

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 22

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>



Matterhorn

Kurt Lauber hat ein spannendes Buch über seine Erfahrungen als Hüttenwart am Fusse des «Horn» geschrieben.

Seite 13

Abstimmung

Die Wirtschaft kämpft entschieden gegen die Volksinitiative «Staatsverträge vors Volk». Darüber wird am 17. Juni abgestimmt.

Seite 2

Val-de-Travers

Das touristische Potenzial der Gorges de l'Areuse soll mit der Renovation des Hôtel de la Truite vergrössert werden.

Seite 24

Rigi Kaltbad

«Zehn Hotels sind eine gute Grösse für eine Hotelgruppe. Eine Hotel-Kette will ich nicht. Individualität ist mir wichtig.»

Seite 5

Rolf Kasper, Investor



Ausbildung

Die Lernenden stehen im Zentrum

Eine Klasse angehender Hotelfachleute des Schulhotels Alpina Adelboden wird während ihrer Ausbildung von hotellerieusuisse begleitet. Die htr hotel revue hat mit Schulleiter Peter Rieder gesprochen und wird in der Serie «Fortsetzung folgt» regelmässig über das Projekt berichten.

Seite 14

Zweitwohnungen

Verordnung lässt Hoteliers Spielraum

Die Arbeitsgruppe für die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative hat einen Verordnungsentwurf vorgelegt. Als Zweitwohnungen sollen auch künftig alle Wohnungen gelten, die nicht fix vom Besitzer bewohnt werden. Eine Ausnahme soll es für bewirtschaftete Zweitwohnungen geben. Gemeinden, die mehr als 20 Prozent Zweit-

wohnungenanteil verzeichnen, dürfen Zweitwohnungen noch bewilligen, wenn diese über einen professionellen Vermieter zu Marktpreisen vermietet werden. Der Entwurf sieht weiter vor, dass im Zuge der Besitzstandsgarantie bereits vorhandene Erstwohnungen in Zweitwohnungen umgewandelt werden können. hotellerieusuisse fordert nun, dass darunter auch Hotelzimmer fallen müssen. «Die Verordnung sollte so interpretiert werden», meint Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik. Für die Querrfinanzierung bei Investitionsvorhaben sei das essenziell. Die Verordnung gilt bis zur Inkraftsetzung des Gesetzes.

Seite 3

hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français** pages 19 à 24

Teilsieg für Hotels

Laut Bundesverwaltungsgericht müssen Hotels für Radio- und TV-Empfang in Gästezimmern keine Gebühren bezahlen.

DANIEL STAMPFLI

Das Bundesverwaltungsgericht hat eine Klage der Verwertungsgesellschaften abgewiesen. Damit steht fest, dass Hoteliers und Ferienwohnungsbesitzer keine Urheberrechtsgebühren für Radio- und Fernsehgeräte zahlen müssen, die sie ihren Gästen in Zimmern zur Verfügung stellen. Wird das Urteil nicht angefochten oder aber vom Bundesgericht bestätigt, müssen die Verwertungs-

gesellschaften bereits erhobene Gebühren zurückzahlen. David Stirnimann, Projektleiter Rechtsdienst bei hotellerieusuisse, ist vom Urteil nicht überrascht. Denn die Gebührenforderung sei ohne rechtliche Grundlage erfolgt. Für Stirnimann ist jedoch klar, dass zusätzliche Gebühren auf die Branche zukommen werden. Dazu brauche es aber einen Tarif, der die TV- und Radionutzung in Hotelzimmern explizit mit einbe-

zieht. Zurzeit fehle aber diese rechtliche Grundlage. Im März wurden Verhandlungen über einen neuen Tarif abgebrochen. Die Vorstellungen der Verwertungsgesellschaften seien laut Stirnimann für die Hotellerie nicht tragbar gewesen. Vielleicht führe das jüngste Urteil zu einer Lösung. Im Sommer kommt die Frage über die Tarifröhe vor die Eidgenössische Schiedskommission.

Seite 4 und 20

Kleine Region ganz gross



Keystone

Die Teilnehmer der Tour de France werden am 8. Juli in Pruntrut Zuschauer, Touristiker und Hoteliers begeistern.

Die Ajoie, eine Region, die sonst nicht im Zentrum des touristischen Interesses liegt, kommt bald in den Genuss eines grossen Auftritts. Denn am 8. Juli macht

die Tour de France bei ihrer 100. Austragung, nach 92 Kilometern auf jurassischem Gebiet, halt in Pruntrut. Obwohl nur eine einzige Mannschaft in in einem Pruntrut-

Hotel logieren wird, rechnet die lokale Hotellerie mit vollen Betten, dank Mitgliedern des Begleitrosses sowie TV-Teams. Guillaume Lachat, Direktor von Jura

Tourismus, freut sich, dass mit der diesjährigen Tour de France die ganze Region präsentiert werden kann.

Seite 19

Kommentar

Von Gastgebern, die ganz besonders gefordert sind



CHRISTINE KÜNZLER

Gstaad, St. Moritz, Zermatt – wer in Orten mit klingendem Namen ein Hotel führt, hat Glück: Die Gäste kommen allein deshalb, weil sie die Destination kennen und ihre Ferien genau dort verbringen wollen. Wer aber kennt Bubikon, Kaubad oder Muri? An solchen Standorten muss der Gastgeber einiges leisten, um seine Betten zu füllen und Stühle zu besetzen. Die einen punkten mit einer soliden Küche, andere mit einem Gourmetrestaurant, besonderer Gastfreundschaft, persönlicher

«Der Gastgeber muss einiges leisten, um Betten zu füllen und Stühle zu besetzen.»

Betreuung, einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis oder mit anderen (Mehr-)Werten. Diese Gastgeber können nur mit enormem persönlichen Engagement ihren Umsatz generieren.

Sind sie erfolgreich, dann also deshalb, weil sie ihre Sache gut machen, die Gastgeber all der «Kronen», «Rösslis» oder «Ochsen», die etwas abseits der Tourismusorte stehen. Nur so können sie ihren Standortmachteil wettmachen. Doch auf lange Sicht genügen die attraktiven Softfaktoren allein nicht. Auch diese Gastgeber kommen nicht darum herum, in ihre Infrastruktur zu investieren. Und hier sind die Hürden die gleichen wie für die Gastgeber in touristisch relevanten Orten auch.

Seite 7 bis 11

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
Aboervice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch



ANZEIGE

EuroTime



Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche!

Die Branchensoftware

für Personalplanung und Zeiterfassung

- Trendiges, anwenderfreundliches System
- Massgeschneidert für Gastronomie u. Hotellerie
- Kostenorientierte Planung dank aktueller Tagesinfo
- Proaktive L-GAV Überwachung
- Einfache Verarbeitung lohnrelevanter Daten



Aus der Region

**Bern
Stadtrat
weiterhin für eine
Freibad-Lounge**

Der Berner Stadtrat hält an der Idee fest, in einem städtischen Freibad einen abendlichen Lounge-Betrieb einzurichten. An der Sitzung vom vergangenen Donnerstag wurde dem Gemeinderat mangelndes Engagement vorgeworfen. Die Motionäre aus der BDP/CVP-Fraktion wollten die Bäderverordnung dahingehend ändern, dass diese den Loungebetrieb in den Berner Freibädern grundsätzlich ermöglichen würde.

**Kursaal mit
ansprechendem
Ergebnis 2011**



Der konsolidierte Jahresgewinn der Kongress + Kursaal Bern AG im Jahr 2011 beträgt 3,4 Mio. Franken (Vorjahr 4,4 Mio.). Der Konzernumsatz betrug im vergangenen Geschäftsjahr 67,2 Mio. Franken. Der Rückgang von 6,1 Mio. Franken entspreche den Erwartungen, teilt das Unternehmen mit. Zur Umsatzeinbuße hätten vor allem die umbaubedingte Schliessung wichtiger Event-Plattformen geführt. Das Hotel Allegro generierte im vergangenen Jahr 56 923 Logiernächte (-2776). Zeitweise waren bis zu 20 Zimmer vom Umbau betroffen.

Mittelland

**Hotel Aarauerhof
wird von Sorell
übernommen**

Per 1. Juni übernehmen die Sorell Hotels Switzerland das Hotel Aarauerhof in Aarau von der Zürich-Hotels Gruppe, die den «Aarauerhof» die vergangenen acht Jahre geführt hat. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Mit dem jüngsten Kauf umfasst die Sorell-Gruppe neu 14 Hotels. Die Gruppe möchte das Hotel Aarauerhof in Zukunft auf dem Markt klar als führenden Veranstaltungs- und Seminarort positionieren. dst

leserbrief

**Logo mit einer
erstaunlichen
Aussagekraft**

htr hotel revue vom 24. Mai 2012: «Das Logo verrät einiges über die Philosophie des Unternehmens»

Ich stimme der Meinung von Frank Bodin vollumfänglich zu. Das Beispiel mit dem Logo Goldblume von ST hat wirklich etwas von einem Qualitäts-gütesiegel. Mein Logo-Favorit, mit einer erstaunlichen Aussagekraft, ist der Portier vom Hotel Schweizerhof in Zürich. Dieses aus der Jahrhundertwende stammende Logo wurde übrigens schon mehrfach ausgezeichnet.

Mynco Hitroff,
Küsnacht

Mehrheit ist für den Status quo

Wirtschaftskreise sprechen sich klar gegen die Initiative «Staatsverträge vors Volk» aus. Sie befürchten bei einem Ja negative Folgen für den Werk- und Finanzplatz Schweiz.

DANIEL STAMPFELI

Mit der am 17. Juni zur Abstimmung gelangenden Initiative «Für die Stärkung der Volksrechte in der Aussenpolitik (Staatsverträge vors Volk)» will die Aktion für eine unabhängige und neutrale Schweiz (Auns) das obligatorische Referendum auf alle sogenannten wichtigen Staatsverträge ausweiten. Volk und Stände sollen künftig über jeden Staatsvertrag, der wichtige Bereiche betrifft, abstimmen. Dabei spielt es keine Rolle, ob eine Vorlage politisch umstritten ist oder nicht. Die Initianten argumentieren, dass Bundesbern nur dann wirklich glaubwürdig Staatsverträge aushandeln könne, wenn es das Volk hinter sich wisse. Mit der Initiative werde die in der Schweiz herrschende Hierarchie der Gewalten festigt: Oben das Volk, danach die Bundesver-

sammlung, an dritter Stelle der Bundesrat, so ein weiteres Argument der Befürworter.

Eingeschränkte Handlungsfähigkeit

Der Bundesrat empfiehlt, wie auch eine grosse Mehrheit des Parlaments, die Volksinitiative abzulehnen. Für die Schweiz sei die Zusammenarbeit mit anderen Staaten in diversen Bereichen unerlässlich. Eine Annahme der Initiative würde den Spielraum der Schweizer Aussenpolitik erheblich einengen. Die internationale Zusammenarbeit würde erschwert und die schweizerische Handlungsfähigkeit eingeschränkt, begründet die Landesregierung ihre ablehnende Haltung.

Ein Ja hätte auch unerwünschte Folgen für den Werk- und Finanzplatz Schweiz. Laut Bundesrat sieht das geltende Recht bereits heute vor, dass das Volk beim Abschluss von Staatsverträgen mit grosser Tragweite zwingend mitbestimmen muss. Der Beitritt zu einer supranationalen Gemeinschaft wie etwa zur EU oder zu einer Organisation für kollektive Sicherheit wie zur Nato

unterliege dem obligatorischen Referendum. Somit müssten Volk und Stände dem Beitritt zustimmen.

Schaden für die gesamte Exportwirtschaft

Auch hotellerieisuisse lehnt die Staatsvertragsinitiative ab. «Die global ausgerichtete Tourismusbranche profitiert von einem dichten Netz an internationalen Verträgen, welche ihr die nötige Anbindung an die internationalen Märkte verschafft», begründet

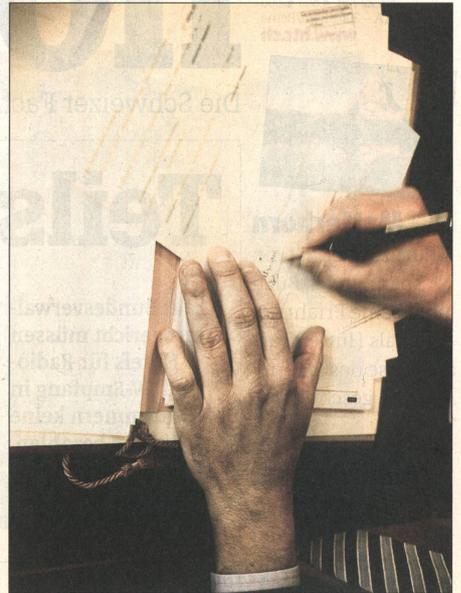


«Die Tourismusbranche profitiert von dichten Netzen an internationalen Verträgen.»

Marc Kaufmann
Geschäftsleitung hotellerieisuisse

Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotellerieisuisse, die Haltung des Unternehmerverbandes der Schweizer Hotellerie.

Diese Verflechtung gewinne vor dem Hintergrund des starken Fränkens zusätzlich an Bedeutung. Die künftige Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft und damit auch des Schweizer Tourismus sei von ausgewogenen internationalen Rahmenbedingungen abhängig, so Kaufmann. Eine massive Einschränkung der aussenpolitischen Handlungsfähigkeit der Schweiz, wie sie die Initiative zur Folge hätte, schade der ge-



Unterzeichnung von Staatsverträgen im Fokus der Abstimmung.

samen Schweizer Exportwirtschaft und gefährde letztlich Arbeitsplätze.

Entsprechend lehnen auch die Spitzenverbände der Schweizer Wirtschaft die Auns-Initiative geschlossen ab. Diese sei rechtlich unklar formuliert, provoziere häufige Abstimmungen über unbestrittene Abkommen und würde diese unnötig verzögern. Die Schweizer Wirtschaft sei auf ein engmaschiges Netz von Staatsverträgen angewiesen, welche den Zugang zu den internationalen Märkten gewährleisten und Rechtssicherheit für Schweizer Unternehmen im Ausland schaffen. «Sie sind eine zentrale Grundlage für unsere Wettbewerbsfähigkeit», formuliert es Gerold Bühler, Präsident von Economiesuisse.

Die Parolen Fast durchwegs ablehnend

Die Volksinitiative für die Stärkung der Volksrechte in der Aussenpolitik (Staatsverträge vors Volk) gelangt am 17. Juni zur Abstimmung:

Ja-Parole: SVP, Aktion für eine unabhängige und neutrale Schweiz (Auns).

Nein-Parole: BDP, CVP, CSP, EVP, FDP, Die Liberalen, Grüne Partei, Grünliberale Partei, SP, Economiesuisse, hotellerieisuisse, Schweiz, Gewerbeverband, Swissem, Travail-suisse. dst

Klares Ja zu weissen Spielen

Die Olympischen Sportverbände der Schweiz befürworten einstimmig die weitere Unterstützung der Kandidatur Graubünden für die Austragung der Olympischen Winterspiele im Jahr 2022.

DANIEL STAMPFELI

Nachdem die Sportparlamentarier von Swiss-Olympic-Präsident Jörg Schild und Direktor Gian Gilli über den aktuellen Stand der Machbarkeitsabklärungen und die sportlichen Aspekte einer Kandidatur informiert wurden, stimmten sie einstimmig für eine Unterstützung. «Nicht nur unsere sportliche Konzeptskizze hat überzeugt», freut sich Gian Gilli, operativer Leiter der Bündner Kandidatur. «Das deutliche Ja des Sportparlaments ist auch ein klares Bekenntnis zu unserer Idee, Olympische Winterspiele zu orga-

nisieren, die uns allen vor allem langfristig etwas bringen.» Jörg Schild, Präsident von Swiss Olympic und Vizepräsident des Vereins Graubünden 2022, dazu: «Der Schweizer Sport hat ein klares Zeichen an die Adresse der Politik und der Schweizer Bevölkerung gesetzt. Wir haben den Sportparlamentariern nicht nur überzeugend, dass wir Spiele auf

höchstem Niveau durchführen können, wir konnten sie auch durch Olympische Spiele für den gesamten Schweizer Sport grosse, langfristige Vorteile bringen.»

Nach diesem Entscheid steht nun der Abschluss der Machbarkeitsanalysen, bevor der Machbarkeitsbericht soll Ende August veröffentlicht werden; dann be-

«Der Schweizer Sport hat ein klares Zeichen an Politik und Bevölkerung gesetzt.»

Jörg Schild
Präsident Swiss Olympic

schliesst die Bündner Regierung ihre Botschaft. Die Volksabstimmung in Graubünden ist für den 3. März 2013 vorgesehen, die Anmeldung der Kandidatur beim IOC für den September 2013.

Von den Kandidaturkosten von 36 Mio. Franken, die bis zum Entscheid des IOC im Juni 2015 anfallen, übernehmen Graubünden, der Bund und Swiss Olympic je einen Drittel. «Seine» 12 Mio. Franken will der Sport durch Sponsoren aufbringen. Laut Schild sei bereits ein erster Vertrag unterzeichnet.

Gastgewerbe: Abwärtssog verliert gemäss KOF-Umfrage an Kraft

Rückgang geht nach Selbsteinschätzung der Branche höchstens abgeschwächt weiter.

Die Absatzerwartungen bei den Gastgewerbe-Unternehmen sind nicht mehr ganz so negativ wie bisher. Die Teilnehmer der jüngsten Quartalsumfrage der KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich rechnen kaum noch mit weiteren Nachfragerückgängen in der nahen Zukunft. Der Preisdruck dürfte sich deutlich abschwächen, und die Personalplanungen der Unternehmen sehen nicht mehr ganz so häufig Einschränkungen bei der Mitarbeiterzahl vor. Mit einer weiteren Eintrübung der Geschäfts-

lage rechnen die Betriebe kaum noch. Die Beherbergungsunternehmen erwarten, dass sich der Nachfragerückgang abschwächen wird. Sie rechnen mit einem kleineren Minus bei den Logiernächten als in den beiden zurückliegenden Quartalen. Die Befragungsteilnehmer aus der Gastronomie erwarten für die nahe Zukunft eine leichte Abschwächung des Absatz- und Nachfragerückgangs. Preiszugeständnisse seien kaum noch beabsichtigt. dst

Bergbahnen unter Druck

Wetterkapriolen zum Jahreswechsel, enorme Schneemengen und der hohe Frankenkurs: Die Schweizer Bergbahnen blicken auf eine schwierige Saison zurück.

Gemäss dem Saison-Monitor von Seilbahnen Schweiz (SBS) sind in der Wintersaison 2011/12 sowohl die Besucherzahl als auch der Transportumsatz tiefer ausgefallen als im Winter davor. Die 25,1 Millionen Skierdays (Besucher/Ersteintritte) liegen um 3,3% unter der Vorjahresperiode. Der

Umsatz sank um 0,5% auf 800,2 Mio. Franken. Damit liegt der vergangene Winter bezüglich Besucher und Umsatz zwar unter dem 5-Jahres-Durchschnitt, aber doch deutlich über dem Winter 2006/07, welcher den Tiefstand im neuen Jahrtausend darstellt, wie SBS mitteilt.

Die Bilanz zeigt regional ein unterschiedliches Bild. Während die meisten grossen alpinen Skiregionen im Vergleich zum Vorjahr Rückgänge ausweisen, liegen die Umsätze in der Ostschweiz und den Freiburger und Waadtländer Alpen sogar über der Vorsaison. In der Westschweiz konnten einige Bahnen

von ihren Investitionen in neue Bahnanlagen profitieren.

Zwar hat sich das Konsumklima im Inland etwas verbessert, doch drückt der starke Franken auf die Nachfrage. So waren im Sommer die Preisverhandlungen mit den ausländischen Tour-Operatoren für den Winter zäh. Der prognostizierte Rückgang der ausländischen Übernachtungsgäste habe sich denn auch bestätigt, so Seilbahnen Schweiz weiter. Aus dem Euro-Raum kamen deutlich weniger Gäste, was insbesondere in den grossen Tourismusgebieten zu teilweise empfindlichen Rückgängen geführt hat. dst



Zweitwohnung mit Vermietungszwang im Roksresort Laax: Gemäss Arbeitsgruppe sind solche Modelle auch künftig erlaubt.

Positive Signale

Die Arbeitsgruppe zur Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative hat sich zu einem Kompromiss durchgerungen. Die Vorschläge bringen dem Tourismus gewissen Spielraum.

Theres Lagler

Die Stimmung in der 16-köpfigen Arbeitsgruppe des Bundes zur Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative soll angespannt gewesen sein. Nichtsdestotrotz konnte sich das Gremium auf einen gemeinsamen Vorschlag einigen. Dieser beinhaltet folgende Eckpunkte: **Definition des Begriffs Zweitwohnung.** Als Zweitwohnungen gelten auch künftig alle Wohnungen, die vom Besitzer nicht fix bewohnt werden. Der Begriff bleibt damit weit gefasst. **Ausnahme für bewirtschaftete Zweitwohnungen.** Gemeinden, die bereits einen Zweitwohnungsanteil von über 20 Prozent aufwei-

sen, dürfen neue Zweitwohnungen nur noch bewilligen, wenn es sich dabei um «warme Betten» handelt. Gemeint sind Wohnungen, die von einem professionellen Vermarkter zu ortsüblichen Preisen zur Vermietung angeboten werden. Beherbergungsmodelle wie das Roksresort in Laax, bei dem die Wohnungsbesitzer das Nutzungsverrecht haben, gleichzeitig aber für den Rest des Jahres einem Vermietungszwang unterliegen, bleiben damit möglich. Auch neu geplante Reka-Dörfer wie jenes in Blatten (VS) fallen nicht unter den Baustopp. Geprüft wird zurzeit noch, ob Wohnungen mit Vermietungszwang auch zur Querfinanzierung

von Hotelprojekten herangezogen werden dürfen. Auf eine vorgeschriebene Mindestbelegungsdauer hat die Arbeitsgruppe bewusst verzichtet. Der Grund: Der Zweitwohnungsbesitzer kann nur bedingt beeinflussen, ob die Wohnung 100 oder mehr Tage pro Jahr vermietet wird. **Besitzstandgarantie.** Alle Bauten, die vor dem 11. März 2012 erstellt wurden, sollen nach dem damals geltenden Recht genutzt werden dürfen. Das bedeutet, dass bestehende Wohnungen auch künftig frei verkauft und vererbt werden können. **Stichtag.** Nicht einigen konnte sich die Arbeitsgruppe, ab wann der Baustopp für neue Zweitwo-

nungen gelten soll. Sie schlägt mit dem 1. September 2012, der von Bundesrätin Doris Leuthard bevorzugt wird, und dem 1. Januar 2013 zwei Varianten vor.

Schweizer Tourismus-Verband reagiert verhalten optimistisch

Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), beurteilt die Vorschläge der Arbeitsgruppe positiv. «Es gefällt mir, dass neue Zweitwohnungen dem Tourismus zugänglich gemacht werden müssen», betont er. Der Verzicht auf eine Mindestbelegungsdauer sei vernünftig, alles andere hätte einen immensen Kontrollaufwand zur Folge. Der STV will die vorgeschlagene Verordnung in den kommenden Tagen noch vertieft analysieren, um dann an einer gemeinsamen Medienkonferenz mit hotellerieuisse und Gastrouisse am 12. Juni eine ausführliche Stellungnahme abzugeben. Am 18. Juni findet eine konferenzuelle Anhörung aller Involvierten statt, die noch zu Anpassungen führen kann. Der Bundesrat wird dann die Verordnung im August verabschieden.

Veranstaltung «Wie weiter im Schweizer Tourismus?»

Das Institut für Finanzdienstleistungen in Zug, das zur Hochschule Luzern gehört, organisiert am 4. Juli 2012 ein ganztägiges Seminar zur Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative. Sind warme Betten ein Allerheilmittel? Wie sehen künftige Geschäftsmodelle für Tourismusdestinationen aus? Welche Rezepte können von benachbarten Ausland übernommen werden? Diesen und andern Fragen gehen Experten aus Forschung und Praxis nach. Anmeldefrist ist der 22. Juni. Die htr hotel revue ist Medienpartner der Veranstaltung. www.hslu.ch/immobilien

Information und Anmeldung:
www.hslu.ch/immobilien

Aus der Region

Zentralschweiz Nidwalden: Tourismusgesetz zurückgewiesen

Die Schaffung einer Tourismusabgabe und einer neuen Vermarktung der Region ist vorerst gescheitert. Gestern Mittwoch hat der Landrat das Tourismusförderungsgesetz mit 46 zu 5 Stimmen zurückgewiesen. Die Beherberger würden die Vorlage ablehnen, begründete Toni Niederberger (SVP) als Sprecher der vorbereitenden Volkswirtschaftskommission seinen Rückweisantrag. Das Gesetz könne so nicht durchgeboxt werden. Auf Kritik stiess die eigenständige Vermarktung der Tourismusregion Nidwalden (zusammen mit Obwalden). Die geplante Tourismusorganisation sei überdimensioniert, besser wäre es, auf bestehende Strukturen (Wirtschaftsförderung, Luzerner Tourismus) zurückzugreifen.

Rigi Bahnen vermeiden Rekordfrequenzen



Swiss-Image

Im vergangenen Jahr beförderten die Rigi Bahnen 1,29 Millionen Passagiere, 3% mehr als 2010. Dies ist die höchste Frequenz seit Betriebsaufnahme der ersten Rigibahn im Jahr 1871. Auch der Betriebsertrag stieg von 15,1 Mio. Franken im Vorjahr auf rekordhohe 16,5 Mio. Franken im Jahr 2011. Der Gewinn belief sich auf 139'801 Franken, nachdem die Rigi Bahnen 2010 noch einen Verlust von 37'049 Franken verzeichnet hatten.

Berner Oberland

Ja zu Fusion mit Thunersee Tourismus

An ihrer 117. und letzten Hauptversammlung beschlossen die Mitglieder von Thun Tourismus am Dienstagabend einstimmig die Auflösung des Vereins und die Fusion mit Thunersee Tourismus zu Thun-Thunersee Tourismus. Die Fusion erfolgt rückwirkend per 1. Januar 2012, wie der «Berner Oberländer» schreibt. Bereits am letzten Donnerstag haben die Delegierten von Thunersee Tourismus an ihrer Versammlung die Fusion der beiden Tourismusvereine einstimmig genehmigt.

Naturpark Gantrisch braucht Aufmerksamkeit



Swiss-Image

Das Gantrischgebiet ist seit Anfang Jahr offiziell ein regionaler Naturpark. Nun wird gemäss «Berner Oberländer» daran gearbeitet, ihn sichtbar zu machen, mit Schildern an den Eingängen, Themenwegen und einem Infopavillon.

Pro Nacht wird ein Franken fällig

Ab dem 1. November dieses Jahres muss im Kanton Bern eine Beherbergungsabgabe von einem Franken pro Übernachtung abgeliefert werden. Bisher betrug die Abgabe 60 Rappen.

Guidrun Schlenzcek

Ursprünglich sollte die Beherbergungsabgabe im Kanton Bern von 60 Rappen auf Fr. 1.20 verdoppelt werden. Doch bei den Hoteliers stiess das Ausmass der Erhöhung auf wenig Begeisterung. Nun ist der Kanton nach Konsultation der Betroffenen leicht zurückgekrebt und hat die Abgabe nun auf einen Franken pro Übernachtung festgesetzt. Die Änderung gilt ab 1. November 2012. Grundlage für diesen Entscheid ist die Änderung des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG).



Auch die Bieler Hotellerie muss mehr abliefern.

Dadurch steigt der durch die Beherbergungsabgabe ausgelöste Ertrag von 3,7 Millionen auf 6,2 Millionen Franken an. Die zusätzlichen Mittel sollen die touristischen Destinationen des Kantons von übergreifenden Marketing-Aufgaben entlasten. Im Gegenzug hat der Regierungsrat nun einen Rahmenkredit von 9 Mio. Franken für die gemeinsamen Aufgaben in der Marktbearbeitung bewilligt. Die Mittel werden in den Jahren 2012 bis 2015 an die zu gründende Marke-

ting Kanton Bern AG fliessen. Gegenüber 2012 stehen den Destinationen und der Marketing AG ab 2013 somit 50 Prozent mehr Mittel für das touristische Marketing zur Verfügung. Im Vergleich zu den beiden anderen grossen Tourismuskantonen Wallis und Graubünden kann der Rückstand im Tourismusmarketing mit allen diesen Massnahmen reduziert werden, ist man in Bern überzeugt. Nicht zu verwechseln ist die Beherbergungsabgabe mit der kommunalen Kurtaxe.

Bern: Gut ins 2012 gestartet

Nach dem Rekordjahr 2011 ist Bern mit einem geringen Logiernächte-Minus ins 2012 gestartet. Bedauerlich wird von Bern Tourismus das Scheitern des Mobility-Tickets.

In den ersten vier Monaten 2012 sei die Anzahl der Logiernächte um bloss 1% zurückgegangen, dies nach dem Rekordjahr 2011, erklärten Vertreter von Bern Tourismus an der Mitgliederversammlung. Der Drei-Säulen-Mix mit Freizeit-, Geschäfts- und Politortourismus bewähre sich weiterhin, so Tourismusdirektor Mar-

kus Lergier. Zurzeit lässt er abklären, wie sich eine Standseilbahn vom Bärenpark zum Rosengarten realisieren liesse. Zweifel an diesem Vorhaben hegt Alec von Grafenried, Präsident von Bern Tourismus. Er selbst träumt von einer Eventhalle für etwa 5000 Besucher.

«Riesig» enttäuscht ist Bern Tourismus über die gescheiterte Einführung des Mobility Tickets. Bern Tourismus versuchte mit der Hotellerie und den Transportunternehmungen zu erreichen, dass alle Hotelgäste zur Übernachtung einen Libero-Tagepass erhalten würden. Dieses Projekt sei an divergierenden Preisvorstellungen der beiden

Partner gescheitert. «Für uns als Tourismusdestination ist es unverständlich, dass man sich hier nicht auf ein Einführungsangebot einigen konnte», so Alec von Grafenried.

Aber auch die Zukunft wartet mit Herausforderungen auf. So muss die Rolle von Bern Tourismus in der neuen kantonalen Marketing AG definiert werden. Und für die Tochtergesellschaft Bern Incoming GmbH muss ab 2013 unter neuen finanziellen Voraussetzungen eine tragfähige Lösung gefunden werden. Am Swiss Travel Mart und dem Schweizer Ferientag 2013 will man sich als hervorragender Gastgeber beweisen. www.htr.ch

Wallis Tourismus fokussiert auf Heim- und Nahmärkte

Für den Bergsommer während einer Woche im Europa-Park in Deutschland werben.

