison Single-Damen mit einem attraktiven Angebot zum Skifahren ins Grossarlal zu locken. «Wir haben dieses Produkt in diesem Winter an 1100 Damen verkauft. Das ist schon weit mehr als ein reiner Marketing-Gag», freut sich

Thomas Wirnsperger,
Tourismuskurator

«Andere Regionen geben Almen auf – wir haben gar neue Arbeitsplätze geschaffen.»

Thomas Wirnsperger
Tourismuskurator Grossarlal



Beliebtes Wandergebiet: Als erste Region im Salzburger Land erhielt das Grossarlal 2010 das Österreichische Wandergütesiegel.

Wirnsperger. Neben dem griffigen Slogan und der guten Kooperation sorgt vor allem die starke Hotellerie samt überdurchschnittlicher Bettenbelegung für den Erfolg. Die BAK-Studie 2011, die sich auf die Zahlen des Jahres 2010 stützt, weist für das 30 km lange Tal 4986 Gästebetten (Grossarl 4517, Hüttschlag 469 Betten) und 694217 Übernachtungen aus. Dies entspricht einer Auslastung von 139 Vollbelegtagen (Grossarl 143, Hüttschlag 106 Tage). Die gewerblichen Betriebe sind mit 198 Tagen noch besser ausgelastet. An der Spitze stehen die 4-Sterne-Hotels (aktuell 21 Betriebe, davon drei «Superior») mit 255 Tagen, Tendenz steigend.

Das Grossarlal hat auch ein Wandergütesiegel

Noch etwas freut den Tourismus-Chef: Als der Slogan vom «Tal der Almen» kreiert wurde, gab es, wie erwähnt, 27 bewirtschaftete Almen. Jetzt sind es 40. «Während in anderen Regionen Almen aufgegeben werden, haben wir hier neue geschaffen», freut sich



Vereinigung organisiert Feste

Es ist oft schwierig, bei grösseren Events alle Interessen unter einen Hut zu bekommen. Anders im Grossarlal: Hier werden Feste gemeinsam organisiert. Zu diesem Zweck haben sich 35 Hoteliers und Gastronomen zu einer eigenen Firma («Mitgesellschaft») zusammengesetzt. Ihr Ziel ist die Durchführung und gastronomische Versorgung grösserer Veranstaltungen zur Belegung der Vor- und Nachsaison bzw. die Bewirtung, die über den Wirkungsbereich einzelner Betriebe hinausgeht.

Gewinne werden in neue Veranstaltungen investiert, erklärt Hans Hettegger vom Hotel Edelweiss, Initiator und Obmann der

Vereinigung. So wurden 2007 rund 250.000 Euro in den «Salzburger Bergadvent» investiert, der seit der Winter-Vorsaison beliebt. Damit konnten die Übernachtungen vor dem Heiligen Abend verdoppelt werden.

Ein Lieferant beliefert alle Veranstaltungen, wobei jede Zulieferfirma der einzelnen Wirte im Rotationsprinzip ein Jahr lang zum Zug kommt. Der Dienstplan wird über alle Betriebe hinweg gemacht. Dabei wird jede Arbeit gleich bewertet, egal ob die des Hausmeisters von Hotel A oder jene des Barkeepers von Hotel B. «Alle Positionen sind wichtig, es gilt ein einheitlicher Stundensatz. Dadurch finden wir genügend

Mitarbeiter auch für den Auf- und Abbau von Festzelten oder für die Reinigung», weiss Hettegger, der die Vorzüge des Modells. Jeder Betrieb beteiligt sich nach den Fähigkeiten seiner Mitarbeiter.

Ein Vorstand aus acht Hoteliers trifft alle Entscheidungen. So vermeidet man Streit um bessere oder schlechtere Standorte. Bei der Ausarbeitung neuer Programme arbeitet die Vereinigung eng mit Tourismusverband und Bergbahnen zusammen. «Nachahmer dieses Erfolgsmodells gibt es bereits», so Tourismus-Chef Wirnsperger, «aber nur ansatzweise und nicht in dieser Konsequenz mit eigener Firma. Meist bleibt es bei losen Wirte-Verbänden.»

ben wir sogar neue Arbeitsplätze geschaffen. Durch die Almwirtschaft pflegen wir die Landschaft und erhalten sie in ihrer Vielfalt».

Es passt dazu, dass sich das Grossarlal als erste Region im Salzburger Land seit Oktober 2010 mit dem Österreichischen Wandergütesiegel schmücken kann. Diese Auszeichnung haben in Ö-

sterreich erst drei andere Regionen erhalten. Und das über 1000 Meter hoch gelegene Hüttschlag (920 Einwohner) wurde für seine besondere «Bergsteigerkompetenz» vom Alpenverein zum «Bergsteigerdorf» geadelt – ebenfalls eine seltene Auszeichnung. Mit den genannten Initiativen ist es dem Tourismusverband mit vier Mit-

arbeitern und einem Budget von 1 Million Euro – die Hälfte davon für Marketing, der Rest für Events, Infrastruktur und Administration – gelungen, bei steigenden Übernachtungen das Verhältnis Sommer zu Winter von 33 zu 67 auf heute 43 zu 57 Prozent zu verbessern und die Region als Ganzjahresdestination zu etablieren.

reception@hotelleriesuisse
Die willkommene Weiterbildung

hotelleriesuisse als Kompetensträger für Hotelpflege bietet Ihnen für Ihre persönliche Weiterentwicklung und Ihr berufliches Fortkommen:

- Festigung Ihrer Persönlichkeit und Sozialkompetenz
- Flexibles Online-Learning
- Direkter Transfer des Gelernten in die Praxis
- Anerkannte und zertifizierte Modulabschlüsse
- Steigerung Ihres persönlichen Marktwertes

Zyklus 8

Modul 1 Persönlichkeit: 1.–6.10.2012
Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation: 26.11.–1.12.2012

Modul 1 und 3 erstrecken sich über zwei je einwöchige Seminarmodule. Das Modul 2 absolvieren Sie nach Lust und Laune web-basiert von zu Hause aus.

Durchführungsort: Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

Kurskosten: 3250.– Franken für Mitglieder hotelleriesuisse
3850.– Franken für Nicht-Mitglieder hotelleriesuisse
HOFA-Lehrabgänger/-innen profitieren von einem attraktiven Spezialpreis

Hotelkosten: Seminarpauschale inkl. Übernachtung: CHF 1146.–/Modul im Einzelzimmer mit Vollpension
Tagespauschale: CHF 589.–/Modul mit Vollpension/exkl. Übernachtung

Zulassung: Erfolgt aufgrund Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

dolce vita – wo Genuss Grossgeschrieben wird 10 Wochen lang für CHF 29.00



Geniessen Sie das dolce vita 10 Wochen lang
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



Rindfleisch in der Hauptrolle, begleitet von verschiedenen Beilagen: So wird Chateaubriand im Restaurant Oberes Triemli in Zürich serviert.

Ein Evergreen vom Rind: Chateaubriand

Der Klassiker Kein Wort bringt Liebhaber eines gepflegten Fleischgerichts so sehr ins Schwelgen wie «Chateaubriand». Butterzart und saftig muss es auf den Teller kommen.

REINATE DUBACH

Als «Klassiker» definiert man ein Gericht, das schon eine ganze Weile existiert. Spannend wird ein Klassiker, wenn sich um dessen Ursprung Legenden ranken. Ein Chateaubriand erfüllt beides. Der französische Familienname bezeichnet ein doppeltes Rindfleisch, das aus dem Kopf oder der Mitte des Filets geschnitten und leicht blutig bis zartrosa gebraten serviert wird. Es ist bei modernen Köchen, die gerne «das ganze Tier» verarbeiten und immer wieder neue Varianten von Ochsenschwanz und Kalbskopf auf die Karte setzen, etwas aus der Mode geraten. Aber auch die edlen Teile müssen gegessen werden – und einige Gäste tun dies

mit grossem Vergnügen. Normalerweise ist nicht nur der Genuss gross, sondern auch das Fleischstück – es wiegt zwischen 400 und 600 Gramm.

Typische Begleitung: Béarnaise

Die meisten Speisekale bieten deshalb Chateaubriand ab zwei Personen an, man kann nicht gut nur die Hälfte davon zubereiten. Dazu kommen die klassischen Beilagen: Marktgemüse, Kartoffeln, gebraten oder frittiert, und eine Sauce Béarnaise, die ihrerseits nicht zu den Leichtgewich-

ten in der Saucierie gehört. Für die Béarnaise nimmt man als Basis eine Hollandaise – also Weissessig, Weisswein, Schalotten, Eigelb, Gewürze und viel Butter – und gibt Estragon dazu. Die jungen Blätter des Krautes mit ihrem zarten Anisaroma passen vorzüglich zum feinen Rind.

Wer hat's erfunden?

Das fand auch der Mann, der dem Gericht seinen Namen gab: François-René Vicomte de Chateaubriand (ohne Akzent auf dem a und mit einem d am Ende). Der französische Adli-

ge war Offizier, Dichter, Politiker, Verführer von Frauen, Gourmet und Zeitgenosse Napoleons, dessen Koch er übernahm. Und bei dem er sich über trockene, zu stark gebratene Fleischstücke beschwert haben soll. Montmirail – so hiess der Koch – hatte bald einmal genug von den Quengeleien seines Fürsten. Er begann zu tüfteln. Schnürte dünne Fleischscheiben rings um ein Filet und briet das Ganze über dem Eichenholzfeuer. Vor dem Servieren entfernte er die angebrannten Scheiben, et voilà: ein saftiges, gleichmässig gegartes



Vicomte Chateaubriand soll den Klassiker erfunden haben.

nichts miteinander zu tun. Sie berufen sich auf einen Ort im französischen Département Loire-Atlantique mit dem Namen Châteaubriant (mit Akzent auf dem a und einem t am Ende). Dieses Örtchen ist bekannt für seine Rinder, die auf Salzwiesen weiden dürfen und deshalb besonders zartes Fleisch produzieren. Zu dieser Version passt dann allerdings die Schreibweise nicht. Für Chateaubriand-Liebhaber dürfte hingegen gelten: Hauptsache, das Gericht wurde erfunden.

Béarnaise wird gerne zu Rindfleisch serviert.



Fotolia

1. Warum bieten Sie Chateaubriand an? Weil wir ein klassisches Speiseokal führen – das Restaurant gibt es seit über 150 Jahren in unserer Familie, ich gehöre zur fünften Generation – und weil wir klassische Gerichte pflegen.



Nachgefragt
Fabian Gallmann

Der gelernte Koch ist Geschäftsführer des Restaurants Oberes Triemli am Fuss des Uetlibergs in Zürich.

2. Warum wird Chateaubriand nur noch in wenigen Restaurants angeboten? In der Stadt Zürich bekommt man kaum mehr ein Chateaubriand. Die heutigen Gastronomiekonzepte passen sich Trends an und setzen auf einfachere Konzepte, weg von den Klassikern. Chateaubriand gibt es schon eher auf dem Land, in gepflegten Landgasthöfen im mittleren bis höheren Preissegment.

3. Apropos Preissegment: Das Gericht selbst ist nicht gerade günstig. Bei uns gibt es 200 Gramm Rindfleisch

pro Person. Wir beziehen das Fleisch von der Metzgerei Hornecker, einem Familienbetrieb mit Tradition. Und dann muss man eingerichtet sein im Bereich Tabletop, und das Servierpersonal muss über das entsprechende Fachwissen und Können verfügen. Als Restaurationsfachfrau oder -mann lernt man zwar, wie man Fleisch am Tisch tranchiert oder flambiert, aber viele Leute in der Gastronomie haben diese Ausbildung nicht.

4. Also wird es immer weniger Restaurants geben, die Chateaubriand anbieten? Das Gericht wird nicht aussterben. Wir haben bei uns ein sehr gemischtes Publikum im Altersbereich zwischen 25 und fast 90 Jahren. Gerade jüngere Gäste schätzen es wieder, in ruhiger Atmosphäre etwas Feines, Altbewährtes zu essen. rd

Rind: auswärts am beliebtesten

In der Schweiz ist bei der Auswärtsverpflegung Rindfleisch mit einem Anteil von 23,2% neuer Spitzenreiter – gefolgt von Schweinefleisch mit 22,4%. Das belegen die neusten Zahlen zu 2011, welche die Proviande, die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft, jüngst veröffentlichte.

Während das Geflügel mit einem Anteil von 18,2% ausser Haus an dritter Stelle kommt, führt es die Rangliste in den Privathaushalten mit 20,9% deutlich an. Hier liegen auf Rang zwei Würste (20,2%), gefolgt von Charcuterie (18,9%), Schweinefleisch (15,4%) und Rindfleisch mit 10,3%. Im Dreijahresvergleich zeige laut der Branchenorganisation insbesondere Geflügel eine deutliche Tendenz nach oben, während Schweine-

fleisch im Privathaushalt stagniert und beim Ausser-Haus-Konsum an Beliebtheit verliert.

Unterschiede zwischen Deutsch- und Westschweiz, Stadt und Land

Jede Einwohnerin und jeder Einwohner konsumierte 2011 im Schnitt 53,47 Kilo Fleisch. Des Deutschschweizers beliebtestes Fleisch sind Würste und Charcuterieprodukte, wobei auf dem Land signifikant mehr Wurst und Schweinefleisch gegessen wird als in der Stadt. In der Westschweiz ist das Geflügel am beliebtesten und macht fast ein Viertel des gesamten Fleischkonsums aus (in der Deutschschweiz sind es 17%). Gesamtschweizerisch betrachtet wird deutlich mehr Geflügel in den Städten konsumiert als in ländlichen Gemeinden.

Insgesamt wurden 2011 in der Schweiz – ohne Fische und Krustentiere – 345 132 Tonnen Fleisch hergestellt, was einem Inlandanteil von 80,1% entspricht. Somit stammen wie bereits 2010 vier Fünftel des in der Schweiz konsumierten Fleisches aus schweizerischer Produktion.

Proviande: «Erfreuliche Zahlen zeugen von hohem Vertrauen»

Laut Proviande zeuge diese «erfreuliche Entwicklung» vom «hohen Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in Schweizer Fleisch». «Ein Vertrauen, das vor allem in der hohen Qualität bei der Produktion und Verarbeitung, in den strengen Kontrollen und damit in der überzeugenden Produktqualität und -sicherheit gründet», so Proviande weiter. sag

Events

Markthalle Basel bietet Plattform für neue Talente

Kaum eröffnet, läuft in der Markthalle Basel bereits das erste Projekt an. Der Event «Bleie au du mit dr Märthalle uff» bietet noch bis zum 30. April kreativen Baslern eine Plattform für ihre eigenen Präsentationen und Bühnenauftritte. Von Chören, Tanzgruppen, Bäckereien, Lichtkünstlern bis Autoren - die Markthalle ist offen für jede Art von Kreativität. Ab sofort kann die Basler Bevölkerung für das beste Projekt abstimmen. Dem Gewinner, welcher an der Preisverleihung am 5. Mai 2012 bekanntgegeben wird, winkt ein attraktives Preisgeld. Der Event wird unterstützt von «schappo», einem Förderpreis, der sich für Freiwilligenarbeit und Engagement im Alltag einsetzt.

www.markthalle-basel.ch

Die Schweiz mal anders

Ein Werk zum Schmunzeln und Staunen: «Die Schweiz in Listen» liefert Fakten, Zahlen und Geschichten rund um die Schweiz. Ein tiefer Einblick in ein Land und deren Klischees.

Laura Nussbaumer

Haben Sie sich schon einmal gefragt, welches die zehn erotischsten Frauen der Schweiz sind? Welche Sorgen die Schweizer Jugendlichen wohl am meisten plagen? Oder wie die Schweizer Bürger ihre Katzen am liebsten nennen? All diesen Fragen und vielen mehr ist Hannes Bertschi in seinem neuen Buch «Die Schweiz in Listen - 2000 Antworten auf das Phänomen Schweiz» nachgegangen. Sauber geordnet, wie es die Schweizer mögen, hat Bertschi unser Land in Rubriken unterteilt und genaustens unter die Lupe genommen. Von geschichtlichen Ereignissen bis zu den 20 ältesten Apfelsorten - nichts wird in dem

unterhaltsamen und gleichzeitig sehr informativen Werk ausgelassen.

Die wärmsten Orte und die aufregendsten Freizeitziele

In der Rubrik «Tourismus» werden die schönsten, kältesten und beliebtesten Orte der Schweiz aufgelistet. Dieser Teil des Buches wird so manchen Eidgenossen auf neue Ausflugsziele bringen. Waren Sie schon einmal mit dem Bernina-Express unterwegs? Denn dieser steht auf der Liste der unvergleichlichen Bahnfahrten an erster Stelle. Die Bandbreite in der Tourismus-Rubrik reicht von eindrucksvollen Schluchten bis zu energiereichen Kraftorten. Auch spannende Geschichten



Das «Goldvreneli» ist ein Schweizer Unikat - in keinem anderen Land der Welt gibt es die bekannte Goldmünze.

über berühmte Schweizer Lebensmittel in der Rubrik «Essen & Trinken» überraschen und lassen den Leser staunen. Wussten Sie etwa, dass Ovomaltine bis 1922 nur als Krankennahrung in Apotheken erhältlich war?

Welches die beliebtesten Hobbys der Schweizer sind oder in welchem Kanton die meisten Hunde gehalten werden, erfährt der Leser in der Rubrik «Land & Leute». Neben unwichtigen und doch amüsanten Fakten werden auch kulturelle und politische Themen aufgegriffen. Welches sind die 15 ältesten Museen der Schweiz? Woher kommen die zehn grössten Ausländer-Gruppen?

Vreneli und Heidi - zwei prägende Figuren in der Schweiz

Natürlich gehören in ein Buch über die Schweiz auch typisch helvetische Fakten. Was haben wir, was andere nicht haben? Was ist so richtig schweizerisch? Heidi und Goldvreneli - diese Damen werden bestimmt in keinem anderen Land kopiert. Denn das Goldvreneli und Heidi gehören in die Liste der «10 Dinge, die es nur in der Schweiz gibt.»

Was nebst dem «Robidog» und der WC-Ente noch alles in der

Schweiz erfunden wurde, erfährt man in der Rubrik «Wissenshaft».

Der bunte Mix der Themen macht das Gesamtwerk aus

Hannes Bertschi scheint es jedenfalls nicht an Fantasie und Kreativität zu fehlen. Auch vor erschütternden Fakten über Opfer von Naturkatastrophen oder den häufigsten Selbstmord-Methoden schreckt Bertschi nicht zurück. Doch das ist es, was das Buch ausmacht: Die Mischung aus Spannung und Geschichte, Witz und Tragik bietet beste Unterhaltung und Wissen zugleich.

Ob Bircher-müsli, Martina Hingis oder das Hotel Kempinski in Genf: Ein Nachschlagewerk mit Orts-, Sach- und Personenregister ermöglicht das schnelle Finden von Stichworten und Namen. Übrigens: Schweizerinnen und Schweizer nennen ihre Katzen am häufigsten Luna.

Hannes Bertschi, **Die Schweiz in Listen. 2000 Antworten auf das Phänomen Schweiz.** Faro im Fona Verlag AG, ISBN 978-3-03781-039-2, Fr. 29.90

Zu beziehen bei: www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Widerstand ist zwecklos.

