

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 32

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: 01.07.2025

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

**Milestone 2012**

Der Countdown für innovative Köpfe der Branche läuft: Am 31. August ist Eingabeschluss der Projekte für den im November verliehenen Milestone, den bedeutendsten Tourismuspreis der Schweiz. Alle Infos unter www.htr-milestone.ch

Kürbis

Die Ernte der kilowichtigen Früchte ist bereits im August in vollem Gang. Das zeigt ein Besuch auf einem Hof mit weit über 100 Kürbissorten.

Seite 13

Festivals

«Jeder Ort scheint das Gefühl zu haben, auch noch etwas anbieten zu müssen.»

Seite 5

Martina Rizzi, Geschäftsführerin des Engadin Festivals.



Gian Giovanni

Krux mit dem CO₂

Im Gegensatz zur Gastronomie kann sich die Hotellerie auch ab 2013 von der CO₂-Abgabe befreien lassen. Doch es ändert viel.

THERES LAGLER

Die neue CO₂-Verordnung, die ab 2013 gelten soll, listet alle Branchen, die sich von der CO₂-Abgabe befreien können, explizit auf. Die Hotellerie gehört dazu. Das ist die gute Nachricht. Doch auf ungeteilte Freude stösst die CO₂-Verordnung, deren Anhörung letzte Woche abgelaufen ist, trotzdem nicht. So können sich künftig Unternehmen, die sich zu einer Energiespar-Gruppe zusammen-

schliessen, nur noch von der CO₂-Abgabe befreien lassen, wenn eine juristische Person die Solidarhaftung übernimmt. Diese neue Regelung betrifft über 150 Hoteliers, die bisher in sogenannten Benchmark-Gruppen organisiert waren. Für sie müssen neue Lösungen gefunden werden. Auch die Schweizer Jugendherbergen, die im Bereich Energieeffizienz zu den Pionieren gehören, sind mit der neuen Verordnung nicht zufrieden. Der

Grund: Das neue Regelwerk berücksichtigt nicht, dass die Jugendherbergen in den vergangenen Jahren den CO₂-Ausstoss bereits um 37 Prozent gesenkt haben und schreibt bis 2020 eine weitere Reduktion um fast 10 Prozent vor. Im Gegenzug gibt's nur ein kleines Trostpflaster: Die Einnahmen aus der CO₂-Abgabe fliessen künftig an alle Unternehmen zurück - also auch an die CO₂-befreiten Unternehmen.

Seite 3, 21

Kommentar

Ein letztes Wort über das Wetter: Alibi bringt uns nicht weiter



GERY NIEVERGELT

Der Tourismus-Sommer ist noch nicht vorbei, wohl aber das erste Halbjahr 2012, und die in dieser Woche veröffentlichten Zahlen sind wie erwartet nicht gut, die Einbussen bei den Logiernächten beträchtlich, die Gründe hinlänglich bekannt.

So hörte und las man wieder allenthalben: Es war das wechselhafte Sommerwetter. Es ist der starke Franken. Ja, ja, schon wahr. Aber was nützen derlei «Schulduzuweisungen»? Bringt uns das irgendwie weiter?

«Konzentrieren wir uns voll und ganz auf das, was wir verändern und verbessern können»

Mir scheint enorm wichtig, dass sich unsere Branche mental voll und ganz darauf konzentriert, was sie aktiv verändern und verbessern kann. Das heisst für den Einzelnen, im eigenen Betrieb die Qualität der Dienstleistungen nicht nur zu halten, sondern womöglich noch zu steigern, und dem Preisdruck zu widerstehen. Gemeinsam sind wir zudem gefordert, die Destinationen, Regionen und letztlich das ganze Ferienland Schweiz noch attraktiver zu gestalten, ohne darob den nachhaltigen Landschafts- und Naturschutz zu vernachlässigen.

Das sind grosse Herausforderungen. Was nun das Wetter betrifft, so schlage ich vor, dass wir alle für eine Weile einfach nicht mehr darüber reden. Es findet so oder so statt.

www.htr.ch

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



ANZEIGE

Ein Milliarden-Geschäft

Wichtige Weichenstellungen in Crans-Montana: Innerhalb eines Monats konnte die Walliser Destination gleich mehrere Fortschritte vermelden. Es betrifft zum einen das geplante Luxus-Resort Aminona, für das 650 Millionen Franken budgetiert sind. Das Bundesgericht hat die Baubewilligung für das «Quartier Aminona-Est» erteilt, 15 Chalet-Bauten mit insgesamt 800 Betten. Ebenfalls zugestimmt hat das höchste Schweizer Gericht einem «Wasserpark» am Lac de la Moubra. Die geplante Investitionssumme beträgt hier 50 Millionen Franken. Zudem wird der Gemeinderat von Crans-Montana voraussichtlich noch im August die Baubewilligung für das Projekt von FC-Sion-Präsident Christian Constantin beurteilen. Entstehen soll ein Gebäudekomplex mit einem Hotel. Insgesamt beläuft sich das Investitionsvolumen in der Destination auf über eine Milliarde Franken.

Seite 19



Riesenprojekt auf gutem Weg: Modell Aminona, Crans-Montana.

Andermatt

Sawiris braucht für sein Resort-Projekt Geduld

Gefährdet scheint das Resortprojekt des ägyptischen Investors Samih Sawiris aus dem Verwaltungsrat der Andermatt Swiss Alps AG (ASA) zwar nicht zu sein. Doch von Verzögerungen bei der Realisierung ist aufgrund der schwierigen Suche nach Käufern auszugehen.

Seite 2

Spezialisierung

Ab in die klar definierte Mitte – dann weiss der Gast, was er hat

Für ein 3-Sterne-Haus ist eine klare Positionierung besonders wichtig. Sie kann verhindern, dass das Hotel in die «tote Mitte» abrutscht. Die Spezialisierungen von hotelieressuisse, wie etwa Familienfreundliche, Business, Design & Lifestyle, zeigen dem Gast, was ihn in einem Hotel erwartet. Mit den thematischen Kampagnen von Schweiz Tourismus steht dem Hotelier ein effi-

zientes Marketinginstrument zur Verfügung.

Im Fokus dieser Ausgabe stehen acht 3-Sterne-Hotels, die sich über eine oder mehrere hotelieressuisse-Spezialisierungen positionieren. Das Hotel Teufelhof in Basel ist gleich mit vier Spezialisierungen im Online-Hotelführer von hotelieressuisse aufgelistet. Seine Spezialisierungen, sagt Gastgeber Ra-

phael Wyniger, seien für ihn sehr wichtig. «Heute reicht es nicht mehr aus, sich über das Grundprodukt «Betten zum Schlafen» zu positionieren. Wir müssen dem Gast einen Zusatznutzen bieten.» Wie viele zusätzliche Logiernächte die Spezialisierungen generieren, lässt sich nicht eruieren. Klar ist: Sie helfen, die Auslastung zu steigern.

Seite 7 bis 11

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotelieressuisse
Swiss Hotel Association
Partner Partner

protel
PROTECH

weitblickend

Taktik, nicht Hickhack.

Wir entwickeln lohnende Finanzstrategien für Sie.

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

Lagerfähig?
fideHotel

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

www.fidehotel.ch

verlässlich

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

SUPRO
Supro Nahrungsmittel AG

Besuchen Sie uns auf der **ZAGG**

09.09. - 12.09.2012
Halle 2 - Stand-Nr. 231

www.supro.ch

Aus der Region

Berner Oberland

Gstaads Bahnen sparen bei den Betriebszeiten

Die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG AG) steht vor weiteren Spar- und Restrukturierungs-Massnahmen. «Die Banken verlangen von uns, dass wir unsere Zahlen und Strukturen in Ordnung bringen», sagt Armon Cantieni, Direktor der BDG AG. Die Geschäftsleitung hat deshalb beim Verwaltungsrat eine Anpassung der Betriebszeiten ab Winter 2012/13 beantragt. Der VR stellte sich hinter den Vorschlag. Die aktuellen finanziellen Ergebnisse der BDG gäben wenig Spielraum für Investitionen. kjv

Zentralschweiz

Star-Einrichter wirkt für das neue Château Gütsch



Alain D. Bollat

Für die neue Inneneinrichtung des Luzerner «Gütsch» konnte die Château Gütsch Immobilien AG Martin Lawrenche Bullard verpflichten. Der bekannte amerikanische Innenarchitekt und -designer arbeitete bereits für Stars wie Elton John und Christina Aguilera. Laut «Neue Luzerner Zeitung» soll die «Gütsch»-Sanierung Ende November abgeschlossen sein; die Betreiber werden nach wie vor gesucht.

Wallis

Zweite Ausgabe des Global Forum Wallis in Leuk

Am 3. November findet im Schloss Leuk das zweite Global Forum Wallis statt. Das Thema: «Grossprojekte als Visionen für das Wallis von morgen?». Es werden bestehende sowie geplante Grossprojekte vorgestellt; in der Schweiz und im Ausland lebende Walliser Persönlichkeiten aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Politik diskutieren deren Auswirkungen bezüglich Wirtschaft, Medienwirksamkeit oder Markenbildung für den Kanton.

Marketingpool Aletsch Arena in AG überführt



ZVG

Auf dem Bettmerhorn wurde die Aletsch Arena AG gegründet. Damit wird der bis dato existierende Marketingpool Aletsch Arena, der im Sinne einer Projektorganisation funktionierte, in eine neue Rechtsform überführt. Man sei organisatorisch und personell auf Grenzen gestossen, so die Verantwortlichen; die Überführung habe man zur weiteren Professionalisierung und Verbesserung beschlossen. Gleichzeitig wird das Budget auf ca. 1,2 Mio. Franken erhöht. sag

Etwas Sand im Getriebe

Die Promotoren des geplanten Resorts in Andermatt kämpfen mit Schwierigkeiten. Von einer Gefährdung des Projekts geht jedoch zurzeit kaum jemand aus.

