

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 24

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: 05.07.2025

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



Lausanne

Wie ein Streifzug in Bildern wirkt «Lausanne capitale olympique», das erste offizielle Buch über die Stadt.

Seite 24

Alleinreisende

Das wachsende Gästesegment wird zu oft stiefmütterlich behandelt.

Seite 4

Luzern

Mit dem Projekt «Your Friendly Host» sollen die Gäste gelebte Gastfreundschaft erfahren. Auf Tour mit «Host» Josef Schumacher.

Seite 15

Interlaken

«Es ist kein Geheimnis, dass wir in den gehobenen Hotelkategorien für Kongressteilnehmer zu wenig Hotelbetten haben.»

Seite 5



Stefan Otz,
Direktor
Interlaken
Tourismus

hotel revue

PROFIL

DIE STELLEN- UND
IMMOBILIENBÖRSE

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

Bauern bremsen

Nationalrat und Ständerat haben das Agrar-Abkommen mit der EU aus dem Legislaturprogramm gekippt. Zum Leidwesen der Hotellerie.

THERES LAGLER

Die Agrarlobby hat sich in den eidgenössischen Räten einmal mehr durchgesetzt: Nach dem Nationalrat hat letzte Woche auch der Ständerat das Ziel eines Agrar-Abkommens mit der EU aus dem Legislaturprogramm 2011-2015 gestrichen. Das bestätigt Kommissionspräsident Hans Stöckli (SP/BE) auf Anfrage der htr hotel revue. «Das Agrar-Abkommen war bei uns gar kein Diskussionspunkt. Wir

haben die Version des Nationalrats übernommen. Dabei ist offenbar niemandem aufgefallen, dass eine Differenz zum Vorschlag des Bundesrats vorlag.»

Der Bundesrat hatte Abkommen mit der EU in den Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittelsicherheit, Produktesicherheit und öffentliche Gesundheit als Ziel formuliert. Der Bereich Landwirtschaft fehlt nun in der definitiven Fassung. Daran ist laut Stöckli nicht mehr zu rütteln. Al-

lerdings sei immer noch eine Kommissions-Motion des Ständerats hängig, die eine kontrollierte Öffnung im Agrarbereich verlange. Genau darauf hofft nun Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik von hotelleriesuisse. Denn für sie ist klar: «Eine Marköffnung im Agrar- und Lebensmittelbereich hätte für die Schweizer Hotellerie eine spürbare Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit zur Folge.»

Seite 2

Kommentar

Tourismus muss Interessen in der Verordnung durchsetzen



DANIEL STAMPLI

Lamentieren führt nicht weiter. Nur die konstruktive Auseinandersetzung mit der von Volk und Ständen angenommenen Zweitwohnungsinitiative eröffnet der Tourismusindustrie vielversprechende Zukunftschancen. Dies ist für hotelleriesuisse und den Schweizer Tourismus-Verband STV klar. Es ist selbstverständlich, dass sie das Verdict vom 11. März 2012 akzeptieren. Klein begeben und den Initianten das ganze Feld überlassen, wäre jedoch nicht angebracht. Deshalb ist es nicht

«Klein begeben und den Initianten das Feld überlassen, wäre nicht angebracht.»

mehr als logisch, dass sich die Tourismuswirtschaft bei der angestrebten Verordnung gemeinsam für ihre ureigensten Interessen einsetzt.

Es muss gelingen, auch unter Berücksichtigung der Zweitwohnungsinitiative, moderne Beherbergungsformen einzuschliessen. Nur so können mehr warme Betten zulasten der kalten Betten geschaffen werden. Dies wiederum führt zur notwendigen nachhaltigen Entwicklung der Tourismusregionen. So ist auch einer möglichst intakten Natur – mit gleichzeitiger wirtschaftlicher Entwicklung – ganz im Sinne des Tourismus gedient. Eine praktikable umsetzbare Verordnung lässt den Tourismus gestärkt hervorgehen.

Seite 3 und 22

Kochelite verzaubert Zürich



Er machte seinem Namen alle Ehre: «Molekulator» Heiko Antoniewicz (r.) mit Douglas Baldwin an der Live-Demo in Zürich.

Swiss-Image

In Zürich schnupperte die Hotel- und Gastronomiebranche Zukunftsluft: Am ersten Fachsymposium «Chef-Sache Alps» vom 10. und 11. Juni zeigten spektakuläre

Live-Shows von neun Spitzenköchen aus sieben Ländern, in welche Richtungen die Haute Cuisine künftig geht. Über 1000 Besucher, darunter zahlreiche Schweizer

Top-Chefs, wollten das in der Eventhalle StageOne miterleben. Ein Round-Table-Gespräch über die Zukunft der Ernährung und eine Präsentationsplattform

für Anbieter von Gourmetprodukten rundeten den Event ab. Die Veranstalter ziehen eine positive Bilanz.

Seite 13

Eisenbahn

«TransGoldenPass» wird 2016 fertig

Ab Dezember 2016 müssen die Passagiere der Montreux Oberland Bahn (MOB) auf dem Weg von Montreux nach Interlaken nicht mehr in Zweisimmen die Züge wechseln. «Heute noch verlieren wir Gäste, die von Interlaken nach Genf reisen wollen», sagt MOB-Direktor Georges Oberson. mh

Seite 20 und 6

Neuausrichtung

Wer es wagt – kann gewinnen

Wenn in einem Hotel die Gäste ausbleiben, ist es möglicherweise Zeit für eine Neuausrichtung. Ein verändertes Reiseverhalten oder der Klimawandel können Gründe für eine Neupositionierung sein. «Es gibt nur wenige Positionierungen, die über lange Zeit aktuell bleiben», sagt Thomas Allemann, Leiter Klassifikation und Mitgliederservice bei

hotelleriesuisse. Er rät, vor einer Neuausrichtung das Potenzial des anvisierten Segments auszuloten und abzuklären, ob die Bedürfnisse dieser Gäste überhaupt befriedigt werden können. Wichtig ist auch, dass der Hotelier die neue Positionierung lebt und voll dahintersteht.

Wer eine solche Neuausrichtung wagt, hat Erfolg, wenn es

ihm gelingt, ein stimmiges Produkt zu realisieren. Das zeigen die Beispiele, die im «Fokus» dieser Ausgabe präsentiert werden. Der Weg zu neuen Gästen ist jedoch nicht immer ganz eben. Oft erfordert er vom Hotelier eine Gratwanderung, damit er nicht alle Stammgäste verliert.

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



9 771662 334000 24

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

rebagdata

hotel management solutions

8810 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

Wir machen Dampf!

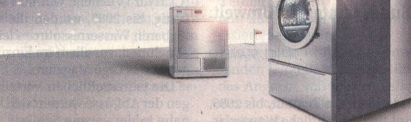
PURITY Steam
Für optimale Wasserqualität



http://professional.brita.ch

Wettlauf zum Energiesparmeister

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



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

Miele
PROFESSIONAL

FRISCHER
GEHT'S
NICHT!

Cash-Carry
CCA Angehrn
Thank you for your support

Mehr Infos und alle Standorte
unter www.cca-angehrn.ch

Aus der Region

Graubünden

VR Valser Bahnen:
Rücktritt wegen
Therme-Verkauf

Auf der Aktionärsversammlung im Oktober hin werden vier von fünf Verwaltungsräten der Sportbahnen Vals AG demissionieren. Der fünfte vertritt die Gemeinde. Dieser gehören rund 50% der Aktien. Mit dem Verkauf der Hotel und Thermalbad Vals AG an Investor Remo Stoffel habe Vals eine neue touristische Ausrichtung eingeleitet, «hinter der wir nicht mehr stehen können», äusserte VR-Präsident Werner Jörger zur Begründung des Rücktritts der vier Verwaltungsräte gegenüber der «Südostschweiz».

Bergbahnen:
Skisport bleibt
Schlüsselfaktor

Die Ersteintritte der Bergbahnen Graubünden gingen im Winter 2011/2012 um 10 Prozent zurück (gegenüber dem 5-Jahres-Durchschnitt um 13,1%). Die Verkehrsumsätze reduzierten sich um 10,5 bzw. 13,3 Prozent. Die Vergabe der Ski-WM 2017 nach St. Moritz und die Olympiakandidatur Graubünden 2022 zeigten die Bedeutung des Schlüsselfaktors Skisport für Graubünden, so Präsident Silvio Schmid an der mit Graubünden Ferien durchgeführten GV in Passugg.

Berner Oberland

Gwatt-Zentrum:
Baubeginn am
1. November

Die Mitarbeitenden des Hotel- und Seminarbetriebs Gwatt-Zentrum am Thunersee wurden über den für 1. November terminierten Baubeginn informiert. Zuerst werden Gebäude und Infrastruktur saniert; der Beginn der Neubauten ist für Frühjahr 2013 geplant. Der Betrieb wird reduziert weitergeführt. Im Frühjahr 2013 werde voraussichtlich in ein Provisorium im Westteil des Areals gezügelt. Gut 20 Mitarbeitenden werde aufgrund der fehlenden Infrastruktur gekündigt.

Gstaad Mountain
Rides: Produkt mit
Alpes Vaudoises

Gstaad Mountain Rides und der Verbund Alpes Vaudoises lancieren ab Winter 2012/13 ein gemeinsames Saisonabonnement «SuperPass». Sie kooperieren auch bei Mehrtageskarten (4 bis 15 Tage). «Ziel ist es, dem Gast ein grösseres und attraktiveres Angebot, besseren Service und mehr Optionen zu bieten», sagt Ruedi Schenk, Präsident Gstaad Mountain Rides. Verhandlungen über Angebote mit Nachbarregionen im Berner Oberland würden derzeit geprüft. kjv



Nur keine Eile: Das sagen sich nicht nur die beiden Kühe auf dem Bild, sondern viele Bauern in Bezug auf den Agrar-Freihandel.

Fotolia

setzt Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik von hteleriesuisse, an. «Es ist wichtig, dass der Bundesrat so rasch wie möglich Alternativen zum bisherigen Verhandlungsansatz aufzeigt, mit dem Ziel einer schrittweisen Einführung des Agrarfreihandels mit der EU.» Die Hotellerie erhofft sich davon tiefere Preise im Lebensmitteleinkauf und damit bessere Wettbewerbsbedingungen. Auch Jürg Niklaus, Geschäftsleiter der IG Agrarstandort Schweiz, die den Agrar-Freihandel befürwortet, verlangt, dass der Bundesrat einen Bericht verfasst. «Wir müssen uns dem Prozess proaktiv stellen und Perspektiven entwickeln», ist er überzeugt. «Wer Verhandlungen verhindert, vergisst, dass der Grenzschutz längst löchrig ist», so Niklaus. Das zeige der Einkaufstourismus der Schweizer im grenznahen Ausland.

Förderung des Tourismus im
Legislativprogramm vorgesehen

Ganz vergessen ging der Tourismus im Legislativprogramm übrigens nicht. So wies Kommissionspräsident Stöckli darauf hin, dass im Artikel 4 die Förderung der industriellen Produktion und des Tourismus in den verschiedenen Landesteilen festgeschrieben wurde. Nur steht da nicht, wie die Förderung vorantreiben gehen soll. Ein Abbau des Agrar-Protektionismus wäre zumindest ein möglicher Weg gewesen.

Ein Spiel auf Zeit

Die Hotellerie wartet schon lange auf eine Markttöffnung im Agrar-Sektor. Doch das dürfte sich weiter verzögern. Im Legislativprogramm des Bundes ist nichts mehr dazu zu finden.

THERES LAGLER

Nationalrat André Bugnon (SVP/VD) hat einen Coup gelandet: Der Agronom beantragte in der Grossen Kammer, den Abschluss eines Agrar-Abkommens mit der EU aus dem

Legislativprogramm 2011–2015 zu streichen. Nach dem Nationalrat folgte ihm letzte Woche auch der Ständerat. Allerdings ohne darüber zu diskutieren, wie Kommissionspräsident Hans Stöckli (SP/BE) auf Anfrage der htr hotel revue etwas konsterniert feststellt. «Es ist niemandem aufgefallen, dass bei dieser Ziffer eine Differenz zum Bundesrat vorlag», so Stöckli. Er sei aber erstaunt, dass Bundespräsidentin Eveline Widmer-Schlumpf weder in der Kommission noch im Plenum darauf hingewiesen habe, dass das Ziel eines Agrar-Abkommens mit der EU in der Nationalratsversion nicht mehr vorkomme. Tatsache ist nun aber, dass ein solches Abkommen nicht mehr auf der

politischen Agenda der nächsten Jahre steht. Da stellt sich die Frage, wie verbindlich das bundesrätliche Legislativprogramm ist. «Es entspricht einem Planungsbeschluss. Der Bundesrat ist gehalten, ihn umzusetzen, kann aber in begründeten Fällen davon abweichen», erklärt Stöckli.

Bericht des Bundesrats soll
Auswege aufzeigen

Wichtig ist in diesem Zusammenhang eine hängige Kommissions-Motion des Ständerats, die eine kontrollierte Öffnung des Agrarbereichs verlangt. Sie beauftragt den Bundesrat, bis Ende September eine Standortbestimmung zum Agrar-Freihandel mit der EU vorzunehmen und gleichzeitig eine Evaluation des Käse-Freihandels zu präsentieren. Hier

zum Agrar-Freihandel mit der EU vorzunehmen und gleichzeitig eine Evaluation des Käse-Freihandels zu präsentieren. Hier

Session Die weiteren Entscheide

Bergegebiete: Der Bund soll eine Strategie für die Bergegebiete und den ländlichen Raum entwerfen. Der Nationalrat hat eine Motion mit dieser Forderung aus dem Ständerat gutgeheissen und an den Bundesrat überwiesen. Nach Ansicht der Räte gibt es bei der neuen Regionalpolitik ein Umsetzungsdefizit. In der vom früheren Bündner Ständerat Theo Maissen (CVP) geforderten Strategie soll der Bundesrat die Zukunftschancen der Bergegebiete aufzeigen.

Bahninfrastruktur: In den kommenden vier Jahren sollen

die SBB und die Privatbahnen 9,5 Milliarden Franken für Betrieb, Unterhalt und Substanz-erhalt ihrer Infrastruktur erhalten. Der Ständerat hat als Erster der Finanzierung und der Leistungsvereinbarung zugestimmt. **Landschaftsinitiative:** Für den Nationalrat ist die Landschaftsinitiative das falsche Mittel, um die Zubetonierung der Schweiz zu stoppen. Er setzt stattdessen auf die Revision des Raumplanungsgesetzes.

Aktuelle Entscheide:
www.htr.ch/session



Ständerat
Hans Stöckli.

Hotellerie weiterhin unter Druck

Sowohl im Monat April als auch in der gesamten Wintersaison verzeichnete die Hotellerie einen Rückgang bei den Logiernächten. Im April betraf dies inländische und ausländische Gäste.

DANIEL STAMPFELI

Die Hotellerie in der Schweiz verzeichnete im April 2012 gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) insgesamt 2,3 Millionen Logiernächte, was gegenüber April 2011 einer Abnahme von 5% entspricht. Die Übernachtungen der inländischen Gäste gingen um 7,1% zurück, jene der ausländischen Gäste um 3,5%. Die Besucher aus Deutschland verzeichneten mit einem Logiernächterrückgang von 33'000 Einheiten (-8,8%) die stärkste absolute Abnahme aller ausländischen Herkunftsländer.

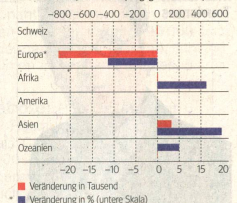
Aus China (ohne Hongkong) erfolgte mit 5700 zusätzlichen Logiernächten (+14%) der grösste absolute Anstieg aller Herkunftsländer. Unter den Tourismusregionen verzeichnete das Wallis mit einem Minus von 41'000 Logiernächten (-14%) den deutlichsten absoluten Rückgang.

Während der touristischen Wintersaison (November 2011 bis April 2012) wurden insgesamt 15,2 Millionen Logiernächte verzeichnet (-3,7%). Bei den Gästen aus dem Inland resultierte eine

leichte Zunahme um 0,1%, bei der ausländischen Nachfrage ein Minus von 6,9%. Auch in dieser Berichtsperiode verbuchte Deutschland mit einem Minus von 388'000 Logiernächten (-16%) die deutlichste absolute Abnahme aller Herkunftsländer. China hingegen sorgte mit einer Zunahme von 60'000 Übernachtungen (+37%) für das grösste Plus. Für die touristische Wintersaison wiesen 9 der 13 Tourismusregionen einen Logiernächterrückgang auf.

Veränderung Logiernächte

Gäste-Herkunft, Winter 2011/12 gegenüber 2010/11



Quelle: BFS

Klima beeinflusst Wasserressourcen

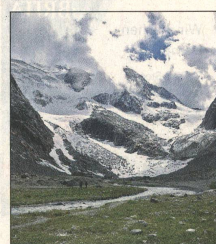
Der Wasserhaushalt der Schweiz wird sich aufgrund der Klimaänderung ebenfalls verändern. Dies zeigt ein Bericht des Bundesamtes für Umwelt.

DANIEL STAMPFELI

Bis in die nahe Zukunft, bis 2035, wird sich das jährliche Wasserdargebot der Schweiz mit Ausnahme vorübergehender Zunahmen der Abflüsse in stark vergletscherten

Gebieten nur wenig verändern. Dies ist einer Studie des Bundesamtes für Umwelt (Bafu) zu entnehmen, die im Rahmen des Projekts «Klimaänderung und Hydrologie in der Schweiz» (CCHydro) erstellt wurde. Langfristig, bis 2085, werden die verfügbaren Wasserressourcen leicht abnehmen, vor allem im Einzugsgebiet des Lago Maggiore.

Die jahreszeitlichen Verteilungen der Abflüsse werden sich bei nahe in der ganzen Schweiz verschieben. Glazial und nival geprägte Einzugsgebiete werden gegen Ende dieses Jahrhunderts



Gletscher (im Bild der Steingletscher) schmelzen weiter.

nur noch vereinzelt zu finden sein. Im Winter wird in vielen Gebieten deutlich mehr Abfluss, im Sommer jedoch weniger - ausser in den noch vergletscherten Gebieten - erwartet. Im grössten Teil des Mittellandes dürfte sich laut Studie die potenzielle Hochwasserzeit vom Frühsommer in das Winterhalbjahr verschieben und teilweise auch verlängern. Die Häufigkeit von mittleren (in den Voralpen und Alpen) bzw. grossen (im Mittelland und Jura) Hochwasserereignissen dürfte zudem in vielen Gebieten steigen. Auch die grossen Flüsse, ge-

spiesen aus zahlreichen kleineren Einzugsgebieten, werden sich entsprechend verändern.

Die Gletscher werden gemäss Bafu weiterhin stark schmelzen, was zu zusätzlichen Abflüssen in den alpinen Einzugsgebieten führen wird, allerdings nur für eine relativ kurze Zeit: Für die volumenmässig grösseren Gletscher bis etwa 2040, bei kleineren Gletschern nehmen die Abflüsse bereits jetzt wieder ab. Bis 2100 werden voraussichtlich nur noch 30 Prozent der heutigen Eisvolumen übrig bleiben, hauptsächlich im Einzugsgebiet der Rhone.

Nicht alles in Butter

hotelleriesuisse und der Schweizer Tourismus-Verband fordern bei der Verordnung zur Zweitwohnungsinitiative Nachbesserungen. Prinzipiell begrüssen sie den Entwurf.

DANIEL STAMPELI

Der vorliegende Entwurf der «Verordnung über den Bau von Zweitwohnungen» sei geeignet, den Zielen der Volksinitiative vom 11. März 2012 Rechnung zu tragen. Dies erklärten Dominique de Buman, Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbandes, und Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, am Dienstag an einer Medienkonferenz in Bern. Gleichzeitig fordern sie jedoch in einzelnen Punkten die Anpassung an die spezifischen Bedürfnisse einer kommerziellen Vermietung von Ferienwohnungen. Dringender Anpassungsbedarf besteht aus Sicht von hotelleriesuisse bei der Bestimmung zur Umnutzung von Bauten, die vor

dem Abstimmungstermin schon Bestand hatten. «Damit strukturierte Beherbergungsformen gegenüber Erstwohnungen nicht diskriminiert werden, ist in Artikel 2 eine entsprechende Anpassung des Begriffs nötig», sagt Christoph Juen. Die Umnutzung bestehender Hotels in Zweitwohnungen sei in bestimmten Fällen, wo eine rentable Weiterführung des Hotelbetriebs nicht mehr gewährleistet werden kann, von grösster Bedeutung. «Ansonsten droht eine enorme Entwertung oder sogar das Zerfallen der Immobilie. Hotelruinen wären das wohl schlechteste Resultat für den Tourismus», so Juen weiter. Nicht geregelt werde in der Verordnung die Umnutzung von nach dem 11. März 2012 erstellten Hotelbauten in Zweitwohnungen. Diese Möglichkeit sollte – unter Einhaltung bestimmter Regeln – im Hinblick auf einen nachhaltigen Strukturwandel offenbleiben.

«Hotelruinen wären das wohl schlechteste Resultat für den Tourismus.»

Christoph Juen
CEO hotelleriesuisse

Christoph Juen: «Nur unter dieser Voraussetzung sind Investoren bereit, die beträchtlichen Risiken einer Hotelinvestition auf sich zu nehmen.»

Für STV-Präsident Dominique de Buman ist unklar, was mit Bausuchen, die zwischen Annahme der Initiative und Ende 2012 eingereicht wurden, geschieht. «Diese Rechtsunsicherheit lähmt die Wirtschaft.» Eine verbindliche Vorgabe, der Initiativtext geht vom 1.1.2013 aus, sei überfällig. Weiter sei zu prüfen, ob die Formulierung in Artikel 5, wonach es nur noch Ortsansässigen beim Neubau einer Erstwohnung möglich sei, im gleichen Gebäude Zweitwohnungen zu erstellen, nicht diskriminierend sei.

Am 18. Juni findet eine konferenzuelle Anhörung aller Involvierten statt, die noch zu Anpassungen führen kann. Der Bundesrat will die Verordnung im August verabschieden. Die Ausführungsgesetzgebung kann laut Dominique de Buman frühestens 2015/2016 in Kraft treten.

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 Allheilmittel? Wie sehen künftige Geschäftsmodelle für Tourismusdestinationen aus? Welche Rezepte können vom benachbarten Ausland übernommen werden? Diesen und andern Fragen gehen Experten aus Forschung und Praxis nach. Anmeldefrist ist der 22. Juni. Die htr hotelrevue ist Medienpartner der Veranstaltung.

Information und Anmeldung:
www.hslu.ch/immobilien

Lernende sind zufrieden

Mit ihrer Ausbildung in Gastgewerbe und Hotellerie sind die meisten Lernenden zufrieden. Versichert sind sie für die Zeit nach der Lehre.

Das Klima im Lehrbetrieb, die Qualifikation des Ausbildners oder der Auszubildenden sowie die Zeit, die man sich im Betrieb für die Lernenden nimmt, wird konstant gut bewertet. Dies ergab die von Hotel & Gastro Union durchgeführte Lehrlingsumfrage 2012. Trotzdem muss die Branche

wachsam bleiben, denn die Zustimmung zur Berufswahl ist leicht gesunken.

Weiterhin betrachten 6 Prozent der Befragten die Qualifikation ihres Berufsbildners als ungenügend. Georges Knecht, Präsident der Hotel & Gastro Union, dazu: «Die Anzahl der nur genügenden und sogar ungenügenden fachlichen Qualifikation der Auszubildenden ist erschreckend.» Dies unterstütze leider die Aussage des Berufsverbandes ganz klar, dass langfristig nur ein Auszubildender mit einer Berufsprüfung Lernende korrekt ausbilden kann. «Die Förderung der allge-

meinen und der beruflichen Aus- und Weiterbildung der Kader sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter muss verstärkt werden.»

Wie die Umfrage weiter ergab, wollen 56 Prozent nach der Lehre ihrem Beruf treu bleiben und nur bei 20 Prozent ist ein Berufswechsel im Kopf oder bereits beschlossene Sache. Weiterhin betrachten Frauen ihre Ausbildung und Umgebung leicht kritischer als die Männer im gleichen Alter.

Dieses Jahr befragte die Hotel & Gastro Union fast 5000 Lernende. Die Umfrage wird seit dem Jahr 2003 durchgeführt.

Innovationen bei STC, hotela und Heidiland Tourismus

Informative Referate an der vierten Hauptversammlung von hotelleriesuisse ostschweiz.

Die diesjährige Hauptversammlung von hotelleriesuisse ostschweiz im «Grand Resort Bad Ragaz» wurde durch informative Kurzreferate bereichert. So bietet hotela ab 2013 eine neue Plattform an, die es dem Kunden ermöglicht, sich für sämtliche Versicherungsfälle an eine einzige Kontaktperson zu wenden. Die Zeitersparnis beträgt stolze 30 Prozent.

Auf Interesse stiess das touristische Angebot der noch jungen Destination Heidiland, die sich vom Walensee bis zur Bündner

Herrschaft erstreckt. Mit der Vermessung und Auszeichnung von 55 Kraftorten, die auf 15 verschiedenen Routen besucht werden können, spricht man nun auch die an Esoterik interessierten Gäste an.

Informiert wurden die anwesenden Hoteliers zudem über das Angebot von tourismus services ostschweiz, die eigene Homepage günstig bewerten zu lassen, sowie über die Neuausrichtung der nationalen Buchungsplattform STC.



Noch haben sich die Wolken um die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative nicht verzogen.

Verordnung Acht Artikel

Der Verordnungsentwurf der Arbeitsgruppe des Bundes zur Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative beinhaltet acht Artikel:

Artikel 1 umschreibt den Geltungsbereich.

Artikel 2 widmet sich den bestehenden Wohnungen. Abs. 1: «Umnutzungen von Wohnungen, die am 11. März 2012 bereits bestanden haben, bleiben im Rahmen der vorbestehenden Bruttogeschossfläche und allfälliger bestehender Nutzungseinschränkungen zulässig.»

Art. 3 regelt die Definition der Zweitwohnung: «Als Zweitwohnung im Sinne von Artikel 75b BV gelten Wohnungen, deren Nutzer

nicht Wohnsitz in der Gemeinde hat.»

Artikel 4 regelt die 20-Prozent-Quote.

Art. 5 Bau neuer Wohnungen: Abs. 1: «In Gemeinden mit einem Anteil von mehr als 20 Prozent Zweitwohnungen dürfen keine Bewilligungen für die Erstellung neuer Zweitwohnungen erteilt werden.» Abs. 2: «Die Erstellung von qualifiziert touristisch bewirtschafteten Zweitwohnungen kann bewilligt werden, wenn sie im Rahmen strukturierter Beherbergungsformen angeboten werden oder wenn der Eigentümer im selben Haus wohnt und die Zweitwohnungen nicht individualisiert ausgestaltet sind.»

Artikel 6 regelt die Anmerkung im Grundbuch und die Eröffnung.

Art. 7 Übergangsbestimmungen:

Abs. 1: «Baugesuche, die vor dem 11. März 2012 eingereicht worden sind, sind nach dem Recht zu beurteilen, das zur Zeit der Gesuchseinreichung galt.»

Abs. 2: Bewilligungen für den Bau von Zweitwohnungen, die zwischen dem 1. Januar 2013 und der Ablösung dieser Verordnung durch die ordentliche Umsetzungsgesetzgebung erteilt werden, sind nichtig.»

Art. 8 Inkrafttreten: Die Verordnung tritt am 1. September 2012 oder 1. Januar 2013 in Kraft.

Aus der Region

Basel

«Central Park Basel»: Vorlage der Regierung

Die Basler Regierung will die unformulierte Volksinitiative «CentralParkBasel» nicht sofort dem Volk vorlegen, sondern eine ausformulierte Vorlage mit Machbarkeitsstudie für 1,5 Mio. Franken ausarbeiten. Eine unformulierte Initiative würde beim Stimmvolk falsche Erwartungen wecken, heisst es in ihrem Bericht. Das im Februar mit 3252 Unterschriften eingereichte Volksbegehren verlangt einen öffentlichen Frei- und Grünraum über dem Gleisfeld des Bahnhofs SBB westlich der Passerelle.

Ostschweiz

Churer Agentur vermarktet Glarnerland



Die Agentur Pluswert in Chur hat das Mandat für die touristische Vermarktung des Glarnerlandes erhalten. Das Mandat für das Produktmanagement beginnt am 1. Juli. Die Agentur hat die Aufgabe, die bestehenden Tourismus-Destinationen zu stärken, zu vernetzen und eine gemeinsame Positionierung aufzubauen. Marieke von Ommeren ist bei Pluswert zuständig.

Zentralschweiz

Luzern Tourismus mit Elektrokräften an Tour de Suisse

Luzern Tourismus engagiert sich für eine nachhaltige Tourismusentwicklung und setzt anlässlich der diesjährigen Tour de Suisse auf Elektrokräften. Der Luzerner Solarpionier Louis Palmer wird das Peloton in einem Elektroauto von Lugano nach Sörenberg begleiten. Palmer ist bekannt für seine weltweit erste Weltumrundung mit Hilfe von erneuerbarer Energie. Zugleich mit seinem Testimonial wird unter dem Slogan «Das andere Luzern» ein neues Velo-Angebot durch die Luzerner Landschaft präsentiert.

Wallis

Walliser Woche für Besucher des Europa-Parks



Am Sonntagabend ging die Walliser Woche im Europa-Park zu Ende. Sie war einer der umfassendsten und erfolgreichsten Publikumsauftritte von Wallis Tourismus. Mehrere Zehntausend potenzielle Gäste traten mit dem Wallis in Kontakt. 50.000 Flyer luden mit einem Wettbewerb zum Besuch des «Walliser Dorfs» ein. Wallis Tourismus wurde vom Park bereits für einen erneuten Auftritt 2013 angefragt.

Aus der Region

Zürich

Immer mehr Menschen zieht es nach Zürich

In der Stadt Zürich könnten im Jahr 2025 gegen 470 000 Menschen wohnen, fast 100 000 mehr als heute. Dies geht aus einer Studie zur Bevölkerungsentwicklung von Statistik Stadt Zürich hervor. Sie sagt voraus, dass immer mehr Kinder und Menschen in mittlerem Alter (30-64 Jahre) in der Stadt wohnen werden. Ansteigen werde zudem der Anteil Ausländerinnen und Ausländer. Vor allem Deutsche und Österreicher zieht es nach Zürich: Ihre Zahl dürfte gemäss Studie um 21 000 auf rund 55 000 ansteigen.

Kein neues Regime für ausländische Taxis in Kloten



Fotolia

Das umstrittene neue Regime für ausländische Taxis am Flughafen Zürich tritt nicht wie geplant am 1. Juli in Kraft, sondern wird «bis auf Weiteres» aufgeschoben, wie das Bundesamt für Verkehr mitteilte. Grund dafür seien die noch laufenden Fluglärn-Verhandlungen mit Deutschland. Die geplante Regelung sah vor, dass deutsche und österreichische Taxis während 90 Tagen pro Jahr Fahrgäste an den Flughafen Zürich bringen oder von dort auf Bestellung abholen dürfen.