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG
Convenience-Sortiment für Hotelier, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detailisten
Neubuchstrasse 1 | Postfach 55 | 8717 Benken SG | Telefon 055 293 36 36 | Fax 055 293 36 37 | info@romers.ch | www.romers.ch

impresum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Gery Nievergelt/jn
Redaktion: Daniel Stämpfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Kürzler/jk (Ressortleitung fokus); Sabrina Glanzmann/sag (Ressortleitung dolce vita); Alexandre Caldera/aca (Ressortleitung cahier français); Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/lee, Theres Lagler Berger/lb, Gudrun Schlenzcek/gsg, Karl Josef Verding/kv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD)
Korrektorat: Paul le Grand.
Volontärin: Laura Nussbaumer/ljn
Online Redaktion: Natalie Alesch/tpa.

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

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninserate: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, verkaufte Auflage: 9476; Gratisauflage: 811.
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer: Fr. 4.50, Jahresabonnement: Fr. 159.-, ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Abonnement: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch

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



Herzlichkeit spielt im Tourismus eine grosse Rolle: Sie öffnet Türen und zeigt dem Gast, dass er willkommen ist. Fotolia

Engadiner mit Herz

Bei einer Umfrage zur Gastfreundschaft landete die Schweiz auf dem letzten Platz. Um die Freundlichkeit zu fördern, lancierte Engadin St. Moritz die «Herzlichkeitsoffensive».

LAURA NUSSBAUMER



Ariane Ehrat, CEO Tourismusorganisation Engadin St. Moritz.



Ingo Schlösser, Hoteldirektor «Chesa Surlej», Silvaplana.



Adam Keresztes, Mitarbeiter Corvatsch Gastronomie.

Niederlage für den Schweizer Tourismus: Auf dem Reiseportal «Zooover» landete die Schweiz bei einer Umfrage zur Gastfreundschaft auf dem letzten Platz. Als Gewinner ging Nachbarland Österreich hervor. Doch immerhin: Aus Sicht unserer einheimischen Gäste steht die Schweiz auf Platz eins.

Herzlichkeit – auch in der Region Engadin St. Moritz Mangelware

Dass es an Freundlichkeit auch in der Tourismusregion Engadin St. Moritz mangelt, meinen die Markenbotschafter, die im Herbst 2011 das Konzept einer «Herzlichkeitsoffensive» und einem «Herz-

lichkeitsworkshop» erarbeiteten. Doch ist Herzlichkeit überhaupt lernbar? «Herzlichkeit soll von Herzen kommen. Schliesslich geht es aber um die Haltung und die Einstellung zur Herzlichkeit», meint Ariane Ehrat, Geschäftsleiterin der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz.

Im Zentrum der Herzlichkeitsoffensive steht das «Allegra-Prinzip». Das Wort «Allegra», eine Grussformel aus dem Engadin, bietet eine Eselsbrücke für die folgenden Punkte: «A wie Augenkontakt, L wie Lächeln, L wie Lass mich helfen, E wie Erwartungen übertreffen, G wie Gerne ja, R wie Rückfragen und A wie Auf Wiedersehen – bis zum nächsten Mal.»

Dass dies für einen Mitarbeitenden aus der Tourismusbranche selbstverständlich sein müsste, dessen ist sich Ingo Schlösser, Herzlichkeits-Coach und Direktor des Hotels Chesa Surlej bewusst. «Natürlich sollte ein Mitarbeiter diese Punkte bereits kennen. Wir möchten den Teilnehmern jedoch Wege aufzeigen, wie sie herzlicher sein können. Dafür brauchen wir eine prägende Formel, die einen Bezug zum Engadin hat.»

Bereits 260 Leute aus 11 Unternehmen wurden gecoacht

Remo Eschle, Leiter der Gastronomie & Nebenbetriebe Corvatsch, war von der Idee des Workshops begeistert und melde-

te sein Team an. «Wenn ein solches Projekt im Engadin zustande kommt, muss man es unterstützen», erklärt er. Einer seiner Mitarbeiter, Adam Keresztes, nahm Mitte Dezember am Herzlichkeits-Workshop teil. «Ich denke noch heute oft an das Allegra-Prinzip und gebe es an meine Mitarbeitenden weiter», meint Keresztes. Das Problem sei, dass die Motivierten im Workshop ohnehin schon freundlich seien. «Die, die es nötig hätten, interessiert so ein Workshop nicht.»

Ariane Ehrat ist allerdings vorsichtig: «Wir erhoffen uns in diesem permanenten Prozess einen Schneeballeffekt. Die Anfrage ist noch immer riesig.»

Beliebte römische Siedlung

Die Römerstadt Augusta Raurica im baselländischen Augst verzeichnet positive Zahlen für 2011 – und baut ihr Angebot aus.

FRANZISKA EGLI

Kaum ein Schweizer Kind, das nicht auf einer Schulreise Augusta Raurica, die Siedlung aus römischer Zeit am Südufer des Rheins, besucht hat. Und kaum ein Freund der Historie und Archäologie, der nicht regelmässig die Römerstadt aufsucht, um die neusten Fundstücke zu begutachten. Generell erfreut sich das zwischen dem baselländischen Augst und dem aargauischen Kaiserstuhl gelegene Freilichtmuseum grosser Belieb-



«Theater mit Stimme»: Motto der Spielzeit 2012. zvg/Susanne Scherker

heit, wie die Jahresbilanz 2011 zeigt: Römische Workshops haben Hochkonjunktur und verzeichnen einen Besucheranstieg von über 30

Prozent. Die Gruppenführungen wurden zu 20 Prozent mehr gebucht, und 1300 Schulkinder mehr als noch im Jahr 2010 besuchten

die Römerstadt. Als Reaktion auf diesen Besucheranstieg wurden nun die Workshops ausgebaut und neue entwickelt, lässt Dani Suter verlauten, der letztes Jahr die Gesamtleitung übernommen hat.

Auch der Ausblick aufs Jahr 2012 gestaltet sich erfreulich: Das bronzene Stadtmodell Augusta Raurica wird eingeweiht. Die Sanierung der Wandmalereien Schmidmatt kommt zum Abschluss. Und nicht zuletzt wird die erfolgreiche Bespielung des Theaters in den Monaten August und September fortgesetzt: Das römische Theater in Augst ist eines der bedeutendsten seiner Art im provincial-römischen Reich und gilt als die besterhaltene antike Anlage nördlich der Alpen. Nach jahrelangen Renovationsarbeiten wurde sie erst 2007 wiedereröffnet.

Die KILO VORTEILSPACKUNGEN

sind wieder da!



4 Kellogg's-Gründe

- Bewährte Premiumqualität für Ihr Frühstücksbuffet
- Genussvolle Geschmacksvielfalt
- Knusprige Frische mit langer Haltbarkeit
- Gut kalkulierbar und profitabel



KELLOGG (SCHWEIZ) GMBH Distributeur: Valora Schweiz AG
Valora Trade Switzerland Industriestrasse 9 4623 Neudorf
www.kelloggs-foodservice.ch

Gastronomie

Badi-Snacks zum Saisonauftakt in Luxus-Version

Zum Auftakt der Badesaison findet im Seebad Luzern am 27. April der Anlass «4 Hotels, 4 Chefs» der «Victoria-Jungfrau Collection» statt. Die Gourmetköche des «Palace Luzern», «Bellevue Palace Bern», «Eden au Lac Zürich» und «Victoria-Jungfrau Interlaken» werden typische Badi-Snacks wie Fischsupperli oder Wurstsalat unter dem Motto «Badi-Ässe einisch anders» in ihrer Luxusversion zum Besten geben. Kostenpunkt: 125 Franken pro Person.

Getränke

«Kenzai-Tee» jetzt auch in der Schweiz erhältlich



Kenzai Swiss, ein Unternehmen der Allegra Passugger Mineralquellen AG, bietet den «Kenzai-Tee» in den Geschmacksrichtungen «Weisser Tee mit Holunder», «Jasmin Tee mit Johannisbeere» und «Grüner Tee mit Zitrone» an. Der Tee wird nachhaltig produziert und enthält an Stelle von Zucker einen biologisch angebauten Agavendicksaft. Ab sofort in 0,33-Liter-Flaschen für Fr. 2,30 im Schweizer Handel erhältlich.

Eine Prise Pfeffer



Götz'
Torsten Götz ist Executive Chef des Cuisines im Victoria-Jungfrau Grand-Hotel & Spa in Interlaken.

Der Pfeffer gehört wie Salz als Grundbestandteil in jeden Haushalt. Er spielt in fast jeder Speise mit – und doch wird er entweder geliebt oder verachtet.

Die Heimat der Pfefferpflanze ist Indien, speziell die Malabarküste – auch Pfefferküste genannt. Der Pfeffer musste damals aus dem einzigen Anbaugelände auf dem Landweg nach Europa transportiert werden. Seine Haltbarkeit und Schärfe machten ihn zum idealen Fernhandelsgut. Der Pfeffer dominierte aber bereits in der Antike den Gewürzhandel zwischen Asien und Europa und war ein kostbares Gut, welches zeitweilig sogar mit Gold aufgewogen wurde. Diese Zeiten sind zwar längst vorbei. Doch die kostbaren Gewürze waren mit ein Grund, warum Marco Polo sich um einen eigenen Karawanenbetrieb von und nach Asien bemühte und Christoph Columbus das Gleiche auf einem Seeweg suchte. Pfeffer war ein Luxusartikel, erhielt aber seine Bedeutung vor allem dadurch, dass bereits damals dank ihm Lebensmittel lange haltbar gemacht werden konnten und er als Heilmittel galt.

Heute sind die grössten Anbauländer von Pfeffer vor allem Vietnam, Indonesien, Indien, Brasilien und Malaysia. Weltweit werden pro Jahr ca. 200.000 Tonnen produziert. Zuerst wird der grüne Pfeffer aus unreifen, früh geernteten Früchten gewonnen. Dieser ist meist entweder in Lake oder gefriergetrocknet erhältlich, aber inzwischen auch frisch am Stängel im Regal eines gut sortierten Händlers zu finden. Der rote Pfeffer besteht aus vollkommen reifen, ungeschälten Früchten und wird auch meist in Lake oder gefriergetrocknet angeboten. Der weisse Pfeffer ist die von der Schale befreite, vollreife Variante. Dazu werden die reifen roten Körner etwa 8 Tage in fließendem Wasser eingeweicht, bis sich die Schale abblöst. Danach werden sie mechanisch geschält, getrocknet

Eine bunte Körnerfamilie mit Würze: der Pfeffer kennt viele Farben.



und teilweise in der Sonne gebleicht.

Der schwarze Pfeffer wiederum wird aus den unreifen grünen, bis knapp vor der Reife stehenden Beeren gewonnen. Diese werden getrocknet – und durch die Fermentierung schwarz und runzelig. Ausschlaggebend für die Schärfe des Pfeffers ist übrigens das Alkaloid Piperin. Im weissen Pfeffer sind etwa 2,5 Prozent dieses ätherischen Öls enthalten. Im grünen und schwarzen Pfeffer sind bis zu 4,8 Prozent davon enthalten.

Meine erste Berührung mit der Pfefferpflanze hatte ich Anfang der 1990er-Jahre auf Gran Canaria. Ich war damals genau zu der Jahreszeit dort, als der Pfeffer purpurrot gefärbt war. Das Pfefferkorn war erstaunlich weich, man konnte es mit geringem Kraftaufwand zwischen den Fingern zerdrücken. Der Geschmack war würzig, aber mit einer gewissen Fruchtnote und keineswegs nur scharf. Dann im Jahre 2006 besuchte ich die Insel Phu Quoc, die grösste und südlichste Insel Vietnams. Damals gab es eine einzige geteerte Strasse auf der ganzen Insel – diese führte vom kleinen Flughafen bis zum Indutriehafen auf der anderen Seite der Insel. Ich machte eine Erkundungstour mitten durch

Tropenwälder und fast unberührte Natur. Und bei einer dieser Ausfahrten fand ich eine grosse Pfefferplantage – voll behangen, wie es bei uns die Weinreben nach einem guten Sommer sind. Bei der wilden Degustation vor Ort kam mir dieser Pfeffer wesentlich schärfer vor, und er war natürlich durch den weiteren Reifegrad auch fester und härter. Vielleicht lag dieses Empfinden aber auch an der dort vorhandenen Hitze und nicht an der Sorte? Diese unerwartete Besichtigung war ein wirklich spannendes und bleibendes Erlebnis.

Nun kann und soll natürlich nicht jedermann, der sich für Pfeffer interessiert, nach Phu Quoc reisen. Dafür haben wir in der Schweiz eine hervorragende Alternative: Eine wunderschöne Pfefferpflanze findet man etwa in Zürich, in der Masuala-Halle. Übrigens sind dort auch weitere tropische Pflanzen wie Vanille, Ingwer, oder Jack Fruit zu sehen. Vor allem hat es vor Ort nette Guides, die einem weiterhelfen und erklären. Denn man muss den entschleunigten «Tropenblick» für diese Schönheiten haben, um sie zu entdecken. Und wer Spannendes über den Pfeffer nachlesen möchte, dem sei das Buch «Poivres» des französischen Pfefferpapstes Gérard Vives wärmstens empfohlen.

MARKTNOTIZEN

Kompakte und schnelle Maschine zum Gemüseschneiden

Die Rotor Lips hat gemeinsam mit ihrer Schwesterfirma Feuma eine kompakte, aber sehr schnelle Maschine für alle Arten von Gemüseverarbeitung vorgestellt. Neben sämtlichen herkömmlichen Scheiben können auch trommelförmige Schneidzylinder benutzt werden. Statt einem Schacht mit Stössel kommt dabei ein grosser Schütt-Trichter zum Einsatz. So kann effizienter gearbeitet werden und es gibt keine unregelmässigen Reststücke mehr, die ins fertige Produkt fallen. Weiter ist ei-

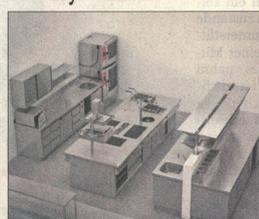


Der Feuma-Gemüseschneider, ganz aus Edelstahl, mit wählbarer Geschwindigkeit.

ne Vorrichtung für schöne Gaufrettes und Brunoises erhältlich. Revolutionär ist die einfache Reinigung, denn nicht nur der Deckel, sondern auch das Inox-Unterteil des Schneidraumes kann ganz einfach entfernt werden. Durch konsequenten Verzicht auf Kunststoffe gelang zudem eine echte Spülmaschinenfestigkeit. Das Gerät besteht nahezu vollständig aus Edelstahl: alle Teile mit Lebensmittelkontakt und das ganze Gehäuse. Das robuste, wartungsfreie Qualitätsprodukt verfügt über einen Industrie-Motor mit wählbarer Geschwindigkeit und 950W Leistung, was viel Arbeitszeit einspart. Das typische Einsatzgebiet liegt bei Betriebsgrössen von 30 und 200 Essenportionen.

www.rotorlips.com

Moderne Küchentechnik mit zukunftsorientierten Kochsystemen



Die Küchenchefs von Hugentobler planen Grossküchen und begleiten Bau und Betrieb.

Nur in richtig geplanten Küchen können Kochsysteme optimal eingesetzt werden. Die Planungsabteilung von Hugentobler realisiert praxisnahe Küchenkonzepte und kann im Bereich Grossküchen auf langjährige Erfahrung zurückgreifen. Von der Ideenskizze bis zum Bau- und Ausführungsplan: Hugentobler bietet alles aus einer Hand. In den vier Planungsabteilungen Bern, Zentralschweiz, Westschweiz und Ostschweiz werden alle Ideen für Gesamtküchen und Teilumbauten umgesetzt. Die Planer sind ausgebildete Köche und wissen, wie wichtig es ist, dass Arbeitswege stimmen und Arbeitsposten richtig angeordnet sind. Das garantiert einen reibungslosen Ablauf im Alltag.

Die Angebotspalette umfasst Komplettbetreuung vom massgeschneiderten Konzept bis zur perfekten Ausführung vor Ort; Submissionen, Baupläne und Projektbegleitung; Fachliche Begleitung vor, während und nach der Eröffnung; Spezialanfertigungen nach Mass; Spezielle Hugentobler-H2 Hygienelinie mit ausgezeichnetem Preis-Leistungs-Verhältnis (H1, H2 und H3 Ausführungen nach DIN-Norm ebenfalls lieferbar); Regelmässiges Coaching zur Sicherung und Weiterentwicklung der Kochsysteme.

www.hugentobler.ch

Umsatz im Freien trotz Regen und brütender Sonne

Brütende Sonne oder ein überraschender Regenguss: Kaum ein Wirt, der im Aussenbereich nicht mit den Unabwägbarkeiten des Schweizer Sommerwetters konfrontiert ist. Das erschwert die Personalplanung und beeinflusst das Umsatzpotenzial. Doch das muss nicht sein. Mit dem vollkommen auf die individuellen Bedürfnisse der Terrasse anpassbaren Terrassenüberdachungssystem Sun Top® 3100 bietet die Kästli & Co. AG seit vielen Jahren eine zuverlässige Alternative zur Unsicherheit. Die zu 100 Prozent wasserdichten Terrassenüberdachungen ermöglichen den Gästen im Freien. Weit über 1000 Hoteliers und Gastronomen setzen auf das flexible Terrassenüberdachungssystem und schätzen das erweiterte Platzangebot und den zusätzlichen Terrassenumsatz.

Die Konstruktion ermöglicht freitragende Terrassenüberdachungen in sonst unerreichten Dimensionen von 12,5 Meter



Der Aussenbereich des Restaurant Henri's, Expo Bern, wird vom SunTop-3100-System sicher vor Regen und Sonne geschützt.

Ausladung und 30 Meter Breite. Im eingefahrenen Zustand sind keine störenden Querverstrebungen sichtbar. Bei Regen ist die Bildung der gefürchteten Regensäcke ausgeschlossen, da die Store nicht gerollt, sondern mit Querstäben ausgerüstet gefaltet wird. Die Storen sind wind- und wetterfest und halten Windgeschwindigkeiten bis zu 75 km/h (Windstärke 8) stand.

www.kaestlistoren.ch



Gemüse-Medaillons mit knackiger Rohkost kombiniert sind ein feines vegetarisches Gericht.

In den neuen Gemüse-Medaillons steckt kaum Fett aber viel Geschmack

Panierte Gemüse-Medaillons – wer denkt dabei schon an gesunde Ernährung? Zu gross ist die Sorge, dass mit der leckeren Panade auch eine ordentliche Menge Fett verzehrt wird. Den Produktentwicklern von Unilever Food Solutions ist etwas Einzigartiges gelungen: Das neue Gemüse-Medaillon eignet sich bestens für die Zubereitung im Kombidämpfer und hat mindestens 50 Prozent weniger Fett als vergleichbare Produkte. Eine neue Herstellungsmethode macht es möglich. Die Medaillons werden nicht mehr in Fett vorgebacken, sondern lediglich mit fettüberzogenen Bröseln paniert. Der Fettanteil wird damit geringer und kontrollierbar, erlaubt es aber immer noch, das Tiefkühlprodukt im Heissluftofen binnen weniger Minuten zu einem goldgelben, knusprigen Medaillon zu regenerieren.