DANIEL STAMPF

Sind der Austritt des ägyptischen Investors Samih Sawiris aus dem Verwaltungsrat der Andermatt Swiss Alps AG (ASA) und die Übernahme des Präsidiums durch Gerhard Niesslein der Anfang des Endes für das Resort-Projekt in Andermatt? Benno Nager, der von Sommer 2007 bis Frühjahr 2012 für das Sawiris-Projekt in Andermatt engagiert war, wertet den Austritt Sawiris' aus dem ASA-VR nicht so. Da Sawiris VR-Präsident der Orascom, der Muttergesellschaft der ASA ist, ergäben sich keine Probleme. Sawiris müsse nicht bei allen Orascom-Tochtergesellschaften im VR sein. Schliesslich geschehe die Kontrolle über die Orascom. Zurzeit sei Andermatt das wichtigste Projekt von Orascom und werde weiter vorangetrieben. Nager ist heute selbstständiger Berater unter anderem auch für den Zusammenschluss der Skigebiete von Andermatt und Sedrun.

Verzögerungen und «ewige» Baustelle

Auch Christian Laesser, Professor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement an der Uni St. Gallen, sieht keine Gefahr auf Grund des Austritts von Sawiris aus der ASA. Auf dem Weg zur Verwirklichung des Resorts bestünden allerdings noch diverse Hindernisse. Laesser spricht von «grossen Herausforderungen». Dies betreffe die Suche nach Käufern für die Objekte. Ziel sei die Schaffung warmer Betten, doch seien Käufer in der betreffenden Preislage kaum bereit, ihre Besitztümer zu verliern. Und solange nicht verkauft werde, werde auch nicht gebaut. Deshalb kön-

ne es durchaus zu Verzögerungen kommen bzw. sich um eine permanente Baustelle handeln.

Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative sei hingegen für das Andermatt-Projekt kein Problem. Frühere Planungen wie in diesem Fall seien in einem Verordnungsartikel berücksichtigt. Das Projekt könnte sogar begünstigt werden, da an guten Standorten nicht mehr viele neue Objekte gebaut werden können.

Kritik an häufigen personellen Wechseln

Marco Strittmatter, Analyst bei der Zürcher Kantonalbank, hat der Rückzug von Sawiris aus der ASA auch überrascht. Doch auch er will dies nicht überbewerten. Sawiris sei bei Orascom immer noch der starke Mann. Auffallend

«Das Resort-Projekt in Andermatt hat noch viele Hindernisse zu überwinden.»

Christian Laesser
Professor an der Uni St. Gallen

bei ASA sei aber der häufige personelle Wechsel in der Geschäftsleitung und in der Kommunikation. Solche Änderungen würden auch relativ schlecht kommuniziert. Sollte die Orascom-Leitung die Muttergesellschaft aufgeben, würde auch in Andermatt nicht mehr weiter gebaut. Es sei denn, jemand anders übernimmt die Andermatt Swiss Alps und führt das Projekt weiter.

Orascom Aktie kommt nicht vom Fleck

Die an der Schweizer Börse SIX gehandelte Namenaktie der Orascom Development Holding AG, der Muttergesellschaft der Andermatt Swiss Alps AG, befindet sich schon seit Längerem mehr oder weniger auf dem Allzeittief. Den Ausgabepreis von 152 Franken am 14. Mai 2008 hat das Beteiligungspapier nur kurz nach dem Börsengang übertroffen, hat diesen aber nach stetigem Kursrückgang nie mehr annähernd erreicht (siehe Grafik). Bei Redaktionsschluss notierte die Orascom-Aktie mit 14 Franken. Bei der Orascom-Aktie handelt es sich laut Marco Strittmatter, Finanzanalyst bei der Zürcher Kantonalbank, um eine «relativ riskante Story». Das Geschäftsmodell sei durch die Un-

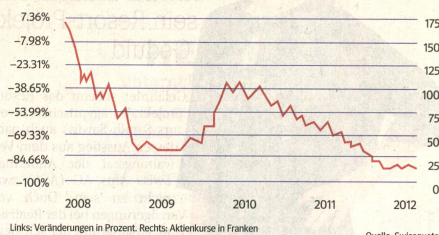
ruhen in Ägypten «etwas durch-einander gebracht worden». Und der Tourismus habe sich noch nicht ganz erholt. Mit dem durch die Hotels generierten Cashflow sollten die Projekte von Orascom finanziert werden, so Strittmatter. Zurzeit zerrinne der Gesellschaft aber das Geld zwischen den Händen. Die Empfehlung der ZKB lautet «marktgewichten» oder «halten». Einen Kauf sollten zum heutigen Zeitpunkt nur Leute wagen, die sich des Risikos allenfalls eines Totalverlusts bewusst sind.

Auch für Patrick Hasenböhler, Finanzanalyst bei der Bank Sarasin, ist die Orascom-Aktie ein «Hochrisikopapier». Sarasin bewertet die Aktie mit «neutral», also der Entwicklung des Gesamtmarktes entsprechend.

Grösster Unsicherheitsfaktor ist laut Hasenböhler die weitere politische Entwicklung in Ägypten. Ein grosses Problem hätte Orascom aufgrund des starken Geldabflusses gehabt, wenn

Mehrheitsaktionär Samih Sawiris nicht per Mitte Januar einen Kredit von 125 Mio. Franken gesprochen sowie – falls nötig – zusätzliche Kredite für 2013 zugesichert hätte. dst

Namenaktie Orascom Development HLD AG



BRIC-Länder lassen Branche hoffen

Die Logiernächtebilanz fällt für das erste Halbjahr 2012 um 3,7 Prozent niedriger aus als im Vorjahr, trotz steigender Nachfrage aus BRIC-Ländern. Sorgen bereitet der Branche der zunehmende Preiskampf.

SABRINA GLANZMANN

Es liegt ein schwieriges erstes Halbjahr 2012 hinter der Schweizer Hotellerie: Die Zahl der Logiernächte kumuliert sich laut Beherbergungsstatistik des Bundesamtes für Statistik (BFS) auf 16,8 Millionen. Das entspricht einer Abnahme von 3,7 Prozent (-643 000 Logiernächte) gegenüber der vergleichbaren Vorjahresperiode. Einbussen mussten insbesondere bei den Gästen aus Europa (-11%) in Kauf genommen werden, allen voran mit einem Minus von 413 000 Logier-

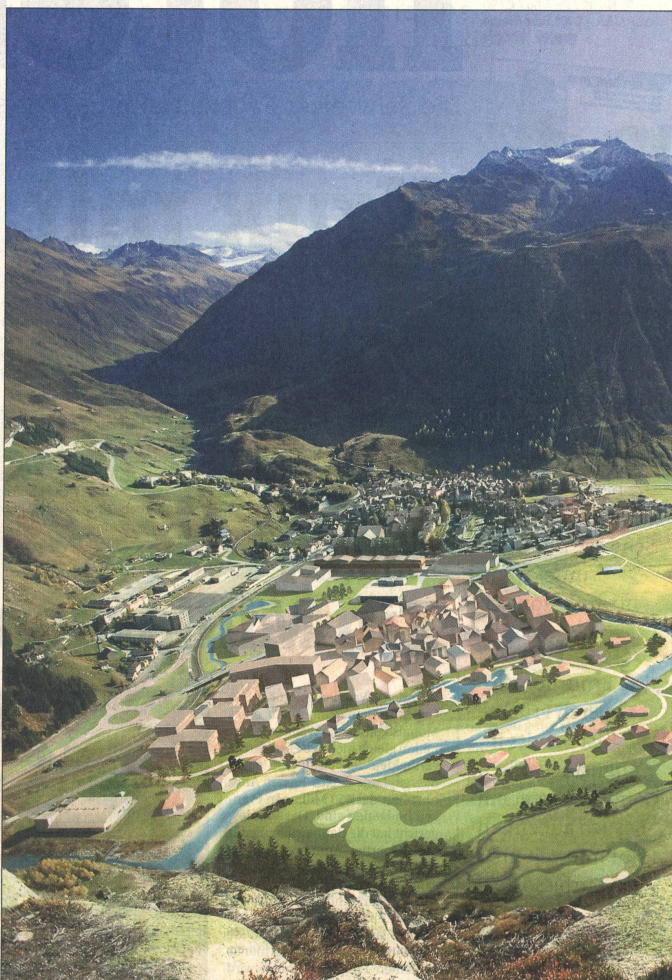
nächten (-15%) im wichtigsten Auslandsmarkt Deutschland. Der Binnenmarkt erwies sich mit 7,5 Mio. Logiernächten als mehrheitlich stabil und verzeichnete einen leichten Rückgang von 0,5 Prozent.

Von den durch die Frankenstärke bedingten Rückgängen waren vor allem die Bergregionen betroffen (-6,4%); in den grossen Städten (+0,5%) sei das Wachstum durch den Spardruck der Firmen abgeschwächt worden, legt hotelleriesuisse in einem

Communiqué dar. Bei den Sternekategorien gab es im ersten Halbjahr 2012 keine Gewinner: Mit einem Minus von 5,4 Prozent wiesen die 3-Sterne-Betriebe den grössten Verlust aus, gefolgt von den 4-Sterne-Betrieben (-4,8%), und den 5-Sterne-Häusern (-0,7%). Laut Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, bereite vor allem der massive Preisdruck Sorgen. Er führe teilweise zu Preisen, die weit unter der Grenze der entsprechenden Hotelkategorie lägen. «Damit verschlechtert sich

zum einen die Ertragslage, zum anderen wird der Referenzpreis auf ein Niveau gesetzt, das nur schwer zu korrigieren sein wird.»

Zuversichtlich stimmt die Branche die weiterhin steigende Nachfrage aus Märkten wie Brasilien, Russland, Indien und China. «Dank kontinuierlicher Aufbauarbeit konnten diese Märkte gegenüber der Vorjahresperiode um 10,8 Prozent zulegen», hält Christoph Juen fest. China wies das stärkste absolute Wachstum aller Herkunftsländer aus (+27%).



Bis zum Endausbau des neuen Resorts in Andermatt sind Verzögerungen wahrscheinlich. ZVG

CO₂-Abgabe. Neue Gesetzesgrundlage. Hotels können sich zwar weiterhin von der CO₂-Abgabe befreien lassen, doch die neue CO₂-Verordnung stösst in der Branche nicht nur auf Gegenliebe.

CO₂-Abgabe: Für Hoteliers ändert einiges

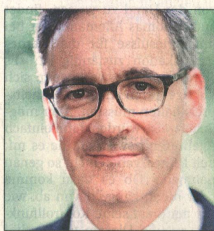
Auch ab 2013 können sich Hotels von der CO₂-Abgabe befreien, aber die Spielregeln ändern: So gibt's Benchmarkgruppen im heutigen Sinn nicht mehr, dafür andere Anreize.