Da die Wirtschaftsprognosen verhalten sind, will Wallis Tourismus vor allem auf Gäste aus der Schweiz und den Nachbarländern setzen. «Der Heimmarkt ist unser wichtigstes Gastesegment. Dieses muss gezielt und noch stärker umworben werden», sagte Direktor Urs Zenhäusern an der Generalversammlung von Wallis Tourismus. Deshalb wurde auch die Medienpräsenz verstärkt. Durch Medienpartnerschaften mit den grössten Schweizer Medien sowie Publikationen im nahen Ausland will sich das Wallis noch breiter und

prominenter als Top-Destination vermarkten.

Den Bergsommer bringt Wallis Tourismus nach Deutschland. In einer Kooperation mit dem Europa-Park Rust kann sich das Wallis vom 4. bis 10. Juni 2012 vor Ort mit eigenen Attraktionen präsentieren. «Mit dieser Aktion soll der Bekanntheitsgrad des Wallis als Sommerdestination markant gesteigert werden», sagt Urs Zenhäusern. Durch die verschiedenen Attraktionen, Gewinn- und Degustationsmöglichkeiten soll die Lust auf mehr geweckt werden. www.htr.ch

Aus der Region

Graubünden
Zufriedene und
ausgabefreudige
Mountainbiker

Eine von Graubünden Bike in Auftrag gegebene Umfrage bei Mountainbike-Gästen zeigt, dass diese mit dem Angebot sehr zufrieden sind und den Kanton Graubünden als Feriendestination fast zu 100 Prozent gerne weiterempfehlen. Mountainbiker sind für den Sommertourismus sehr interessant, geben sie doch im Durchschnitt 159 Franken pro Tag aus. Diese hohen täglichen Ausgaben würden bestätigen, dass der Bikegast eine wirtschaftlich interessante Zielgruppe ist, welche die Wertschöpfung im Sommertourismus in Graubünden nachhaltig steigern kann.

Ostschweiz**Guter Start in die
Schiffahrtsaison
2012**

Die Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein (Rh) blickt auf einen erfolgreichen Saisonauftakt zurück. Seit dem 1. April fuhren 45 650 Passagiere mit der weissen Flotte auf Untersee und Rhein. Das sind rund 15 Prozent mehr Reisende als in den letzten beiden Jahren im vergleichbaren Zeitraum. Der Bodenseespiegel liegt momentan auf einem für diese Jahreszeit üblichen Wert, wie die URH weiter mitteilt. **dst**

Rechtliche Basis fehlt

Für Radio- und TV-Empfang in Gästezimmern müssen Hoteliers weiterhin keine Urheberrechtsgebühren zahlen. Dank einem Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts.

VIRGINIA NOLAN

Hoteliers und Ferienwohnungsbesitzer können aufatmen: Sie müssen für Radio- und Fernsehgeräte, die sie ihren Gästen in Zimmern zur Verfügung stellen, keine Urheberrechtsgebühren zahlen. Das Bundesverwaltungsgericht (BVGer) hat die Klage der Verwertungsgesellschaften abgewiesen. Bedenke man, dass diese ihre Gebührenforderung ohne rechtliche Grundlage gestellt hätten, überrasche ihn das Urteil nicht, sagt David Stürimann, Projektleiter Rechtsdienst bei hotelle-risuisse.

Hinfällig ist der Konflikt mit dem Urteil zwar nicht, doch hat dieses Klarheit geschaffen: TV

und Radio sind in Hotelzimmern und Ferienwohnungen nicht als «Hintergrundunterhaltung» zu verstehen.

**Hintergrundunterhaltung:
Eine Frage der Definition**

In diesem Detail liegt der springende Punkt. Der Gemeinsame Tarif 3a, der die Urheberrechtsgebühren für Ton- und Tonbildträger regelt, besagt nämlich lediglich, dass deren Nutzung zur «Hintergrundunterhaltung» kostenpflichtig sei. «Hintergrundunterhaltung bedeutet, dass die Verwendung der Repertoires begleitende, nebensächliche Funktion hat», schreibt das BVGer im aktuellen Urteil. «In Hotelzimmern oder Ferienwohnungen ist von einem Gebrauch im Vordergrund auszugehen.

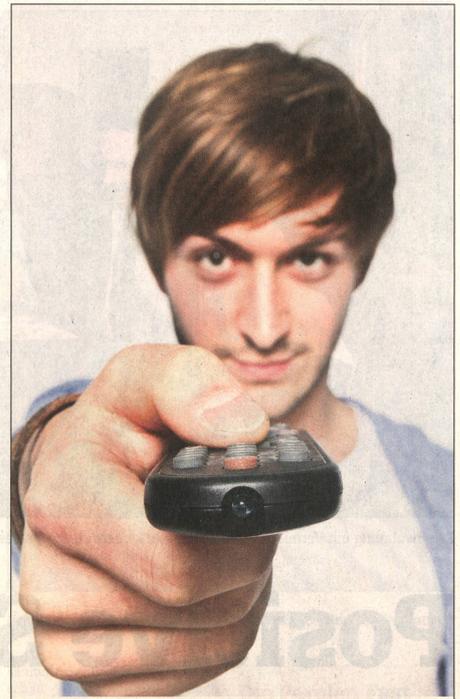
Das bedeutet, dass ein Radio- oder Fernsehgerät deshalb eingeschaltet wird, weil man in diesem Raum Sendungen hören oder schauen möchte. Dies steht im Gegensatz zur Hintergrundunterhaltung, die beispielsweise in der Hotelloobby eine freundliche Stimmung schaffen soll.» Fazit: Die Nutzung in Hotelzimmern oder Ferienwohnungen könne demzufolge nicht unter den Begriff der Hintergrundunterhaltung subsumiert werden und sei

darum auch nicht gebührenpflichtig.

**Zusatzgebühren werden
trotzdem kommen**

2011 hatten die Verwertungsgesellschaften Gastronomen und Hoteliers mitgeteilt, dass in Zukunft eine Zusatzgebühr auf die Radio- und TV-Nutzung in Gästezimmern verrechnet werde. Die Branche wehrte sich mit einer Beschwerde beim Institut für Geistiges Eigentum (IGE), das die Erhebung der Gebühren als nicht zulässig deklarierte. Die Verwertungsgesellschaften warfen daraufhin dem IGE vor, seine Kompetenzen zu überschreiten - und klagten beim BVGer. Wird das Urteil nicht angefochten oder vom Bundesgericht bestätigt, müssen die Verwertungsgesellschaften bereits erhobene Gebühren zurückzahlen.

Um zusätzliche Gebühren, die die TV- und Radionutzung in Hotelzimmern regeln, werde man aber wohl nicht herumkommen, sagt David Stürimann. Überall in Europa müssten Gastgeber solche Abgaben zahlen, und diesen Anspruch anerkenne man auch. «Aber dazu braucht es einen Tarif, der diese Nutzung explizit mit einbezieht. Zurzeit fehlt diese rechtliche Grundlage.» Die Ver-

Fotolia
Fernsehen im Hotelzimmer: Streitpunkt Urheberrechtsgebühren.

handlungen über einen neuen Tarif wurden im März abgebrochen. «Die Verwertungsgesellschaften hatten Vorstellungen, die für uns nicht tragbar sind», so Stürimann. «Vielleicht bewegt

das aktuelle Urteil sie dazu, vom hohen Ross herunterzusteigen, dann finden wir eine Lösung.» Im Sommer kommt die Frage über die Tariffhöhe vor die Eidgenössische Schiedskommission.

ANZEIGE

Aller guten Dinge ist eins.

Die neue Nummer 1 im Markt heisst SIX Payment Services.

Aus einer Hand bieten wir ab sofort die ganze Erfahrung und das gesamte Angebot von SIX Multipay, SIX Pay, SIX Card Solutions, SIX Paynet und SIX Interbank Clearing.

SIX Payment Services bietet Finanzinstituten und Händlern sichere, innovative Lösungen für den bargeldlosen Zahlungsverkehr und setzt dabei Massstäbe in Bezug auf Flexibilität und Kundennähe. Mit rund 1000 Mitarbeitenden an 13 Standorten begleiten wir Kunden aus 33 Ländern. SIX Payment Services ist ein Unternehmen von SIX. In den Bereichen Wertschriftenhandel und -abwicklung sowie Finanzinformationen und Zahlungsverkehr bietet SIX weltweit erstklassige Dienstleistungen.

www.six-payment-services.com

Payment Services

Unlocking the potential.



«Die Lage eines Hotels auf der Rigi hat so viele Vor- wie Nachteile.»

Rolf Kasper
Kasper Holding

Herausforderung Hotel Rigi Kaltbad: Investor Rolf Kasper will an die alten Glanzzeiten der Rigi anknüpfen, betont aber: «Der Aufhänger ist klar das Botta-Bad.»

«Wir planen neue Gruppe»

Letzten Samstag eröffnete das renovierte Hotel Rigi Kaltbad. Investor ist Rolf Kasper, Miteigentümer der Aargauhôtels. Was ihn an der Rigi reizt und wo er die Zukunft seiner Hotelgruppe sieht.

GUORUN SCHLENZCEK

Rolf Kasper, was hat Sie motiviert, das Hotel Rigi Kaltbad zu übernehmen?
Das neue Bad von Mario Botta, der Berg, die Tradition des Ortes – die Rigi wird ja auch gern Königin der Berge genannt. Aber der Betrieb ist natürlich auch eine gewaltige Herausforderung.

Bis anhin besitzen Sie ausschliesslich Hotels im Grossraum Aarau. Wie kamen Sie dazu, auf der Rigi zu investieren?

Ich wurde vom damaligen Besitzer der Bau-Firma Wüst aus Nebikon angefragt. Anscheinend habe ich mir durch meine Tätigkeiten inzwischen einen Namen als Hotel-Investor gemacht.

Wie viel Geld mussten Sie in die Hand nehmen?
Allein die Renovation der ehemaligen Hostellerie kostete annähernd 4 Millionen Franken. Dazu kommen noch 18 Eigentumswohnungen im ehemaligen Hotel Bellevue, von denen bereits 9 verkauft sind.

Fakten Das Hotel ist eröffnet, das Botta-Bad folgt am 2. Juli

Die ehemalige Hostellerie Rigi Kaltbad wurde komplett renoviert und eröffnet am 26. Mai als **Hotel Rigi Kaltbad**. Das Hotel verfügt über 120 Betten, ein Selbstbedienungs-, ein Tages- und ein Halbpensionsrestaurant sowie eine Bar mit Lounge. Das Hotel bietet einen direkten Zugang zum neuen, von Mario Botta gestalteten Mineralbad & Spa, das am 2. Juli eröffnet wird. Gastgeber sind Andreas Kümin und Karina Wodrich. **Rolf Kasper** ist mit seiner Kasper Holding Mitinhaber von 11 Hotels, verschiedenen Immobilien und beteiligt an diversen Handels- und Produktionsbetrieben im Möbelbereich, gsp

Inklusive Kauf liegt die Gesamtinvestition bei rund 20 Mio. Franken.

Wie wichtig war für Ihren Entscheid das Mineralbad von Architekt Mario Botta?
Ohne dieses ausserordentliche Bad hätte ich den Betrieb nicht übernommen. Der Aufhänger für den Standort ist ganz klar das Botta-Bad.

Kommen die früheren Glanzzeiten der Rigi mit neuem Hotel und Bad wieder?
Vielleicht nicht so wie zu Zeiten von Mark Twain. Heute gibt es deutlich mehr touristische Anbieter in der Region und damit auch mehr Konkurrenz. Aber es ist richtig, wir wollen an die alten Zeiten anknüpfen. Es soll zu einer spürbaren Belebung kommen: Zählte die vorherige Hostellerie 15 000 Logiernächte pro Jahr, so sind jetzt 25 000 Logiernächte unser Ziel.

Sie gaben die Zusage zum Kauf vor dem Währungs-Problem. Würden Sie heute wieder Ja sagen?
Die Frankenstärke betrifft uns weniger. Ich rechne mit mindestens 70 Prozent Schweizer Gästen.

Wie gross ist die Herausforderung, auf der Rigi ein Hotel zu betreiben?

Die Lage hat so viele Vorteile wie Nachteile. Wir verkaufen den Standort natürlich als Vorteil: die absolute Ruhe, die fantastische Aussicht. Aber es ist klar: Durch die ausschliessliche Erreichbarkeit per Bahn haben wir rund 3 bis 4 Prozent höhere Kosten. Auch der Gast muss für die Anreise etwas mehr Geld ausgeben. Also müssen wir ihm auch mehr bieten.

Wie klappt die Zusammenarbeit mit der Bahn?
Die ist sehr gut. Wir werden gut bedient.



Das neue Hotel Rigi Kaltbad, das Botta-Bad ist erst Projektion.

Die Ticketpreise sind nicht billig, aber die Leistung hat halt ihren Preis. Wir hoffen nun, dass sich die Rigi-Bahnen beim neuen Bahnhof Rigi Kaltbad, der 2013/2014 fertiggestellt sein soll, ebenfalls für einen Botta-Bau entscheiden werden.

Die Kernkompetenz Ihrer Gruppe Aargauhôtels liegt im Seminar- und Businessbereich: Wird das auch auf der Rigi das Hauptgeschäft?
Für die Business-Kunden fehlt uns auf der Rigi das Frequenzgeschäft. Ich schätze, dass ein Viertel der Logiernächte auf Seminar-Geschäft entfallen wird und drei Viertel auf Privat-Kunden. Die Rigi ist ein idealer Seminar-Standort: Die Teilnehmer können dem Veranstalter nicht abhauen ...

Wie wichtig ist Ihre Hotelgruppe aus dem Aargau für das Hotel auf der Rigi?
Ohne die Gruppe im Hintergrund hätte ich das Rigi Kaltbad nicht gekauft. Dank den Synergien im Einkauf und in der Administration können wir sicher einige Prozente bei den Kosten sparen. In der

Gastgewerbe-Branche können 5 Prozent entscheidend sein. Den grössten Vorteil sehe ich aber im Finanzmanagement. Der Hotelier kann sich voll auf seine Funktion als Gastgeber konzentrieren und muss sich nicht mit der Finanzmittelbeschaffung und Investitionsplänen herumschlagen. Das ist mein Job. Ich kümmere mich auch um Umbau und Neueröffnungen, wenn der Betrieb läuft, ziehe ich mich zurück. Dann überlasse ich das operative Geschäft meinen Partnern, alles Gastgewerbe-Profis, die jeweils an der Betreiber-AG auch finanziell beteiligt sind.

Unter Ihrer Gruppe Aargauhôtels können Sie das Rigi Kaltbad aber kaum laufen lassen?

Es wird eine neue Gruppe geben. Der Name ist noch nicht bestimmt. Wir wollen eine Hotelgruppe ins Leben rufen, die nicht mehr auf den Aargau beschränkt ist und auch eine Expansion in der Ferienhotellerie erlaubt. Wichtig ist mir aber, dass jeder Betrieb seine Individualität behält. Eine Hotel-Kette will ich nicht. Auch beim Food lautet die Devise, viel lokal einzukaufen.

Sie zählen heute 11 Hotels in Ihrem Portfolio. Wie viele sollen es noch werden?

Eigentlich sind so zehn Hotels eine gute Grösse für eine Hotelgruppe. Konkrete Wachstumsziele haben wir keine. Wenn wir weiter wachsen, dann mit verschiedenen Untergruppen. Es muss auch nicht immer ein Kauf sein, gegenwärtig sind wir mit einer Hotel-Kooperation für eine nähere Zusammenarbeit im Gespräch.

Warum investieren Sie eigentlich in Hotels?

Das ist Zufall. Ursprünglich komme ich aus der Möbelbranche. Mein Engagement in der Hotellerie hat vor 20 Jahren begonnen: In der Nähe meines Wohnortes ging ein Hotel am Hallwilersee Konkurs. Das fand ich schade und habe den Betrieb kurzerhand gekauft. Ich musste dann feststellen, dass das Gastgewerbe kein einfaches Business ist. Ich war aber sofort davon fasziniert.

Standpunkt

Sommer in der Schweiz – mit dem ÖV am schönsten



JEANNINE PILLOUD*

Frei-zeit-verkehr: Ich tue mich etwas schwer mit diesem Wort. Es sagt wenig über die Lust, die dahinter steckt: Am glücklichsten und meist auch am kreativsten oder effizientesten sind jene, die neben ihrem Beruf Zeit haben fürs Privatleben. Im Sommer bleibt für viele Leute mehr Zeit als sonst für Freizeitverkehr – zum Beispiel für Wandern, Festivals, oder auch Museumsbesuche. Auch mir fallen die besten Ideen unterwegs zu.

Dafür tun wir auch einiges, sei es

«Wir müssen die guten und attraktiven Verbindungen noch bekannter machen.»

mit attraktiven Kombitickets von Bahn und Freizeiterlebnis oder den vielen Extrazügen bei Veranstaltungen und während Ferien- und Feiertagen. Sie werden jetzt vielleicht denken, dass die Züge der SBB oft stark ausgelastet sind. Das ist insbesondere in den Stosszeiten am Morgen und am Abend so. In den Nebenverkehrszeiten haben wir noch grosses Wachstumspotenzial: Von 100 Reisenden sind heute 56 als Freizeitreisende unterwegs. Rund zwei Drittel dieser Freizeitreisenden fahren aber noch mit dem Auto. Beim ÖV-Modalsplit in der Freizeit kann die Bahn also noch zulegen. Für mich ist klar: wir müssen die guten und attraktiven Verbindungen bis ins abgelegene Bergtal und in unsere Städte noch bekannter machen. Wir können noch mehr Menschen auf die Schienen, aufs Schiff oder die Luftseilbahn bringen. Vor Kurzem hat die SBB mit den Transportunternehmen des öffentlichen Verkehrs und Schweiz Tourismus die neue Freizeitkampagne lanciert: In der Schweiz haben wir die einmalige Situation, dass die verschiedenen Verkehrsunternehmen und Tourismuspartner zusammen reden. Damit unsere Kundinnen und Kunden einfach und gerne mit uns reisen, spannen wir zusammen und sorgen für eine abgestimmte Transportkette von der Haustür bis zum Berggipfel. Diesen Trumpf können wir alle gemeinsam nutzen. Ich bin überzeugt, das Freizeitsortiment, das wir im Köcher haben, ist attraktiv. Der Sommer in der Schweiz ist schön – mit dem öffentlichen Verkehr wird er noch schöner.

* Jeannine Pilloud ist Leiterin Personenverkehr bei der SBB.

ANZEIGE

HESSER

Unternehmensberatung

Jeder Betrieb hat Potenzial für mehr Cashflow...

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

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



«Ich freue mich, dass diese IMEX es schaffte, die Branche für eine offene, intelligente und informierte Diskussion zusammenzubringen.»

Ray Bloom Chairman der IMEX-Gruppe, am Politicians Forum der IMEX 2012, Frankfurt.

Riviera Latina Festival

Seit die Nationalmannschaft von Brasilien vor sechs Jahren in Weggis trainierte, gilt der Tourismusort über Pfingsten als Treffpunkt der Salsa-Szene.



Kaspar Widmer, Gemeindepräsident: «Festival gehört zu Weggis.»

KARL JOSEF VERDING

Drei DJs, sechs Tanzschulen und zwei Livebands – als Top-Act das Orquesta Ocho y Media aus Paris – liessen am Festival die Weggiser Riviera während drei Tagen und zwei Nächten unter heissen Rhythmen erzittern. Viele Gäste und Einheimische mischten sich unter die Tanzenden oder schlenderten zu tausenden durch das Festival-dorf. 16 bunte Stände boten Tropical Drinks und Kulinarisches

aus aller Welt. Die Kinder vergnügten sich beim Trommelworkshop mit Leonardo Ponce. Wie verwurzelt das Festival ist, zeigte sich am Pfingstsonntag: Bis zum letzten Platz war der offene Pavillon bei der Schiffstation am Riviera-Gottesdienst besetzt, und alle liessen sich vom offenen Geist der Begegnung anstecken. Zusammen mit der katholischen Kirchgemeinde und dem Claro-Weltladen überreichte das OK der Bethlehem-Mission Immensee einen Check von 5000 Franken für ein Kinder-Strassenprojekt in Kolumbien.



Begegnung mit Effekt: Leonardo Ponce, Musiker und Tanzlehrer aus Kolumbien, koreanische Touristin.



Mischa und Dagmar Hasler, Präsident Weggis Vitznau Rigj Tourismus vom Hotel Gerbi in Weggis.



OK-Präsident David Coulin (l.) mit Patrick Theler von Band & Jam. Coulin: «Dieser Mix ist einzigartig.»

Sesselrücken

Neue Leitung für das Hotel National Zermatt

Michael Bresser (42, Bild) ist neuer geschäftsführender Hotel-direktor im Hotel National in Zermatt. Er tritt die Nachfolge von



ZVG

Stefan Steinle an. In den vergangenen Jahren war Bresser als Mitglied der Geschäftsleitung in der Stadtcasino Baden Betriebs AG für das Qualitätsmanagement und die Gastronomie verantwortlich.

Vom Park Hyatt Zürich ins Hyatt Regency Mexico

Hyatt hat sein erstes Hotel in Mexiko-Stadt gekauft. Das Hotel Nikko Mexico wird ab sofort als Hyatt Regency Mexico-Stadt geführt. Der Schweizer Kurt Straub übernimmt die Direktion. Er war seit 2004 Generaldirektor des Park Hyatt Hotels Zürich. Straub übt neben der Direktion in Mexiko-



ZVG

Stadt auch die Funktion des Hyatt-Regionaldirektors für Mexiko aus.

Ex-SBB-Chef führt neue Berner Kulturinstitution

Der ehemalige SBB-Chef Benedikt Weibel (Bild) wird am 1. Juli Stiftungsratspräsident von Konzert Theater Bern (KTB), dem Fusionsprodukt von Stadttheater und Symphonieorchester Bern. Das geben die Träger der neuen Kulturinstitution bekannt. Weibel soll seine Führungs- und Kommunikationsenergie in den Dienst des seit bald einem Jahr bestehen-



ZVG

den neuen Gebildes stellen, sagte der Berner Regierungspräsident Bernhard Pulver an einer Medienkonferenz. Die bernische Kantonsregierung hat Weibel für eine Amtszeit von zwei Jahren gewählt.

Monika Ribar für den Swiss-VR vorgeschlagen

Die Swiss Luftfahrtstiftung schlägt Monika Ribar (52), CEO Panalpina World Transport, als neue Swiss-Verwaltungsrätin vor. Sie soll an der Generalversammlung vom 28. Juni die Nachfolge des langjährigen Swiss-Verwaltungsrats Walter Bosch antreten. Dieser tritt nach fast zehn Jahren im Amt altershalber aus dem Gremium zurück. Moritz Leuenberger, Präsident der Swiss Luftfahrtstiftung, begründet die Wahl: «Die Stiftung hat mehrere Kandidaten evaluiert und sich klar für Monika Ribar ausgesprochen, weil sie einen einschlägigen Leistungsausweis in Logistik und Verkehr aufweist.» kjv

Engelberg auf einer Wolke der Nostalgie

Rund 500 Oldtimer konnten am Pfingstsonntag in Engelberg bestaunt werden. Auch die Kostüme einiger Besitzer – als willkommene Gäste – waren «oldtime».

Ab 16 Uhr füllte sich Engelbergs Kurpark mit immer mehr Oldtimer-Modellen. Die Besucher bekamen eine breite Palette an Fahrzeugen präsentiert: von alten Autos aus der Anfangszeit, mit Dampftrieb, über Autos aller Epochen bis hin zu Motorrädern und Wohnwagen. Über Motor, Marke und Alter der Exponate wurde rege diskutiert. Einige Kostüme

der rund 1500 Teilnehmer waren fast so sehenswert wie die Oldtimer selbst; sie wurden bis ins kleinste Detail auf die Epoche der Fahrzeuge abgestimmt. Um 18 Uhr verabschiedeten sich die Oldtimer auf «geschmackvolle» Weise, indem sie den Kurpark beim Wegfahren in eine weisse Abgaswolke hüllten und ihre Nostalgie versprühten.

KARL JOSEF VERDING



Martin und Ruzica Hörlner aus Bubikon mit ihrem 1931er Buick 8-67^{ZVG} Sedan, Gerhard Kaufmann aus Root mit 1948er Royal Enfield J2.

Zugkraft fürs Surselva-Fest

Die Rätische Bahn feiert das 100-jährige Bestehen der Strecke Chur – Disentis/ Mustéf. Zum Fest-Auftakt präsentierte sie gemeinsam mit dem Publizisten aus der Surselva, Iso Camartin, die bemalte Jubiläumslok.

Für das Jubiläum hat die RHB die Lokomotive Ge 4/4 II 630 «Trun» mit dem Logo «100 Jahre Chur-Disentis» / «100 onns Cuera – Muster» versehen. Die Jubilok wurde nun erstmals der Öffentlichkeit präsentiert.

Für die kleine Feier in Chur konnte mit Iso Camartin ein weit über die Kantonsgrenze hinaus bekannter Bündner mit Surselva-Wurzeln gewonnen werden. Camartin und der Leiter Vertrieb &

Marketing der RHB, Martin Sturzenegger, entliessen die Lok in Chur als Werbeträgerin aufs Bündner Schienennetz. Sturzenegger: «Mit ihrer Präsenz macht

sie im ganzen Kanton auf das Fest aufmerksam und wird am 16. und 17. Juni möglichst viele Besucherinnen und Besucher in die Surselva locken.» kjv



Iso Camartin (r.), Bündner mit Surselva-Wurzeln, und RHB-Marketing-leiter Martin Sturzenegger entliessen die Lok als Werbeträgerin.

Final-Event nach Online-Voting für die besten Wodka-Shot-Kreationen

Abschluss der 1. Internationalen Online Trojka Shot Competition im Hotel Schweizerhof Luzern.

Gesucht wurde der beste Shot aus «Trojka Wodka». Nach dem Voting auf Facebook waren die besten 10 Bewerber aus Europa bekannt. Die Fachjury degustierte die 10 Top Shots und ermittelte so den Sieger. Über 200 geladene Gäste aus der Bar- und Getränkebranche erschienen zur Prämierung, darunter die 10 Finalisten. Kurz nach 22 Uhr hatte das Warten ein Ende, und der Sieger wurde bekanntgegeben. Der Gewinner ist aus der Schweiz: Mit der Shot-Kreation «Djaeoli» sicherte sich die Bar «People's» in Frauenfeld den erste Platz und durfte ein Preisgeld in der Höhe von 10000 Franken mit nach Hause nehmen: Der zweite Platz ging mit dem Shot «Jaffa» von Janjtes

Verjaardag nach Holland. Der drittbeste Shot wurde vom Zentralschweizer Club «Pravda» kreiert und nennt sich «Sunset Dreamer». Die Gewinner und die Partygäste feierten lang. kjv



Die Moderatoren: Philippe Bangert (l.) und Rolf Lang von Verkauf & Marketing Diwisa.

Wir machen Hotels erfolgreicher.

rebagdata
hotel management solutions 044 711 74 10 www.rebag.ch

hotellerieuisse
www.hotellerieuisse.ch

protel

Abseits. Zu Besuch im «Schlössli Sax» Seite 8; **Der «Ochsen» in Muri (AG) lebt von seiner Geschichte** Seite 9; **Das «Kaubad» in Appenzell ist auch international bekannt** Seite 10; **Die «Moosegg» punktet mit ihrer Küche** Seite 11

Leidenschaft, Qualität und Dienstleistung

Nicht jedes Hotel steht in einem touristisch attraktiven Ort. Ein Nachteil, den Gastgeber mit Mehrwert wettmachen müssen. Etwa mit herausragender Qualität.

CHRISTINE KÜNZLER



Ansprechend auch von aussen: der Gasthof Löwen in Bubikon.

Die Lage entscheidet über den Erfolg, sagen Branchen-Fachleute.

Was jedoch, wenn ein Betrieb irgendwo abgelegen steht oder in einem kleinen Dorf, in das sich kaum je ein Tourist verirren wird? In diesen Gasthöfen und Hotels sind die Gastgeber ganz besonders herausgefordert. Sie müssen ihren Gästen so viel bieten, dass sie des Restaurants oder Hotels wegen dorthin kommen. Besitzer, Pächter oder Direktoren müssen also in irgendeinem Bereich stark und gut sein.

Wie zum Beispiel Rita und Domenico Miggiano vom «Löwen» in Bubikon, 25 Bahnminuten von Zürich entfernt. Sie bieten ihren Gästen ein «Zuhause». «Das schätzen Gäste, die meist in Kettenhotels logieren, ganz besonders», betont Rita Miggiano. Auf Komfort müssen die Gäste in den 11 neu renovierten, stilvollen Design-Zimmern und Suiten nicht verzichten, dafür sorgen die Gastgeber. Gebucht werden die Zimmer wochentags vor allem von Businessgästen. Sie bezahlen für das Doppelzimmer zur Alleinbenutzung gleich viel wie für das Einzelzimmer.

Die Hotelzimmer sind während der Woche zu 70 bis 80 Prozent ausgelastet. «An den Wochenenden ist es bei uns generell ruhiger und die Belegung ist sehr unter-

schiedlich.» Meist nächtigen dann Gäste, die ihre Hochzeit im «Löwen» feiern oder ein Bankett durchführen.

Den stärksten Umsatz bringt die Gastronomie

Die Gastronomie ist das wichtigste Standbein des Bubikoner Betriebs. Damit generieren Miggianos 65 Prozent ihres Umsatzes. Neben dem Gourmetrestaurant mit 16 Gault-Millau-Punkten und der A-la-carte-Gaststube mit gut-

«Weil wir so gute Qualität bieten, wirkt sich unser Standort nicht nachteilig aus.»

Rita Miggiano
Gastgeberin «Löwen», Bubikon

bürgerlicher Küche stehen zwei Bankettsäle zur Verfügung, für 80 und für 20 Personen. «Weil die Preise in unseren Restaurants im höheren Segment liegen, schnüren wir keine Packages und bieten keine Halbpension an», erklärt Rita Miggiano. «Denn gerade ausländische Gäste möchten für eine Vor- und Hauptspeise oft nicht 60 Franken bezahlen.» Die Restaurants, sagt sie, «sind sehr gut ausgelastet. Weil wir so gute Qualität bieten, wirkt sich unser Standort nicht nachteilig aus.»