Flughafen Zürich: Mehr Passagiere, weniger Güter

Am Flughafen Zürich sind im Mai 2130 007 Passagiere gestartet, gelandet oder umgestiegen. Dies entspricht einem Plus von 1,2 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. Die Anzahl Flugbewegungen hingegen ist gesunken. Es gab 23 571 Bewegungen: minus 4,8 Prozent. Durchschnittliche Besetzung pro Flugzeug: 106 Passagiere statt 101 im Vorjahr. Im Mai wurden ausserdem 34 813 Tonnen Fracht am Flughafen Zürich abgewickelt. Dies entspricht einem Minus von 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. kjv

Der Gast ist nicht immer König

Es gibt immer mehr Alleinreisende. Die Hotellerie behandelt diese wichtige Zielgruppe meist stiefmütterlich – und vergibt sich Chancen auf Wachstum.

VIRGINIA NOLAN

Auch in Westeuropa gibt es wachsende Gästesegmente. Nicht mehr viele zwar, aber eines auf sicher: Alleinreisende. Unter ihnen sind Senioren und Frauen besonders zahlreich vertreten. Dafür sorgt der demografische Wandel, aber auch die Tatsache, dass Frauen als konsumfreudiger und unternehmungslustiger eingestuft werden als Männer. Veränderte Sozialstrukturen – spätere Familiengründung, häufiger wechselnde Partnerschaften – tragen aber auch dazu bei, dass immer mehr jüngere allein verreisen. «Alleinreisende bieten enormes Potenzial, aber die Branche kümmert sich nicht so gut um sie», sagt Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST).

Tatsächlich dürfte sich schon manch einer gefragt haben, ob die Maxime «Der Kunde ist König» auch für den gilt, der allein unterwegs ist. «Einzelzimmer in Ferienorten bieten oftmals Grund zur Beschwerde. Viele Hoteliers fordern erhebliche Zuschläge für Einzelzimmer, obwohl diese meist wesentlich kleiner sind als Doppelzimmer und an Qualität

und Lage zu wünschen übrig lassen», sagt Meike Knop. Die deutsche Hotelfachfrau und Touristiklerin hat sich in einer wissenschaftlichen Arbeit mit Alleinreisenden befasst. Damit ist sie eine von wenigen, es erstaunt, wie dürftig der Forschungsstand zum Thema ist. Das bestätigt Roland Conrady, Touristikprofessor der Fachhochschule Worms. Eine von ihm durchgeführte Analyse ergab, dass sich Hoteliers kaum um Alleinreisende bemühen.

Das 90-Zentimeter-Bett, ein Ärgernis für Alleinreisende

Eine Telefonumfrage unter zufällig ausgewählten Schweizer Betrieben kann diesen Vorwurf nicht widerlegen. Im 3-Sterne-Hotel Weisses Kreuz in Interlaken etwa ist das Standard-Einzelzimmer gerade einmal zehn Quadratmeter gross, das Bett 90 Zentimeter breit. Im Flims Hotel Cresta schläft der Alleinreisende ebenfalls im 90er-Bett, wenn er nicht für einen

«Das klassische Einzelzimmer ist ein Auslaufmodell.»

Jürg Schmid
Direktor Schweiz Tourismus

Aufpreis von 15 bis 40 Franken ins Doppelzimmer wechselt. Im Grindelwald 3-Sterne-Haus Alpenhof ist das Einzelzimmer das einzige nicht nach Süden ausgerichtete Zimmer. Es verfügt über ein kleines Bett. «In der Zwischensaison bieten wir dem Gast nach Möglichkeit zum gleichen Preis ein Doppelzimmer an. In der Hauptsaison kostet das 50 Franken mehr», sagt die Gastgeberin. Gässe im 4-Sterne-Haus «Eiger» müssen auf Bergsicht verzichten, wenn sie ein Einzelzimmer der Standard- und Mittelkategorie buchen. Dasselbe gilt im Walliser 4-Sterne-Hotel Beau Rivage: Das Matterhorn im Blick und ein grösseres Bett hat nur, wer im Doppelzimmer wohnt.



Fotolia

Alleinreisende haben ein Bedürfnis nach Gesellschaft. Da kann ein Gemeinschaftstisch helfen.

«Das klassische Einzelzimmer ist ein Auslaufmodell», sagt Jürg Schmid, «leider gibt es noch zu viele davon». Er sehe erhebliche Qualitätsunterschiede zwischen Business- und klassischen Feriendestinationen. «Die Ferienorte könnten von den Städten lernen. Diese beherbergen hauptsächlich Alleinreisende und achten stärker auf deren Bedürfnisse.» Ein Augenschein in Zürcher Stadthotels bestätigt den Eindruck: Geräumige Zimmer mit Grandit sind in kleineren Hotels wie dem «Altstadt», aber auch im «Park Hyatt» oder «Swissôtel» Standard. Das Restaurant im «Swissôtel» führt sogar

einen Gemeinschaftstisch für alle, die nicht allein speisen wollen. Das sei zukunftsweisend, sagt Tourismusforscher Conrady: «Alleinreisende haben ein Bedürfnis nach Gesellschaft. Es braucht Konzepte, die darauf eingehen.» Die Realität sieht anders aus, wie Meike Knop in ihrer Arbeit festhält: «Oft bleibt nur der Platz am Katzentisch, meist mitten im Fokus des Raums, wo sich die Blicke bündeln.»

Warnung vor dem Begriff «Single» und Empfehlung fairer Preise

Ein netterer Umgang mit Einzelpersonen dürfte sich auszeichnen: Alleinreisende, hält Knop

fest, geben für Ferien nämlich rund ein Drittel mehr aus als andere Gäste. Für geglättete Ferien braucht es aber auch passende Freizeitangebote. Für ST-Direktor Schmid geht der Trend hin zu «soften» Aktivitäten: Genuss, Gesundheit, Entspannung, leichte Bewegung – da, sagt er, decken sich die Bedürfnisse der weiblichen und der älteren Zielgruppe.

Schmid warnt vor dem Prädikat «Single»: «Das weckt bei vielen die Angst vor Verknüpfung.» Die beste Werbung, sagt der ST-Direktor, seien faire Preiseraten für Einzelpersonen: «Gerade in der Nebensaison haben Hoteliers da Handlungsmöglichkeiten.»

ANZEIGE

Lucerne University of
Applied Sciences and ArtsHOCHSCHULE
LUZERNWirtschaft
Institut für Finanzdienstleistungen Zug
IFZ15 Jahre
IFZ
Zug
15 JahreZweitwohnungsinitiative:
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

Schweizerischer Gemeindeverband
Association des Communes Suisses
Associazione dei Comuni Svizzeri
Associazione dei Comuni Svizzeri

VLP-ASPAN



htr hotelrevue

FH Zentralschweiz



Stefan Otz, Direktor von Interlaken Tourismus, will den Anteil des Kongresstourismus am gesamten Übernachtungsvolumen auf 20 Prozent steigern.

«Zu wenig Hotelbetten»

Für Interlaken ist das Swiss Economic Forum eine «grosse Kiste». Tourismusdirektor Stefan Otz spricht aber auch von grossen Herausforderungen bezüglich Bettenkapazität.

DANIEL STAMPLI

Stefan Otz, welche Bedeutung hat das Swiss Economic Forum (SEF) für die Destination Interlaken?

Das SEF ist für Interlaken ein sehr willkommener Grossanlass, zumal er Anfang Juni stattfindet und damit noch nicht unmittelbar in die Hochsaison fällt. Die 4- und 5-Sterne-Hotels in Interlaken und im Grossraum Interlaken sind jeweils ausgebucht. Daraus resultieren einige Tausend Logiernächte. Der Anlass bringt aber nicht nur Wertschöpfung, sondern auch einen Imagegewinn für die Destination. Denn die gesamte Schweizer Wirtschaftselite verbringt hier zwei Tage. Die Teilnehmenden sind begeistert, so dass auch Folgegeschäfte resultieren. Dies wissen wir von der ersten Durchführung.

Handelt es sich um den grössten in Interlaken stattfindenden Kongress?

Es ist tatsächlich der grösste Kongress, wenn man die Teilnehmerzahl berücksichtigt. In einer ähnlichen Grössenordnung anzusiedeln ist der IT-Kongress «X.DAYS». Für den grössten Imagegewinn sorgt jedoch zweifellos das SEF.

Wie viele Teilnehmer logieren jeweils in den Interlaken Hotels?

Die meisten der rund 1250 SEF-Teilnehmer möchten selbstverständlich in Interlaken übernachten. Dies gelingt aber nicht ganz.

Wo wird der Rest untergebracht?

Ausserhalb Interlakens wurden auch Hotels in den Lütchinentälern und solche in Richtung Spiez und Thun gebucht.

Also verfügt die Destination Interlaken nicht über genügend Bettenkapazitäten. Es ist kein Geheimnis, dass Interlaken in den gehobenen Hotelkategorien für Kongressteilnehmer zu wenig Hotelbetten hat.

Lässt man sich diesbezüglich etwas einfallen?

Hotelprojekte sind in Diskussion, eines etwas weiter fortgeschritten, und andere sind in der Evaluationsphase. Auf dem Areal des «Des Alpes» am Höhenweg ist ein 4-Sterne-Hotel geplant. Es ist allen bewusst, dass zur Weiterentwicklung der Destination Interlaken, insbesondere was den Kongresstourismus anbelangt, weitere Hotelkapazitäten im 4-Sterne-Bereich nötig sind.

Wie ist der Mix Kongress-Tourismus / Leisure-Tourismus?

Im Jahr 2011 machten die Kongresse 14 Prozent am gesamten Übernachtungsvolumen aus. Erklärtes Ziel von Interlaken und insbesondere des Kongresssaals ist es, diesen Anteil mittelfristig auf 20 Prozent zu erhöhen.

Man muss also weitere Kongresse nach Interlaken holen?

Ja, ganz klar. In der Vor- und Nachsaison bestehen noch Kapazitäten. Ziel muss sein, vermehrt internationale Kongresse nach Interlaken zu holen, die auch Übernachtungen generieren.

Sind Sie mit konkreten Interessenten im Gespräch?

Das Kongressgeschäft beinhaltet relativ lange Vorlaufzeiten. So werden bereits heute Offerten für das Jahr 2019

«Ziel muss sein, vermehrt internationale Kongresse mit Übernachtungen nach Interlaken zu holen.»

Stefan Otz
Direktor Interlaken Tourismus

Der anvisierte Kongress im Jahr 2019 wäre für Interlaken neu?

Ja. Viele Kongresse sind nicht wiederkehrend, sondern finden nur einmal statt. Schön sind wiederkehrende Anlässe wie das Alpensymposium, das SEF oder die X.DAYS.

Nach drei Jahren läuft der Vertrag mit dem SEF aus, das heisst nach der

Durchführung im 2013. Laufen bereits Verhandlungen für die Fortsetzung?

Hinter den Kulissen ganz sicher. Es wird zwar verhandelt, doch sind mir die Details nicht bekannt. Irgendwie muss das Swiss Economic Forum ja auch seine Zukunft planen. Ich bin überzeugt, dass wir in Interlaken eine gute Leistung bieten können. Letztendlich werden sicher auch die Sponsoren und die Teilnehmer über den künftigen Durchführungsort mitentscheiden. Von mir aus gibt es jedoch keinen Grund, sich gegen Interlaken zu entscheiden.

Was bietet Interlaken Tourismus an? Fliessen Geld?

Wir beteiligen uns finanziell, das ist so. Und zwar gemeinsam mit den Standortgemeinden, dem Kursaal Interlaken und weiteren Partnern. Aus unserer Sicht spricht nichts dagegen, dass wir das Engagement verlängern.

Wie viel müssen Sie aufwerfen?

Konkrete Zahlen geben wir nicht bekannt. Die verschiedenen Partner bezahlen für das SEF insgesamt mehrere Zehntausend Franken jährlich.

Also für Interlaken Tourismus durchaus verkraftbar?

Betrachtet man die daraus resultierende Wertschöpfung, dann ist unser Beitrag tatsächlich akzeptabel.

SEF Jumi erhält Jungunternehmerpreis

Anlässlich des 14. Swiss Economic Forum (SEF) wurden in Interlaken vor über 1250 Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Medien die begehrten Jungunternehmerpreise verliehen. Dabei entschied die Jumi AG aus Gysenstein BE die Sparte Produktion/Gewerbe für sich: Ihre exklusiven Fleischprodukte und Käseinnovationen vertreiben die beiden Emmmentaler, der Bauer Jürg Wyss und der Käser Mike Glauser, über eigene Marktstände in Bern und London sowie direkt an Nobelhotels und Delikatessenläden. Entwickelt und produziert wird gemeinsam mit Partnern. Dies sind Käser und Bauern der Region. Letztere züchten zum Beispiel Piemonteser Rinder, die Wyss ursprünglich vor einigen Jahren aus Italien importiert

hat. Das bekannteste Produkt der internationalen tätigen Jumi, die 19 Mitarbeiter-de zählt, ist die «Belp Knolle», ein tennishallgrosser, kugelförmiger Käse.

In der Kategorie Dienstleistungen wurde die Livesystems AG aus Belp BE und in der Kategorie Hightech/Biotech die Teseq AG aus Luterbach SO ausgezeichnet.

Der Jungunternehmerpreis ist

Bauer Jürg Wyss
(links) und Käser
Mike Glauser.



mit 75000 Franken dotiert. Die Jury unter der Leitung von Carolina Müller-Mühl hatte die Gewinner aus insgesamt 400 Bewerbungen gekürt.

Ziel des Swiss Economic Award ist nach Angaben der Organisatoren, unternehmerisches Gedankengut und die Akzeptanz von Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern in der Gesellschaft zu fördern. Zum Wettbewerb sind alle Unternehmen mit Sitz in der Schweiz zugelassen, die vor nicht mehr als sechs Jahren gegründet wurden. dst

Standpunkt

**Ski-WM 2017:
Das Wetteifern
gehört zur DNA
der Schweiz**



ARIANE
EHRAT*

Lieben Sie jemanden? Hat diese Person Ihre Liebe sofort erwidert? Oder mussten Sie sich Ihr Ja erkämpfen? Dann verstehen Sie die Ambitionen des Bundesrates, des Schweizer Skiverbands Swiss Ski, des Kantons Graubünden und von St. Moritz: Bereits zum dritten Mal hat das Komitee um den Zuschlag für die FIS Alpine Ski-Weltmeisterschaften 2017 gekämpft. Und diesmal gegen Aro und Cortina gewonnen! Warum hat die Schweiz mit St. Moritz immer wieder

**«Freuen wir uns auf die
Ski-WM und wertvolle
Diskussionen um die
Olympia-Kandidatur.»**

kandidiert? Weil sie trotz der gescheiterten Bewerbungen 2013 und 2015 beseelt war vom Wunsch, die Ski-WM 2017 bei uns in der Schweiz zu haben. So wie die Olympischen Winterspiele 2022. Internationale Grossanlässe geben unglaublich viel zu tun. Warum tun wir Schweizer uns das an? Weil das Veranlassen und Wetteifern in der DNA der Sportschweiz fix einprogrammiert ist. Umso mehr geniesst sie nun den Erfolg, nach 1934, 1948, 1974 und 2003 die Ski-WM erneut in St. Moritz durchzuführen. Damit sich die Erwachsenen nicht in ihre Mission verbeissen, hat sich das WM-Komitee bei der Kandidatur für die Ski-WM 2017 von Kindern begleiten lassen. Ihre Ideen, Geschichten und Zeichnungen haben erst der lokalen Bevölkerung und Ende Mai dem FIS-Kongress in Südkorea den Weg in die Zukunft gewiesen. Von der unbefangenen Kreativität der Kleinen konnten sich die Grossen ein Stück abschneiden. Diese ursprünglichen Eigenschaften werden den Sportlern wie den Organisatoren Flügel verleihen. Flügel braucht es immer dann, wenn es gilt, grosse Widerstände zu überwinden und über hohe Bergspitzen hinwegzuschauen. Die Bevölkerung des Austragungsorts der WM verhält sich kosmopolitisch und erfindend. Sie war schon im 19. Jahrhundert innovativ, als ein Hotelier im Speisesaal des Hotels Kulm erstmals elektrische Lampen anzündete. Freuen wir uns auf eine spannende Ski-WM 2017 und die wertvollen Diskussionen rund um die Schweizer Olympia-Kandidatur 2022!

* Ariane Ehrat ist CEO der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz.

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



«Ganz gleich, wie sehr unsere Kinder um Fast Food betteln, sie sollten nicht entscheiden, was es zum Abendessen gibt.»

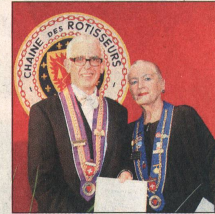
Michelle Obama First Lady
Gelesen in der «Welt»



Gruppenbild in Bad Ragaz: Das **Comité National** und die neu inthronisierten oder beförderten Mitglieder der Chaîne des Rôtisseurs.



Bailli Délégué **René Kamber** begrüsst über 300 Teilnehmer.



Gastgeber **Riet Pfister** mit **Irma Dütsch**, Conseiller Culinaire.

Sessellücken

Graubünden Ferien hat einen neuen Präsidenten

Der neue Präsident von Graubünden Ferien (GRF) heisst **Marcel Friberg** (55, Bild). Die Mitglieder wählten den Unternehmensberater und Marketingfachmann aus



ZVG

Brigels an der GV in Passugg per Akklamation zum Nachfolger von **Andreas Wieland**. Friberg zeichnet federführend für die Erarbeitung neuer Tourismusstrategien und -strukturen in mehreren Destinationen quer durch den Kanton verantwortlich. Neu in den Vorstand von GRF gewählt wurden zudem **Corinne Denzler** und **Reto A. Wilhelm**.

ITB-Leiter neu im Vorstand der Tourismusforscher

Der gebürtige Schweizer **David Ruetz**, der seit 2004 als Senior Manager die ITB Berlin leitet, wurde in den Vorstand der Forschungsgemeinschaft Urlaub und



ZVG

Reisen gewählt. Sie ist der grösste nicht-kommerzielle Organisator und Auftraggeber von Tourismusforschung in Deutschland. «Durch die Vorstandstätigkeit bei der FUR können Synergien für den ITB Berlin Kongress und die ITB Asia genutzt werden», erklärt Ruetz. Auch sieht er durch seine Berufung in den Vorstand mehr Möglichkeiten, die Beratung im Rahmen des ITB Consulting durch empirische Daten zu untermauern.

Neuer Betreiber im Spenglerpark Münchenstein

Das Restaurant Spengler im Spenglerpark in Münchenstein BL hat mit **André Zimmerli** (56) einen neuen Betreiber. Er leitet 20 Jahre die Messegastonomie in Basel. Das Restaurant Spengler ist montags bis freitags von 7.30 bis 17 Uhr öffentlich zugänglich – nicht nur für Mitarbeitende und Kunden des Spenglerparks. Namhafte Unternehmen und Ausbildungsinstitute gaben dem traditionsreichen Spenglerpark in den letzten Jahren eine neue Identität und Nutzung. Der Komplex gehört einer Anlagestiftung der Credit Suisse. Er ist Arbeits- und Studienplatz für rund tausend Personen.

Kurdirektor der Bettmeralp hat gekündigt

Am 1. Juni 2011 hatte **Jörg Seiler** seine Arbeit als Geschäftsleiter von Bettmeralp Tourismus angetreten. Ende September 2012 verlässt er den Kurort. Dem «Walliser Boten» nannte er «Gründe persönlich und privater Natur, da haben viele Sachen zusammengespielt». Und: «Als Geschäftsführer eines Tourismusortes ist man sehr exponiert und im Spannungsfeld zwischen den zahlreichen Leistungsträgern und dem Vorstand.»

Geniesser der Tafel

In Bad Ragaz traf sich die «Confrérie de la Chaîne des Rôtisseurs» zum «Grand Chapitre International de Printemps». Profis und Liebhaber der **Tafelkultur** feierten drei Tage lang.

KARL JOSEF VERDING

Die «Confrérie de la Chaîne des Rôtisseurs», gegründet 1248, zählt rund 25'000 Mitglieder – Gastroprofis und Gourmets – weltweit. Davon 2000 in der Schweiz, aufgeteilt in zwanzig regionale Baillagen. Das «Grand Chapitre International» in Bad Ragaz wurde von der Baillie de Saint-Gall, unter der Leitung von Bailli Régional Jacques Sinz aus Altstätten, dem Comité Régional und der Baillie Nationale de Suisse organisiert. Die Schweizer Mitglieder sowie ihre Gäste aus Deutschland, aus Österreich und Liechtenstein

erlebten kulinarische Höhepunkte in den Betrieben des Grand Resorts Bad Ragaz, darunter das Galadiner am Samstagabend. Mit einer launigen Laudatio dankte die Starköchin Irma Dütsch der weissen Brigade unter Executive Chef Renato Wüst. Es wurden Führungen durch die Kunstaussstellung RagARTz und eine Weindegustation bei Martin Donatsch in Malans geboten. Die feierliche Aufnahme von Neumitgliedern – «Inthronisation» genannt – geschah in der bis auf den letzten Platz besetzten reformierten Kirche Bad Ragaz.



Frank Reutlinger (l.) vom Grand Resort Bad Ragaz wird als professionelles Mitglied mit dem Titel «Maitre Restaurateur» inthronisiert.

Leukerbader Stammgäste-Seefahrt

Im von Schweiz Tourismus lancierten Jahr des Wassers fand das Leukerbader **Stammgästetreffen** auf dem Bielersee statt.

KARL JOSEF VERDING

Das Seeland gehört für Leukerbad zu einer der wichtigsten Regionen. Über 120 Stammgäste aus der Region Biel und Umgebung folgten am letzten Samstag der Einladung der Leukerbader Hotels

Grichting & Badnerhof, Viktoria, Alex und Beau Séjour. Wegen der beschränkten Anzahl der zur Verfügung stehenden Plätze auf dem Schiff wurde die Veranstaltung auf diejenigen Hotels beschränkt, die sich zuerst angemeldet hatten. Zudem waren mit dem Weinkeller zum Lyscher und dem Weinkeller C. Varonier & Söhne AG auch zwei Kellereien der Genossenschaft Pro Varen anwesend.

Das Treffen der Stammgäste war für die Hoteliers eine optimale Gelegenheit, um sich für ihre langjährige Treue zu bedanken.

Zudem konnten während der gemeinsamen Schifffahrt Erinnerungen an vergangene Ferien aufgefrischt und Pläne für zukünftige Ferien in Leukerbad geschmiedet werden. Auf der Fahrt gab es kulinarische Leukerbader Spezialitäten und musikalische Unterhaltung. Nach einem Apéro mit Varner Weinen, Trockenfleisch und Hobelkäse aus der Region verwöhnten die Hoteliers die Stammgäste mit eigenhändig gestrichenem Raclette. Man fuhr mit dem EMS Mobicat, dem weltgrössten Solarkatamaran.



Verante Kräfte: Bielersee-Schifffahrt und Leukerbader Touristiker.

100 Jahre Lenk im Bahnnetz

An der Lenk wurde am letzten Wochenende das hundertjährige Bestehen der Bahnlinie gefeiert. Der Anschluss ans Netz der **Montreux-Oberland-Bahn** (MOB) im Jahr 1912 brachte dem Ort eine grosse touristische Entwicklung.

Das Wetter an jenem 8. Juni 1912 war offenbar nicht gerade in Festlaune, als der erste Zug im Bahnhof an der Lenk einfuhr. Dies jedenfalls legt eine alte Fotografie nahe, welche die Gemeinde auf ihrer Homepage publiziert hat. Erwartet wurde der festlich bekränzte Zug von einer Schar elegant gekleideter Damen und Herren. Wie vielerorts im Berner Oberland hatten die Engländer auch hier die touristischen



Zur Eröffnung: (v.l.) **Walter von Siebenthal**, MOB, **Barbara Bühler-Freidig**, Gemeinde Lenk, **Barbara Egger-Jenzer**, Regierungsrätin, **Erwin Walker**, OK-Präsident, **Christian von Känel**, Gemeinde Lenk.

schen Aktivitäten mitbegründet. An der Lenk wurde das Bahnjubiläum mit Dampf- und Nostalgiezügen, Postkutschenfahrten,

einer mit prominenten Gästen eröffneten Modellbahnausstellung und viel Musik und Geselligkeit gefeiert.

Chinesischer Villen-Park «St. Moritz» erhielt Besuch vom Original

Delegation aus St. Moritz besuchte das chinesische Villenquartier St. Moritz Garden in Shenzen.

Nachdem im August 2011 mit 37 Teilnehmern die erste Delegation aus China in St. Moritz zu Gast war, um den Namensgeber ihres Villenviertels und die Destination kennenzulernen, stand jetzt der Gegenbesuch einer Delegation aus St. Moritz in Shenzen an. Die Anlage dort, für maximal 5000 Einwohner, ist parkähnlich und hat einen St. Moritz Tower. kjv



Die St. Moritzer **Delegation** wurde im Villenquartier des chinesischen Shenzen herzlich begrüsst.

ZVG

Neuausrichtung. Ein Hotel erfindet sich neu Seite 8; **Das «Des Balances» ist im Gleichgewicht** Seite 9; **Das «Waldhaus» hat die Restaurants neu ausgerichtet** Seite 10; **Vom Berghotel zum Luxus-Resort** Seite 11

Klares Profil – neue Gäste

Wenn die Hotelbetten leer bleiben, ist möglicherweise eine Neuausrichtung fällig. Thomas Allemann, Leiter Klassifikation und Mitgliederservice, sagt, was es dazu braucht.

CHRISTINE KONZLER

Thomas Allemann, wann macht eine Neuausrichtung eines Hotels Sinn? Sie macht dann Sinn, wenn ein Hotel einen bestimmten Lebenszyklus abgeschlossen hat. Zwar gibt es Positionierungen, die sehr lange aktuell bleiben, doch gibt es auch viele Hotels, welche die Bedürfnisse ihrer Gäste nicht mehr abdecken. Sei es, weil das Angebot für dieses Segment nicht mehr stimmt oder die fokussierte Klientel – aus welchen Gründen auch immer – nicht mehr kommt. Eine Neupositionierung kann auch dann notwendig sein, wenn sich eine Destination neu ausrichtet oder ein neuer Hotelbesitzer oder -direktor eigene Ideen verwirklichen will.

Das heisst, auch ein langjähriger Traditionsbetrieb kann sich neu ausrichten müssen? Absolut. Wenn das Konzept keine Gäste mehr anspricht, braucht es auch dort eine Neuausrichtung.

In Zeiten wie der aktuellen müssen sich die Hoteliers auf neue Gäste ausrichten ... Ja, verändertes Reiseverhalten oder auch der Klimawandel kann zu einer Neuausrichtung zwingen. Neh-

men wir das Beispiel Gstaad, früher eine klassische Winterdestination. Sie musste sich dann relativ kostspielig auch für den Sommer fit machen und generiert heute 50 Prozent ihrer Gäste im Sommer. Die Gstaader Hotels mussten sich anpassen: Aus einem Skihotel wurde ein Wanderhotel.

Wo liegen die Chancen einer Neupositionierung? Die Chancen liegen darin, dass über eine klare Positionierung eine neue Kundschaft gezielt angesprochen werden kann. Hält der Hotelier, was er verspricht, hat er zufriedene Gäste und die empfehlen den Betrieb weiter. Wenn das Produkt und die Dienstleistung stimmen, erzielt der Hotelier auch eine höhere Wertschöpfung.

Wo liegen die Gefahren? Wenn ein Hotelier sich konsequent auf ein neues Gäste-segment ausrichtet, verliert er möglicherweise die bisherigen Stammgäste. Deshalb muss er zwingend vorher abklären, ob das anvisierte Segment genügend Potenzial birgt, um die Betten zu füllen. Und er muss sich sicher sein, dass er die Gästeerwartungen erfüllen kann. Marktpositionierung steht immer in Verbindung mit einem USP. Ob dieses für die fokussierten Gäste überhaupt attraktiv ist, muss erst geklärt sein.

Was braucht es, um eine Neupositionierung erfolgreich durchzuführen? Eine sorgfältige Marktanalyse und eine Bedürfnisabklärung, um herauszufinden, welche Segmente wirklich interessant sind und ob das Hotel deren Bedürfnisse

überhaupt abdecken kann. Dann gilt es, die Neupositionierung konsequent umzusetzen. Halbheiten haben keine Chance. Dazu gehört auch, die richtigen Kanäle zu nutzen, um das neue Kundensegment erreichen zu können.

Wie wichtig ist es, dass sich der Hotelier mit seiner Positionierung identifiziert? Bei jeder Positionierung ist entscheidend, dass der Hotelier das Thema lebt, transportiert und dass er aus innerer Überzeugung dahintersteht. Sonst ist er nicht authentisch.

Müssen die Mitarbeitenden nach einer Neupositionierung geschult werden? Es geht darum, die Mitarbeitenden miteinzubeziehen, sie zu sensibilisieren. Sie sollen die neue Positionierung mit Begeisterung mittragen, die Idee und den Leitgedanken vermitteln. Natürlich müssen sie geschult werden, um zu wissen, wie sie die Bedürfnisse dieser Gäste befriedigen können. Fokussiert ein Hotelier auf indische Gäste, ist es unerlässlich, dass die Mitarbeitenden deren Kultur verstehen und auch ein paar Worte indisch sprechen.

«Bei jeder Positionierung ist entscheidend, dass der Hotelier das Thema lebt.»

Thomas Allemann
Geschäftsleitung hotelieresuisse

Wie findet der Hotelier die passende

Marktlücke?

In Trendreports und durch kreativen Ideenklaue: Wenn er irgendwo ein gutes Konzept sieht, kann er das möglicherweise auch an seinem Ort umsetzen. Wenn er dann noch mit dem betreffenden Hotelier Stärken und Schwächen des Konzeptes auslotet, hat er auch gleich eine Marktabklärung. Trendreports liefern zudem wichtige Informationen über gesellschaftliche Veränderungen und die Bedürfnisse des Gasts von morgen. So fehlen heute in der Schweiz noch gute Angebote für Best Agers. Nachhaltigkeit ist ein weiteres Thema, das sich aufdrängt. Die Herausforderung ist, die Themen kreativ umzusetzen und dabei authentisch und



Wer sein Haus richtig positionieren will, muss den richtigen Entscheid fällen.

glaubwürdig zu bleiben. Doch: Wer sich klar positioniert, exponiert sich auch.

Kann eine Positionierung stark genug sein, um ein Hotel auf nur einem Standbein stehen zu lassen? Eine Neupositionierung muss nicht zwingend eine Ein-Segment-Strategie sein. Ein Hotel kann auch eine Positionierung für die Wochentage haben und eine andere für das Wochenende. Auch saisonal kann die Positionierung unterschiedlich sein: Das heisst, in der Zwischensaison können andere Gäste angesprochen werden als in der Hauptsaison, etwa die bereits erwähnten Best Agers.