THERES LAGLER

Die Anhörung zur neuen CO₂-Verordnung, die gemeinsam mit dem neuen CO₂-Gesetz im Januar 2013 in Kraft treten soll, ist soeben abgelaufen. Für Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik bei hotelieruisse, steht dabei eines im Vordergrund: «Es ist positiv, dass sich Hotels weiterhin von der CO₂-Abgabe befreien können. Der Bund anerkennt damit, dass die Hotellerie energieintensiv ist.» Die CO₂-Verordnung listet explizit auf, welche Branchen sich ab 2013 von der Abgabe befreien können. Nicht dazu gehört beispielsweise die Gastronomie.

Verordnung gibt drei Modelle zur CO₂-Befreiung vor

Wer sich von der CO₂-Abgabe befreien lässt, muss sich im Ge-



Armin Eberle, Geschäftsführer der Energie-Agentur Enaw.

genzug dazu verpflichtet, seinen CO₂-Ausstoss zu reduzieren. Die Verordnung sieht drei verschiedene Modelle vor:

Individuell festgelegtes Emissionsziel: Hier wird die Menge der Treibhausgase bestimmt, die das Unternehmen bis Ende 2020 höchstens ausstossen darf. Die Reduktion erfolgt linear. Dieses Modell richtet sich eher an mittlere und grosse Betriebe.

Standardmässig festgelegtes Emissionsziel: Unternehmen, die bereits 2008-2012 von der CO₂-Abgabe befreit waren und eine lückenlose Weiterführung wünschen, können dieses Modell beantragen. Es sieht eine rund 10-prozentige Reduktion bis Ende 2020 vor, geht aber gemäss den Schweizer Jugendherbergen zu wenig auf die bisher geleisteten Energiesparmassnahmen ein (siehe Text Jugendherbergen).

Massnahmenbasiertes Verminderungsziel: Unternehmen, die pro Jahr zwischen 100 und 1500 Tonnen CO₂ ausstossen, können dieses Modell beantragen. Hier wird nicht ein absolutes Reduktionsziel vorgegeben, sondern nach wirtschaftlich tragbaren Massnahmen gesucht, die den CO₂-Ausstoss vermindern. Dieses Vorgehen entspricht dem KMU-Modell der Energie-Agentur der Wirtschaft und dürfte sich für Hotelbetriebe wohl fast am besten eignen (siehe Text KMU-Modell).

Die Rechnung, ab wann es sich lohnt, ist wichtig und richtig

«Ein Hotelier, dessen Betrieb 100 Tonnen CO₂ ausstösst, zahlt eine jährliche CO₂-Abgabe von 3600 Franken. Bei unserem KMU-Modell ist er bereits ab 1500 Franken mit dabei», rechnet Armin Eberle, Geschäftsführer der Energie-Agentur der Wirtschaft (Enaw), vor. Der Hotelier müsse aber bereit sein, selber etwas zu tun und zu investieren. «Wir gehen davon aus, dass sich ein Mitmachen für all jene Betriebe lohnt, deren Energiekosten jährlich über 20 000 Franken betragen», führt Eberle weiter aus. Die vorgesehene CO₂-Befreiung beginnt zu erst bei jährlichen ÖK-Kosten von 40 000 Franken, doch der Enaw-Geschäftsführer hat bereits nach möglichen Lösungen für kleinere Betriebe gesucht. «Ich könnte mir gut vorstellen, Betriebe mit ähnlichem Energie-



Bilder zvg

Das Hotel Waldhaus Flims ist befreit von der CO₂-Abgabe. Es hat den Energieverbrauch seit 2003 um über 13% gesenkt.

verbrauch und vergleichbaren Infrastrukturen zu einer Gruppe zusammenzufassen», so Eberle.

Benchmark-Gruppen müssen nach neuen Lösungen suchen

Die Krux dabei: Gemäss der neuen CO₂-Verordnung können sich Unternehmen, die sich zu einer Gruppe zusammenschliessen, nur dann von der CO₂-Abgabe befreien, wenn eine juristische Person die Solidarhaftung übernimmt. Das gilt auch für die bestehenden Benchmark-Gruppen Berner Oberland, Bern-Solothurn, Waadtland, Luzern und

Zürich, in denen sich über 150 Hoteliers engagieren, um Energie zu sparen. Eberle könnte sich vorstellen, dass die Regionalverbände diese Funktion übernehmen. hotelieruisse will die Idee gemäss Monika Güntensperger im Laufe des Herbsts noch genauer prüfen. Klar ist: Auf alle, die sich nicht von der CO₂-Abgabe befreien, kommen Mehrkosten zu. Die CO₂-Abgabe soll schrittweise von 36 auf 120 Franken pro Tonne erhöht werden, falls sich abzeichnet, dass die CO₂-Reduktionsziele gesamtschweizerisch verfehlt werden.

«Jugis»: Gute Tat zu wenig belohnt

Die Schweizer Jugendherbergen nehmen bezüglich Energieeffizienz eine Vorreiterrolle ein: Dem trägt die neue CO₂-Verordnung wenig Rechnung. Sie verlangt weiterhin hohe Reduktionsziele.

THERES LAGLER



René Dobler, Schweizer Jugendherbergen.

René Dobler, CEO der Stiftung für Sozialtourismus und Geschäftsführungsmitglied der Jugendherbergen, ist nicht gerade begeistert von der neuen CO₂-Verordnung. «Die Möglichkeit eines standardmässigen

Emissionsziels ist zwar eine gute Idee zur administrativen Effizienzsteigerung. Sie lässt aber viel zu wenig Spielraum für Unternehmen, die bereits mit viel Aufwand freiwillige Massnahmen ergriffen haben.» Konkret: Das standardisierte Reduktionsziel bis 2020 beträgt 10 Prozent und lässt nur Abweichungen von plus oder minus 2 Prozent zu. «Für uns bedeutet dies, dass wir zur bereits erreichten CO₂-Reduktion von 37 Prozent seit dem Jahr 2000 weitere 8 Prozent einsparen müssen», rechnet

Dobler vor. «Dabei gilt es zu bedenken, dass uns mehr und mehr auch die wirtschaftlichen Lösungen ausgehen.» So wurden in etlichen Jugendherbergen die Ölleuchtungen durch CO₂-freie Holzheizungen ersetzt. Der CO₂-Ausstoss in diesen Betrieben betrage null, sei also nicht mehr reduzierbar, so Dobler. Er bedauert, dass CO₂-befreite Unternehmen nicht an ihrem bisherigen Weg festhalten können. Das Bundesamt für Umwelt sende damit unverständliche Signale.

Zahlen und Fakten Vereinbarte Ziele weit übertroffen

Energieverbrauch 2010: 11 240 MWh
Reduktion seit 2000: 23%
Vereinbartes Ziel: 8%

CO₂-Ausstoss 2010: 1531 Tonnen
Reduktion seit 2000: 37%
Vereinbartes Ziel: 8,5%

Quelle: Enaw/Jugendherbergen

KMU-Modell: Ein Praxisbeispiel

Das Hotel Alexander in Zürich macht seit 2010 im KMU-Modell der Energie-Agentur der Wirtschaft mit. Es konnte bereits grosse Einsparungen erzielen.

THERES LAGLER

Den Umbau mit Energiesparmassnahmen koppeln: Das tut Felix Helbling, Direktor des Dreier-Hotels Alexander im Zürcher Niederdorf. Er macht seit 2010 im KMU-Modell der Energie-Agentur der Wirtschaft (Enaw) mit und konnte bereits im ersten Jahr 48 000 kWh Energie einsparen. «Was ich sehr schätze, ist, dass die Enaw-Berater aufzeigen, welche Massnahmen wirtschaftlich tragbar sind und den grössten Effekt

mit dem geringsten Mitteleinsatz aufweisen», erzählt Felix Helbling. Er hat mit dem Enaw eine Leistungsvereinbarung bis 2019 abgeschlossen, die 14 Energiesparmassnahmen auflistet. Einige sind bereits realisiert. So hat allein der Einbau eines neuen Heizkessels Einsparungen von 35 721 kWh gebracht. «Wir haben unterdessen aber auch alle Hotelzimmer und Gänge renoviert und die Beleuchtung auf LED-Basis umgestellt. Da



Neu renoviertes Zimmer im Hotel Alexander in Zürich.

mussten wir teilweise sogar neue Lösungen suchen, da die LED-Leuchten noch nicht für Nasszellen zertifiziert waren», so Helbling. Als Nächstes folgt der Umbau der Réception. Das KMU-Modell eignet sich aber nicht nur für Stadthotels, so macht beispielsweise auch das Wellnesshotel Ferienart in Saas-Fee mit.

Weiterführende Informationen:
www.enaw.ch, www.hotelpower.ch

Aus der Region

Graubünden

In Arosa lernen junge Gäste gratis das Skifahren

Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre sollen nichts mehr für die Skischule bezahlen. Das schrieben die Präsidenten von Tourismus Arosa, hotelieruisse Sektion Arosa und der Gemeinde an Tourismuskreise. Laut dem Schreiben haben die Arosa Bergbahnen AG und Arosa Tourismus bereits 350 000 bzw. 200 000 Franken für die Kosten zugesagt. Weitere Beiträge leisten sollen laut «Südschweiz» die Gemeinde (Fr. 400 000.-), die Hotellerie (Fr. 545 000.-) und die Fewo-Besitzer (Fr. 220 000.-).

St. Moritzer Bahnhof wird zur ÖV-Drehscheibe



zvg

Der Bahnhof von St. Moritz wird zu einem Kopfbahnhof umgebaut. Der Bahnhofsplatz wird umgestaltet. Alle Bahnanlagen werden saniert. Die Rhätische Bahn investiert rund 53 Mio. Franken. Obwohl die Schienen in St. Moritz enden, ist die 108 Jahre alte Station als Durchgangsbahnhof konzipiert. Der Zugang zu den Perrons wird nun von der Seite an das Ende der Gleise verlegt. Auch ein neues Hotel ist auf dem Bahnhofsaareal geplant. kjv

Davos Resorts SA soll Bauprojekt streichen

Die geplanten 140 Zweitwohnungen auf dem Areal des Hotels Derby in Davos seien nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative nicht mehr realisierbar – das bestätigt Landammann Hans Peter Michel gegenüber der «Südschweiz». Die «Derby»-Besitzerin Davos Resorts SA soll ihr Kontingent von mehreren Tausend Quadratmetern Bruttogeschossfläche für andere Bauprojekte nun freigeben. Bis jetzt haben die Eigentümer, deren effektive Namen unbekannt sind, das Projekt noch nicht zurückgezogen. Ende Jahr würde das Kontingent verfallen.