Rita und Domenico Miggiano führen den Betrieb seit 12 Jahren, 5 davon erst als Pächter, 7 als Besitzer. Vor ihnen hatte der «Löwen» alle zwei Jahre einen neuen Pächter. Bei Miggianos zeigt die Erfolgs-



Bankette und Hochzeiten füllen an Wochenenden die Zimmer.



Die «Löwen»-Zimmer sind alle individuell gestaltet.

kurve nach oben. Nicht nur, weil sie leidenschaftliche Gastgeber sind, sondern, weil sie ihren Betrieb mit viel Know-how führen. Sie hat eine Hotelfachschule absolviert, er eine Ausbildung als Küchenchef. Beide kamen direkt vom Engadiner Luxushotel Suvretta House in den ländlichen «Löwen». Doch sie haben nicht nur das Qualitätsbewusstsein, die Dienstleistungsbereitschaft und die Profes-



Das Gastgeberpaar Rita und Domenico Miggiano setzen in ihrem Haus auf Qualität, Professionalität und Dienstleistung.

Bilder zvg

sionalität mitgebracht, sondern auch kräftig investiert: in die Zimmer und in die Küche.

Glückliche und zufriedene Gäste und Gastgeber

Rita und Domenico Miggiano sind Eltern von zwei Buben – sie bringen also noch das Familienleben unter den gleichen Hut. 18 Mitarbeitende helfen dem Gastgeberpaar bei der Gästebetreuung.

Er, Domenico Miggiano, ist verantwortlich für die Küche und im Nebenamt Hausmeister im «Löwen». Sie kümmert sich um die Administration und berät als Sommelière ihre Gäste.

Nicht nur der wirtschaftliche Erfolg ist gross, auch das Glück der Gastgeber: «Wenn wir nicht glücklich wären mit dem, was wir tun, würden wir eine neue Herausforderung suchen», stellt sie klar. Zu

sehen, dass der Gast ihr Engagement schätze, bereite Freude, sagt Rita Miggiano. «Natürlich könnten wir den Umsatz der Zimmer und Bankette steigern. Doch wir sind sehr zufrieden.»

Vermarktet wird der Gasthof Löwen über Rapperswil-Zürichsee-Tourismus, über Booking.com und über den Hotelführer von hotellerieuisse, wo der Betrieb als Swiss Lodge klassifiziert ist.

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

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

Der Weg
zum Ziel...

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



Revisiohne mich!

Wir vertreten Ihre Interessen mit Nachdruck – bei Revisionen aller Art.

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

NEWBY

The de qualité à un prix abordable

Teo Qualität zu einem erschwinglichen Preis

NEWBY TEAS (SUISSE) S.A.
021 535 16 07 - service@newbyteas.ch

Markus Bommer, Partner

präsent

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

www.pistor.ch

frischindieküche

PISTOR

Abseits. St. Galler Rheintal. Die mehrfach ausgezeichnete Küche lockt die Gäste ins «Schlössli Sax». Schlossherr und Küchenchef Peter Pfiffner hat sich sein Können bei Spitzenköchen angeeignet.



Der Landgasthof «Schlössli Sax»: Die im Jahr 1551 erbaute Residenz wurde mit viel Liebe zum Detail restauriert und zum Hotel mit Restaurant ausgebaut. Bilder zvg

noch im Romantik Hotel Stüvetta Veglia in Celerina, als Chef de rang und Chef de service.

Ein kleines Team in einem wenig konstanten Betriebsverlauf

«In Randregionen ist es schwierig, die nötige Konstanz des Geschäfts hinzubringen. Es gibt Tage, wo wir zwei Personen zu Gast haben, an anderen Tagen platzen wir aus allen Nähten», berichtet Diana Pfiffner. «Uns hilft, dass wir eine der schönsten Gartenterrassen im Rheintal haben. Oft kommen auch Gäste von weiter her, zum Teil auf der Durchfahrt, Deutsche oder Schweizer. Am nächsten Tag fahren sie relaxed weiter in den Urlaub, nach gutem Essen und Schlafen.» Solches hat, bei 40 Plätzen im «à la carte» und einer Kapazitätsgrenze von 100 Leuten im Haus, öfters auch das «Schlössli»-Team nötig: In der Küche arbeiten Peter Pfiffner sowie ein weiterer gelernter Koch und zwei Lehrlinge. Den Service versehen Diana Pfiffner plus eine gelernte Kraft und zwei Lehrlinge. Bei grossem Andrang helfen Diana Pfiffners Eltern.

«Man muss unser Geschäft als gesamten Kuchen anschauen»

Der Preis für ein normales Doppelzimmer im Schlössli beträgt 170 Franken, 230 Franken kostet die Hochzeits-Suite, das Apartment mit vier Betten 290 Franken. «Bei der Seminar-Infrastruktur können wir mit Hotels nicht mithalten. Aber ein Brainstorming in guter Umgebung ist bei uns sicher», sagt die Gastgeberin selbstbewusst. Zahlen zur Auslastung und zum Umsatz werden nicht preisgegeben. «Schwerpunkt ist das A-la-carte-Geschäft. Aber man muss den gesamten Kuchen anschauen», sagt sie. Immer wichtiger für das «Schlössli»-Marketing wird der nahe Golf-Club.

Mal sind es zwei Gäste, am andern Tag hundert

Krasse Ausschläge der Frequenzen gibt es im «Schlössli Sax» am abgelegenen Ort im St. Galler Rheintal. Aber Einsatz und Qualität der kleinen Schloss-Besatzung sichern den Erfolg.

KARL JOSEF VERDING

Das Dörfchen Sax im St. Galler Rheintal: Vom nächsten grössten Ort, Buchs mit 2000 Einwohnern, ist es eine Auto-Viertelstunde entfernt. Die nächsten grösseren Städte sind St. Gallen und Chur mit 30 bzw. 40 Minuten Distanz. «Ganz klar, wenn man so abgelegen ist, muss man die Kundschaft speziell bewegen, herzukommen. Da hilft unser Standbein, die mehrfach ausgezeichnete Küche», sagt Diana Pfiffner-Kindle, Gastgeberin des Hotels und Restaurants Schlössli Sax, das sich als Landgasthof versteht, und bei hoteletriesue ein Mitglied der Sparte «Swiss Lodge» ist. «Es macht Spass», sagt sie: «Die Gäste haben

Freude, dass wir da sind. Alles gestaltet sich sehr persönlich.» Das Schlössli, die 1551 errichtete Residenz des Freiherrn Philipp von Hohensax, steht unter Denkmalschutz. Hotel und Restauration sollen den Erhalt und die Zugänglichkeit des Baudenkmals sichern. Das Schloss-Ambiente und der Genuss-Effekt der mehrfach ausgezeichneten Schlössli-Küche sorgen für eine ganz eigenständige Ausstrahlung. Besitzer des Gebäudes ist eine Aktiengesellschaft mit Stiftungscharakter, ohne eigene Profitabsicht, mit rund 400 Aktionären: Private, Geschäfte und Unternehmen.

Bereits seit 1808 gab es im Schlössli eine Gaststätte. Seit dem Sommer 2002, nach einer Renova-

tion mit innerem Umbau, ist das «Schlössli Sax» ein Landgasthof mit neun Gästezimmern. Es wird von Diana und Peter Pfiffner-Kindle geführt. Sie wird in diesem Jahr 36, er 43 Jahre alt.

Peter Pfiffner leitet die Küche. Er kam mit besten Referenzen: unter anderem «Jöhrli's Talvo» in Champfèr bei St. Moritz – heute «Talvo by Dalsass» – und vorher das «Santabbondio» in Sorengo TI, mit Küchenchef Martin Dalsass, der im November 2011 das «Talvo» übernahm. Als «Entdeckung des Jahres» wurde Peter Pfiffners

«Schlössli»-Küche bereits 2003 mit 15 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet.

«Es macht Spass. Die Gäste haben Freude. Alles gestaltet sich sehr persönlich.»

Diana Pfiffner-Kindle
Gastgeberin, Schlössli Sax

Diana Pfiffner ist Quereinsteigerin. Ihre erste Ausbildung hatte sie als Vermessungszeichnerin, dann ging sie zur Verbesserung ihres Englisch auf einen Auslandsaufenthalt nach Australien. Dort, in Perth, lernte sie ihren Mann kennen. Sie machte eine Zusatzlehre als Restaurationsfachfrau, nach dieser Ausbildung arbeitete auch sie im «Jöhrli's Talvo», als Commis und Chef de rang, vor der Selbstständigkeit dann



Dynamisches Duo im «Schlössli»: Diana und Peter Pfiffner-Kindle.

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

15 Jahre
IFZ Zug
15 Jahre

FH Zentralschweiz

Zweitwohnungsinitiative: Wie weiter im Schweizer Tourismus?

Internationale Experten aus Forschung und Praxis zeigen, was auf Feriendestinationen zukommt und wie sie damit umgehen können.

Details und Anmeldung: www.seminare.ifz.ch, ifz@hslu.ch

Mittwoch, 4. Juli 2012, 8.45 – 17.30 Uhr am
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ, Grafenauweg 10, Zug

htr hotelrevue

Abseits. Aargau. Der «Ochsen» im aargauischen Muri erzählt Geschichten. Das mögen die Gäste, welche dort einkehren. In der Vergangenheit stecken bleibt das 3-Sterne-Hotel aber nicht. Das nächste Kapitel ist noch offen.

Der «Ochsen» in Muri steht weder an einem See noch entzückt ein besonderes Panorama. Obwohl der Betrieb gut läuft, stimmt die Zukunft den Eigentümer nachdenklich.

SARAH FORRER

Der Presslufthammer hämmert. Bauarbeiter teeren die Strasse. Die Strasse vor dem Restaurant Ochsen im aargauischen Muri ist eine einzige Baustelle. Das ist aber nicht der einzige Grund, warum trotz Sonne und warmen Temperaturen niemand auf der gemütlichen Terrasse hinter dem Haus sitzt. Der «Ochsen» hat keine Laufkundschaft. Eine Häuserzeile versperrt den Weg auf die gut frequentierte, autofreie Flaniermeile und zum angrenzenden Kloster. Dazu kommt: Das schmucke Dorf ist alles andere als ein Tourismusmagnet. Mit knapp 8000 Einwohnern, ohne imposante Sehenswürdigkeiten und mit wenig Industrie, zieht es weder Scharen von japanischen Gästen noch ausländische Ingenieure an.

Warum sich das Hotel gleichwohl seit über einem Jahrhundert behauptet, erklärt sich der Eigentümer Robert Stöckli so: «Der «Ochsen» lebt von seiner Geschichte.» Als Stöckli das Hotel vor fünf Jahren von seinen Eltern übernahm, ist mit ihm die fünfte Generation in das 400-jährige Haus eingezogen. In der über 130-jährigen Geschichte ist aus dem kleinen, unscheinbaren Wirtshaus ein ansehnlicher Betrieb mit verschiedenen Standbeinen gewachsen. Neben dem Restaurant und den 15 Hotelzimmern betreibt die Familie zwei Bankettsäle und bietet Catering ausser Haus an. Die meisten Gäste kennen den «Ochsen» und vor allem die Familie Stöckli von jeher und kommen seit Jahren regelmässig.

Langsame Modernisierung
Robert Stöckli, der die Hotelfachschule in Thun absol-

Robert Stöckli, Hotel Ochsen, Muri.



Geschichtsträchtiger Saal im Restaurant Ochsen im aargauischen Muri.

Geschichte als Trumpf

viert hat, will sich aber nicht auf der langen Tradition des «Ochsen» ausruhen. Er ist daran, das 3-Sterne-Haus langsam zu modernisieren. So hat der Aargauer etwa die Speisekarte radikal zusammengestrichen. «Wir setzen nur noch auf auserwählte regionale Speisen und eine ständig wechselnde saisonale Karte», sagt Stöckli. Röstifestivals und Fondueplausch sind dem Aargauer ein Gräuel. «Lieber weniger anbieten, und das dafür richtig», ist Stöckli überzeugt.

Um ein jüngeres Publikum

anzusprechen, hat Stöckli die Konzertreihe «Musik im Ochsen» lanciert. Auch Tanzveranstaltungen stehen auf dem Programm. Den grössten Schritt wagte er mit der Pachtung des «Café Sternens», das direkt an der Flaniermeile und vor dem Kloster steht. «Wir haben sozusagen den Anker nach vorne ins Dorf geworfen.» Dort ist die Terrasse besser frequentiert, bietet so auch eine Werbepattform für den «Ochsen».

Die Strategie scheint sich auszuzahlen: Der Umsatz stieg stetig

auf heute insgesamt 1,4 Mio. Franken. 15 Angestellte arbeiten mittlerweile für den Betrieb. Die 15 Zimmer sind gut ausgelastet.

«Um den «Ochsen» zu führen, braucht es viel Herzblut und Engagement.»

Robert Stöckli
Hotel Ochsen, Muri

Geburtstage. Alles in allem blieb unter dem Strich seit Jahren alles im grünen Bereich.

Eigentlich alles in Butter, könnte man meinen. Doch Stöckli nippt nachdenklich an seinem

Kaffee und richtet seine Krawatte. «Wir kämpfen mit der klassischen Problematik der Schweizer Hoteltels», sagt er. Der Betrieb sei in der Boomzeit gewachsen: Es wurden Zimmer gebaut, Bankettsäle errichtet und das Catering zum Leben erweckt. Von allem etwas – aber nichts richtig. «Wir tanzen auf den verschiedensten Hochzeiten. A la carte, Bankette, Catering – das alles unter einen Hut zu bringen, ist schwierig.»

Mit dem «Ochsen» muss etwas gehen. Aber was?

Hinzu kommt, dass jetzt noch Renovationen am 400-jährigen Haus anstehen. Die Bäder in den Zimmern sollten saniert werden, die Säle könnten grösser sein. Da

stellen sich für Stöckli viele offene Fragen: «Worauf fokussiere ich? Wo soll ich noch investieren, wo nicht?» Immer wieder fließt das Thema Standort in seine Überlegungen mit ein. «Schon die Grosseltern und Eltern sagten: Die Lage des «Ochsen» ist schwierig.» Ohne Matterhorn oder pulsierende Grossstadt fehlt der Anziehungsmagnet. «Um den «Ochsen» zu führen, braucht es viel Herzblut und Engagement.» In welche Richtung sich das Traditionshaus in Zukunft entwickeln wird, weiss der 36-Jährige nicht. Sicher ist: «Es muss etwas gehen.» Nicht nur die Strasse vor dem «Ochsen» erhält einen neuen Belag – auch drinnen herrscht Aufbruchstimmung.

Das Hotel Gravas bietet den Gästen vor allem Ruhe

Das 3-Sterne-Hotel Gravas in Vella liegt im Val Lumnezia. Dort findet der Gast vor allem Ruhe. Für das Besitzerpaar jedoch sind die Tage lang und meist wenig geruhsam.

CHRISTINE KÜNZLER

Das Hotel Gravas mit seinen drei Sternen, seinem Q1-Zertifikat und seinen 15 Zimmern und 32 Betten ist das einzige hotellerieessense-Mitgliedshotel in Vella. Im kleinen Dorf gibt es weiter eine Pension, ein Restaurant mit Zimmern und einen Laden mit Lebensmitteln.

«Bei uns findet der Gast vor allem Ruhe und eine intakte Natur», sagt Beatrice Di Blasi. Sie, die die Hotelfachschule Luzern absolviert hat, führt das Hotel zusammen mit ihrem Mann Fabio Di Blasi und ihren Eltern. Wenn Not am Mann ist, hilft der Sohn mit – und im Winter kümmert sich eine Hausfrau um die Zimmer und um Hilfsarbeiten in der Küche. Ab und zu beschäftigen Di Blasi eine Praktikantin aus der Hotelfachschule Passugg.

Beatrice Di Blasi Eltern waren es, die das Hotel 1984 auf eine Wiese am Rande des Dorfes Vella bauen liessen. «Weil ihnen der Ort so gefallen hat», erklärt Beatrice Di Blasi. Früher weilten sie dort jeweils in den Ferien, haben dann

selber eine Ferienwohnung gekauft und wollten ein Hotel Garni bauen. Entstanden ist dann das Hotel Gravas.

Die Küche des «Gravas» ist multikulturell, fasst Beatrice Di Blasi zusammen. Ihr Mann Fabio Di Blasi amtiert als Pizzaiolo – und Masseur, denn das Hotel hat eine kleine Wellnessanlage – sie kocht thailändisch, ihre Mutter italienisch, und zwischendurch gibt es regionale Gerichte. Das Restaurant sowie die Wellnessanlage sind auch für externe Gäste geöffnet.

«Für mich sind Privatleben und Geschäftsleben eins», sagt Beatrice Di Blasi. «Ob ich zu Hause koche oder im Hotel, kommt auf eins heraus.» Ihre Arbeitstage sind

lang, «doch ich möchte nichts anderes tun», sagt sie überzeugend. «Und nur deshalb, weil sich beide Familien voll für den Betrieb einsetzen, kommen wir finanziell über die Runden.»

Nebst der Ruhe bieten Di Blasis ihren Gästen «geliebte Gastfreundschaft». Ein Beispiel: «Wir holen die Gäste persönlich auf dem Parkplatz ab, wenn sie ankommen, und bringen sie dann auf ihr Zimmer. Und wir fahren ab und an schon mal einem Gast mit dem Picknickkorb hinterher.» Packages, sagt sie, schüren sie keine. «Wir besprechen alles individuell mit dem Gast und erfüllen seine Wünsche.» Die meisten ihrer Gäste stammen aus der Schweiz, vor allem aus der Ost-



Beatrice und Fabio Di Blasi vor ihrem Hotel Gravas in Vella.

schweiz, nur etwa 5 Prozent Deutsche reisen an. Di Blasi richten ihr Haus auf Wanderer und Biker aus. Das Hotel ist denn auch von hotellerieessense mit diesen beiden Spezialisierungen ausgezeichnet.

Im Winter ist das «Gravas» zu 80 Prozent ausgelastet, im Sommer etwa zu 40 Prozent, schätzt die Hôtelière. Die Auslastung sei sehr

unterschiedlich, es gebe Wochen, da alle Zimmer gebucht sind und Zeiten mit nur wenig Gästen. Wie vermarkten Di Blasi ihr Hotel? Die Antwort kommt spontan: «Gar nicht. Mir fehlt die Zeit für das Marketing.» Das 3-Sterne-Hotel wird über den Verkehrsverein Surselva und den Verein Val Lumnezia vermarktet.

Abseits. Appenzell. Kaubad? Mit Kauen hat der Weiler nichts zu tun – mit Baden schon. Wenn auch nur im Hallenbad des Hotels Kaubad. Aber die Besitzerfamilie Reymond hat noch anderes zu bieten, um Gäste anzulocken.

Wo die Welt beginnt

Das Hotel und Restaurant Kaubad liegt «am Beginn der Welt», sagt der Gastgeber. Und zieht Gäste aus der ganzen Welt an.

CHRISTINE KÜNZLER

Das 3-Sterne-Hotel Kaubad im Weiler Kau steht 5 Kilometer von Appenzell und «eine Stunde vom Flughafen» entfernt, wie Gastgeber Fredy Reymond sagt. «Wir liegen am Beginn der Welt.» So oder so: Das «Kaubad» liegt idyllisch auf einem Hügel, im Sommer umgeben von blühenden Wiesen. Kau ist ein Ausflugs-

ort mit einem Campingplatz und ein paar Bauernhöfen, der zu Fuss, mit dem Bus auf Abruf oder mit dem Auto erreichbar ist. Früher konnten die Gäste im «Kaubad» in Zubern baden. «Das Quellwasser haben wir immer noch», erklärt der Gastgeber. Und die Gäste können nach wie vor darin baden: im hoteleigenen Hallenbad oder in der Dusche. «Und sie trinken einen Kaffee mit Quellwasser», sagt er lachend.

Erst Arbeitnehmer, dann Arbeitgeber

Der Westschweizer und seine Frau Monika Reymond sind vor 26 Jahren ins Hotel Restaurant Kaubad gekommen. «Zehn Jahre waren wir angestellt – meine Frau als Servicemitarbeiterin, ich als Küchenchef –, seit 16 Jahren führen wir den Betrieb selbstständig», hält Fredy Reymond fest. Im Appenzell gelandet sind sie per



Idyllisch gelegen: das Hotel Kaubad. Hier sorgen keine TV-Geräte für Abwechslung, die Gäste konzentrieren sich auf die Natur.

Zufall, einfach weil dort eine Stelle frei war. Was ihn und seine Frau bewegen hat, den Betrieb zu kaufen, «weiss ich heute noch nicht», sagt er und lacht. «Es war vor allem die Selbstständigkeit, die uns gereizt hat.» Er bereue auch heute den Kauf des Hauses nicht, obwohl sich die Zeiten geändert haben und es immer schwieriger werde, Gäste zu generieren.

Das «Kaubad» bietet ein Restaurant mit 70, einen Saal mit 40

Plätzen, 13 Doppelzimmer und zwei Einzelzimmer. Das Konzept ist in den letzten 16 Jahren nicht gross verändert worden. Ausgebaut haben Reymonds vor allem das Marketing: «Wir vermarkten den Betrieb über Regional Marketing Appenzell und über Booking.» Leicht verändert hat sich das Gäste-segment: «Wir vermarkten heute mehr Familien als früher.»

Reymonds Gästeschar ist international: sie reist sommers aus der ganzen Welt nach Kau. Und weshalb? «Mund-zu-Mund-Propaganda», fasst Fredy Reymond zusammen. Im Winter beherbergen sie vor allem Schweizer Gäste, Wanderer. Der Betrieb ist jedoch auch ein beliebter Ort für die

Durchführung von Seminaren und Kursen.

Reymonds Arbeitstage umfassen viele Stunden

Reymonds bieten ihren Gästen einiges. Ihre Packages sind attraktiv, die Küche kreativ. Jeden Monat gibt es ein neues 5-Gang-Menü mit Übernachtung im Doppelzimmer für rund 115 Franken pro Person. Sie schnüren auch Packages mit vier oder sieben Nächten, Halbpension und Appenzeller-Ferienkarte. Beide Angebote seien gut gebucht. Wohl des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses wegen und der Ruhe und der Natur. «Und: weil unsere Zimmer keine Fernseher haben.»

Dass Reymonds viele Stammgäste beherbergen, hat wohl auch mit der persönlichen Betreuung, der guten Küche und der Persönlichkeit des Gastgeberpaars selber zu tun: Fredy Reymond ist kein Kind von Traurigkeit. Entsprechend locker fallen seine Antworten aus. Etwa die auf die Frage nach der Auslastung der Zimmer: «Wenn es voll ist, ist unser Hotel zu klein, wenn es leer ist, zu gross.» In Prozenten? «Etwa 65.» Wie kommen sie finanziell über die Runden? «Es muss gehen», sagt er schmunzelnd.

Monika und Fredy Reymonds Tage zählen viele Stunden. Der Tag beginnt um 7.30 Uhr mit dem Frühstückservice. Reymonds haben zudem zwei Töchter, die in die Schule gefahren werden müssen. Vier Mitarbeitende helfen bei der Gästebetreuung. Zudem können sie auf fünf Aushilfen zählen. Mitarbeitende zu finden, sei schwierig. Deshalb ist er froh, dass eine Tochter in diesem Sommer mithilft, weil sie nach der Matur eine kleine Pause einlegen will.



«Die Mund-zu-Mund Propaganda bringt uns Gäste aus der ganzen Welt.»

Fredy Reymond
Besitzer Hotel Kaubad

reception@hotelleriesuisse
Die willkommene Weiterbildung

hotelleriesuisse als Kompetensträger für Hotempfang 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.–5.10.2012
Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation: 26.–30.11.2012

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
Es erhalten nur die Personen den Spezialpreis, welche im gleichen Jahr die Lehre beendet haben.

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

Technologie und Cordon bleu

Nicht nur Schwingerkönige finden den Weg nach Schnottwil. Aber falls einer wie der Stucki Christian auftaucht, bekommt er in der «Krone» ein Cordon bleu, das zu ihm passt.

RENATE DUBACH



Behäbige «Krone» Schnottwil.

«Das solothurnische Schnottwil liegt, auf drei Seiten vom Kanton Bern eingeschlossen, am westlichen Ende des Bucheggbergs. Das Dorf Schnottwil verfügt über eine gute Infrastruktur und ist ein attraktiver Wohnort mit ländlichem Charakter.» So steht es auf der Internetseite der Gemeinde. 1031 Menschen wohnen in Schnottwil, exakt so viele wie 1975, 28 mehr als 1950.

Die Gastronomie hat den Anschluss an die moderne Technik nicht verschlafen. Wenn man sich beispielsweise auf der Website des Gasthofs zur Krone informieren will, findet man schnell einmal die Angaben zum «Chröndli», dem Zelt im Garten, das als Fumoir oder als Bar fungiert. Und dort gibt es einen QR-Code, den man mittels seines Smartphones einlesen kann, und dann hat man auch schon die App, über die man

das Neueste über das «Chröndli» erfährt oder gleich einen Tisch reservieren kann. «Ich versuche, immer etwas Neues zu machen. Unsere Gäste im «Chröndli» sind so zwischen 18 und 45 Jahre alt, die freuen sich über diese App», erklärt Jeannine Schilder, die als stellvertretende Geschäftsführerin überall Hand anlegt, wo eine gebraucht wird. Und eben auch ein Händchen für moderne Technologien hat.

Der Gast wählt, was ihm am besten schmeckt

Die «Krone» gehört ihren Eltern, Rosemarie und Heinz Christen, ihre beiden Schwestern und der Bruder springen ein, wenn Bedarf besteht. Und die Küche führt ihr Mann, Marcel Schilder. Denn wegen einer App kommen wohl kaum Gäste nach Schnottwil, schon eher wegen des Essens.

Und auch hier hat die «Krone» einen eigenen Weg gefunden, ihren Gästen das zu bieten, was diese sich wünschen: «Wir animieren unsere Gäste, sich ihr Essen so zusammenzustellen, wie es ihnen am besten schmeckt», führt Jeannine Schilder aus. Beilagen, Gemüse und Saucen können von den Gästen zuschlagfrei gewählt werden.

Das Cordon bleu gibt es in mindestens 17 Varianten

«Es kommt uns in der Küche nicht darauf an, was wir auf den Teller legen, wir haben nichts vorgefärbt», sagt die diplomierte Hôtelière, die ihren Mann in der Küche ersetzt, wenn er mal nicht da ist. Auch bei der Spezialität des Hauses, dem Cordon bleu, darf nach Lust und Laune kombiniert werden. 17 Varianten in zwei Grössen werden vorgeschlagen, aber weil jedes ein Einzelstück ist und frisch hergestellt wird, ist vieles möglich. «Was in der Küche vorhanden ist, können wir verarbeiten, und wenn einer wie der Stucki Christian kommt, dann gibt es eine speziell grosse Variante», so Jeannine Schilder. Die Schwingerkönigversion wiegt 750 Gramm. Und diese, so die «Krone»-Gastgeberin, putzen auch noch ein, zwei andere Gäste locker weg.

Abseits. Emmental. Ins Hotel Moosegg auf einem typischen Emmentaler Hügel kommen die Gäste vor allem wegen des feinen Essens, das Daniel Lehmann auf den Tisch zaubert. Die attraktive Aussicht gibt es ganz umsonst als Mehrwert dazu.

Das Hotel Moosegg liegt auf einem gemütlichen Hügel im Emmental. Theaterfans kennen es von den Freilichtaufführungen her, Gourmets wegen des feinen Essens.

RENATE DUBACH

Unser Haus liegt zwar nicht gerade an einer Hauptdurchgangsstrasse, aber es ist doch von Bern und Thun aus sehr gut in 30 Minuten zu erreichen, von Burgdorf aus in nur 25 Minuten», entgegnet Daniel Lehmann, wenn man ihn auf die relative Abgeschiedenheit seiner «Moosegg» anspricht. Oben auf knapp 1000 Meter über Meer angelangt, habe man eine einmalige Aussicht auf das obere Emmental, und bei guter Fernsicht sehe man vom Eiger bis zum Pilatus.

Alles schön und gut, aber wenn man sich mit den Eggen und Hügeln im oberen Emmental nicht so gut auskennt, muss man zuerst irgendwie erfahren, dass es das Hotel Moosegg gibt. «Das Freilichttheater, das jeden Sommer hier stattfindet, hilft uns sehr. Da reisen jeweils zwischen 10000 und 12000 Zuschauerinnen und Zuschauer auf die «Moosegg», ein grosser Teil von ihnen konsumiert etwas bei uns. Wir versuchen, mit unseren Dienstleistungen zu überzeugen, dann kommen die Theaterbesucher als Gäste wieder», führt der 34-jährige Gastgeber aus, der die «Moosegg» von seinen Eltern übernommen hat und sie seit Januar 2008 selbstständig führt. Seine Frau Nicole Lehmann - sie hat wie ihr Mann eine Koch- und eine Servicelehre absolviert und dann bei verschiedenen Betrieben gearbeitet - hat nach Abschluss der Hotelfachschule Thun die Rolle der Gastgeberin übernommen.

Leute aus der Stadt verbringen vermehrt ruhiges Wochenende

Nicht nur das Freilichttheater bringt neue Gäste, auch der Seminarbereich. Ein Saal und zwei Konferenzräume stehen dafür zur Verfügung, rund 400 verschiedene Gruppen pro Jahr machen davon Gebrauch. Für mehrtägige Seminare verfügt die «Moosegg» über 18 Doppel- und 5 Einzelzimmer. Diese werden aber auch von an-



Das Hotel Moosegg zieht Geniesser und Theaterfans an.

Theaterfans als Gäste

deren Gästen gebucht: «Wir stellen fest, dass zunehmend Menschen aus der Stadt hier oben ein ruhiges Wochenende ohne Hektik verbringen wollen. Sie möchten einfach abschalten, vielleicht etwas wandern oder Velo fahren und gut essen», sagt Daniel Lehmann, der für das gute Essen verantwortlich ist. Das Gemüse, einen Teil der Früchte und des

Fleisches bezieht der Küchenchef von Bauernhöfen aus der Umgebung. Und selbstverständlich gibt es nicht nur Emmentaler Kost. «Moderne Landküche» bietet die «Moosegg», à la carte oder in einem saisonalen Sechsgänger. Dazu gehört aktuell eine Brunnenkressschaumsuppe mit Ja-

kobmuschel, gebratene Entenleber und Luma-Port.