Mögliche Nischen für eine Neupositionierung eines Hotels

Ein aktuelles Thema für eine Neupositionierung sind Best Agers. Die demografische Entwicklung zeigt: Es gibt immer mehr reisefreudige ältere Menschen. Die fühlen sich wohl in Hotels, in denen man ihren Bedürfnissen Rechnung trägt: gut ausgeleuchtete Zimmer, leichte Küche, angepasste Aktivitäten und so weiter. Spätes im Hotel ist ein Thema.

Fakt ist auch, es gibt immer mehr Leute mit Haustieren. Warum das Haus nicht als hunde- oder (stube)katzenfreundliches Hotel positionieren? Damit löst

der Hotelier einige Probleme von tierliebenden Gästen, die sich schwertun, ihr Haustier ins Tierheim zu geben oder die passende Betreuung zu finden.

Kultur und Brauchum werden zunehmend gefragt. Zurück zu den Wurzeln heisst die Devise: Das echt schweizerische Leben – modern umgesetzt. Hotels nach Schweizer Art sind im Trend.

Ferien und qualitativ hochstehende (Weiter-)Bildung, ein Angebot, das Anklang finden könnte. Wenn ein Hotelier sich mit einem Bildungsanbieter zusammmentut, könnte das klappen. ck



Thomas Allemann,
hotelieresuisse.

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

effizient

Abschluss und fertig.

Wir lassen in Ihren Büchern keine Fragen offen.

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

Mehr Gäste mit MyTable



MyTable
www.mytable.com

Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie & Gemeinschaftsgastronomie Luzern



9. BIS 12.9.2012
MESSEHALLEN
MESSE LUZERN



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



2. SWISS SVG-TROPHY
Der Wettbewerb für die Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie

SVG+ pistor

Jetzt planen und anmelden!

Co-Sponsoren: Haco, HUG, M&S, etc.
Medienpartner: S&P, etc.
Weitere Informationen unter: www.svg-trophy.ch

Neuausrichtung. Erweiterung. Das Schönrieder Hotel Ermitage hat für 40 Mio. Franken ein ganz neues Gesicht erhalten. Und damit ein erweitertes Gästesegment: Stammgäste bleiben, neue kommen dazu.



Wohin führt der neue Weg? Im Fall des Wellness- und Spa-Hotels Ermitage in Schönried zum Erfolg.

«Hier ist ja alles anders»

Das Wellness- & Spa-Hotel Ermitage in Schönried bei Gstaad brachte einen markanten Um- und Ausbau und eine Namensänderung hinter sich. Die Gäste sind begeistert.

RENATE DUBACH

Wir haben eigentlich keine Neupositionierung vorgenommen», wehrt Heiner Lutz ab, «wir sind bloss unserer Philosophie treu geblieben, konsequent auf Wellness zu setzen.» Für die neueste Umsetzung ihrer Philosophie haben Heiner Lutz und Laurenz Schmid,

die beiden Besitzer und Gastgeber des Wellness & Spa Hotels Ermitage über 40 Millionen Franken eingesetzt. Im achtmonatigen Umbau vom letzten Jahr wurde der Wellness-Bereich von 2000 auf 3500 Quadratmeter vergrössert. Ein Einsatz, der sich lohnt, findet Lutz. «Wir könnten unser Hotel nicht 365 Tage pro Jahr offen halten, wenn wir kein Wellness-Angebot hätten. Hier oben kann man ein paar Wochen Ski fahren und im Sommer wandern. Aber im Frühling und Herbst gibt es nicht besonders viele Aktivitäten, besonders nicht, wenn schlechtes Wetter herrscht.»

Die meisten Gäste sind vom Neubau begeistert

Das hätten Laurenz Schmid und er selber schon 1977 festgestellt, als sie das damalige Hotel Ermitage-Golf – eigentlich nur eine kleine Pension mit 40 Betten – kauften. Damals hätten sie die verrückte Idee gehabt, das erste

Solbad in den Alpen zu bauen, als Basler natürlich mit Salz von der Saline Rheinfelden.

Die Stammgäste hätten nach dem neuesten Umbau schon mal leer geschluckt und gesagt: «hier ist ja alles anders», blickt Heiner Lutz auf die Wiedereröffnung vom vergangenen Dezember zurück. Aber dann seien die meisten hell begeistert gewesen. «Vorher hatten wir halt ein gemütliches Chalet-hotel mit nicht allzu hohen Räumen. Jetzt haben wir eine Empfangshalle mit doppelstöckigen Panoramafenstern, durch die man die Berge sieht. Nur ganz wenigen Gästen hat es vorher besser gefallen.»

Dem Um- und Erweite-

rungsbau musste das Haupthaus weichen, das war für die beiden Gastgeber nicht ganz einfach. «Wir haben in dieses Haus ja nicht nur Geld, sondern auch jahrzehntelang viel Herzblut investiert, und in zehn Tagen war nichts mehr davon zu sehen. Das hat uns schon sehr weh getan», gibt Heiner Lutz zu. Die Gäste konnten sich via Website immer über die Fortschritte des Umbaus informieren. Und ein bisschen mitbestimmen. Es gab Umfragen zu den neuen Uniformen der Mitarbeitenden, und auch bei der Namenswahl der neuen Restaurants konnten sie ab-

«Nur ganz wenigen Gästen hat das Hotel vorher besser gefallen.»

Heiner Lutz
Besitzer und Gastgeber «Ermitage»

stimmen. Den Namen «Artisti» für das Mitarbeiter-Restaurant schlug beispielsweise ein Gast vor.

Lutz und Schmid nehmen die Wünsche ihrer Stammgäste sehr ernst. Schliesslich werden 70 Prozent der Übernachtungen im «Ermitage» von Stammgästen generiert, drei Viertel der Gäste insgesamt kommen aus der Schweiz. In ganz guten Zeiten hatte das Haus Auslastungszahlen von 85 Prozent, was wohl schwierig sei, wieder zu erreichen, meint Gastgeber Lutz, insbesondere aufgrund der Konkurrenz in Deutschland oder Österreich und der Währungssituation.

Künftig stehen den Gästen aus dem In- und Ausland 175 Betten in 96 Zimmern zur Verfügung. Denn nicht nur der Wellness-Bereich wurde ausgebaut, es ent-

standen die neuen Häuser «Saanen» und «Résidence», eine neue Gesamtinfrastruktur, acht neue Restaurantstuben, eine Front-Erlebnisküche, neue Senior-Suiten und die erwähnte Panoramahalle.

«Golf» im Namen wurde gestrichen, Fokus liegt auf «Ermitage»

Und schliesslich rückten mit dem Ausbau des entsprechenden Angebots die zwei Wörter «Wellness» und «Spa» in den Namen des Hotels vor und «Golf» wurde 2011 gestrichen. Man hatte damit gerechnet, dass vor der Haustüre ein Golfplatz entstehen würde. Der wurde aber in Saanenmöser gebaut, ein paar Kilometer entfernt. Und ein guter Golfer wolle nicht jeden Tag auf demselben Platz spielen, aber in der näheren Umgebung von Schönried gebe es nun mal nur den einen. Man fokussierte auf den anderen Teil des Namens, auf «Ermitage». Obwohl man sich eine «Einsiedelei» wohl auch etwas anders vorstellt.



Heiner Lutz.

KOSTENSPAREN DURCH ENERGIE-EFFIZIENZ.

«Dank dem KMU-Modell und Förderbeiträgen haben wir unseren Energieverbrauch markant senken können.»

MARC BÜRGE, CEO & DELEGIERTER DES VERWALTUNGSRATES
CASINO THEATER WINTERTHUR AG



Kontaktieren Sie uns zum KMU-Modell:
044 404 80 31

info@kmu-modell.ch
www.kmu-modell.ch

KMU-Modell powered by

Energie-Agentur
DER WIRTSCHAFT EnAW

Klimastiftung
Schweiz

Neuausrichtung. Neuland. Das Luzerner Hotel Des Balances löste sich von der Übermutter Best Western. Der Alleingang habe sich gelohnt, sagt Peter Büsser. Entstanden ist ein «stimmiges Produkt».

Das Luzerner 4-Stern-Hotel Des Balances wollte zurück zu seinen Wurzeln. Für die Neuausrichtung verzichtete es auf den Schulterschluss mit Best Western – einem sicheren Wert

VIRGINIA NOLAN

Alles Neuanfang ist schwer. Man bricht mit der Gewohnheit, hisst die Segel neu. Manchmal geht dabei unter – weil Neues nicht in jedem Fall besser ist als Altbewährtes, oder ein frisches Kleid ein ramponiertes Image nicht immer aufpoliert. Eine Neuausrichtung heisse, ins kalte Wasser zu springen, sagt Peter Büsser, Direktor des 4-Sterne-Hauses «Des Balances» in Luzern. Für ihn hat sich der Sprung gelohnt: Sein Schiff ist nicht nur auf Kurs geblieben, ihm haben sich neue Horizonte eröffnet.

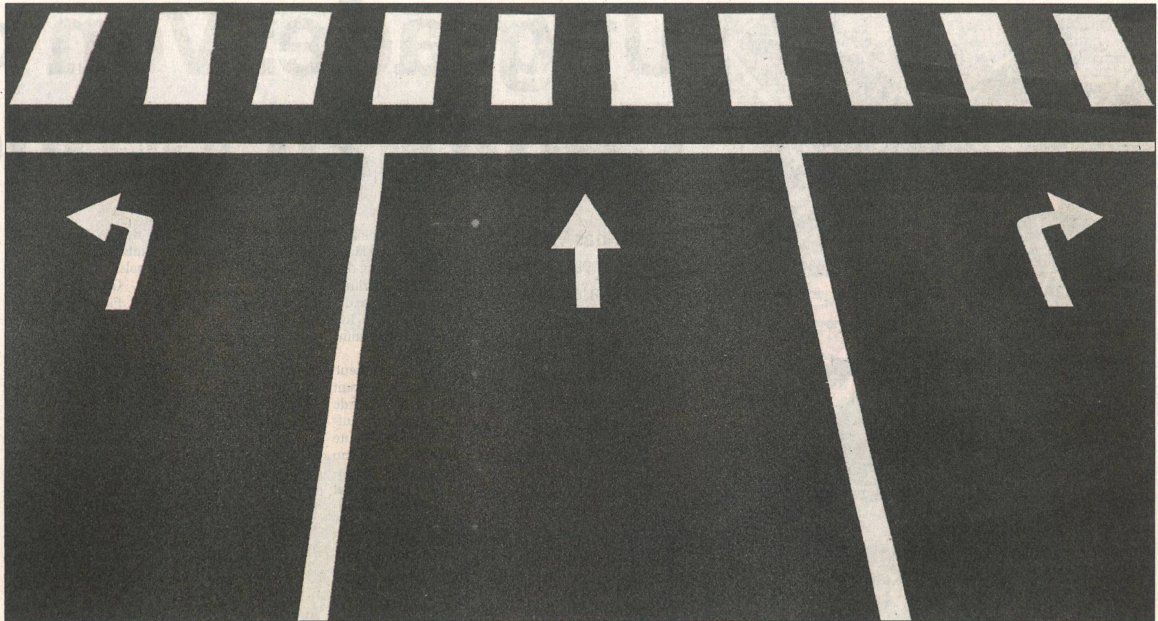
In einer Zeit, in der viele Hotels Schutz unter dem Dach einer grossen Kette suchen, um von der Strahlkraft einer Weltmarke zu profitieren, tat Büsser das Gegenteil. 2005 kündigte er

«Jetzt stehen wir ganz alleine da – und sind richtig gut im Rennen.»

Peter Büsser
Direktor Hotel Des Balances, Luzern

die Kooperation mit der Gruppe Best Western Hotels, die das Hotel am Reussufer 25 Jahre unter ihren Fittichen gehabt hatte. «Ich wollte mich auf unsere Wurzeln als hochwertiges Traditionshaus zurückbesinnen», sagt Büsser, und glaubte, das sei nicht vereinbar mit einer Mitgliedschaft bei Best Western. Zu unterschiedlich hätten sich die Häuser innerhalb der Kooperation entwickelt, zu heterogen seien ihre Qualitätsansprüche.

Aber auch der Wunsch des Direktors, seinem Haus fortan eine persönliche Note zu geben, erforderte den Bruch mit der grossen Schwester. «Mit unseren Auflagen wäre das nicht gegangen. Sie verlangten einen standardisierten



Es gibt verschiedene Wege, wie sich ein Hotel ausrichten kann. Wichtig ist, dass das Produkt stimmig ist.

Sprung ins kalte Wasser

Auftritt von der Bettwäsche bis zur Homepage.»

Gesamterneuerung statt Pfästerli-Lösung

Eine halbe Million Franken, ein Drittel des Gesamtumsatzes, hatte Best Western dem Luzerner Hotel zuletzt beschert. Würde der Alleingang nicht funktionieren, das wusste der Direktor, müsste er sich auf ein Loch in der Kasse gefasst machen. «Manchmal braucht man den Mut, mit der grossen Kelle anzurühren», sagt Büsser. Die Ära der Selbstständigkeit brachte viele Bauarbeiter ins Haus.

Alle 57 Zimmer wurden renoviert sowie die Bankett- und Semi-

Peter Büsser.



narräume, immer in Etappen. Man baute das Restaurant um, schickte Mitarbeiter in Schulungen und machte mit Themenmenüs auf sich aufmerksam. Lobby und Reception sei eben erst fertig geworden, sagt Büsser.

«Ich habe wahnsinnig Freude. Wir haben jetzt ein durch und durch stimmiges Produkt.» In der Überzeugung, dass dieses mehr wert ist, schraubte Büsser die Zimmerpreise um gut 10 Prozent nach oben.

Damit ein «stimmiges Produkt» überhaupt zustande komme, brauche ein KMU

professionelle Hilfe, sagen Marketingspezialisten. Wer an der Front arbeite, verstehe zu wenig von Branding und Corporate Identity. Büsser sagt, dass sich dieser Bereich auch ihm als Knackpunkt erwiesen habe. «Aber es braucht auch Selbstvertrauen», findet er. Er habe zwar ein Innenarchitekturbüro, aber nie ein Marketingbüro konsultiert, und konsequent umgesetzt, was ihm in Gedanken vorgeschwebt sei. Als gelernter Architekt habe er ein gutes Vorstellungsvermögen, und sein Grafiker habe sich um Internet und Druckwaren gekümmert. Dem Internet schenkt Büsser seit der Neuausrichtung besonders viel Aufmerksamkeit. Kommentare auf Bewertungssystemen verfolgt er aufmerksam. «Früher orientierten sich die Hotels an einer Kette, die für Qualität bürgte. Heute gilt als wichtigstes Quali-

tätskriterium, was der Gast im Internet sagt.»

Hotel ist auf Kurs und gut im Rennen – trotz Rückschlägen

10 Millionen Franken hat die Neuausrichtung gekostet. Büssers grösste Sorge, dass sein Hotel nicht genug einnehmen könnte, hat sich nicht bewahrheitet. Der Umsatz zeigt nach oben, gut 20 Prozent mehr als 2005 verdient man heute. Mit einer durchschnittlichen Auslastung von 70 Prozent gehört das «Des Balances» zu den meistbesuchten Häusern Luzerns. Dennoch blieb es vor Rückschlägen nicht verschont. Im August 2005 trat die Reuss über das Ufer und verwüstete das frisch umgebaute Restaurant. Dann hiess es: von vorne beginnen. «Wir machten alles gleich wie beim ersten Mal», sagt Büsser, «das zeigte uns, dass

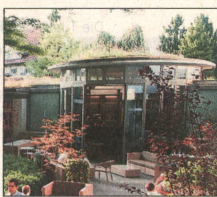
wir den richtigen Weg gegangen waren.»

Manchmal musste er einsehen, den Massstab doch etwas zu hoch angesetzt zu haben. «Wir hatten in unserem Restaurant 15 Gault-Millau-Punkte angestrebt – und sie auch erreicht», erzählt er. «Doch der Druck wurde zu gross, zu hoch ist unsere Besucherfrequenz. Jetzt haben wir 14 Punkte – und können dem Gast dafür vielleicht mehr bieten, als er erwartet.» Zu viel erhofft habe man sich von den neuen Partnerschaften mit Swiss International Hotels, Luxury Lifestyle Hotels und Great Hotels of the World. Die Kooperationen sei man eingegangen, weil man nicht ganz ohne Verbündete dastehen wollte. «Sie haben uns nicht viel gebracht. Jetzt stehen wir ganz alleine da – und sind richtig gut im Rennen.»

Name und Konzept geändert

Das Winterthurer Garten Hotel wurde vor ein paar Jahren umgebaut und in Park Hotel umbenannt. Das Hotel-Restaurant hatte bis dahin gar keinen Namen.

REINATE DUBACH



Mit «Bloom» hat das Restaurant einen neuen Namen.

Versicherung ab. Zwei Jahre später wurde das ganze Erdgeschoss umgebaut. «Ich fand damals, man müsse ein Zeichen setzen und den Namen des Hotels ändern», erklärt Finanzexperte Rolf W. Gysin. «Nach der Neuausrichtung konnten wir grosse Zuwachsraten verzeichnen. An Wochentagen sind die 73 Zimmer meist ausgebucht. Wir haben hart dafür gearbeitet, neue Gäste zu gewinnen.»

«Die Namensänderung war ein Eingriff, der nicht von den ersten Stunden an von allen angenommen wurde», erinnert sich Rolf W. Gysin, VR-Präsident der Park Hotel Winterthur AG, der das 4-Sterne-Haus durch das letzte Jahrzehnt geführt hat. Eine Neupositionierung sei aber unumgänglich gewesen, weil das 1957 eröffnete Haus um das Jahr 2000 schwierige Zeiten hatte. 2003 kaufte die Ibisbus Hotel Beteiligungs AG – ihr gehört auch das Hotel Ibis in Adliswil – das Garten Hotel der Winterthur

Eva Heller, Direktorin der Ibisbus Management AG, betreut das Park Hotel seit über sieben Jahren. Ihre Firma übernimmt für die beiden Hotels der Gruppe Aufgaben wie Administration, Personalwesen, Einkauf und Marketing. «Uns war von Anfang an klar, dass das Restaurant eine eigene Identität braucht. Es ging dann darum, einen passenden Namen zu finden. Wir wählten «Bloom», in Anlehnung an den Park. Vorher war es einfach das Restaurant vom Garten Hotel. Heute ist das Restaurant in Winterthur besser bekannt als das Hotel. Jetzt ist es das Hotel beim «Bloom», sagt Eva Heller. Die 80 Plätze des Restaurants seien heute regelmässig ausgebucht. Mitte 2013 solle eine umfassende Renovation des Park Hotels beginnen. «Wir investieren mehrere Millionen Franken, damit wir einen Standard bieten können, der künftig gefordert wird», hält Rolf W. Gysin fest.



Qualität aus Familienhand

Saft vom Fass naturtrüb aus dem Eichenfass sowie klare Apfelweine (mit und ohne Alkohol) sind Spezialitäten für ihre Gäste und passen zu jedem Essen.

Unsere natürlichen Apfelsäfte keltern wir ausschliesslich aus Äpfeln der Ostschweiz. Wir kennen die Lieferanten persönlich. 60 Mitarbeitende geben ihr Bestes für eine hochstehende Safterstellung. Wir stehen ein für Qualität, Tradition und langfristige Arbeitsplätze.

MÖHL Mosterei Möhl AG

9320 Arbon | Telefon 071 447 40 74 | www.moehl.ch



Neuaustrichtung. Qualitätssteigerung. Ein beliebtes Restaurant in ein hochstehendes Gourmetrestaurant zu verwandeln, ist ein mutiger Schritt. Im «Waldhaus Flims» ist er gelungen.



Wer die richtige Schiene fährt, generiert Gäste.

Upgrade: Von «La Cena» zu «Epoca»

Für das Waldhaus Flims war 2008 ein epochales Jahr. Der Name wurde geändert, zwei Restaurants eröffnet. Das neue Gourmetrestaurant Epoca gab am meisten zu reden.

RENATE DUBACH

Um die Namensänderung des 5-Sterne-Superior-Hauses wurde 2008 nicht viel Aufhebens gemacht. Aus dem schlichten Park Hotel Waldhaus wurde das Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa. «Wir gingen zurück zu den Wurzeln, das Haus hatte die beiden Begriffe Waldhaus und Flims schon einmal in seiner Namensgebung vereint. Der neue Name hat gut Anklang gefunden,

meist wird er auf «Waldhaus Flims» gekürzt», erklärt Yasmin Cachemaille Grimm, die mit ihrem Ehemann Urs Grimm vor zwei Jahren die Direktion des Resorts übernommen hat.

Auch das neue Grand Restaurant Rotonde wurde wohlwollend aufgenommen. Heute kocht Bruno Hurter als Executive Chef im mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten «Rotonde» mit einer Prise Italianità.

«Epoca» bewährt sich als Nachfolger

Mehr zu diskutieren gab der Abschied vom langjährigen italienischen Restaurant «La Cena». «Es gibt heute noch vereinzelt Gäste, die fragen, wo denn das «La Cena» sei», sagt Sandro Steingruber. Er war massgeblich an der Neuposi-

tionierung des Waldhaus-Gourmetrestaurants beteiligt. «Wir hatten damals schon 13

Gault-Millau-Punkte», so Steingruber. «Wir wollten aber nicht nur italienisch kochen, sondern mediterran», blickt der Tessiner zurück, «da passte der Name einfach nicht mehr.» Drei Monate dauerte die Umbauzeit, das architektonische Konzept machte dank einer Glasfassade den Blick auf den Hotelpark frei. Steingruber: «Die Tatsache, dass das

«Epoca» eleganter ist und 4 Gault-Millau-Punkte mehr als «La Cena» aufweist, hatte zur Folge, dass einige Gäste nicht im «Epoca» assen, dafür wurden andere Gäste angesprochen. Das «Epoca» bietet 34 Plätze, etwas weniger als das

«La Cena», aber wir machen mehr Umsatz.» Ein Grund sei die bessere Auslastung: «Das «Epoca» ist mit seinen 17 Gault-Millau-Punkten ein gehobenes Gourmetrestaurant, die Gäste planen einen Besuch bei uns, und wenn wir vielleicht am Freitag ausgebucht sind, kommen sie halt am Donnerstag.»

Das Restaurant «Little China» wird neu gebaut und integriert

«Wir sind sehr zufrieden mit dem «Epoca», erklärt Yasmin Cachemaille Grimm. Veränderungen gebe es in einem so grossen Resort wie dem Waldhaus Flims immer wieder. Eines der nächsten Projekte wird der Ersatz des Restaurants «Little China» sein. «Wir möchten es an einem anderen Standort integrieren und das Angebot auf die ganze asiatische Küche ausdehnen», erklärt Yasmin Cachemaille Grimm. «Der Umzug sowie der Neubau dieses Restaurants ist für die nächsten zwei bis drei Jahre geplant. Es wird sich stark unterscheiden vom bisherigen traditionellen China-Restaurant», verspricht sie.



«Umzug und Neubau sind für die nächsten zwei bis drei Jahre geplant.»

Yasmin Cachemaille Grimm
Direktorin im Waldhaus Flims

ANZEIGE



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement Unternehmerseminar hotelleriesuisse

Zu den Besten des Fachs gehört in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus heute, wer als Leader Wissen, Können und Persönlichkeit vereint.

Die Entscheidungsträger von morgen sind berufserfahrene und ambitionierte Macher, die zielbewusst die finale Stufe auf der Karriereleiter erklimmen und sich zur Unternehmerin oder zum Unternehmer formen wollen. Das notwendige Rüstzeug erarbeiten sie sich im NDS HF Hotelmanagement, dem einzigen Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule.

Das NDS HF Hotelmanagement arbeitet mit erfahrenen Dozentinnen und Dozenten. Der praxisnahe Studiengang dauert mit dem Verfassen der Diplomarbeit 18 Monate, vermit-

telt in Modulen betriebswirtschaftliche und marketingorientierte Kenntnisse und fördert gleichzeitig persönliche und soziale Kompetenzen. Seit 1968 wurden so aus Talenten über 1'700 diplomierte Hotelmanagerinnen und -manager, die Benchmarks setzen und selbstbewusst die Richtung vorgeben. Als innovative und erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer leisten sie ihren Beitrag für die stetige Weiterentwicklung der Schweizer Hotel-Gastro-Tourismus-Branche und deren vorzügliche Positionierung auf der internationalen Landkarte.

Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen neue Laufbahnperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplomierter Hotelmanager NDS HF/Hotellers Restaurateurs SHV/VDH.

Informationsveranstaltungen:

8. August 2012 Hotel zum Storch, Zürich

Kursbeginn am 17. Oktober 2012 (Zyklus 39)

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

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

hotelfachschule thun
hochschule für tourismus & gastronomie

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SSHT
Schweizerische Schulkonferenz
der Tourismus- und Gastgewerbeten

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts
**HOCHSCHULE
LUZERN**
Wirtschaft
Höhere Fachschule für Tourismus HFT

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Neuausrichtung. Luxus. Für Reiche ist Luxus immateriell, glaubt Hotelmanager Marc Aeberhard. Er will deshalb aus dem Grandhotel auf der Griesalp ein Luxusresort schaffen für gestresste Menschen, die Natur pur tanken.

Hotelier Marc Aeberhard hat ganz klare Vorstellungen vom neuen Luxus: Natur pur, Ruhe, Raum, Zeit, Sicherheit und Diskretion. Er wollte diese Werte schon in einem Luxus-Resort im Goms umsetzen (die htr berichtete), die Pläne bestanden bereits. Gestorben ist das Projekt – zumindest vorläufig –, weil der Investor abgesprungen ist. Jetzt will Aeberhard, der unter anderem ein Luxusresort auf den Seychellen geführt hat, seine Pläne auf der Griesalp im bernischen Kiental verwirklichen. Er führt die drei Griesalp-Hotels, die Jakob Schären, Eigentümer des Kurhauses Haldenegg, 2003 gekauft hat, im Mandat. Aeberhard bringt viel Erfahrung aus der Luxushotellerie der ganzen Welt mit. Sein Fazit: «Der wahre Luxus der wirklich einflussreichen Menschen ist immateriell.»

«Die Griesalp ist nicht Zermatt, nicht Davos und nicht St. Moritz. Ich muss hier nicht mit teuren Gläsern und Silberbesteck auftrumpfen», sagt der Hotelier. Der Griesalp-Gast geniesst einen anderen Luxus: den persönlichen Service, das Blüemlisalpmassiv, den eindrücklichen Wasserfall, das Bimmeln der Kuhglocken, die hochstehende, kreative und naturnahe Küche und das Wasser, das direkt aus dem Berg auf den Tisch oder in die Dusche kommt. Wer auf die Griesalp fährt, meistert zudem die höchste Postauto-Strecke Europas.

Der Hotelmanager lebt seine Positionierung überzeugend

Der Griesalp-Gast, wie ihn Aeberhard anvisiert, ist jener, der in seinem Leben «auf der Überholspur fährt». Und der soll auch von der guten Luft auf 1400 Meter Höhe profitieren. Wenn er nicht wandern oder mit dem Hotelidrektor Kräuter sammeln will, kann er picknicken im Grünen oder speisen am Zweiertisch auf dem lauschigen Plätzchen im Freien. «Naturräume bekommen einen immer höheren Stellenwert», sagt Aeberhard. Auf der Griesalp, ist der Hotelmanager überzeugt, kommt die Lebensbalance wieder ins Lot, hier gewinnt der Gast seine innere Ruhe zurück.

Aeberhard selber lebt seine angestrebte Positionierung überzeugend und authentisch. Er geht jeden Morgen auf Kräutersuche, sorgt also persönlich dafür, dass die Gäste etwa «Kientaler Wildspinat» – eine Mischung verschiedener Wildpflanzen – vorgesetzt bekommen. Das Wissen hat er



Richtungsänderung für das Hotelzentrum Griesalp: Vom Berghotel zum Luxusresort.

Luxuriöses Refugium

Das Hotelzentrum Griesalp will sich neu auf Gäste ausrichten, die sich den Luxus von Natur pur und Ruhe leisten wollen. Dazu gehört auch eine hochstehende Küche.

CHRISTINE KÜNZLER

sich im Selbststudium angeeignet: Das dicke Kräuterbuch «Die Flora des Kantons Bern» zeigt ihm zweifelsfrei, was bekömmlich ist und was nicht. «Kräuter», ist Aeberhard überzeugt, «haben einen ganz besonderen Nährwert.»

Auf die Teller kommen nur saisonale Spezialitäten, Fleisch vom Hof, unter anderem vom Bauernhof des Hotelbesitzers Schären. «Das bedeutet, dass wir erst jetzt Spargeln und Erdbeeren servieren, lange nachdem andere Küchenchefs das aufgetischt haben. Also sorgen wir für eine andere Zubereitung, etwa mit Alpkräutern oder Holundersirup. Küchenchef Piotr Bedkowski ist erst seit einigen Wochen in der «Griesalp», jetzt schon zelebriert er mit grossem Können und Engagement

eine köstliche, punktierte «kreative Bergküche», ganz im Sinne seines Chefs. Der lässt seinem Küchenzauberer freie Hand, in der Überzeugung, der hole sich so schneller Punkte oder Sterne. Bedkowski geniesst seinen Freiraum: «Es macht Spass», sagt er. «Der Chef bringt etwa Grünes in die Küche und ich bereite dann davon eine Speise.» Er, der in früheren Jahren auch schon mal für die Queen Elizabeth gekocht hatte und von sich



«Der Griesalp-Gast ist einer, der in seinem Leben auf der Überholspur fährt.»

Marc Aeberhard
Hoteldirektor «Griesalp»

sagt, detailverliebt zu sein, freue sich, hier so viele Gäste begeistern zu können.

Der Gang durch die Durststrecke

Noch hat Marc Aeberhard sein Ziel nicht erreicht. Noch ist das Griesalp Hotelzentrum mit seinen Restaurants kein Resort für Luxusgäste, sondern ein normales Berghotel, das kleinere Seminare

und Suiten im «Grandhotel» nicht zu einem Preis zwischen 400 und 1000 Franken verkaufen. Und die Auslastung des Ganzjahresbetriebs liegt derzeit bei 35 bis 40 Prozent. Der kreative und motivierte Hotelier hat noch viele Ideen und Pläne, die er mit seinen zehn Mitarbeitenden, drei Hotels, zwei Restaurants und Spa Schritt um Schritt verwirklichen möchte. «Es ist mir bewusst, dass ich eine Durststrecke bewältigen muss, bis das klar gesetzte Profil umgesetzt ist», sagt Aeberhard. Verkaufen will er sein Griesalp Resort über Mailings, Social Media, Travel Agencies, Tour Operators und vor allem über Mund-zu-Mund-Propaganda. «Ich arbeite sehr gerne hier», sagt der Hotelmanager. «Das ist der einzige Luxus, den ich mir gönne.»

durchführt, Freizeitgäste beherbergt und Ausflügler bewirtet. Und noch kann er die Zimmer

Aus Accors «Ibis» werden 3 Budget-Brands

Accor stellt seine Economy-Marken um. «Ibis» wird zum Dach für alle drei. Grund ist eine Analyse des veränderten Verbraucherverhaltens: Die vertikale Segmentierung in Economy-Marken und Luxus-Marken sei Vergangenheit.