Landeplatz für Helikopter im Flüelatal geplant



zvg

Bei der Talstation der Pischabahn in Davos soll ein Heliport entstehen. Dieses Ziel verfolgt die Churer Swiss Helicopter AG. Der Standort soll auch für touristische Flüge genutzt werden; es gäbe immer wieder Anfragen für Flüge von und nach Davos, so Willi Gredig, VR-Delegierter des Unternehmens in der «Südschweiz». Seitens Gemeinde zeigt sich Landammann Hans Peter Michel zum Projekt skeptisch; ob tatsächlich ein Bedürfnis bestehe, sei noch unklar. sag

Aus der Region

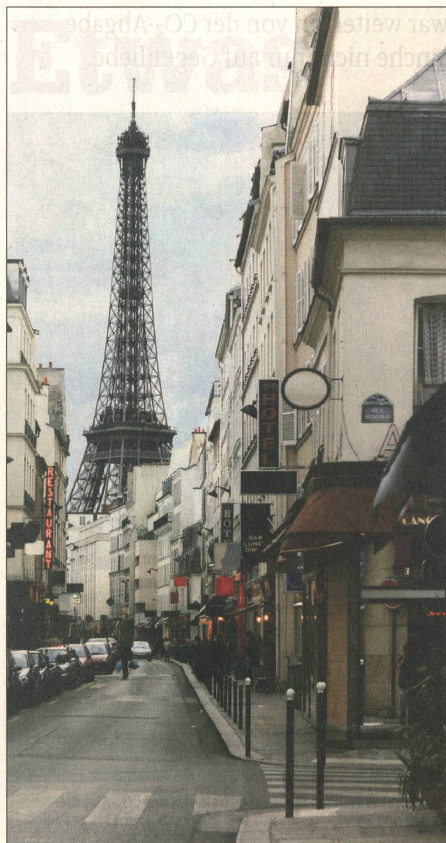
Zürich

Flughafen muss
Parkplatz-Pläne
neu überprüfen

Der Flughafen Zürich kann seine Parkplatz-Erweiterung nicht wie geplant umsetzen: Mit zwei Ausbauprojekten (total 4041 Plätze) ist der Bund nicht einverstanden. Der Flughafen wurde beauftragt, weitere Abklärungen zu treffen. Unter anderem muss er die Standorte der geplanten zwei Anlagen überprüfen. Genehmigt hat das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation hingegen 3059 Parkplätze in der Erweiterung eines Parkhauses und im Neubau eines Parkdecks.

Pilotprojekt für
rollstuhlgerechte
Wanderwege

Im Kanton Zürich sollen weitere Wanderwege so ausgebaut werden, dass sie mit Rollstühlen befahren werden können – einige solche gibt es im Kanton bereits. Diese «hindernisfreien Wanderwege» werden wie Skipisten durch drei Schwierigkeitsstufen (blau, rot, schwarz) gekennzeichnet. Vorgesehen sind im Zürcher Weinland als Pilotprojekt zunächst vier Routen. Das Amt für Verkehr erarbeitete mit Behindertenorganisationen und der Planungsgruppe Zürcher Weinland die Kriterien für den Ausbau. Anhand dieser sollen weitere Routen für solche Wanderwege im Kanton ermittelt werden. sag



In Frankreich werden die Hotels neu durch Private bewertet.

Der Ärger mit
den Sternen

In Frankreich werden Hotelsterne nach neuem System nicht mehr durch den Staat vergeben. Die Reform kommt nur schleppend voran, da sich Hoteliers wehren.

VIRGINIA NOLAN

Frankreichs Hoteliers sind in Aufruhr. Seit gut drei Wochen ist die Reform der Sternevergabe in Betrieb, und es gilt, alle Häuser neu zu klassieren. Neuerdings kostet die Bewertung etwas und obliegt nicht mehr der staatlichen Tourismusagentur Atout France, sondern gut 50 privaten, eigens dafür akkreditierten Betrieben. Erst 8000 der total 20'000 Hotels im Land verfügen über eine nach reformierten Kriterien ausgestellte Sterneplakette, der Rest scheint sich vor dem neuen Prüfverfahren zu drücken, zum Ärger der Behörden, die Bussen androhen.

Während die Hoteliers sich an der Tatsache stossen, dass Sterne

jetzt etwas kosten, liegt für Tourismusbeobachter der Hund anderswo begraben: Viele glauben, dass sich die 50 Bewertungsagenturen eine Diskontschlacht liefern werden, und die Oberhand haben wird, wer zum kleinsten Preis die meisten Sterne vergibt.

Staat müsste die Agenturen kontrollieren

Diese Befürchtung sei nicht von der Hand zu weisen, findet auch Thomas Allemann, der bei hotelleriesuisse für die Sterneklassifikation zuständig ist: «Es wäre wünschenswert, wenn sich die Agenturen an einen Einheitspreis halten müssten. Aber möglicherweise würden dann einfach Agenturen bevorzugt, die es mit den Prüfvorgaben nicht so genau nehmen.» Ob es dazu komme oder nicht, hänge davon ab, wie gut der Staat seine Kontrollfunktion ausübe. Diesem zufolge sind Kosteneinsparungen der Grund für das neue System, aber auch die angestrebte Anpassung an internationale Kriterien. Aus diesem Grund ergänzte das Land 2009 seine Hotelbewertungsskala um den fünften Stern.

Frankreich ist bis anhin nicht Mitglied von Hotelstars Union, einem unter Federführung von hotelleriesuisse, deutschen und österreichischen Branchenver-

tretern entstandenen Zusammenschluss, der Hotelklassifikationssysteme in Europa harmonisieren will.

Erneutes Treffen von Hotelstars Union und Frankreich

Mittlerweile wird der standardisierte Kriterienkatalog mit einheitlichem Vollzug in 10 EU-Staaten und der Schweiz angewendet. Zwischen Hotelstars Union und den Franzosen sei am 19. September erneut ein Treffen geplant, so Allemann. «In vielen Punkten liegen unsere Sternekriterien nahe beieinander. Unterschiede gibt es aber im Niedrigpreissegment.» Hotelstars Union verlangt auch im Einsternbereich pro Zimmer eine Nasszelle, in Frankreich kann eine fehlende Dusche mit Fernseher oder Internet kompensiert werden. «Auch müssten die Sternekriterien für jeden Gast einsehbar, transparent sein», so Allemann. Komme dazu, dass die französischen Prüfer einen etwas einseitigen Fokus auf Infrastrukturkriterien hätten, dafür ungenügend auf Gästebewertungen eingingen. Trotzdem ist er optimistisch, dass die Harmonisierung dereinst auch bei unseren Nachbarn greifen wird. «Ihr Wille nach einer Zusammenarbeit ist da, und die Differenzen sind überwindbar.»

Wie weiter im Schweizer Tourismus?

Ein Podiumsgespräch der htr hotel revue

11. September 2012, 17.00 Uhr im Jugendforum der ZAGG, Luzern

Einstiegsreferat: Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse

Podium: Dr. Monika Bandi, Leiterin Forschungsstelle Tourismus, Universität Bern
Ariane Ehrat, CEO Destination Engadin St. Moritz
Adrian K. Müller, Gastgeber und Mitbesitzer Romantik Hotel Stern, Chur
Peter Rothenbühler, Publizist Tamedia
Marco Russi, Vice President Global Hotel Sourcing
Kuoni Management Global Travel Service
Hans Stöckli, Ständerat und Präsident der Tourismusdestination
«Jura-Drei-Seen-Land»

Gesprächsleitung: Gery Nievergelt, Chefredaktor htr hotel revue

Anschliessend laden wir Sie ein zu einem Apéro mit besonderen Leckerbissen, zubereitet von Thomas Bissegger und seinem Team.

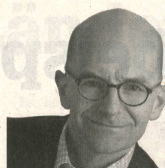
Die Teilnahme inkl. Eintritt ZAGG ist kostenlos. Die Plätze sind beschränkt. Bitte melden Sie sich bis spätestens am 30. August an unter redaktion@htr.ch. Die Anmeldung wird bestätigt.



Dr. Monika Bandi



Ariane Ehrat



Adrian K. Müller



Peter Rothenbühler



Marco Russi



Hans Stöckli

Der Anlass wird unterstützt von:



htr hotel revue

htr hotel revue | Monbijoustrasse 130 | 3001 Bern | redaktion@htr.ch | www.htr.ch

Auf neue Orte angewiesen

Martina Rizzi ist erstmals Geschäftsführerin des BSI Engadin Festivals. Die frühere Hôtelière zu ihren Herausforderungen beim Organisieren eines Klassik-Events.

DANIEL STAMPFLI

Martina Rizzi, weshalb haben Sie den Schritt von der Hôtelière hin zur Geschäftsführerin eines Klassik-Festivals vollzogen?

Ich war mit Leib und Seele während 15 Jahren in der Hotellerie tätig. Aus familiären Gründen habe ich mich vor zwei Jahren dazu entschlossen, nicht mehr in diesem Metier zu arbeiten. Zu dieser Zeit wurde ich angefragt, das Engadin Festival zu übernehmen. Dabei kam mir entgegen, dass ich den Intendanten Jan Schultz schon kannte.

Wo genau liegt die Herausforderung beim neuen Job?

Die Hauptherausforderung ist die Finanzierung. Das Festival wird von Sponsoren sowie der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, dem Kanton Graubünden und den beteiligten Gemeinden finanziert. Dies zu koordinieren, erfordert einige Arbeit. Dies ist auch bei der Organisation der Lokaltäten der Fall. Es laufen bei mir sehr viele Fäden zusammen.

Wie eng arbeiten Sie mit dem Intendanten Jan Schultz zusammen?

Wir arbeiten sehr eng zusammen, in einer Art Symbiose. Über alles tauschen wir uns aus.

«Bei der Übernahme war für mich klar, dass die Strategie und die Ausrichtung geändert werden müssen.»