Weine sind eine weitere Leidenschaft von Daniel Lehmann

«Es läuft zurzeit sehr gut bei uns. Aber wir müssen ständig am Ball bleiben.»

Daniel Lehmann
Hotel Moosegg

Dazu sind jeweils die passenden Weine ausgesucht, man kann sogar auswählen, ob man einen ganzen oder einen halben Deziliter pro Gang trinken möchte. Dass Weine «eine Leidenschaft» von Daniel Lehmann sind, bestätigt die Weinkarte, die sich durch ein grosses Angebot an Tropfen aus der Schweiz und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnet, aber auch ein paar grosse Namen beinhaltet sie. Auch die Feinabstimmung mit dem Menü stimmt, vom Sauvi-

gnon Blanc zum Zander über den Portwein zum Käse bis zur Trockenbeerenausele zum Dessert mit Erdbeeren und weisser Schokolade. Und wer auf der Moosegg einen Wein so gern hat, dass er ihn auch bei sich zu Hause geniessen möchte, kann ihn «über die Gasse» kaufen. «Eine Dienstleistung für unsere Gäste, wir möchten keinesfalls den Weinhandlungen der Region Konkurrenz machen», so Daniel Lehmann.

Mehrere Erneuerungen stehen an

Er ist ein ehemaliges Mitglied der Schweizer Kochnationalmannschaft, seit eineinhalb Jahren ist seine Küche mit 15 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet. Darüber habe er sich sehr gefreut, die Gäste auch, die hätten ihm gratuliert, «aber deswegen haben wir nicht mehr Leute auf der

«Moosegg», ist Lehmann überzeugt. Vielmehr komme es darauf an, was geboten werde, in der Küche, aber auch im Frontbereich: «Wir sind ein junges Team, das Zusammenspiel klappt gut, und wir sind positiv eingestellt. Es läuft zurzeit sehr gut bei uns. Aber wir müssen ständig am Ball bleiben. Im Gastgewerbe herrscht ein dauernder Wandel, da dür-

fen wir uns nicht auf etwas versteifen, sondern müssen auch Anpassungen vornehmen.» Konkret heisst das für das Hotel Moosegg: Erneuerung der Hotelzimmer, Renovation des Restaurants und ein neuer Auftritt. «Wir arbeiten daran», verspricht Daniel Lehmann.

Nicole und Daniel Lehmann sorgen für das Wohl der Gäste.



«Die zentrale Lage und der Service zählen»

Peter Zenhäusern vermarktet sein Sporthotel Walliserhof in Unterbach immer stärker in Mountainbiker-Kreisen. Entscheidend dabei ist die zentrale Lage des Ortes innerhalb des Wallis.

GERHARD LOB

Unterbach im Kanton Wallis nennt sich das «Rüti der Schweizer Frau», weil dort am 3. März 1957 die erste Schweizer Abstimmung mit Frauenbeteiligung stattfand - 14 Jahre vor Einführung des Frauenstimmrechts auf Landesebene. Es war eine Sensation. Entsprechend gewaltig war damals der



Beliebt bei Bikern: das Sporthotel Walliserhof in Unterbach.

Medienaufmarsch. Unterbach war in aller Munde. Doch normalerweise ist es eher ruhig um den klei-

nen Ort auf 1230 Meter Höhe zwischen Visp und Leuk. Touristisch gehört Unterbach nicht zu den be-

kanntesten Destinationen im Kanton Wallis. Immerhin: Es gibt vier Hotels und eine Verbindung per Seilbahn aus dem Talgrund von Raron. Für Peter Zenhäusern, der in seinem Heimatort 1980 das Sporthotel Walliserhof mit 15 Doppelzimmern eröffnete, ist der untergeordnete Bekanntheitsgrad der Destination nicht unbedingt ein Nachteil. «Wir haben nämlich unsere zentrale Lage als Trumpf», betont der Hoteller. Ob Unterwallis, Saas-Fee, Zermatt oder Riederalp: All diese Destinationen sind relativ schnell erreichbar.

Dies ist für die Gäste vom Sporthotel Walliserhof wichtig. Es handelt sich hauptsächlich um Wanderer und Mountainbiker, im Winter häufig um Tourenskifahrer, die tagsüber unterwegs sind. «Viele sind Stammgäste und die

meisten stammen aus der Schweiz», so Zenhäusern. Der Anteil an ausländischen Gästen ist eher gering. Unabhängig von ihrer Herkunft: Alle Gäste erhalten einmal im Monat einen Newsletter via E-Mail mit den Neuigkeiten. Zudem setzt das Sporthotel auf Werbung im Internet. Vertreten ist das Hotel auf zwei Hotel-Reservationsplattformen. Zugenommen hat in den letzten Jahren vor allem der Anteil der Mountainbiker. Das Hotel betreibt in Zusammenarbeit mit dem Hotel Bietschhorn und dem Tourenunternehmen Bergrad.ch eine eigene Bikestation mit 15 Moun-

tainbikes. Dies bewähre sich. Für Anfänger hat man einen eigenen Trainings-Parcours eingerichtet. Im Angebot des Sporthotels gibt es zudem spezielle Kräuterwandertage und Fastenwochen.

«Insgesamt ist es in der Hotellerie schwieriger geworden, Geld zu verdienen.»

Peter Zenhäusern
Sporthotel Walliserhof, Unterbach

Neben der zentralen Lage ist für Zenhäusern auch der Service entscheidend, damit sich die Gäste nach einem sportlichen Tag am Abend wohl fühlen können. Die Hausgäste dürfen daher die Sauna gratis nutzen. «Insgesamt ist es in der Hotellerie aber schwieriger geworden, Geld zu verdienen», sagt er. Nach 33 Jahren wird er das Zepter bald übergeben. An seinen Sohn.

Neue Bücher Gute Beispiele und Aktions- möglichkeiten

Die in der Broschüre des Bundesamtes für Raumentwicklung gesammelten zwölf Beispiele zeigen, mit welchem Engagement touristische Destinationen ihre



Angebote nachhaltig entwickelt haben. Die Auswahl fiel bewusst auf Reiseziele mit ungleichen Zielen und Voraussetzungen.

Tourismus und Nachhaltige Entwicklung.
Bezug: BBL Vertrieb Publikationen, 3003 Bern
www.bundespublikationen.admin.ch; Art. Nr. 812.084.d; elektronisch: www.admin.ch/gutebeispiele. Auch auf Französisch erhältlich.

Veranstaltungen: Potenziale und Trends

In diesem Werk spielt nicht nur die Angebots- und Nachfragesituation des deutschen Veranstaltungsmarktes, sondern auch die Situation in ausgewählten internationalen Räumen eine Rolle. Neben organisatorischen Aspekten ste-



hen die strategischen Ausrichtungen und Massnahmen einzelner Destinationen im Mittelpunkt. dst

Michael-Thaddäus Schreiber (Hrsg.):
Kongresse, Tagungen und Events. 290 Seiten,
ISBN 978-3-486-70884-4, Fr. 49.90

Zu beziehen bei:
www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Vorsorge und Steuern



HUGO SCHMID
DIPLO. STEUEREXPERTE
TREUHANDGESSELLSCHAFT
BOMMER + PARTNER

Frage: In drei Jahren werde ich mich im Alter von 63 Jahren von meiner Anstellung als Hoteldirektor zur Ruhe setzen, mein Kapital beziehe und mich zusammen mit meiner Frau in mein thailändisches Haus begeben. Mein Arbeitgeber bietet mir an, in den nächsten drei Jahren bis zur Pensionierung aus Gründen der Steueroptimierung Einkäufe in die Pensionskasse zu leisten. Sind diese Einkäufe empfehlenswert? Welche Steuerfolgen sind bei Verlegung des Wohnsitzes ins Pensionsalter ins Ausland zu erwarten?

P. A. aus E.

Antwort: Seit dem 19. August 2010, dem Publikationstag eines richtungweisenden Bundesgerichtsurteils, ist folgendes klar: Werden Einkäufe geleistet, ist in den darauffolgenden drei Jahren jeder Kapitalbezug verboten. Den Tipp Ihres Arbeitgebers, drei Jahre vor dem geplanten Kapitalbezug Einkäufe zu tätigen, würde ich deshalb nicht befehlen.

Arbeiten Sie nach Erreichen des Pensionsalters weiterhin in einem Anstellungsverhältnis, können Sie den Zeitpunkt der Pension

bis spätestens zum Erreichen des 70. Altersjahres hinausschieben. Voraussetzung ist allerdings, dass das Pensionskassenreglement diese Spätpensionierung vorsieht. Sie könnten somit in den nächsten drei Jahren Einkäufe tätigen, das Pensionsalter danach hinausschieben und das Kapital erst drei Jahre nach dem letzten Einkauf beziehen.

Sofern Sie Ihren Aufenthalt ins Ausland verlegen, unterliegt eine Kapitalauszahlung der Quellenbesteuerung. Diese Quellensteuer können Sie aber beim Nachweis der ordentlichen Besteuerung in Ihrer neuen Wahlheimat von der Schweiz zurückfordern. Auf einem Kapitalbezug von beispielsweise 900 000 Franken beträgt die Quellensteuer 8,3% (SG). Die ordentliche Besteuerung dieser Kapitalleistung würde Sie rund 10,8% (SG) kosten. Zu beachten ist, dass für die Bestimmung des Steuersatzes alle in einem Kalenderjahr von beiden Ehegatten erhaltenen Kapitalauszahlungen aus der 2. Säule sowie der Säule 3a zusammen gerechnet werden. Anders verhält es sich, wenn Sie auf die Option der Kapitalauszahlung verzichten und Ihre Vorsorge in Rentenform beziehen. In diesem Fall können Sie bis zum Pensionszeitpunkt Einkäufe einzahlen und steuerwirksam abziehen. Die oben erwähnte Dreijahresfrist für steuerwirksame Einkäufe entfällt somit. Die Vorsorgerente ist in Thailand steuerpflichtig und aufgrund des Doppelbesteuerungsabkommens müsste die Schweiz die Quellensteuer von 7% (SG) nicht von der Rente in Abzug bringen. Die Vorsorgeeinrichtung muss sich lediglich regelmäßig durch entsprechende Nachweise über Ihren thailändischen Wohnsitz vergewissern.



Auszahlungen aus 2. Säule und Säule 3a

Besteuerung	Kapitalbezug von 600 000 Franken		Kapitalbezug von 900 000 Franken	
	Quelle	ordentlich ¹	Quelle	ordentlich ¹
Aarau	10,2 %	10,5 %	10,9 %	11,1 %
Basel	9,6 %	9,6 %	9,9 %	9,9 %
Bern	9,2 %	8,4 %	9,3 %	9,4 %
Genf	7,4 %	7,9 %	7,9 %	8,5 %
St. Gallen	8,2 %	9,3 %	8,3 %	11,1 %
Zürich	8,2 %	10,5 %	8,3 %	13,3 %

¹ Tarif: Konfession reformiert, verheiratet

Je nach Besteuerung bleibt von den Auszahlungen aus der 2. Säule und der Säule 3a nicht gleich viel Geld übrig.

Die Schweiz verfügt aktuell über Doppelbesteuerungsabkommen mit beinahe 80 Staaten. Die meisten Abkommen sehen die oben für Thailand anwendbaren Regeln der internationalen Steuerverteilung vor.

Haben Sie Fragen?

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

Impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Mombijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Gery Nievergelt/gn
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Resortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus), Sabrina Glanzmann/sag (Resort-

leitung dolce vita), Alexandre Caldara/aca (Resortleitung cahier français), Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl, Gudrun Schlenzcek/sjs, Karl Josef Verdind/kv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wollf/rwo (CD)
Korrektorat: Paul Le Grand
Volontärin: Laura Nussbaumer/ln
Online Redaktion: Natalie Alesch/npa

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

Mombijoustrasse 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.

ANZEIGE

Input,
Impulse für die Schweizer Hotellerie

Expertenforum des Beraternetzwerks

24. April 2012, Congress Hotel, Olten
21. Juni 2012, UPD, Bern
13. September 2012, Art Deco Hotel Montana, Luzern

Input 1/2012: Von Corporate Identity zu Corporate Design
Input 2/2012 // Back-up: Vom Einzelkämpfer zum Spitzenteam
Input 3/2012: Was der Gast schon immer wollte

Detailprogramm und Anmeldeformular finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch/expertenforum

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Anatoly Komm
Der russische Molekular-Koch ist zu Gast in Zürich. Ein Porträt.
Seite 15



Zwei, die zusammen gehören: Die Hörnlihütte auf 3260 Meter Höhe ist beliebter Ausgangspunkt für den Aufstieg zum Zermatter Wahrzeichen, dem Matterhorn. Kurt Müller/zvg

«Da oben haben alle Platz»

Als langjähriger Hüttenwart der Hörnlihütte am Fusse des Matterhorns weiss Kurt Lauber viel zu erzählen. Nun hat der Zermatter ein Buch darüber geschrieben.

SABRINA GLANZMANN



Hüttenwart Kurt Lauber: «Hatte Buch schon länger im Kopf.»

und der Hütte einige Tränen nachweinen. Aber wir gewinnen mehr, als wir verlieren.

Sprechen Sie damit das Wasserversorgungs-Problem an, das Sie auch im Buch mehrfach thematisieren?

Das war und ist in der Tat die grösste Problematik für den reibungslosen Betrieb. Geplant ist nun, im Winter den Schnee zu schmelzen und unter der Hütte in einem Tank zu sammeln. Nicht nur für die Gäste, auch für mich und meine Mitarbeiter wäre das eine grosse positive Veränderung.

Jeweils von Ende Juni bis Ende September amten Sie in der Hörnlihütte als Betreuer, als Bergretter, als Gastronom, als Wetterkundler... Was ist die grösste Herausforderung? Die Herausforderung ist, in den drei Monaten überhaupt hier oben zu sein. Das ist es in anderen Hütten natürlich auch, aber die Hörnlihütte ist ein Spezialfall, weil sie am Matterhorn liegt: Es gibt hier viele Rettungseinsätze, zu denen ich



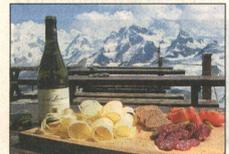
Hier wird auf kleinstem Raum fürs leibliche Wohl gesorgt. Bilder zvg

gerufen werde. Die richtigen Mitarbeiter zu haben, ist deshalb absolut zentral – ich

muss jederzeit sicher sein, dass der Betrieb läuft, wenn ich zu einem Einsatz gerufen werde.

Nicht nur Bergsteiger besuchen die Hörnlihütte, sie ist auch bei Tagestouristen beliebt. Wie erleben Sie diese Mischung?

Was die Übernachtungen angeht, liegt das Verhältnis bei etwa 80 Prozent Bergsteigern zu 20 Prozent Wanderern. Tagüber sind es vor allem die Ausflügler, die nach zweistündigem Aufstieg ihr Mittag mit Aussicht geniessen wollen. Für sie ist es auch ein Erlebnis, zu sehen, wie die Bergsteiger später am Tag von ihren Touren zurückkehren. Und – das mag jetzt etwas skurril klingen – manche von ihnen kommen auch extra wegen der Bergretterungen zu uns hinauf, um diese «live» mitzuerleben. Bergsteiger und Ausflügler gehören beide zur Hörnlihütte und haben alle ihren Platz hier oben. Da gab es nie Probleme.



Highlight für Tagestouristen: ein Plättli auf der Terrasse.



Die Zermatter Bergrettung im Einsatz.

Buch Geschichten, die der Berg schrieb

Ein italienischer Bergsteiger gaukelt kurzerhand ein Lungenödem vor, um mit dem Helikopter vom Matterhorn bequem nach Zermatt geflogen zu werden. Ein erfahrener Sherpa aus dem Himalaja leidet beim «Horus»-Aufstieg an Höhenangst. Oder ein etwas kurliger Gast wittert am Anfang des Handy-Zeitalters das grosse Geschäft und vermietet den Bergsteigern in Zermatt geklaute Mobiltelefone – auf Kosten der Besitzer, versteht sich.

Diese Beispiele aus «Der Wächter des Matterhorns» von Kurt Lauber zeigen: Der Mann erlebt als Hörnlihüttenwart so einiges. Seit 1995 betreibt der heute 51-jährige mit einem sechsköpfi-

gen Team die Hütte, die auf 3260 Metern über Meer ein beliebter Ausgangspunkt für die Matterhornbesteigung ist und Touristen aus aller Welt auf ihre Aussichtsterrasse lockt. Kurt Lauber ist neben seinem Amt als Hüttenwart als Skilehrer, Bergführer, Hubschrauberpilot und Rettungsspezialist mit Erfahrung in über 1000 Einsätzen tätig – und das fliessen in seinen Texten ein. Da schreibt ein Mann, der mit den Bergen und der Natur verbunden ist und sich ganz selbstverständlich darin bewegt. Es ist spannend zu lesen, wie Lauber mit schwierigen Bergrettungen umgeht, mit der Bergung von tödlich Verunglückten – «es gehört zu meinem Job», schreibt er. Und er bewahrt auch



dann die Ruhe, wenn er sein eigenes Leben aufs Spiel setzt, um Bergsteiger zu retten, die sich und ihr Können überschätzt haben.

Deutlich wird auch, wie der Hüttenwart und seine Mitarbeitenden während der Saison ein eingeschworenes Team, «eine Familie auf Zeit» bilden. Etliche Beispiele aus dem Hüttenalltag

zeigen, wie wichtig das für einen reibungslosen Betrieb ist. «Der Wächter des Matterhorns» ist ein Buch voller eindrucksvoller Geschichten, die der Berg schrieb.

Öffentliches Gespräch mit Kurt Lauber über sein Buch

Am Dienstag, 12. Juni erzählt Kurt Lauber in Zermatt aus seinem Buch. Das moderierte Gespräch findet im **Grand Hotel Zermatterhof** statt und ist kostenlos; Beginn ist um 19 Uhr. sag

Kurt Lauber, **Der Wächter des Matterhorns**, Droemer Knauer, 284 Seiten, Fr. 34.90, ISBN 978-3-426-27573-3

Das Buch ist online erhältlich auf: www.hotellerieuisse.ch/buchshop

News

«Migros» verkauft Kaffee kapseln für Nespresso-System

Unter dem Namen «Café Royal» lanciert die Migros Kaffee kapseln in den Sorten Ristretto, Espresso Forte, Lungo und Decaffeinato. Die Kapseln können für alle aktuellen Nespresso-Maschinen und ausschliesslich mit dem System von Nespresso verwendet werden. Die Arabica- und Robusta-Bohnen sind allesamt UTZ-zertifiziert und stammen somit aus nachhaltigem Anbau. Bis zum 18. Juni werden die Kapseln im 10er-Pack für Fr. 3.- verkauft. Danach sind sie zum Normalpreis von Fr. 3.80 in allen Migros-Filialen der Schweiz erhältlich.

«Lindt & Sprüngli»: Kein Markenschutz für den Goldhasen



Der Schweizer Schokoladenfabrikant Lindt & Sprüngli hat den jahrelangen Rechtsstreit um den Schoggihasen in Goldfolie und rotem Band am EU-Gerichtshof verloren. Die höchste EU-Justizinstanz hat dem Goldhasen ohne Lindt-Schriftzug den Eintrag als Gemeinschaftsmarke verweigert. Dies auf Grund von mangelnder Unterscheidungskraft. Die Eintragung hätte es Lindt & Sprüngli ermöglicht, den Vertrieb von gleichen oder ähnlichen Produkten europaweit zu verbieten.

Der Zürcher «Rigiblick» erhält neuen Küchenchef



Der 27-jährige Dennis Puchert wird per 1. Juni 2012 neuer Küchenchef im Restaurant Rigiblick in Zürich und löst somit Christian Nickel ab. Puchert arbeitet seit Juni 2010 als Souschef im Restaurant Spice im «Rigiblick», davor war er unter anderem im «The Restaurant» im «Dolder Grand» tätig. In



Hier werden Hotelfachleute und Hotellerieangestellte ausgebildet: Das Schulhotel Alpina in Adelboden ist für die Lernenden gleichzeitig auch ein Internat.

Jung, aktiv und motiviert

Die angehenden Hotelfachleute der Klasse 1A im Schulhotel Alpina Adelboden werden von hotellerieausse begleitet. Schulleiter Peter Rieder über das dreijährige Projekt.

Laura Nussbaumer

Peter Rieder, Sie sind Schulleiter des Schulhotels Alpina in Adelboden. Wie sieht für Sie ein typischer Arbeitstag aus? Morgens früh bin ich im Büro und erledige die Schuladministration. Je nach Stundenplan gebe ich danach Unterricht in Allgemeinbildung; das beinhaltet Staats-, Wirtschafts- und Rechtskunde und Sprache/Kommunikation. Nach dem Unterricht widme ich mich wieder den Administrationsarbeiten.

Die Lernenden haben im Schulhotel Blockunterricht



Drei Lernende der Klasse 1A: Nuriveta Uka, Rahel Wüthrich und Mina Engel (v.l.)

von jeweils fünf Wochen. Wo sehen Sie den Vorteil darin? Ich sehe vor allem einen Vorteil im Zusammenleben der Lernenden. Sie sind während 30 Wochen ihrer Ausbildung im Schulhotel in einem Internatsbetrieb. Da wird Sozialkompetenz geübt und gelernt.

Wo liegt der Vorteil für die Lehrbetriebe der Lernenden? Das Bestreben bei uns ist gross, dass wir mit den Lehrbetriebs-hotels synchron fahren können. Wir probieren abzustimmen, was wir in der Schule vermitteln und dass das Gelernte möglichst schnell in den Betrieben umgesetzt wird.

Was ist der Unterschied zur Ausbildung in einer Berufsfachschule? Ein grosser Vorteil gegenüber der Berufsfachschule ist, dass wir Theorie und Praxis beieinander haben. Wir haben eine ganze Hotelinfrastruktur, die den Lernenden und den

«Fortsetzung folgt» Begleitung einer Schulhotelklasse

Das Nachwuchsmarketing von hotellerieausse begleitet seit November 2011 die Klasse 1A des Schulhotels Alpina in Adelboden (Leitung: Elian Schmid). Während drei Jahren wird die Ausbildung der Lernenden mit Texten, Bildern und Videos dokumentiert und auf berufe-gastgewerbe.ch aufgeschaltet. In loser Folge berichtet die htr hotel revue über Neuigkeiten aus dem Projekt. Parallel begleitet das Nachwuchsmarketing von Gastrouisse eine Berufsfachschule angeheender Restaurationsfachleute.

www.berufe-gastgewerbe.ch

Lehrern zur Verfügung steht. So bringt es etwa wenig, die Kaffeemaschine mit einer Folie zu erklären; sie ist bei uns vor Ort, und wir beziehen sie in den Unterricht mit ein.

Seit November 2011 begleitet das Nachwuchsmarketing von hotellerieausse die Klasse 1A (siehe Box). Wie waren die Reaktionen auf dieses Projekt? Es gibt gut ein Dutzend Lernende, die sehr aktiv und motiviert bei dem Projekt mitmachen. Ich habe im Grossen und Ganzen ein gutes Echo erhalten; vor allem von der Klassenlehrerin.

Für die Website geben die Lernenden Interviews oder werden in den Ausbildungsbetrieben besucht. Wie gehen sie mit dem zusätzlichen Aufwand um?

Man kann schon sagen, sie machen es gern. Es gibt ein Beispiel, das im weiteren Sinn mit dem Projekt zusammenhängt: Das Nachwuchsmarketing von hotellerieausse suchte noch Lernende, welche an den Bildungsmessen in Bern und Olten mithelfen. Ich informierte die Klassen und suchte nach Interessierten. Erfreulicherweise meldeten sich recht viele und wollen mitmachen.



Peter Rieder
Leiter Schulhotel Alpina

«Es bringt wenig, die Kaffeemaschine mit einer Folie zu erklären; sie ist bei uns vor Ort.»

Was erhoffen Sie sich weiterhin von dem Projekt? Es ist so, dass wir unser Schulhotel aktiver und besser verkaufen müssen. Jetzt wird über die hervorragende Arbeit, die im Schulhotel geleistet wird, berichtet und die Leute können die Klasse verfolgen. Ich befürworte sehr, dass wir in dieser Richtung weiterfahren.

ANZEIGE

SERVIERWAGEN EDELSTAHL

60 x 40 cm, 3 Borde
Art. H0124012



100% WIR
01.06.-30.06.2012
CHF 615.00

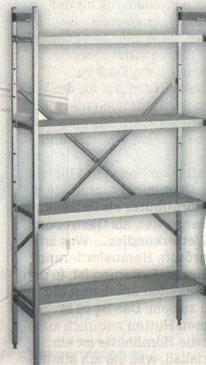
Lieferfrist 14 Tage



UEHLINGER AG
Langenhagstrasse 20
CH-4127 Birsfelden
T +41 61 317 30 30
F +41 61 317 30 40
info@uehlingerag.ch
www.uehlingerag.ch

STANDREGAL EDELSTAHL

inkl. 4 höhenverstellbaren Auflagen 100 x 50 cm
Art. H0104126



100% WIR
01.06.-30.06.2012
CHF 750.00

Lieferfrist 14 Tage



Vom Geophysiker zum Modedesign-Manager zum Molekularkoch: Anatoly Komm.

Ein Russe kocht in Zürich

Sein Restaurant Varvary gehört zu den besten der Welt, und mit seiner Molekularküche revolutioniert er die Küche seiner Landsleute: der Russe Anatoly Komm.

FRANZISKA EGLI

Zu seinen Arbeitsinstrumenten gehören Gefriertrockner, Druckkammern oder Zentrifugen. Und er macht aus dem schwarzen, harten Brot, wie es in Russland üblich ist, einen zarten Klacks köstlichsten Pudding: Anatoly Komm, 41-jährig und Russe, gilt als «Oligarch der Molekularküche». Dabei ist er von Hause aus eigentlich Geophysiker und war danach in der Mode-Branche tätig als Vertreter von Designer-Labels wie Dolce&Gabbana und Versace. Des Reisens leid, wie er den Seitenwechsel erklärt, begann er schliesslich im stolzen Alter von 34 Jahren ernsthaft mit dem Kochen – und hat seither

im Eiltempo den Koch-Olymp erklommen: Sein Moskauer Restaurant Varvary schaffte es 2011 als erstes russisches Restaurant auf die Liste der «World's 50 Best Restaurants», und er wurde der erste russische Chefkoch, der im Guide Michelin aufgelistet war.

Die «barbarische» Küche zerlegt er in seine Einzelteile

Er habe sich einfach auf das besonnen, was er schon immer gemocht habe, gibt sich der Autodidakt bescheiden: «Bereits im Alter von vier Jahren kam ich auf den Geschmack der kulinarischen Künste. Es gab für mich nichts Schöneres, als meiner Grossmutter beim Kochen zuzusehen und ihr zu helfen.» Und so widmet sich Komm mit Vorliebe den Gerichten seiner Kindheit, der typischen russischen Kost. «Varvary» taufte er augenzwinkernd das Aushängeschild seiner fünf Restaurants, «Barbaren». Im Gegensatz zu seinen Landsleuten aber zerlegt er die Gerichte in seine Einzelteile und verwandelt sie mittels Spritzen, Schäumen und Gelen in russische Haute Cuisine. Das Resultat: Statt des herkömmlichen Borschtsch gibt's bei Anatoly Komm gerne mal 15 Gänge bestehend aus Fischschaum mit Pinienkernen, Karotten-Eis mit Kaviar-Mandel-Sauce oder Roggenbrot als zartes, weiches Gelée.

Er verwendet, sofern überhaupt möglich, nur lokale Produkte

Dass ihm dabei sein Studium der Geophysik zugute kommt, daraus macht er keinen Hehl: «Ich kenne alle Techniken und Tricks. Dadurch geniesse ich zweifellos einen Vorteil.» Aber das reiche nicht, um ein herausragender Koch zu sein, ist er überzeugt: Ohne

das Wissen langjähriger Erfahrung gehe auch bei ihm nichts. Zumal sein Land alles andere als eine Feinschmecker-Oase sei. «Wenn Leute an Russland denken, kommt ihnen Wodka und Kaviar in den Sinn. Dabei verfügen wir über einfache, aber hervorragende Produkte, die – leicht und schonend zubereitet – köstlich sind.»

Darin liegt denn auch seine Mission der «Russian Renaissance». Er verwendet – soweit das im weiten Russland überhaupt möglich ist – nur lokale Produkte. Er will mit seiner «molekularen, dekonstruktivistischen Küche» Vorurteile über russisches Essen aus dem Weg räumen. Und er hofft, dass er vermehrt auch seine Landsleute für die neue russische Küche begeistern kann.

Kultur

Beethoven-Nacht mit zwölf Pianisten im Waldhaus Sils

Im Hotel Waldhaus in Sils findet in der Nacht vom 16. auf den 17. Juni eine Beethoven-Nacht statt. Ab 21 Uhr werden zwölf Pianisten in der Kaminhalle des Hotels die 36 Klaviersonaten von Beethoven zum Besten geben. Dem Publikum und den Künstlern stehen dabei an der Bar und den anderen öffentlichen Räumen des Hotels durchgehend Erfrischungen jeder Art zur Verfügung. Ab 5 Uhr morgens wird Frühstück serviert für solche, die erst in der Früh dazukommen wollen. Um 10 Uhr findet dann zum Abschluss der Nacht eine Frühling-Wanderung statt.

Eröffnung

Erster Kletterturm der Schweiz auf der Prodalp



ZVG

Am Flumserweg eröffnet am 1. Juni der erste Kletterturm der Schweiz. Der «Climber» auf der Prodalp liegt 15 Meter über dem Boden und verfügt über 100 Kletterstationen auf vier Etagen. Fässer, Seile, Spinnennetze oder Baumstämme sind dabei zu bewältigen. Darunter sind aber auch witzige Posten wie ein Strandkorb oder eine Festbank. Kinder ab vier Jahren können sich auf dem «Mini-Climber» versuchen.