KARL JOSEF VERDING



Design und Individualität eines Budget-Brands: «Ibis Styles».

hinauszuwachsen und den Veränderungen der Verbraucher gerecht zu werden. Accor differenziert nun seinen Budget-«Superbrand» Ibis zu drei Marken unter diesem Dach: erstens «Ibis», ausgehend von den bisherigen rund 920 Häusern der Marke in 51 Ländern; zweitens «Ibis Budget», wozu die

rund 520 Etap Hotels und Formule-1-Hotels Accors in zehn Ländern umgewandelt werden; und drittens «Ibis Style», als Rebranding der rund 140 All Seasons Hotels Accors in 13 Ländern. Beim jetzigen Stand sind es rund 36 Prozent des Hotel-Portfolios von Accor. Die Umsetzung der neuen Segmentierung soll weltweit anfangs 2013 abgeschlossen sein. Für alle drei Marken läuft die Akquisition von Partnern neuer Hotelprojekte. Erstes Schweizer Haus der Marke «Ibis Styles» ist das im Januar 2012 nach Umbau eröffnete ehemalige NH Hotel in Luzern. Es ist mit drei Sternen klassifiziert statt der für «Ibis» üblichen zwei.

Den Wert des Wiedererkennens mit der Differenzierung verbinden

David Mylius, Verkaufsleiter von Accor Schweiz, definiert die drei Marken der neuen Ibis-Palet-

te so: «Die «Ibis Hotels» bieten einen umfassenden Wohlfühlkomfort zum Bestpreis. Die «Ibis Styles» verwöhnen den Gast im individuellen Designerhotel mit einem Alles-inbegriffen-Angebot. Die «Ibis Budget» richten sich an

alle Menschen, die im Hotel den modernen Basis-Komfort samt Internetzugang und Flachbildschirm-Fernseher zum Sparpreis wollen.»

«Alles inbegriffen» bedeutet im «Ibis Styles» Luzern: Übernachtung, Frühstücksbuffet, WLAN-Zugang im ganzen Hotel, Telefonate im Schweizer Festnetz, Extras für Kinder wie das Kinderfrühstück und das Kids-TV; Tee, Kaffee, Mineralwasser und Tageszeitungen in der Lobby.

Die Differenzierung unter dem Dach der «Megamarke Ibis», so Accors Schweizer Verkaufsdirektor, «strebt den höchstmöglichen Wiedererkennungswert bei gleichzeitiger Befriedigung der unterschiedlichen Zielgruppen an.

Wie erfolgreich eine solche Markenstrategie sein kann», sagt David Mylius, «zeigen im Getränkebereich beispielsweise die Marken Rivella oder Coca Cola.»

«Höchster Wiedererkennungswert für unterschiedliche Zielgruppen wird angestrebt.»

David Mylius
Verkaufsdirektor Accor Schweiz

Accor will mit Ibis-«Markenstärke» neue Partner akquirieren

In Zukunft, so Mylius, könnten Schweizer Hoteliers mit bestehenden Betrieben, Besitzer von geeigneten Gebäuden sowie Immobilienfonds und Hotelinvestoren

aller Art von der Markenstärke von Ibis, Ibis Styles und Ibis Budget mittels eines Franchise- oder Managementvertrags profitieren.

ANZEIGE

EuroTime

Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche!

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swift-ag.ch **SWIT**

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.

htr avec cahier français
hotelrevue
Die Schweizer Fachzeitschrift für Tourismus. Heute mit 238 Stellenanzeigen.



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 hauseigene 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.

cahier 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](#)

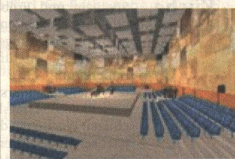
Was verdienen Sie?



(Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht. Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. [mehr](#)

Über 1000 Lohnempfängerinnen und Lohnempfänger haben bereits an der anonymen Lohnumfrage 2010 von fit (Frauen im Tourismus) und VSTM (Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht.

Salle Modulaire: Entscheid folgt Ende Jahr



die Planungsarbeiten aber gestärkt. Bis Ende Jahr soll über die Machbarkeit des Projekts entschieden werden. [mehr](#)

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

Deutscher Wein wird teurer



kleinste Ernte seit 25 Jahren einbringen. [mehr](#)

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

Piloten-Mangel: Traumberuf im Sinkflug

htr **hotel revue**

Fullservice Hotelwäschelösungen

Vertrieb Axel Baas - Tel: 091/794 20 22
wäschekrone.ch

Wäschekrone



Auf diese Degustations-Schiffchen stürzte sich das Publikum: Saibling in Bio-Bienenwachs gegart, zubereitet vom österreichischen 19 GM-Koch Heinz Reitbauer.

Bilder Swiss-Image

Fakten Diese Chefs zeigten in Zürich ihr Schaffen

Schweiz: Stefan Wiesner, 1 Michelin-Stern, 17 GM-Punkte.
Österreich: Heinz Reitbauer, 2 Michelin-Sterne, 19 GM-Punkte, 4 Hauben. Thomas Dorfer, 2 Michelin-Sterne (2010), 18 GM-Punkte, 3 Hauben.
Deutschland: Heiko Antoniewicz, 1 Michelin-Stern, Caterer des Jahres 2004. Johannes King, 2 Michelin-Sterne, 17 GM-Punkte.
Frankreich: Jean-Georges Klein, 3 Michelin-Sterne, 18 GM-Punkte.
Russland: Anatoly Komm, Alba White Truffle Award 2008 «Best Chef of the Year».
Spanien: Quique Dacosta, 2 Michelin-Sterne. Bester europäischer Koch 2005.
Italien: Davide Scabin, 2 Michelin-Sterne, 3 Gabeln. Gambero Rosso.

Stelldichein der Spitzenklasse

Über 1000 Besucher, neun Top-Köche, ein spannendes Round-Table-Gespräch: Das erste Fachsymposium «Chef-Sache Alps» ging in Zürich erfolgreich über die Bühne.

SABRINA GLANZMANN



Quique Dacosta: Aus Rompediera-Blättern macht er Tapas.



An rund 25 Stunden gab es diverse Gourmetprodukte zu entdecken. Im Bild: Heiko Antoniewicz (r.) im Gespräch mit Besuchern.

Alpenländer zu stärken. Wo stehen wir, wie gut sind wir heute, und wo wollen wir morgen sein – diese Reflexion hat hier, am Front-End des kreativen Marktes, stattgefunden.» Dazu gehörte auch das spannende Round-Table-Expertengespräch oder der «Marktplatz» mit rund 25 Ausstellern – aus Bereichen wie F&B oder Küchentechnik.

«Wir sehen uns alle an der «Chef-Sache Alps 2013» wieder» – mit diesen Worten schloss eine zufriedene Erica Woehle die erste Ausgabe.



Während der Live-Demos sass am Herd jeder Handgriff.

Wenn Sie voller Ideen für Ihren Arbeitsalltag und voll neuer Energie nach Hause gehen, haben wir unser Ziel erreicht.» Die Begrüßungsworte von Mitorganisatorin Erica Woehle vergangenes Sonntag zeigten, was das erste zweitägige Fachsymposium «Chef-Sache Alps» sein will: ein Entwicklungslabor für neue kulinarische Ideen, ein Ort des Austauschs, des Networkings und der Trendforschung von und für die Gastro-Elite der europäischen Alpenländer. Über 1000 Küchenchefs, Nachwuchstalente und auch ambitionierte Hobbyköche waren dem Ruf gefolgt – und wurden nicht enttäuscht.

Blutmaccarons und Klangschalen

Im Mittelpunkt der Eventhalle StageOne in Zürich-Oerlikon standen die Live-Kochshows von neun hochkarätigen Chefs aus sieben Nationen (siehe Box). Diese intimen Einblicke in ihr Schaffen, in Konzipierung und Zubereitung ihrer Gerichte ernteten beim Publikum anerkennenden Beifall – dann etwa, als der spanische 2-Sterne-Koch Quique Dacosta eine seiner



Neblige Trockeneis-Landschaft von Quique Dacosta.

berühmten «Teller-Landschaften» präsentierte: eine Kreation aus Erbsen-Schinkenmasse, Pinienkernsauce, Schweinefett-Pulver und Champignons, die mittels Trockeneis als neblige Waldlandschaft daherkommt. Beim Österreicher Thomas Dorfer (2 Michelin-Sterne, 18 GM-Punkte) waren es

vegetarische, alkoholfreie Getränke, etwa aus entsaftetem Kopfsalat und Minzöl, die für Furore sorgten. Die Stimmen der Fachleute in den Zuschauerreihen nennen solche Essenbegleiter als eines der wichtigsten Elemente der neuen Avantgardedeküche.

Der einzige Schweizer in der Runde, Stefan Wiesner (1 Stern,



Stefan Wiesner (l.) zeigt Moderator Waldemar Schön, wie Torferde essbar wird.

17 GM-Punkte), reiste mitsamt Steinen, Hölzern, Moos und Eisen an. Er demonstrierte, wie Torferde – mit Zucker, Schokolade und Whisky angereichert – geniessbar ist. Und wie Hilfsmittel wie Klangschalen das Geschmackserlebnis intensivieren sollen und damit eine «vierte Dimension» schaffen.

Solche Konzepte machten neugierig: Unter den über 1000 Besuchern tummelten sich zahlreiche Schweizer Top-Chefs. Marcus G. Linder vom Zürcher «Mesa», mit 2 Michelin-Sternen und 18 GM-Punkten selbst hoch dekoriert: «Der Event zeigt, wie wichtig es ist,

in diesem Beruf sich selbst zu bleiben. Die Demos sind alle sehr ungekünstelt, jeder weiss, was er tut und was er will.» Seppi Kalberer (17 GM-Punkte) vom «Schlüssel» in Mens nennt es «absolut faszinierend, so viele grossartige Köche live zu erleben». Auch Jan Leimbach (17 GM-Punkte) vom «Lenkerhof» findet es inspirierend zu sehen, was andere machen. «Wir wenden viele der Techniken selbst ja auch an, aber hier sieht man unmittelbar, was bei anderen dabei herauskommt.» Und das sind Dinge wie Blutmaccarons, Pasta-Sushi oder eine «falsche» rote Bete. Es sind neue Perspektiven für die Geschmackskombination, wie sie sich etwa beim «Flavour Pairing» des deutschen Sternekochs Heiko Antoniewicz ergeben.

Round Table und «Marktplatz» mit rund 25 Ausstellern

Wie haben die Veranstalter die erste «Chef-Sache Alps» erlebt? Thomas Ruhl, Initiator des deutschen Vorbilds «Chef-Sache», steht mit Reto Mathis von Mathis Food Affairs und der Marketing- und Kommunikationsagentur Woehle Pirola hinter der Alpen-Ausgabe. Er sieht wichtige Kernziele bestätigt. «Es geht darum, die gastronomische Region der

Lesen Sie in der nächsten htr hotel revue: Interview mit «Chef-Sache Alps»-Gastköch Davide Scabin aus Italien.



Johannes Kings (r.) Küche ist stark von Kräutern inspiriert.



Sie diskutierten die Zukunft der Ernährung (v.l.): Angelika Nestle, F&B-Director Restaurant Le Muh Zürich, die Spitzenköche Tanja Grandits und Norbert Niederkofler sowie Hiltl-Chef Rolf Hiltl.

Getränke

Jetzt kommt
«Hugo», der ideale
Sommerdrink

«Hugo»: So heisst der neue Trend-Drink, der zurzeit Städte wie München und Wien erobert und auch in der Schweiz schon einige Fans gewinnen konnte. Das Rezept ist simpel: Als ideale Basis dient der Schaumwein «White Secco» von Schlumberger. Diesen mit Eiskwürfeln in ein Longdrink-Glas geben. Danach je nach Präferenz 2cl Holunderblütensirup oder den Holunderblütenlikör «Bols Elderflower» dazugeben, mit frischen Minzblättern und zwei Limettenvierteln garnieren – fertig ist der Sommerdrink. Übrigens: Woher der Name «Hugo» stammt, ist und bleibt ein Rätsel.

«Martini»:
Erfrischendes
für heisse Tage

Prickelnd, erfrischend und leicht: Der «Martini Bianco Royale» ist die neue Sommerkreation aus dem Hause «Martini». Die Zubereitung des Trend-Drinks geht wie folgt: Ein Weinglas mit vielen Eiskwürfeln füllen, einen Limetten-schnitz mit zwei Fingern darüber auspressen und ihn anschliessend auch ins Glas geben. Dann «Martini Bianco» bis zur Hälfte des Glases geben und die restlichen 50 Prozent mit «Martini Brut» auffüllen. Zum Schluss gut umrühren und mit frischer Minze garnieren. Die Kombination aus Wermut und Brut lässt sich am besten als Aperitif geniessen. In

www.martini.com

Eine Gemeinde im Zeichen der Liebe

**Im luzernischen
Malters wurde der
erste «Liebesweg»
der Schweiz eröffnet.
Touristiker sind an
einer Zusammen-
arbeit mit dem «Vita-
parcours für die
Liebe» interessiert.**

LAURA NUSSBAUMER

Um Ihre Paarbeziehung soll's gehen! steht auf der ersten Tafel des Liebesweges, der direkt vor der Kirche St. Jost in Blatten bei Malters beginnt. «Wagen Sie es?», werden

einem vor? Die Gedanken und Erlebnisse können anschliessend auf einer Bank ausgetauscht werden. Die wunderbare Aussicht auf die Blattner Landschaft und die Geräusche der Natur schaffen dabei eine ruhige Atmosphäre. Tiefgründige Gespräche, gemeinsame Aktivitäten und spannende Momente: das erwartet die Paare auf dem 3,8 Kilometer langen Liebesweg. Er soll Paare dazu animieren, ihre Beziehung zu reflektieren und über Themen zu sprechen, welche im Alltag oft zu kurz kommen.

Wahrzeichen und Quelle der Partnerschaft

Alles begann mit der Renovation der Kirche St. Jost Blatten im Jahr 2010. Sie ist das Wahrzeichen der Gemeinde, ist als Hochzeitskirche bekannt und wird sogar als «Quelle der Partnerschaft» bezeichnet.



«Wir hätten nie
gedacht, dass der
Liebesweg ein
solches Echo
auslösen wird.»

Lisbeth Furrer-Bircher
Mitglied der Projektgruppe

Laien» wurde geschaffen, um Form und Inhalt des Projekts zu gestalten. Ein aktives Mitglied dieser Projektgruppe – und eine der kreativen Laien – ist die Bäu-

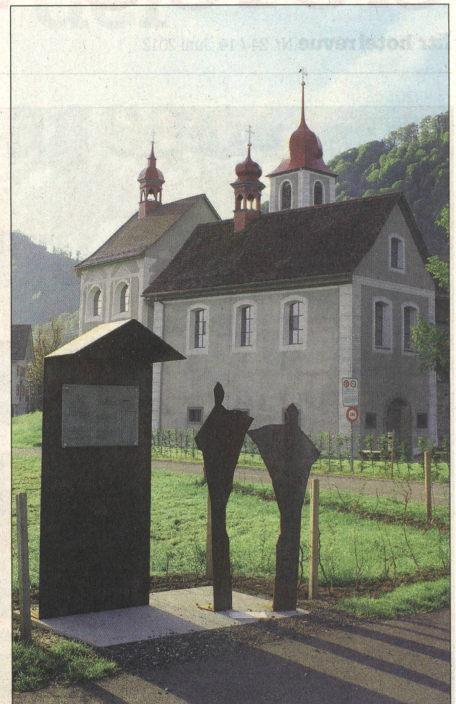


Die spezielle Bankform soll Paare zum Gespräch anregen.

rin Lisbeth Furrer-Bircher. «Uns geht es vor allem darum, dass die Paare über ihre Beziehung reden. Dabei soll Tiefgründiges, aber auch Humorvolles seinen Platz haben», erklärt die Blattnerin. Der Weg ist für jeden zugänglich und so ist es schwierig abzuschätzen, wie die Resonanz ist. Doch es gibt einen Beweis für zahlreiche Besucherpaare. Lisbeth Furrer-Bircher: «An einer Station am Fluss sind die Besucher zum Steinmannndli-Bauen eingeladen. Ich war sehr positiv überrascht und erfreut, als ich sah, wie viele Männchen hier bereits stehen.»

Die Vermarktung des Liebesweges nimmt langsam Formen an

In der Gemeinde Malters gibt es kaum noch jemand, der den Liebesweg nicht kennt. Doch wie sieht es ausserhalb der kleinen Ortschaft aus? «Wir hätten nie gedacht, dass der Liebesweg ein solches Echo auslöst», so Furrer-Bircher. «Wir hoffen, dass der Weg und die neu renovierte Kirche St. Jost eine echte Quelle der Partnerschaft werden.» In Zu-



Der Liebesweg beginnt an der St. Jost Kirche und führt 3,8 Kilometer durch die grüne Landschaft von Blatten.

Projekt Liebesweg So sehen die Zukunftspläne aus

Im Herbst 2012 wird die achtköpfige Projektgruppe nochmals zusammensitzen, um den Weg weiterzuentwickeln. Es sind bereits Ideen im Umlauf, wie beispielsweise die Veranstaltungen mit Künstlern an den einzelnen Posten. Bis dahin wird der Liebesweg bestehen, wie er ist, ausser an den letzten vier Stationen: Dort befinden sich sogenannte Witztafeln, die alle vier Monate ausgetauscht werden. Die Homepage wird zudem laufend aktualisiert.

www.st.jost.ch

ANZEIGE

Der Schweizer 
Snackspezialist
vereint Tradition und Innovation.

Schnell in der Zubereitung, köstlich im Geschmack.

Der Croque Monsieur, belegt mit feinem Käse und Trutenfleisch, ist weit bekannt und eine idealer Snack für zwischendurch.

Produziert von Romer's Hausbäckerei AG.
Produktdokumentation: Telefon 055 293 36 55
info@toastmaster.ch, www.toastmaster.ch

Toast·Master

swiss  snacks



Er ist auf Luzerns Strassen und Plätzen für die Gäste da: Josef Schumacher steht als «Friendly Host» mit Rat und Tat zur Seite. Und tut dies charmant und mit Überzeugung.

SABRINA GLANZMANN

Gelächter, Schulterklappen, Händeschütteln: Die Stimmung auf dem Mühleplatz in Luzern ist entspannt. Man könnte meinen, die Menschen der schweizerischen Gästegruppe kennen sich seit Ewigkeiten – wenn man es nicht besser wüsste. Denn der rotbemüzte Mann in der Mitte hat sich eben erst vorgestellt. «Hallo, ich bin Seppi Schumacher. Kann ich Ihnen weiterhelfen?», fragt er die Gruppe, als sie sich an der Infotafel zu orientieren versucht. Keine fünf Minuten später wissen die Ausflügler, wie sie auf



Bilder Alain D. Boillat

«Hier geht's zum Männliturm hinauf»: Josef Schumacher zeigt einer Gästegruppe auf dem Stadtplan, wie sie ihr Ziel erreicht.

Der Gästeflüsterer

direktem Weg zum Männliturm hinauf kommen. «Sie haben uns sehr weitergeholfen, vielen Dank!», klingt's beim Abschied.

Josef Schumacher ist ein «Friendly Host», ein «freundlicher Gastgeber», in Luzern. In dieser Funktion ist er seit rund einem Monat als «verlängerter Arm der Tourist Information», wie Schumacher es beschreibt, unterwegs. Pro Drei-Stunden-Schicht sind drei «Hosts» gleich-

zeitig in verschiedenen Teilen der Stadt präsent, um bei Problemen und Fragen für in- und ausländische Gäste da zu sein (siehe Box). Sie erklären etwa den Weg zu einem bestimmten Hotel oder zu Sehenswürdigkeiten, verteilen Broschüren in über zehn Sprachen, geben Auskünfte über Ab-

«Ich bedanke mich immer, dass die Gäste Luzern ausgewählt haben.»

Josef Schumacher
«Friendly Host», Luzern

fahrtszeiten von Schiffen und ÖV. Eine Aufgabe, die heute in Samen lebenden gebürtigen Luzerner sehr befriedigt. Der 63-Jährige ist pensioniert und kam als ehemaliger Berufsoffizier «viel in der Welt herum. Jetzt kann ich meine Kontaktfreudigkeit sinnvoll einsetzen und Leuten aus aller Welt beim Erkunden der schönsten Stadt der Schweiz



Ein Schatz mit Kutschenfahrerin Marie-Therese Eggermann (l.).

helfen». Das klingt ein wenig nach auswendig gelerntem Werbeslogan, ist für Josef Schumacher aber offensichtlich Herzensache – das wird jedem rasch klar, der ihn «in Aktion» sieht. Mit einem entzückenden Lächeln geht er auf die Menschen zu, wenn diese ihre Nasen tief in Stadtpläne stecken oder etwas hilflos herumstehen. «Ich biete meine Hilfe an. Möchte das jemand nicht, ist das selbstverständlich in Ordnung – immer wünsche ich aber einen tollen Aufenthalt und bedanke mich, dass die Leute Luzern ausgewählt

haben. Ich denke, das bleibt in den Köpfen.» Schumacher ist überzeugt: «Jeder Host muss Freude an dieser Arbeit haben, denn wir arbeiten alle ehrenamtlich als Volunteers. Da meldet sich keiner einfach so, sondern weil er von der Sache überzeugt ist.»

Überzeugt ist er auch, als ein asiatisches Paar am späteren Nachmittag nach dem Weg auf den Pilatus fragt. Wieder lächelt er, als er ihnen auf Englisch erklärt: «Sie bleiben noch länger hier? Dann überlegen Sie sich vielleicht, an einem anderen Tag schon morgens hinaufzugehen, zusammen mit der Sonne. Glauben Sie mir, das wird sich lohnen.» Josef Schumacher betont, dass die Hosts keine ausgebildeten Tourguides sind und keine Empfehlungen abgeben dürfen. Aber in solchen Fällen versteht er es als seine Aufgabe, den Gästen den bestmöglichen Service zu geben. Und was hält eigentlich seine Familie von seinem Engagement für seine Heimatstadt? «Die findet das toll. Denn sie weiss, wie ich ticke und wie gerne ich auf Leute zugehe» – sagt's und richtet sein Namensschild an seinem «Arbeitshemd» zurecht. Ein von ihm eigenhändig selbstgebasteltes, versteht sich.



Gestatten, Josef «Seppi» Schumacher.



Die «Friendly Hosts» sind auch mit iPad ausgestattet.



Mit amerikanischen Gästen auf der historischen Spreuerbrücke.

Projekt will Mehrwert schaffen

Hinter der Idee der «Friendly Hosts» steht die Projektgruppe «Luzern leuchtet». Sie besteht aus Vertretern von Luzern Tourismus, Luzern Hotels, Tourismus Forum Luzern, City Vereinigung Luzern, Stadt Luzern, Gastro Luzern, Wirtschaftsverband Stadt Luzern und des Instituts für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern (ITW).

Die Gruppe besteht seit 2007 und hat zum Ziel, Massnahmen zur Förderung der Gastfreundschaft umzusetzen. Dazu gehören Fragen, wie sich eine Destination heute als Premium Brand

positionieren kann, wie Bevölkerung und lokales Gewerbe integriert und wie den Gästen erkennbarer Mehrwert geboten werden kann.

Hier setzt auch das Projekt «Your Friendly Hosts» an. Per Inserat wurden «kommunikative, flexible und sprachgewandte Gastgeberinnen und Gastgeber» gesucht, die sich in Luzern ehrenamtlich für in- und ausländische Gäste engagieren. Es geht etwa darum, bei Fragen und Unsicherheiten weiterzuhelfen und «mit Herzblut vorzuleben, was gelebte Gastfreundschaft heisst», so «Luzern leuchtet».

Seit Mai sind nun 37 Personen (23 Frauen und 14 Männer) als «Hosts» tätig und beraten in zehn Sprachen. Geschult wurden die hauptsächlich (Früh-)Pensionierten und Familienfrauen zwischen 40 bis 78 Jahren von der Luzerner Tourist Information. Tourismusdirektor Marcel Perrens erste Bilanz: «Das Feedback von Gästen, «Hosts» und Bevölkerung ist überaus positiv. Wir sind sicher, mit dem Projekt auf dem richtigen Weg zu sein. Es beinhaltet Faktoren, die heute für ein gelungenes Ferienerlebnis und den touristischen Erfolg wichtig sind.» sag

Events

«Thun-Thunersee Tourismus» öffnet seine Türen

Vom 14.–16. Juni finden die «Thunersee Open Days» statt. Dabei öffnen touristische Partner von Thun-Thunersee Tourismus ihre Türen für 30 Seminar- und Eventverantwortliche aus der ganzen Schweiz. An zwei Tagen erhalten die Teilnehmer Einblick hinter die Kulissen von Hotels, Kongresszentren, Schiffen, Schlössern oder Museen rund um den Thunersee. Am Abend des 14. Juni findet unter anderem auf der frisch aufgebauten Seebühne des «Titanica» Musicals ein Apéro mit anschliessender Backstageführung statt.

Traubenblütenfest: Degustieren in den Rebbergen



Zvg

Vom 16.–17. Juni wird im Schaffhauser Blauburgunderland das Fest der Traubenblüte gefeiert. In neun Rebbaugebieten finden zahlreiche Attraktionen statt wie etwa Degustationen mit den Winzern oder Fahrten mit Pferdefuhrwerken. Die Besucher sind eingeladen, sich in den verschiedenen «Rebhüslis» kulinarisch mit den lokalen Spezialitäten verwöhnen zu lassen und den Tag zu geniessen.

www.blauburgunderland.ch

Neuer Kunstführer zum Werk von «Le Corbusier»

Im Auftrag des Bundesamtes für Kultur gibt die Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte GSK einen viersprachigen Kunstführer zum Werk von «Le Corbusier» heraus. Er befasst sich unter anderem mit Le Corbusiers Beziehung zur Schweiz, der «Maison blanche» in La Chaux-de-Fonds oder dem Wohnbau «Clarté» in Genf. Die Wohnanlage findet am 21. Juni in der «Maison blanche» statt.

«Botanica 2012»: Schweizer Gärten gewähren Einblick



Zvg

Die 6. Ausgabe der «Woche der Botanischen Gärten der Schweiz» steht vor der Tür: Anlässlich der «Botanica 2012» öffnen 23 Gärten vom 16.–24. Juni ihre Tore. Über hundert Veranstaltungen finden statt, meistens sogar gratis. So zum Beispiel Workshops, Konzerte, Führungen oder Brunchs. In

www.botanica-week.org

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

htr edito suisse

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Gery Nievergelt/gn

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

leitung dolce vita); Alexandre Caldarac/aca (Ressortleitung cahier français); Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczels/gsg; Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolff/wf (CD)
Korrektorat: Paul Le Grand
Volantärin: Laura Nussbaumer/lh
Online Redaktion: Natalie Alesch/hpa

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Danijela Bosnjak

Verlag

Leitung: Barbara König

Assistent: Alain Hännli

Stelleninserate: Angela di Renzo, Patricia Nobis

Geschäftszeiten: Emanuel Müller,

Michael Müller,

hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.

Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, verkaufte

Auflage: 9476; Gratsauflage: 811.

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.–

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42

Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch

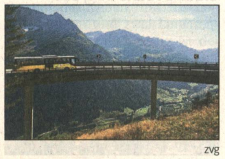
Internet: www.htr.ch

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

Tagung**10. Jahrestagung
der «Trendtage
Convenience»**

Am 4. und 5. September finden im Hotel Belvoir in Rüschlikon die «Trendtage Convenience 12» statt. Die Branchenplattform für Handel, Lebensmittel- und Zulieferindustrie konnte dieses Jahr u.a. folgende Experten als Sprecher gewinnen: Adjiedj Bakas, Trendwacher (NL), Andreas Berger, CEO «Valora Retail», und Eduard Hitzberger, Gründer von «Hitzberger».

www.euroforum.ch/convenience

Eröffnung**«ViaPostaAlpina»:
Neuer Kulturweg
über vier Pässe**

Im Alpinen Museum der Schweiz in Bern wurde der neue Kulturweg «ViaPostaAlpina» kürzlich der Öffentlichkeit vorgestellt. Die 163 Kilometer lange Route mit dem Postauto ist in sechs Tagesetappen aufgeteilt und führt über die vier Pässe Grimsel, Nufenen, Gotthard und Susten. Die Postautos verkehren noch bis Anfang Oktober auf der «ViaPostaAlpina».

www.kulturwege-schweiz.ch

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN**Wasseraufbereitung im
kleinen Format mit
Purity C von Brita**

Die Purity-Technik hat neue Massstäbe in der Wasseraufbereitung gesetzt. Für Anwender aus der Gastronomie, dem Catering und dem Vendingbereich, die mit Maschinen geringerer Kapazität arbeiten, heisst die Lösung Purity C. Hier steckt grosse Technik im kleinen Format. Filterkerzen wurden mit der Purity-Technik ausgestattet und sorgen damit für die bestmögliche Qualität des Wassers. Das Schnellwechselsystem ermöglicht die einfache Handhabung. Jede Filterkerze passt in einen der drei Filterköpfe, die entweder variable oder aber feststehende Verschnitteneinstellungen besitzen.

Für die Entkarbonisierung dient der Purity C Quell ST, den es in den Grössen C50, C150, C300 und C500 gibt. Die Entkarbonisierungsfiler vermindern den Anteil Kalk bildender Ionen im Leitungswasser. Natürlich haben die Brita-Wasserexperten auch das Thema Aktivkohlefiltration bedacht. Mit dem Purity C1000 AC stellt Brita Professional einen Filter mit allen Vorzügen der Purity-Handhabung als Aktivkohlefilter vor.

Brita Professional Schweiz feiert 25-jähriges Jubiläum: Ein Besuch an der ZAGG in Luzern vom 9. bis 12. September 2012 in der Halle 2 Stand 270 lohnt sich auf jeden Fall.

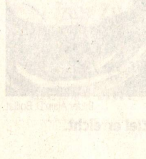
www.brita.ch



Zuverlässige Wasseraufbereitung im Kleinformat mit Purity C von Brita – jeweils im exakt passender Grösse.

**Götz'**

Torsten Götz
(43) ist Executive
Chef des Cuisines
im Victoria-Jung-
frau Grand-Hotel
& Spa in
Interlaken.



Wie oft hören wir in der Gastronomie, es sei immer schwieriger, gute Mitarbeiter und Lernende zu finden? Die Work-Life-Balance und die Leistungsbereitschaft seien heute total anders. Viel schneller zufrieden seien die jungen Mitarbeiter heutzutage. «Wie sich doch die Zeiten geändert haben», ist oft zu hören.

Diese Aussage mag ja irgendwie ihre Berechtigung haben, denn es hat tatsächlich ein Wandel stattgefunden, welcher viele Veränderungen und Neuerungen mit sich gebracht hat. Wir befinden uns ja permanent im Umbruch. Gab es noch vor wenigen Jahren ein Business-Lunch-Geschäft, bei dem die Gäste noch Zeit zum Essen mitgebracht haben, so muss es heute sehr viel schneller gehen oder noch besser gleich in Take-Away-Form.