Martina Rizzi
Geschäftsführerin Engadin Festival

Können Sie auf die Programm-Gestaltung direkt Einfluss nehmen?

Wir haben eine klare Arbeitsteilung. Jedoch nehmen wir beide voneinander Wünsche oder Vorschläge an.

Wird sich das Festival nun unter Ihrer Leitung in eine andere Richtung entwickeln?

Ja. Bei der Übernahme war für mich klar, dass die Strategie und die Ausrichtung geändert werden müssen. Dies haben wir in den letzten sechs Monaten geschafft. Neu dauert das Festival nicht mehr während sechs Wochen im Sommer, sondern konzentriert während zehn Tagen im August. Eine Neuerung ist zudem, dass es auch im Winter stattfindet. Vom Programm her fokussieren wir uns auf Klassik auf Weltklasseniveau. Zuvor war es eine Art Gemischtwarenladen mit Klassik, Pop, Jazz, Ländler- und Weltmusik.

Kann denn das Engadin Festival neben dem grossen und sehr renommierten Lucerne Festival bestehen?

Durchaus. Bei uns finden die Konzerte in einer speziellen, intimen Atmosphäre statt und nicht in einem grossen Konzertsaal. Etwa in der Kirche in Vex mit bloss 50 Plätzen. Dahin kommt man nur zu Fuss oder mit der Pferdekutsche. Speziell ist auch ein Dinner oder ein Apéro riche zusammen mit den Künstlern.

Werden Sie auch neue Konzertsorte suchen?

Ja. Wir haben unsere Gäste aufgerufen, uns interessante Ideen für neue Örtlichkeiten zu liefern. Gerade im Winter werden wir auf neue Orte

angewiesen sein, da Kirchen meist nicht geheizt sind.

St. Moritz hat verschiedene Projekte in der Pipeline. Stichworte sind etwa ein Hallenbad, ein neuer Bahnhof und ein Kongresszentrum. Wird das BSI Engadin Festival davon profitieren können?

Auf jeden Fall. Betreffend Hallenbad sind Gespräche im Gange, ob sich nicht ein Eröffnungsereignis organisieren liesse. Der Name Engadin Festival ist in der Region sehr gut bekannt und wir verstehen uns als Botschafter für das Engadin. Entsprechend werden wir von der Destination finanziell und ideell unterstützt. So ist es klar, dass man sich bündelnde Synergien nutzt.

Wie wichtig sind kulturelle Veranstaltungen ganz

generell für den Tourismus in der Schweiz?

Meiner Ansicht nach sehr wichtig. Gerade während der Sommersaison ist das Angebot entscheidend. Es besteht allerdings die Gefahr zu meinen, alles anbieten zu müssen. Da gilt es aufzupassen, dass sich die einzelnen Events nicht gegenseitig konkurrenzieren. Unser Angebot an Klassik bietet sich sowohl für die Gäste des Engadins an als auch für die Menschen, die hier leben.

Gibt es nicht einen Overkill an Festivals – nicht nur klassischen – in der Schweiz?

Leider gibt es zweifelsohne ein Überangebot. Jeder Ort scheint das Gefühl zu haben, auch noch etwas anbieten zu müssen.

Offenbar ist die Nachfrage für alle Angebote genügend gross.

Die Frage ist nur, wie lange dies funktioniert und wie sicher die Finanzierung ist. Viele Festivals haben diesbezüglich Schwierigkeiten. Es ist heute nicht einfach, von Sponsoren oder der öffentlichen Hand Gelder zu erhalten.

Martina Rizzi ist Geschäftsführerin des Engadin Festivals.

Gian Giovanoli

Standpunkt

Wie bitte? Kein Free Wi-Fi?! Es ist höchste Zeit dafür.



JÖRG SCHMID*

Ich habe einen Traum: Ich komme ins Hotel, und ich bin drin: im Netz! Schnell, unkompliziert – und vor allem: gratis. Free Wi-Fi ist ein De-facto-Standard, dessen Erfüllung Gäste, allesamt moderne Nomaden, heute voraussetzen. Doch weit gefehlt. Meistens muss man mühsam an der Rezeption einen Dial-in-Code beantragen. Oder man verbindet sich im Zimmer hoffnungsvoll mit dem WLAN – nur leider ist es rasch aus mit der grenzenlosen Freiheit des

«Free Wi-Fi ist ein De-facto-Standard, dessen Erfüllung Gäste heute voraussetzen.»

World Wide Web. 24 Franken für 24 Stunden sind gang und gäbe. Da vergeht einem die Freude am Surfen – und Reisen.

In einem Land, das für höchste Ferien-Qualität steht, sind solche Extratouren nicht opportun. Ich fordere deshalb klipp und klar: Free Wi-Fi für alle Gäste in allen Schweizer Hotels und Restaurants – das ist ein Gebot der Stunde. Umso mehr, als Swisscom als führender Provider die Schweizer Hoteliere mit hochleistungsstarker Infrastruktur ausgestattet hat, notabene viel früher als unsere Mitbewerber. Diesen Vorsprung haben wir längst preisgeben müssen. Und ebenso drohen wir den Kredit bei den Gästen zu verspielen. Die Schweiz bewegt sich leider nur im Mittelfeld, wenn es um Free Wi-Fi im Hotel- und Gastgewerbe geht.

Selbstverständlich muss jemand die Zeche auch zahlen. Und natürlich müssen Hoteller nicht auch noch diese Bürde auf sich nehmen – gerade in Zeiten, wo die Margen schwinden. Free Wi-Fi muss in den Zimmertarif rein. Psychologisch gesehen gibt's nichts Klügeres, als dem Kunden eine Gratis-Dienstleistung zu offerieren. Zusätzlich, einfach so. Da sagt niemand Nein. Ich behaupte: Der Schaden, Wi-Fi nicht zum Package zu zählen, ist viel grösser als der minimale Aufschlag, den die Gäste in Kauf nehmen müssen.

Und so erträume ich mir ein Reiseland Schweiz, das als erstes weltweit Free Wi-Fi in sämtlichen Hotelbetrieben, in der Bar, im Tagungsraum, im Spa anbietet. Und wenn dann Free Public Wi-Fi auf öffentlichen Plätzen, Flughäfen, Bahnhöfen auch mit dabei ist, umso besser. Es ist höchste Zeit: für Free Wi-Fi!

*Jörg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus.

Engadin Festival Neue Leitung sorgt für neue Ausrichtung

Die Bündnerin **Martina Rizzi** (38) ist seit Anfang 2012 Geschäftsführerin des BSI Engadin Festivals. Sie ist verantwortlich dafür, dass der Klassik-Event in Form einer zeitlichen Fokussierung strategisch neu umgesetzt wird. Vor der Übernahme des Engadin Festivals war Martina Rizzi während acht Jahren als Event- und Kongressmanagerin im Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa tätig. Davor besuchte sie die Hotelfachschule in Luzern und arbeitete im Hotel Cresta Palace in Celerina als Réceptionistin.

Das BSI Engadin Festival in St. Moritz, das 2008 aus den

Engadiner Konzertsamstagen hervorging, findet in diesem Jahr zum 72. Mal statt, vom 2. bis zum 12. August. Seit 2008 ist Jan Schultz Intendant und künstlerischer Leiter des Festivals. Erstmals bietet das Festival-Programm dieses Jahr täglich ein Konzerterlebnis von Weltklasse.

Zu den ausgewählten Konzertsamstagen mit begrenzter Platzzahl gehören romantische Bergkirchen und Säle mehrerer Hotels. Zu den Höhepunkten gehören Jordi Savall, der Doyen der Alten Musik, der Meister der Harfe Xavier de Maistre, Albrecht Mayer, Solo-Oboist der Berliner Philharmoniker und das Weltklasse-



Auch in der Kirche San Gian in Celerina gibt es Konzerte.

trio Sol Gabetta, Patricia Kopatchinskaja, Khatia Buniatishvili. Jan Schultz wird da-

bei selbst als Dirigent des Konzertes mit dem Prager Kammerorchester und Vesselina Kasarova in Erscheinung treten.

Die Geschichte des Engadin Festivals geht auf den 23. Juli 1941 zurück, als das Winterthurer Streichquartett in der Bergkirche im Val Fex zum ersten Takt der neuen Sommerkonzerte im Engadin setzte. Diese Konzertsamstagen gehen auf die Initiative von Ernst Schulthess, damaliger Pfarrer von Silvaplana, zurück. Laut den Organisatoren gehört das Engadin Festival zu den ältesten Musikfestivals der Schweiz. Noch älter ist das Lucerne Festival. dst

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



«Es braucht Negativzinsen für Geld aus dem Ausland. Sie müssten in die touristische Infrastruktur investiert werden.»

Art Furrer: Hoteller. Gelesen in der «Schweizer Illustrierten».

Sonnige 400-Meter-Tafel



Der mehr als 400 Meter lange Tisch der «Tavolata» bot Spezialitäten renommierter Köche von St. Moritz.

Der lange Tisch der «Tavolata» in St. Moritz brachte Einheimische und Gäste zum Debattieren und Geniessen zusammen.

KARL JOSEF VERDING

Ein ganzes Wochenende lang, mitten in der Fussgängerzone von St. Moritz Dorf, brachte «La Tavolata» alle Generationen an einen Tisch. Es wurde gelacht, diskutiert, sinniert, philosophiert, gestritten, gesungen, getanzt, gegessen und getrunken.

Für die Kulinarik am grossen Tisch sorgten die Hotels Badrutt's Palace, Crystal, Kulm, Monopol, Stefani, Schweizerhof sowie die Confi-

serien Hauser und Hanselmann, die Mathis Food Affairs, der Dracula Club und das Restaurant Posthaus. Als Gast des kochenden Ensembles agierte Jacky Donatz aus Zürich, Sterne-Koch des renommierten Restaurants «Sonnenberg».

Zum «Tavolata Jam» am Samstagabend spielten auf vier sehr speziellen Bühnen nationale und internationale Acts auf. Köche auf die Strasse – Musiker in die Küche: Eine Delikatesse des «Tavolata Jam» war die Session mit dem Pius Baumgartner Jazz'n' Swing Trio in der 5-Sterne-Hotellküche von Badrutt's Palace.