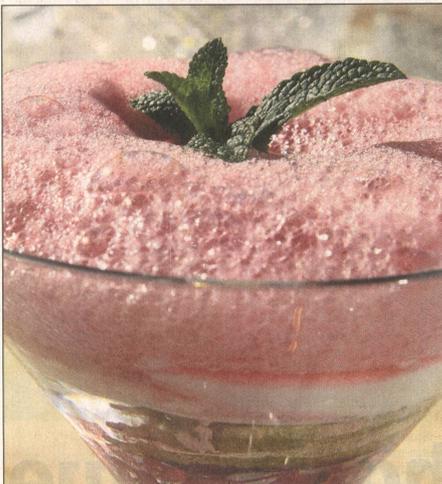
Gastronomie

Zürcher Restaurant Schössli feiert Neueröffnung

Am 1. Juni öffnet das Restaurant Schössli nach zwei Monaten Umbau seine Türen unter neuer Leitung. Panos Deligianis und Michael Sorg, die sich von der Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich kennen, erfüllen sich mit dem Restaurant einen Traum. Auf der Speisekarte stehen Fleisch- und Fischgerichte vom Holzkohlegrill; ergänzt wird das Angebot mit einer kleinen, saisonalen Karte. Zum Restaurant an der Neufurankengasse 25 im Zürcher Kreis 4 gehört ausserdem eine Gartenterrasse, die man für geschlossene Gesellschaften buchen kann. In



«Summer Lawn»: Spargeln, Hering, Ei mit gespritztem Trüffel.



«Strawberry Dessert»: luftig-leichter Erdbeer-Schaum.



Kalbfleisch am Knochen mit Pfeffersauce.

Anatoly Komm im «Baur au Lac» und «Chef-Sache Alps»

«Four Hands Dinner» heisst das 7-gängige Degustationsmenü für Fr. 280.–, das Anatoly Komm und Laurent Eperon, Küchenchef Restaurant Pavillon im Hotel Baur au Lac, am 7. und 8. Juni 2012 bieten. Dabei tischt der russische Koch zwei Hauptgänge auf: Borschtsch mit Foie Gras und Kamchatka Crab Dumplings. Im Gegenzug wird Eperon Moskau besuchen und mit Komm in dessen Restaurant Varvary ein schweizerisch-russisches Dinner-Event zelebrieren. Komm ist zudem Gast bei «Chef-Sache Alps», dem ersten Fachsymposium für Köche aus Gastronomie und Hotellerie, das am 10. und 11. Juni in der Eventhalle Stage One in Zürich über die Bühne geht. Anatoly Komms Koch-Show findet am Sonntag, 10. Juni, von 15 bis 15.45 Uhr statt.

fee

ANZEIGE

CLASSE 9
ONE

RANCILIO
coffeeing the World

EGRO
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

Vertrieb und Service: EGRO SUISSE AG - Bahnhofstrasse 66 CH-5605 Dottikon
Ph. +41 (0)56 616 95 95 - info@egrosuisse.ch - www.egrosuisse.ch

Hotellerie

Hotel Bellevue Palace: Terrasse wieder geöffnet

Fast zwei Monate lang mussten die Gäste des Hotel Bellevue Palace in Bern auf dessen Terrasse verzichten. Jetzt ist sie nach der kompletten Überarbeitung, die unter strengen Denkmalschutz-Vorgaben durchgeführt wurde, wieder geöffnet. Die Terrasse verfügt neu über einen Boden im Schachbrettmuster und einen Bar-Pavillon mit hochmodernen Serviceanlagen. Die Investition betrug insgesamt 1,7 Millionen Franken.

Kampagne

Arosa Tourismus lanciert Plakate für Nostalgiker



Sie heissen «Altweibersommer», «Vogelfrei» oder «mit Kind und Kegel». Die schwarz-weißen Sujets der neuen Sommer-Plakate von Arosa Tourismus sollen bei den Betrachtern Emotionen und Erinnerungen an Erlebnisse in den Bergen wecken. Schon im vergangenen Winter lancierte Arosa Tourismus schwarz-weiße Nostalgie-Bilder; damals als Winterkampagne zum Thema Schnee. Die Sommerkampagne startet am 16. Juni.

Das Aromen-Dilemma



Korky's

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

Welche Aromen prägen unseren Geschmack? Welchen Einfluss hat dies auf unser Kaufverhalten und unser Verständnis für Aromen? Wissen wir, wie Vanilleis schmeckt und riecht? Welches Spektrum an Aromen hat eine Rebsorte und welche signifikanten Eigenschaften sollte sie vorweisen?

Darüber streiten viele Weinkenner und Jurymitglieder, wenn es darum geht, den typischen Geschmack einer Rebsorte zu definieren. Die Definition der Typizität des Chasselas kann in vielen Regionen der Schweiz ein anderes Geschmacksbild aufweisen. Der Ausbau des Mostes, die Beschaffenheit des Bodens und die klimatische Voraussetzung der Trauben beeinflussen das Aromenspektrum des Weines unglaublich stark. In der heutigen Zeit ist die Möglichkeit, einen Wein nach dem Geschmack des Kunden zu designen, aber keine Kunst mehr. In der Hausapotheke der Winzer finden sich daher zahlreiche Hilfsmittel, um einen Wein zu frisieren, sodass er wie ein Ferrari auf dem Markt heiss begehrt wird.

Die verschiedenen Hilfsmittel der Weinindustrie haben leider nichts mehr mit dem verkörpert Weltbild des Winzers, der bei der Vergärung nur zuschauen darf, zu tun. Die typischen Aromen einer Rebsorte können mit einer speziell gezüchteten Hefe herausgearbeitet und verstärkt werden. Der Einsatz von Enzymen verbessert die Aromabildung, die Farbe und das Säurespiel des Weines.

Der Weinkeller verkommt mehr und mehr zu einem Lebensmittelabfall als zu einer Kulturstätte. Der persönliche Bezug zum Wein wird dadurch in meinem Verständnis regelrecht unterbunden. In diesem Segment verliert der



Welche typischen Aromen dieser Wein wohl hat?

persönliche Geschmack des Weines an Bedeutung. Die Designflasche, die hippe Ausstattung des Etiketts und eine witzige Weinbezeichnung bestimmen mehr den Verkaufswert als die handwerkliche Arbeit eines Winzers.

Welcher Weinstil passt auf dem hart umkämpften Weinmarkt zum Winzer? Wie kann ein sig-

nifikanter Wein produziert werden, sodass die Persönlichkeit des Winzers mit den naturgegebenen Eigenschaften der Rebsorte übereinstimmt? Dieser Frage bin ich auf dem Schweizer Weinmarkt nachgegangen. Die Winzer versuchen, eine Brücke zwischen der modernen und der traditionellen Weinbereitung zu schlagen und die Hilfsmittel bedingt zu benutzen. Die Ergebnisse des Aromenspektrums wurden dadurch vielfältiger und interessanter.

Meine Leidenschaft gilt den naturverbundenen Weinen, die durch Spontanvergärung der eigenen Hefestämme hergestellt werden. Die Aromen eines Chasselas weisen hier keine Spuren von Litschi, Aprikosen oder Paprika auf, die ansonsten bei anderen Rebsorten zu finden sind. Die grasigen, leicht buttrigen Noten, mit einer Spur von Apfel und Birne, gepaart mit einer dezenten Würze von verschiedenen Kräutern begeistern meinen Gaumen. Die Mitglieder der Vereinigung Arte Vitis aus dem Waadtland gehören zu der Spitze der Winzer, die dem Chasselas die nötige Vielfalt an Struktur und Aroma verleihen.

Aromen zu definieren, ist für viele Gäste schwierig, weil natürliche Aromen kaum noch erkannt werden. Im Beispiel von Vanille bevorzugt der Konsument lieber das künstliche Aroma. Die Rückbesinnung zu den natürlichen Aromen könnte ein Weg aus diesem Dilemma sein. Die Originalität der Traubensorte steht bei mir im Vordergrund, ansonsten kann ich mir einen Verschnittwein aus dem Lebensmitteleinzelhandel kaufen, dessen Herkunft keine Rolle spielt. Ich gehe in die Natur und rieche an den Früchten, Kräutern und Lebensmitteln, um die Vielfalt der Aromen zu kennen. Tauchen auch Sie ein in eine Welt ohne Geschmacksverstärker.

ANZEIGE

Mit dem Newsletter der htr hotel revue verpassen Sie keine News mehr. Registrieren Sie sich kostenlos unter www.htr.ch

Schon gespannt? Die Themen von morgen.



Können Sie es kaum erwarten, die hotel revue in Ihren Händen zu halten? Hier erfahren Sie bereits jetzt, welche Themen Sie morgen lesen.

aktuell
Savognin hat am Montag Ja gesagt zum Parc Ela. Bei einem Nein wäre der Park in zwei Teile aufgespalten worden. Das hätte der Bund bei der Vergabe des Naturpark-Labels nicht akzeptiert. Auch der Naturpark Thunersee-Hohgant kämpft mit einem Wegbrechen der Gemeinden. Es sind die Bergbahnen und Bauern, die Vorbehalte anmelden.

fokus
Reicht es, wenn eine für Mitarbeitende wichtige Mitteilung am Schwarzen Brett hängt? Oder soll man sie besser per Mail verbreiten? Und, falls es um die direkte mündliche Ansprache geht: Müssen die Gesprächspartner ein Formular ausfüllen und visieren? Gerade in der Hotellerie gibt es viele Kommunikations-Schnittstellen. Eine gut funktionierende interne Kommunikation ist deshalb wichtig.

dolce vita
Für eine Hotelkette ebenso ungewöhnlich wie für ein Stadthotel: der haus eigene Kräutergarten. Das «Radisson Blu» in St.Gallen hat den Versuch gewagt. Rund hundert Quadratmeter sind es, die auf dem eher kargen Vordach des Hotels mitten im Geschäftsviertel von St.Gallen jährlich bepflanzt werden.

cabrier français
La multiplication des éoliennes dans l'Arc jurassien fait débat. Si Tourisme neuchâtelois se dit inquiet, les autres OT de la région ne voient pas ces constructions d'un trop mauvais œil.

Alles zu diesen Themen und vieles mehr erfahren Sie morgen in der htr hotel revue. An Ihrem Kiosk oder direkt in Ihrem Briefkasten.

Die htr auf Facebook und Twitter



Bereits folgen viele Followers der hotel revue auf Twitter, die Facebook-Seite der Branchenzeitung zählt 383 Facebook-Mitglieder. Sind Sie schon dabei? [mehr »](#)

Was verdienen Sie?



Über 1000 Lohnempfängerinnen und Lohnempfänger haben bereits an der anonymen Lohnumfrage 2010 von fit (Frauen im Tourismus) und VSTM (Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht. Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. [mehr »](#)

Salle Modulaire: Entscheid folgt Ende Jahr



Ob das Musiktheaterhaus Salle Modulaire in Luzern realisiert wird, ist seit dem Rückzug der Gönner offener denn je. Die Vision einer künftigen Musikstadt Luzern wurde durch die Planungsarbeiten aber gestärkt. Bis Ende Jahr soll über die Machbarkeit des Projekts entschieden werden. [mehr »](#)

Deutscher Wein wird teurer



Deutscher Wein wird wegen dramatischer Ernteeinbußen in diesem Jahr voraussichtlich teurer. Die deutschen Weinbauer werden diesen Herbst voraussichtlich die

Kleinste Ernte seit 25 Jahren einbringen. [mehr »](#)
Piloten-Mangel: Traumberuf im Sinkflug

Ein Salat, der aus der Not entstand

Der Klassiker Der berühmte «Caesar Salad» ist eine Salat- kreation, die auf den Karten vieler Restaurants nicht fehlen darf. Seine Geschichte beginnt am Lago Maggiore.

SABRINA GLANZMANN

Mittlerweile haben wir Stammgäste, die nur wegen dieses Salats zu uns kommen.» Salvatore Frequente, Küchenchef im Restaurant Marina im Hotel Eden Roc Ascona, spricht von «Caesar Salad». Zubereitet wird er aus regionalem Baby-Lattich, Speck, Parmesan, Croutons und Kirschtomaten oder in Varianten mit Pouletbrust oder Riesenkrevetten. Seit der Restaurant-eröffnung vor zwei Jahren ist der berühmte Salat fester Bestandteil der Karte und laut Frequente «eindeutig» eines der beliebtesten Gerichte. «Es passt bestens in unser mediterranes Angebot», so der Küchenchef.



«Gerade im Room-Service-Bereich wird Caesar Salad bei uns immer häufiger bestellt.»

Roman Okle
Congress Hotel Seepark Thun

Ob das auch mit der regionalen «Verwandtschaft» zu tun hat, welche das 14-GM-Punkte-Lokal mit dem Erfinder des Klassikers verbindet? Der Gastronom Cesare Cardini soll 1896 nämlich auf der italienischen Seite des Lago Maggiore geboren sein. Nach beruflichen Stationen in Europa wanderte er in die USA aus, um wenig später im mexikanischen Tijuana das

«Caesar's Place» zu eröffnen. Nahe der Grenze war es in Zeiten der Prohibition unter Amerikanern ein sehr beliebtes Restaurant – so beliebt, dass es laut Überlieferung am 4. Juli 1924 zu einem regelrechten Ansturm auf das Lokal kam.

In-Gericht bei Hollywoodstars wie Clark Gable oder Jean Harlow

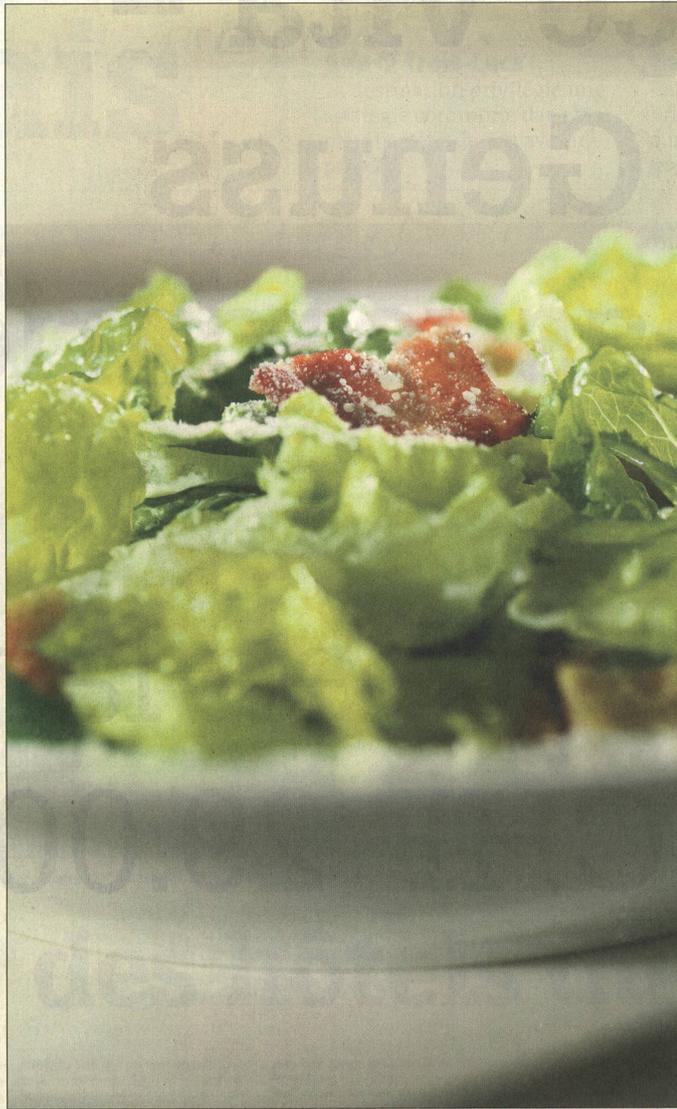
Damals wurde Cesare Cardini am amerikanischen Nationalfeiertag von derart vielen Gästen überrascht, dass ihm die Zutaten ausgingen und er kurzerhand auf die Teller zaubern musste, was die Vorräte noch hergaben – das war vor allem viel Lattich. Er nahm ihn als Basis, brutzelte aus trockenem Weissbrot Croutons, gab Parmesan und Speck dazu. Und die spezielle Note im Dressing ist einigen Sardellen zu verdanken, die der Italoamerikaner ebenfalls als Reste in seiner Küche fand. Heute gehört im Standardwerk «Rezeptbuch der Küche» von Pauli die «Cäsar-Salatsauce»

mit Zutaten wie Eigelb, Zitronensaft, Worcestershire-Sauce, gehackten Sardellenfilets und Knoblauch zum festen Repertoire für Köche.

Von Anfang an war der Salat immer auch mit einem Hauch Glamour verbunden: Ab 1930 wurde er in Cardinis Hotel «Caesar's» das In-Gericht bei Hollywoodstars wie Clark Gable oder Jean Harlow. Von dort aus begann sein internationaler Siegeszug.

Nicht zu schwer, aber immer noch genügend sättigend

«Ich selbst habe ihn bei einem Australien-Aufenthalt so häufig gegessen, dass er unbedingt auf



Knackiger Lattich, knuspriger Speck, Parmesan und Croutons – der originale «Caesar Salad».

die Karte musste», sagt Roman Okle, seit Ende März Küchenchef im wiedereröffneten Congress Hotel Seepark Thun, schmunzelnd. Im Bistro «The Timeless» wird der Salat mit Pouletspieß angeboten – eine heute weit verbreitete Variation des Originals. Was Okle auffällt: «Gerade im Room-Service-Bereich wird der Salat immer häufiger bestellt. Er ist nicht allzu schwer, aber immer noch genügend sättigend, und damit eine beliebte Wahl bei Gästen, die abends etwas später an-

kommen.» Jetzt ist Roman Okle gespannt, wie der Salat im Sommer auf der Terrasse ankommt.

Restaurant Iroquois, Zürich:

70 «Caesar's» pro Woche
Seit seiner Eröffnung vor 17 Jahren führt das «Iroquois» im Zürcher Seefeld den «Classic Caesar Salad» auf der Karte – und ist neben seinen Texmex-Evergreens wie Burger, Fajitas oder Burritos bei seinen Gästen beliebt dafür. Am beliebtesten sei die Variante mit Poulet; erst da-

nach diejenigen mit Speck respektive Shrimps, so Geschäftsführerin Anna Hottinger. Auch im Iroquois-Dressing hat es traditionellerweise Sardellen drin; auf Wunsch sind diese auch ganz als Topping auf dem Salat zu haben. Etwa 70 mal werde «Caesar Salad» wöchentlich bestellt. «Es war kein Thema, ihn letzten Sommer nach der Renovation nicht mehr auf die Karte zu nehmen. Er ist ein ganz grosser Klassiker für uns und ändert, im Gegensatz zu unseren anderen Salaten, nie.»

Ein selten fleissiger Stammgast

Das zum besten Landhotel Europas erkorene Le Vieux Manoir zieht Naturburschen an. Im prächtigen Hotelpark am Ufer des Murntensees hat sich klammheimlich ein Biber angesiedelt.

GERY NIEVERGELT

Der Fremde tauchte irgendwann im vergangenen Winter auf und leistete ganze Arbeit. Als die Mitarbeitenden des herrschaftlichen Landhotels Le Vieux Manoir am Murntensee die Arbeiten für die Saisonöffnung aufnahmen, war der wertvolle Baumbestand im romantischen Park zur allgemeinen Überraschung deutlich dezimiert. Ein Biber hatte sich wohllich eingerichtet.

Was nun? Der seltene Nager ist in der Schweiz geschützt und darf auch nicht ohne weiteres umgesiedelt werden. So wickelte man Maschendraht um die umverstreuten Stämme – und freundete sich mit dem Biber an. Mittlerweile



Neu mit Biber: «Le Vieux Manoir» am Murntensee.

weist in Fernhöhe eine Tafel auf den originellen Stammgast hin, und an der Réception des 5-Sterne-Hotels liegt Informationsma-

terial über die einst ausgerottete Tierart auf. Wahrscheinlich werden die Sommergäste mit etwas Glück sogar kleine Biberli im Schilf entdecken können. Das vom deutschen Magazin «Geo Saison» zum besten Landhotel Europas 2012 erkorene Le Vieux Manoir ist definitiv um eine weitere Attraktion reicher.

Irgendwie märchenhaft, was Direktor Daniel J. Ziegler und sein ausgezeichnetes Team in den vergangenen fünf Jahren aus dem zuvor 20 Millionen Franken wenig beachteten und etwas ältlich wirkenden Herrschaftshaus gemacht haben. Und der detailversessene Perfektionist, einst

enorm erfolgreich mit den Hotels Tschuggen in Arosa und Eden Roc in Ascona, will das romantische Relais & Châteaux-Haus am Murntensee noch konsequenter in der Luxusklasse etablieren. Neben einem Spa, der einen Ganzjahresbetrieb ermöglicht, soll auch im Hauptgebäude noch einmal kräftig investiert werden. Zieglers Ideen und Pläne werden derzeit von den Besitzern Judith Müller-Oprecht und ihrem Mann diskutiert.

Was dem «Vieux Manoir» noch bevorsteht, hat der Biber bereits verwirklicht. Seine imposante Burg, die er im flachen Wasser beim Steg erbaut hat, ist einer President Suite ebenbürtig.

Tourismus

Ortsrundgang mit Audio-Guide in Interlaken eröffnet

Der neue Ortsrundgang entstand durch Interlaken Tourismus, im Rahmen des Projekts «Optimierung Ortsbild». Die Gäste erfahren auf 37 Informationstafeln Wissenswertes über bedeutende Plätze, Persönlichkeiten und historische Gebäude in Interlaken. Dabei werden sie von einem Audio-Guide in Form einer gratis App fürs iPhone begleitet. Die Schweizer Sängerin Sina verleiht dabei der virtuellen Reiseleiterin ihre Stimme.

Genuss

«Grand Mamier»: Der neue Cognac kostet 720 Franken



ZVG

An der «San Francisco World Spirits Competition» gewann der neue Cognac Quintessence gleich zwei Goldmedaillen. Er belegte in den Kategorien «Fruchtlikör» und «bester Likör» jeweils den 1. Platz. Der Cognac Quintessence enthält zweifach destillierte Orangenessenz, die mit den seltensten 20- bis 100-jährigen Cognacs kombiniert und durch einen leichten Geschmack von Mandel, Honig und Caramel verfeinert wurde. Den Likör gibt es in einer limitierten Auflage von 15 Stück zu 720 Franken.

«Rimuss» lanciert Alternative zu Prosecco & Co.



Die Rimuss- und Weinkellerei Rahm AG in Hallau bringt eine alkoholfreie Alternative zu Prosecco & Co. auf den Markt. Da vielen Erwachsenen das Festtagsgetränk Rimuss zu süss ist, entwickelte man bei der Kellerei den Rimuss Seco. Das Apéro-Getränk besteht aus gespritztem Edeltraubensaft, entalkoholisier-tem Wein und ist nur halb so süss wie der Rimuss. Rimuss Seco ist 100% alkoholfrei und ab sofort im Getränke- und Detailhandel für rund Fr. 7.50 erhältlich. In

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Die Ruepp & Partner Dietikon AG hat uns bei der Neuausrichtung wirkungsvoll unterstützt. Da sind Praktiker aus der Gastro- und Hotelbranche am Werk.

Elio Frapollini
Frapollini Betriebe AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

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

cahier français

htr hotel revue No 22 / 31 mai 2012



Jura & Trois-Lacs
La destination privilégie une stratégie commune dans la planification de son avenir.
page 20



Tourisme fribourgeois
En pleine progression, la branche veut attirer les excursionnistes dans les hôtels.
page 21

Le Tour de France arrivera à Porrentruy le 8 juillet, mais les coureurs dormiront presque tous en France. Une «infidélité» qui ne devrait finalement pas prêter les hôteliers.

CLAUDE JENNY

La nouvelle a fait quelques vagues, début mai, lorsqu'il a été annoncé que, sur les 1400 nuitées exigées par ASO, l'organisation qui gère le Tour de France, il n'y en avait que 40 à 50% qui avaient fait l'objet d'une confirmation. Autant dire que si certains hôteliers ont fait la grimace, ils sont aujourd'hui pour la plupart rassurés. Car depuis le pointage du 8 mai, des réservations sont intervenues, surtout pour des groupes d'accompagnants, notamment des équipes TV.

Le directeur de Jura Tourisme se montre plutôt rassurant: «Je comprends ce qui a été perçu comme une déception. Mais avec les milliers de visiteurs attendus pour cette étape qui s'annonce passionnante, avec une arrivée juste après le col de la Croix, les hôtels afficheront certainement complet le jour J», juge Guillaume Lachat.

L'Hôtel Terminus, le seul établissement qui hébergera une équipe

Il n'en demeure que l'imposante caravane du Tour - plus de 2000 personnes - ne s'éternisera guère dans le Jura puisqu'une seule équipe logera sur place, à l'Hôtel Terminus, à Porrentruy. Plusieurs



Les coureurs du Tour de Romandie sillonnaient les routes du Jura. Avant l'étape Belfort-Porrentruy, seule une équipe du Tour de France logera dans un hôtel en Suisse.

Tour des hôtels du Jura

raisons expliquent que toutes les autres iront loger en France. Bien sûr, il y a le poids du franc. Mais d'autres arguments ont pesé: la proximité de l'Hexagone, le plan-

ning du TdF qui prévoit un contre-la-montre entre Arc-en-Senans et Besançon le lendemain, puis une journée de repos dans le chef-lieu bisonin.

A quoi s'ajoute la faible capacité de la plupart des hôtels. Pour pouvoir accueillir une équipe, il faut disposer de 20 à 30 chambres, d'un restaurant, d'infrastructures

et pour permettre aux techniciens d'effectuer l'entretien des vélos, de pouvoir stationner des gros véhicules devant l'hôtel, etc. La plupart des établissements ne répondent pas à ces critères, et ne pouvaient donc espérer accueillir des équipes, mais uniquement des visiteurs.

«Nous ne savons pas quelle équipe viendra chez nous, mais tout l'hôtel a été réservé. Nous mettons tout en œuvre pour bien accueillir coureurs et accompagnants», annonce

Pas tous logés à la même enseigne

Al'Hôtel d'Ajoie, Gabriel Tenti est moins enthousiaste: «Nous accueillons une équipe TV. Mais nous avons dû adapter nos tarifs à la baisse. De sorte que l'opération ne sera pas franchement rentable.

Mais nous jouons le jeu! Le Gambrinus» affichera aussi complet, déclare Gilbert Henner.

Hôteliers contents à Porrentruy, qu'en est-il ailleurs? A l'Hôtel de la Balance, aux Breuleux, Laurence Jabbour a de quoi être déçue: tout l'hôtel avait été réservé, mais elle a enregistré... zéro confirmation! «Nous nous sommes vite rendus compte que nous ne bénéficierons pas de la venue du Tour! L'enlèvement est que nous avons refusé des groupes pour cette période», commente-t-elle avec philosophie.

Echos plus positifs à Delémont: «Nous serons complet, grâce à la venue d'équipes TV», déclare Sandrine Ehmann, directrice de l'Hôtel Ibis. Satisfaction aussi pour la patronne de l'Hôtel National: «J'ai une réservation de 20 chambres pour des gens du Tour. J'en ai gardé quelques-unes pour mes autres clients», indique Trudy Vogt.

Comme le déclare le directeur de Jura Tourisme Guillaume Lachat, «la situation n'a rien de dramatique». La venue du Tour semble même faire finalement une majorité d'heureux parmi les hôteliers du Jura.

Une vitrine pour le canton

La venue du Tour de France, c'est un coup de pub à 1,4 million de francs! Coût de l'organisation de l'étape à charge des collectivités (canton, ville de Porrentruy et communes) et des sponsors, dont la moitié pour l'aménagement de l'aire d'arrivée sur l'aérodrome de Porrentruy-Courtedoux. Mais ce n'est pas cher payé eu égard à l'impact de cette manifestation sportive, la troisième au hit parade de l'audience TV.

«Chaque jour, les images du Tour sont vues par 10,8 millions de spectateurs rien qu'en Europe», lance Guillaume Lachat. «Et

le Tour de France ne fera pas qu'arriver dans le Jura. La retransmission TV de l'entier du trajet sur sol suisse représente environ 2h30 d'antenne, se réjouit le boss de Jura Tourisme, qui considère que la région tirera grand profit de cet événement. Il a déjà pu vérifier tout le professionnalisme des équipes chargées de la retransmission TV et s'assurer que tous les charmes du Jura seront mis en valeur en complément des images strictement sportives.

«Porrentruy est désormais la ville suisse la plus proche de Paris avec la desserte TGV de Bel-

fort. Grâce à l'argent injecté par les pouvoirs publics pour faire la promotion à la fois de cette desserte ferroviaire grande vitesse et du Tour de France, le Jura a bénéficié d'une formidable campagne et profitera largement des retombées du Tour», analyse Jean-Claude Salomon, chef de l'Office cantonal des sports et président du comité d'organisation de l'étape du Tour. Pour une région qui affiche la plus forte progression de nuitées de Suisse, quoi de mieux que l'immense impact du Tour de France pour mettre en relief le Jura comme paradis du vélo!



«Avec les milliers de visiteurs attendus, les hôtels afficheront certainement complet.»

Guillaume Lachat
Directeur Jura Tourisme

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

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

Commandez la documentation dialock
Incluant la liste de référence des hôtels suisses:
Tel. 021 632 81 81, crissier@haefele.ch
Haefele Suisse SA
Bois-Genoussier 1a, 1023 Crissier

HAEFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

LE BLEU DU CIEL...

... nous ne pouvons pas vous le promettre. Mais des idées inédites de la branche suisse du tourisme oui.
Sur www.htr-milestone.ch

Dormir c'est sensuel.

roviva
OBJECTS

www.roviva.ch

Qualité et compétences textiles

Leinenweberei Bern AG
Tissage de Toiles Bernese SA
www.lwbern.ch

En bref

Suisse romande**Les personnes à mobilité réduite informées**

L'Association spécialisée dans le domaine des voyages pour les personnes handicapées Mobilité Internationale Suisse (MIS) annonce son implantation en Suisse romande. Elle veut se concentrer davantage sur la sensibilisation des organisations en Suisse romande où les besoins d'adaptation restent plus grands. Elle a déjà tenu une conférence à l'Ecole Internationale de Tourisme à Lausanne pour les futurs gestionnaires en tourisme ES.

www.mis-ch.ch

Valais**Nouveau recours contre le projet Aminona**

Le WWF et la Fondation Suisse pour le Paysage viennent de déposer un nouveau recours contre le complexe hôtelier Aminona Luxury Resort and Village qui porte sur la zone numéro un, celle des tours. Le plan de quartier avait été homologué en avril par le Conseil d'Etat valaisan. Les organisations écologistes sont contre le saucissonnage du projet et dénoncent l'impact sur le territoire et l'environnement.