Knorr Gemüse-Medaillons schmecken mit über 45 Prozent Gemüseanteil aus sechs verschiedenen Sorten sehr natürlich und machen ihrem Namen alle Ehre. Weil sie mit nur 3 Prozent pro 100g vergleichbar wenig Fett enthalten, sind sie eine gesunde Komponente in der Zubereitung vieler Gerichte, insbesondere aber von Vitalkost, fettarmer und vegetarischer Ernährung.

Die portionsgerechten 70g Medaillons sind passende Begleiter zu vielen Fleischgerichten, aber auch als vegetarisches

Hauptgericht bringen sie, beispielsweise mit knackiger Rohkost kombiniert, Frische auf den Teller. Knorr Gemüse-Medaillons sind einzeln gefrosten, leicht portionierbar und gut zu kalkulieren. Sie sind ab Mai 2012 lieferbar. Die Bestellmenge von 2 Beuteln à 2,5 kg enthält 72 Medaillons.

www.unileverfoodsolutions.ch

Das Tomatenketchup steht ab sofort auf dem Kopf

Pommes frites ohne Ketchup sind kaum mehr vorstellbar. Aber auch bei Grilladen steht das Ketchup auf so manchem Ess-tisch bereit zur Anwendung. Und jenes von Hügli steht neu sogar auf dem Kopf. Der Deckel mit dem grossen Durchmesser erlaubt es, dass die Squeeze-Flasche mit dem Deckel nach unten auf den Tisch gestellt werden kann. Dadurch fliesst die Masse immer nach unten und es erübrigt sich das mühsame Schütteln, um den ganzen Inhalt aus der Flasche zu kriegen. Natürlich ist die Etikette der Squeeze-Flasche so



Die Squeeze-Flasche von Hügli – handlich, sauber, wirtschaftlich und überall einsetzbar.

konzipiert, dass sie kopfüber lesbar ist. Man hat eine saubere Flasche bis zum letzten «Tropfen»: Eine Membrane im Deckel verhindert das Kleckern beim Einsatz der Ketchup-Flasche. Sauberes Dosieren ohne verschmierte Flasche ist damit bis zum Schluss garantiert. Die 500ml Flasche aus PET kann von Köchen zum Zubereiten von Speisen und von den Gästen am Tisch zum appetitlichen Dosieren eingesetzt werden.

www.hueglifoodservice.com

Bildung

Hilton Hotels veranstalten Karriere-Woche

Am 16. April startet im Hilton Düsseldorf eine Veranstaltungswoche zum Thema «Karriere in der Hotellerie». An verschiedenen Rekrutierungsständen erhalten Interessierte einen Einblick in die Arbeit der Hilton Hotels. Auf dem Programm stehen Workshops, Bewerbungstipps und Präsentationen. Der genaue Ablauf des Events ist auf www.facebook.com/CareersatHiltonLiveDusseldorf zu finden. Anlässlich der Veranstaltung in Düsseldorf hat auch das Hotel Hilton Zürich Airport in dieser Woche einige Aktionen zum Thema geplant.

Genuss

«Villars»: Zwei neue Schokoladen auf dem Markt



Der Schweizer Schokoladenhersteller Villars Maitre Chocolatier S.A. lanciert zwei neue Kreationen der Reihe «blocs gourmands», zu der bereits sechs Sorten gehören. Die **exotische Variante** besteht aus schwarzer Schokolade mit kandiertem Ingwer und Zitrone. Die zweite Neuheit ist eine Milchschokolade mit caramelsierten Nougat- und Mandelstücken. Die Schokoladen sind in 200-g-Tafeln ab sofort im Schweizer Handel für Fr. 4.95 erhältlich.

Wettbewerb

Schweiz sucht Champagner-Botschafter 2012

Anlässlich des 8. «Concours Européen des Ambassadeurs du Champagne» sucht die Schweiz ihren Champagner-Botschafter 2012. Der Wettbewerb des «Comité Champagne» richtet sich an Wein- und Champagnerausbilder und Liebhaber des Champagners, die ihr Wissen in der Schweiz weitergeben können. Insgesamt werden Botschafter in acht europäischen Ländern gewählt. Diese nehmen am 15.-19. Oktober 2012 am Finale teil, wo der europäische Botschafter gekürt wird. Thema des diesjährigen Concours: «Inox oder Holz – eine Frage des Materials und des Stils.» In



Nomen est omen: Das Restaurant Kapitel in Bern ist nicht allein ein Restaurant, sondern setzt auf verschiedene Kapitel. Bilder: zvg

Das besondere Konzept Was, wenn sich ein Lokal an einem «Unort» befindet? Dann muss ein Betrieb mit spezieller Ausrichtung her: das Restaurant Kapitel in Bern.

FRANZISKA EGLI

Erst speisen, dann tanzen



Abends ist das «Kapitel» vor allem ein Restaurant ...



... nachts verwandelt es sich in einen Club.

Es ist, vorsichtig ausgedrückt, eine etwas heikle Ecke, jene zwischen Hodlerstrasse und Bollwerk in Bern. Dort, wo nicht nur der Dauerverkehr der Stadt-Tangente das Bild dominiert, sondern auch die Zugstrecke Bern-Zürich direkt vor der Nase durchführt. Da, wo man sich ausserdem mitten in Berns Bermudadreieck von Regionalen, dem autonomen Jugendzentrum Reitschule sowie der Drogenabgabestelle befindet.

«Wir wussten sofort: An dieser lebendigen Ecke sind wir am richtigen Ort.»

Diego Dahinden
Restaurant Kapitel, Bern

Mit ihrem Konzept werden sie mehreren Ansprüchen gerecht

Ob asiatische Restaurants oder – wie bis vor einem Jahr – die Brasserie Bollwerk: Diverse Gastrobetriebe haben an dieser Ecke, am Bollwerk 41, ihr Glück versucht, und viele haben das Handtuch geworfen. Zu schwierig ist der Standort, um allein hungrige Flaneure und lukullisch interessierte Laufkundschaft anzuziehen. Die neuen Betreiber hat das nicht abgeschreckt, im Gegenteil.

Gastronom Tom Weingart und Bauarbeiter Fausto de Siena hatten zuvor einen Nachtclub in Bern betrieben, Betriebswirtschaftler Diego Dahinden war bislang als Veranstalter tätig. Und als die junge, umtriebige Herrenrunde erfahren hatte, dass das Lokal an dieser «sehr lebendigen und

sehr zentralen» Ecke zu haben war, wussten sie sofort: «Hier sind wir am richtigen Ort. Dieser ist ideal für ein modernes, urbanes Konzept, wie es uns vorschwebte», erzählt Diego

Dahinden. Ein Konzept nämlich mit verschiedenen Ausrichtungen, mit – Nomen est omen – verschiedenen Kapiteln eben.

So soll das «Kapitel» in erster Linie zwar ein Restaurant sein, aber im Gegensatz zu seinen Vorgängern nicht ausschliesslich: Es ist Café-Bar und Lounge tagsüber, bietet des mittags jeweils drei Menüs und abends eine regionale, saisonale Küche. Am Wochenende schliesslich und zu fortgeschrittener Stunde verwandelt sich der Betrieb in einen



Fausto de Siena, Diego Dahinden, Tom Weingart (v. l.).

Club mit Live-Sound von House über R&B bis Italo-Pop. So, überlegten die drei, kommen Schnellverpflieger ebenso auf ihre Kosten wie Feinschmecker und Partytiger, so «trifft Speisen auf Musik, Tag auf Nacht».

Der Umbau war wichtig, um eine neue Ära einläuten zu können

Das passt genau in die Überlegungen, die man sich auch bei der Buchschacher AG gemacht hat, welche die Liegenschaft verwaltet: «Uns war irgendwann klar», so Bruno Moser, «dass es an dieser Ecke ein Lokal mit breiterer Ausrichtung braucht. Eines, das Mittagmenüs für die umliegenden Firmen und abends ein Angebot mit breitgefächertem Programm bietet.»

Zusammen mit Freunden hat das Trio dem Lokal mehr als nur einen neuen Anstrich gegeben. «Da musste etwas Neues hin, da musste unser Ding hin», sagt Dahinden. Die Bar ist aus dunklem Holz, die Betonwand wurde lediglich verputzt, überhaupt sorgen schlichte Farben und Formen für viel Ruhe. Umso verspielter gestaltet sich der Lounge-Bereich mit seinen Jugendstil-Fauteuils, den Vintage-Lampenschirmen und der Londoner Telefonkabine.

Hier wird zu später Stunde Geselligkeit pur zelebriert. Und die erfolgt übrigens meist wie aus Zauberhand: Eben noch genoss man ein «Kapitel» – eine Art Vorspeiseteller à la Tapas –, einen Brotsalat oder gar frische Felchenfilets, und schon ist das Lokal ein anderes. Das Licht ist schummrig, das Mobiliar weggestellt, und das DJ-Pult rückt ins Zentrum des Geschehens. «Die speisenden Gäste haben Priorität», betont Dahinden: «Nach ihnen richten wir den Start unseres Abendprogramms aus.» Aber ein fließender Übergang ist ihnen wichtig. Und so kann es schon mal vorkommen, dass ein eben noch speisender Gast sich später beim Abtanzen wiederfindet.

«Teufelhofs» neue Kaffeekultur

Das Basler Traditionshaus Teufelhof hat seine «Kaffee & Bar» umgebaut und sie mit einem neuen Kaffee-konzept versehen.

FRANZISKA EGLI

«Werte kann man nur durch Veränderung bewahren». Getreu dem Motto des deutschen Politikwissenschaftlers Richard Löwenthal schreitet man beim Basler Traditionshaus Teufelhof voran: Wunden in den vergangenen Jahren das Restaurant Atelier aus der Taufe gehoben und das Gourmetrestaurant Bel Etage der Moderne angepasst, war nun die «Kaffee & Bar» an der Reihe. Untergebracht ist sie im so genannten «Grossen Truchsesserhof», einem Basler Herrschaftshaus aus dem 18. Jahrhundert. Nun wurde sie für einen



Schlichtes Mobiliar in historischem Ambiente. zvg

«fünfstelligen Betrag» umgebaut: «Dabei haben wir darauf geachtet, dass die historische Substanz stärker betont wird», sagt Raphael Wyniger, der seit drei Jahren zusammen mit Nathalie Reinhardt Inhaber des «Teufelhofs» ist.

Die Wände wurden dunkel gehalten, sodass die Kronleuchter und Stukturen besser zur Geltung kommen. Eine moderne Bar mit schlichter Möblierung aus

dem Designmöbelhaus Vitra sowie der Stuhlmanufaktur Thonet bilden einen stilvollen Kontrast zum historischen Ambiente.

Zudem wurde das Angebot überarbeitet und zusammen mit der Luzerner Kaffee-Firma Rast eine neue Kaffeekultur geschaffen: Ab dem 1. Mai kommen abgesehen vom klassischen Kaffeeangebot auch Brühmethoden zum Einsatz, wie sie Mitte des letzten Jahrhunderts üblich waren und in Frankreich und Deutschland wieder Erfolge feiern. «Diese Art der Kaffee-Zubereitung bringt hervorragenden Filterkaffee hervor», schwärmt Wyniger von der Methode, die hierzulande lange verpönt war. Eine Erneuerung gibt's auch im Weinausschank: Nebst den 20 Weinen im Offensauschank werden auch alle anderen Tropfen der 450 Positionen umfassende Weinkarte ab 3 Deziliter offen ausgeschenkt.

ANZEIGE

CLASSE 9 PERICO

ONE TOUCH

RANCILIO
coffeeing the World

EGRO
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

Vertrieb und Service: EGRO SUISSE AG - Bahnhofstrasse 66 CH-5605 Dottikon
www.egrosuisse.ch

**Gesucht:
neue Einrichtung**

**Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch**



hotel
marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

cahier français

htr hotel revue No 15 / 12 avril 2012



Neuchâtel

La région Jura-Trois-Lacs souhaite se positionner dans le tourisme d'affaires.
page 20



Histoire

Sur plusieurs générations, la famille Emery s'est bâtie un véritable royaume hôtelier.
page 21

Nouveau visage «W» pour Verbier

Avec les beaux jours, les travaux vont reprendre sur le chantier des Trois Rocs à Verbier. Le projet de luxe entend bien devenir le nouveau cœur de la station dès l'hiver 2013.

GRÉGOIRE DESSIMOZ

Issu d'un constat sur le manque de lits hôteliers haut de gamme dans la station, le projet des Trois Rocs est passé par plusieurs moutures depuis 2003, avant de prendre sa forme et son emplacement définitifs. Situé aux pieds des pistes, juste à côté de la gare principale des télécabines à Médran, il comprendra un hôtel cinq étoiles, des résidences hôtelières, ainsi que des résidences secondaires. Dans le contexte actuel, ces dernières apparaissent d'ailleurs comme le chant du cygne de tout un pan de l'économie de la station.

«La clientèle de Starwood se rapproche de celle de Verbier avec son côté actif.»

Pierre-Yves Déléze
Responsable marketing, Trois Rocs

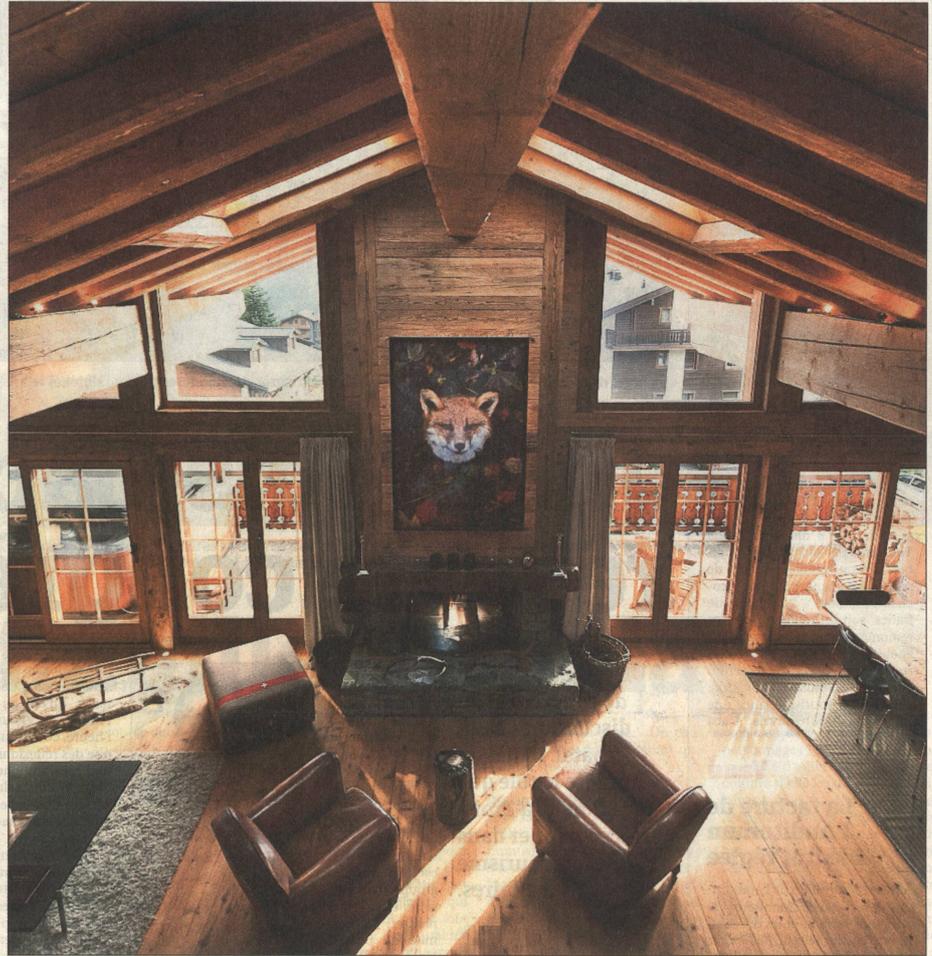
«Notre projet a un côté un peu novateur et on espère qu'il pourra susciter une réflexion afin de trouver de nouvelles pistes pour que le tourisme dans la région puisse continuer de se développer», relève Pierre-Yves Déléze, responsable marketing et communication. Les quinze résidences hôtelières prévues seront vendues à des privés qui s'engageront contractuellement avec la société des Trois Rocs afin de fixer les modalités de la mise en location. Celle-ci se fera sur une durée annuelle d'au moins huit mois.

Premier établissement en Suisse du groupe Starwood

«Il y a des exigences mais aussi des avantages», souligne Pierre-Yves Déléze. «Lorsque le propriétaire loue son appartement, il a un accès privilégié aux installations et aux services de l'hôtel voisin. Il est en quelque sorte traité comme un hôte VIP de l'hôtel.»

Quant à l'hôtel de 122 chambres, qui seront réparties entre quatre chalets design et contemporains, il verra le jour sous la marque «W», propriété de Starwood. Le groupe américain disposera ainsi de son premier établissement en Suisse. Pour Pierre-Yves Déléze, les avantages

Le chef catalan Sergi Arola bientôt à Verbier.



Le luxe montagnard pour les hôtes VIP du nouveau complexe du groupe Starwood, à Verbier.

ges de s'appuyer sur un partenaire de cette envergure sont évidents: «Starwood possède un réseau mondial en termes d'expertise, d'expérience, de contact et de marketing. Mais surtout en termes de clientèle, qui se rapproche de celle de Verbier avec son côté actif, dynamique et avant-gardiste. Cela devrait grandement participer au succès de l'opération.»

Une zone piétonne et une salle de spectacles

Starwood s'est par ailleurs engagé à déployer un plan marketing pour la promotion de l'hôtel et des résidences. Ce complexe immobilier va permettre d'augmenter

l'offre de lits marchands de la station de 30%. Mais il développera aussi toute une palette de services qui dopent l'attractivité de Verbier en général. Un incontournable sera le restaurant de l'hôtel, qui collaborera avec Sergi Arola, chef catalan réputé pour sa cuisine hispanique innovante et ses deux étoiles au Guide Michelin. Sans oublier la zone piétonne autour de laquelle s'articuleront un spa de 800 m², un centre de conférence dernier cri et des boutiques à la mode. Et pour couronner le tout, c'est aussi là que se trouvera la nouvelle salle de spectacle de 1200 places que la commune de Bagnes souhaite développer.

Grimentz: le projet des Guernerés comprend aussi un quatre étoiles

Dans le petit village annivier de Grimentz, le projet des Guernerés fait écho à celui des Trois Rocs avec un complexe qui comprend lui aussi un hôtel quatre étoiles de 65 chambres et des résidences hôtelières. Les résidences seront vendues à des personnes qui s'engageront à les louer durant au moins huit mois par an sur une période de 15 ans.

Une structure de location prendra en charge la gestion administrative et logistique, et of-

frira en sus toute une série de services haut de gamme, tant aux locataires qu'aux propriétaires. Cette formule de résidences hôtelières offre le double avantage de permettre aux propriétaires de rentabiliser leur investissement immobilier et à la destination touristique de disposer de lits chauds.

Lors de sa sortie de terre prévue dans le courant de l'année 2014, l'offre de la station s'enrichira ainsi de près de 130 lits marchands.