Heute beantworten wir Gästeanfragen dank den modernen Kommunikationsmitteln im Schnitt innerhalb von 24 Stunden. Gesetzliche Anforderungen und Auflagen an Hygiene, Organisation und Ausbildung sind massiv gestiegen. Insbesondere hat sich aber das Konsumverhalten in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Und viele internationale Einflüsse haben in unserer Unternehmenskultur und in der Welt der Kulinarik Einzug gehalten.

Und da wundern wir uns, dass sich die «Jungen» geändert haben? Sie gehen mit der Zeit und fühlen den Puls der immer schneller werdenden Gesellschaft. Dass es junge Berufsleute gibt, die gewillt sind, professionell an ihrer Karriere zu arbeiten, dürfte ich vor kurzem hautnah miterleben. Ich wurde für einen Anlass des grössten Schweizer Milch- und Käseherstellers zusammen mit der Schweizer Juniorennationalmannschaft der Köche gebucht. Der Event in Oerlikon war als Live-Kochshow



gedacht, und die Gäste durften aktiv mitkochen. Mein Part war die Anstandsleistung sowie die Menu- und Rezepterstellung. Bis zur Show führte ich lediglich ein Telefonat und schrieb zwei bis drei Info-Mails an Daniel Schmidlin, den Coach der Juniorennationalmannschaft – mehr nicht. Wir trafen uns in der für alle fremden Location am Vormittag zum ersten Mal zu einem Briefing. Die Einteilung und Details wie Garnituren, Umsetzung oder Showteil wurden miteinander durchgesprochen.

Was dann folgte, war mehr als eindrucklich. Diese fünf «jungen Wilden» setzten mit einem professionellen, innovativen, kreativen und hochmotivierten

**Mit
scharfem
Biss ans
Werk gehen
– das tun junge
Berufsleute heute.**

Einsatz meine Menu-Ideen um. Und sie waren der eigentliche Garant dafür, dass die Gäste nicht nur live zuschauen und mitkochen konnten, sondern dass die Komponenten umgesetzt wurden, als ob wir das Menu schon in mehreren Probelaufen miteinander durchgekocht hätten. Da entstanden etwa Chips aus Basmatireis, Spiralen aus Ricola-Bonbons oder indische Tomaten-Marmelade, als sei es für das Selbstverständliche der Welt.

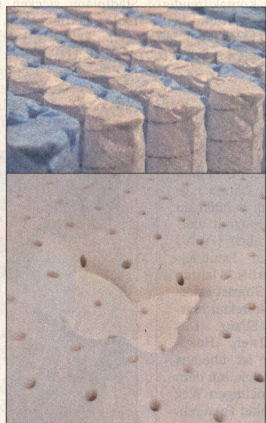
Wen kümmerte es also, dass jede Speise von den Jungköchen sofort nach dem Servieren via iPhone auf Facebook gepostet wurde – das entspricht dem Nerv der Zeit. Oder dass im Finishing vor den Gästen das Fleisch beim Arosieren nicht in traditionellem Jargon Röstaromen entwickelte, sondern laut Koch einfach «geil» schmeckte – who cares? Das Ganze kam bei den Gästen sehr positiv an, weil es live war, hochprofessionell, spontan, ehrlich, herzlich und authentisch. Und das ist unsere heutige Generation!

Klar sprechen wir bei der Schweizer Juniorennationalmannschaft von bereits ziemlich erfolgreichen kulinarischen Spitzensportlern. Doch weitere solche Talente gibt es mit Sicherheit noch viele, und die möchten gefördert und gefördert werden.

Ich kann mich bei den «jungen Wilden» nur von Herzen bedanken, es war ein – um in ihrer Sprache zu bleiben – «geiler» Anlass. Diesem motivierten Team drücke ich schon heute ganz fest die Daumen und wünsche den grösstmöglichen Erfolg für die Olympiade in Erfurt im Oktober 2012. Geht so frech und frisch an die Sache ran und lasst es – auf Neudeutsch – «rocken»!

**Luxuriöses Schlafen
im Hotel auf der
Innovation von Roviva**

Das absolut Wichtigste im Hotel ist und bleibt das Schlafen. Egal ob Business-Trip, Wellness-Aufenthalt oder Familienurlaub: Gäste möchten am Morgen ausgeschlafen und entspannt in den Tag starten. Damit das Möglich wird, hat roviva die neue Matratze «roviva evos» mit dem unvergleichlichen Schlafgefühl der Schwerelosigkeit entwickelt. Bei der ersten Berührung spürt



Innovation für einen erholsamen Schlaf:
Oben die wabenförmig versetzten Taschenfederkerne, unten die extrasofte Auflage mit Memory-Effekt.

man die interaktive Wirkung der neuen Taschenfederkern-Matratze. Die Innovation «Hoch-Tief» garantiert einen extra sanften Erstkontakt, die wabenförmig versetzte Anordnung der Taschenfedern maximiert die Federung und stützt progressiv. Die extrasofte Auflage aus druckentlastendem, perforiertem Feedingpur mit Memory-Effekt verleiht ein schwebendes Liegegefühl. Die edlen Naturpolster-Auflagen

aus Merino-Schurwolle, Tussah-Seide und Babykamelhaar garantieren ein gesundes Schlafklima. Die weitere Innovation «rovi SilverSkin» bietet natürlichen Schutz vor Milben, Bakterien und Mikrospizzen – ein Schutz, der im Hotel unverzichtbar ist. Als idealen Unterbau für diese Premium-Matratze empfiehlt roviva die passenden Boxspring-Betten aus der roviva ambiance Kollektion.

www.roviva.ch

**Neue IT-Infrastruktur
für mehr Service und
mehr Effizienz**

Die Luxushotels Villa Principe Leopoldo, Villa Sassa, Esplanade und Kurhaus Cademario an Luganersee und Lago Maggiore haben sich für eine neue IT-Infrastruktur entschieden. Die exklusiven Häuser bieten ihren Gästen eine exquisite Atmosphäre, erstklassigen Service und herausragende Gourmetküche. Damit die Prozesse im Hintergrund das Management noch besser unterstützen, führen die Hotels ab Herbst 2012 die Lösung H45 – Hotel 4 SAP Business One – der MTF Business Solutions (MTBFS) ein. Sie garantiert die vollständige Integration aller Prozesse vom Finanzwesen über die Warenwirtschaft bis zum Human-Resource-Management. Integriert sind auch alle hotelspezifischen Prozesse wie Rezeption, Buchungen und Verkäufe, Restaurant und SPA-Bereich. In den Restaurants kommt die Kassenlösung von TCPOS zum Einsatz.

«Wir haben eine vollständig integrierte Lösung gesucht, um eine zentrale Infrastruktur für alle Hotels unserer Gruppe aufzubauen», sagt Gigi Pozzi, CFO der Hotelgruppe. «Damit wollen wir die bislang separaten Welten von Hotel, Buchhaltung, Kassen und weiterer Bereiche zusammenführen und die Prozesse vereinfachen. Wir versprechen uns davon, die Effizienz unseres Hotel-Managements wesentlich zu steigern», fügt er hinzu.

www.tcpos.com

**Mitglied im weltweiten
Netzwerk von Western
Union sein lohnt sich**

Western Union als Branchenfürer bietet einen schnellen und sicheren Geldtransfer von Person zu Person in mehr als 200 Ländern. Das Geschäftsmodell basiert auf einem globalen Netzwerk von Vertriebspartnern, die eine Provision für die Abwicklung jeder Transaktion erhalten. Durch die Zusammenarbeit mit Western Union können die Partnerunternehmen ihren Gästen einen zusätzlichen monetären Service bieten und haben direkten Zugang zu einem schnell wachsenden Marktsegment.

Die Mehrwerte für Vertriebspartner von Western Union sind das einfache Geschäftsmodell mit Ertragsbeteiligung;

**WESTERN
UNION**
moving money for better

der direkte Zugang zum schnell wachsenden globalen Markt für internationalen Geldtransfer; die weltweite und landesspezifische Marketingkommunikation (z.B. Bekanntmachung der Partnerschaft, Teilnahme an Kundenbindungsprogrammen). Auch die Gäste profitieren vom Mehrwert: Geldbeträge sind in wenigen Minuten verfügbar (abhängig von Öffnungszeiten und unterschiedlichen Zeitzonen); die modernsten Systeme sind zuverlässig und das weltweite Partnernetzwerk stabil; Weder Sender noch Empfänger müssen über ein Bankkonto verfügen. Ein Western Union-Standard ist immer der Nähe: das Netzwerk umfasst 463 000 Niederlassungen in 200 Ländern und Territorien (Stand: April 2012). Ausserdem sind die Bezugszeiten für Bargeld an der Rezeption flexibel, manchmal sogar rund um die Uhr möglich.

www.westernunion.ch

www.hunkeler-gastro.ch

Indische Inspiration im Tessin

Er bringt die indische Küche in die Südschweiz: Spitzenkoch Jagpreet Singh Alang ist neu Küchenchef im «Giardino Lounge e Ristorante» Ascona.

FRANZISKA EGLI

Jagpreet Singh Alang, seit 1. Mai ist das Giardino Lounge e Ristorante in Ascona Ihr Arbeitsplatz. Warum Ascona? Gute Frage. Es war nicht mein Ziel, nach Europa zu kommen. Ich war im «Shangri-La China World» in Peking tätig und offen für Neues. Philippe Frutiger, CEO der Giardino Hotel Group, schwebte für das Giardino Lounge e Ristorante eine indische Küche vor. Für mich ist es eine grosse Herausforderung, hier im Tessin den Menschen die indische Küche näherzubringen. Das ist anders als in Basel oder Zürich, wo indisches Essen bereits verankert ist.

Wie kommt Ihre Küche im Tessin an?
Überraschend gut, ich bin selber erstaunt. Und das auch bei der lokalen Bevölkerung. Bereits jetzt, in der Vorsaison, müssen die Gäste reservieren.

Sie bieten eine Crossover-Küche und schonend zubereitete Gerichte ...
Ja, wir versuchen, eine gute Mischung hinzubekommen.

Zur Person Die indische Küche von der Pike auf gelernt

Der 29-jährige Jagpreet Singh Alang hat seinen Bachelor in Hotelmanagement im renommierten Dr. Ambedkar Institute of Hotelmanagement im indischen Chandigarh gemacht. Er arbeitete in Luxushotels wie «The Grand» oder dem legendären «Shangri-La» in New Delhi sowie dem «Shangri-La China World» in Peking. Seit Mai wohnt er mit seiner Frau in Ascona. fee

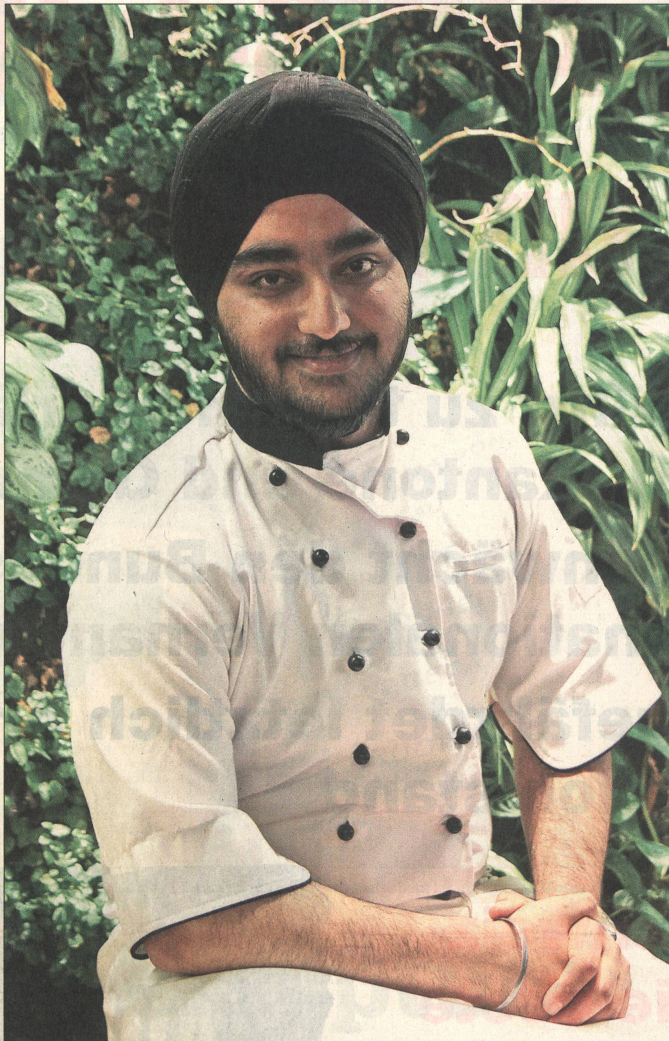
Zum einen servieren wir traditionelle indische Gerichte wie Tandoori Chicken oder Chicken Tikka Masala. Zum anderen gibt's auch grillierten indischen Käse mit Jakobsmuscheln oder Fischcarpaccio mit «Indian Spices». Wir sind aber noch am Ausprobieren. Je nachdem, was ankommt und was nicht, überarbeiten wir das Angebot und passen es an.

Wie geht dies mit dem eher auf europäische Küche ausgerichteten Team?
Es sind sehr junge Leute, die offen sind für Neues. Aber es ist für das Team eine grosse Umstellung. Die indische Küche mit all ihren Gewürzmischungen unterscheidet sich stark von der europäischen Küche. Nur schon die Zubereitung der Mischungen ist eine grosse Herausforderung.

Man spricht oft vom «Geheimnis der indischen Küche». Was verstehen Sie darunter?
Es ist die Basis der indischen Küche. Dabei geht es nicht allein um die Auswahl der Gewürze, sondern darum, sie sorgfältig aufeinander abzustimmen und sie beim Kochen so zu behandeln, dass ihr Aroma zur Entfaltung kommt. Es ist das Schwierigste beim Erlernen der indischen Küche.

Sie waren in New Delhi und in Peking tätig. Wie unterscheidet sich die gehobene Küche in Asien von derjenigen in Europa?
Die Qualität ist beiderorts sehr hoch. Aber in Asien ist das Angebot internationaler. In den grossen Hotels gibt es ein mexikanisches Restaurant, wie es auch ein indisches, italienisches, französisches oder japanisches gibt. In Europa ist das anders. Da orientiert man sich viel mehr an der lokalen Küche. Ich bin aber überzeugt, dass sich das noch ändert: Je mehr Asiaten hierherkommen, umso mehr wird asiatisches Essen Einzug halten.

Wie ist das bei Ihnen?
Ich bin eine Ausnahme: Ich liebe die italienische Küche. Wenn ich die Wahl habe, wähle ich immer das italienische Gericht. Auch deswegen bin ich zur Zeit am richtigen Ort.



Jagpreet Singh Alang ist neuer Küchenchef im «Giardino Lounge e Ristorante» in Ascona.



Das Rezept Tandoori Chicken Tikka

Tandoori Chicken Tikka ist ein traditionelles indisches Gericht, von dem es unzählige Zubereitungsarten gibt. Hier die Version von Jagpreet Singh Alang.

Für vier Personen:
400 g mundgerechte Poulet-Stücke ohne Knochen
1 TL Paprika, gemahlen
1 EL Zitronensaft
Salz
2 EL Butter
frischer Koriander

Für die Marinade:
1/2 Tasse Joghurt, dickflüssig
2 TL Ingwerpaste
2 TL Knoblauchpaste
1/2 TL rotes Chili-Pulver
1/2 TL Garam-Masala-Pulver
Salz
2 TL Senföl

Die Poulet-Stücke mit etwas Salz, dem Zitronensaft und Paprikapulver marinieren und für 30 Minuten stehen lassen.

Für die zweite Marinade Joghurt, Salz, Ingwer- und Knoblauch-Paste, Paprika, Garam Masala* und Senföl vermischen. Dann Poulet-Stücke mit der zweiten Mischung marinieren, so dass das Fleisch gut bedeckt ist. Das Marinierte für mindestens zwei Stunden stehen lassen und anschliessend in einem Tandoori-Ofen oder dem vorgeheizten Ofen bei 220°C für 8–10 Minuten garen. Dann Zitronensaft und frischen Koriander zugeben.

Mit Minz-Chutney und Naan servieren.

*Garam Masala ist eine Mischung aus gemahlenem schwarzem und grünem Kardamom, Sternanis, Zimt, Muskatblüte, Koriander und Kreuzkümmelsamen, Muskatnuss und Gewürznelken.

News

Lebensmittelhilfe «Tischlein deck dich» wächst

«Tischlein deck dich» ist eine Organisation, die nicht mehr verkäufliche Lebensmittel an Bedürftige verteilt. In den ersten fünf Monaten dieses Jahres hat sie bereits tausend Tonnen verteilt – ein Rekord. Immer mehr Lebensmittel-firmen spenden ihre nicht mehr verkäuflichen einwandfreien Waren, so Alex Stähli, Geschäftsführer des Vereins. Wöchentlich werden an 90 Abgabestellen in der Schweiz ca. 12 500 Menschen versorgt.

www.tischlein.ch

Emmentaler Schaukäserei AG schreibt rote Zahlen



ZVG

Im Jahr 2011 blieb der Emmentaler Schaukäserei AG nach Abschreibungen und Rückstellungen ein Verlust von Fr. 94 000.–. Die Rentabilität stieg dabei jedoch seit drei Jahren um durchschnittlich 8 Prozent. Im Besucherbereich bekam die Schaukäserei das zurückhaltendere Einkaufsverhalten der Gäste zu spüren. Auch ein negativer Punkt war das Ausbleiben der Gäste aus Deutschland. Durch den starken Franken wird sich diese Situation nicht so rasch ändern. Deswegen wird aktuell der Markt China intensiv beworben.

«alpinavera» geht Vertrag mit «graubünden» ein

Der Verein «alpinavera» ging einen Vertrag mit der Marke «graubünden» im Lebensmittelbereich ein und verwaltet nun das Gütezeichen «ein Stück graubünden». In Zukunft werden sämtliche alpinavera-zertifizierten Produkte aus Graubünden mit dem Label ausgezeichnet. Durch den Vertrag mit der Marke «graubünden» darf «alpinavera» das Label mit den Steinböcken an seine Partner im Kanton weitergeben, was vorher nur gegen eine Lizenzgebühr möglich war. Als Lizenznehmer wird «alpinavera» die Gebühren pauschal entrichten. Das Ziel des Vereins ist es, möglichst viele zertifizierte Produkte mit dem Label «ein Stück graubünden» auszuzeichnen. «alpinavera» ist die Vermarktungsplattform von Alp-, Berg- und Regionalprodukten sowie von Graubünden Ferien. In

ANZEIGE

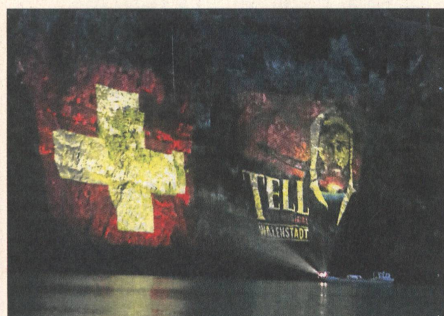
Ruepp & Partner ?!



Es ist beruhigend zu wissen, dass die Buchhaltung in guten Händen ist. Wir können uns auf das Tagesgeschäft konzentrieren.

Hans Berchtold
Berchtold Catering AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch



Gerry Hofstetters Installation erleuchtet die Churfürsten.

Lichtspektakel für Tell

Gerry Hofstetters neuester Streich: Zum Auftakt der Proben von «Tell – Das Musical» beleuchtete der Lichtkünstler einen Teil der Churfürsten und sorgte für eine Überraschung.

Es war der Startschuss für die Proben der Weltpremiere «Tell – Das Musical»: Der Lichtkünstler Gerry Hofstetter illuminierte von einem Transport-Nauen auf dem Walensee aus einen Teil der Churfürsten-Georgskette. Die Sujets seiner Projektionen zeigten Symbole der Tell-Geschichte und Porträts der Hauptdarsteller von «Tell – Das Musical». Zum Abschluss überraschte Hofstetter mit der Abbildung des Originals des Schweizer Bundes-

briefes. Dazu erhielt er exklusiv eine Bewilligung des Bundesbriefmuseums Schwyz.

Der Lichtkünstler ist bekannt für seine extravaganten Lichtspektakel. Unter anderem beleuchtete er im Januar zum 100-jährigen Jubiläum der Jungfraubahnen die Jungfrau mit Schweizerkreuzen und Sternzeichen.

«Tell – Das Musical» wird vom 18. Juli bis 25. August 2012 auf der Walensee-Bühne in Walenstadt aufgeführt. In

Die AUNS-Initiative ist unnötig!

- Sie führt zu teuren Leerläufen für Bund, Kantone und Gemeinden.
- Sie schwächt den Bundesrat bei internationalen Verhandlungen.
- Sie gefährdet letztlich Arbeitsplätze und Wohlstand.

**Die Schweiz
hat die beste
Demokratie
der Welt.**

**Über bedeutende
Staatsverträge
können wir
heute schon
abstimmen.**



NEIN

**zur Staatsvertrags-
Initiative**

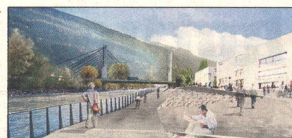
www.auns-initiative-nein.ch

Komitee «NEIN zur schädlichen AUNS-Initiative», Postfach 5835, CH-3001 Bern



cahier français

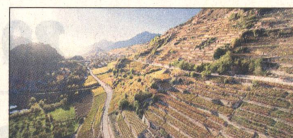
htr hotelrevue No 24 / 14 juin 2012



Urbanisme

Un projet d'aménagement redessine les contours de la ville de Sion.

page 21



Viticulture

L'ancien international suisse Christophe Bonvin parle de football et de vin.

page 23



Des étudiants de l'Ecole suisse de tourisme voudraient vendre ce type d'offre aux prestataires touristiques. Ici, une maquette pour les aveugles au Musée d'art du Valais.

A l'école de la rupture

L'Ecole suisse de tourisme de Sierre propose à ses étudiants d'élaborer des innovations pour la branche. Un enseignement basé sur la créativité et les partenariats.

ALEXANDRE CALDARA

Les étudiants de l'Ecole suisse de tourisme, à Sierre, en classe d'innovation permettent par leur réflexions de «questionner le client du domaine touristique en insistant sur l'impact social de leur projet», se réjouit le professeur de la section francophone Alain Pillet. Il fait ce constat au regard du projet primé par le jury de

professionnel et celui primé par le public dernièrement, à Sierre. Le premier baptisé «Let's Move», explore la viabilité d'une entreprise réalisant des produits pour les personnes en situation de handicap «mais vendues aux prestataires touristiques directs», cela peut concerner une destination toute entière ou simplement quelques acteurs touristiques», précisent les étudiants.

Une auberge où l'effort paie

Au chapitre de la rupture, une des notions clés du cours, les étudiants écrivent:

«Nous pensons pouvoir changer progressivement les mentalités et proposer un tourisme intégrant

tous les êtres humains.» Le second projet baptisé «Auberge participative» propose aux hôtes de s'intégrer sous de nombreuses formes à la vie de l'établissement avec cette

phrase en guise de slogan: «En laissant les gens ordinaires partager leur savoir-faire, leur savoir-être, nous leur permettons de réduire leurs notes.» Et l'exemple concret ne manque pas de fantaisie: «A l'aide de vélos d'intérieur, il sera par exemple possible de fournir de l'énergie pour l'auberge.» Les étudiants pensent que cette offre peut faire rayonner une ville,

particulièrement si l'offre de logements sur place est faible. Alain Pillet souligne que ce projet a pu

naître grâce à des remises en question, une crise constante, des tensions qui finalement se sont transformées en bonne gestion d'équipe.

Cette année le professeur, par ailleurs directeur d'Axiome, une

société de conseil en ressources humaines a travaillé le «Business Model Generation» qui oblige les étudiants par la créativité à rechercher quelles ressources pourront être développées avec des partenaires d'autres filières de



«Les étudiants questionnent le client du domaine touristique.»

Alain Pillet
Professeur à l'EHL

L'EHL et la Route de la soie

Un partenariat avec l'Organisation mondiale du tourisme, a permis à 170 étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) de plancher sur le tourisme durable au long de l'ancien tracé de la Route de la soie, dans le cadre de leur travail de dernière année de Bachelor.

Présentés la semaine dernière devant les représentants des 10 pays concernés, les résultats furent mitigés. Bien peu des groupes ayant su intégrer une dimension de «durabilité» à leur projet de développement même si on

peut bien comprendre que cette notion soit différemment perçue selon que l'on soit en Chine ou en Grèce, admettait Alla Peressolova, responsable du programme Route de la soie pour l'OMT.

Seuls les projets intégrant le mieux cette donnée qui furent primés à l'issue de la présentation en plénum, après que chaque pays eut auditionné les deux ou trois projets le concernant.

Trois projets furent ainsi «primés»: une stratégie de revitalisation du tourisme culturel en Azerbaïdjan; un second dévelop-

pant l'idée d'un tourisme participatif, d'un tourisme d'échanges tant au bénéfice des voyageurs que de la population du Kraï de l'Altaï, une région autonome de la Fédération de Russie coincée entre le Kazakhstan, la Mongolie et la taïga sibérienne; enfin, un projet de reconstruction d'une «chaîne» de caravansérails le long du tracé iranien de l'ancienne piste. On pourra retrouver la synthèse des projets dans quelques semaines sur le site. jje

www.unwto.org

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch

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

htr **hotelrevue**

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**



Meilleure qualité sur toutes les facettes:

L'assortiment pour cuisines professionnelles.

www.huegelifoodservice.ch

En bref

France
Campagne
estivale
en Savoie

«S'y voir déjà...», tel est le concept de communication sur lequel la destination française Savoie Mont-Blanc Tourisme articule sa campagne estivale. «Notre intention est d'enrichir le discours de la marque destination en racontant des histoires», précise dans un communiqué Claudia Blanc-Eberhart, directrice de la communication. Deux thèmes fondamentaux dans l'image de la destination alternent dans la campagne: la baignade dans de grands lacs très agréables comme le Léman, Annecy, le lac du Bourget et d'Aiguebelette, et la montagne (Beaufortain, Vanoise, Arvise).

Passagers chouchoutés

D'ici 2016, les passagers du MOB ne devront plus changer de train entre Montreux et Interlaken grâce à un système de bogies variables.

MIROSLAW HALABA

Cette réalisation sera un excellent atout pour nos régions et pour le tourisme suisse», a déclaré vendredi Walter von Siebenthal à la Lenk. S'adressant aux ac-

tionnaires de la Compagnie du chemin de fer Montreux Oberland bernois SA (MOB), réunis pour leur assemblée générale et pour le 100e anniversaire de la ligne Zweisimmen-La Lenk, le président du conseil d'administration ne pouvait manquer de faire allusion au projet phare du MOB, le TransGoldenPass.

Grâce à un système de bogies variables - «simple et bon marché», comme le souligne le directeur du MOB, Georges Oberson -, les voitures qui circuleront de Montreux à Interlaken pourront passer de l'écartement métrique à l'écartement standard. Dès décembre 2016, les passagers pourront ainsi s'épargner le changement de train de Zweisimmen.

Cette innovation est attendue, car elle dynamisera cette ligne mythique qui relie la Riviera vaudoise à Lucerne. «Pour l'instant, nous perdons toute cette clientèle qui, arrivée à Interlaken, veut rejoindre Genève. Peu encline à faire un transbordement, elle prend le bus ou retourne sur Zurich», explique Georges Oberson.

Un nouveau système qui fonctionne «trop» bien

Le projet TransGoldenPass va bon train, même si en 2010 sa réalisation était fixée à 2015. Depuis plus d'une année, une voiture est équipée du nouveau système et passe sans problème la rampe de changement de Zweisimmen.

«Je suis déçu en bien. J'aimerais bien qu'il y ait des pannes, mais nous n'en n'avons pas pour l'instant», note, malicieusement, le directeur du MOB. Walter von Siebenthal s'est plu à relever aussi la bonne collaboration qui règne entre les différents partenaires du projet que ce sont notamment le BLS et l'Office fédéral des transports.

Un projet étudiants-entreprises de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) a, par ailleurs, mis la compagnie sur quelques pistes pour valoriser le futur produit. A noter encore qu'une vingtaine de voitures panoramiques et classiques seront équipées des nouveaux bogies.

Ces nouvelles perspectives constituent un bon moteur pour faire face au quotidien. Entreprise à forte vocation touristique - 45% des passagers sont des touristes -, le MOB est aux aléas conjoncturels et à la force du franc suisse qui malmènent la branche.

«Le clientèle allemande, qui est très importante pour nous, est en recul de 50%», déclare Georges Oberson. La clientèle helvétique étant toutefois au rendez-vous, les perspectives ne sont pas trop mauvaises.

«Le niveau de réservation est bon, voire très bon, et nos résultats actuels sont inférieurs de 2% à ce qu'ils étaient il y a un an à la même date. Et ceci malgré un hiver extrêmement difficile et des mois d'avril et de mai pourris.»



«Nous travaillons désormais davantage avec les autocaristes et les hôteliers.»

Georges Oberson
Directeur du MOB

Résultat prévu équivalent à 2011

La compagnie table sur un résultat global à tout le moins égal à celui de 2011, considéré comme «bon». Le marketing de l'an-

née en cours s'adresse en priorité à la clientèle indigène.

«Nous sommes beaucoup plus actifs sur le marché de la promotion qu'auparavant. Nous travaillons également davantage avec les autocaristes et les hôteliers», souligne encore Georges Oberson.

PUBLI-REPORTAGE

Les mets au grill font chauffer le chiffre d'affaires

LES PRODUITS EXCLUSIFS

DE VEGA ET HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER POUR L'ÉTÉ 2012

NOUVEAU: COUVERT À STEAK „ASADO“

Le nouveau couvert à steak „Asado“ est un compagnon idéal et exclusif pour les mets au grill. Il se présente sous le label de la marque „Creations by VEGA“. Ce couvert novateur et design tient parfaitement en main grâce à ses poignées de formes ergonomiques et aux matériaux résistants dont il est fait. La lame dentelée du couteau, particulièrement coupante, garantit une aisance de coupe pour chaque viande. Idéalement adapté, les couverts à garnitures sont disponibles en deux tailles différentes. Ceux-ci se prêtent tout particulièrement, de par leurs formes fonctionnelles à l'appât des pommes de terre en papillotes ou de sauces. VEGA offre une garantie de rachat de dix ans sur ses services à steak inoxydables et lavables en machine. Ceux-ci sont en alliage poli et brillant de chrome, de nickel et d'acier noble.

VEGA

Immer eine Idee mehr

DES POÊLES BRÛLANTES!

Les poêles à servir et les sous-plats en bois de VEGA se prêtent de manière idéale une présentation toute particulière et néanmoins traditionnelle de présenter les mets grillés et steaks. Toutes les poêles à servir sont en fonte de haute qualité, et sont disponibles en exclusivité chez VEGA uniquement.