«Un office du tourisme de la culture»

La plate-forme Culture Valais veut se positionner sur internet comme «un office du tourisme de la culture», comme le déclare Sophie Michaud, responsable conseils du projet au «Nouvelles». Un outil collectif pour faire connaître les artistes et les compagnies, mais également pour que le Valais puisse affirmer sa richesse dans et hors de ses frontières. Le but sera de raffermir le développement de la culture en Valais avec des actions ciblées de soutien et d'accompagnement.

www.culturevalais.ch

Neuchâtel**La Ferme Robert à l'honneur d'une revue**

La Nouvelle Revue Neuchâtoise consacre son dernier numéro à un lieu que les touristes amoureux du cirque du Creux-du-Van connaissent bien. La Ferme Robert, cette bâtisse du 19e siècle. On peut y découvrir ses tenants, ses hôtes célèbres et la généalogie de ses constructeurs qui lui ont d'ailleurs laissé son nom. Depuis 2011, le lieu est devenu un centre d'interprétation de la nature.



La vue sur le lac de Bière, un des atouts pour la promotion de la destination Jura & Trois-Lacs.

Alain D. Bollat

Une stratégie de promotion unique

La destination Jura & Trois-Lacs entame une nouvelle démarche pour gagner en efficacité. Un projet doit lui permettre de coordonner la promotion touristique entre les régions.

MIROSLAW HALABA

La plus grande destination touristique de Suisse en superficie, la plus jeune aussi – comme aime le répéter son président, l'ancien maire de Bière, Hans Stöckli –, la région Jura & Trois-Lacs met les bouchées doubles pour s'affirmer et améliorer son efficacité. Un an après avoir créé l'Association Jura & Trois-Lacs, née de la fusion des associations Jura Région et Pays des Trois-Lacs, elle a mis en place sa propre société de marketing. Opérationnelle depuis le début du mois, celle-ci continue, en fait, l'activité de promotion que les offices du tourisme menaient en commun depuis quelque temps déjà. (Voir htr du 19 avril.)

Mais les responsables veulent aller plus loin. Aussi ont-ils mis

en route un projet de nouvelle politique régionale (NPR), dont les détails ont été présentés lors de l'assemblée générale de l'association, qui doit lui permettre de planifier son développement touristique. «Nous ne pourrions pas vendre nos produits avec succès si chaque région ou chaque canton travaille avec sa propre stratégie», explique son coordinateur, André Rothenbühler.

Synthèse des stratégies, des politiques et des caractéristiques

Doté d'un budget de 1,5 million de francs pour la période 2012-2015, ce projet prévoit l'établissement d'un masterplan. Rothenbühler: «Nous devons synthétiser les stratégies, les politiques et les caractéristiques de chacun des cantons et de cha-

ne des régions. Ceci fait, nous identifierons ce qui va dans le même sens, mais aussi ce qui est contre-productif. Nous pourrions alors définir une politique et formuler des recommandations».

Grâce aux informations recueillies, la destination saura ainsi quels sont ses besoins en produits, en infrastructures (hôtels, par exemple), et où elle doit les développer ou les implanter. Cela évitera aussi des situations concurrentielles au sein de la destination. «Les manques étant identifiés, nous créerons de ce fait un cadre propice à des nouveaux investissements touristiques», remarque André Rothenbühler. Parallèlement à ce processus, la destination développera des produits touristiques. Pour concrétiser ce projet, la destina-

on a adressé ces jours aux cantons de Berne, du Jura, de Neuchâtel et de Vaud (réunis dans l'entité arcjurassien.ch), ainsi qu'aux cantons de Fribourg et de Soleure, une invitation à participer à son financement et à son élaboration. Une démarche ambitieuse, car comme l'avait souligné Hans Stöckli, lors de l'assemblée générale, la destination est «très diversifiée». Outre qu'elle s'étend sur six cantons, elle comprend deux cultures (romande et allemande), deux ensembles géographiques (Jura et Trois-Lacs), trois régions touristiques (Jura & Trois-Lacs, Fribourg et Vaud) et une dizaine d'offices du tourisme.

L'engagement de certains cantons demeure incertain

André Rothenbühler est toutefois confiant sur l'issue de cette demande aux cantons. «Tous les cantons devraient participer au projet, mais il est probable que, dans un premier temps, leur niveau d'engagement ne soit pas



«Nous devons synthétiser les stratégies et les caractéristiques de chaque région.»

André Rothenbühler
Dir. de l'Assoc. régionale Jura-Bière

très précis», dit-il. Tous les cantons n'ont, en effet, pas l'intention, comme le Jura et le canton de Neuchâtel, de confier tout leur budget de marketing à la société Jura & Trois-Lacs. Qu'importe, le projet a de l'avenir. La preuve, une journée participative est d'ores et déjà prévue pour cet automne et une autre pour les printemps prochains.

Quand la base juridique fait défaut

Les hôteliers ne sont pas tenus de payer de redevances supplémentaires pour la réception de programmes radio et TV dans les chambres d'hôtel: une décision du Tribunal administratif fédéral.

VIRGINIA NOLAN

Les hôteliers et les propriétaires d'appartements de vacances peuvent respirer: pour les appareils radio et TV qu'ils mettent à disposition de leurs hôtes, ils n'auront pas à payer à l'avenir de droits d'auteurs supplémentaires. Le Tribunal administratif fédéral (TAF) en a décidé ainsi, rejetant le recours déposé par les organes de redevances. Considérant que ces derniers avaient exigé ces redevances sans base légale, ce jugement n'étonne pas David Stürmimann, chef de projet au service juridique d'hôtellerie suisse.

Avec ce jugement, le conflit ne disparaît certes pas, mais il a été porté de la clarté au débat: TV et radio dans les chambres d'hôtel et les appartements de vacances ne s'assimilent pas à des «divertissements de fond».

C'est dans ce détail que se trouve le point décisif. Le tarif commun 3a, qui contrôle les droits d'auteur pour les supports sonores et audiovisuels mentionne en effet que seule leur utilisation en «divertissement de fond» est taxée. Un terme qui signifie que l'utilisation du répertoire d'accompagnement a une

fonction accessoire, écrit le TAF dans le jugement actuel. Dans les chambres d'hôtel ou dans les appartements de vacances, l'utilisation a une fonction de premier plan, à savoir que lorsqu'un poste

«Nous avons besoin d'un tarif qui inclut l'utilisation dans les chambres.»

David Stürmimann
Service juridique d'hôtellerie suisse

de radio ou un téléviseur est allumé, c'est que, dans cette chambre, on aimerait écouter ou regarder une émission. A l'inverse du divertissement de fond qui vise à créer une ambiance conviviale, dans le hall d'un hôtel par exemple. Conclusion: l'utilisation dans les chambres d'hôtel ou les appartements ne peut donc être incluse dans la notion de divertissement de fond et n'est donc pas soumise à une taxe. Si le jugement actuel n'est pas interjeté en appel ou confirmé par



Pas de droits d'auteur supplémentaires pour les appareils TV et radio mis à disposition des hôtes.

le Tribunal fédéral, les organes de redevances devront rembourser les taxes déjà perçues. «Mais, prévient David Stürmimann, on n'évitera sans doute pas de payer des taxes supplémentaires pour cette utilisation dans des chambres d'hôtel, dans le sens où partout en Europe les hôteliers doivent le faire et nous reconnaissons ce droit. Nous avons juste besoin d'un tarif qui inclut explicitement cette utilisation. Pour l'instant, il manque la base légale.» Les récentes négociations sur les nou-

veaux tarifs ont été rompues en mars. «Les organes de perception avaient des propositions qui n'étaient pas supportables pour nous», rappelle David Stürmimann. «Peut-être que le jugement actuel les rendra plus raisonnables et que nous pourrions trouver une solution.» Cet été, la question du montant des tarifs viendra sur le tapis devant la commission fédérale d'arbitrage.

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

Fribourg gagne en visibilité

Le tourisme fribourgeois connaît une belle progression, tant au niveau des nuitées que de la fréquentation de ses sites. En Gruyère, on exploite le créneau du charme naturel.

LAETTIA BONGARD

Les acteurs du tourisme fribourgeois affichent une mine radieuse. Il faut dire que l'année dernière aura été celle de tous les records. En termes de nuitées tout d'abord: tous secteurs d'hébergement confondus, le canton a franchi le cap des 1,806 million de nuitées, battant le record enregistré en 2008. Mais aussi des fréquentations: en Gruyère, le Château, les Bains de Charmey, la maison du Gruyère et la maison Cailler ont atteint un nombre de visiteurs record, faisant de cette dernière attraction le site touristique le plus couru de Suisse romande. La saison estivale qui débute devrait se présenter sous d'aussi bons auspices, à en croire les statistiques enregistrées jusqu'à ce jour et l'état des réservations. C'est donc dans la confiance et le dynamisme que Fribourg Région Tourisme et La Gruyère Tourisme ont tenu leur assemblée générale.

Nouveau site Internet et un call center atteignable tous les jours

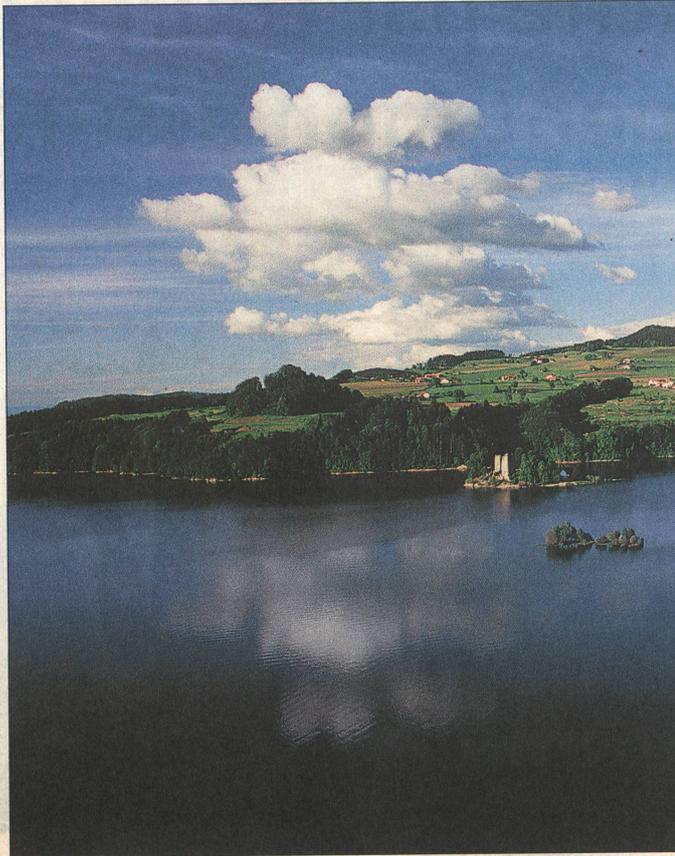
La fidélité de la clientèle suisse mais aussi les projets nés de la stratégie de développement «Vision 2030» - comme le programme «Enjoy Switzerland Fribourg Région» - expliqueraient ces résultats. Le directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, Thomas Steiner, compte bien rebondir sur «cette dynamique posi-

ve», en renforçant entre autres les plates-formes d'information et de communication. Ainsi, Fribourg Région, tout comme La Gruyère Tourisme, disposeront d'ici l'été d'un nouveau site Internet. «Nous prévoyons aussi d'améliorer nos points d'information sur l'A1 et l'A12 et de mettre en place un call center atteignable 7 jours sur 7», indique Thomas Steiner, dont le crédo est avant tout de valoriser ce qui existe déjà. Quitte à le promouvoir de manière plus offensive, par des guerillas marketing, comme celle menée début mai à Genève et Zurich.

La Gruyère mise sur son potentiel naturel

En Gruyère, le tourisme jouit aussi de l'essor économique et démographique ambiant, avec à la clé, le développement des transports publics. «A nous maintenant de réagir avec un produit», note Fabien Mauron, directeur de La Gruyère Tourisme. Autre défi à moyen terme: proposer des offres pour inciter les excursionnistes à dormir sur place. «La ville de Bulle a vu ses nuitées augmenter de 60%. L'ouverture de nouveaux établissements a ouvert la voie à une nouvelle clientèle, sans faire de l'ombre aux hôtels existants», se réjouit le directeur.

En 2011, la région a également inauguré de nouvelles remontées mécaniques dans les stations de Moléson, Charmey et Bellegarde. La Berra devrait suivre prochainement (lire ci-contre). «A nous maintenant d'améliorer la collaboration entre les stations en période estivale», relève Fabien Mauron. Côté visibilité, le directeur mentionne le sentier du lac de la Gruyère, récompensé par le «Prix rando 2012», ainsi que le nouveau parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut. Autant de verdure et de paysages enchanteurs que les promeneurs pourront découvrir en se procurant la carte panoramique des randonnées de la région, qui vient d'être éditée à 50 000 exemplaires.



Avec le «Prix rando 2012», le sentier du lac de la Gruyère devrait attirer encore plus de curieux.

La Berra redessine son visage

La Berra, dans les Préalpes fribourgeoises, est en passe de devenir une véritable station, dotée d'infrastructures modernes, fonctionnelles et comme hiver. Son offre hivernale (25 km de pistes) sera complétée par des activités estivales comme une piste de VTT, un espace ludique et didactique, des randonnées à thème et, peut-être même une place d'atterrissage pour les parapentistes.

Au cœur de ce nouveau pôle touristique: la création d'une nouvelle remontée mécanique qui permettra de relier d'une traite le parking (1030 m) au pla-

teau sommital (1635 m) «Nous avons opté pour un télémixte, c'est-à-dire une alternance de télésièges à 4 places, débrayables, et de cabines à 8 places», explique Albert Bugnon, membre du conseil d'administration de la Société des Remontées mécaniques de La Berra SA.

«L'été, seules 10 cabines devraient fonctionner, sauf en cas de forte affluence», nuance-t-il. Les travaux devraient débuter au printemps 2013 et la mise en service est prévue à l'automne. Budgétée à 13 millions de francs, le projet se fonde sur un modèle de financement mixte. Il ambitionne d'exploiter ce lieu haute-

ment apprécié des familles et des randonneurs. «Il s'agit d'une réflexion globale, avec un aménagement du parking mais aussi d'un regroupement de tous les services utiles à une station moderne: restaurant, logements collectifs, école suisse de ski, magasin de sport, etc.», souligne l'ancien directeur de l'Office du tourisme de Fribourg.

Quant à l'hôtel qui pourrait éventuellement venir s'implanter en amont de la station, il émane d'une initiative privée, qui, selon Albert Bugnon, «risquerait bien de ne pas voir le jour». La réflexion se poursuivra une fois le télémixte réalisé. lb

En bref

Suisse

De bons chiffres pour Finnair

Un nombre important de Suisses est attiré par la capitale finlandaise Helsinki. Durant la période de janvier à avril 2012, la compagnie aérienne Finnair a pu augmenter son chiffre d'affaires sur les liaisons Genève-Helsinki et Zurich-Helsinki de 40% par rapport à la même période de l'année précédente. «Le principal facteur de ce développement très positif est manifestement le tourisme», indique Kimmo Rautiainen, Sales Manager de Finnair en Suisse.

www.finnair.ch

Vaud

L'Hôtel du Nord à Aigle racheté par la famille Ming



ldd

La famille Ming, propriétaire de l'Astra Hotel à Vevey, rachète le 100% du capital action de la société Hôtel du Nord Aigle SA au 1er octobre 2012. Elle reprendra dès cette date la gestion et l'exploitation de l'établissement 3 étoiles de 19 chambres. Des travaux de rénovation et la création de 5 chambres supplémentaires impliqueront la fermeture de l'hôtel au 4e trimestre 2012.

Un hôtel de luxe à la place du Motel de Founex

La démolition du Motel de Founex en Lavaux a débuté la semaine dernière, après 14 ans d'inactivité. Il fait place à un projet d'envergure comprenant un bâtiment administratif de 6000 m², dont la construction pourra débuter cet automne. La deuxième partie du projet consiste en un hôtel de 150 chambres sur 9000 m². Selon le bureau d'architecte Dominique Grenier SA, «il s'agira sans doute d'un hôtel de luxe, avec restaurant et espace de fitness. Nous sommes prêts à démarrer, mais nous attendons de trouver un exploitant», confie-t-il à «24 heures».

Valais

Nouvelle saison pour le réseau de prêt de vélos



ldd

Dès demain et jusqu'à la fin octobre, la mobilité douce est à nouveau encouragée en Valais. Plus de 400 vélos pourront être empruntés gratuitement durant 4 heures dans le cadre du projet «Valais roule». Seize stations réparties entre le Bas et le Haut Valais invitent les familles, groupes, étudiants et entreprises à circuler en toute liberté entre Brigue et Le Bouveret, pour quelques heures ou une journée entière. lb

Tourisme valaisan: le défi de l'été

Les responsables de Valais Tourisme l'ont dit lors de l'assemblée générale qui s'est tenue la semaine dernière à Zinal: l'été sera difficile pour le tourisme valaisan, force du franc suisse oblige. Les nuitées hôtelières devraient reculer de 1,7%.

MIROSLAW HALABA



Swiss-Image

Les chutes d'eau sont un atout pour le Valais.

et des produits de qualité et le charme du Valais avec son caractère bon vivant, ses produits, ses traditions», indique le directeur de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern. Parmi les actions prévues

figure notamment une «Semaine valaisanne» (du 4 au 10 juin) à l'Europa-Park à Rust, principal parc d'attractions d'Allemagne.

Le Valais compte sur l'action de la banque Raiffesen

Pour ce qui est des hôtes helvétiques, le Valais compte beaucoup sur l'action de la banque Raiffesen pour ses clients. Cette opération, qui a débuté le 1er avril et qui se terminera le 30 novembre et à laquelle participent 200 hôtels, devrait générer quelque 150 000 nuitées.

La décision du Grand Conseil est très attendue

Dans l'immédiat, les responsables du tourisme valaisan atten-

dent la décision que prendra, dans une dizaine de jours, le Grand Conseil au sujet de la loi qui donnera naissance à la société Valais/Wallis Promotion (htr du 17 mai). Cette société groupera, dans un souci d'efficacité, Valais Tourisme, la Chambre valaisanne d'agriculture, la Chambre de commerce et de l'industrie et la marque Valais/Wallis.

«Offrir des prestations et des produits de qualité avec le charme du Valais.»

Urs Zenhäusern
Directeur de Valais Tourisme

De bonnes chances pour une adoption

Les chances que la deuxième lecture soit adoptée sont bonnes. «Il existe des signes avant-coureurs positifs pour qu'une décision rapide soit prise en faveur du tourisme valaisan», a indiqué le président Herbert Volken. Si elle est acceptée, la loi pourra encore

faire l'objet d'un référendum facultatif. Mais là aussi, les indices sont bons. «Je suis presque convaincu qu'il n'y aura pas de référendum», dit le directeur de l'association, Urs Zenhäusern.

«La branche touristique manifeste une grande volonté»

Le climat, qui s'est tendu après le refus de la nouvelle loi sur le tourisme et avec l'adoption récente de la lex Furgler, semble toutefois s'améliorer.

«La branche touristique est positive et manifeste une grande volonté de se prendre en main pour relever les défis. Quant aux milieux politiques, ils ont compris que le tourisme était dans une situation difficile et qu'il devait pouvoir compter sur leur soutien», constate encore le directeur de Valais Tourisme.

www.valais.ch

En attendant une reprise prévue pour 2013, c'est la clientèle suisse et celle des marchés de proximité que les prestataires valaisans tenteront de séduire en priorité. Avec quels arguments? «Compte tenu de la structure de nos coûts, la seule stratégie que nous pouvons suivre, c'est d'offrir des prestations

Publicité par courrier. Fréquentation assurée.

HOTEL

L'efficacité environnementale
compte aussi: la lettre suisse à
100% sans impact sur le climat.

C'est l'impact qui fait la différence.

Des études le prouvent: la publicité par la Poste a plus de chances d'être lue et son contenu est recommandé deux fois plus souvent qu'un e-mail. Améliorez votre succès commercial grâce à notre gamme de produits de marketing direct. Parlons d'impact ensemble au 058 386 21 21.

www.poste.ch/impact



www.poste.ch/impact

LA POSTE 



Un assortiment de plats moléculaires signés par le chef russe Anatoly Komm.

Photos Idd

L'écume des jours russe

Les instruments de travail sont des lyophilisateurs ou des centrifugeuses. Et du pain noir et dur, comme il est coutume en Russie, il fait un savoureux pudding: Anatoly Komm, 41 ans et russe, est considéré comme un «oligarque» de la cuisine moléculaire. Géophysicien de formation, puis actif dans la mode – il a représenté des marques comme Dolce & Gabbana et Versace.

Mais ce n'est qu'à l'âge de 34 ans qu'il s'est tourné sérieusement vers la cuisine – pour escalader à la vitesse de l'éclair l'olympes de la gastronomie. Son restaurant moscovite Varvary a réussi en 2011 à être le premier restaurant russe sur la liste des «World's 50 Best Restaurants» et Komm est le premier chef russe à être répertorié dans le Guide Michelin.

Une cuisine qu'il «déconstruit» jusqu'au moindre détail

En fait, admet l'autodidacte, il s'est simplement concentré sur ce qu'il avait toujours voulu faire: «Déjà à l'âge de quatre ans, j'ai acquis le goût de l'art culinaire. Rien n'était plus beau pour moi que de regarder ma grand-mère en cuisine et de l'aider.» Et c'est ainsi que Komm s'est consacré avec passion aux plats de son enfance, la nourriture russe typique.

Il transforme sa cuisine avec seringues et gels

Mais contrairement à ses compatriotes, il déconstruit la cuisine jusque dans ses moindres détails et la transforme au moyen de

Son restaurant Varvary est l'un des meilleurs du monde. Avec sa cuisine moléculaire, il a révolutionné l'univers gastronomique de ses compatriotes.

FRANZISKA EGLI



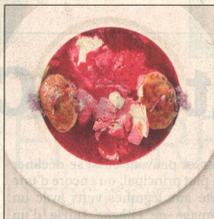
Anatoly Komm, un chef russe audacieux.

seringues, d'écume et de gels en une haute cuisine russe.

Le résultat: au lieu du traditionnel borscht, chez Anatoly on propose volontiers 15 plats comprenant de l'écume de poisson aux pigions, de la glace de carottes à la sauce caviar et amandes



Les asperges vertes aux œufs pochés.



Une invention: le borscht au foie gras.

ou du pain de seigle en une délicate gelée moelleuse. De son passé de géophysicien, dont il ne

fait pas mystère, Komm connaît «toutes les techniques et les trucs, jouissant ainsi d'un avantage certain.»

Mais ce n'est pas suffisant, il en est convaincu, pour devenir un cuisinier hors pair: sans les connaissances dues à ses nombreuses années d'expérience, il ne serait rien.

Il tente de n'utiliser que des produits locaux

D'autant que son pays n'est pas une oasis pour gourmets, aussi quand les gens pensent à la Russie, c'est la vodka et le caviar qui leur vient à l'esprit «alors que nous avons aussi d'excellents produits, simples mais qui, bien

préparés, sont délicieux.» De là sa mission d'une «renaissance russe». Et pour autant que ce soit possible en Russie, il n'utilise que des produits locaux. Avec sa cuisine «moléculaire et déconstructiviste», il entend dépasser les idées reçues sur la nourriture russe et espère aussi pouvoir enthousiasmer ses compatriotes pour la nouvelle cuisine russe.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 15

Anatoly Komm au «Baur au Lac» et au «Chef-Sache Alps»

Le «Four Hands Dinner», ou le «Dîner à quatre mains» c'est ainsi que s'appelle le menu de dégustation de 7 plats que Anatoly Komm et Laurent Eperon, chef du restaurant Pavillon de l'Hôtel Baur au Lac, à Zurich, proposent pour 280 francs, les 7 et 8 juin, dont un Borscht au foie gras et un Kamchatka Crab Dumplings. Lors de sa visite à Moscou, le chef Laurent Eperon célébrera avec Anatoly Komm un dîner événement russo-suisse dans son restaurant «Varvary». Anatoly Komm sera d'autre part l'un des chefs invités du symposium culinaire «Chef-Sache Alps» qui se tiendra les 10 et 11 juin à l'Eventhalle Stage One à Zurich. Le show d'Anatoly Komm est programmé le 10 juin de 15h à 15h45. fee

Pêle-mêle

Une brochure pour les guides du patrimoine

L'Association suisse pour les guides-interprètes du patrimoine sort sa brochure pour la Suisse romande. «Le château peut-être, mais aussi le ruisseau, la forêt, les traditions et les produits du terroir», peut-on lire. Les guides expliquent leurs démarches parfois insolites comme celle de la Neuchâteloise Corinne Nicaise Marcacci: «Enfourchons notre vélo et partons à la découverte de quelques cimetières du Val-de-Ruz. Des espaces hors du temps qui recèlent de choses insoupçonnées.»

www.asgip.ch

Les douces désillusions d'optique à Fri Art



Le Fri Art, centre d'art de Fribourg présente jusqu'au 19 août les «Désillusions d'optique» de Mathieu Mercier. Une perception de la désillusion comme «une relation renégociée au monde, enfin débarrassé de la cécité ordinaire», lit-on dans un communiqué. L'artiste installe un dispositif d'exposition proche du magasin ou du musée d'histoire naturelle. Devant ce travail, le critique Jörg Heiser pense à l'enfant qui «pointe du doigt».

www.fri-art.ch

Les vins de la Vallée du Rhône appréciés des Suisses

En 2011, les vins de la Vallée du Rhône ont progressé en volume et en notoriété, sur le plan national et international. Selon l'Interprofession des vins de la Vallée du Rhône, la Suisse se place en 2e position après les Etats-Unis en termes de consommation des AOC de la Vallée du Rhône (7,4% de la surface). Au total, 10000 hectolitres ont été exportés en Suisse en 2011, soit une progression du volume de 12% et de valeur de 22% par rapport à 2010. Les consommateurs suisses apprécieraient particulièrement «la variété et la qualité des vins du Rhône», qualifiés d'un «excellent rapport prix-plaisir».

«La Bohème» s'invite dans les arènes d'Avenches



Les arènes d'Avenches accueillent du 5 au 17 juillet 2012 une nouvelle production de «La Bohème» de Giacomo Puccini. Le spectacle est signé Eric Vigliè, metteur en scène et directeur artistique d'Avenches Opéra. L'œuvre sera revisitée dans un dispositif épuré, exaltant graphiquement le Paris de 1900. Le chef d'orchestre italien Stefano Ranzani assurera la direction musicale de l'Orchestre de Chambre de Lausanne et Pascal Meyer le Chœur de l'Opéra de Lausanne et le Chœur d'enfants Les Marmousets. lb

Le fumet de la gastronomie suisse

Existe-t-il une cuisine suisse? Oui, ont répondu sans hésiter les six participants à une table ronde organisée à Bienne. Et même une bonne cuisine, «intelligente et raffinée».

MIROSLAW HALABA

Manger en Suisse». L'animatrice, la journaliste Jessica Gyax, l'a dit au début du débat: le thème choisi par la bibliothèque de la ville de Bienne pour la table ronde, qui mettrait un point final à un cycle de manifestations consacrées à l'alimentation, est vaste. Vaste, et parfois très anecdotique, fut donc aussi la discussion qui suivit. On

en retiendra surtout les réponses des professionnels de la branche à la question: y a-t-il une cuisine suisse? Oui, a déclaré sans ambages Knut Schwander, responsable du guide Gault & Millau romand. «La Suisse a développé une belle gastronomie, haut de gamme, intelligente et raffinée, qui n'est pas forcément faite avec des produits rares, mais aussi des produits locaux légers et frais», a-t-il dit.

Un pays qui a perdu sa capacité à valoriser ses produits

Auteur de livres gastronomiques sur la Suisse, Martin Weiss va dans le même sens: «C'est une cuisine très riche et variée, peut-être, même la plus riche et la plus variée du monde.»

Pour le grand chef du Noirmont, Georges Wenger, la cuisine suisse est «bien existante», mais, active dans un pays nanti, elle a



Georges Wenger, chef au Noirmont, dit aimer revaloriser les produits suisses, comme la pomme-de-terre.

quelque peu perdu de ses capacités à valoriser les produits, car elle peut acquérir avec facilité tous les produits qui lui plaisent.

«J'ai trouvé dans notre région plus de cent recettes de pommes de terre, car à l'époque on crevait de faim dans le Jura et il fallait donc

faire avec ce qu'il y avait», souligne-t-il. Et de lancer le débat sur le rôle des restaurants – comme le sien, il ne le cache pas – qui cherchent à transmettre une culture gastronomique. Une denrée rare, selon Knut Schwander: «De nos jours, la majorité des établissements n'ont pas grand-chose à transmettre.»

Les produits de saison et du terroir

On notera aussi qu'une belle unanimité s'est dessinée, tant chez les intervenants professionnels que chez les intervenants d'autres milieux, comme le maire de Bienne, Erich Fehr, sur la pertinence de manger des produits de saison et du terroir de préférence. Donc, comme l'a lancé, le conseiller municipal biennois Pierre-Yves Moeschler: «Pas de fraises à Noël.»



«Nous autres architectes ne parlons souvent d'architecture que tard le soir, dans un bar à whisky.»

David Chipperfield architecte britannique. Lu dans «La Liberté».



Photos Marc Bertschi/ldd

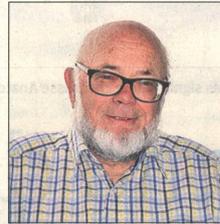
Idéalement situé dans les Gorges de l'Areuse, l'Hôtel de la Truite séduit de nombreux marcheurs.



Avec 80 places assises, la capacité des deux restaurants devrait encore augmenter après les travaux.

Dormir au son des gorges

Les marcheurs des Gorges de l'Areuse découvriront bientôt sur leur chemin un Hôtel de la Truite entièrement rénové. Un moyen de réaffirmer le potentiel touristique de la région.



Claude Borel, président de la Fondation Champ-du-Moulin.

VALÉRIE MARCHAND

Vu son emplacement idéal, au Champ-du-Moulin et en bordure de rivière, ainsi que la beauté de l'architecture du bâtiment, Claude Borel président de la fondation de l'Hôtel de la Truite a recherché des financements pour sa rénovation. Ceci avec le soutien de son comité: les Amis du site du Champ-du-Moulin. La fondation vient d'être créée et elle est également devenue propriétaire du site.

«L'essentiel des travaux de rafraîchissement des 8 chambres d'hôtel est prévu l'an prochain. Ainsi, 16 lits seront disponibles avec du mobilier d'époque», déclare Claude Borel. La Salle des Fêtes attenante, très caractéristique, notamment quant à ses décorations «Heimatstil», sera égale-

ment restaurée grâce au soutien de l'Office de la protection des monuments et des sites. Quant au restaurant, il conservera son aspect actuel. «Cependant, les cuisines, les WC, les lieux d'entreposage seront agrandis et modernisés», précise le président.