Économisez avec une buanderie à domicile – moins de deux francs par kilo de linge en moyenne

Les avantages d'une buanderie à domicile:

- Indépendance
- Respect du linge
- Solution économique
- Rapidité
- Hygiène et désinfection

Nous vous communiquons avec plaisir et gratuitement vos données personnelles. Il suffit de nous contacter: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen SA
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tél. 0844 880 880, www.schulthess.ch

SCHULTHESS
La lessive. Le savoir-faire



ANNONCE

En bref

Valais

Des mesures pour répondre à l'initiative Weber

Le Conseil d'Etat valaisain entend prendre la mesure des conséquences à moyen et long terme de l'initiative Weber et agir clairement en concevant une véritable stratégie destinée au développement de l'hébergement touristique à l'usage des acteurs de la branche. Le Conseil d'Etat sera accompagné dans cette tâche par un Conseil formé de personnalités économiques, politiques et issues de tous les milieux concernés. Les premiers résultats de ce groupe de travail sont attendus pour fin 2012.

A la conquête du touriste estival



Swiss-Image

Dans le courant de l'année touristique 2010/2011 en Valais, les nuitées ont reculé de 5,9% pour s'établir à 10,8 millions. **Valais Tourisme** par son président Herbert Volken estime le besoin de réinvestissement pour les prochaines années à 2 milliards de francs, soit un milliard pour les remontées mécaniques et pour l'hébergement. Selon les premières prévisions, les visiteurs seront encore en diminution pour l'été 2012. Valais Tourisme lance une campagne de pub estivale. aca

Vaud

La facture de l'Auditorium bientôt réglée

Après la rénovation de l'Auditorium Stravinski à Montreux, le temps est venu pour les dix communes concernées de passer à la caisse. Le coût des travaux, qui s'élève à 7,75 millions de francs, sera prélevé de la caisse de la Communauté intercommunale du Haut-Léman. Certaines communes doivent encore se réunir prochainement pour confirmer leur participation. Mais selon «24 Heures», «le projet devrait passer la rampe du vote sans connaître de grosses difficultés.» lb

Fribourg

La Maison Cailler devient leader touristique



ldf

Pendant de longues décennies, il était acquis que le Château de Chillon restait l'attraction touristique la plus visitée de Suisse romande. Il vient d'être détrôné par la **Maison Cailler** de Broc qui annonce 350 500 visiteurs en 2011 (elle a été inaugurée en 2010), alors que le Château de Chillon a accueilli 339 470 hôtes. Les visiteurs de Broc viennent à 60% de Suisse contre 40% d'étrangers attirés par le chocolat. aca



Un hôtel d'une centaine de chambres et un centre de congrès devraient remplacer l'Hôtel et le Restaurant Touring à Neuchâtel. ldf

Jura-Trois-Lacs rêve de congrès

Un projet de centre de congrès est en discussion à Neuchâtel. Il met en lumière le rôle que la région Jura-Trois-Lacs veut jouer dans le tourisme d'affaires.

MIROSLAW HALABA

Un restaurant mexicain, un hôtel de 100 à 150 chambres et un centre de congrès de 500 à 600 places. Coût de l'opération: entre 15 et 20 millions de francs. Tel est le projet qu'un groupe d'investisseurs envisage de réaliser à proximité du port de Neuchâtel, à l'emplacement du Restaurant Touring au Lac - qui a fermé ses portes pour être transformé - et de l'Hôtel Touring au Lac. Ce projet, révélé il y a quelques jours par la



«Nous voulons faire de la région Jura-Trois-Lacs une destination de congrès.»

Yann Engel
Directeur Tourisme neuchâtelois

presse locale, ne sera toutefois détaillé qu'en automne. «Pour l'heure, ce ne sont que des réflexions de base», indique Yann Wolf, de la société Michel Wolf SA, qui chapeaute le projet. Si le restaurant mexicain ouvrira ses portes cet été déjà, les étapes suivantes du projet prendront bien plus de temps, car elles pourraient passer par la destruction du bâtiment existant et une reconstruction complète. «Compte tenu des procédures, il faut compter entre cinq et dix

ans», souligne Yann Wolf. Ce plan est parti du constat que Neuchâtel et le canton manquent d'infrastructures pour accueillir des congrès et ne peuvent, de ce fait, profiter d'un des secteurs très lucratifs du tourisme d'affaires. Certes, l'aula des Jeunes Rives avec ses 500 places s'avère utile, mais il a surtout un usage académique et est déjà très occupé. L'idée d'une nouvelle salle est donc bien accueillie, notamment par les hôteliers.

Capacité hôtelière insuffisante: un souci permanent

«Oui, ce serait utile et cela donnerait du travail à tout le monde», indique Antoine Chaumeron, directeur de l'Hôtel Palafitte. «L'idée est géniale», lance son homologue de l'Hôtel Beau Rivage, Thomas Maechler. Président de la

Société des hôteliers Neuchâtel-Jura, Martin Mayoly est du même avis, mais comme ses collègues, il rappelle aussitôt que les congressistes doivent aussi manger et dormir. C'est dire que l'on se heurte vite à l'insuffisance récurrente de capacité hôtelière, problème qui ne pourrait que s'aggraver avec une salle de 500 à 600 places.

Mais un autre élément vient nourrir le débat. Neuchâtel, on le sait, est membre de la destination Jura-Trois-Lacs et entend bien aussi jouer cette carte. «Dans le domaine du congrès, nous avons une perle qui est le Palais des congrès de Bienne», explique Yann Engel, directeur de Tourisme neuchâtelois. Cette infrastructure, qui peut accueillir jusqu'à 1200 personnes, légitime dès lors la volonté de la région d'entrer dans le secteur MICE. «C'est une volonté claire, notamment des villes de Soleure, de Bienne et de Neuchâtel, de faire de la région Jura-Trois-Lacs une destination de congrès», dit Yann Engel.

L'horlogerie pressentie comme secteur potentiel

Pour quels types de congrès? Il n'y a pas encore eu d'analyse de marché. «Jusqu'ici, nous avons toujours été réactifs», dit Yann Engel. Il pense cependant que les manifestations liées à l'horlogerie pourraient faire un bon fonds de commerce. Mais, il n'exclut aucun secteur.

La partie n'est toutefois pas gagnée d'avance. La concurrence dans le domaine des congrès est très vive et les villes qui travaillent aussi dans ce domaine ne sont pas très éloignées de la région Jura-Trois-Lacs. Fribourg et Yverdon-les-Bains en sont la preuve.

Projets en vue De nouveaux hôtels dans le canton

Divers projets, susceptibles d'accroître la capacité hôtelière sont en gestation dans le canton de Neuchâtel. Ainsi, outre celui du centre de congrès à Neuchâtel et de son hôtel de 100 à 150 chambres, on peut citer la construction d'un établissement hôtelier dans le quartier Le Corbusier à La Chaux-de-Fonds. Saint-Aubin devrait accueillir un hôtel de luxe d'une trentaine de chambres et des appartements avec service hôtelier. Quant à l'Hôtel Beaulac à Neuchâtel, il entend se doter d'un nouvel étage. mh

Un hôtel privé de sa clientèle par un pont

En raison d'une lente rénovation du pont qui mène à leur établissement, les hôteliers de La Rasse ont été empêchés de travailler pendant leur saison estivale.

VALÉRIE MARCHAND

Les travaux du pont qui mène à l'hôtel de La Rasse devaient durer normalement six semaines. Mais l'ouvrage s'est avéré plus complexe que prévu et a finalement duré quelque 20 semaines! Fâché, le couple qui gère cet établissement situé sur la rive française du Doubs, non loin des Franches-Montagnes, est prêt à se battre pour poursuivre son activité.

Une inauguration sans la participation des hôteliers

Les hôteliers, qui n'ont pas souhaité participer à l'inauguration du pont organisée le 17 mars 2012, pourraient être éventuellement dédommages. «Le préfet a confirmé auprès de la mairie de Fournet-Blancheroche que nous étions indemnisables, mais celle-ci n'a, jusqu'à ce jour, entrepris

aucune démarche», déplore la gérante.

Vu ce manque d'engagement, le couple a porté plainte auprès du Tribunal administratif de Besançon afin que l'affaire soit jugée. Si Christelle Formé et Pascal Menezes ne sont pas remboursés pour leur manque à gagner, estimé à environ 120 000 euros, leur situation financière va être très délicate.

«Nous continuerons à avancer malgré un avenir incertain»

«Nous n'allons pas fermer l'établissement, mais nous sommes très embêtés car nous avons nous-mêmes effectué beaucoup de travaux pour qu'il soit plus accueillant. Une saison estivale sans argent, c'est dur. Toutefois, nous avons eu le courage de ne pas baisser les bras et nous conti-



Les hôteliers de la Rasse mécontents des travaux sur le pont. ldf

nuerons d'avancer même si notre avenir s'annonce incertain. Nous allons lutter pour récupérer notre argent», précise l'hôtelière. Les acteurs touristiques craignent, pour leur part, que cette affaire ne tourne mal.

Au bord de l'eau, en pleine nature: un atout pour de nombreux clients

«L'hôtel a la possibilité de se retourner contre le maître d'œuvre

du pont et demander un dédommagement, encore faut-il que la commune de Fournet-Blancheroche ait prévu ce genre de recours», explique Delphine Naulin, responsable Marketing du Comité Régional du Tourisme de Franche-Comté. Situé au bord de l'eau et en pleine nature, l'Hôtel de La Rasse est pourtant doté de magnifiques atouts pour attirer de nombreux clients.

Histoire. Dynastie Emery. Mariée à un descendant d'Alexandre Emery, le fondateur du Montreux Palace, la chercheuse Cécile Chombard Gaudin, a publié un livre et monté une exposition en hommage à cette puissante famille d'hôteliers.

Passionnée par l'histoire de ses aïeux, Cécile Chombard Gaudin a retrouvé la trace de ces «bâtisseurs de palaces» de la Riviera, et bien au-delà. Le fruit de 15 ans de recherches.

LAETITIA BONGARD

Regarde bien. Ça va passer très vite, mais tu vas voir deux choses: le château de Chillon et le Montreux Palace. C'est de la fenêtre du train qui la ramène d'Italie que la Française Cécile Chombard Gaudin l'aperçoit pour la première fois. Ce palace qui la conduira à quinze années de recherches, couronnées par la publication d'un livre et une exposition à découvrir en ce moment (lire ci-dessous). Le regard brillant de confidences et d'enthousiasme, Cécile Chombard Gaudin se souvient de ce voyage en 1964, lorsqu'un camarade d'étude, Jean-Pierre Gaudin, lui désigne l'édifice témoin des années glorieuses de l'hôtellerie de luxe en Suisse. Car celui qui deviendra son mari est aussi l'arrière petit-neveu d'Alexandre Emery, fondateur du Montreux Palace et l'un des grands initiateurs de l'hôtellerie de la Riviera, et bien au-delà.

La découverte d'un réseau familial complexe et insoupçonné

Chercheuse en sciences politiques avec une formation initiale en lettres, Cécile Chombard Gaudin se passionne pour l'histoire de



Durant la Première Guerre mondiale, ici en 1916, des infirmières militaires des Etats belligérants sont invitées au Montreux Palace. Sur cette photo, on y voit Alexandre Emery, assis au premier rang, accoudé à la table et son épouse Antoinette (6e en partant de la gauche, au premier rang).

coll.part./fdd

Une famille de palaces



Cécile Chombard Gaudin devenue experte de la dynastie Emery.

cet aïeul. Ses séjours réguliers en Suisse lui permettent d'affiner ses recherches et de fil en aiguille de

remonter à la source d'une grande aventure. «Au départ, nous nous sommes posés une question: comment Alexandre Emery, issu d'une famille assez modeste, a-t-il pu financer un tel palace? Mais nous étions loin d'imaginer qu'il y avait tous les autres!» Un véritable réseau familial d'hôteliers sur plusieurs générations qui amènera le couple à visiter les archives non seulement de Montreux, Aigle, Yverdon, Leysin mais aussi à voyager. Car la famille Emery bâtit son empire au-delà des frontières suisses, notamment à Nice, Marseille, Bologne, Turin, Paris.

«J'ai été marquée par la solidarité qui régnait au sein de ce réseau d'hôteliers.»

Cécile Chombard Gaudin
Chercheuse

La chercheuse, aujourd'hui à la retraite, décrit cette fratrie d'hôteliers avec passion. On plonge avec elle dans cet univers mondain de la Belle-Epoque, où la clientèle aristocrate se rendait dans les hôtels avant tout pour faire société. Des palaces bâtis par des magiciens, qui brillent avant tout pour leurs qualités d'entrepreneurs. «Ce qui m'a le plus frappée, c'est la solidarité qui régnait entre eux. Contrairement aux idées reçues, le frère aîné, Louis, s'est par exemple toujours porté garant pour ses frères depuis l'Italie. Et l'euphorie de cette période, où l'argent coulait à flots! Mais cet empire était

construit sur du sable... Un château de cartes qui ne tenait que par des crédits.»

Des archives faites de révélations et de lacunes

Cécile Chombard Gaudin a remonté le temps en avançant «s'être beaucoup amusée», notamment à la révélation de nombreux «mariages tirelire» utiles pour financer les prochains projets hôteliers. En humble chercheuse, elle a accepté les règles du jeu, à savoir que certaines questions resteront sans réponses. «Nous sommes pratiquement certains que tous les fils Emery se sont rendus en Allemagne pour apprendre le métier et la langue, mais les archives manquent pour pouvoir le prouver.»

Cécile Chombard Gaudin puise dans ses anecdotes comme un

magicien dans son chapeau. Des personnages qu'elle décrit avec leur face d'ombres et de lumière, comme si elle les avait personnellement côtoyés. Ainsi pour elle, Alexandre Emery était «un bel homme, un entrepreneur, mais pas un véritable politicien, malgré ses engagements politiques.» En dépit de ses réalisations, son nom reste méconnu à Montreux. Point de statue. Juste une rue «que personne ne connaît car elle ne borde aucune habitation». Plus qu'un travail de mémoire, les recherches de Cécile Chombard Gaudin sont un hommage à ses aïeux.

Cécile Chombard Gaudin, **«Bâtisseurs de palaces - Entrepreneurs et magiciens»**, éditions Cabédita, 160 pages, Fr 39.

www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

La Riviera vaudoise comme épicecentre d'une saga

Une exposition au Musée historique de Montreux retrace le destin de la famille Emery, une dynastie d'hôteliers à l'origine de trente grands hôtels en Suisse romande, en France et en Italie.

CLAUDE JENNY

Bien sûr, il n'y a pas que lui, Alexandre. Parce que les Emery, c'est toute une dynastie d'hôteliers qui, un siècle durant, a écrit quelques pages illustres d'une saga qui a eu la Riviera vaudoise comme épicecentre, mais qui s'est étendue bien au-

delà. Il faut d'abord évoquer Siméon, le père, qui a écrit les plus beaux épisodes de l'aventure du Grand Hôtel des Bains d'Yverdon. Et ne pas omettre ses autres fils - Louis, Gustave, Lucien - qui ont suivi la filière paternelle. Mais celui qui est au cœur de l'exposition qui s'est ouverte la semaine dernière à Montreux est bel et bien Alexandre, le fils cadet, né en 1850 et décédé en 1931.

Ce n'est donc que justice que le Musée de Montreux le place au cœur de son expo temporaire, tant cet entrepreneur a façonné la tranche la plus glorieuse de l'histoire hôtelière de ce qui fut l'une des stations les plus prisées de l'époque, grâce à des réalisations qu'il a marquées du sceau de son audace entrepreneuriale. L'initia-

tion du conservateur du Musée de Montreux, Urs Buff, donne donc une belle suite à sa rencontre avec Cécile Chombard Gaudin pour rendre hommage à une famille qui a joué un rôle de locomotive dans l'essor non seulement hôtelier, mais dans toute la dynamique touristique de la région.

De près ou de loin, tantôt seul, tantôt avec des membres de sa famille ou des alliés proches, Alexandre Emery a œuvré à la construction et/ou à l'essor d'établissements célèbres, tels l'Hôtel du Cygne, l'Hôtel National, l'Hôtel Lorius, le Grand Hôtel de Caux, etc. Mais son œuvre, celle pour laquelle il a usé de toutes les ficelles d'un grand bâtisseur, c'est le Montreux Palace. Désireux de construire le plus prestigieux établisse-

ment de la région - détrônant au passage le célèbre Grand Hôtel de Territet - il manœuvra pour acquérir les terrains et pour générer d'importantes sources de capitaux. Alexandre Emery était pressé! Il avait compris que le percement du tunnel ferroviaire du Simplon allait donner à la ligne éponyme, donc à Montreux, une importance privilégiée entre Londres, Paris et Venise. C'est au pas de charge qu'il fit conduire le chantier du futur palace pour l'inaugurer le 19 mars 1906, deux mois avant l'ouverture du tunnel. Ce n'est plus à Territet que les trains feraient halte obligatoire, mais à Montreux. Syndic, député et conseiller national, Alexandre Emery fut aussi un infatigable artisan de la construction de tout le



Publicité de 1899 pour trois hôtels gérés par Alexandre Emery.

réseau des attractions de la région (trains, funiculaires, installations sportives) ainsi que l'un des ténors de la Société suisse des hôteliers et l'un des instigateurs de l'Office national suisse du tourisme. Le «roi des hôteliers montreuysiens» et la dynastie Emery ont

appartenu à cette veine des grandes familles qui ont fait l'histoire de l'hôtellerie suisse.

«Les Emery - Une dynastie suisse». Exposition au Musée historique de Montreux, jusqu'au 4 novembre. www.museemontreux.ch

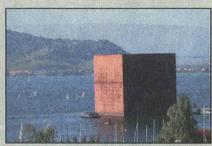
En bref

Suisse

Hôtes indigènes
plus nombreux
en février

Avec 3,1 millions de nuitées enregistrées au mois de février, l'hôtellerie helvétique a connu une augmentation de 1,5% par rapport au même mois de l'année précédente (+45 000 nuitées), indiquent les derniers relevés de l'Office fédéral de la statistique. La clientèle suisse a généré 1,5 million de nuitées, soit une hausse de 7,5%, et les visiteurs étrangers 1,6 million de nuitées soit une baisse de 3,7%. lb

Fribourg

Une mini
Expo.02
à Morat

ltd

Morat va organiser une mini Expo.02 pour commémorer les 10 ans de la manifestation. On pourra y découvrir un mini monolithe avec un mini panorama de la bataille de Morat. Les citoyens peuvent envoyer leurs photos aux organisateurs. aka

www.murentourismus.ch/expo02

«Un coût exagéré pour les hôtels»

Les hôteliers paient des droits d'auteur puisque la réception d'émissions de radio et de TV ainsi que l'utilisation de médias audiovisuels à des fins de divertissement dans un contexte général sont payantes et réglementées selon le tarif commun 3a avec les sociétés suisses de perception des redevances. Il s'applique à toutes les zones communes de l'hôtel. Les chambres équipées de radio et de télévision doivent-elles pour autant en faire partie?

En 2006, la Cour européenne de justice a déclaré que les chambres d'hôtel étaient des espaces «publics» soumis au droit d'auteur. «En Suisse, il n'y a pas de décision judiciaire précisant que l'utilisation de la radio et de la TV dans les chambres d'hôtel ne se produit pas dans un cadre privé. Tant qu'un jugement n'aura pas été rendu, nous nous défendons», déclare David Stirmann, chef de projet au service juridique d'hôtelleriesuisse. Il y a un an, sous la direction de la Suisse, les sociétés de perception des redevances, ont incité les hôtels

Les sociétés de perception des redevances de programmes radio et TV veulent adopter de nouvelles règles en matière de droits d'auteur. Les hôtels se défendent.