Thomas Kriemler von der Wäsche-Boutique «Kriemler, fine things to wear» ist Vizepräsident des Dorfvereins St. Moritz, der «La Tavolata» organisiert. Gemäss seiner Beobachtung hat sich die Erwartung erfüllt, dass der lange Tisch «eine Plattform für Begegnungen zwischen Einheimischen und Gästen, zwischen Prominenz und Saisonangestellten bildet».



Tafelmusik neuer Art: Pius Baumgartner Jazz'n' Swing Trio in der Küche des Badrutt's Palace Hotel.



OK-Mitglieder Marc Kilchenmann (Catering), Hotel Crystal, und Andreas Mutschler, Confiserie Hanselmann.



Musikalischer Leiter der «Tavolata»: Stefano Bollmann, Projektbearbeiter Sport und Kultur beim Kurverein.

Sesselrücken

Veränderungen an der Spitze von Visit Vals

Die GV der Valscher Tourismusorganisation wählte **Martin Loretz** (Bild), vom Web-Unternehmen Loretznet.com, mit 71 Stimmen



ZVG

zum Präsidenten. Der zurückgetretene und sich nicht offiziell zur Wahl stellende **Thomas Meier** erhielt 45 Stimmen. Geschäftsführer **Adrian Vieli** gab seine Kündigung per Ende Jahr bekannt. In der von Visit Vals herausgegebenen Gäste- und Dorfzeitschrift «Tschifera» hatte der Autor **Peter Schmid** eine Chronik der Ereignisse rund um den Verkauf der Hotel und Thermalbad Vals AG an **Remo Stoffel** publiziert.

Mövenpick: Senior Vice President Human Resources

Der Brite **Craig Cochrane** ist neuer Senior Vice President Human Resources der Mövenpick Hotels & Resorts. Er verantwortet weltweit Personalwesen und Personalentwicklung. Zuvor leitete er das Personalwesen der Jumeirah Group in Dubai und in Shanghai.

Marketing- und Projektmanager Jungfrau Region

Seit dem 2. August ist **Stephan Römer** Marketing- und Projektmanager der Jungfrau Region Marketing AG. Er folgt auf **Ursula Mühlemann**, die eine Stelle als Direktionsassistentin bei Interlaken Tourismus angetreten hat. Der als Polygraf ausgebildete Stephan Römer arbeitete nach Abschluss der Tourismusfachschule Bellinzona 2010 in der Marketingabteilung von Andermatt-Uriemtal Tourismus. Nun kann er sein polygrafisches Talent mit seiner Tourismus-Leidenschaft verbinden.

Goosmann zum CEO von Kuoni Schweiz ernannt

Thomas Goosmann übernimmt per sofort als CEO von Kuoni Schweiz die Führung der Schweizer Einheit innerhalb der Division Outbound Europe. Vorgänger **Leif Vase Larsen** ist nun in der Konzernleitung für die Division Outbound Europe verantwortlich. **Marianne Häuptli**, Leiterin Sales & Operations von Kuoni Schweiz, verlässt das Unternehmen. Goosmann übernimmt interimistisch diesen Bereich. Er war seit Oktober 2011 Leiter der Einheit Southern Europe & Benelux in der neuen Division Outbound Europe gewesen.

Pascal Schmutz wird Küchenchef im «Epoca» Flims

Pascal Schmutz (28), Chef de Cuisine im «Bam Bou» Luzern, ist ab 1. Dezember Küchenchef im Gourmetrestaurant Epoca des Waldhaus Flims. Gault Millau verlieh ihm 2011 seine ersten 15 Punkte und den Titel «Entdeckung des Jahres Deutschschweiz». Er folgt auf **Sandro Steingruber**, der sich nach 11 Jahren einem neuen Projekt widmen will. kjv

Jungfraubahn-Jubel

Auf dem Jungfrauojoch gratulierten Bundesrätin Doris Leuthard und rund 180 weitere geladene Gäste der Jungfraubahn am 1. August zu ihrem 100-Jahre-Jubiläum.

KARL JOSEF VERDING

«Den Pioniergeist haben wir nicht verloren, nur macht es uns oft Mühe zu entscheiden, Neues zu wagen», sagte Bundesrätin Doris Leuthard in ihrer Ansprache anerkennend über den Bau der Jungfraubahn. Am 1. August 1912 war die höchstgelegene Bahnstation Europas eröffnet worden. Jungfraubahn-CEO Urs Kessler will die Kapazität der Fahrten auf Jungfraujoch bis 2022 mit schnelleren Zügen und kürzerer Reisezeit von 5000 auf 6000 Besucher täglich steigern.

Von der Station Grindelwald Grund bei rund 30 Grad im Schatten bis in die Eisgrotte auf dem Jungfraujoch reichte die Temperaturskala auf dem Weg der Gäste am Jubiläumstag.

Seinen krönenden Abschluss erreichte das Jubiläum mit einem Feuerwerk. In den Nordwänden der Berge Eiger und Mönch leuchteten 48 Fackeln fünf Minuten lang auf und illustrierten die Strecke der Jungfraubahn. Die Gäste verfolgten das Spektakel unterhalb der Eigernordwand.



Urs Kessler, CEO Jungfraubahnen, und Bundesrätin Doris Leuthard. ZVG

Vier-Quellen-Weg am Gotthard

Am Sonntag wurde der Vier-Quellen-Weg mit einem grossen Fest auf dem Gotthardpass offiziell eröffnet. Rund 1000 Personen nahmen an der Eröffnungsfest mit Bundesrat Ueli Maurer teil.



(V.l.n.r.): alt Ständeratspräsident Hansheiri Inderkum, Stifterpräsident Vier-Quellen-Weg, Bundesrat Ueli Maurer, Regierungsrat Josef Dittli und Sigrid Fischer-Willa, Briger Stadträtin.

Bundesrat Maurer verband in seiner Ansprache die Begriffe Wurzeln, Werte und Weitsicht mit dem Mythos Gotthard und dem Vier-Quellen-Weg. Alt Ständeratspräsident Hansheiri Inderkum, Präsident der Stiftung Vier-Quellen-Weg, dankte den Initianten Paul Dubacher, den beiden Patronatspartnern Axpo und Christoph Blocher, und den Sponsoren und Gönnern.

Der Weg zu den Quellen der Flüsse Rhein, Reuss, Ticino und Rhone erschliesse die landschaftlichen

Schönheiten des Gotthardraums und gewähre gleichzeitig Einblick in dessen kulturelle Vielfalt. kjv

Über 850 Schafe am Gemmi-Fest zeigten dem Wetter die Schulter

Gute Stimmung am Ufer des Daubensees: Erst nach dem Mittag musste im Hotel weitergefeiert werden.

Der Tag begann mit dem Schäferfrühstück und dem Gottesdienst am Ufer des Daubensees der Gemmi-Hochebene. Dann versammelten sich rund 850 Schafe am See, um das «Glück» – eine Salz-Kleie-Mischung – zu fressen. Sie war durch die Schäfer am frühen Morgen gestreut worden. Das «Glück» wird einmal im Sommer an die Schafe verfüttert. Nach dem Eintreffen der Schafe am Daubensee wurde das Schäferfest aufgrund der wechselhaften Wetterbedingungen im Hotel-Restaurant Wildstrubel auf dem Gemmi-pass fortgesetzt. Dort wurden die Besucher und Schäfer durch die «Hüsmüsi», die «Pipe



Den Schafen wurde auf der Gemmi das «Glück» verfüttert. ZVG

Band Young Rhone» sowie durch Alphornbläser und Fahnenhenschwinger unterhalten. kjv

Es muss doch nicht
alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
protel

Spezialisierung. Das «River House» setzt auf Ökologie Seite 8; Golfer buchen im «Aarau West» Seite 9; Der «Bernerhof» spezialisiert sich auf Wandern Seite 10; Familien fühlen sich wohl im «I Grappoli» Seite 11



Eines der Künstler-Zimmer im 3-Sterne-Superior-Hotel Teufelhof in Basel. Das Konzept passt zur Spezialisierung Design & Lifestyle.

Bilder zvg

Raphael Wyniger, der sein Hotel mit Leidenschaft führt, passt auch seine Mitarbeitenden dem Design & Lifestyle-Konzept an. «Die Mitarbeitenden müssen mit dem Produkt übereinstimmen. Sie dürfen also ruhig etwas flippig daherkommen. Ich habe gar nichts gegen einen tätowierten Nachtportier einzuwenden.» Er achtet bei der Selektion seiner Mitarbeitenden vor allem auf deren Charakter und weniger auf deren Qualifikation, die sich dann in der Praxis stärken lasse. «Sie müssen unser Konzept mittragen und unserem jungen und dynamischen Stil entsprechen.» Er behandle seine Mitarbeitenden grosszügig, fordere und fördere sie. «Wenn sich die Mitarbeitenden im Betrieb wohlfühlen, überträgt sich das auf die Gäste», so Wyniger.

Die Spezialisierungen tragen zur guten Auslastung bei

Die übrigen hotellerieuisse-Spezialisierungen Business, Ausgezeichnete Küche und Unikat sind für den Gastgeber zweitrangig. «Mit der Business-Kategorie richten wir uns auf eine Nachfrage aus. Wir können so den Geschäftskunden kommunizieren, dass wir ihnen einen grossen Arbeitsplatz und kostenloses WLAN bieten können.» Zu den Themen Ausgezeichnete Küche und Design & Lifestyle hat Wyniger Packages geschnürt, weist hier

Die Spezialisierung ist «der Weg zum Ziel»

Die Spezialisierungskategorien von hotellerieuisse ermöglichen Hotels eine klare Positionierung. Das ist gerade auch für 3-Sterne-Hotels wichtig. Beispielhaft: der «Teufelhof» in Basel.

CHRISTINE KÜNZLER

Hotellerieuisse haben die Möglichkeit, sich über eine Spezialisierungskategorie von hotellerieuisse marktgerecht zu positionieren. Voraussetzung für die Spezialisierung ist die Klassifikation in einer Sterne- oder der Swiss-Lodge-Kategorie. Spezialisierungen wie etwa Golf, Ausgezeichnete Küche und Unikat bringen nicht nur dem Hotelier einen Mehrwert, sondern auch dem Gast: Sie vermitteln ihm zusätzliche Hinweise zur Ausrichtung und Infrastruktur des Hotels und können ihn so zur Buchung animieren. Da die Spezialisierungen von externen Auditoren überprüft werden, hat der Gast die Sicherheit, dass er die gewünschte Positionierung in seinem gewählten Hotel denn auch vorfindet. Das bringt dem Hotelier zufriedene Gäste. Marketingmässig profitiert

der Hotelier vom Zugang und von 20 Prozent Rabatt bei den in- und ausländischen Hotelkampagnen von Schweiz Tourismus. Und: auf dem Web-Hotelführer www.swiss-hotels.com kann der Gast sein Hotel gezielt nach der Spezialisierung auswählen.