Encourager les marcheurs à prolonger leur séjour

Les Gorges de l'Areuse attirent près de 70 000 marcheurs chaque année. Les plus courageux profitent d'une balade au Creux du Van, avant de se rendre dans les gorges. Les touristes proviennent essentiellement de Suisse allemande et pourraient prolonger leur séjour et dormir dans l'établissement rénové. D'autres personnes s'arrêtent également régulièrement à l'Hôtel pour se restaurer, fêter des événements, organiser

des repas professionnels et profiter de l'emplacement très relaxant. Actuellement près de 80 places assises sont proposées dans les deux restaurants.

Le budget des travaux s'élève à près de 4 millions de francs, en partie couvert par des dons provenant notamment de la Loterie Romande, l'Aide Suisse aux Montagnards et la fondation Binding.

Une deuxième étape des travaux envisagée d'ici 2014

Cette dernière, à but non lucratif, soutient des projets relevant des domaines de l'environnement, du social, de la formation et de la culture au niveau national. Elle s'engage notamment en faveur de la préservation et du développement des valeurs et du patrimoine naturel, culturels et spirituels fondamentaux qui contribuent à l'identité de la Suisse.

A cela, il faut ajouter la contribution de l'Etat pour raviver l'hôtel avec un prêt sans intérêt. «Dans une deuxième phase, nous nous occuperons peut-être de la création d'un centre de l'interprétation de l'eau, de l'aménagement de dortoirs et de chambres supplémentaires, ainsi qu'une salle de cours et de séminaires», déclare Claude Borel. Cette deuxième étape de travaux est estimée à deux millions et demi de francs et devra être financée au préalable. «Elle pourrait être envisagée d'ici 2014», estime le président.

Jardin au cœur de la cité de Calvin

La nouvelle terrasse du Swissôtel Métropole, baptisée «Place Métropole», se veut un oasis de verdure en plein centre de Genève. Ses hôtes s'y prélassent tout en savourant la fine cuisine du chef Pascal Lavenu.

MICHEL BLOCH

Le jardin créé par l'architecte paysagiste zurichois Enzo Enea a de quoi surprendre. Inaugurée récemment, la nouvelle terrasse du Swissôtel Métropole (cinq étoiles) constitue un véritable coin de paradis, un lieu de relaxation idéal.

Bois, pierre, toile, une végétation luxuriante composée d'hortensias, de buis et de glycine, deux fontaines en pierre aux effigies du soleil et du vent, contribuent à créer un superbe écrin que les Genevois et les passants ont très vite adopté, oubliant presque

qu'ils se trouvent à deux pas de la Rue du Rhône. Des tables bien espacées, des parasols donnent à cette terrasse un air de vacances d'où le terme stress est totalement absent.

Une terrasse aux saveurs gourmandes et estivales

Le Chef des cuisines Pascal Lavenu apporte ici une preuve de son talent. Une carte estivale où le client se régale aussi bien d'une salade César revisitée, que d'un homard du Maine, sachant que les

entrées peuvent aussi se décliner en plat principal, ou encore d'une tarte aux légumes verts avec un fromage de chèvre, suivie d'un bar rôti ou d'un succulent filet de bœuf suisse, à moins «bien entendu», d'opter pour des côtes d'agneau du Limousin. Les desserts constituent quant à eux de véritables créations. Relevons le mille-feuille Métropole qui d'après ce que nous avons pu constater est déjà un «must» sur cette terrasse, de même que le sablé breton fraises-sureau.

Le Swissôtel Métropole joue assurément la carte de la diversité et de l'originalité pour sa carte des glaces appréciées en dessert ou pour une pause bienfaitrice durant l'après-midi.

Elle inclut à la fois une touche helvétique avec la glace à la poire Williams du Valais ou encore à la meringue de la Gruyère et que des saveurs exotiques avec la glace au thé vert Sencha, fleur de jasmin et mangue. Mais les amateurs apprécieront aussi des parfums plus classiques.



La nouvelle terrasse du Swissôtel Métropole invite à la détente.

Déjeuners sur l'herbe actuels

Les samedis et dimanches du mois de juin, des établissements membres de Relais & Châteaux proposeront des paniers de pique-nique du terroir.

Relais & Châteaux propose les samedis et dimanches du mois de juin de faire revivre la tradition du déjeuner sur l'herbe. Onze aubergistes de Suisse et du Liechtenstein ont sélectionné les meilleurs produits de leur région afin de composer le panier de pique-nique et ont choisi un endroit, à moins de 30 minutes de l'établissement. En Suisse romande, l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel; le Domaine de Châteauevieux de Pevery-Dessus; Georges Wenger, Le



Des déjeuners sur l'herbe à vivre près d'un Relais & Châteaux.

Noirmont; le Grand Hôtel du Lac de Vevey participent à cette action. Le panier de pique-nique peut être commandé directement auprès des établissements pour 65 francs par personne. www.relaischateaux.com/juin

Les gens

Départ à l'Office des Vins Vaudois

Nicolas Schorderet a décidé de quitter son poste de secrétaire



général de l'Office des Vins Vaudois à 31 août et de donner une nouvelle orientation à sa carrière. Depuis mars 2009, il a contribué à la restructuration de cet organe promotionnel et à son image. La procédure de recrutement de son successeur est lancée.

Un poste pour dynamiser les réseaux sociaux

Kristina Kalz a rejoint l'équipe du département Marketing et Communication de Montreux-Vevey Tourisme en tant que responsable des réseaux sociaux et des médias digitaux. De nationalité



suisse et allemande, Kristina Kalz dispose de plusieurs années d'expérience dans le web-editing et le web-marketing.

Un sommelier charismatique change de voie

Tony Decarpentrie, chef sommelier du Beau-Rivage Palace de Lausanne depuis 2004, quitte ses fonctions à la fin du mois. Il reprendra le poste de responsable produits et achats de Vogel Vins, à Grandvaux, importateur en Suisse des champagnes Taittinger et de grands vins français et italiens. Il rejoint une maison qui vient de changer de génération à sa tête puisque Julien Vogel a repris en avril la direction de l'entreprise, son père Charles Vogel fondateur de la société étant parti à la retraite. Thibaut Panas devient le nouveau sommelier-chef du Beau-Rivage Palace, il officiait à l'Hôtel de Ville de Crissier.

PROFIL

DIE STELLENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

Nr. 2 · 31. Mai 2012

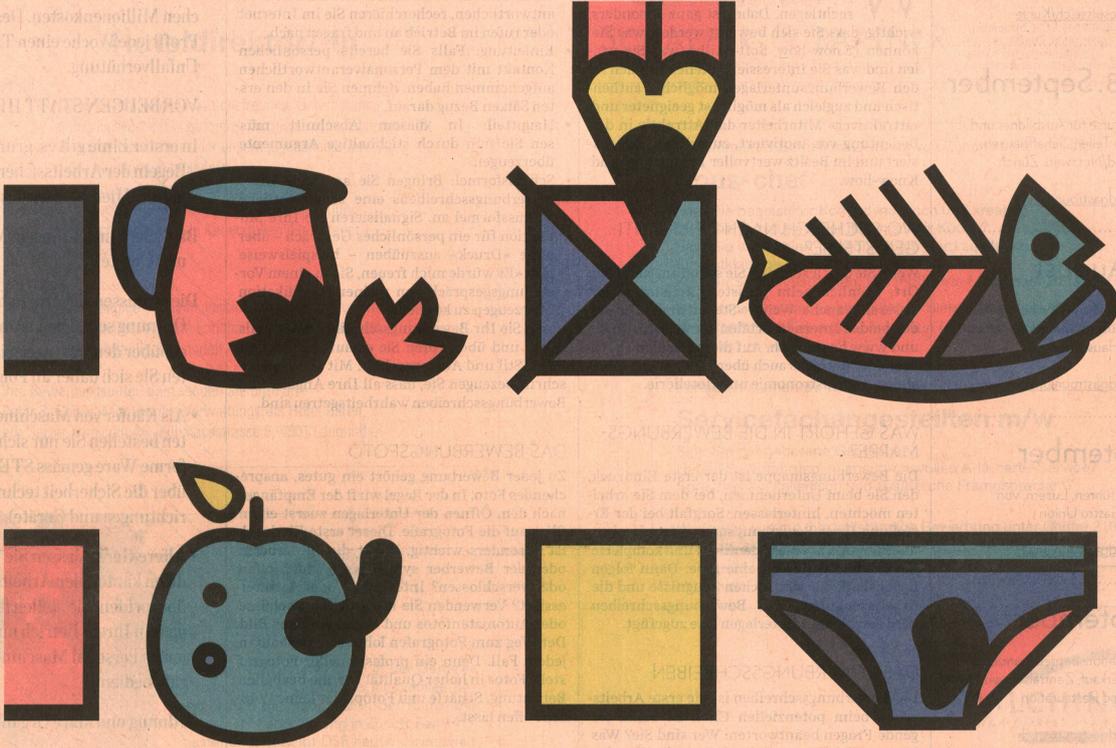
htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

AUS- UND WEITERBILDUNG DIREKTION/KADERSTELLEN DEUTSCHE SCHWEIZ SUISSE ROMANDE
SVIZZERA ITALIANA INTERNATIONAL STELLENGESUCHE IMMOBILIEN



GRAFILU

MITARBEITERBEFRAGUNGEN VOM PFLICHTPROJEKT ZUM WUNSCHPROJEKT

Möchte man begeisterte Gäste, sollte man erst den Blick nach «innen» richten und seine Mitarbeitenden befragen. Mitarbeiterbefragungen sind ein wichtiges Instrument für die Personalentwicklung, aber auch ein Gestaltungselement der lernenden Organisation. Die wesentlichen Fragen vor diesem Hintergrund lauten: Wie weit gelingt es, mit dem Instrument so nahe an die wesentlichen Themen des Unternehmens heranzukommen, dass die in ihnen arbeitenden Menschen berührt und involviert werden? Wie weit gelingt es, konkrete Ergebnisse zu erzielen, dass diese einstellungs- und handlungsrelevant werden und von den Abteilungen bis zur Unternehmensleitung präzise Massnahmen möglich sind? Kann man einen Umsetzungsprozess managen, der den Notwendigkeiten des Unternehmens Rechnung trägt und die Erwartungen der Mitarbeitenden nicht enttäuscht?

Organisationsdiagnostik statt «Wohlfühlbefragung»
Sich als Mitarbeitender im Unternehmen wohl zu fühlen ist zweifelsohne wichtig. Eine gut konzipierte Mitarbeiterbefragung geht aber über diesen Bereich hinaus und nutzt das Wissen der Menschen, um an die Stärken und Schwächen des Unter-

nehmens heranzukommen. Dazu braucht es ein ganzheitliches Organisationsmodell im Hintergrund. Dieses Modell bildet Organisationen in ihrer geistig-kulturellen Dimension (Identität, Werte, Ziele und Strategien), sozialen Dimension (Struktur, Klima, Führung ...) und technisch-instrumentellen Dimension (Prozesse, physische Mittel) ab.

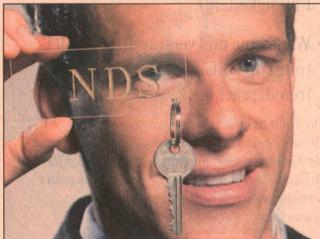
Konzentration auf Prioritäten
Eine Mitarbeiterbefragung soll auch dazu dienen, Grundlagen für die Fixierung von Prioritäten zu erlangen. Stärken und Schwächen zählen nur dann, wenn es sich um wirklich wichtige Bereiche handelt. Deshalb stellt die Wichtigkeit der einzelnen Punkte gemeinsam mit der Zufriedenheit eine essentielle Abfragegrösse dar.

Ressourcenorientierung
«Worauf können wir aufbauen?» stellt in vielen Veränderungsprozessen eine wichtige Frage dar. Auch hier kann eine Mitarbeiterbefragung wichtige Beiträge leisten und verhindern, dass sich das «Schlechte, Unzureichende oder Problemhafte» überdimensional breit macht und vorhandenes Positives verdeckt.

Integrative Prozessorientierung
Mitarbeiterbefragungen wecken immer Hoffnungen genauso wie Ängste. Deshalb ist es wichtig, sich im Vorfeld über die Ziele und Konsequenzen des Projektes klar zu werden und eine Prozessstruktur zu wählen, die Ängste und Widerstände gut aufnehmen kann und eine Basis des Vertrauens und der Zuversicht schafft. Einen Kernpunkt stellt hierbei die Sicherstellung der Anonymität dar. Wenn es gelingt, Mitarbeiterbefragungen durch Offenheit und Transparenz von einem Pflichtprojekt zu einem Wunschprojekt zu machen, ist die Basis für die Veränderungswirksamkeit bereits gelegt. Wenn es ausserdem gelingt, bereits zu Projektbeginn die Art des Umgangs mit den Ergebnissen festzulegen, d. h. sich auf eine wirkungsvolle Bearbeitungsform zu einigen, dann wird die Mitarbeiterbefragung einen wertvollen Beitrag zur Unternehmensentwicklung und Gästebegeisterung leisten.



Alexander Fläkel
IRC-SWISS GmbH
info@irc-swiss.ch, www.irc-swiss.ch



Einzigartig in der Schweiz: Die eidg. anerkannte General Management Ausbildung für Branchenprofis, die zu den Besten ihres Fachs gehören wollen – ausgezeichnet mit dem Titel **diplomierter Hotelmanager NDS HF**. Die praxisnahe Weiterbildung sorgt für Durchblick. Dies in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung MENSCH – MARKT – MITTEL und HOSPITALITY.

Kursbeginn am 17. Oktober 2012 (Zyklus 39)

Informationsveranstaltung:
8. August 2012 Hotel zum Storchen, Zürich

Anmeldung, Administration, Information
hotelleriesuisse, Weiterbildung
Monbijustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

hotelfachschule thun
Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SS+T
Swiss Hospitality
Management & Education

Luzerner University of Applied Sciences
**HOCHSCHULE
LUZERN**

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Unternehmensseminar hotelleriesuisse

Telefon +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/nbs

AGENDA

18./19. Juni

Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Stufe I, Bern von hotellerieuisse

www.hotellerieuisse.ch/Kurse

18. Juni – November

«Online Marketing – mit Profis»
Online-Lehrgang von hotellerieuisse

www.hotellerieuisse.ch/Kurse

18. August/8. September

Methodik-/Didaktikkurse für Ausbilder und Instrukoren in zwei Teilen, Schaffhausen, von Kochverband/Netzwerk Zürich

www.hotelundgastrounion.ch

30. August

Der erste Eindruck zählt – kleine Psychologieklausur mit grosser Wirkung, Luzern, von Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft

www.hotelundgastrounion.ch

5. September

Sich und andere führen, Luzern, von Hotel & Gastro Union

www.hotelundgastrounion.ch

17. September

Gästekontakt im Restaurationsbetrieb, kundenorientiertes Verhalten und Verkauf, Zentralschweiz, von Berufsverband Restauration

www.hotelundgastrounion.ch

BUCHTIPP



ALLES, WAS SIE ÜBER BEWERBUNGEN WISSEN MÜSSEN

Dieser Ratgeber enthält zahlreiche praktische Hinweise zur Stellensuche, behandelt Form, Inhalt und Umfang der Bewerbung und beantwortet alle wichtigen Rechtsfragen zu Vorstellungsgespräch und Einstellungstest. Anhand der zahlreichen eingearbeiteten Musterformulierungen kann der Leser seine eigenen Unterlagen perfekt gestalten und erfährt, worauf es bei Bewerbung und Vorstellung ankommt. Daneben sind zahlreiche rechtliche Fragen rund um das Thema Bewerbung dargestellt, etwa die neuen Regeln zum Schutz vor Diskriminierung. Ein Anhang enthält Tipps von erfahrenen Personalchefs. Andrea Nasemann ist Juristin und Journalistin. Sie ist unter anderem auf Arbeitsrecht, Beruf und Bildung spezialisiert.

«Richtig Bewerben», Beck im dtv
von Andrea Nasemann

ISBN 978-3-423-50608-3
CHF 11,90

SO BEWERBEN SIE SICH RICHTIG

Was muss ins Bewerbungsschreiben? Was gehört in einen Lebenslauf, und wie muss er gestaltet sein? Wie soll ein Foto aussehen? Profil hat für Sie Tipps von Experten zusammengestellt.

Wer sich bewirbt, sollte das Vorgehen planen und sich eine Strategie zu-rechtlegen. Dabei ist ganz besonders wichtig, dass Sie sich bewusst werden, was Sie können (Know-how, Soft-Skills), was Sie wollen und was Sie interessiert. Stellen Sie sich in den Bewerbungsunterlagen möglichst authentisch und zugleich als möglichst geeigneter und «attraktiver» Mitarbeiter dar. Attraktiv in der Bedeutung von motiviert, zuverlässig, interessiert und im Besitz wertvoller Fähigkeiten und Know-how.

WO SUCHE ICH NACH DER RICHTIGEN STELLE?

Wenn Sie dies lesen, sind Sie schon am richtigen Ort. Nämlich beim grössten Stellenanzeiger unserer Branche. Weitere Stellen finden Sie auf den beiden Internetportalen www.gastrojob.ch und www.hoteljob.ch. Auf diesen beiden Portalen hat es übrigens auch über 1.000 offene Lehrstellen aus Gastronomie und Hotellerie.

WAS GEHÖRT IN DIE BEWERBUNGS- MAPPE?

Die Bewerbungsmappe ist der erste Eindruck, den Sie beim Unternehmen, bei dem Sie arbeiten möchten, hinterlassen. Sorgfalt bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsmappe ist ein absolutes Muss. Nur eine ordentliche und komplette Bewerbungsmappe ist eine gute. Dann folgen Lebenslauf, die schulischen Zeugnisse und die Arbeitszeugnisse. Das Bewerbungsschreiben wird den übrigen Unterlagen lose zugefügt.

DAS BEWERBUNGSSCHREIBEN

Das Bewerbungsschreiben ist die erste Arbeitsprobe beim potenziellen Chef. Es sollte folgende Fragen beantworten: Wer sind Sie? Was können Sie? Was sind die Gründe für Ihre Bewerbung? Warum sind gerade SIE besonders gut für die Stelle geeignet? Es ist wichtig, auf die konkrete Position einzugehen und überzeugend zu argumentieren. Keinesfalls darf ein Standardschreiben verwendet werden, das dann für jede Bewerbung verschickt wird. Ein gutes Bewerbungsschreiben bedeutet Arbeit und Zeitaufwand. Aufwand, der sich bezahlt macht. Das Bewerbungsschreiben besteht aus folgenden Elementen:

- **Betreff:** In der Betreffzeile nennen Sie die genaue Bezeichnung der Stelle. Beispielsweise: «Bewerbung als Küchenchef»

- **Anrede:** Vermeiden Sie unbedingt die allgemeine Anrede. Fehlt Ihnen der Name des Verantwortlichen, recherchieren Sie im Internet oder rufen im Betrieb an und fragen nach.
 - **Einleitung:** Falls Sie bereits persönlichen Kontakt mit dem Personalverantwortlichen aufgenommen haben, nehmen Sie in den ersten Sätzen Bezug darauf.
 - **Hauptteil:** In diesem Abschnitt müssen Sie nun durch stichhaltige Argumente überzeugen.
 - **Schlussformel:** Bringen Sie am Ende Ihres Bewerbungsschreibens eine zuversichtliche Schlussformel an. Signalisieren Sie Ihre Motivation für ein persönliches Gespräch – aber ohne «Druck» auszuüben – beispielsweise mit: «Es würde mich freuen, Sie in einem Vorstellungsgespräch von meiner Qualifikation überzeugen zu können.»
- Lesen Sie Ihr Bewerbungsschreiben mehrmals durch und überprüfen Sie es auf Rechtschreibung, Stil und Aussagegehalt. Mit Ihrer Unterschrift bezeugen Sie, dass all Ihre Angaben im Bewerbungsschreiben wahrheitsgetreu sind.

DAS BEWERBUNGSFOTO

Zu jeder Bewerbung gehört ein gutes, ansprechendes Foto. In der Regel wirft der Empfänger nach dem Öffnen der Unterlagen zuerst einen Blick auf die Fotografie. Dieser erste Eindruck ist besonders wichtig. Wirkt die Bewerberin oder der Bewerber sympathisch, nett, offen oder verschlossen? Interessiert oder desinteressiert? Verwenden Sie keine Schnappschüsse oder Automatenfotos und auch kein altes Bild. Der Weg zum Fotografen lohnt sich deshalb in jedem Fall. Denn ein professioneller Fotograf stellt Fotos in hoher Qualität her, die bezüglich Belichtung, Schärfe und Fotopapier keine Wünsche offen lässt.

DER LEBENS LAUF

Er gilt als Herzstück einer Bewerbung und wird auch «Curriculum Vitae» (CV) oder «Vitae Cursus» genannt. Er listet die wichtigsten individuellen Daten einer Person auf. Im Gegensatz zu früher beginnt man heute mit den aktuellsten Einträgen. Dabei können Sie die Informationen in logischen Blöcken anordnen (Aus-/Weiterbildung, Stellen etc.) oder die Einträge einfach nach Datum, unabhängig davon, ob es sich um Berufserfahrung, Aus- und Weiterbildung oder um Vereinstätigkeiten handelt.

Mario Gsell

AUS DER SCHULE

GEMEINSAM MIT ANDEREN BERUF LICH UND PERSÖNLICH WEITERKOMMEN – DAS NACHDIPLOMSTUDIUM (NDS HF) HOTELMANAGEMENT VON HOTELLERIEUISSE

Mit der Eröffnung der Ecole de commerce Hôtellerie-Tourisme (ECH) im vergangenen August 2011 kann nun auch in der Romandie der Handelsschulabschluss mit eidg. Fähigkeitsausweis HGT erlangt werden in Form eines dreijährigen Lehrganges.

Im ersten Jahr werden die Grundlagen für die Branchenkenntnisse in der Hotellerie, das Beherrschen der Reservierungssysteme sowie die allgemeinbildenden Fächer vermittelt (Sprachen, Kommunikation, Wirtschaftsfächer und Informatik).

Das zweite und mittlere Jahr ist das Praktikumjahr. Die Lernenden sind vorbereitet und werden vor allem im Bereich Réception, Gästempfang eingesetzt. Arbeitgeber sind Mitgliederhotels von hotellerieuisse, welche die Anforderungen erfüllen, Lernende ausbilden zu dürfen.

Im dritten Jahr werden die Erfahrungen aus der Praxis vertieft und die theoretischen kaufmännischen Kenntnisse weiter aufgebaut zur Vorbereitung auf das Qualifikationsverfahren

zum eidgenössischen Fähigkeitszeugnis Kaufmann/Kauffrau HGT (CFC – Certificat fédéral de Commerce).

Die Internationale Schule für Touristik/Ecole Internationale de Tourisme bietet diese Ausbildung in Lausanne an. Sie tut dies in Partnerschaft mit hotellerieuisse, welche sich als Unternehmerverband der Schweizer Hoteliers für eine erstklassige Aus- und Weiterbildung in der Branche Hotel-Gastro-Tourismus (HGT) engagiert.

Die Hotellerie- und Tourismusbranche braucht kommunikative, qualitätsbewusste und auf die Bedürfnisse unserer Zeit ausgerichtete Mitarbeiter.
Hanna E. Rychener, lic. phil. I, Direktorin
Der nächste Lehrgang beginnt am 27. August 2012, IST, Internationale Schule für Touristik, Josefstrasse 59, 8005 Zürich, 044 440 30 90; EIT, Ecole Internationale de Tourisme – ECH, Ecole de commerce Hôtellerie-Tourisme, Av. Benjamin Constant 1, 1003 Lausanne, 021 331 26 10.

ZITAT DER WOCHE

«Das Flüstern einer schönen Frau hört man weiter als den lautesten Ruf der Pflicht.»

Pablo Picasso

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich passieren im Gastgewerbe rund 20.000 Unfälle. Sie verursachen Millionenkosten. Deshalb gibt Profil jede Woche einen Tipp zur Unfallverhütung.

VORBEUGEN STATT HEILEN

In erster Linie gilt es, grundlegende Regeln der Arbeitssicherheit einzuhalten. Hier die wichtigsten:

Bauliche Einrichtungen, Maschinen und Geräte

Diese müssen sicherheitstechnisch in Ordnung sein. Die Verantwortung gegenüber den Benutzern ist gross! Halten Sie sich daher an Folgendes:

- Als Käufer von Maschinen und Geräten bestellen Sie nur sicherheitskonforme Ware gemäss STEG (Gesetz über die Sicherheit technischer Einrichtungen und Geräte).

- Ältere Geräte lassen Sie vom zuständigen kantonalen Arbeitsinspektorat überprüfen. Sie stellen ferner sicher, dass in Ihrem Betrieb nur gut instruiertes Personal Maschinen und Geräte bedient.

Ordnung und klare Organisation

- Je enger die Platzverhältnisse, umso besser muss die Ordnung sein – eine Selbstverständlichkeit, auf die Sie immer wieder dringen sollten (auch im eigenen Interesse!). Darum gilt:

- Die Arbeitsabläufe sind klar geregelt. Maschinen und Einrichtungen sind funktionell platziert.

- Beleuchtung und Lüftung funktionieren einwandfrei.

- Böden und Treppen sind so beschaffen, dass man nicht ausrutschen kann (rutschhemmende Beläge, Handläufe usw.).

- Zweckmässiges Schuhwerk (am Fuss festgebundene Schuhe oder geschlossene Clogs).

- Sie achten auf peinliche Sauberkeit des Bodens (besonders gefährlich: Verschmutzung durch Fett und Flüssigkeiten!).

- Wirksame und verständliche Anleitung von Hilfskräften, vor allem für fremdsprachige.

Die Tipps fürs Gastgewerbe stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall». Herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

HOTEL BÄREN

LANGENTHAL

www.baeren-langenthal.ch

Das Hotel Bären ist der führende Hotel- und Gastronomiebetrieb im Herzen Langenthals und der Region Oberaargau. Die gepflegten Restaurationsmöglichkeiten, 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
- Begeisterter 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 Erfolgsbeteiligungsmo-
dell

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Peter R. Geiser, Mitglied des Verwaltungsrats Hotel Bären,
c/o Geiser-agro.com AG, Kühlhausstrasse 6, 4901 Langenthal

21047-8716

Coming Soon: Eines der renommiertesten CH-Luxushotels

«Hier genießt man Hotellerie von absolutem Weltklasseformat...». So wird man zukünftig in den Medien berichten. Das sehenswerte Small Luxury Hotel der Extraklasse wird es mit seiner gelungenen Symbiose aus Tradition und Moderne schaffen in einem Atemzug mit den besten europäischen 5-Sterne-Superior-Hotels genannt zu werden. Dies an besonders schöner Lage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Destinationen.

Was können professionelle Executive Chefs erwarten: Die einmalige Chance bereits vor der Eröffnung einzusteigen bzw. das zukünftige «Produkt» aktiv mitzugestalten! Die Highlights: Mehrere ausgezeichnete Restaurants und F & B Outlets, grosse Bar-Lounge, exklusiver Spa sowie Tagungs- und Convention Facilities für höchste Ansprüche. Rund 24 Mitarbeitende unterstützen Ihrem Verantwortungsbereich.

Küchenchef/in

Mitglied der Geschäftsleitung

Die Kulinarik geht in Richtung internationale Spitzenprodukte, marktfrisch, innovativ sowie eine dem Zeitgeist entsprechende «Leichtigkeit». Sie sehen es als Herausforderung für hochanspruchsvolle Individualgäste aus aller Welt, Geschäftsleute, Semimartellnehmer sowie für namhafte Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik verführerische Kreationen zu produzieren. Es erwarten Sie Freiraum, Selbständigkeit, Kompetenzen und die Zusammenarbeit mit einem der erfahrensten Hoteliers der internationalen Luxushotellerie.

Erfahrene Chefs de Cuisine mit entsprechenden Leistungsausweisen und der Fähigkeit auch auf höherem GM-Punkte-Niveau zu operieren, informieren wir gerne über die Vorteile die mit dieser attraktiven Kaderfunktion verbunden sind. Angedachter Eintrittstermin wäre auf Spätsommer/Herbst. Wann hören wir von Ihnen? Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen! Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

21007-8662

Renommiertes Betrieb im Zentrum von Zürich sucht per sofort

Sous-chef

Sind Sie begeisterter Koch, dynamisch und kreativ?
Sind Sie vertraut mit der italienischen Küche?
Sind Sie interessiert, persönlich am Herd zu stehen und für erstklassige Qualität zu garantieren?

Können Sie sich vorstellen, vier motivierte Mitarbeiter zu führen?

Bei entsprechender Leistung haben Sie die Chance zum **Küchenchef** eines renommierten Betriebes in der Stadt Zürich befördert zu werden.

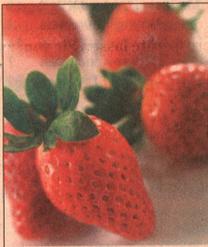
Per sofort suchen wir einen gelernten, dynamischen

Servicefachangestellten m/w

Sind Sie der geborene Gastgeber?
Haben Sie Erfahrung im anspruchsvollen A-la-carte-Service?
Sprechen Sie italienisch und zusätzliche Fremdsprachen?

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung unter Chiffre 21064-8720 an htr.hotelrevue, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern.

21064-8720



DSR Le Restaurateur ist ein in der Gemeinschaftsgastronomie tätiges innovatives Unternehmen mit Hauptsitz in der Romandie und einer Niederlassung in Zürich. Seit 1919 bestehend, betreibt DSR heute schweizweit 240 Mitarbeiter- und Personalrestaurants im Business- & Industriebereich sowie im Bildungs- und Gesundheitswesen. 1700 Mitarbeitende setzen sich Tag für Tag für das Wohl der Gäste ein und leisten dem Credo «Jede Mahlzeit bietet einen Augenblick des Wohlbefindens» Folge.