VIRGINIA NOLAN

et restaurants à déclarer le nombre de chambres avec radio et télévision, afin de percevoir une taxe supplémentaire auprès de l'industrie hôtelière. A la suite du recours déposé et selon le Tribunal administratif fédéral, «les organes de perception ont mal agi, mais auraient le droit de percevoir des taxes supplémentaires», explique David Stirmann. Les négociations avec hôtelleriesuisse et Gastrosuisse ont été rompues fin mars après six séances.

Actuellement, un hôtel paie 33.30 frs par mois de droits d'auteur pour les zones communes avec radio et TV. Un supplément de 52.50 frs s'ajoute si cette surface dépasse 1000 m². Si l'on considère alors chaque chambre comme un espace public, cela impliquerait une hausse des coûts de près de 65% pour un hôtel de taille moyenne. Selon Dieter Meier, directeur Suissimage: «En Suisse, la situation juridique ne diffère pas de la législation européenne. Nous allons donc faire appel à la Commission fédérale d'arbitrage.» Pour David Stirmann: «Ce n'est pas que nous ne comprenons pas leur revendication de nouvelles règles, c'est la hauteur des tarifs qui nous fait peur. Pour notre branche, c'est un coût exorbitant en des temps déjà difficiles.» Pendant l'audition, hôtelleriesuisse et Gastrosuisse pourront faire valoir leurs arguments, notamment leurs propositions de tarifs. «Je reste donc optimiste», conclut David Stirmann.

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



Les chambres avec radio-TV pourraient coûter cher aux hôtels. iStock

ANNONCE

hoteljob.ch

hotelleriesuisse

Swiss Hotel Association

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.
Novatrice, moderne et fonctionnelle.
Grâce à elle, les rencontres sur le marché du travail deviennent plus conviviales.

Mille plateaux fromagers

Huit designers repensent la fonction de ce supplément de salé en fin de repas. On peut parler de nouvel affinage aux méthodes contemporaines.



«Land», la création de 5,5 designers.

ALEXANDRE CALDARA

Comment se comporte un designer face à un produit aussi vivant, visuel et odorant que le fromage présenté sur un plateau? «Je suis toujours assez désolé de voir déambuler au restaurant les chariots qui offrent une scénographie souvent pauvre à cette richesse de forme et de goût», assène FX Balléry, l'un d'entre-eux. La Milk Factory, audacieux laboratoire de création des produits laitiers en France a osé confronter huit designers, dont le Suisse Claudio Colucci, que l'on connaît décorateur d'hôtels. Dans le résultat que l'on peut découvrir dans un catalogue paru récemment, on sent que la tendance varie, certains veulent le dissimuler dans un package élégant, d'autres préfèrent garder l'idée du plateau, mais en pièces montées ou en de multiples déclinaisons. Responsable de ce projet la blogueuse gastronomique Cécile

Cau (www.sofodosgood.com) écrit: «Ces huit plateaux racontent l'arrivée en plein repas d'une histoire exogène, la nécessaire sélection de formes et d'appellations, l'assemblage miniature d'une carte gastronomique, la convivialité provoquée autour de cet objet central.»

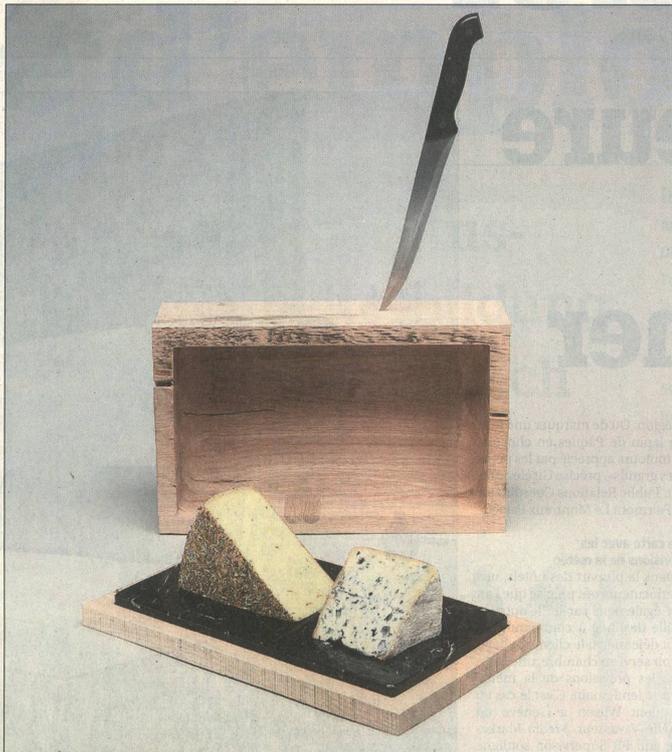


«Au Japon où je vis, le fromage n'existe pas mais est très apprécié.»

Claudio Colucci
Designer

Pour la majorité des six créateurs priés de faire naître l'objet, le produit est lié aux origines. Jura français et vin jaune pour FX Balléry, une ferme dans les Vosges pour Stéphane Bureaux, une éducation normande pour Anthony de 5,5 designers. Enfin Claudio Colucci parle de symbole national et de synonyme de bonne humeur pour la Suisse. «Au Japon où je vis, le fromage n'existe pas mais est très apprécié.»

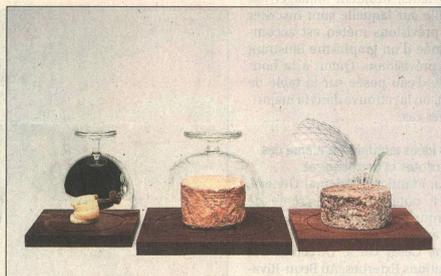
Pour FX Balléry ce projet doit être technologique, il le nomme «Fromaj 2.0», il prévoit une boîte par fromage et un QR code lisible par un smartphone qui permet



«From» de Stéphane Bureaux, une planche brut de sciage et une plaque de marbre.

Photos Idd

au sommelier de raconter une histoire. Germain Bourré répond par «La boîte à», il faut tirer une languette de cuir pour libérer de mini-caves en bois, un ouvrage délicat qui veut rendre hommage aux techniques de l'affinage. Avec «Broc», Stéphane Bureaux imagine une petite collection de trois cloches en cristal taillé: «Cache misère dans le reflet du luxe.» Pour Claudio Colucci la colonne vertébrale du plateau de fromage est... la bouteille de vin. Selon lui, son «Discheese», en vertical à l'horizontale, en une, deux ou trois options facilite le service et démultiplie les possibilités de disposition. Avec «Land», 5,5 designers veut remettre le fromage au centre de la prairie «une photographie agricole» en proposant un plateau déstructuré avec de petites grilles qui permettent de nettoyer et ranger facilement. Ils réfléchissent aussi à la respiration



«Broc» ou les fromages sous cloche selon Stéphane Bureaux.

du fromage: «On garde un œil sur l'avancée du coulant du Camembert.» Avec «20G de bois», Julie Rothhahn mise sur la légèreté, des modèles uniques ajourés au laser, des dessous de bois hété-

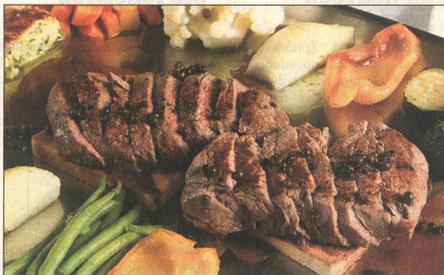
www.lamilactory.com

roclites pour une bouchée qu'elle souhaite aussi délicate que du chocolat d'artisan. Ils en font tout un plateau.

Les délices sans âge du Chateaubriand

Rien de tel pour un amateur de plat de viande raffiné que le classique «Chateaubriand». Dans l'assiette, juteux et tendre comme du beurre.

RENATE DUBACH



Un double filet servi légèrement saignant.

de nombreux clients le font avec plaisir. D'ailleurs, ce n'est pas seulement le plaisir qui est grand, le morceau de viande aussi l'est, puisqu'il pèse entre 400 et 600 grammes.

Dès lors, la plupart des restaurants le proposent pour deux personnes, car il est difficile d'en apprêter que la moitié. Et en ac-

compagnement classique: des légumes du marché, des pommes de terre rôties, soufflées ou frites et une sauce béarnaise, qui n'appartient pas à ce qu'il y a de plus léger en matière de sauce. Réalisée sur la base d'une sauce hollandaise, à savoir du vinaigre de vin blanc, du vin blanc, des échalotes, du jaune d'œuf, des épices

et beaucoup de beurre auquel il faut ajouter de l'estragon. Avec leur léger arôme d'anis, les jeunes feuilles de cette plante aromatique conviennent merveilleusement bien au goût délicat de la viande de bœuf.

Celui qui lui a donné son nom serait François-René vicomte de Chateaubriand (sans accent circonflexe et avec un «d» à la fin). Officier, poète, politicien, grand séducteur et gourmet, l'aristocrate français était contemporain de Napoléon, dont il reprit le chef et auquel il dut se plaindre de morceaux de viande trop secs et trop cuits. Montmirail - c'est ainsi que s'appelait le cuisinier - en eut vite assez des lamentations de son prince. Il tenta donc une nouvelle recette en taillant de fines tranches de viande qu'il ficela autour du filet et le fit rôtir au feu de bois. Avant de servir, il enleva les fines tranches. Le résultat: une pièce de viande savoureuse, juteuse à souhait et uniformément cuite que Montmirail accompagna d'une sauce similaire à une béar-

naise, avec du jus de citron à la place du jaune d'œuf.

On peut douter de la véracité de cette histoire qui figure cependant toujours dans le Larousse gastronomique. En effet, le vicomte rendit l'âme en 1848 alors que la recette n'apparut sous son nom qu'après 1850 dans un restaurant parisien, soit après la mort de l'écrivain. D'autres croient donc que le filet et le vicomte n'ont rien en commun, lui préférant le nom d'une petite ville dans le département français de Loire-Atlantique appelée Chateaubriant (avec un accent sur le «a» et un «t» à la fin). Cette ville est réputée pour ses bovins paisants sur des prés salés qui donnent ainsi une viande tout particulièrement tendre. Pour cette variante, l'orthographe ne correspond pas. Mais Chateaubriant ou Chateaubriant, l'essentiel n'est-il pas que ce plat ait été inventé?

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un texte en page 13

Pêle-mêle

Une chasse au trésor au fil de l'eau

La marque d'eau minérale Henniez organise une chasse aux trésors en ligne. Des questions du type de: «Quelle quantité d'oxygène se dégage-t-elle d'un hêtre centenaire?» figurent sur le questionnaire. Au total, une centaine de questions sont soumises aux participants. Des indices figurent sur toutes les bouteilles en verre ou en PET. A cela s'ajoutent plusieurs challenges qui nécessiteront de s'équiper de chaussures de marche afin de résoudre l'énigme.

www.henniez.ch

Nouvelles chambres au Mövenpick



Idd

L'Hôtel Mövenpick Lausanne propose aux voyageurs d'affaires 72 nouvelles chambres, pour une extension sur six étages, alimentée par énergie solaire et une pompe à chaleur pour l'effet au sol. Des teintes lilas et beige, ainsi qu'une dominante boisée attend les visiteurs. Avec des images historiques de la ville représentant Ouchy. Ainsi que des salles de bains ouvertes, douches à effet de pluie, fonctionnalités high-tech et nouveau design sont au rendez-vous. L'hôtel propose aussi trois nouvelles salles de séminaires, baptisées Genève, Amsterdam et Berlin.

Un Dîner des grands chefs à New York

Relais & Châteaux mettra à l'honneur des produits du terroir américain en organisant le 16 avril le Dîner des grands chefs. Au Gotham Hall de Broadway, 45 grands chefs venus du monde entier réaliseront 15 menus différents sur le thème «Springtime in New York». Au menu des produits étonnants: jeunes pousses de fougères, ail des bois, pissenlits blancs sauvages, cressons de fontaine ou encore bars très prisés des côtes de Montauk. Une partie des recettes sera reversée à l'association Citymeals on Wheels qui amène des repas à domicile à des personnes âgées.

La magie du jazz en pays vigneron



Idd

Le Cully Jazz Festival s'ouvre ce vendredi et s'apprête à fêter ses 30 ans. Il promet chaque jour une surprise musicale. Au programme 24 soirées jusqu'au 21 avril, dont six affichent déjà complet, mais un soldé de billets sera mis en vente chaque jour de concert. Et des places restent disponibles pour Carla Bley ou Medeski, Martin & Wood. Les caveaux des vigneronnes de ce village typique du Lavaux accueilleront les 70 concerts du festival off. Le bateau La Venoge officiera comme caveau flottant. aca

www.cullyjazz.ch



«L'industrie touristique doit permettre aux gens de la montagne de continuer à y vivre.»

Marie-Françoise Perruchoud-Massy
Professeure à la Haute Ecole de Tourisme de
Sierre. Lu dans «L'Illustré».

A l'heure de se coucher

Les hôtels rivalisent d'attentions pour que l'on s'endorme en pensant à eux. Le «service couverture», prépare la chambre et le choyo. Et là encore l'imagination est reine!

MICHEL BLOCH

Les hôtels rivalisent d'attentions pour que vous vous endormiez en pensant à eux. Ce que l'on nomme habituellement le «service couverture», outre son objectif principal qui est de préparer la chambre du client pour la nuit, constitue une opportunité supplémentaire de le choyer. Et là encore l'imagination est reine! Le petit chocolat posé sur l'oreiller est toujours apprécié. De plus en plus fréquemment, il se pare de ses plus beaux atours. Le chocolat truffé que le client de l'Hôtel des Trois Couronnes de Vevey, trouve en allant se coucher, est emballé dans un petit étui avec le sigle de l'hôtel. Le choix du chocolat peut aussi refléter la volonté de passer un message.

Les grands classiques ont toujours la cote

Ainsi le carré de chocolat de la marque Favarger au Swissôtel Métropole à Genève constitue, comme le précise Laurence Brenner, Director of Revenue & Marketing de l'hôtel, l'occasion d'offrir un chocolat suisse fabriqué dans

la région. Ou de marquer une fête: «Le lapin de Pâques en chocolat est toujours apprécié par les petits et les grands», précise Gisèle Sommer, Public Relations Coordinator du Fairmont Le Montreux Palace.

Une carte avec les prévisions de la météo

Dans la plupart des hôtels, nos interlocuteurs ont précisé que l'on met également sur le lit outre la feuille destinée à commander le petit déjeuner si le client souhaite le voir servi en chambre, une carte avec les prévisions de la météo pour le lendemain. C'est le cas au Président Wilson à Genève où Amélie Vavasseur, Media Marketing and PR Supervisor, souligne que «le client s'attend à trouver ses informations». Au Trois Couronnes, ainsi que nous le confirme Jay Gauer, Resident Manager, «la feuille sur laquelle sont inscrites les prévisions météo est accompagnée d'un graphisme illustrant ces prévisions». Quant à la bouteille d'eau posée sur la table de nuit, on la retrouve dans la majorité des cas.

Des idées multiples et même des anecdotes et des histoires

Au Mandarin Oriental Geneva, on a opté pour une crème de marque pour les mains. «Ce choix est apprécié de nos clients» confirme César Gil le Directeur des Relations Externes. Au Beau-Rivage Palace à Lausanne Alexandra Hemmeler, Responsable Relations Publiques et Communication de l'hôtel ajoute que «dans les suites et junior suites, l'on pose une «eau égyptienne» brume d'oreiller du spa Cinq Mondes, qui est un philtre associant 11 huiles essentielles» destiné à apaiser les tensions et à égarer les songes.



Le «service couverture» du Beau-Rivage Lausanne dépose une brume d'oreiller du spa Cinq Mondes.

Photos ldd



Au Fairmont Le Montreux Palace le lapin de Pâques est apprécié.

Jean-Yves Blatt, Directeur Général du Grand Hotel Park à Gstaad nous apprend que le «What's up» informant les clients des attrai-

ons futures dans l'hôtel est très lu et Gisèle Sommer du Fairmont Le Montreux Place que les anecdotes et histoires relatives à l'hôtel sont



L'Hôtel des Trois Couronnes à Vevey branché sur les prévisions météo.

dévorées par le client qui sera heureux de découvrir que Nabokov y séjourna ou que l'on y tourna des scènes du «Baiser du Dra-

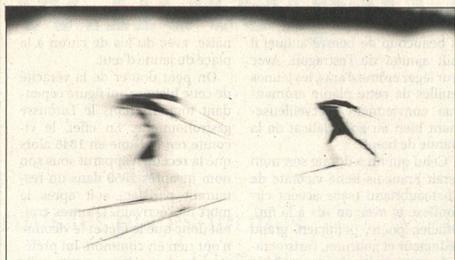
gon» et aussi de nombreux autres films. Tous les détails comptent pour séduire les clients et les interpeller sur l'offre de l'hôtel.

La montagne ce kaléidoscope

L'architecture d'hôtels s'intégrant dans les paysages joue un rôle important dans «L'art de vivre la montagne» de Marie-Christine Hugonot.

MICHEL BLOCH

La vie à la montagne, vue par le kaléidoscope de Marie-Christine Hugonot, a quelque chose de revigorant. Le lecteur est transporté dans des paysages magiques où qualité de vie rime avec authenticité, charme et art de vivre. Le voyage d'Autriche en France, d'Italie en Suisse, séduit aussi bien par le Grand Chalet du peintre Balthus à Rossinière dans le Pays-d'Enhaut, les découpes d'Anne Rosat aux Granges que par l'architecture d'hôtels s'intégrant dans des paysages dont la beauté n'a d'égale que leur incroyable diversité. Le lecteur s'attardera à visiter l'hôtel Backstage à Zermatt et découvrira qu'une ancienne gare d'arrivée de télécabines à Crans Montana peut entamer une seconde vie, reconvertie en restaurant et chambres d'hôtes. Il



Des silhouettes en montagne dans le livre de Marie-Christine Hugonot.

tombera sous le charme du Grand Hotel Park à Gstaad. Marie-Christine Hugonot nous conduit également aux portes de la Suisse; à Megève au Chalet du Mont d'Arbois toujours si raffiné ou encore au Faucigny à Chamonix, hôtel design et chaleureux. Ce livre est remarquable par la beauté et la diversité des photos qui accompagnent le texte. Elles représentent le détail d'une fleur protégée de montagne, un meuble d'alpage ancien patiné

par les ans ou un fauteuil moderne d'avant-garde. Et les hôtels dont il est question au fil des pages sont des lieux de vie qui permettent de savourer l'existence aussi bien dans un spa construit au cœur de la nature que sur une terrasse ouverte sur la montagne.

Marie-Christine Hugonot, «L'art de vivre la montagne», les éditions de la Martinière, 272 pages, 70 francs.

www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Les gens

Prolait a un nouveau président

Marc Benoit (photo) vient d'être élu à la présidence de Prolait. Ce producteur de lait de Romainmôtier arrive dans une période difficile pour le secteur. La fédération a des projets d'avenir, comme la construction d'une nouvelle fromagerie à Moudon



pour fabriquer et commercialiser des spécialités à pâte molle. Il succède à Benjamin Henchoz démissionnaire, engagé depuis 22 ans au service des producteurs de lait, dont six années à la présidence. Dans son message aux délégués le président sortant a regretté que le long projet d'une interprofession dignes de ce nom soit encore à la case départ.