Die htr hotelrevue stellt in diesem Fokus 3-Sterne-Hotels vor, die auf eine oder mehrere Spezialisierungen setzen. Eines davon ist das 3-Sterne-Superior-Hotel Teufelhof in Basel. Das Hotel ist in vier hotellerieuisse-Spezialisierungen eingeteilt: Design & Lifestyle,

Ausgezeichnete Küche, Business und Unikat. «Wir positionieren uns vor allem über Design & Lifestyle», sagt Gastgeber Raphael Wyniger. Neun von den 33 «Teufelhof»-Zimmern sind Kunstzimmer, begehbare Kunstwerke sozusagen. «Unser Kunstzimmer-Konzept passt optimal zu dieser Spezialisierung.»



«Ich bin ein grosser Verfechter einer klaren Positionierung.»

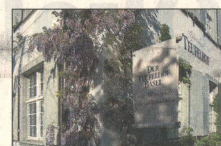
Raphael Wyniger
Gastgeber Hotel Teufelhof

fen – zu positionieren. Wir müssen dem Gast einen Zusatznutzen bie-

ten.» Zudem brauche es gewisse Schwerpunkte, um das Hotel von jenen der Mitbewerber distanzieren zu können.»

Die Mitarbeitenden passen zum Konzept des «Teufelhof»

«Ich bin ein grosser Verfechter einer klaren Positionierung», hält Raphael Wyniger fest. «Sie ist der Weg zum Ziel.» Allerdings reiche es nicht aus, sich nur ein Etikett zu verpassen, «auch der Inhalt muss stimmen». Alle drei bis fünf Jahre werden die Kunstzimmer im «Teufelhof» erneuert, denn um ein Thema glaubhaft vermitteln zu können, müsse investiert werden. Im nächsten Jahr ist es so weit. Wer die Künstler sind, die sich in den «Teufelhof»-Zimmern ausleben dürfen, will der Hoteldirektor noch nicht verraten. Nur so viel: «Es wird schöne Zimmer geben, mit viel Substanz.»



Das Basler Hotel hat insgesamt vier Spezialisierungen.

jedoch nicht explizit auf die Spezialisierung hin.

Wie viele zusätzliche Gäste die thematischen Spezialisierungen effektiv bringen, lasse sich nicht genau feststellen. Die Auslastung des «Teufelhof» liegt jedoch mit 81 Prozent wesentlich über dem Durchschnitt der Basler Hotellerie (rund 60%). «Die Spezialisierungen tragen auf jeden Fall zur guten Auslastung bei.» Die Kampagnen von Schweiz Tourismus zu den einzelnen Spezialisierungen sind für Wyniger eine wertvolle Marketingmassnahme. «Diese Vermarktung ist für uns eine Art Gütesiegel, quasi eine Bestätigung dafür, dass das Etikett der Spezialisierung mit dem Inhalt übereinstimmt; also eine Officialisierung, eine Beweisführung.» Buchungen, vermutet Wyniger, generiere er zudem über den elektronischen Hotelführer von hotellerieuisse, von Gästen, welche die Häuser nach ihrer thematischen Spezialisierung auswählen.

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



HOTELA

WWW.HOTELA.CH

Spezialisierung. Öko. Im «River House» wird Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen gelebt. Deshalb hat sich Hotelier Kevin Obschlager für die hotelleriesuisse-Spezialisierung Öko entschieden.



Früher Wohnhaus und Apotheke, heute 3-Sterne-Hotel mit Öko- und Design-Anspruch: Das River House Boutique Hotel in Andermatt.

in Sachen Nachhaltigkeit. «Wir wollen nicht unbedingt ökologisch bewusste Menschen ansprechen. Die kennen die Zusammenhänge und leben bereits entsprechend.» Vielmehr möchte er mit den ökologischen Fakten jedem Hotelgast das Thema Nachhaltigkeit etwas näher bringen. Manche seiner Entscheidungen für die Umwelt trafen bei den Gästen nicht unbedingt auf Gegenlie-



Handgezimmerter Betten und natürliche Materialien.

be: So fehlt in den Zimmern des gemäss Obschlager «teuersten 3-Sterne-Hotels in Andermatt» sowohl ein Fernseher als auch eine Minibar. «Beides grosse Stromfresser, die zudem dem sozialen Leben in einem Hotel absolut abträglich sind.»

Problem: Buchungsplattformen ohne Spezialisierungskategorie

Mit den beiden Spezialisierungen könne sich das Boutique-Hotel mit alpinem Chic auf den Buchungsplattformen auch gar nicht verkaufen. «Es ist ein Problem, dass es hier keine Kategorien gibt», bemängelt Obschlager. Der Quereinsteiger aus der Filmbranche setzt deshalb auf direkte Medienkontakte und eine gute Positionierung bei Google, um sein seit 2007 geöffnetes Haus international bekannter zu machen. Konkrete Angaben zur aktuellen Auslastung könne er nicht machen, sie sei aber über dem Durchschnitt. Und wie sieht es aus mit den Kosten eines Öko-Hotels? Die Investitionskosten seien klar höher. Die laufenden Kosten schätzt Obschlager allerdings nicht überdurchschnittlich. Die total 500 Stellenprozentage will man künftig noch besser einsetzen, den Restaurantbetrieb unter Umständen redimensionieren. Denn Frankenstärke und Wirtschaftslage gehen auch an dem Öko-Hotel nicht spurlos vorbei.

Ökologie als Standard

Das Öko-Hotel River House in Andermatt ist ein Vorzeigebetrieb in Sachen Nachhaltigkeit. Als Öko-Hotel positionieren will Hotelier Kevin Obschlager das Haus aber nicht.

GUDRUN SCHLENCEK

Die Spezialisierungskategorien waren für die Quereinsteiger Kevin Obschlager und Sarah Keller Obschlager der eigentliche Grund, sich einer Hotelklassifikation zu unterziehen. «Wir sind nur Mitglied bei hotelleriesuisse geworden, um die Auszeichnungen Öko- und Design&Lifestyle-Hotel zu erhalten», konstatiert Kevin Obschlager, der zusammen mit seiner Partnerin das «The River House Boutique Hotel» in Andermatt führt. Insbesondere die Öko-Spezialisierung liegt dem Hotelierspaar am Herzen. «Was wir auch machen, es muss ökologisch sein», so Obschlager. Bereits beim Umbau des ehemaligen Wohnhauses mit Apotheke vor gut fünf Jahren verwendete man vorzugs-

weise Materialien, «die man auch wiederverwenden kann», betont der Hotelier. Allem voran musste das Heizsystem für Obschlager nachhaltig sein: Die Wärme kommt für das Hotel mit seinen acht Doppelzimmern, einer Familiensuite, Restaurant und Bar via Erdsonden aus dem Boden. Alle Zimmerbäder sind mit Wassersparern ausgestattet, und die Hotelwäsche besteht aus 100 Prozent Biobaumwolle. Nicht nur Papier, sondern der gesamte Abfall werde getrennt, ausschliesslich ökologische Reinigungsmittel kommen zum Einsatz und soweit

es die Designansprüche erlauben, setzt man auf Energiesparlampen. Weiter werden Nahrungsmittel möglichst regional oder aus biologischem Landbau eingekauft, Weine aus Übersee sind für Obschlager tabu.

«Ein Hotel muss heute einfach nachhaltig arbeiten.»

Kevin Obschlager
The River House Hotel, Andermatt

Hotel als Botschafter

Damit führt der Hotelier seinen Betrieb wesentlich nachhaltiger, als es die Öko-Spezialisierung von hotelleriesuisse verlangt. Die Kategorie Öko-Hotel schreibt ausser in der Küche wenig Konkretes vor. «Die Spezialisierung ist nur ein Anfang in Richtung mehr Ökologie im

Hotel», meint Obschlager. Für den Hotelier ist nachhaltiges Wirtschaften eine Selbstverständlichkeit. «Ein Hotel muss heute einfach nachhaltig arbeiten. Die Anforderungen der Öko-Spezialisierung sollten Standard sein», fordert Obschlager.

Seine ökologischen Bemühungen möchte Obschlager gar nicht direkt vermarkten. Er verstehe diese eher als seinen Beitrag zur Gesellschaft und das Hotel als Botschafter

Quereinsteiger
Kevin Obschlager.

Nati-Köche führen ein Hotel

Kilian Michlig ist Teamchef und Bruder Fernando Mitglied der Schweizer Kochnationalmannschaft. Ihr Hotel, Restaurant und Catering «Tenne» im Goms führen sie nach dem Motto «luxuriös einfach».

Ausser für «Ausgezeichnete Küche» ist die «Tenne» bei hotelleriesuisse auch als «Wanderhotel» und als «Bike/Velohotel» spezialisiert. Kilian (34-jährig) und Fernando (31) Michlig sind in die Fussstapfen ihrer Eltern getreten und haben sich in der Hotellerie und Gastronomie aus- und weitergebildet. Nach Lern- und Wanderjahren zog es sie 2009 in den elterlichen Betrieb in Reckingen-Glurigen zurück, den sie zu einer AG in ihrem und des Vaters Besitz machten. Und den sie für 300'000

Franken erneuerten und nun leiten. «Die Gäste mit Kleinigkeiten überraschen – und mit dem Luxus einer hervorragenden Küche», so wird gemäss Kilian Michlig dem



Finish für ein Gourmet-Dessert aus der «Tenne»-Küche.