En harmonie avec les poêles „Creation by VEGA“, on découvrira aussi les sous-plats décoratifs en bois massif, ceci dans des goûts traditionnels, mais aussi dans un design moderne et élané. Des poignées incurvées permettent un service à table plus aisé. Grâce à leurs contours fraisés, les poêles VEGA ne risquent pas de glisser.



VEGA inaugure avec style la table bien mise en vue de la saison des grillades 2012: avec le plat à servir „Ankara“, le service à grillade „Asado“, les mini-plats de porcelaine pour les finger food, de mini-cocottes en grès à mettre au four pour cuire et gratiner et des verres pour des arrangements de table créatifs. Enfin, le moulin à chili, particulièrement stylisé, soulignera d'une note épicée de ce bel ensemble.

VEGA – „TOUJOURS UNE IDÉE DE PLUS“: Un éclairage empreint d'une belle atmosphère

Les chaudes soirées d'été sont garantes d'un bon chiffre d'affaires, ceci à condition que le cadre soit à la hauteur. Au moyen de quelques éléments, les restaurateurs gastronomes sont capables de transformer leur terrasse ou jardin à bière en un songe romantique d'une nuit d'été et ceci avec une pointe de charme irrésistible. Des flambeaux, des corbeilles de feu et des vasques enflammées ou encore des verres à bougies protègent du vent, tels sont quelques exemples d'un éclairage réussi. Des atmosphères pleines d'ambiance attirent de nouveaux hôtes et fidélisent les habitués.



La combinaison du linge de table „Castello“, couleur Bordeaux, avec les coussins de chaise KLIO et la couverture en molleton „Arktis“, en gris: voici l'illustration de l'élégance que peut représenter le mariage réussi du linge de table et des accessoires.

LE LINGE DE JARDIN ADAPTÉ POUR LA SAISON DU PLEIN AIR ET DES GRILLADES EST DISPONIBLE CHEZ HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER.

„Castello“ est disponible en 11 couleurs différentes. Ce linge de table damassé, d'excellente qualité, résistant à l'humidité et aux salissures, se présente dans des motifs floraux élégants. La caractéristique première de ce tissu est garantie d'une qualité particulièrement élevée. Sur le dessus, ce linge de table se trouve doté d'une surface anti-taches et, sous le dessous, d'une couche d'acrylique: ainsi „Castello“ est parfaitement équipé pour les exigences particulières des espaces extérieurs.

Disponible en différentes grandeurs, comme nappe ou fourre de coussin, „Castello“ vous ouvre un monde de possibilités pour un aménagement exclusif de vos extérieurs.

Ce tissu facile d'entretien avec un toucher textile est doté d'une couche d'acryl et de ce fait particulièrement résistant à l'eau et aux salissures. Un lavage à 40° est également possible. 9 teintes unies et joyeuses vous permettront toutes sortes de combinaisons estivales.

Hotelwäsche
Erwin Müller

Plus d'informations sous www.vega-ch.com et www.erwinmueller.ch



Le GoldenPass, une ligne alpine mythique.

Zweisimmen-La Lenk Une ligne centenaire dignement fêtée

Fanfare, calèches, voitures historiques, maquettes, petits fours et discours. Rien n'a été oublié ce week-end pour fêter le 100e anniversaire de la ligne Zweisimmen-La Lenk, exploitée par le MOB.

Ouverte le 8 juin 1912, cette ligne a failli passer, dans les années 1970 à la suite d'un déraillement, à un écartement standard, voire être abandonnée au profit d'une desserte par bus. Seule la ténacité des habitants de la vallée a permis, après quatre ans d'interruption, de conserver son caractère originel et de la rénover.

Sa fonction touristique est notable. «60% de la clientèle est touristique, dont 90% proviennent de Suisse», souligne Georges Oberson, le directeur du MOB. La ligne est notamment utilisée par les hôtes du village Reka de la Lenk, les participants aux courses de ski organisées chaque année pour les jeunes ou les militaires. On notera, pour la petite histoire, que les plans initiaux prévoyaient de prolonger la ligne jusqu'à Sion par le col du Rawil. La Première Guerre mondiale donna le coup de grâce à ce projet budgétisé à 8 millions de francs.



Un des projet du concours d'urbanisme propose de revisiter les rives du Rhône en l'utilisant comme fil directeur.

Réveil urbain à Sion

La capitale valaisanne profite de la 3e correction du Rhône pour repenser son développement urbain et esquisser les contours de la cité de demain.

GRÉGOIRE DESSIMON

Les images de la crue du Rhône de 2000 sont encore vives dans les mémoires des Valaisans. Il fallait dès lors de l'audace pour envisager ce fleuve capricieux comme fil directeur d'un développement urbain. Particulièrement lorsque celui-ci traverse la cité la plus peuplée du canton.

C'est pourtant le pari qu'ont fait l'Etat du Valais et la Ville de Sion à l'occasion de la 3e correction du Rhône en redéfinissant une vi-

sion de son aménagement et de ses abords à travers la capitale. Leur démarche prolonge les réflexions d'un atelier d'étudiants de l'EPFZ intitulé «Sion-sur-Rhône» et a abouti au lancement d'un grand concours d'aménagement. Un jury, constitué de responsables politiques, d'urbanistes et de spécialistes de Rhône 3, a accompagné son déroulement et proposé un lauréat.

Les propositions des concurrents ont été présentées à la population au début du mois, sous la forme d'une exposition inaugurée par le conseiller d'Etat Jacques Melly et le président de la ville, Marcel Maurer.

Le cœur de la capitale battra au sud de la gare

Il ne s'agit à ce stade que d'une vision qui devra servir de base aux réflexions qui seront mises en

«Sion pourra devenir une destination intéressante pour les affaires et la connaissance.»

Pierre Isenschmid
Directeur de l'Hôtel Ibis à Sion

œuvre par le canton et la ville dans la suite de leurs démarches respectives de planification. La réalisation se concrétisera par étapes, sur une durée d'environ trente ans. D'importants ajustements seront aménagés en fonction des opportunités et des contraintes rencontrées, afin d'affiner un projet qui se veut transparent et participatif.

On y décèle ce pendant les lignes directrices de l'urbanisme séduisant à venir, où le Rhône sera un acteur majeur de ces transformations. Sur une longueur de douze kilomètres le long des berges, des places, des parcs, des quais sur plusieurs niveaux, ainsi que des espaces de loisir, de détente et de nature verront le jour en profitant de la dynamique restaurée du fleuve. Près de 2500 logements sont également prévus, dans une ville où

le taux de vacance atteint des planchers inquiétants.

Il en résultera un redéploiement du tissu urbain en direction du sud. Cette mue de la capitale vers l'actuelle zone industrielle se faisait déjà sentir avec l'annonce de plusieurs projets d'envergure. En effet, c'est dans ce quartier que verra le jour le nouveau complexe de la ville dédié aux musiques actuelles, ainsi que le très attendu campus de l'EPFL pour les énergies et la santé.

Une attractivité qui servira également le secteur touristique

En développant des aires de bien-être, des centres dédiés à la culture et des pôles de recherche, c'est l'attractivité globale de la ville qui va prendre l'ascenseur. Une tendance qui n'a pas échappé à Pierre Isenschmid, directeur de l'Hôtel Ibis, situé à deux pas de la future Place du Rhône, première réalisation prévue au calendrier. «Ce genre de projet donne une nouvelle notoriété à la ville. Sion ne sera plus seulement le chef-

lieu du canton d'où l'on part pour visiter le Valais, mais une destination très intéressante pour les affaires et pour la connaissance. Lausanne, Zurich, Genève sont des villes touristiques où l'on se rend aussi parce qu'il y a de la culture et toute une vie estudiantine derrière. Si on parvient à se profiler avec ce genre de projets et avec un campus comme celui de l'EPFL, on peut espérer devenir une destination de ce type».

Et comme l'ambition des autorités est de consulter les citoyens pour adapter au mieux les réalisations, Pierre Isenschmid se permet d'espérer qu'un accent sera mis sur la mobilité douce. «Depuis notre hôtel, nous avons un gros axe routier pour entrer dans la ville. Mais on se rend compte que si on fait ce trajet à pied ou en vélo ce n'est pas toujours très agréable. Même s'il y a déjà des parcours qui existent, on reste encore loin de la ville en transport en commun ou à pied. Si des axes directs sont mis en place, ce sera merveilleux».

Accor capitalise sur la marque «Ibis»

Dans sa stratégie de relance de ses marques économiques, le groupe Accor fait d'«Ibis» une marque leader qui les chapeaute toutes les trois. La raison: l'évolution des modes de consommation.

KARL JOSEF VERDING

Selon une analyse entreprise au sein d'Accor, toutes les marques hôtelières du groupe doivent être en mesure d'offrir à leurs clients une image revalorisée et un concept contemporain au design at-

trayant. La performance du secteur hôtelier économique doit être repensée pour permettre au segment du marché traditionnel de croître et de répondre aux modifications du comportement de consommation.

Désormais, «Ibis», la marque leader, chapeaute les trois marques économiques: «Ibis» qui représente 920 établissements dans 51 pays; «Ibis Budget» dont environ 520 hôtels Accor - Etap Hotels et Formule 1 - seront reconvertis dans 10 pays et les quelque 140 All Seasons hôtels Accor qui évoluent en «Ibis Style» dans 13 pays. A ce stade, environ 36 % du portefeuille hôtelier d'Accor. La mise en place de cette nouvelle

segmentation devrait être achevée début 2013. En Suisse, le premier «Ibis Styles» a ouvert en janvier 2012 après rénovation de l'ancien NH hôtel à Lucerne, classé désormais 3 étoiles au lieu des 2 étoiles habituelles des «Ibis».

David Mylius, directeur des ventes d'Accor Suisse décrit ces nouvelles marques: «Les hôtels «Ibis» offrent un sentiment de confort complet au meilleur prix. Les «Ibis Style» choisent leurs hôtes dans des établissements design et avec une offre «tout compris». Les «Ibis Budget» s'adressent à tous ceux qui attendent d'un hôtel un confort moderne, y compris l'accès à Internet et des téléviseurs à écran plat, au meilleur prix.»



Les Ibis Style proposent un mobilier design et original.

Pour lui, la différenciation des marques sous l'égide de la marque parapluie «Ibis» aspire à «détacher une plus forte notoriété de chacune d'entre elles et un meilleur niveau de satisfaction des groupes cibles de clients.» Il contribue à développer un réseau de franchise ambitieux avec

une marque forte.» Et d'oser la comparaison: «Des marques comme Rivella ou Coca Cola montrent comment une telle stratégie de marques peut réussir».

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un texte en page 11

En bref

Suisse

Une saison hivernale difficile en montagne

Au cours de la saison touristique d'hiver, qui coure de novembre à avril, la Suisse a comptabilisé 15,2 millions de nuitées, soit une baisse de 3,7%. Selon les résultats de l'Office fédéral de la statistique, les régions de montagne ont connu les plus forts reculs absolus, avec en tête les Grisons (-8,6%), le Valais (-6,8%) et l'Oberland bernois (-6,2%) (voir graphique en page 2). Alors que les hôtes suisses ont légèrement progressé (+0,1%), la perte des visiteurs étrangers s'est renforcée et atteint 6,9%.

Genève

50 rues piétonnes: la campagne qui divise



Le comité unitaire pour 50 rues piétonnes à Genève vient de lancer sa campagne. Il a trois mois pour convaincre les citoyens genevois de sa démarche, appelés aux urnes le 23 septembre. En cas d'acceptation, les aménagements seront dans un premier temps provisoires et évalués après un an. Le PLR, l'UDC et le MCG s'y opposent et ont déposé un référendum.

Vaud

Les Lausannois passeront l'été sans Flon-Plage



La plage éphémère du Flon manquera au décor lausannois cet été. Alors que tout était prêt pour lancer Flon-Plage dès demain, un établissement public s'est opposé au nouvel emplacement, prévu cette fois sur l'esplanade du Flon. Les organisateurs ont dû déménager de 50 m en raison des travaux qui occupent la parcelle où s'étaient déroulées les trois éditions précédentes. L'opposition est intervenue trop tard pour que les organisateurs puissent faire recours, indique «24 Heures».

La deuxième vie d'un ancien hôtel de La Tine

Un ancien hôtel de La Tine dans le Pays d'Enhaut vient d'être restauré pour devenir chambres d'hôtes, atelier cuisine et restaurant. L'Atelier d'en Bas ouvrira ses portes le 15 juin après 18 mois de travaux. Soutenu par l'Aide suisse aux montagnards, le projet de Brigitte et Pascal Géraudel a pour objectif de valoriser le travail de producteurs régionaux. Les trois chambres ainsi que le salon et la salle à manger ont été complètement réaménagés en préservant le style rustique des lieux. lb

En bref

Suisse**Nouvelle
diminution des
nuitées en avril**

Avec 2,3 millions de nuitées enregistrées en avril 2012, l'hôtellerie suisse a accusé un recul de 5% par rapport à l'an dernier. La présence des hôtes indigènes a diminué de 7,1% et celles des visiteurs étrangers de 3,5%. La perte des touristes allemands et britanniques a été particulièrement importante (resp. -8,8% et -9%). Au niveau des régions, le Valais affiche la plus grande baisse avec -41.000 nuitées (-14%). lb

Vaud**De bons
comptes pour les
Ados-Toqués**

L'opération Ados-Toqués avait vu une quarantaine d'adolescents exploiter l'Hôtel Préalpina de Chexbres. Complétons l'information en précisant que les comptes de l'opération laissent un boni de plus de 10.000 francs, équitablement répartis entre les classes du cercle de Blonay et de Zweisimmen. jje



Alain D. Bollat

Les autorisations de construire sont un enjeu majeur.

Des choix cruciaux

**La FST et
hotelleriesuisse ont
approuvé en principe
le projet d'ordonnance
sur la construction de
résidences secondaires.
Tout en admettant
que tout n'a pas
encore été réglé.**

FRANÇOISE ZIMMERLI

ans ce cas, le projet d'ordonnance ne parle que de «résidences principales», mais ce qui vaut pour les résidences devrait aussi valoir pour les bâtiments hôteliers. L'association juge que «lorsque l'exploitation d'un établissement hôtelier n'est plus rentable, il est fondamental de maintenir la possibilité de transformer les hôtels existants en résidences secondaires afin d'éviter une dégradation du bien immobilier et du tourisme

environnement». Quant à la crainte de faire disparaître ainsi des lits chauds, elle n'est pas fondée, car, comme le professe Christoph Juen, «un hôtel rentable et bien dirigé n'a aucune raison d'affecter ses bâtiments à un autre usage». Cette mesure impliquerait une modification de l'article 2. Le projet d'ordonnance n'a pas réglé davantage la question du changement d'affectation des établissements hôteliers construits avant le 11 mars 2012.

Moyennant certaines règles, une option de transformation devrait rester ouverte afin d'encourager l'investissement hôtelier tout en imposant des conditions

**«Un hôtel bien
dirigé n'a aucune
raison d'être
affecté en résidence
secondaire.»**

Christoph Juen
CEO d'hotelleriesuisse

strictes pour prévenir la spéculation et les abus. Mais, avant tout, l'hôtellerie suisse devant obéir aux lois économiques, «il faudrait créer des conditions générales favorables pour assurer sa prospérité». Par exemple, en élargissant le mandat de prestations de la Société suisse de crédit hôtelier. «Cela permettrait d'orienter l'institution selon les besoins des destinations touristiques et de la coordonner avec la Nouvelle politique régionale.»

www.swisshotels.com



**Toutes les beautés de la Suisse – laissez-vous
inspirer et réservez en ligne aujourd'hui!**

**Le guide suisse
officiel des hôtels**

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

L'ancien ailier droit de l'équipe de Suisse se plaît à faire la promotion du vin. Il regarde les matchs en repérant des couleurs et des créateurs.

ALEXANDRE CALDARA



Christophe Bonvin aime prendre le temps de déguster un vin et de ressentir la force d'un paysage.

Photos Idd

Dégustation de football

Christophe Bonvin, comment l'ancien international suisse de football devenu adjoint de direction des vins Charles Bonvin SA regarde-t-il l'Euro 2012?

Je regarde surtout les couleurs dans le stade, je reste attentif aux différentes ambiances. J'aime les marées oranges, vertes, dans les gradins, comme une découverte de saveurs. Je vois cet Euro comme une fête et on peut toujours se réjouir pour quelqu'un, un copain italien ou ukrainien. Même si l'équipe de Suisse n'est pas là.

Peut-on faire une analogie entre la difficulté pour l'équipe suisse de se qualifier pour ce rendez-vous et le défi de faire connaître le vin suisse à l'étranger?

Malheureusement oui, même si notre équipe suisse a, ces dernières années, rempli son rôle régulièrement en se qualifiant pour de grandes compétitions. A l'étranger, on

nous parle toujours de chocolat et de banque, rarement de nos vins. Il faut une grande envie pour réussir à les commercialiser, mon ami Gilles Besse qui vient de reprendre la tête de Swiss Wine Promotion saura le faire. Dans une manifestation comme les Vinales de Paris, on commence à nous parler du Cornalin ou de Petite Arvine, c'est bon signe. Notre défi est de convaincre les grands restaurants et les grands hôtels de faire figurer nos vins à leurs cartes. C'est encore compliqué pour nous en Suisse allemande.

Quelle image de l'Euro vous a marqué jusqu'ici?

Le duo d'attaquants italiens Mario Balotelli-Antonio Cassano. Balotelli, il est incroyable avec sa coupe de cheveux, on a l'impression qu'il

va jouer un concert de reggae. Ensuite, on le voit sur deux actions, un ratage total devant le but et une fantastique aile de pigeon pour remettre la balle en jeu. Il invente un monde à lui tout seul.

«L'attaquant italien Mario Balotelli invente un monde à lui tout seul.»

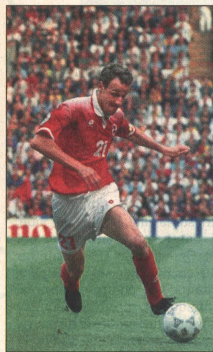
Christophe Bonvin
Adj. de direction Charles Bonvin SA

Lors d'une dégustation recherchez-vous aussi à créer de tels instants? J'aime que les gens se laissent aller, qu'ils deviennent créatifs, qu'ils invoquent un souvenir d'enfance. S'ils ont ressenti quelque chose, alors ils ont raison.

Le football n'a jamais été une fin en soi pour vous?

C'est un jeu merveilleux. Mais en tant que joueur, j'ai toujours eu d'autres intérêts. A 23 ans, j'ai commencé à visiter des caves, à déguster. J'y ai retrouvé ce qui guidait ma carrière de joueur, le goût des

émotions, pour moi toujours plus fort que le résultat. Je me souviens d'une défaite avec l'équipe de Suisse en République tchèque, une telle ambiance régnait dans le stade.



Christophe Bonvin sous le chandail de l'équipe nationale.

Vous aimez les activités qui demandent qu'on prenne du temps...

Déguster cinq ou six vins demande de la concentration et fait appel au partage. Sur la terrasse du Clos-du-Château, à Sion, on se laisser aller, dévier sur nos vies et parfois le foot revient. Mais on desserre un peu la pression que la société exerce sur nous.

Quel rôle joue l'hôtellerie dans la vie d'un footballeur professionnel?

J'étais comme tous les autres un conquistador concentré sur les matchs, tout ce qui se trouve à côté on s'en foutait un peu. Mais de nombreux hôteliers du monde entier se passionnent pour le football et nous réservaient un accueil extraordinaire. Aujourd'hui quand je voyage avec ma femme dans une ville, le choix de l'hôtel reste primordial. Je trouve merveilleux de donner sa vie à l'accueil, c'est un investissement énorme.

Pêle-mêle

Un Super Pass entre Gstaad et les Alpes vaudoises

Gstaad Mountain Rides et le Groupement des Alpes vaudoises lancent une offre commune qui permettra de profiter de 420 kilomètres de pistes avec un seul abonnement. Le nouveau produit porte le nom de Super Pass. Cette coopération est également valable pour les cartes de plusieurs jours. «Le but est de proposer aux hôtes une offre plus attractive, un meilleur service et des options plus nombreuses», déclare Ruedi Schenk, président de Gstaad Mountain Ride.

www.gstaad.ch

Vol planés grâce à la force hydraulique



Idd

En première suisse, Estavayer-le-Lac proposera de tester le vol libre au-dessus de l'eau avec le Water Jetpack. Au programme du 17 au 20 juin des démonstrations et des initiations de ce système propulsé uniquement par la force hydraulique. Il permet de se propulser hors de l'eau jusqu'à huit mètres de haut et de voler jusqu'à 35 kilomètres heure. Le prix de l'initiation est de 430 francs pour 30 minutes, dont quinze de vol libre. Deux guides allemands assureront le show avec des figures aériennes.

www.alphasurf.ch

Le vieux vapeur «Neuchâtel» fête ses 100 ans

Le vapeur «Neuchâtel» sera à la fête samedi de 10 à 17 heures au chantier naval de Sugiez (FR). L'occasion de fêter les 100 ans de la sortie inaugurale du bateau sur les eaux des Trois-Lacs. L'association Trivapor présentera une visite commentée du chantier: la machine à vapeur et la chaudière sont désormais installés dans la coque du bateau. Près de 4000 visiteurs de toute la Suisse sont déjà venus rendre visite au vieux vapeur. L'association attend donc la foule des grands jours pour cette fête. Des croisières sur le vapeur «Sirius» seront organisées et on pourra découvrir le chocolat «Vapeurli».

Glacier 3000 Run s'ouvre au Nordic Walking



Idd

La cinquième édition de Glacier 3000 Run se déroulera le 4 août, avec une nouveauté, une catégorie Nordic Walking. Le parcours, long de trois kilomètres, se déroule sur le glacier avec une arrivée sur la terrasse du Restaurant Botta. Il commence près de la cabane des Diablerets du Club Alpin Suisse et se termine au sommet du Scex Rouge. Cette année, une course d'entraînement aura également lieu le 22 juillet sur le parcours original.

www.glacier3000.ch

Le mystère de la cuisine indienne

A 29 ans, Jagpreet Singh Alang, le nouveau chef du Giardino Lounge e Ristorante à Ascona, jette un pont culinaire entre l'Inde et le Tessin.

FRANZISKA EGLI



Poulet et agneau tandoori.

Installé depuis le 1er mai, à Ascona le jeune chef indien Jagpreet Singh Alang, 29 ans, admet que ce n'était pas dans ses intentions de venir en Europe. «Je travaillais au Shangri-La China World à Pékin, mais j'étais ouvert au changement. De son côté, Philippe Frutiger, CEO du Giardino Hotel Group, avait en tête de proposer une cuisine indienne au Giardino Lounge e Ristorante.» Et la réussite est au rendez-vous, même auprès de la

population locale alors que cette cuisine n'est pas aussi bien établie ici qu'à Bâle ou à Zurich.

Pour les collaborateurs de Jagpreet Singh Alang, c'est un grand changement. «La cuisine indienne avec ses mélanges d'épices est déjà en soi un grand défi. Mais c'est une équipe très jeune et très ouverte aux idées nouvelles.» Elle sert une cuisine qui jette un pont culinaire entre l'Inde et l'Occident et des plats préparés avec

soin. Et surtout un bon mix tels que des plats traditionnels indiens comme le poulet tandoori ou tikka masala. Mais aussi du fromage indien grillé aux noix de saint-jacques ou un carpaccio de poisson aux épices indiennes. «Et nous expérimentons toujours des recettes. Et selon les résultats, nous modifierons l'offre et l'adapterons», complète le chef.

Jagpreet Singh Alang admet que ce que l'on nomme en Occident «le mystère de la cuisine indienne» est sans doute la chose la plus difficile à apprendre pour un non-

initié: «Pas seulement le choix des épices, mais aussi de bien savoir coordonner les ingrédients et la cuisson pour révéler les saveurs.» Même si de son point de vue, la qualité est très élevée sur les deux continents, en Asie l'offre est vraiment internationale alors que l'Europe est beaucoup plus

orientée vers la cuisine locale. Jagpreet Singh Alang est cependant convaincu que cela va changer: les Asiatiques voyageront da-

«La cuisine indienne avec ses mélanges d'épices est déjà en soi un grand défi.»

Jagpreet Singh Alang
Chef Giardino Lounge e Ristorante

vantage sur le Vieux-Continent si bien que leur cuisine trouvera sa voie ici. Et lui? «Oh moi, je suis une exception: j'adore la cuisine italienne. C'est dire si je suis actuellement au bon endroit.»

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

Le chef indien
Jagpreet Singh Alang



«Toute ma vie, ce n'est qu'une recette qui se déroule au jour le jour avec des hauts et des bas.»

Pierre Gagnaire Chef trois étoiles Michelin.
Lu dans «Libération».

24



Lausanne, capitale olympique et organisatrice de grands événements sportifs, à l'image du meeting international d'Athletissima.

Photos Régis Colombo/ldd

ne, une grillade en famille à Vidy, une soirée estivale entre amis sous les arches du Grand-Pont. Moments partagés qui flairent l'art du bien vivre. Lausanne, ville jeune et dynamique, où le Flon se détache comme figure de la modernité.

Ambiance de la ville qui célèbre petits et grands moments

Entre les pages s'échappent des décibels, des cris de supporters, le sifflement du métro. La ville trépidante avec ses moments de retour au calme: le silence ouateux un jour de neige sur les rives du Léman, l'émotion planant lors d'une performance du Bêjat Ballet. «Lausanne capitale olympique» bat au rythme de la ville qui se construit et se déconstruit. De jour comme de nuit. En temps réel.

Régis Colombo (photos), Nicolas Verdan (texte), «Lausanne capitale olympique», éd. Ville de Lausanne, 2012, 38 frs, 144 pages.

www.hotelleriesuisse.ch/librairie

Ville de l'instant

Lausanne, cité vivante, mouvante, séduisante. La Ville vient d'éditer son premier ouvrage officiel, qui se veut aussi vecteur touristique. Une balade en images.

LAETITIA BONGARD

Comment donner la parole à une ville si ce n'est par la force de l'image? Exprimer son effervescence, sa pluralité, son caractère. Lausanne, quatrième ville de Suisse, se dévoile dans sa contemporanéité et sa diversité dans un nouvel ouvrage richement illustré par le photographe Régis Colombo et ponctué des textes du journaliste et écrivain Nicolas Verdan. Edité par la Municipalité, «Lausanne capitale olympique» se présente comme le premier livre destiné à «faire rayonner Lausanne» entre et hors de ses murs. Il sera offert aux nouveaux citoyens ayant atteint leur majorité

et remis aux hôtes et visiteurs des autorités lausannoises. Destinés également aux touristes, il est rédigé en français et anglais et disponible en librairie. Pour l'anecdote, Bill Clinton a été le premier à le recevoir.

Vitalité d'une cité en constante transformation

Le livre s'ouvre comme une fenêtre sur la ville. La ville qui joue, qui danse, qui consomme, qui dort. Qui vit enfin. Cinq chapitres pour en dessiner ses principaux contours et atouts: Lausanne olympique et sportive, culturelle et savante, de verdure et de pierre. Lausanne détendue et festive. Et

en guise de leitmotiv, le lac Léman. Les auteurs affirment la volonté de présenter une ville d'aujourd'hui, où certains clichés pris quelques années plus tôt ont dû être abandonnés car ils ne correspondaient plus à la réalité. L'enjeu de rendre compte de cette véritable métamorphose urbaine, une croissance qualifiée de «maîtrisée» par l'auteur dans son introduction. Un sentiment d'appartenance qui est parvenu à s'imposer, faisant de Lausanne un «grand port d'attache», avec «une identité villageoise» préservée.

Au fil des 144 pages, on goûte à des tranches de la vie quotidienne: un jour de marché à la Ripon-



Lausanne festive. Ici, la foule réunie sur la place de l'Europe à l'occasion du Festival international des musiques électroniques.

Découpage d'authenticité

Après six mois d'activité, la nouvelle structure Pays-d'Enhaut Tourisme inaugure la saison d'été avec une série de nouveautés. A commencer par l'ouverture demain d'un nouveau point d'information à Rossinière.

LAETITIA BONGARD

Destination inspirée par le savoir-faire artisanal et les richesses du terroir, Pays-d'Enhaut Tourisme aborde la saison estivale avec dynamisme. Au menu des nouveautés: des forfaits loisirs, une carte pédestre, une brochure des hébergements, et dès demain, l'inauguration de son troisième bureau d'accueil à Rossinière.

Créée au 1er janvier 2012, la nouvelle structure touristique a présenté les fruits de la fusion des offices du tourisme de Château-



Musée Château d'Oex/ldd

Les découpages, un savoir-faire artisanal représentatif de la région.

d'Oex, Rougemont et Rossinière à l'occasion de sa première assemblée générale. Une sorte de verdict pour Nicole Favre, la nouvelle directrice, qui se dit «soulagée» à l'issue de ce premier bilan qu'elle juge «très bon». Les actions entreprises au cours des six

derniers mois ont consisté à renforcer la visibilité et la communication. Outre l'accueil de 32 journalistes venus de Suisse allemande, d'Europe, des Etats-Unis et du Japon, Pays-d'Enhaut Tourisme a surtout cherché à consolider sa clientèle suisse, no-

tamment par le biais de spots publicitaires et de newsletters. Elle participe du 23 juin au 4 novembre au Handy Safari de Coop, un jeu interactif et familial soutenu par Suisse Tourisme. Prochaine étape: l'amélioration de son site Internet, qui devrait être finalisé d'ici la fin de l'été.

L'information passe aussi par une série de supports imprimés destinés aux hôtes. Il en va d'une brochure listant les hébergements, d'une nouvelle carte pédestre et du nouveau point d'information à Rossinière. Situé au centre du village, il sera ouvert demain et jusqu'au 15 septembre. La création des forfaits rafting «eau vive» et du «sentier du fromage» viennent encore étoffer l'offre de la destination.

Une destination désormais au complet avec la nomination de son président en la personne de Armon Cantieni, directeur de Bergbahnen Destination Gstaad SA (lire ci-contre).