CFF: Elle prendra ses fonctions en mai

Roberta Alessia Trevisan (photo) a été nommée nouvelle porte-parole des CFF pour la



Suisse italienne, elle prendra ses fonctions le premier mai. Après des études en sciences économiques aux universités de Zurich et de Lugano, elle a travaillé comme rédactrice à la Radio Télévision Suisse italienne, puis comme responsable marketing-communication auprès des Aziende Municipalizzate Bellinzona. Depuis 2008, elle assure la communication du groupe Azienda Elettrica Ticinese. Elle remplacera Alessandro Malfanti qui travaillera au sein de la nouvelle organisation interne des CFF au Tessin.

Directeur adjoint pour Lausanne Tourisme

Alain Henry (photo) responsable du service administration jusqu'ici vient d'être nommé directeur adjoint de Lausanne Tourisme. Pour seconder le directeur



Claude Petitpierre, l'OT a décidé de désigner un directeur adjoint qui puisse prendre certaines responsabilités et représenter l'office vis-à-vis de l'extérieur. Le nouveau directeur adjoint travaillera depuis plus de 20 ans à Lausanne Tourisme et a fait preuve de professionnalisme et de grande efficacité dans plusieurs domaines. Steve Pasche est devenu responsable du service opérationnel 7 jours sur 7 Congrès et Manifestations.

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotel revue Nr. 15 / 12. April 2012

Jede Woche attraktive
Gewinnmöglichkeit auf
www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

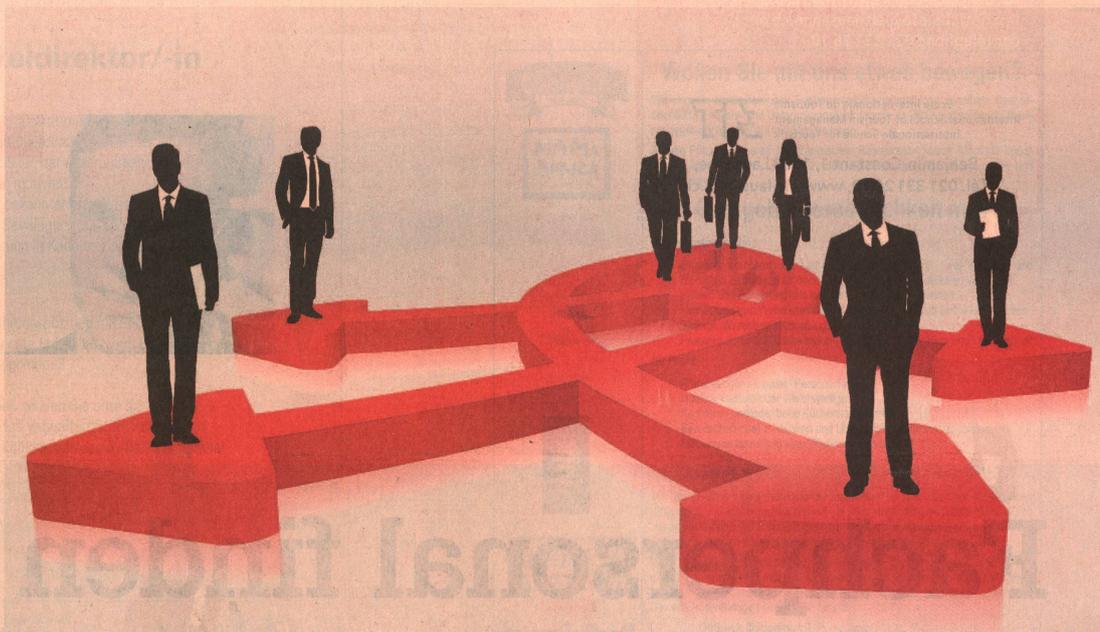
Alles über Aus-
und Weiterbildung
www.hoteljob.ch

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....	2
Direktion/Kader.....	3-4
Tourismus.....	4
Deutsche Schweiz.....	4-7
Suisse romande.....	7
Svizzera italiana.....	7
Stellengesuche/Demandes d'emploi...-	
Immobilien.....	8

Leitbild

Leitbilder dokumentieren eine Sicht der Unternehmenskultur. Das bietet – besonders in Zeiten zunehmender Unsicherheiten – Orientierung.



Fotolia

Werte als Orientierung



HANS PETER SPRENG
HOTELIER EHL.
SYSTEMISCHER COACH UND
ORGANISATIONSBERATER,
INHABER CONCLUSO, BERN
WWW.CONCLUSO.CH

Wenn Menschen, die zusammen arbeiten das Gleiche denken und das Gleiche wollen, dann entsteht eine Identität und ein individuelles, unverwechselbares gemeinsames Denken, Handeln und Auftreten durch eine gemeinsame Haltung. Die Unternehmenskultur wird Basis der Corporate Identity. Abgesehen von Stabilität und Veränderbarkeit ist den Werten als handlungsprägende Variable in einem Hotel eine grosse Bedeutung beizumessen. Hotels sollten ihre tatsächlichen Werte kennen und Entscheidungen und Handlungen danach richten. Das Problem ist oft nicht, dass man den Werten zu wenig Bedeutung beimisst, sondern, dass man nicht mit ihnen umgehen kann oder will. Durch die bewusste Steuerung und Vernetzung dieser Teil-

systeme (das heisst, die verschiedenen Persönlichkeiten) werden einzelne Werte zu einem Ganzen, zu einem gemeinsamen Verhaltenskodex, der durch das Leitbild dokumentiert wird.

Leitbilder als PR-Instrument

Wenn Unternehmensleitbilder erstellt werden, dann geht es meist um die wohlgemeinte Absicht, eine gemeinsam angestrebte oder bereits gelebte Unternehmenskultur im Hause abzubilden. Da es sich dabei normalerweise um tatsächlich gelebte Werte handelt, geht es beim Leitbild folglich auch um ein wirkungsvolles PR-Instrument, vorausgesetzt, das Haus hat das Augenmerk nicht nur der Erstellung, sondern ganz besonders der

Einführung beigemessen. Mitarbeitende müssen die geltenden Werte «in Fleisch und Blut» haben. Mitarbeitende füllen Worte mit Leben. Das Leitbild lebt nicht durch den Hochglanzprospekt, sondern durch das direkte Erleben zwischen Gast und Mitarbeitendem. Ist ein Unternehmensleitbild bereits bestehend, ermöglicht das Instrument der Systemdiagnose, die im Verborgenen wirkenden Kulturmerkmale aufzudecken und bewusst zu machen, latente Ebenen wahrzunehmen und intuitive Einschätzungen bewusst zu reflektieren. Das Ziel liegt darin, die Wirklichkeit des Systems ans Licht zu bringen und so die Wahrnehmung des Gastes «fühlbar» zu machen sowie gleichzeitig dem Hotelier und dem Führungsteam eine distanzierte Wahr-

nehmung des eigenen Systems zu ermöglichen und wo nötig Feinkorrekturen vorzunehmen.

Leitbilder als Führungsinstrument

Leitbilder sind damit nicht nur «Werte-Bilder», sondern - richtig eingesetzt - klassisches, wirkungsvolles Führungsinstrument. «Führen» bedeutet immer auch aktive Beziehungsgestaltung. Erst Beziehungen ermöglichen nämlich ein ausgewogenes Geben und Nehmen, ein Austauschen, ein Schenken und auch die Einladung an das Gegenüber für eine gelingende Zusammenarbeit Hand in Hand, oder in Bezug auf den Gast, die Einladung zu einem netten Wort und einer Kommunikation auf Augenhöhe.

Gesucht: Fischmesser
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

Pour une carrière dans le tourisme,

optez pour le diplôme fédéral de Gestionnaire en tourisme ES, à plein temps ou en emploi.

Soirée d'informations:

Jeudi 19 avril 2012, 18h30 – 20h00
Ecole Internationale de Tourisme,
Av. Benjamin-Constant 1, 1003 Lausanne,
Inscription: info@eit-lausanne.ch ou
par téléphone 021 331 26 10

Ecole Internationale de Tourisme
International School of Tourism Management
Internationale Schule für Touristik



Benjamin-Constant 1, 1003 Lausanne,
Tél. 021 331 26 10, www.eit-lausanne.ch

Italianisch 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

Das
intensiv-
seminar

GASTRO SUISSE

Der Rezeptionskurs

Professioneller Gästeempfang im Hotel

Termine Bern/Obstaldenland
Start Training: Mittwoch, 25. April 2012
Start Herbst: Dienstag, 10. Oktober 2012

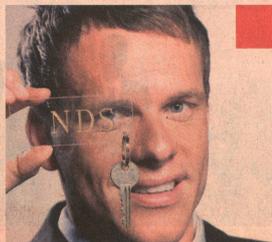
Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20 8046 Zurich
Tel. 0948 377 111 www.gastro-suisse.ch

18990-8002

Durchblick

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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



Fachpersonal finden Sie auf hoteljob.ch!

hoteljob.ch

SUCHEN LOGIN REGISTRIEREN KONTAKT DE FR IT

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.



DIREKTION / GESCHAFTSLEITUNG



RECEPTION/RESERVATION



KÜCHE

Direktion / Geschäftsleitung	36
Rezeption/Reservations	103
Küche	250
F&B/Catering/Events	55
Service / Restauration	242
Haushaltskraft	27
Marketing/Verkauf/KVIT	29
Reiseleitung/ Tourismus	4
Beauty/Wellness/Fitness	14
Bäcker-Konditoren	7
Diverses	22

htr-Code

Alle
Jobangebote



38

Alle
Jobangebote



103

TopJobs
Koch & Pâtissier
Festanstaltung-Volzeit
Region Zürich

Milchschäfli m/w
Saisonstelle
ganze Schweiz

Alle

250

Bewerber-
profile



Lehrstellen/
Praktikum



1

Bewerber-



1



PLEASE
DISTURB

htr hotel revue

HOTEL BÄREN
LANGENTHAL

www.baeren-langenthal.ch

Das Hotel Bären ist der führende Hotel- und Gastronomiebetrieb im Herzen Langenthals und der Region Oberraargau. Die gepflegten Restaurationsräumlichkeiten, 37 renovierte Hotelzimmer *** superior und der schönste Barocksaal des Mittellandes bilden das gesellschaftliche Zentrum unserer Metropole. Das Aktionariat ist lokal verankert und die Finanzierung kerngesund. Nach 16 Jahren erfolgreichen Wirkens verlässt uns unser Geschäftsführer auf eigenen Wunsch.

Per 1. Oktober 2012 oder nach Übereinkunft suchen wir eine/n

Hoteldirektor/-in

Profil:

- Dynamische, kommunikationsfreudige Unternehmerpersönlichkeit mit überdurchschnittlicher Einsatzbereitschaft
- Begeisternder Leader, der unsere jugendliche Crew zu Höchstleistungen motiviert
- Abschluss einer bekannten Hotelfachschule mit entsprechender Bewilligung zur Berufsausübung
- Berufliche Erfahrung in Kaderstellen der Hotellerie
- Sprachen D/F/E

Wir bieten:

- Unabhängige Führungsposition mit Freiraum zur Kreativität
- Branchenmässig gute Entlohnung mit interessantem Erfolgsbeteiligungsmodell

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
Peter R. Geiser, Mitglied des Verwaltungsrats Hotel Bären,
c/o Geiser-agro.com AG, Kühlhausstrasse 6, 4901 Langenthal

20200-8533

«Brandneue» High Tech-Küche für Top Sous-chefs

Highlights sind die gelungenen, mit sehr viel Liebe zum Detail konzipierten Um- und Ausbauten des beliebten 5-Sterne-Resort-Hotels, die kürzlich erfolgte Wiedereröffnung und die beeindruckende Innenarchitektur! Es erwarten Sie ausgezeichnete, exklusive Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe, eine nigelnagelneue, grosszügig konzipierte High Tech-Küche mit viel Tageslicht, Show-Küche (Front Cooking) sowie ein imposanter auf höchstem Niveau ausgestatteter Spa.

Dies an bester Lage in einer der exklusivsten, international bekannten Deutschschweizer Premium Ferien-destinationen. Ambitionierte Sous-chefs brennen darauf in Sachen Weiterentwicklung, Qualitätssicherung und Schaffung eines einzigartigen Angebots Maßstäbe zu setzen und wissen es zu schätzen, dass die ambitionierten Ziele mit einem dynamischen jungen Management und einer als weitsichtig geltenden Besitzerschaft gemeinsam angegangen werden.

Executive Sous-chef/in

eines namhaften Deluxe Resort Hotels

Kulinarik: Marktfrisch, innovativ; ein attraktiver Mix aus moderner französischer Küche, mediterranen Einflüssen sowie saisonalen und regionalen Spezialitäten. Der punktuelle persönliche Kontakt zum Gast liegt Ihnen ebenso am Herzen wie der Wunsch mit einem Profiteam – Sie führen in Abwesenheit des Executive Chefs bis zu 22 Köche und Mitarbeitende – den exzellenten Ruf des Hauses durch ausgesuchte Köstlichkeiten auch für die Zukunft zu sichern.

Kreative Hands-on-Sous-chefs oder starke Chefs de partie auf dem Sprung zur nächst höheren Stufe informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser attraktiven Kaderposition verbunden sind. Willkommen im Hotel-Unternehmen der Extraklasse. Der Eintrittstermin kann per sofort oder später nach Vereinbarung erfolgen. Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger – Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

20160-8528



Wollen Sie mit uns etwas bewegen?

Wir sind ein expandierendes Gastronomieunternehmen und vermitteln lifestyle-orientierte Erlebnis- und Unterhaltungsgastronomie. In 25 Betrieben beschäftigen wir gegenwärtig mehr als 450 Mitarbeitende.

Für die Führung unseres südafrikanischen Restaurants „Mama Africa“ in Zürich West suchen wir per 1. Juni 2012 oder nach Vereinbarung eine innovative und qualitätsbewusste

Gastgeberpersönlichkeit m/w

Ihre Hauptaufgaben:

- Ergebnisverantwortliche Leitung des Betriebes mit zwei Küchen- und mehreren Betriebsstellen nach klaren betriebswirtschaftlichen Vorgaben
- Führen und Förderung des Kaderns und der Mitarbeitenden
- Umsetzung und Weiterentwicklung des Marketing- und Betriebskonzeptes
- Einkauf, Warenbewirtschaftung, F & B Controlling
- Fronteinsatz und Gästebetreuung als Gastgeber mit Herz und Leidenschaft

Ihr Profil:

- Frontbezogene Leader, Persönlichkeit
- Hotelfachschule oder Gleichwertiges
- Kochlehre und/oder hohe Küchenkompetenz
- Bereitschaft per se zu denken und Überdurchschnittliches zu leisten.
- Führungserfahrung in einer ähnlichen Position

Unser Angebot:

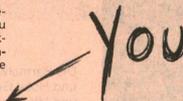
Wir bieten Ihnen eine herausfordernde Stelle, bei der Sie Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können sowie eine selbstständige Tätigkeit innerhalb der gegebenen Rahmenbedingungen mit viel Fachverantwortung. Unsere Erwartungshaltung ist hoch ebenso Ihre Chance für eine spannende Zukunft.

Wenn Sie diese anspruchsvolle und vielseitige Stelle interessiert und Sie in einem klar leistungsorientierten Unternehmen mitarbeiten und etwas bewegen wollen, dann melden Sie sich noch heute. Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Outback Company AG, Personalabteilung, Michael Schibli,
Industriestrasse 25, CH - 8604 Volketswil, Tel. 044 826 02 30
michael.schibli@outback-lodge.ch www.mamafrica.ch

20123-8007

Haben Sie Lust, tatkräftig spannende und vielfältige Marketingprojekte und -aktivitäten für die Destination Gstaad zu entwickeln und umzusetzen. Im Rahmen unserer Neustrukturierung suchen wir **per 1. Juli 2012 oder nach Vereinbarung** eine kommunikative und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit als



Leiter/in Marketing (100%)
Mitglied der Geschäftsleitung

Das sind Ihre Aufgaben:

In dieser Schlüsselfunktion übernehmen Sie die Gesamtverantwortung für das breit gefächerte Aufgabenportfolio im Aufenthalts- und Destinationsmarketing und stellen gemeinsam mit Ihrem Team die Erreichung der gesteckten Ziele sicher. Dabei sind Sie für die langfristige Marketing- und Kommunikationsplanung ebenso verantwortlich, wie für das Erkennen der wesentlichen Trends und Faktoren, von denen Sie sich bei der Gestaltung von Angeboten und Produkten leiten lassen. Durch die generelle Weiterentwicklung des Marketings und der dazu eingeleiteten Massnahmen stellen Sie sicher, dass sich die Tourismusdestination im Sinne der angestrebten Ziele entwickelt. Neben der Budgetierung und der Umsetzung der Marketingaktivitäten gehören auch die entsprechende Wirkungskontrolle sowie die Entwicklung der Kooperationen mit Partnern zu diesem spannenden und attraktiven Aufgabengebiet.

Was wir von Ihnen erwarten:

Sie verfügen über geeignete fachliche Aus- und Weiterbildungen (z.B. FH mit Vertiefung Marketing, Marketingleiter etc.) und über mehrjährige Erfahrung in diversen Marketingfeldern. Ihr Know-how in Tourismusmarketing sowie Ihre Sensibilität für Trends und Bedürfnisse erlauben es Ihnen, das aus unternehmerischer Sicht Notwendige und Machbare zu realisieren und so die unterschiedlichen Zielgruppen optimal anzusprechen. Als Führungspersönlichkeit verstehen Sie es, gemeinsam mit Ihren Mitarbeitenden die gesteckten Ziele zu erreichen. Ihre starke Affinität zu Internet und Informationstechnologie sowie Ihre sehr guten Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch runden Ihr Profil ab. Wenn Sie zudem ortsungebunden sind, um Ihren Lebensmittelpunkt an den Arbeitsort zu verlegen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

Und das können wir Ihnen bieten:

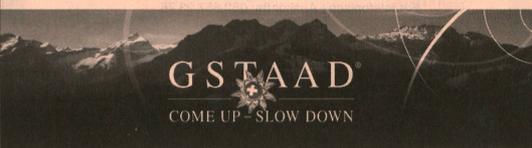
Es erwartet Sie eine spannende, selbständige und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem dynamischen und strukturierten Umfeld mit fortschrittlichen Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und dem Vermerk der Referenznummer 12-1373 senden Sie auf dem Postweg oder per E-Mail an das von uns exklusiv mit der Rekrutierung beauftragte Beratungsunternehmen Propers.ch.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen der zuständige Berater, Herr Dieter Blaser, unter der Nummer 034 420 01 23 gerne zur Verfügung.

propers.ch Eystrasse 16
Referenz-Nummer 12-1373 3422 Kirchberg bewerbung@propers.ch propers.ch



20155-8022

lintharena sgu

Die lintharena sgu ist ein Sport- und Kongresszentrum in Näfels. Um den kulinarischen Ansprüchen unserer Gäste verschiedenster Altersgruppen und Herkünfte gerecht zu werden, führen wir ein Restaurant mit 150 Plätzen, ein Cateringservice sowie werden Bankette bis zu 1800 Gästen im Hause durchgeführt.