Jedes von den 30 von DSR geführten Restaurants in der Deutschschweiz besitzt eine eigene Identität. Sie ergibt sich aus der Kultur des Kunden und dem Profil der dort tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Unsere Tochtergesellschaft Hotelis ist für die Rekrutierung von Temporär- und Feststellen innerhalb von DSR sowie auch für die gesamte Gastronomie- und Hotellerie-Branche verantwortlich. Für unsere DSR Betriebe suchen wir in der Deutschschweiz qualifizierte Gastronomiefachleute für folgende Positionen:

- **Betriebsleiter/-in, Assistent/-in Betriebsleiter/-in**
- **Küchenchef/-in, Sous-Chef, Chef de Partie, Koch/Köchin, Küchenhilfe**
- **Betriebsmitarbeiter/-in Kasse, Betriebsmitarbeiter/-in Office**

Möchten auch Sie Teil eines in der Deutschschweiz aufstrebenden Unternehmens sein? Dann senden Sie uns noch heute Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns auf Sie.

HOTELIS

Hotelis SA • Zähringerstrasse 51
8001 Zürich • www.hotelis.ch

21068-8724



Für unsere beiden Bijous mitten im Schaffhauser Blauburgunderland – den **Landgasthof Gemeindehaus in Wilchingen** und die **Bergtrotte in Osterfingen** – suchen wir eine(n) Pächter(in) mit einem gesunden Unternehmerteil.

GASTRONOM(IN) MIT GEIST, HERZ UND BAUCH ALS PÄCHTER(IN)

Die Region Wilchingen, Osterfingen und Trasadingen setzt unter Mithilfe von Bund und Kanton ein umfassendes Tourismuskonzept im ländlichen Raum um. Dabei entsteht ein Leuchtturm wie die «**Osterfinger Bergtrotte 1584**». Im Trottegebäude bietet sie Platz für Festivitäten und Anlässe bis 300 Personen. Der moderne Annex-Bau ist der neue Treffpunkt im Schaffhauser Blauburgunderland (Seminarraum bis 100 Personen, Wein-Bar, Blauburgunder-Bibliothek, Pergola).

In Wilchingen selbst wurde vor kurzem der **Landgasthof Gemeindehaus** komplett modernisiert. Das Restaurant bietet Platz für 40 Gäste. Im kleinen Speisesaal gibt es weitere 25 Plätze. Und im grossen Saal (mit direktem Zugang) werden Feste mit bis zu 100 Personen gefeiert – und oft führen die Vereine hier ihre Versammlungen durch. Im Gebäude befinden sich auch Gästezimmer und eine Wohnung.

Beide Betriebe sind eine ideale Ergänzung zueinander. Deshalb suchen wir einen Pächter für die Bergtrotte und den Landgasthof. Haben Sie den Geist, das Herz und den Bauch, die wir erwarten? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit einem kurzen Beschrieb, weshalb gerade Sie der richtige Pächter wären. Dazu bitte noch Lebenslauf, Zeugnisse, Referenzen und ein Foto beilegen: **Gemeinderat, Hauptstrasse 45, 8217 Wilchingen**. Der Gemeinderat Wilchingen freut sich, mit einem starken Gastronomen die Zukunft der Tourismusregion im Schaffhauser Blauburgunderland mitzugestalten.

Weitere Informationen zu den beiden Bijous finden Sie unter: www.wilchingen.ch/bijou

21061-8718

Ihren neuen Traumjob finden Sie auf hoteljob.ch!

hoteljob.ch SUCHEN LOGIN REGISTRIEREN KONTAKT DE FR IT

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion / Geschäftsleitung	38
Reception/Reservation	103
Küche	250
F&B/Catering/Events	55
Service / Restauration	242
Hauswirtschaft	27
Marketing/Verkauf/KV/IT	29
Reiseleitung/ Tourismus	4
Beauty/Wellness/Fitness	14
Bäcker-Konditoren	7
Diverses	22

htr-Code

Alle Jobangebote 29

Alle Jobangebote 4

Alle Jobangebote 14

Bewerberprofile

Bewerberprofile

Bewerberprofile

Kursagenda

Aus- und Weiterbildungsprofile

Aus- und Weiterbildungsprofile

Aus- und Weiterbildungsprofile

PLEASE DISTURB

News/Veranstaltungen

Kurse/Seminare

Ratgeber Arbeit und Karriere

FAQ zu hoteljob.ch / gastrojob.ch

htr hotel revue

Chef de Reception | Revenuemanager

Sie sind gerne im Kontakt mit Menschen, lieben Ihren Beruf an der Front und arbeiten mit Freude für den Gast. Sie bringen eine hohe Dienstleistungsbereitschaft mit, sind belastbar und flexibel. Sie runden Ihr Profil mit Ihren professionellen Art, einer natürlichen Freundlichkeit und einem gastorientierten Auftreten ab. Zuverlässigkeit und Teamgeist zeichnen Sie aus.

In dieser Funktion sind Sie für die Führung und Schulung des Front-Office-Teams verantwortlich. Sie sind die Ansprechperson an der Reception und zuständig für einen positiven und erfolgreichen Auftritt des Hotels und das Zufriedenstellen der Gäste durch schnelle, freundliche und fachgerechte Betreuung.

In Ihrer Ausbildung in der Hotellerie haben Sie bereits Erfahrungen in dieser Position gesammelt. Bedingt durch unseren internationalen Gästekreis verfügen Sie über sehr gute Deutsch-, Französisch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift. Ebenso besitzen Sie sehr gute EDV-Kenntnisse, Erfahrungen mit Protel sind von Vorteil.

Neben einem interessanten Aufgabengebiet in einem führenden 4-Sterne-Business-Hotel, im Zentrum einer grossen Schweizer Stadt, bieten wir Ihnen die Chance, in einem Team Verantwortung zu übernehmen und mit einem motivierten Kader die Herausforderungen in der Hotellerie aktiv anzugehen.

Wir freuen uns auf Ihr Bewerbungsdossier mit Foto unter Chiffre 21065-8721 an htr.hotelrevue, Mombjousstrasse 130, 3001 Bern.



Das Sunstar Hotel Grindelwald**** ist ein Grossbetrieb mit 400 Betten, zwei Restaurants sowie grossem Wellness- und Seminarbereich. Die Angebotspalette im heimeligen Grindelwald und in der ganzen Jungfrau Region ist gross.

GRINDELWALD

Um unsere anspruchsvollen Gäste zu verwöhnen, suchen wir Sie als unseren

Restaurantleiter (m/w)

Sie konnten bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position sammeln, sind kommunikativ und verfügen über entsprechende Sprachkenntnisse. Ihr Tätigkeitsgebiet umfasst die gesamte Gästebetreuung und Organisation in unseren Restaurants und Bar, die Überwachung aller Serviceabläufe, die Schulung der Mitarbeiter sowie die gesamte Mitbereiterplanung mit Hilfe der Personaleinsatzplanung von Mirus.

Neben den grossen Erwartungen an Sie, haben wir Ihnen dabei auch Einiges zu bieten: Interne Schulung und Weiterbildung sowie eine starke Schweizer Hotelkette im Hintergrund sind nur einige Punkte. Neugierig geworden?

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto: Sunstar Hotel Grindelwald****
Yves P. Timonin, Direktor
3818 Grindelwald
Tel. +41 (0)33 854 77 77
E-Mail direktion.grindelwald@sunstar.ch

Sunstar ZEIT, DIE BLEIBT.
HOTELS****

21072-8727

Die Gastronomiegruppe



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

Für die Neueröffnung des von uns im Auftrag geführten

UBS Restaurant Europa-Allée

Europa-Allée 21, 8004 Zürich

suchen wir per 1. Oktober 2012 eine/n

Betriebsleiter/in

Ihre Aufgabe: In dieser äusserst interessanten und anspruchsvollen Funktion übernehmen Sie die operative Führung des Betriebes mit 3 Outlets sowie durchschnittlich 850 Essen pro Tag und sind in der Rolle als Gastgeber aktiv an der Front präsent. Zudem sind Sie verantwortlich für das Budget, die Angebots- und Aktivitätsplanung sowie für die Verkaufsfördermassnahmen. Für Caterings erstellen Sie Offerten und setzen die Durchführung um, erledigen diverse administrative Arbeiten und führen, schulen und rekrutieren Ihre 23 unterstellten Mitarbeitenden. Ausserdem übernehmen Sie diverse Projektaufgaben.

Ihr Profil: Wir wenden uns an eine erfahrene Fachperson mit einer gastgewerblichen Ausbildung sowie entsprechender Weiterbildung. Führungserfahrung sowie Erfahrungen in der Grossgastronomie/Hotellerie sind zwingend. Ausserdem konnten Sie auch schon an grösseren Projekten Ihre Erfahrungen sammeln oder haben bereits Neueröffnungen geführt. Zudem verfügen Sie auch über Fremdsprachenkenntnisse und sind versiert im Umgang mit dem PC. Sie setzen sich selbst klare Ziele, verbessern fortlaufend die Qualität der Dienstleistungen und sind in der Lage Aussergewöhnliches zu leisten. Prioritäten setzen Sie richtig, bleiben auch bei schwer überschaubaren Aufgaben handlungsfähig und lösen Probleme mit Systematik. Durch klare Kommunikation schaffen Sie Transparenz, kommunizieren jederzeit angemessen und bleiben auch in kritischen Situationen offen für die Anliegen anderer. Das eigene Wissen und Können geben Sie mit Freude weiter und fördern dadurch die Weiterentwicklung des Teams. Bedürfnisse anderer erkennen Sie und begeistern das Gegenüber mit Zusatzleistungen. Als Führungsperson scheuen Sie sich nicht, auch schwierige Entscheidungen zu treffen, fördern die Mitarbeitenden und fördern die Eigeninitiative. Die Bedürfnisse der Gäste und Kunden ermitteln Sie systematisch, entwickeln neue Ideen und setzen die Verbesserung von bestehenden Dienstleistungen und Produkten um. Den Ressourcenbedarf planen Sie vorausschauend, betreiben fortlaufend Budgetplanung und -controlling und denken über die Grenzen des eigenen Bereichs hinaus. Sie arbeiten von Montag bis Freitag während verschiedener Schichten zwischen 6.00 und 20.00 Uhr. Sie sind jedoch auch für Spezialanlässe an Abenden und Wochenenden flexibel sowie einsatzbereit.

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

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Taurio, Leiterin Personalwesen, senden. Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZFV-Unternehmungen

Filialestrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

21001-8710

luzerner kantonsspital
LUZERN SURSEE WOLHUSEN

Postenchef Köchin/Koch 100 %**Stellenantritt**

1. September 2012 bis 31. Januar 2013 (Option auf Festanstellung)

Aufgaben

- Führen und Instruieren der unterstellten Mitarbeitenden
- Termingerechte Zubereitung des täglichen Speisenangebots

Anforderungen

- Abgeschlossene Ausbildung als Köchin/Koch EFZ
- Diätkochausbildung von Vorteil
- Zielalter 25 bis 35 Jahre

Kontakt

Mario Breit, Leiter Küchen, Tel. 041-926 52 90

Bewerbungsverfahren

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an das Luzerner Kantonsspital Sursee, Janina Getzmann-Schaller, Departements-Personalleiterin, Personalabteilung, Postfach, CH-6210 Sursee.

Detaillierte Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie auf www.luks.ch

Luzerner Kantonsspital Tel. +41 (0)41 926 45 45
Personalabteilung Fax +41 (0)41 926 47 78
Postfach www.luks.ch
CH-6210 Sursee

21067-8722

Ein Betrieb der Gamag Management AG · www.gamag.ch

Hotel Walensee
TRATTORIA
8872 WEESEN



Italienische Lebensfreude und die besondere Lage machen die "Trattoria" zum Treffpunkt der Region Walensee. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Koch (m/w)

Um unseren Gästen erstklassige Qualität zu bieten, haben Sie eine abgeschlossene Fachausbildung und bereits einige Jahre Berufserfahrung, von Vorteil in der italienischen Küche. Sie sind motiviert, teamfähig, flexibel und kreativ.

Servicefachangestellte/r

Für die Betreuung unserer Gäste stellen wir uns eine motivierte, aufgestellte und gepflegte Persönlichkeit vor. Sie haben eine abgeschlossene Fachausbildung und können bereits einige Jahre Berufserfahrung vorweisen. Sie beherrschen die deutsche Sprache und verstehen es, unsere Kundschaft herzlich und kompetent zu bewirten.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich Herr Reto Ziegler, Geschäftsführer.

Hauptstrasse 27 T +41 (0)55 616 16 04 www.hotel-walensee.ch
CH-8872 Weesen F +41 (0)55 616 16 71 info@hotel-walensee.ch

21046-8710

Sie sind ein Organisationstalent und gehen gerne auf Menschen zu.

Dann sind Sie bei uns an der richtigen Adresse. Wir suchen auf den 1. August oder nach Vereinbarung einen/eine

Leiter/in Gastbereich und Verwaltung RomeroHaus 80 %

Unter dem Leitsatz «Welten verbinden» führen wir im RomeroHaus Veranstaltungen und Kurse durch und empfangen Gastgruppen sowie Hotelgäste.

Weitere Informationen zu dieser Stelle finden Sie unter: www.bethlehem-mission.ch

Bethlehem Mission Immensee
Resort Personal, Postfach 62
CH-6405 Immensee
www.bethlehem-mission.ch

Bethlehem Mission Immensee

21062-8710



NATIONAL ZERMATT
COMING HOME

SIE HABEN INTERESSE AN EINEM ANGENEHMEN ARBEITSPLATZ AM FUSSE DES WELTBEKANNTEN MATTERHORNS? DANN LESEN SIE BITTE WEITER.

Das renovierte Hotel National & Spa ist ein renommiertes 4-Sterne-Superior-Hotel mit 108 Betten im Zentrum von Zermatt gelegen.

Der gastronomische Bereich umfasst zwei Speisesäle mit einem vielseitigen Speiseangebot sowie ein «A la carte»-Restaurant mit saisonalen Spezialitäten. Unsere gemütliche Hotelbar ist der zentrale Treffpunkt für unsere internationalen Gäste.

Für das vitale Wohlbefinden steht unseren Gästen ein attraktives Wellness-Center mit Schwimmbad zur Verfügung.

Gerne möchte ich mich bei den Besten und Freundlichsten bewerben!

Mein Name ist Michael Bresser. Am 1. Mai 2012 habe ich als geschäftsführender Hoteldirektor das schöne Hotel National in Zermatt übernommen.

Zur Unterstützung und Mitarbeit, um die strategischen Ziele zu erreichen, bewerbe ich mich als Ihr neuer Arbeitgeber!

Ihre Tätigkeit

Sie tragen Verantwortung für alle Prozesse an der Reception und stellen die Zusammenarbeit mit den anderen Abteilungen sicher.

Selbstständiges Arbeiten

Sie führen ein Team von bis zu 4 Mitarbeitenden Ausbildung von Auszubildenden

Ihr Profil

Mehrjährige Tätigkeit in ähnlicher Position oder mind. 3 Jahre Erfahrung als Receptionsmitarbeiter
Abschluss einer Hotelfachschule oder einer vergleichbaren Weiterbildung
Sie sind überdurchschnittlich qualifiziert und motiviert
Sie bringen Erfahrung im Sales Marketing mit
Ihr Handeln ist stets dienstleistungsorientiert
Sie sind versiert in Fremdsprachen und beherrschen MS Office

Ihre Möglichkeiten

Mitarbeit in einem jungen und sehr motivierten Team
Aufstiegsmöglichkeiten in einem der bekanntesten Skortiere der Welt

Mitwirken im Aufbau eines Management System nach ISO 9001, Schweizer Qualitäts Gütesiegel Stufe 3
Internes und externes Schulungskonzept
Angenehmes- und leistungsförderndes Arbeitsklima

Sind Sie eine oder einer der Besten und Freundlichsten?

Dann senden Sie mir bitte Ihre vollständigen Unterlagen, und ich melde mich bei Ihnen!
Selbstverständlich bewerbe ich mich mit dieser Anzeige bei Damen und Herren!

Ich freue mich auf Sie!

Hotel National
Matterstrasse 39, 3920 Zermatt, Schweiz

Telefon: +41 27 966 99 66

Telefax: +41 27 967 59 07

E-Mail: direktion@hotelnationalzermatt.ch

Internet: www.hotelnationalzermatt.ch

Ansprechpartner: Herr Michael Bresser

21070-8710

1. RECHTEN DAUMEN AUFSETZEN

2. TEXT LESEN

Neulich am Abend. Ein Ehepaar in den Fünfzigern betritt das Restaurant. Sie setzen sich an ihren Tisch. Kurz darauf präsentiere ich Ihnen die Speise- und Getränkekarte. Ohne einen Augenblick zu zögern, bestellen sie eine der besten Flaschen des Hauses; einen Château Cheval Blanc für mehr als 2'500 Franken. Die Flasche wird aus dem Weinkeller geholt. Ich öffne und dekantiere sie ganz ruhig. Ohne Stress. Ich serviere den Wein wie es sich gehört. Der Herr degustiert zuerst. Sein wohlwollendes Nicken und Gemurmel deutete ich als Zeichen der Zustimmung. Danach serviere ich den edlen Tropfen behutsam in das Glas der Dame. Im selben Augenblick erspähe ich im Hintergrund eine wunderschöne Frau. Ihre Augen sind leuchtend geschminkt. Ein Eye-Liner betont distrikt die Konturen, und formt zusammen mit einem Maskara wunderschöne Bambi-Augen. Ihr Blick ist so bezaubernd, dass der eindrucklichste Sonnenuntergang der Welt mir wie billiges Konjunktiv durchdringt. Plötzlich durchdringt ein Schrei die angenehme Ruhe im Saal. Erschrocken schaue ich wieder an den Tisch des Ehepaars. Die Frau am Tisch schäumt vor Wut. Was habe ich bloss gemacht? Oh Nein! Benommen realisiere ich, dass ich mehr als die Hälfte der Flasche auf sie geschüttet habe. Das war mein letzter Abend im Restaurant. Doch dank diesem Zwischenfall hatte ich das Vergnügen, zu erfahren, was ein Inserat bewirken kann.



Inserate bewegen.

Dieses Inserat macht Werbung für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt dazu jedes Jahr einen Wettbewerb für junge Kreative aus. Dabei siegte auch diese Arbeit – kreiert wurde sie von Gaël Tran und David Moret, Werbeagentur Euro RSCG, Genf. www.das-kann-nur-ein-inserat.ch



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

Kantonsspital Münsterlingen Spital Thurgau AG

Für die Küchenbetriebe am Spitalcampus Münsterlingen suchen auf 1. September 2012 oder nach Vereinbarung eine/einen

Diätköchin/-koch (80 % oder 100 %)

Aufgaben: Wir bieten Ihnen einen interessanten, lebhaften Arbeitsplatz in unserer modernen Küche (Kalte Linie). Der Bereich Verpflegung im Küchenbetrieb des Spitalcampus Münsterlingen umfasst die Herstellung der Mahlzeiten für Patienten, Mitarbeitende und Veranstaltungen. Dazu gehört auch ein breites Angebot ernährungstherapeutischer Kostformen, das in Zusammenarbeit mit der Ernährungsberatung laufend aktualisiert wird. Die Küchenbetriebe beliefern das Kantonsspital und die Psychiatrischen Dienste sowie externe Heime.

Profil: Neben einem erfolgreichen Lehrabschluss als Diätkoch/Koch verfügen Sie über einige Jahre Berufserfahrung. Sie haben ein organisatorisches Flair, arbeiten effizient, sind flexibel, kunden- und ergebnisorientiert.

Auskunft: Christoph Lüsser, Leiter Küche, Tel. 071 686 43 08 oder Remo Ullmann, Leiter Diätküche, 071 686 43 00

Bewerbung: Kantonsspital Münsterlingen, Personaldienst, Postfach, 8596 Münsterlingen

21014-8917

HUGENTOBLER Schweizer Kochsysteme®

Als Marktführerin beliefern wir seit 40 Jahren von Schönbühl aus das Gastgewerbe mit modernster Gerätetechnik und Systemlösungen im Grossküchenbereich.

Wir erweitern unser Team und suchen nach Übereinkunft

Verkaufspersönlichkeiten

in den Regionen

Basel-Stadt, St. Gallen/Thurgau, Graubünden

Eine Herausforderung für jeden erfahrenen Verkaufsprofi oder Gastronomie-Koch, der engagiert und praxisnah die Marke Hugentobler mit ihren prominenten Produkten, Grossküchenanlagen und Dienstleistungen in seiner Region vertritt.

Neugierig? Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil finden Sie auf unserer Homepage:
www.hugentobler.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien.

HUGENTOBLER Schweizer Kochsysteme AG
Grubenstrasse 107, 3322 Schönbühl

21052-8714

GASTHOF HIRSCHEN SANGERNBODEN

026 419 11 58

Der Landgasthof im Schwarzenburgerland und Freiburger Oberland

SUCHT...

Koch oder Jungkoch
Küchenhilfe / Officemitarbeiter
(Deutsch sprechend!)

Anfang nach Vereinbarung

hirschen.sangernboden@bluwin.ch
www.hirschen-sangernboden.ch
Mitglied „Gilde“ und CCOB

21043-8711

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

18974-8053

ANZEIGEN

Zu verkaufen

Mangel Hepro Roll

Walzendurchmesser 300 mm
Walzenbreite 1600 mm
Gelegenheit, sehr wenig gebraucht,
sehr günstig.

Quick net Maximal

Textilpflege
Hallwylstrasse 59
8004 Zürich
Telefon 044 241 66 41

21016-8755

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das
intensiv-
seminar

GASTRO@SUISSE

Der Weinberater

Kompaktes Weinwissen für GastroProfs

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

Weitere Informationen
Gastro@Suisse
Bäumlefeldstrasse 20, 8048 Zürich
Tel. 0848 372 111 | www.gastro@suiss.ch

21022-8879

Das
intensiv-
seminar

GASTRO@SUISSE

Der Rezeptionskurs

Professioneller Gästeempfang im Hotel

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

Weitere Informationen
Gastro@Suisse
Bäumlefeldstrasse 20, 8048 Zürich
Tel. 0848 372 111 | www.gastro@suiss.ch

21022-8872

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr **hotelrevue**

**HOTELLERIE™
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

htr hotel revue
Monbijoustrasse 130
3001 Bern
www.htr.ch

Hotellerie™ Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer
Michael Gollong

REDAKTION

Barbara König
Tel. 031 370 42 39
Mario Gsell
Tel. 041 418 24 57

redaktion@stellenprofil.ch

redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
angela.direnzo@htr.ch

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung
der Stellen- und Immobilienanzeigen
erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung
via Hotellerie™ Gastronomie Verlag
erfolgen sollte) über die htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, Postfach,
3001 Bern.

Nicole Kälin
Tel. 041 418 24 48
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
Patricia Nobs Wyss
Tel. 031 370 42 77

Fax 031 370 42 23

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31
Kaderrubrik Stellen
s/w CHF 1.98
4-farbig CHF 2.53

Die Stellenanzeigen werden automatisch
gegen einen Aufpreis von CHF 50.00
eine Woche auf www.hoteljob.ch /
www.gastrojob.ch publiziert. Falls keine
Aufschaltung gewünscht wird, muss
dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt
werden.

Aus- und Weiterbildung

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Die Immobilienanzeigen werden automa-
tisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00
während einem Monat auf www.htr.ch/
www.immobiliengestaltung.ch auf-
geschaltet. Falls keine Auf-
schaltung gewünscht wird, muss dies bei
der Auftragserteilung mitgeteilt werden.
Die genauen Konditionen sind unter
www.stellenprofil.ch resp.
www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Michael Gollong (Creative-Direction)
Luka Beluhan
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie™ Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
28.6., 9.8. 23.8., 13.9., 29.11., 13.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwen-
dung der redaktionellen Inhalte bedarf der
schriftlichen Zustimmung durch die Redak-
tion. Die in dieser Zeitung publizierten
Inserate dürfen von Dritten weder ganz
noch teilweise kopiert, bearbeitet oder
sonst wie verwertet werden. Für unverlangt
eingesandte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.

DIE IMMOBILIENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
 LA BOURSE DE L'IMMOBILIER POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

STEUERN UND REGELN HABEN KLARE REGELN



KEYSTONE

Im Hotel vergisst man viele Bereiche, weil sie dem Auge verborgen bleiben. Hohe Energiekosten sind das Resultat. Die Heizung ist im Keller und läuft, die Lüftungsanlage ist in der Decke versteckt, der Strom kommt einfach aus der Steckdose und der Betrieb läuft seit Jahren immer gleich. Ein Bild, das oft täuscht. In der Mehrheit der Fälle funktioniert das Zusammenspiel zwischen den haustechnischen Anlagen wie der Heizung, Lüftung, den sanitären Anlagen und betrieblichen Prozessen nicht oder nicht optimal. Dies kann zu enormen Energieverlusten und hohen unnötigen Energiekosten führen. Leider merkt man es nicht so schnell, da die Anlagen probieren, die «Fehler» selber zu korrigieren.

Problemstellungen

Die Steuerung und Regulierung der haustechnischen Anlagen werden beim Aufbau oft auf den aktuellen Betrieb ausgelegt – die Lüftung beispielsweise auf 150 Gäste, die Küche auf 300 Menüs pro Tag, das Warmwasser auf 100 Übernachtungen etc. Doch der Betrieb und somit die Voraussetzungen verändern sich im Laufe

der Zeit: die Ölheizung wird durch die Wärmepumpe ersetzt, eine Terrasse mit mehr zusätzlichen Sitzplätzen wird gebaut, was wiederum einen Ausbau der Küche nach sich zieht. Die Wäsche wird nicht mehr extern gewaschen und getrocknet, sondern neu in der hauseigenen Lingerie. Doch die Anpassung der Steuerung und Regelung der haustechnischen Anlagen vergisst man oft. Diese laufen nach den alten ursprünglichen Vorgaben. Dabei wäre es doch so schön (und sparsam), wenn während des Küchenbetriebs die Lingerie nicht oder nur reduziert laufen würde, sich das Warmwasser in der Nacht, d. h. in den Niedertarif-Zeiten aufwärmen würde und die Lüftung nicht überall gleichzeitig einschaltet, sondern pro Sektor hintereinander geschaltet würde. Tönt kompliziert, ist es aber nicht.

Einfache Lösungsansätze

Überprüfen Sie Ihre betrieblichen Prozesse, Ihre Infrastruktur und lassen Sie die Steuerung und Regelung der haustechnischen Anlagen dementsprechend anpassen. Beobachten Sie, wie sich die Anpassung auswirkt und optimieren Sie diese gegebenenfalls

nochmals. Vergessen Sie dabei nicht, Ihr Personal dementsprechend zu schulen. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass man ohne Investitionen, rein durch Nachjustieren der Steuerung und Regelung der Anlagen, 3 bis 5% Strom sparen kann. Mit kleinen zusätzlichen Investitionen, welche ein Pay-back von 1–2 Jahren erreichen, steigt die Stromeinsparung sogar bis zu 8%.

Für Hotelbetriebe ab vier Sternen lohnt sich ein umfassendes Gebäudeautomationssystem. In einem solchen kann man diverse Anlagengruppen nach definiertem Zeitprogramm schalten. Stör- und Alarmmeldungen erhält man zeitnah und die Betriebsdaten können analysiert werden. Mit diesen Massnahmen lässt sich der Energieverbrauch weiter optimieren.

Egal wie viele Sterne Ihr Hotel hat – den regelmässigen Unterhalt und Service der Anlagen sollte man nie vernachlässigen. Nur so bleibt Ihre gesamte Anlage à jour und in Form.



Peter Iten
Leiter Energieberatung
BKW FMB Energie AG

HESSER

Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – zu vermieten – oder suchen Sie einen Betrieb, wir sind die Drehscheibe für Hotels und Restaurants seit 35 Jahren

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

18432-7129

Zu vermieten / zu verpachten
ab sofort

RESTAURANT

Umgebung von Thun
ca. 200 m²

Auskunft unter 033 335 86 86

21057-8710

Zu verpachten per 1. Januar 2013 in Berlingen am Untersee Restaurant zum Schiff



Das ehemalige Rathaus ist im Besitz der Gemeinde, die für den Gebäudeunterhalt und einen fairen Pachtzins sorgt. Es liegt am See – bei der Schiffände und neben dem zentralen Parkplatz – und bietet Gastronomie-Fachleuten mit ausgewiesenen Fähigkeiten ideale Bedingungen:

UG: Taverne (Raucherlokal) mit ca. 35 Plätzen, Seeterrasse mit ca. 70 Plätzen. OG: Gaststube mit ca. 25 Plätzen, Ratsherrensaal mit ca. 50 Plätzen. Optional: Gerichtssaal im 2. OG mit ca. 50 Plätzen. Infrastruktur und Küche mit hohem Standard, 3-Zimmer-Wohnung, Mitarbeiter-Zimmer sowie Gästeparkplätze (Steckbrief u.a. unter www.homegate.ch). Der Saisonbetrieb mit einer ganzjährigen Stammkundschaft aus der Gemeinde eignet sich besonders für ein Wirtespaar mit nachweisbarem Eigenkapital und klarem Betriebskonzept.

Für weitere Auskünfte und die Vereinbarung eines Besichtigungstermins wenden Sie sich bitte an Gemeinderätin Annermarie Moret.

Politische Gemeinde Berlingen · Seestrasse 71 · 8267 Berlingen
Telefon 058 346 11 11 · info@berlingen.ch



21057-8716

Gastroconsult

TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Im Auftrag der Stadtverwaltung Stein am Rhein vermieten wir das

Restaurant Burg Hohenklingen, Stein am Rhein

Per Anfang 2013 oder nach Vereinbarung suchen wir für diesen einmaligen Betrieb einen erfahrenen und kreativen

Gastronomen

welcher bereit ist, ein grosses persönliches Engagement zu erbringen. Bei diesem Betrieb handelt es sich um ein traditionsbewusstes Restaurant an einzigartiger Lage, hoch über dem Städtchen Stein am Rhein. Das Objekt ist innen und aussen attraktiv. Die geschmackvollen und ehrwürdigen Gasträume laden zum Verweilen ein und bieten innovativen Gastronomen ein einmaliges Betätigungsfeld.

An nutzbaren Betriebskapazitäten sind vorhanden:

- Burgrestaurant mit rund 35 Sitzplätzen
- Burgstube mit rund 35 Sitzplätzen
- Rittersaal mit rund 50–60 Sitzplätzen
- Knechtenstube mit 15 Sitzplätzen
- Laube mit rund 40 Sitzplätzen

Gerne senden wir Ihnen unsere ausführliche Vermietungsdokumentation.

Gastroconsult AG, Unternehmensberatung

Bruno Faulhaber oder Erich Bühler
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich

Telefon: +41 (0) 44 / 377 54 74
E-Mail: zuerich@gastroconsult.ch

21057-8710