Les gens

Un président pour Pays-d'Enhaut Tourisme

Armon Cantieni a été nommé à la présidence de la nouvelle entité Pays-d'Enhaut Tourisme. D'origine grisonne, il est directeur de Bergbahnen Destination Gstaad depuis



ldd

2006. Il est détenteur d'un master en économie qu'il a obtenu à Vienne. Son parcours professionnel lui a permis de travailler dans le secteur touristique en Amérique du Nord, en Tchèque et en Afrique du Sud. Durant quatre ans, il a également dirigé l'Hôtel Aurora Engadin. Il a aussi acquis de l'expérience dans le domaine des congrès et de l'événementiel. Il réside depuis un an et demi à Château-d'Oex. mh

Un directeur de salle réputé au Dorian

Hervé Audibert reprend le restaurant au Dorian, à Genève. Pendant quinze ans il a été le directeur de salle du chef français Marc Veyrat. Dans ces restaurants trois étoiles, ce directeur de salle avait la réputation d'être très attentif et extrêmement bienveillant. Puis il a aussi travaillé pour le Château Margaux, au George V, à Paris et chez Georges Blanc à Vonnas. Mais comme le souligne la «Tribune de Genève», il n'a jamais quitté son domicile d'Annecy-le-Vieux, où se lance dans cette nouvelle aventure pour se rapprocher. Il vient de transformer la terrasse du Dorian et prévoit d'autres changements qui seront réalisés doucement pour ne pas trop déconcentrer les habitués. Ce restaurant est une adresse phare de Plainpalais, près du quartier des banques, du parc des Bastions et de l'Université. Il accueille aussi des hôtes tardivement après les spectacles. aca

PROFIL

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

Nr. 4 - 14. Juni 2012

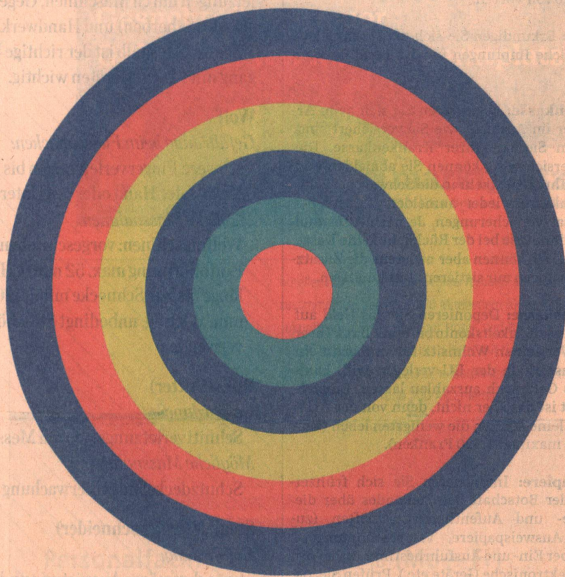
htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

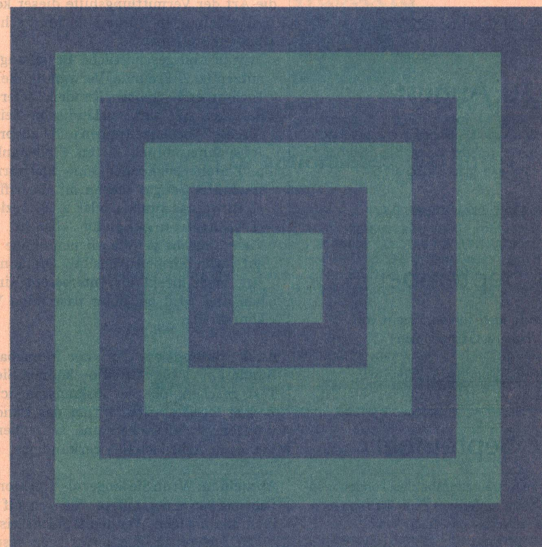
HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



O
D
E
R



GRAFILU

FACEBOOK ODER GOOGLE+?

Soll mein «virtuelles» Hotel auf Facebook oder Google+ erscheinen? Auf diese Frage gibt es kein «Entweder-oder», sondern ein «Je nachdem». Google+ hat zwar einige Ähnlichkeiten mit Facebook und hat auch ansatzweise Aspekte, die wir sowohl auf Facebook wie auch in Twitter finden.

Facebook für Stammgäste

Bei Hotel-Facebook-Auftritten steht nicht primär das «Freunden» im Vordergrund. Wer Fan einer Unternehmens-Facebook-Seite wird, kann die Publikationen der Facebook-Hotel-Seite sehen. Der Stammgast sieht so auch Veranstaltungen des Hotels oder der Region. Facebook ist ideal für die Informationsvermittlung und den Dialog mit den Stammgästen. Zudem kann ein Hotel auch Empfehlungen generieren, was aber eine ausgeklügelte Strategie verlangt. **Tip:** Wer Facebook professionell einsetzt, der gewährt Stammgästen mit einem «Promotion-Code» eine Vergünstigung und verhindert damit eine Stammgastbuchung über IDS wie beispielsweise booking.com.

Google+ für Suchende

Google funktioniert ähnlich: Wer jemanden in Google+ in seinen Kreis (Circle) aufnimmt, sieht dessen öffentliche oder geteilte Beiträge. Mit Google+ kann man mithilfe von Circles Gäste oder auch Medien in unterschiedliche «Kreise» hereinnehmen. So erhalten selektierte Teilnehmer die Möglichkeit, gewisse Inhalte in ihrem Stream zu sehen. Damit ist Google+ wie Facebook sowohl für die Informationsvermittlung, den Dialog mit Stammgästen wie auch für Empfehlungen interessant. Die grosse Stärke von Google+ hingegen liegt in der Suchmaschinenoptimierung. Konkret: Wenn ich ein Hotel im Ferienort X suche und ein «Google+Freund» hat das Hotel in seinem Circle, dann zeigt mir Google dieses Hotel auch im Suchergebnis höher an. Seit wenigen Tagen geht Google+ ganz neue Wege bei der Hotelsuche: In der linken Navigationsleiste von Google+ gibt es nun den Punkt «Local». Hinter ihm verbergen sich die «empfohlenen Orte». Klickt ein Gast in «Local» auf ein Hotel, landet

er auf einer lokalen Google-Plus-Seite. Sie sieht zunächst aus wie eine Google-Plus-Unternehmensseite, ist aber mehr eine Mischung aus Google Plus und Google Places. **Fazit:** Google+ wird die Sammelstelle, auf die in Zukunft auch der Google-Hotelfinder zurückgreift.

Gratis-Tools nutzen!

Nutzen Sie alle Google-Möglichkeiten, die Ihnen gratis zur Verfügung stehen. Mit RSS-Feeds lassen sich die Informationen mit wenig Aufwand auf allen Plattformen verbreiten. Richten Sie zuerst Google-Places richtig ein, damit Ihr Hotel in allen Google-Tools erscheint. Verlangen Sie von Google den Zugang für Ihr virtuelles Hotel. **Fazit:** Jemand im Hotel muss sich im Online-Marketing auskennen. Dazu mehr im Lehrgang von hotellerieuisse «Online-Marketing – Mit Profit».



Martin Blatter
Lic. phil. I, dipl. publ.
Professor, Hes-So Wallis
Studiengang Tourismus
Dozent, Nds Hf Hotelmanagement

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

AGENDA

20. Juni

Informationsnachmittag der Ecole
Hôtelière de Lausanne

www.hotelieresuisse.ch/Kurse

21. Juni

«Expertenforum Input 2/2012 – Vom Einzelkämpfer
zum Spitzenteam», Expertenforum, Bern

www.hotelieresuisse.ch/Kurse

22. Juni

Informationsnachmittag an der
Hotelfachschule Thun

www.hotelieresuisse.ch/Kurse

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, kundenorien-
tiertes Verhalten und Verkauf, Zentralschweiz, von
Berufsverband Restauration

www.hotelundgastrounion.ch

BUCHTIPP

WIE SIE SICH GEGEN SCHIKANEN
AM ARBEITSPLATZ WEHREN

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nehmen Mobbingfälle zu – unter Gleichgestellten, aber auch zwischen Chef und Untergebenen. Die Arbeitsrechtsspezialistin Irmitraud Bräunlich Keller beleuchtet alle Facetten des Themas: die Entstehung von Mobbing, die Folgen für die Betroffenen sowie die rechtlichen und finanziellen Fragen. Ein spezielles Kapitel behandelt die Rolle der Vorgesetzten, denn sie haben es in der Hand, kostspieliges Mobbing im Betrieb zu unterbinden. Konkrete Beispiele und Tipps, kommentierte Urteile und die Erfahrungsberichte von Menschen, die den Weg aus der Mobbingfalle gefunden haben, sind eine Hilfe für alle, die ihre eigene Situation in den Griff bekommen möchten.

«Mobbing – so nicht!», Beobachter-Verlag von
Irmitraud Bräunlich Keller

ISBN 978-3-85569-465-5
CHF 36.00

ARBEITEN IM AUSLAND: DAS
GILT ES ZU BEACHTEN

Rund 700.000 Schweizerinnen und Schweizer leben im Ausland – meist in der EU. Im Ausland zu arbeiten, ist für viele, vor allem junge Gastgewerblern, Teil der Karriereplanung. Profil sagt, worauf Sie achten soll-

Stellensuche: Empfehlenswert ist laut GastroJob eine Anstellung bei einer internationalen Hotelkette. In der Schweiz ist die private Arbeitsvermittlung bewilligungspflichtig. Die Liste der anerkannten Betriebe finden Sie im Verzeichnis «Arbeitsvermittlung und Personalverleih» des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco). Agenturen, welche ins Ausland vermitteln, sind besonders gekennzeichnet. Die Stellenangebote sowie die Art der Vermittlungshilfe dieser kommerziell arbeitenden Büros sind unterschiedlich. Tipps zur Stellensuche:

- Private und geschäftliche Beziehungen ausnützen (z. B. Freunde, Verwandte, Bekannte, Tochtergesellschaften, Kunden, Lieferanten).
- Besorgen Sie sich ausländische Zeitungen (Tages-/Wochenzeitungen und Fachpresse).
- Jobsuchmaschinen bieten Stellenanbietern und Stellensuchenden eine Plattform. Beispiel: Mit Google suchen mit Begriffen wie «Jobsuchmaschinen» oder z. B. gezielt mit «Toscana lavoro», «London Jobs» etc.
- Viele Betriebe veröffentlichen offene Stellen auf ihren Firmen-Websites. Oft kann man sich auch direkt als Interessent einschreiben und wird bei einer passenden Vakanz kontaktiert.

Auslandstauglich? Auf der Homepage des Bundesamtes für Migration können Sie einen Test machen, ob Sie auslandstauglich sind. Zudem lohnt es sich, vorher das Land Ihrer Wünsche zu besuchen und sich über Land, Leute und Arbeitsstelle zu erkundigen.

Abmelden: Wenn Sie länger als drei Monate die Schweiz verlassen, müssen Sie sich auf der Gemeinde abmelden. Wer dienstpflichtig ist, muss einen Auslandsurlaub beantragen respektive sich beim Zivilschutz abmelden.

AHV: Wer in ein EU-Land geht, muss sich um nichts kümmern. Laut den bilateralen Verträgen werden Ihnen im Ausland die Sozialleistungen abgezogen. Sie erhalten dann nach der Pensionierung eine Rente von dem Land, in dem Sie gearbeitet haben. Je nach Länge Ihres Arbeitsaufenthaltes gibt das eine kleinere oder grössere Rente. Wer in verschiedenen EU-Ländern gearbeitet hat, erhält von jedem dieser Länder plus der Schweiz eine Rente. Wer ausserhalb der EU tätig ist, sollte weiterhin in der Schweiz

AHV (Mindestbeitrag 460 Franken) bezahlen. Dies ist wichtig, damit es keine Beitragslücken gibt. Denn mit Lücken wird die Rente kleiner! Erkundigen Sie sich bei der AHV-Ausgleichskasse Ihres Wohnkantons.

Geld: Man sollte mindestens so viel Geld mitnehmen, dass es für einen Monat reicht. Zusätzlich ist eine Kreditkarte oder eine Maestro-/PC-Karte von Vorteil.

Impfen: Erkundigen Sie sich bei Ihrem Hausarzt, welche Impfungen für das Land notwendig sind.

Krankenkasse: Erkundigen Sie sich beim Arbeitgeber im Ausland, wie Sie versichert sind. Sprechen Sie mit Ihrer Krankenkasse. Die Grundversicherung können Sie abmelden und sich bei Ihrer Rückkehr in die Schweiz bei jeder Krankenkasse wieder anmelden. Anders bei den Zusatzversicherungen. Je nach Alter und Risiko nimmt Sie bei der Rückkehr keine Kasse mehr auf. Sie können aber meistens die Zusatzversicherungen nur sistieren statt kündigen.

Pensionskasse: Deponieren Sie das Geld auf einem Freizügigkeitskonto bei einer Bank Ihrer Wahl. Wer seinen Wohnsitz für immer in ein Land ausserhalb der EU verlegen will, kann sich das Geld auch auszahlen lassen. Empfehlenswert ist das aber nicht, denn von der AHV-Rente alleine können die wenigsten leben (Einzelrente maximal 2.320 Franken).

Reisepapiere: Informieren Sie sich frühzeitig bei der Botschaft des Ziellandes über die Einreise- und Aufenthaltsvorschriften (zusätzliche Ausreisepapiere, Visabestimmungen) sowie über Ein- und Ausfuhrbestimmungen für Tiere, elektronische Geräte etc.). Prüfen Sie, ob das Visum der beantragten Aufenthaltsdauer entspricht. Ist Ihre ID oder Ihr Pass genügend lange gültig? Haben Sie die notwendige Arbeitsbewilligung? Je nach Land ist es empfehlenswert, wenn Sie Führerschein, Arbeitszeugnisse und Diplome übersetzen lassen.

Informationen: Alles, was Sie zum Thema Auswandern wissen müssen (inklusive Stellen), finden Sie auf der Homepage des Bundesamtes für Migration: www.swissemigration.ch

Mario Gsell

AUS DER SCHULE

FÜHREN SIE IHR TEAM ZUM ERFOLG – ANALYSIEREN, PLANEN, UMSETZEN: FÜHRUNGSFACHFRAU/-MANN MIT ABSCHLUSSZERTIFIKAT SVF-ASFC «MANAGEMENT»

Erfolgreiche Führungstätigkeit kann nichts Zufälliges mehr sein. Das moderne Leben verlangt Professionalität. Mit der Ausbildung zur Führungsfachfrau beziehungsweise zum Führungsfachmann mit eidg. Fachausweis hat das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) einen neuen Beruf zertifiziert, der auf den neuesten Erfahrungen und Anforderungen der Wirtschaft basiert. Bis anhin fehlte es in der Schweiz an einer institutionalisierten, branchenübergreifenden Führungsausbildung. Der Lehrgang Führungsfachfrau/-mann schliesst diese Lücke. Die Modulprüfungen «Leadership» und «Management» bilden die erste von drei Stufen im SVF-ASFC-Prüfungssystem: Das Zertifikat «Leadership» umfasst die folgenden fünf Module:

- Selbstkenntnis
- Selbstmanagement
- Eine Gruppe/ein Team führen
- Mit der Gruppe/dem Team kommunizieren, die Gruppe/das Team informieren
- In der Gruppe/im Team vorhandene Konflikte bewältigen

Das Zertifikat «Management» umfasst die folgenden sechs Module:

- Grundzüge der Betriebswirtschaft auf Stufe Gruppe/Team
 - Finanzielles und betriebliches Rechnungswesen auf Stufe Gruppe/Team
 - Personalwesen auf Stufe Gruppe/Team
 - Eine Gruppe/ein Team organisieren
 - Projektmanagement
 - Recht auf Stufe Gruppe/Team
- Wer alle Modulbescheinigungen erworben hat, hat Anrecht auf das Zertifikat SVF-ASFC «Leadership» bzw. «Management». Der erfolgreiche Abschluss aller Modulprüfungen ist zudem Voraussetzung für die Zulassung zur eidgenössischen Fachprüfung (Stufe 2). Berufsbegleitender Führungsfachfrau/-mann mit 25 Blöcken zu einem Tag. Lehrgang beginnt am 31.08.2012. Führungsausbildungen in der Schweiz werden durch die Schweizerische Vereinigung für Führungsausbildung SVF-ASFC koordiniert und im Hinblick auf die Qualität der Bildungslehrgänge überwacht (www.svf-asfc.ch).

Information, Anmeldung und Durchführung:
Richemont Fachschule, Seeburgstrasse 51, 6006
Luzern – www.richemont.ch (Bildung – Lehrgänge) –
info@richemont.ch – Tel. 041 375 85 85.

ZITAT DER WOCHE

«Je mehr Vergnügen du
an deiner Arbeit hast,
umso besser wird sie
bezahlt.»

Mark Twain

ARBEITSSICHERHEIT

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

MASCHINEN IN DER KÜCHE

Häufigste Unfälle sind Stürze, Ver-
letzungen durch Maschinen, Gegen-
stände (Scherben) und Handwerkszeug
(Messer). Deshalb ist der richtige Um-
gang mit Küchengeräten wichtig.

Wolf

Gefährdung beim Fleischhacken:

schwere Fingerverletzungen bis
Verlust der Hand oder des Unterarms

Mögliche Massnahmen

Wolfmaschinen: vorgeschriebene
Einfüllöffnung max. 52 mm ø, Hals-
länge bis zur Schnecke mind. 120
mm. Wichtig: unbedingt Stosshölzer
verwenden

Blitz (Cutter)

Gefährdung:

Schnittverletzungen durch Messer

Mögliche Massnahme

Schutzdeckel mit Überwachung

Steaker (Mürbschneider)

Gefährdung:

unsachgemässe Ausrüstung und
Bedienung: Schnittverletzungen
bis Handverlust

Mögliche Massnahmen

Steaker vorschriftsgemäss ausrüsten
und bedienen! Wichtig: Schutzhaube
anbringen. Überwachungsschalter
für Schutzhaube. Einführöffnung:
Schlitzbreite max. 30 mm. Distanz
bis zur Einzugsstelle: mind. 200 mm

Mixer

Gefährdung:

unsachgemässe Ausrüstung und
Bedienung: Verletzung durch
laufenden Rotor

Mögliche Massnahmen

Wichtig: automatische Verriegelung!
Bremsen, kleiner Nachlauf
verringert Unfallgefahr

Kartoffelschälmaschine

Gefährdung:

Verletzungen möglich bei drehender
Trommel, beim Einfüllen der Kartof-
feln und durch Lastenheben

Massnahme

Einfüllhöhe richtig wählen

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

Eröffnung im Dezember: Spitzenrestaurant – Small Boutique-Hotel

Das beliebte Gourmet-Restaurant, ein mit Raritäten wohl sortierter Weinkeller sowie vier neu gestaltete grosse und variable Suiten mit hochwertiger Ausstattung verbinden sich zu einer Oase der Gastlichkeit. Zentral gelegen in einer Premium-Ferienstation in der Deutschschweiz mit Panoramablick in die herrliche Bergwelt. Die beeindruckende Infrastruktur und der Charme dieses kleinen aber feinen Relais à Châteaux-Betriebes lässt keine Wünsche offen.

Nachdem vor kurzem das Restaurant umgebaut wurde, wird nun auch der Hotelbereich erneuert. Die Eröffnung ist Mitte Dezember. Optimale Ausgangslage für kommunikative, wandlungsfähige und vor allem führungserfahrene Gastgeberpersönlichkeiten, die nur darauf gewartet haben die Leitung eines besonderen Gourmet Restaurants auf Stufe 15–17 Gault Millau zu übernehmen und in eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft zu führen!

Geschäftsführer / Geschäftsführerin

bzw. Gastgeberpaar für eines der schönsten Gourmetrestaurants der Schweiz

Es gibt zwei Möglichkeiten den sehenswerten Betrieb zu führen: Ein Gastgeberpaar (Ehepaar): Sie: Exzellente Gastgeberin an der Front. Er: Erstklassiger Küchenchef auf dem Weg zum Unternehmer oder «Nur Er» als geschäftsführender Küchenchef. In jedem Fall wichtig: Mit einer sehr guten, ideen- und abwechslungsreichen Küche Gäste aller Schichten anzusprechen; sodass sich auch Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft bei Ihnen so richtig wohlfühlen!

Was dürfen Sie im Gegenzug erwarten: Ein hohes Mass an Selbstständigkeit, ganzjährige Anstellung trotz saisonaler Strukturen, spätere Pacht (sofern Interesse) nicht ausgeschlossen. Hervorragend ausgebildete Gastronomen auf der Suche nach einem echten Bijou informieren wir gerne über die Vorteile und Ziele, die mit dieser einmaligen Aufgabe verbunden sind. Idealerweise vorab CV/Foto via Mail einsenden oder ganz einfach anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

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

Konsolidieren Sie Ihre Karriere!

Es wartet auf Sie eines der besten Wellnesshotels der Schweiz – persönlich und professionell geführt! Der hohe Beliebtheitsgrad, ausgezeichnete exklusive Restaurants und weitere Food & Beverage Outlets auf Gourmetstufe sowie die fantastische Lage in einer beliebten Feriendestination – nur einen Katzensprung von einer Deutschschweizer Metropole entfernt – verhelfen dem bekannten 5-Sterne-Resort-Hotel zu einem Vorsprung auf die Wettbewerbsszene.

Ideale Ausgangslage für ambitionierte Chefs, die in Sachen Weiterentwicklung/Qualitätssicherung und Schaffung eines einzigartigen Angebots Massstäbe setzen wollen und es zu schätzen wissen, dass die ambitionierten Ziele mit einem dynamischen Management und einer umsichtigen Besitzerschaft gemeinsam angegangen werden. Ihre Führungsgrundsätze: Vorbildfunktion, Delegieren, Fördern, Fordern und gelebte Wertschätzung des Teams.

Executive Chef eines charmanten Luxus-Resorts

Leitung einer professionellen Crew mit knapp 20 Mitarbeitenden

Kulinarisches: Gerichte der modernen französischen Küche, innovative Gerichte der Schweizer Küche, saisonale und regionale Spezialitäten, zeitgemäss, innovativ, frisch, optisch ansprechend und mediterrane Einflüsse. Optimal für Küchenchefs, denen der punktuelle persönliche Kontakt zum Gast ebenso am Herzen liegt wie der Wunsch mit seiner Crew den exzellenten Ruf des Hauses durch ausgesuchte Köstlichkeiten auch für die Zukunft zu sichern.

Kreative Chefs de Cuisine – die nicht nur führen wollen, sondern auch aktiv am Herd mitarbeiten – informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser attraktiven Kaderposition verbunden sind! Willkommen im Hotel-Unternehmen der Extraklasse. Flexibler Eintrittstermin ab Juli oder später nach Vereinbarung. Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder anrufen.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

Gesucht: Salzstreuer Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



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

hotellerieuisse, der Unternehmerverband der Schweizer Hoteliere, steht zusammen mit seinen 3'200 Mitgliedern für eine qualitätsbewusste und zukunftsorientierte Schweizer Hotel- und Beherbergungswirtschaft. Der Hauptsitz des Verbandes ist in Bern, mit Geschäftsstellen in Lausanne und Bellinzona und sechs Schulhotels in der ganzen Schweiz. hotellerieuisse beschäftigt rund 100 Mitarbeitende.

Für die Vernetzungsfunktion Human Resources, mit Arbeitsplatz in Bern, suchen wir per 1. August 2012 eine motivierte und engagierte Persönlichkeit als

Personalfachfrau/-mann 60% (Mo – Fr)**Ihre Aufgaben und Verantwortungen**

- Sie sind verantwortlich für die gesamte Personaladministration.
- Sie unterstützen die Mitarbeitenden in allen Personalfragen sowie sozialversicherungs- und arbeitsrechtlichen Belangen.
- Sie engagieren sich in der Ausbildung unserer 9 Lernenden und unterstützen sie während ihrer 3-jährigen Ausbildung.
- Sie betreuen den Lernenden im HR-Team.
- Sie arbeiten bei HR Projekten mit.

Ihr Profil

- Kaufmännische Grundausbildung mit abgeschlossener Weiterbildung als Personalfachfrau/-mann mit eidg. FA
- Fundierte Praxiserfahrung in einer ähnlichen Position
- Strukturierte und vernetzte Arbeitsweise sowie gute organisatorische und planerische Fähigkeiten
- Hohe Sozialkompetenz, gute Kommunikationsfähigkeit, selbstständig und zuverlässig
- Flexible, belastbare sowie teamorientierte Persönlichkeit
- Stilsicher in der deutschen Sprache, gute Französischkenntnisse
- Gewandtheit mit den gängigen Office-Anwendungen

hotellerieuisse ist ein modern geführtes Unternehmen aus der Verbandswelt und bietet nebst dem faszinierenden Arbeitsgebiet ein produktives Umfeld, eine gute Infrastruktur und ausgezeichnete Sozialleistungen.

Wir freuen uns auf
Ihre schriftliche Bewerbung.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Ursula Imhasly Bév, Leiterin Human Resources, ab dem 18. Juni 2102 telefonisch unter 031 370 42 57 gerne zur Verfügung.

**hotellerieuisse - Kompetent. Dynamisch.
Herzlich.**

Ursula Imhasly Bév
Leiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
ursula.imhasly@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association



In der Praxis umsetzen, was die Schule gelehrt hat! Bei uns finden Sie ab 1. Juli oder nach Vereinbarung ein Umfeld, wo Sie in Ihrer Arbeit und Stellung als

Direktionsassistent/in

unterstützt und gefordert werden.

Ihr Einsatzgebiet ist hauptsächlich die Front: die Serviceüberwachung im Restaurant, die Besprechung, Administration und das Durchführen von Banketten und Seminaren. An der Réception sind Sie für Dienstabstimmungen und zur Unterstützung der Administration tätig. Sie unterstützen mich in der Mitarbeiterführung und Entwicklung; im Erarbeiten und Verfassen von Monats- und Quartalsberichten und repräsentieren den Betrieb als verantwortliche Ansprechperson in meiner Abwesenheit.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Frau Jacqueline Aeberli, die jetzige Stelleninhaberin, und ich freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an untenstehende Adresse oder per E-Mail an daniel.waelti@hotel-wassberg.ch

Landgasthof-Hotel Wassberg, Denise und Daniel Wälti, Wassbergstrasse 62, CH-8127 Forch
Phone +41-1-980 43 00, Fax +41-1-980 43 03, e-mail: info@hotel-wassberg.ch, www.hotel-wassberg.ch

Ein Mitglied von **HOTELS**



Die Bergbahnen Flumserberg AG ist die grösste und wichtigste Bergbahnunternehmung in der Ostschweiz und Poolführer des Tarifverbundes Meilenweiss. Im Winter werden 250 und im Sommer 120 Mitarbeitende beschäftigt. Die Unternehmung betreibt und unterhält 18 Transportanlagen, 7 Gastrobetriebe sowie 75 Pistenkilometer.

Zur Komplettierung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Mitglied der Geschäftsleitung

Leiter Finanzen & Verwaltung

Ihre Aufgaben

- Teamorientierte Mitarbeit in der Geschäftsleitung
- Operative Führung des Bereiches Finanzen & Verwaltung
- Sicherer Umgang mit Finanzprozessen und IKS
- Führung Personal-, Versicherungs- und Vertragswesen

Ihr Profil

- Solide Fachausbildung im Bereich Finanzen und Rechnungswesen (Betriebsökonom, BWL, FH o.ä.)
- Führungserfahrung
- Verständnis für saisonalen 7-Tage-Betrieb
- Interesse an Natur, Sport und Berge

Wir bieten

- Interessante und abwechslungsreiche Führungsfunktion
- Angenehmes Arbeitsklima
- Spannendes und anspruchsvolles Wirkungsfeld
- Attraktive Anstellungsbedingungen

Ihr nächster Schritt

- Weitere Informationen unter www.flumserberg.ch
- Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen zu

Guido Mätzler – VR-Präsident, Bergbahnen Flumserberg AG,
Grossfeldstrasse 45, 7320 Sargans,
Tel. 081 720 01 11, info@maetzler-partner.ch

The Zurich All Suite Hotel & Serviced Apartments

EMA
house

Für Tage, Wochen oder länger residieren, arbeiten oder tagen unsere Gäste in der vielfältigen Welt des EMA House.

Unsere Réception-Teamleiterin geht auf Reisen und wir suchen ihre Nachfolge. Somit bieten wir einer jüngeren, initiativen, flexiblen und stabilen Persönlichkeit eine abwechslungs- und anforderungsreiche Position (100% - Pensum) als

Teamleiter/-in Réception

Sie coachen ein kleines Team, übernehmen organisatorische, administrative und planerische Aufgaben und trauen sich zu, den Geschäftsführer bei Abwesenheit zu vertreten. Sie scheuen sich nicht, bei Bedarf auch Fronteinsatz zu leisten und dabei alle an einem Front Office/Service Desk vorkommenden Aufgaben zu erledigen. Zudem sind Sie ein Verkaufstalent und verstehen es, unsere Angebote am Telefon, bei persönlichen Präsentationen vor Ort und bei schriftlicher Offertstellung ins richtige Licht zu stellen. Vor allem sind Sie aber eine gepflegte, offene und engagierte Dienstleistungsperson mit ausgeprägtem Gastgeberflair, die den menschlich Anteilnehmenden Kontakt zu unserer anspruchsvollen internationalen Clientele schätzt. Wenn Sie die folgenden Anforderungen erfüllen, belastbar sind und Sie diese Aufgabe interessiert, so freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung:

- Hotel-KV oder Hotelfachschule HF
- Evtl. erste Führungserfahrung
- Sehr gute D- sowie E-Kenntnisse aus längerem Sprachaufenthalt (m/s); zus. Sprachen von Vorteil
- Gute kaufmännische Grundlagen
- Fidelio- oder andere Hotelsoftware-Kenntnisse
- Sehr gute MS-Office-, Internet- und E-Mail-Anwenderkenntnisse
- PW-Ausweis erwünscht
- Eintritt nach Vereinbarung

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie Urs Schärer telefonisch oder per E-Mail (urs.schaerer@ema-house.ch).

EMA House AG · Nordstrasse 1 · 8006 Zurich · Switzerland
T +41 44 368 36 68 · F +41 44 368 36 36 · info@ema-house.ch
www.ema-house.ch

DESTINATION MIT GUTEN AUSSICHTEN. NICHT NUR AUF DIE CHURFÜRSTEN.

Im Toggenburg tut sich einiges: Neue Strategien, neuer Auftritt, neue Angebote. In der Ostschweizer Ferien-Destination weht ein frischer Wind. Aber das ist uns nicht genug, wir möchten noch mehr Wind machen. Dazu brauchen wir eine/n wetterfeste/n

Geschäftsleiter/in

Sie sind: Eine ausgewiesene Führungsperson mit fundierten Betriebswirtschafts- und Marketingkompetenzen, soliden Branchen-Kenntnissen und einem weitreichenden Netzwerk im Tourismus. **Zudem bringen Sie** Verhandlungsgeschick und die nötige Überzeugungskraft mit. Ihre Begeisterungsfähigkeit sowie eine gewaltige Portion Herzblut und Engagement für die Entwicklung der Region machen den Rest. **Ihre Herausforderung:** Sie leiten die Tourismus-Organisation, entwickeln die bestehende Markenführungsstrategie weiter und tragen die Verantwortung für ein 10-köpfiges Team. Sie positionieren die Destination gemäss ihrem Wertprofil, setzen effizient Marketingmassnahmen um, erarbeiten neue Angebote und fördern die Zusammenarbeit unter den Leistungsträgern.

Klingt gut? – Dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf!

Travel Job Market GmbH
Christina Renevey
Zelgwiesenstrasse 2
8046 Zürich

044 312 21 21
info@traveljobmarket.ch
www.traveljobmarket.ch

Toggenburg
KLINGT GUT
travel job market
personalberatung

HABEN SIE LUST AUF DIE KRONE?

Die Krone – der Treffpunkt für Geniesser im Herzen von Thun. Drei Restaurants, eine Lounge, 27 Hotelzimmer, Bankett- und Seminarbereich und unsere tolle Aareterrasse erwarten Sie. Wir suchen per 1. September oder nach Vereinbarung:

Direktionsassistent(in)/Chef de Réception

Sie verfügen über eine kaufmännische Grundausbildung in der Hotellerie und praktische Erfahrung in ähnlicher Position. Haben Sie auch noch die Berufsprüfung erlangt oder die Hotelfachschule abgeschlossen? Dann sind Sie unsere Frau oder unser Mann!