Wir bieten Ihnen folgende anspruchsvolle, abwechslungsreiche Stelle in einem modernen und dynamischen Unternehmen mit Weiterentwicklungsmöglichkeiten:

**Bankett- und Restaurantleiter
Servicemitarbeiter für Frühstück- und Mittagsservice
Sous-Chef mit Lehrlingsausbildner**

Profil

- Eidg. Fähigkeitsausweis
- Mit langjährigen Erfahrungen in den dementsprechenden Bereichen
- Führungserfahrung sowie Führungs- und Sozialkompetenz
- Sie sind kreativ und lieben auch eine gewisse Tradition
- Sie sind mindestens 30 Jahre jung und haben ein gepflegtes Erscheinungsbild
- Sie verfügen über einen PW-Führerausweis

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

lintharena sgu
Frau Andrea Brönnimann
Leiterin Gastronomie
Postfach
8752 Näfels

andrea.brönnimann@lintharena.ch
Telefon 055 618 70 60

www.lintharena.ch hier passierst!

20270-8535



FRAPOLLI BETRIEBE AG
SOMMERAU-TICINO
Hotel Restaurants & Catering
Dietikon, sucht:
per sofort oder nach
Vereinbarung
Restaurationsleiter mit
Entwicklungspotential
(m/w)

Das bekannte Tessiner Familienunternehmen Frapolli, sucht eine/n Restaurationsleiter/in mit Entwicklungspotential. Einsatzorte: Restauration und Catering. Sie haben Erfahrung im selbstständigen Leitung von Restaurationen, Banketten und Servicebrigaden. Sie werden eingeführt in die vielfältigen Aufgaben, arbeiten die ersten Jahre als Restaurationsleiter in einem unserer Restaurants mit gehobener Gastronomie. Zudem werden Sie im CATERING partiell eingesetzt, um Erfahrung mit Anlässen von 15 bis 12'000 Gästen zu sammeln, um dann die operative Leitung dieses Sektors zu übernehmen. Wir erwarten eine fundierte Berufsbildung und profunde Berufserfahrung. Sie sind flexibel einsetzbar und führen mit Stil und Herz. Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen ein attraktiver, intensiver und langfristiger Arbeitsplatz in einem modernen Betrieb mit einem sehr gut ausgebildetem Team, inkl. Lehrlinge. Interessiert? Dann kontaktieren Sie: Frapolli Betriebe AG, Sommerau-Ticino, Frau A. Rose, Zürcherstrasse 72, 8953 Dietikon admin@sommerau-ticino.ch www.sommerau-ticino.ch

20156-8023



Die Zufriedenheit unserer Gäste ist Ihr Verdienst!

Sie haben Erfahrung im Frontbereich, einen kaufmännischen Hintergrund oder eine Ausbildung im Hotelfach und besitzen angenehme Umgangsformen. Wenn Sie den Kontakt mit Gästen schätzen, dienstleistungsorientiert, flexibel und belastbar sind, ergänzen Sie unser Team ideal als

Réceptionist/in

im **Armee-Ausbildungszentrum Luzern (AAL)**. Dank Ihrer Erfahrung bewältigen Sie die Arbeiten an unserer lebhaften Réception problemlos. Nähere Informationen zu dieser Stelle finden Sie unter www.stellen.lu.ch oder im Kantonsblatt vom 14.04.2012.

www.stellen.lu.ch

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung junge, ambitionierte Persönlichkeiten, welche mit viel Herzblut und Freude Ihren Beruf ausüben.

Chef de Service

Sie verfügen über Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und sprechen einwandfrei Deutsch und vorzugsweise Französisch. Sie sind ein Organisations- und Verkaufstalent und können ein kleines Team professionell und harmonisch führen.

Servicefachangestellte

Sie haben Ihre Ausbildung in einem Betrieb gehobenen Niveaus absolviert und haben eine positive Ausstrahlung.

Lernende/r Restaurationsfachfrau/-mann

Sie haben ein klares Ziel vor Augen und freuen sich, dieses gemeinsam mit uns in Angriff zu nehmen.

Chef de Partie

Sie sind Koch aus Leidenschaft, arbeiten selbstständig und sind auch bereit, Neues zu lernen. Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre und bringen Erfahrung aus der Sterneküche mit.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns über Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto:



RESTAURANT SONNE, Baslerstrasse 4, 4103 Bottmingen
info@sonne-bottmingen.ch / Tel. 061 422 20 80

HOTEL KLEINER PRINZ

RESTAURANT ZUM MOHRENKÖNIG

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

2 junge Köchinnen/Köche für Entremetier- und Gardemanger-Posten sowie

Serviceangestellte mit etwas Berufserfahrung und

Hofa/Gafa mit Freude am Beruf

Sie finden bei uns ein sehr angenehmes Arbeitsklima in jungem, fröhlichem Team. Wir führen eine abwechslungsreiche Küche und bedienen in- und ausländische Stammkunden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie Fritz und Käthi Graber
CH-4950 Hattwil/Schweiz
Tel. +41 (0)62 962 20 10
Fax +41 (0)62 962 20 11
Internet: www.kleiner-prinz.ch
E-Mail: info@kleiner-prinz.ch



HOTEL LUGANO DANTE
Center

L'Hotel Lugano Dante Center
(www.hotel-luganodante.com)

cerca per il suo team

SEGRETARIO/A DI RICEVIMENTO

(età 25 - 40), dinamico/a, estroverso/a ed affidabile, con il desiderio di entrare in un Team affiatato e competitivo.

Sono richieste: comprovata esperienza in hotel di pari categoria, predisposizione al contatto interpersonale, buona conoscenza della lingua italiana, inglese, tedesca e francese, conoscenza pacchetto Office.

Indispensabile: utilizzo del sistema gestionale Fidelio/Opera.

Si offrono:

- assunzione a tempo indeterminato;
- corsi di aggiornamento professionale;
- valida remunerazione ed un ambiente di lavoro molto piacevole.

Verrà dato seguito solo ai curriculum che rispondono ai requisiti richiesti. Curriculum vitae (gradita foto) al seguente indirizzo:

HOTEL LUGANO DANTE Center SA - Ufficio Personale
Piazza Cioccaro 5 - 6900 Lugano - Fax 091 910 57 08
e-mail: amministrazione@hotel-luganodante.com

Hotel-Restaurant Eierhals am Ägerisee
Familie Hanspeter Merz-Betschart
6315 Oberägeri/Morgarten
www.hotel-eierhals.ch

Geniessen Sie das Arbeiten am schönen Ägerisee!!!
Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für unser «à la carte»-Restaurant

einen Jungkoch (m/w), der seine erlernten Fähigkeiten gerne in unserer Küche vertiefen möchte.

Wir bieten geregelte Arbeitszeiten und ein Wochenende im Monat frei. Auf Wunsch Zimmer im Haus.

Senden Sie uns Ihre Unterlagen, damit wir alles Weitere mit Ihnen besprechen können, oder melden Sie sich telefonisch bei Herrn Hanspeter Merz, Tel. 041 754 50 50. Wir freuen uns auf Sie.

Spital Einsiedeln

Das Spital Einsiedeln ist ein Akutspital mit einer Notfallstation/Ambulatorium und 50 Betten. Das Ärzteteam besteht aus Klinikärzten (Innere Medizin und Rheumatologie) und Belegärzten (Orthopädie, Chirurgie, Traumatologie, ORL, Gynäkologie, Geburtshilfe und Neurochirurgie) sowie mehreren Konsiliarärzten.

Der Room-Service ist unter anderem für den Speise- und Getränkeservice, den Empfang der Gäste und für hauswirtschaftliche Tätigkeiten rund um das Patientenbett auf den Pflegestationen zuständig.

Für unseren Room-Service suchen wir per **1. Juni 2012** oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Room-Service und Gastronomie 100%

Ihre Aufgaben beinhalten:

- Einführung und Leitung unserer neuen Hotellerie-Dienstleistung
- Mithilfe bei der Evaluation eines geeigneten Room-Service-Teams
- Verantwortung für unser Gäste- und Personalrestaurant
- Führung und Koordination der Teams Restaurant und Room-Service
- Guest Relation (Empfang und Gastronomie)
- Angebots- und Anlagplanung (Catering) in Zusammenarbeit mit dem Leiter Küche
- Erledigung von diversen administrativen Arbeiten

Wir erwarten von Ihnen:

- abgeschlossene Hotelfachschule oder Ausbildung als HOFA, SEFA, REFA, GAFA mit Berufserfahrung
- motivierte, freundliche Persönlichkeit mit gepflegten Umgangsformen
- Erfahrung in gehobener Hotellerie
- Führungserfahrung
- dienstleistungs- und kundenorientiert
- hohe Flexibilität und Belastbarkeit
- selbständige, teamfähige, offene und ehrliche Arbeitsweise
- sehr gute PC-Anwenderkenntnisse

Wir bieten Ihnen:

- eine interessante, vielseitige und anspruchsvolle Tätigkeit
- ein aufgestelltes Team
- ein angenehmes Arbeitsklima
- zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Für nähere Auskünfte wenden Sie sich bitte an unseren Leiter Hotellerie & Infrastruktur, Herr Jean-Claude von Rotz (Tel. 055 418 53 55). Ihre Unterlagen senden Sie bitte an: Spital Einsiedeln, Personaldienst, Postfach 462, 8840 Einsiedeln. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!



Barmelweid BETRIEBE

Die Barmelweid besteht aus Klinik, Pflegezentrum, Betriebe und Hotel Geissflue und beschäftigt rund 480 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zur Verstärkung unseres Teams in der Küche suchen wir per 1. Juni 2012 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in kalte Küche/Pâtisserie 100%

Ihr Tätigkeitsfeld

- Selbständige Führung der gesamten kalten Küche und Pâtisserie
- Führung von 3 bis 4 Mitarbeitern
- Unterstützung bei der Weiterentwicklung der gesamten Küchenprozesse
- Mitverantwortung bei der Ausbildung der Lernenden zum Koch EFZ

Ihr Profil

- Abgeschlossene Kochlehre
- Weiterbildung Diätkoch und/oder Chefkoch von Vorteil
- Mehrjährige Berufserfahrung in der gehobenen Hotel- oder Restaurationsgastronomie
- Führungserfahrung
- Ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis
- Strukturierte Arbeitsweise
- kreative, ideenreiche Persönlichkeit

Als Dienstleistungsunternehmen bietet Ihnen die Betriebe Barmelweid AG ein interdisziplinäres Arbeitsumfeld, zeitgemässe Anstellungsbedingungen, gute Sozialleistungen, günstige Verpflegungs- und Freizeitmöglichkeiten sowie eine Kindertagesstätte im Hause.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an: Betriebe Barmelweid AG, Human Resources, 5017 Barmelweid. Elektronische Bewerbungen schicken Sie an hr@barmelweid.ch. Für telefonische Auskünfte: 062 857 23 76.

Betriebe Barmelweid AG, CH-5017 Barmelweid
Telefon +41 62 857 21 11, Telefax +41 62 857 27 37, info@barmelweid.ch, www.barmelweid.ch

Wahr und weitsichtig – viel warmes Holz, eine unkomplizierte und sportliche Einfachheit: Das ist das kürzlich renovierte HOTEL CAPRICORNS im bündnerischen Wergenstein.

Auf die Sommersaison 2012 suchen wir einen naturverbundenen

Betriebsassistenten (m/w)

Sie unterstützen die Betriebsleiterin in allen Belangen und übernehmen auch Aufgaben im Service von Restaurant, Bar und Sonnenterrasse. Ebenso helfen Sie an der Réception mit und erfüllen die Wünsche unserer Gäste mit natürlicher Herzlichkeit und Freude.

Das bringen Sie mit: 25–30 Jahre alt, deutsche Muttersprache, einige Jahre Berufserfahrung in der Hotellerie, Réceptionskenntnisse, gute Office-Anwenderkenntnisse. Wenn Sie ausserdem gerne selbständig arbeiten, engagiert und teamfähig sind, dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

HOTEL CAPRICORNS
Barbara Gätz, Betriebsleiterin
7433 Wergenstein,
Tel. 081 630 71 72
hotel@capricorns.ch, www.capricorns.ch

20130-8506

Für unser Restaurant mit gutbürgerlicher Küche suchen wir auf den 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung jüngere

Servicemitarbeiterin

auch Teilzeit möglich.

Sie haben gute Deutsch- und Französischkenntnisse, mit Charme und Kompetenz gewinnen Sie einheimische wie auch ausländische Gäste, dann melden Sie sich.

Kurt Laubscher, Rest. Jäger
Hauptgasse 47, 3280 Murten
026 670 22 20

1394-8488



THE CAMBRIAN
Adelboden

In einer der schönsten Landschaften der Schweizer Alpen gelegen, mit einem atemberaubenden Bergpanorama, ist das Cambrian ein Zufluchtsort der besonderen Art.

Für unser wundervolles Hotel suchen wir engagierte Mitarbeiter, die Spass haben, unsere Gäste zu verwöhnen, zu umgarnen und zu betreuen.

Eintritt per 15. Mai 2012 oder nach Vereinbarung.

- **Servicemitarbeiter voll-/Teilzeit (m/w)**
- **SPA Kosmetiker/Therapeut (m/w)**
- **Portier/Allrounder (m/w)**
- **Küchenhilfe (50%, m/w)**

Um diesen anspruchsvollen Aufgaben gerecht zu werden, stellen wir uns Kandidaten vor mit:

Erfahrung möglichst in der Hotellerie oder vergleichsweise Tätigkeit
Guten Deutschkenntnissen in Wort, englische Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil, Französisch wünschenswert
Zuverlässigkeit und Teamgeist
Hoher Belastbarkeit und Flexibilität
Verantwortungs- und Qualitätsbewusstsein mit sehr guten Umgangsformen und gepflegtem Erscheinungsbild

Wir bieten Ihnen ein aussergewöhnliches Ambiente, gute Weiterentwicklungsmöglichkeiten und das Vertrauen, dass Sie eigenverantwortlich und selbständig arbeiten können.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung.

The Cambrian
Frau Stefanie Frei
Dorfstrasse 7, 3715 Adelboden
Telefon 033 673 83 83
stefanie.frei@thecambrianadelboden.com
www.thecambrianadelboden.com

20161-8530



SORELL HOTEL
Krone

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 13 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz, Schaffhausen und St. Gallen über 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben.

Für unser

Sorell Hotel Krone

Marktstrasse 49, 8400 Winterthur

suchen wir per sofort eine/n

Rezeptionist/in

Ihre Aufgabe: An der Réception empfangen und betreuen Sie unsere Gäste beim Check-in und Check-out selbständig, beantworten die eingehenden Telefonanrufe und bearbeiten die eingehenden Reservierungen mit dem Fidelio-Reservationsprogramm. Zudem sind Sie für diverse Korrespondenz in Deutsch, Englisch und Französisch sowie für die Bearbeitung der Tagesabschlüsse und Restaurantabrechnungen zuständig.

Ihr Profil: Sie sind eine frontorientierte und sprachgewandte Persönlichkeit mit guten Deutsch- und Englischkenntnissen sowie von Vorteil Französischkenntnissen. Sie haben eine Ausbildung im Hotelfach abgeschlossen und bereits Erfahrungen an der Réception gesammelt. Sie zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft, packen neue Aufgaben mit Eifer an und begeistern das Gegenüber bei passender Gelegenheit mit Zusatzleistungen.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld 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 Monika Frei, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

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

20142-8512

Matterhorn Valley Hotels
ursprünglich vielfältig – Grächen

Die Matterhorn Valley Hotels AG ist eine Hotelkooperation mit Vorbild-Charakter, welche zur Zeit acht Betriebe umfasst.
Für die kommende Sommer-Saison sind noch folgende Stellen – mit Menschen, welche diesen Pioniergeist teilen – zu besetzen.

Wälliserhof: Betriebs-Assistent/in Rezeptionist/in Chef de partie La Collina: Küchenchef/in Service-Mitarbeiter/in	Kontakt: Christina Koelme +41 (0)27 955 23 16 christina.koelme@matterhornvalleyhotels.ch
Grächerhof: Betriebs-Assistentin in Jahresstelle (Hauptaufgabe Réception) Hilfskoch mit Erfahrung	Kontakt: Peter Schetter +41 (0)27 955 23 15 pschetter@bluewin.ch
Hännigalp: Servicemitarbeiter/in – à la carte Servicemitarbeiter/in – im Spessesaal Portier / Office-Mitarbeiter/in (Elektronik Hotel Office-Hallenbad)	Kontakt: Oliver Andenmatton +41 (0)27 955 1000 oliver@hannigalp.ch

Die detaillierten Angaben zu den aufgeführten Stellen finden Sie unter www.matterhornvalleyhotels-jobs.ch oder bei der entsprechenden Kontaktperson.

20140-8511

Wir suchen für die kommende Sommersaison ab 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung

Servicefachmitarbeiter/in f/d 100% und Aushilfe Jungkoch m/w für Gardemanger 100%

Sie sind fröhlich, flexibel, verantwortungsbewusst und an selbständiges Arbeiten gewöhnt! Sie haben Freude, unsere Gäste kompetent zu betreuen, dann sind Sie bei uns herzlich willkommen. Unser Restaurant mit 15 Pkt. Gault Millau, liegt am Fusse des Mont Vully mit Blick auf den Murtesee.

Auberge des Clefs
Werner Rätz
1789 Lugnorre 026 673 31 06
www.aubergedesclefs.ch
info@aubergedesclefs.ch



20164-8532



Zermatt –

einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schneebegeisterte mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik-Hotel Julen wurde durch herzliche Gastlichkeit und ungezwungenes Ambiente zur Legende.

Um unsere anspruchsvollen Gäste auch weiterhin hervorragend verwöhnen zu können, suchen wir noch folgende qualifizierte und motivierte Mitarbeiter/innen:

ab sofort oder nach Vereinbarung

Rezeptionist/in

Koch

in Saison- oder Jahresstellung
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

Romantik Hotel Julen
Familie Daniela und Paul Julen
CH-3920 Zermatt
Telefon +41-27-966 76 00,
Telefax +41-27-966 76 76
Internet: www.julen.com
E-Mail: info@julen.com

19917-8500

GAST RATHAUSKELLER

Wir suchen möglichst ab sofort oder nach Vereinbarung einen

PATISSIER (m oder w)

für Jahresstelle (Vollzeit).

Ihre Bewerbung richten Sie bitte per E-Mail oder schriftlich an Gasthaus Rathauskeller AG, Herr Kuno Trevisan, Ober Altstadt 1, CH-6300 Zug, Telefon 041 711 00 56. E-Mail: contact@rathauskeller.ch, www.rathauskeller.ch

19861-8559



Braunwald ist ein kleiner familienfreundlicher Sommer- und Winterferienort auf einer Sonnenterrasse in Glarus Süd, eine gute Autofahrtstunde von Zürich entfernt.

Braunwalder Gastgeber suchen

für die kommende Sommersaison

Ahorn Braunwald

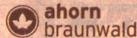
Gourmet-Restaurant und Chalet-Hotel

• Servicemitarbeiter

• Küchen- und Hauswirtschaftsmitarbeiter

Kontakt:

Telefon +41 (0)55 653 50 50
beat.schittenhelm@ahorn-braunwald.ch
www.ahorn-braunwald.ch



Restaurant Uhu

Charmante Gaststube mit hausgemachten und regionalen Spezialitäten

• Koch/Köchin (ab August)

Kontakt:

Telefon +41 (0)55 643 17 36
uhu.braunwald@yahoo.com
www.restaurant-uhu.ch



Märchenhotel Bellevue****

Kinderfreundliches Hotel mit höchstem Komfort

• Assistent Chef de Service

• Servicemitarbeiter/-in

Kontakt:

Telefon +41 (0)55 653 71 71
nadja.vogel@maerchenhotel.ch
www.maerchenhotel.ch



Restaurant Nussbuel

Ausflugrestaurant mit Bauernspezialitäten und Sonnenterrasse

• Servicemitarbeiterin/Allrounderin

Kontakt:

Telefon +41 (0)55 643 11 40
info@nussbuel.ch
www.nussbuel.ch



20158-8536

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
Chef de Service/Stv. Chef de Service	Region Bern	J43895
Hoteldirektor/in	Region Zürich	J43993
Assistant Hotel Manager	Region Bern	J43999

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Mitarbeiter/in Reservation	Region Zentralschweiz	J43866
Réceptionist/in	Region Bern	J44299
Nachportier Aushilfe	Region Zürich	J44071
Réceptionist/in	Region Graubünden	J41608
Réceptionniste qualifié(e)	Region Waadt/ Unterwallis	J43829
Réceptionist/in	Region Zürich	J44078
Receptionist	Region Basel	J43883
Night Auditor	Region Oberwallis	J43961
Teammitglied Réception	Region Mittelland (SO,AG)	J44112
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J43860
Assistant Front Office Manager	Region Oberwallis	J43960
Front Office Mitarbeiter	Region Oberwallis	J43963
Chefrezeptionist/in	Region Oberwallis	J44004
Night Auditor	Region Zentralschweiz	J44127

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Demi Chef de Partie	Region Zürich	J43899
Tournant	Region Graubünden	J44303
Demi-chef de partie	Region Zürich	J44020
Commis pâtissier	Region Zürich	J43818
Commis de Cuisine	Region Zürich	J43900
Chef de partie / Anfangs Sous-Chef	Region Ostschweiz	J44061
Demi Chef de Partie	Region Bern	J44300
Commis de Pâtisserie	Region Zürich	J44074
Küchenchef Catering (m)	Region Zürich	J43844
Commis de Cuisine	Region Zürich	J44077
Koch	Region Zürich	J44080
Chefs/Commis de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J44115
Chef de partie	Region Waadt/ Unterwallis	J43828
Thai-Köchin/Koch	Region Zürich	J44302
Chef de Partie	Region Waadt/ Unterwallis	J44205
Koch	Region Zentralschweiz	J43865
Asiatischer Koch	Region Bern	J44214
Sous Chef	Region Zürich	J44216
Officemitarbeiter mit Kochkenntnissen (befristet)	Region Zürich	J43965
Chef de Partie	Region Bern	J44228
Küchenchef	Region Berner Oberland	J44261
Executive Sous-chef/in	ganze Schweiz	J43977
Sous-Chef	Region Oberwallis	J44288
Commis de Cuisine	Region Zentralschweiz	J43881
Chef de Partie	Region Zürich	J43918

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Stv. Leiter Bankettorganisation Administration	Region Zürich	J44070
F&B Assistent/in	Region Graubünden	J44292
Food & Beverage Assistant	Region Bern	J44129

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sommer-Saisonstelle Service 80-100%	Region Basel	J43822
Servicearbeiter 80-100%	Region Basel	J43823
Frühstücksmitarbeiter 80% Mo-Fr	Region Zürich	J43825
Servicefachangestellter	Region Zentralschweiz	J43859
Chef de Rang Bar	Region Zürich	J43901
Chef de Service/Stv. Chef de Service	Region Bern	J43894
Chef de Rang mit Weinkenntnissen	Region Zürich	J43898
Servicearbeiter Frühdienst 20-80%	Region Zürich	J43964
Teamleader Restaurant (Heidiland)	Region Graubünden	J43994
Service-dame 40% über den Mittag	Region Zürich	J44000
Restaurant Manager	Region Graubünden	J44009
Chef de rang Bankett	Region Zürich	J44018
Servicearbeiter 80%	Region Bern	J44053
Servicearbeitende/n	Region Bern	J43702

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	Region Zürich	J44064
Serviceaushilfen	Region Zürich	J44067
Commis de Rang	Region Zürich	J44076
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SO,AG)	J44120
Serviceaushilfe	Region Zürich	J44133
Restaurant-Leiter	Region Graubünden	J43815
Servicefachangestellte/r	Region Berner Oberland	J44283
Barfrau / Barmann	Region Graubünden	J44293
Barmitarbeiter	Region Zürich	J44294
Service-Praktikant/in	Region Bern	J44295
Chef de Rang	Region Bern	J44297
Gastgeber/in	Region Bern	J44298
Service-mitarbeiter/in	Region Graubünden	J44304
Restaurationsfachmann/fachfrau	Region Bern	J44313
Operativen Bankettkoordinator	Region Bern	J44316

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Etagengouvernante	Region Zürich	J43819
Zimmerfrau	Region Zürich	J44019
Etagengouvernante	Region Bern	J44301
Gouvernante	Region Bern	J44312
Gouvernante	Region Zürich	J44066
Leiterin Housekeeping	Region Zürich	J43868

Marketing/Verkauf/KVIT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sachbearbeiter Finanzbuchhaltung	Region Zürich	J44139

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Spa Manager		J44016
Beauty Leiterin	Region Zentralschweiz	J44317
Wellnessleiterin	Region Zentralschweiz	J43879

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
MICE Manager	Region Graubünden	J43909
Collaborateur technique	Region Waadt/ Unterwallis	J43827
Housekeeping/Allround	Region Berner Oberland	J43867
Assistent Einkauf	Region Bern	J43915
Verkäufer Delikatessengeschäft	Region Bern	J44264
Human Resources Manager	Region Ostschweiz	J43998

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B2188	Arbeitsstelle als Koch	1989	CH	per sofort	D
B592	Chef de partie/Gardemanger/Konditor/Confiseur/Pâtissier	1986	CH	per sofort	D F E
B1896	Chef de Service, F&B Managementass.	1979	DE	per sofort	D F E
B329	Chef de service - Gastgeber	1957	AT	per sofort	D F E
B2029	Direktion/Geschäftsleitung/Verwaltungsrat/Projektmanagem./Coaching/Strategieplanung/Nachfolgereg.	1960	CH	per sofort	D F E
B2843	Direktion/HR	1976	DE	per sofort	D F E
B2856	Direktorin / Vizedirektorin / Rooms Division Manager / Chef de Réception	1980	CH	per sofort	D F E
B2675	Fachkraft Service oder Bar	1966	CH	per sofort	D F E
B2418	F&B Manager, Vizedirektion, Geschäftsleitung, Direktion	1978	CH	per sofort	D F E
B2430	Front Office	1988	MV	per sofort	D E
B2852	Hauswirtschaft/ Empfang	1989	CH	per sofort	D
B2875	Housekeeper	1986	CZ	per sofort	E
B2855	Kader mit extremer Frontarbeit, aber auch administrativ	1965	CH	per sofort	D F E PT
B2830	Kellner / Bar / Theke / Küchenaushilfe / Office	1989	DE	per sofort	D E
B2809	Küchenhilfe	1985	CH	per sofort	D
B2402	Réceptionistin / Seminarkoordinatorin / Sachbearbeiterin Administration	1981	CH	per sofort	D F E
B2827	Reinigung/Zimmermädchen	1969	BR	per sofort	D I
B2868	Servicearbeit	1980	HU	per sofort	D E

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

Stand per 10. 4. 2012. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerbungsunterlagen finden Sie auf www.hoteljob.ch



Das Gasthaus PLUSPUNKT in Brunnen legt grossen Wert auf eine exklusive Küche und bietet einen gepflegten Service. Unsere Gäste verwöhnen wir mit Frischprodukten aus der Region und erlesenen Weinen aus unserem Keller. Mit unserer Philosophie verbinden wir Herzlichkeit, Genuss und Freude.

Wir sind als ein aussergewöhnliches Restaurant bekannt, auch über die Kantongrenze hinaus schätzen die Gäste unsere Küche und unseren Service. Wir sind ein Betrieb der BSZ Stiftung Schwyz. Bei uns arbeiten Gastroprofis und Menschen mit einer Beeinträchtigung Hand in Hand.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Mai 2012 oder nach Vereinbarung einen

Commis de Cuisine/Jungkoch 100% (w/m)

Aufgabengebiet

- Zubereitung von qualitativ hochwertigen Produkten
- Ausbildung von Lernenden
- Anleitung und Begleitung von Menschen mit einer Beeinträchtigung

Anforderungsprofil

- Abgeschlossene Ausbildung als Koch
- Saubere und speditive Arbeitsweise
- Flexibel, belastbar, teamfähig, kreativ
- PC-Kenntnisse
- Freude am Umgang mit Menschen mit einer Beeinträchtigung

Unser Angebot

In der BSZ Stiftung ist es erwünscht, sich als Angestellter auf allen Stufen einzubringen, um unsere lernende Organisation aktiv zu unterstützen. Wir bieten fortschrittliche Anstellungsbedingungen mit besonderen Sozialleistungen. Zusätzlich ermöglichen wir interne und externe Weiterbildungen. Sie arbeiten in einem jungen, motivierten und dynamischen Team.

Auskunft

Christian Meier
Leiter Gasthaus PLUSPUNKT
Telefon 041 825 11 80

Neugierig? Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung bis 26. März 2012 an:

BSZ Stiftung
HR Beratung & Services
Daniela Eller
Postfach 169
6423 Seewen SZ
daniela.eller@bsz-stiftung.ch

www.pluspunkt.ch

Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und A-la-carte-Restaurant suchen wir ab 10. Mai in Jahresstelle:

Sous-Chef oder Chef de partie

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeitbedingungen sowie leistungsgerechte Entlohnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab
z. Hd. Herrn G. R. Meiler
7017 Flims Dorf

20162-8031



SORELL HOTEL
KRONE

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschließen die Sorell Hotels Switzerland in 13 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz, Schaffhausen und St. Gallen über 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben.

Für unser

Sorell Hotel Krone

Marktgasse 49, 8400 Winterthur

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Chef de partie (w/m)

Ihre Aufgabe: Als Chef de Partie führen Sie einen eigenen Posten und gestalten das Angebot aus marktfrischen Zutaten für das Gourmet-Restaurant Pearl mit, welches mit 16 Gault Millau-Punkten ausgezeichnet ist, sowie auch für unser Bistro La Couronne. Zudem sind Sie für die Einhaltung und Umsetzung der Arbeitssicherheits- und Hygienerichtlinien zuständig und übernehmen allgemeine Aufräum- und Reinigungsarbeiten. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Montag und Samstag hauptsächlich mit Zimmerstunde und teilweise auch im Früh- oder Spätdienst.

Ihr Profil: Sie können eine abgeschlossene Ausbildung zum Koch vorweisen und haben bereits Erfahrungen in der gehobenen Gastronomie gesammelt. Sie sind neugierig und bereit, Neues zu entwickeln und sind bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte ständig zu verbessern. Zudem packen Sie neue und herausfordernde Aufgaben mit Elan an und beteiligen sich gerne an der Erarbeitung gemeinsamer Ziele.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld 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 Monika Frei, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

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

20143-8032

Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem dynamischen Umfeld und in einem grossen Gastronomieunternehmen?

Das Lake Side liegt direkt am Seeufer und ist mit Blick auf die Alpen und den See unweit der Zürcher Innenstadt gelegen. Im Obergeschoss befindet sich das grosszügig gestaltete Eventzentrum mit Kapazität bis zu 1000 Personen für Bankette und Kongresse. Unser à la carte Restaurant mit 13 Gault Millau Punkten verfügt über 130 Innen- sowie 120 Terrassenplätze. Die Küche bietet ein vielfältiges mediterranes-euroasiatisches Angebot und im Restaurant befindet sich ebenfalls unsere bekannte Sushi-Bar.

Ab Herbst 2012 oder nach Vereinbarung suchen wir für unseren spannenden Betrieb einen

Leiter Event- und Bankettverkauf w/m

In dieser spannenden und abwechslungsreichen Position sind Sie zuständig für die gesamte administrative Bankettorganisation und den Verkauf von Anlässen bis zu 1000 Personen. Zu Ihren Aufgaben gehören die Beratung und der aktive Verkauf des gesamten F&B Bereichs, der Räumlichkeiten und der Technik. Weiter sind Sie verantwortlich für die Nachbearbeitung der Anlässe, die Budgetierung, die Debitoren- und Kreditorenkontrolle sowie die Mitarbeiterplanung. Sie arbeiten eng mit unserem Küchenchef sowie dem Bankettmanager zusammen und zeichnen sich durch ein gutes Verkaufsfair, administrative Kenntnisse sowie unternehmerisches Denken aus. Sie sind auch gerne bereit, wenn nötig unsere Mitarbeiter an der Front zu unterstützen.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:
Angelika Baumann, Leiterin Human Resources, Herdenstrasse 56, Postfach 480, 8040 Zürich oder angelika.baumann@kramergastronomie.ch

ZÜRICH AMBIANCE

20103-8033

Suisse romande



HOTEL
CAREER



HORESTO
Jobs

www.hotelcareer.fr

www.horesto.ch

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

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

18974-8035



ANGLETERRE & RESIDENCE
LAUSANNE SWITZERLAND

L'Hôtel «Angletterre & Residence» **** cherche dès le 15 mai 2012 pour reprendre la gestion de l'équipe du restaurant gastronomique italien «L'Accademia»:

MAÎTRE D'HÔTEL
Restaurant gastronomique italien
Bilingue français/italien

Votre profil:

- Formation en restauration et expérience réussie dans un poste d'encadrement d'équipe
- Bilingue français/italien et excellente maîtrise de l'anglais à l'oral et à l'écrit
- Sens de l'accueil et du service personnalisé
- Organisé et diplomate
- Aisance en communication et savoir vendre
- Flexible et disponible

Vos tâches principales:

- Prendre les réservations et assurer l'accueil des clients
- Entretenir de bons contacts avec la clientèle
- Organiser le travail de l'équipe
- Contrôler la qualité des prestations
- Effectuer divers travaux administratifs (plannings, contrôle des temps de travail, etc...)
- Contrôler et coordonner l'intégration et le suivi des nouveaux collaborateurs

Nous vous offrons une activité enrichissante et une formation adaptée à la fonction dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Nous remercions les personnes intéressées de nous faire parvenir leur dossier complet par courrier à l'adresse suivante: Beau Rivage Palace, Ressources humaines, place du Port 17-19, 1006 Lausanne, Suisse, ou par email à: rh@brp.ch.



SUMMIT
HOTELS & RESORTS
PREFERRED HOTEL GROUP

20145-8034

Svizzera italiana



CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO

www.continentalparkhotel.ch

Zur Ergänzung unseres Teams
bieten wir ab sofort
folgende Arbeitsstelle an:

SERVICE Fachangestellte/er

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

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

18901-8022



VILLA ORSELINA
Resort & Auto Hotel

Die Villa Orselina, oberhalb von Locarno gelegen, bietet einen traumhaften Ausblick auf den Lago Maggiore. Das Hotel verfügt über 28 Zimmer (meist Suiten), ein schickes italienisches Restaurant, eine Bar, ein neukonzipierter Spa und eine subtropische Gartenanlage.

Die Wiedereröffnung des 4-Stern-Superior-Hotels ist am 28. Juni 2012. Per Mitte Juni oder nach Vereinbarung suchen wir ein aufgestelltes und kompetentes Team:

Front-Office-Manager, Reception-Mitarbeitende und Night Auditor

Restaurant-Manager und Service-Mitarbeitende

Küchenchef und Köche

F&B Assistent

Masseure/innen und Kosmetikerinnen

Gouvernante, Raumpflegerinnen und Portier

Sind Sie interessiert, die Wiedereröffnung mitzugestalten und unser Team motiviert zu unterstützen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung per E-Mail an hr-orselina@gmx.ch
Christoph Schlosser, Direktor
Villa Orselina, Via Santuario 10, 6644 Orselina, Tel.-Nr. 091 735 73 73.

20146-8036

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 15 / 12. April 2012

Immobilien jetzt auch online unter www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue

HESSER

Wir suchen
für unsere Kundschaft

- Ferienhotels

- Geschäftshotels

- Restaurants

Für Hotelgruppen suchen wir:

4-5 Sterne-Hotel in Stadt
oder bekanntem Ferienort

3-4 Sternhotels in grösseren
Städten und Agglomerationen

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410 15 57 - Fax 055/410 41 06
hesser@bluewin.ch

20147-8515

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

18432-7109

Liehaberobjekt

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.

10754-8400

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

In Graubünden

auf der Sonnterrasse des Albulatals verkaufen oder verpachten wir
nach Vereinbarung das gepflegte und beliebte

Hotel Restaurant Belfort
7492 Alvaneu Dorf

In diesem Betrieb finden Sie eine Atmosphäre, in der Sie sich rundum wohlfühlen.
Die jahrelange Existenz des Betriebs ist gekennzeichnet durch eine köstliche,
regionale Landesküche und auserlesene Weine. Die modernen Hotelzimmer mit
ihren rustikalen Elementen laden zum Entspannen ein.

Der Betrieb befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Golfclub und Bad Alvaneu.
Davos, Lenzerheide, Savognin oder Bergün erreichen Sie in 15 bis 20 Autominuten.

GILDE-Restaurant

- 45 Sitzplätze im Restaurant, 60 Sitzplätze im Saal, 20 Sitzplätze im Stübli und
50 Sitzplätze auf der geschützte Südterrasse
- Grosse, sehr gut ausgestattete Küche und viele Lagerräumlichkeiten

Hotel

- 11 komfortable, neu eingerichtete Doppelzimmer, 4 rustikale und 7 moderne
- Alle Zimmer sind mit DU/WC oder Bad/WC, TV und W-Lan ausgestattet,
teilweise mit Balkon
- Touristenlager mit 28 Liegestäten
- Sauna
- Parkfläche im Freien für ca. 20 Autos

Wirtwohnung und Personalzimmer

- Attraktive 4½-Zimmer-Wohnung im Dachgeschoss, Wohnraum mit Kachelofen,
Küche, 2 Nasszellen und grosser Balkon
- 3 Personalzimmer mit Aufenthaltsraum

Dieser Betrieb bietet für ausgewiesene Fachleute (z.B. Er Küche, Sie Service/
Front) eine sehr gute Existenz.

Bei Interesse kann eine ausführliche Dokumentation zugestellt werden. Miet-
interessenten senden einen kurzen Lebenslauf mit Angabe der Personalien,
Berufsbildung und bisherige Berufstätigkeit an:

Gastroconsult AG

Urban Augustin
Alexanderstrasse 2, Postfach 708, 7002 Chur
Telefon 081 252 36 42 | Fax 081 252 15 62
E-Mail: urban.augustin@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch

10804-8415

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: Gerry Nievergelt

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
- Kaderrubrik / 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

- Ausgabe / Numéro	Nr. 16/2012	Nr. 17/2012	Nr. 18/2012	Nr. 19/2012
- Erscheint / Parution	19. 4. 2012	26. 4. 2012	3. 5. 2012	10. 5. 2012
- Anzeigenschluss / Délai	16. 4. 2012	23. 4. 2012	30. 4. 2012	7. 5. 2012

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

Doppelnummern

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

Herstellung / Production: NZZ Print, Postfach, 8021 Zürich

Auflage WEMF-beglaubigt 2011 / tirage contrôlés REMP 2011: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9476 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 811 Ex.

Druckauflage / tirage imprimé: 12 000 Ex.

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

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

htr hotel revue