Sie kommunizieren mühelos schriftlich und mündlich in D/E/F und haben die Zahlen fest im Griff. Sind Sie zudem gastfreundlich, sympathisch und teamfähig? Dann freut sich unser modernes, erfolgreiches und fortschrittlich geführtes Haus auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Fragen zur Stelle? Manuela Kohli oder Bruno Carizzoni stehen für Ihre Fragen unter 033 227 88 88 gerne zur Verfügung.

KRONE
Ob. Hauptgasse 2 / Rathausplatz • 3600 Thun
Telefon 033 227 88 88 • www.krone-thun.ch



PILATUS-BAHNEN AG
Schlossweg 1
6010 Kriens / Luzern
Schweiz
www.pilatus.ch

Tel. +41 (0)41 329 11 11
Fax +41 (0)41 329 11 12
info@pilatus.ch
www.pilatus.ch

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

Für die Abteilung Hotels & Gastronomie auf Pilatus Kulm suchen wir per **1. Oktober 2012** oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Rezeption 100 %

Ihr Aufgabenbereich

- Verantwortlich für den reibungslosen Ablauf an der Rezeption für 2 Hotels
- Gästebetreuung für unsere nationalen und internationalen Gäste
- Führung und Betreuung von bis zu 5 Mitarbeitenden
- Unterstützung im Bereich Seminare & Bankette
- Vertretung der Betriebsassistenten bei Abwesenheit

Sie bringen mit

- Gute Erfahrung aus gleicher oder ähnlicher Funktion
- Deutsch und Englisch beherrschen Sie in Wort und Schrift (weitere Fremdsprachen sind von Vorteil)
- Sehr gute EDV-Anwenderkenntnisse (MS Office, Protel)
- Teamfähigkeit, Belastbarkeit
- Idealalter 25 bis 45 Jahre

Wir bieten Ihnen

- Eine unbefristete Anstellung, bei der Selbstständigkeit gefragt ist
- Vorwiegend Tagesdienst ohne Zimmerstunde
- Interessante Mitarbeitervergünstigungen
- Ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer innovativen Unternehmung

Wenn Sie eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit sind, die auch in hektischen Zeiten Ihren Humor nicht verliert und bereit sind, gelegentlich auf Pilatus Kulm zu übernachten, dann sind Sie die Kaderperson die wir suchen.

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

Sandra Kreienbühl
Personalabteilung
personal@pilatus.ch
Telefon 041 329 11 25

2132 Möglichkeiten über Meer

Im Bereich Wirtschaftspolitik suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen motivierten und engagierten Hochschulabsolventen als

Projektleiter/in Wirtschaftspolitik

hotelleriessuisse, der Unternehmerverband der Schweizer Hoteliers, steht zusammen mit seinen 3'200 Mitgliedern für eine qualitätsbewusste und zukunftsorientierte Schweizer Hotel- und Beherbergungswirtschaft. Der Hauptsitz des Verbandes ist in Bern, mit Geschäftsstellen in Lausanne und Bellinzona sowie sechs Schulhotels in der ganzen Schweiz. hotelleriessuisse beschäftigt rund 100 Mitarbeitende.

Ihre Aufgaben

- Systematisches Monitoring sowie Aufbereitung und Betreuung tourismus- und wirtschaftspolitischer Dossiers
- Verfassen von Grundsatzpapieren, Stellungnahmen und redaktionellen Beiträgen
- Kontaktpflege zu politischen Stakeholdern und Verbänden
- Erstellen ökonomischer Datengrundlagen und Analysen als Grundlage für die Kommunikationsarbeit
- Vorbereitung von Präsentationen und Reden

Ihr Profil

- Abgeschlossenes Hochschulstudium in Politik-, Wirtschafts-, Rechts- oder Staatswissenschaften
- Sehr gute Kenntnisse der Funktionsweise und Zusammenhänge der politischen Prozesse der Schweiz
- Gute analytische Fähigkeiten in der Erarbeitung und Interpretation ökonomischer Datengrundlagen
- Gute redaktionelle und kommunikative Fähigkeiten
- Vernetztes, interdisziplinäres Denken und strukturierte Arbeitsweise
- Kenntnisse der Tourismuswirtschaft von Vorteil
- Deutsch oder Französisch als Muttersprache mit sehr guten Kenntnissen der zweiten Amtssprache, Italienisch von Vorteil

hotelleriessuisse ist ein modern geführtes Unternehmen aus der Verbandswelt und bietet nebst dem faszinierenden Arbeitsgebiet ein produktives Umfeld, eine moderne Infrastruktur und ausgezeichnete Sozialleistungen.

Interessiert? Für weitere Auskünfte steht Ihnen Monika Güntersperger, Leiterin Wirtschaftspolitik, unter 031 370 42 04 gerne zur Verfügung.

hotelleriessuisse - Kompetent. Dynamisch. Herzlich.

Ursula Imhasly Bevc
Leiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
ursula.imhasly@hotelleriessuisse.ch
www.hotelleriessuisse.ch

hotelleriessuisse
Swiss Hotel Association

RESIDENZ



Unsere gepflegte Residenz Vivo liegt im Herzen von Köniz und besteht aus 48 Eigentums- und Mietwohnungen, 30 Residenzwohnungen und einem Bereich für betreutes Wohnen für 16 Bewohner, sowie dem öffentlichen Restaurant Sinfonie.

Wir suchen ab Mitte Juni 2012 oder nach Vereinbarung engagierte MitarbeiterInnen:

Stv. Küchenchef/in 100%

Sie bringen Führungserfahrung mit, von Vorteil auch Computerkenntnisse und Ihre Stärken liegen in der Organisation sowie Begeisterungsfähigkeit von Mitarbeitern. HACCP ist Ihnen kein Fremdwort und Sie unterstützen tatkräftig unseren Küchenchef bei Schulungen. Sie finden sich in unserer Produktionsküche sowie in unserer Satellitenküche des à la carte Restaurants Sinfonie zurecht und lieben die Flexibilität. Sie sind kreativ, belastbar, ausdauernd, qualitätsbewusst, humorvoll? Wenn Sie auch noch zwischen 30 und 45 Jahre jung sind und fließend Deutsch sprechen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

sowie ab sofort oder nach Vereinbarung

gelernte/r Köchin/Koch 100%

Sind Sie zwischen 25 und 40 Jahre jung, flexibel, belastbar, exaktes und sauberes Arbeiten gewohnt und bringen einige Jahre Berufserfahrung mit? Sie arbeiten in unserer Produktionsküche der Residenz sowie in der Satellitenküche des à la carte Restaurant Sinfonies. Arbeiten Sie gerne im Team wie auch selbstständig und übernehmen gerne Verantwortung, dann sind Sie bei uns genau richtig.

Für Fragen steht Ihnen Herr Jörg der Planitz, Küchenchef, gerne zur Verfügung.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Zeugnissen richten Sie bitte an:

Brigitte Schär, Residenz Vivo, Schlossstrasse 30, 3098 Köniz, Telefon 031 978 46 78 www.residenz-vivo.ch

21175-8706

Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

Restaurant uniTürm

Rämistrasse 71 - 8006 Zürich

suchen wir per sofort eine

Service-Mitarbeiterin

Das Restaurant uniTürm, bestehend aus einem Restaurant mit 70 Plätzen und zwei Seminarräumen mit je 15 Plätzen, bietet seinen Gästen einen attraktiven Treffpunkt. Die Küche bietet einerseits ein à la carte-Angebot, welches aus einem täglich wechselnden Fleisch-, einem Fisch- sowie einem «Wellness»-Menü besteht und andererseits verschiedene Bankettmenüs.

Ihre Aufgabe: Sie führen selbständig eine Station und sind für die Beratung sowie Betreuung unserer anspruchsvollen Gäste verantwortlich. Die Mise en Place gehört ebenfalls zu Ihren täglichen Aufgaben. Ausserdem erledigen Sie die Getränkebestellungen für den Betrieb, führen Anlassgesprächen und helfen bei der Durchführung von Abendveranstaltungen mit. Sie arbeiten an 5 Tagen zwischen Montag und Samstag in verschiedenen Schichten zwischen 10.00 und 23.30 Uhr mit Zimmerstunde. Zu erwähnen ist, dass der Betrieb während 3 Wochen im Sommer und 2 Wochen an Weihnachten geschlossen ist.

Ihr Profil: Wir suchen eine Person mit abgeschlossener Lehre als Servicefachfrau und erster Berufserfahrung. Sie bringen Erfahrung in der gehobenen Gastronomie sowie im Bankettbereich mit und haben gute Fachkenntnisse im Bereich Wein und Lebensmittel. Ihre Englischkenntnisse können Sie bei dieser Stelle gekonnt einsetzen. Unter Arbeits- und Zeitdruck arbeiten Sie ruhig sowie effizient und lösen Probleme systematisch. Das eigene Wissen und Verhalten entwickeln sie beständig weiter und geben dieses gerne weiter. Durch klare Kommunikation schaffen Sie Transparenz und sind dabei ehrlich und direkt. Eigeninteresse ordnen Sie denen des Teams unter. Die Bedürfnisse der Gäste nehmen Sie wahr und versuchen diese im Rahmen des Möglichen zu erfüllen.

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

21175-8706



Restaurant Wirtschaft zum Truben in Zollikon/Zürich sucht einen **Chef de Partie (m/w)**

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung zum Koch/Köchin und konnten bereits Berufserfahrung sammeln?

Sie haben ein qualitätsorientiertes Denken, Handeln, sind belastbar, flexibel, teamfähig und haben ein hohes Mass an Dienstleistungsbewusstsein? Ein gepflegtes Erscheinungsbild und gute Umgangsformen verstehen sich von selbst.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen inklusive Lebenslauf, Lichtbild und Zeugnisse per Post oder E-Mail an:

Restaurant Wirtschaft zum Truben
Gerhard Enn
Alte Landstrasse 94
CH- 8702 Zollikon
Tel.: +41 44 390 11 60
g.enn@trubenzollikon.ch

**HOTELLERIE“
GASTRONOMIE VERLAG**

Der Hotellerie "Gastronomie Verlag ist ein Unternehmen der Hotel & Gastro Union und der führende Fachverlag im Schweizer Gastgewerbe. Das Produktportfolio des Verlags umfasst eine Wochenzeitung sowie diverse Fachzeitschriften.

Für das Ressort Gastronomie suchen wir eine/n versierte/n

**FACHJOURNALISTEN/FACHJOURNALISTIN
(80 - 100%)****Ihre Herausforderung**

Als Fachjournalist/-in übernehmen Sie die redaktionelle Verantwortung für Ihre Artikel, und dies von der Ideenfindung über die Recherche bis hin zum digitalen Redaktionssystem WoodWing. Das von Ihnen zu behandelnde Themengebiet ist breit gefasst und umfasst von der Berichterstattung über die Aus- und Weiterentwicklung im Kochberuf bis hin zur Teilnahme an mehrtägigen Pressereisen und Branchenevents (Fachmessen, Gourmet-Festivals, Kundenanlässe etc.) so ziemlich alles, was das Gastgewerbe so attraktiv macht.

Ihr Profil

Wir wenden uns an eine engagierte und interessierte Persönlichkeit mit hoher Sozial-, Kommunikations- und Sprachkompetenz, die sich im lockeren Rahmen wohl fühlt und auch im eleganten Umfeld stilvoller aufzutreten weiss. Sie haben mehrjährige journalistische Berufserfahrung – vorzugsweise in den Bereichen Gastronomie, Hotellerie oder Savoir-vivre. Weiter verfügen Sie über journalistische Neugier, ein gutes Gespür für spannende Fachartikel und eine ausgesprochene Affinität zu den guten und schönen Dingen des Lebens.

Zu Ihren Stärken zählen neben Teamfähigkeit auch Eigeninitiative, Flexibilität und Belastbarkeit. Zudem zeichnen Sie sich durch eine selbständige und sehr gut organisierte Arbeitsweise aus.

Wir bieten

Es erwartet Sie eine vielseitige und ausserordentlich spannende und äusserst facettenreiche Tätigkeit in einem dynamischen Redaktionsteam. Ausserdem bieten wir Ihnen sehr gute Sozialleistungen, sechs Wochen Ferien und einen attraktiven Arbeitsplatz im Zentrum von Luzern.

Stellenantritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Sandra Stadelmann, Leiterin Human Resources, freut sich auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben.



Hotel & Gastro Union
Adligenswilerstrasse 29/22
Postfach 3027
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

21202-8710



Ristorante Accademia del Gusto, Zürich sucht per sofort oder nach Vereinbarung

Koch/Tourant (m/w) 25-35 Jahre und

Service D/I/E (m/w) 25-35 Jahre für unsere südländische, kreative Küche.

Menüs, À-la-carte, Bankette und Partyservice. Also abwechslungsreiche Aufgaben in unserer mediterranen Kulinaria. Eine nicht alltägliche, kreative Karte, sehr individuelle Bankette und einen kleinen Cateringbereich fordern und fördern die Erfahrung, Einsatzwillen und Selbständigkeit, bringen Ihnen neben einer erstklassigen Referenz aber viel Erfreuliches. Teamfähigkeit ist unser Credo.

Geboten wird ein attraktiver, intensiver und ausbaufähiger Arbeitsplatz.

Interessiert? Dann kontaktieren Sie:

Ristorante Accademia del Gusto
Stefano & Mariana Piscopo
Rotwandstrasse 48, 8004 Zürich
Telefon 044 241 62 43
www.accademiadelgusto.ch

21109-8716



**SORELL HOTEL
TAMINA**

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 14 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz, Schaffhausen und St. Gallen über 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben.

Für unser

Sorell Hotel Tamina

Am Platz 3, 7310 Bad Ragaz

suchen wir per sofort einen

Sous-Chef (w/m)**Koch (Chef de Partie) (w/m)****Service-Mitarbeiter/in (Aushilfe)**

Ihre Aufgabe: In der Küche sind Sie für die Zubereitung der saisonalen, lokalen Speisen zuständig, erstellen die Mise en place in Ihrem Aufgabenbereich und tragen die Mitverantwortung bei der Warenannahme und helfen bei der Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien mit. Als Sous-Chef unterstützen Sie den Küchenchef bei der Menüplanung, führen und Schulen die Mitarbeitenden und geben Ihr Wissen mit Freude an die Lernenden weiter.

Im Service betreuen Sie unsere Gäste in der stilvollen Lounge, im Restaurant oder bei Anlässen und Banketten. Sie erstellen die Mise en place und übernehmen Aufräum- und Reinigungsaufgaben.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im entsprechenden Beruf und haben bereits Erfahrung in ähnlicher Funktion gesammelt. Sie sind leistungsbereit, haben hohe Qualitätsansprüche und verfolgen Ihre Ziele konsequent. Zudem sind Sie initiativ, geben Ihr Wissen gerne weiter und sind interessiert, Neues umzusetzen. Als Koch oder Service-Mitarbeiter/in aus Leidenschaft bieten Sie unseren Gästen einen stilvollen Service und tägliche Gaumenfreuden.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

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

Sorell Hotels Switzerland

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

21201-8778

hoteljob.ch

La piattaforma per
l'impiego leader nei
campi dell' industria
alberghiera,
della gastronomia
e del turismo.



Un servizio di hotellerieuisse

**Die Zufriedenheit unserer Gäste ist Ihr Verdienst!**

Sie konnten bereits Erfahrungen in der Hotellerie oder einem Bildungszentrum sammeln, sind versiert in der Reinigung, wissen, wie wichtig ein angenehmes Ambiente ist, und setzen unsere Service-Levels mit viel Engagement um. Dann suchen wir Sie als

Betriebsangestellte/r im Haus-/Zimmerdienst (40%)

im **Armee-Ausbildungszentrum Luzern (AAL)**. Sie wirken in einem lebhaften Betrieb mit militärischen und zivilen Gästen. Sie sind selbstständig für die Reinigung von Unterkünften und weiteren Räumen zuständig.

Mehr Informationen: www.stellen.lu.ch oder im Kantonsblatt vom 16.06.2012.

www.stellen.lu.ch

21175-8706

HOTEL OKTOGON RESTAURANT

Service- und Barmitarbeiter w/m Chef de partie m/w

ab 1. Juli 2012 oder nach Vereinbarung

Unser Stolz: 23 Hotelzimmer,
1 Restaurant, 1 Bar, 1 Smokers
Lounge, 1 Seminarraum, 1 Eventraum

Ihre Leidenschaft: das Verwöhnen
Ihrer Gäste
Kulinarisches: regionale und saisonale
Produkte
Respekt im Umgang mit Lebensmitteln
Teamwork

Wir bieten: ein junges und kollegiales
Team
Offenheit für Ideen und Kreativität
einen modernen und zentral gelegenen
Arbeitsplatz

Wir setzen voraus: eine abgeschlos-
sene Berufsausbildung in Gastronomie
oder Hotellerie (Küche 3 Jahre)
sehr gute Deutsch- und Englischkennt-
nisse
Aufgeschlossenheit, Teamfähigkeit und
Flexibilität
Motivation und Selbstständigkeit

**Auf Ihre Bewerbung per Post oder
E-Mail freuen wir uns.**

Hotel & Restaurant Oktogon
Frau Sandra Koch
Stallikerstrasse 1
8906 Bonstetten
s.koch@hotel-oktogon.ch
www.hotel-oktogon.ch

Die Gastronomiegruppe



Die ZJV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsge-
richtetes 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 ZJV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels,
öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen,
Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die
Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Zur Unterstützung unseres Team im

Henris Inflight Catering

Flugplatzstrasse 59 - 3123 Bern-Belp

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

Betriebsleitung (m/w)

Ihre Aufgabe: Bei dieser interessanten und abwechslungsreichen
Stelle sind Sie für die Führung des gesamten Betriebes zuständig,
unterstützen aktiv das Team bei der Produktion der Speisen in der
kalten Küche, bewirtschaften das Lager, rüsten die Meal- und
Getränketroleys auf und be- sowie entladen die Flugzeuge. Sie
haben die direkte Verantwortung gegenüber Zoll, BAZL sowie den
Sicherheitsbereichen des Flughafens Bern-Belp. Zudem sind Sie die
erste Ansprechperson des Flughafens im Bereich Catering sowie der
Fluggesellschaften und Privatjet Agenturen. Neben der aktiven
Mitarbeit im Tagesgeschäft, erstellen Sie die Arbeitspläne und sind
für die Erledigung der diversen administrativen Arbeiten zuständig.

Ihr Profil: Wir suchen für diese verantwortungsvolle Stelle eine
zuverlässige, schnelle und motivierte Persönlichkeit, die über
Erfahrung im Bereich der Gastronomie sowie im Catering verfügt
und sich von Vorteil im Airlinegeschäft bereits Wissen aneignen
konnte. Sie verfügen über sehr gute Englischkenntnisse in Wort
und Schrift und können sich idealerweise auch auf Französisch
verständigen. Zudem sind Sie im Besitz des Führerscheins der Kat.
B und haben einen sicheren Umgang mit grossen Fahrzeugen (Hi-
loader). Als Führungspersönlichkeit handeln Sie im Interesse der
Unternehmung, wenden unter Arbeits- und Zeitdruck zielführende
Arbeitsmethoden an und bleiben auch bei schwer überschaubaren
Aufgaben arbeits- sowie handlungsfähig. Wesentliche Elemente
und Zusammenhänge erkennen Sie rasch, finden kreative Ansätze
zur Problemlösung und zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft. Die
Arbeitszeiten sind von Montag bis Sonntag an fünf Tagen die
Woche in drei verschiedenen Schichten zwischen 04.30 bis 22.30
Uhr.

Wir bieten: Eine interessante, abwechslungsreiche Aufgabe im
Gastronomiebereich mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie
attraktive und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zjv.ch.

ZJV-Unternehmungen

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

Hotel & Gastro formation

Hotel & Gastro formation, die sozialpartnerschaftlich getra-
gene Bildungsinstitution der Schweizer Gastronomie und
Hotellerie mit Geschäftsstelle und eigenem Berufsbildungs-
zentrum in Weggis, sucht per **1. September 2012** oder nach
Vereinbarung eine/n

Sachbearbeiter/in Verein kauf- männische Grundbildung Hotel- Gastro-Tourismus / HGT (60%)

Ihr Profil

- abgeschlossene KV-Berufslehre mit einigen Jahren Berufser-
fahrung, Abschluss im Bereich KV-HGT (Hotel-Gastro-Touris-
mus) oder einer Hotelfachschule von Vorteil
- Deutsch und Französisch in Wort und Schrift (sehr gute
Kenntnisse in Korrespondenz Deutsch und gute Kenntnisse
in Korrespondenz Französisch)
- sehr gute IT-Anwenderkenntnisse (MSOffice)
- offene, flexible, belastbare, freundliche Persönlichkeit mit
schneller Auffassungsgabe und dienstleistungsorientiertem
Denken und Handeln
- gute Kommunikationskompetenz, sowie selbständige, initia-
tive und schnelle Arbeitsweise, gepaart mit einem guten
Koordinationsvermögen (vernetztes Denken)
- Erfahrung im Bereich Réception oder Backoffice Hotel/Tour-
ismusbüro von Vorteil
- Bereitschaft zur Qualifizierung als Kursleiter/in in der Erwach-
senenbildung (Erfahrung im Kurswesen von Vorteil)

Ihre Aufgaben

- Erledigung der Aufgaben in Deutsch und Französisch
- Kursadministration der überbetrieblichen Kurse
- Kursorganisation und -administration der Schulungen für
Berufsbildner/innen
- Prüfungsorganisation und -administration des Qualifikations-
verfahren der Branche HGT
- Auskünfte allgemeiner Art an Berufsbildner/innen, Lernende,
Referenten/innen und Prüfungsexperten/innen
- Auskünfte im Zusammenhang mit time2learn, DBLAP (natio-
nale Datenbank)
- Adress- und Datenverwaltung, Lizenzbestellungen time-
2learn und Aktualisierung der Homepage der Branche HGT

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Stelle in einem
interessanten und dynamischen Umfeld, individuelle Entwik-
lungsmöglichkeiten sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Ihr nächster Schritt

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen
per E-Mail an Herrn Peter Bründler.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!

| Hotel & Gastro formation | Peter Bründler | Direktionsassistent / HR
| p.brundler@hotelgastro.ch | www.hotelgastro.ch

STELLENVERMITTLUNGEN

Gastro Express



Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in
guten Hotels der **ganzen Schweiz** für
qualifiziertes Hotelpersonal.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz), Fax 061 421 48 11.
www.hotella.ch

SVIZZERA ITALIANA



CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO

www.continentalparkhotel.ch

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

SERVICE Fachangestellte/er

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

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

21006-8714

ANZEIGEN

vente aux enchères

De l'entier contenu de l'Auberge du Golf à 1860 Aigle, Route
d'Evian 39, Suite à cessation d'activité.
Mardi 19 juin 2012 à 14h. Visite dès 13h15

Par l'étude Encheresdogny SA Lausanne

Agencement de cuisine (5 ans
d'âge max), bar et restaurant:
four lenox, piano système à induction,
cave à vin climatisée vitrée
pour 2500 bouteilles.



Auberge du Golf

www.encheresdogny.ch

Rens.: 079 607 41 07 Conditions de vente: échute 18.5% + TVA
sur l'adjudication et la commission.

21006-8714



Wir bringen Lebensmittel dorthin, wo sie fehlen.

In der Schweiz werden pro Jahr 250 Millionen Kilogramm einwandfreie, aber nicht mehr verkäufliche
Lebensmittel vernichtet. Als führende Schweizer Lebensmittelhilfe sammeln und verteilen wir diese
Nahrungsmittel kontrolliert an nachweislich armutsbetroffene Menschen:
professionell, effizient und sozial.

Sie können uns dabei helfen:
PC-Konto 87-755887-0

www.tischlein.ch

TISCHLEIN DECK DICH
Lebensmittelhilfe für die Schweiz

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Rezeptionskurs
Professioneller Gästempfang im Hotel

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

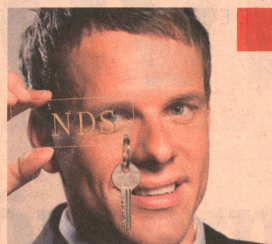
Weitere Informationen
Gastro Suisse
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 · www.gastrouisse.ch

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

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

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

Weitere Informationen
Gastro Suisse
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 · www.gastrouisse.ch



Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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



Für Ihre erfolgreiche Karriere!

Weiterbildungsangebote finden Sie auf www.hoteljob.ch

hoteljob.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

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 Kalin
Tel. 041 418 24 48
nicole.kalin@hotmail-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 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/
immobilien aufgeschaltet. 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

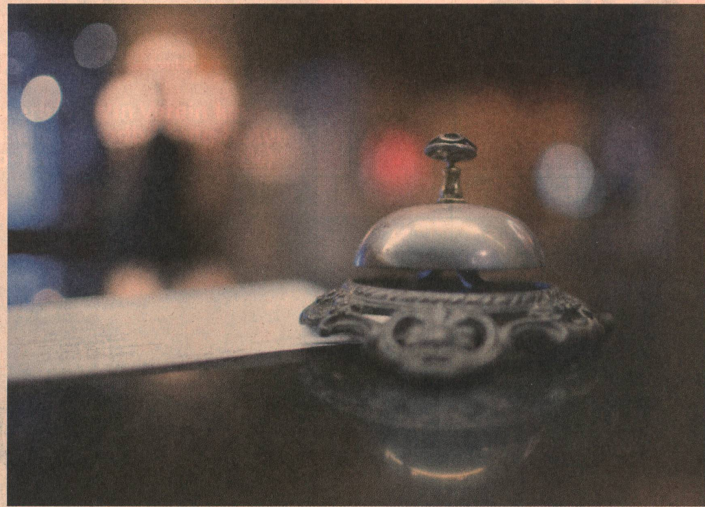
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

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 Re-
daktion. 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



KEYSTONE

WERTSCHÖPFUNG IN DER HOTELLERIE

Über Wertschöpfung wird viel geschrieben, doch versteht man sie auch zu nutzen und differenziert zu betrachten?

Wertschöpfung ist die Differenz zwischen Vorleistung und Weiterverkauf. Das bedeutet z. B. in der Gastronomie zwischen dem Wareneinkauf und dem Verkauf von Food-&-Beverage-Leistung. Dazwischen liegt der Prozess der Leistungserstellung, welcher aus dem Einsatz der Firmenressourcen (Personal und Gerätschaften) und Fähigkeiten besteht. Die häufig kommunizierte volkswirtschaftliche Betrachtung der Wertschöpfung lässt den Gewinn ausser Acht. Hier ist entscheidend, wie viel Wertschöpfung in der Region oder einer anderen Marktgrösse geleistet wird als Leistungsmaßstab für die Gesellschaft. Für ein betriebswirtschaftlich und grundsätzlich gewinnorientiertes Unternehmen stellt sich jedoch eine andere Frage. Müssen alle meine heutigen Leistungen von mir erstellt werden, bei welchen Tätigkeiten schreibe ich Gewinn, wo Verlust und welche Tätigkeiten sind von strategischer Bedeutung für mein Geschäftsfeld? Auf veränderte Wertschöpfungsmanöver, also die Auslagerung

einzelner Schritte der Service- respektive Wertkette, trifft man heute überall: Personalrestaurants werden an spezialisierte Unternehmen ausgelagert, Sportartikelhersteller wie Reebok konzentrieren sich auf Produktentwicklung und Marketing und haben z. B. die Produktion schon längst an Subunternehmen vergeben. Franchising einer Hotelkette ist zumindest eine Teilauslagerung von Verkauf und Marketing und letztlich sind auch Convenience Produkte nichts anderes als die Auslagerung von Arbeitsschritten.

Die Hotellerie ist ein klassischer Integrator, welcher die Wertkette grösstenteils unter eigener Kontrolle hält. Eine detaillierte Wertschöpfungsanalyse besteht aus mehreren systematischen Schritten. Betrachten Sie die Branchenwertkette (z. B. Produktentwicklung, Sales & Marketing, Reservation, Wareneingang, Check-in, Leistungserstellung, Check-out und Instandhaltung) und vergleichen Sie diese mit Ihrer eigenen sowie der Ihrer Mitbewerber. Wieso soll ein Unternehmen die ganze Servicekette unter sich halten, wenn ein anderes Unternehmen sich

auf weniger Schritte konzentriert und trotzdem einen höheren Gewinn erzielt? Sicher – es gibt Argumente, die Kontrolle über gewisse Wertkettschritte zu behalten. Die Auslagerung von Teilbereichen ist in der Hotellerie noch eher selten. In anderen Branchen jedoch häufig anzutreffen. Die Analyse teilt die Erfolgsrechnung auf die Wertkette auf und betrachtet den Aufwand sowie Gewinn für jeden einzelnen Schritt. Zudem wird jeder Schritt nach strategischer Bedeutung für das eigene Geschäftsmodell sowie die Erfolgs- und Kostentreiberfaktoren ermittelt. Wertkettschritte mit hoher Wertschöpfung, jedoch tiefem Gewinn oder sogar Verlust sowie tiefer strategischer Bedeutung sollten hinterfragt werden. Oft macht bereits ein Teilauslagerung oder die Kooperation mit anderen Unternehmen Sinn – gerade für eine Branche mit hohen Schwankungen und Fixkostenanteil.



Daniel Renggli
Partner, Kohl & Partner
daniel.renggli@kohl-int.ch

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

Samoeng, Chiang Mai (Nord-Thailand)

Zu verkaufen sehr schönes

Resort

mit 4 Luxus-Villen, dazu Garten und Grünfläche, total 3800 m². Anliegend 16 000 m² Bauland, Preis Resort Fr. 700 000.–, Preis Bauland Fr. 170 000.–.

Für weitere Informationen und Bilder:
Frau S. Jäger, Telefon 091 943 19 85
E-Mail: hotel-gloria@bluewin.ch

21188-8776

FRAUENFELD

Bekanntes Spezialitätenrestaurant zu verpachten.

Ein komplett eingerichtetes und gut frequentiertes Restaurant der gehobenen Gastronomie wird frei.

Der Betrieb wird jetzt als italienisches Restaurant geführt. Die Lokalität kann sowohl in dieser Art als auch in einer anderen Landesküche weitergeführt werden. Wichtig ist, dass es sich dabei um Gastronomie der speziellen Art handelt.

Anzahl der Plätze: 35, mit kleiner Apérobar. Ausreichend Parkplätze vorhanden. Gross- und Kleinvorrat zur Nutzung vorhanden und in der Pacht inbegriffen.

Ein weiterer Ausbau ist möglich und denkbar.

Es sollen sich bitte nur ausgewiesene Fachleute mit entsprechenden Qualifikationen melden.

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Gert Hubatka, Postfach 2085, 8502 Frauenfeld oder
info@hubatka.com

21189-8762

hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

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

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse.

hotellerieuisse

Swiss Hotel Association