Motto «luxuriös einfach» im 3-Sterne-Haus «Tenne» nachgelebt. Bereits der Vater habe auf marktfrische, saisonale Küche gesetzt. Im Oktober 2012 reisen die Söhne an die Olympiade der Köche in Erfurt. «Momentan wird diesem Ziel viel untergeordnet,

Abwesenheiten gehören dazu», sagt Kilian Michlig. «Wir schaffen es dank der Unterstützung durch meine Eltern Ewald und Caroline und meiner Frau Denise und dem Verständnis der ganzen Mitarbeiter. Man darf sicher sagen, dass unser Betrieb vom Engagement in der Kochnationalmannschaft profitiert.» Kilian, der sich um die Gesamtleitung der «Tenne» und um die Catering-Küche kümmert, ist seit 14 Jahren für die Schweiz an internationalen Wettbewerben aktiv. Inhouse-Küchenchef Fernando ist seit September 2011 Mitglied der Koch-Nati.

Das behutsam lancierte Catering findet Nachfrage im ganzen Wallis und macht 8 bis 10 Prozent vom «Tenne»-Umsatz aus. Der gesamte F&B-Bereich macht 60 Prozent aus, das Logement (14 Zimmer, 30 Betten, eine Suite) 40 Prozent, bei einem Umsatz von insgesamt 1,2 bis 1,3 Mio. Franken des Zwei-Saison-Betriebs. kjv

ANZEIGE

CLASSE 9 XCELSIUS

ONE TOUCH

RANCILIO
coffeeing the World

EGRO
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

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

Spezialisierung. Golf. Im Hotel Aarau West kehren viele Golfer ein. Das hat einen Grund: Das Hotel positioniert sich als Golf-Hotel. Mit diesem Sport generiert das 3-Sterne-Haus auch Tagesgäste.

Dominik Wyss setzt mit seinem Hotel Aarau West in Oberentfelden auf Golfer. Unter ihnen sind auch Tagesgäste, die seinem Restaurant Wertschöpfung bringen.

CHRISTINE KÜNZLER



Der Golfplatz beim Hotel Aarau West. Das Golf-Restaurant wird ebenfalls vom Hotel bewirtschaftet.

«Golf» ist hier der rote Faden

Das 3-Sterne-Hotel Aarau West spezialisiert sich als Hotel für Golfer. «Wir richten uns jedoch auch auf Tennisspieler und Sportler generell aus», erklärt Mitbesitzer Dominik Wyss. Das «Aarau West», das im März 2003 eröffnet worden war, ist Teil der Hotelgruppe Aargauhotels.ch, die ihm und seinem Geschäftspartner Rolf Kaspar gehört (siehe Box). Jährlich finden dort etwa 100 Golfturniere statt. Und dem Golfspieler stehen verschiedene Packages zur Wahl, die er buchen kann.

Wyss, der auch den Aargauer Hotelverein präsidiert, führt mit dem «Aarau West» auch das direkt neben dem Hotel liegende Golfrestaurant mit 120 Innen- und 130 Aussenplätzen, das dem Golf-Club gehört. Bei den Golfturnieren weicht er auch auf die beiden neuen Pavillons aus, in denen Seminare und andere Gäste dinieren können. «Viele Golf-Tagesgäste spielen und essen bei uns. Wir haben aber auch mehrere Geschäftsleute, die bei uns golfen und übernachten, da eine Über-

nachtung in Zürich so viel kostet wie bei uns eine Runde Golf mit Zimmer.» Golfer, sagt er, würden in seinem Restaurant vom einfachen Salat bis zum Rindsfilet alles essen. «Weil wir darauf Rücksicht nehmen, wachsen wir hier erfolgreich.» Was die Spezialisierung generell bringe, sei schwierig zu eruieren. «Sie hilft, dem Gast genau zu kommunizieren, was ihn im Hotel erwartet.»

Golf ist auch Thema bei Seminar- und anderen Anlässen

Auch andere Sportanlässe sorgen für eine gute Auslastung des Hotels – sie beträgt 72 Prozent in 365 Tagen. So füllt etwa das grösste Senioren-Tennis-Turnier der Schweiz, das dort stattfindet, die 70 Hotelzimmer mit Teilnehmenden und deren Begleitung. Mountainbike-Rennen und verschiedene Ausbildungskurse in den Bereichen Kultur und Sport bringen ebenfalls Gäste in das «Aarau West» in Oberentfelden.

«Das zweite Standbein sind Businessgäste, das dritte der Seminar- und Bankettbereich», so

Wyss. 20 Prozent der Hotelgäste generiert er aus dem Sport, 30 Prozent aus dem Seminarbereich. Die restlichen 50 Prozent stellen Businessgäste.

Alle Gästesegmente profitieren vom Golfplatz: «Wir führen viele Seminare durch mit Apéro auf der Driving-Range. Dort können die Gäste unter Anleitung eines Golflehrers spielen.»

Von Mensch zu Mensch

Wyss tut einiges, um Gäste zu gewinnen: Er pflegt den persönlichen Kontakt, verzichtet dafür jedoch weitgehend auf Messeauftritte. So lädt er etwa die Damen ein, die für die Unternehmen die Seminare und Tagungen buchen. «Letztes Jahr haben wir mit ihnen Weihnachtskonfekt geba-

cken und sie zum Mittagessen eingeladen. Das kam sehr gut an», erzählt Wyss.

Er pflegt auch engen Kontakt mit den Firmen, die bei ihm tagen und schlafen. «Wir suchen für alle Firmen-Gäste die optimale Unterkunft.» Hier kann er auf die anderen Hotels der Gruppe zurückgreifen, vor allem auch auf das Seminarhotel Sempachersee.

Auch bewirtschaftet er drei Wohnungen von regionalen Unternehmen. «Wir ziehen die Betten an, reinigen die Zimmer, entkalken das Bügeleisen» – eine willkommene Zusatzdienstleistung, die ihm helfe, seine Mitarbeitenden auszulasten, sagt Wyss. Denn Letztere optimal einzusetzen, sei ein wichtiges Ziel für ihn. Auch wirtschaft-

lich: «Wir setzen uns klare Produktivitätsziele.» Zudem bestimme die Qualität der Mitarbeitenden die Qualität der Gäste.

Das Hotel Aarau West ist Mitglied bei der Hotelkooperation Swiss Quality Hotels International, nicht aber bei den Golf Ho-

tels. «Die Mitgliedschaft bei den Swiss Quality Hotels ist für uns sehr wichtig, denn die Gruppe ist technisch sehr stark aufgestellt. Und sie schult auch unsere Mitarbeitenden im Handling der Buchungssysteme, was wir sehr schätzen.»

Hotelgruppe Aargauhotels.ch Die Synergien von neun Hotels nutzen

Der Gruppe Aargauhotels.ch gehören neben dem «Aarau West» folgende Hotels an: Seminarhotel Sempachersee in Nottwil, Herberge Teufenthal in Teufenthal, Seehotel in Hallwil, Hotel Zofingen in Zofingen, Hotel Aarehof in Wildegg, Hotel Lenzburg in Lenzburg und die beiden Hotels Bären und Kreuz in Suhr. «Jedes Hotel hat sein eigenes Konzept, seinen eigenen Charakter, seinen eigenen Direktor und ist auch eine eigene Gesellschaft», erklärt Dominik Wyss. Doch fast alle Hotels sind auf Businessgäs-

te ausgerichtet. Eingekauft wird zentral, und auch die Mitarbeiterschulung wird gemeinsam durchgeführt. «Die Abläufe an den Réceptions sind gleich, die Software identisch.» Das heisst, die Hotels können untereinander problemlos Mitarbeitende austauschen. Die Buchhaltung wird je nach Grösse des Betriebes mit jener anderer Häuser zusammengelegt. «Die administrative und finanzielle Verantwortung nehmen wir den Direktoren ab, so dass sie sich voll auf die Gästebetreuung konzentrieren können.» ck



«Die Spezialisierung hilft, dem Gast zu kommunizieren, was ihn im Hotel erwartet.»

Dominik Wyss
Mitbesitzer Aargau Hotels

Das Hotel reagiert auf die Nachfrage

Unter der Woche garantieren Business-Gäste im «Bad Bubendorf» ein volles Haus. Mit der Spezialisierung hat man auf die wachsende Nachfrage in der Region reagiert.

MELANIE ROTH

Unter der Woche gehen im 3-Sterne-Superior-Hotel Bad Bubendorf in Bubendorf Geschäftsleute ein und aus, am Wochenende werden Hochzeiten und Geburtstage gefeiert. Das Haus positioniert sich mit den Spezialisierungen Ausge-

zeichnete Küche, Design & Lifestyle, Seminar sowie Business. 2007 wurde das historische Gebäude um einen Neubau erweitert: «Mit dem historischen Teil sind wir an unsere Kapazitätsgrenzen gestossen», erklärt Gastgeberin Eveline Tischhauser-Buser.

Dass man sich unter der Woche auf Businessgäste konzentriert, habe sich aus der Lage und dem Gästesegment ergeben. «Durch das Wachstum in der Region und die vielen Kleinunternehmen ist die Nachfrage im Businesssektor gestiegen.» Vermarktet wird die Business-Spezialisierung im Bad Bubendorf auf den verschiedensten Kanälen – allen voran auf der eigenen Website. Es gibt diverse

Seminarpauschalen, so kommen Geschäftskunden wenn gewünscht auch auf den kulinarischen Geschmack und können im Gourmetrestaurant essen. Als weiteres Marketinginstrument werden Seminare genutzt.

«Mit regelmässigen Abfragen der Gästezufriedenheit generieren wir ausserdem viele Wiederholungsbücher», führt Tischhauser aus. Gute Werbung seien auch die Ratings, in welchen das «Bad Bubendorf» in den letzten Jahren immer weit vorne mitspielt. Dem Zufall überlassen wird das nicht: Eine Seminarabteilung pflegt die Beziehungen zu Firmenkunden auf professionelle Art. «Durch eine langfristige Zusammenarbeit



Wochentags wird im «Bad Bubendorf» getagt.

bauen wir Vertrauen auf», erklärt Tischhauser. Persönliche Gespräche und ein unkomplizierter Umgang führen dazu, dass der Gastgeber weiss, was erwartet wird,

und der Kunde, was er erwarten darf. Einen Vorteil der Business-Spezialisierung sieht Tischhauser denn auch in den konstanten Buchungen. «Gleichzeitig entsteht natürlich ein Klumpenrisiko. Wenn ein grosser Kunde abspringen sollte, würde das ein grosses Loch reissen.» Ausserdem könne man mit den Businessgästen die traditionell schwierige Sonntagnacht nicht belegt werden. Oftmals profitiere man aber von einem Wechselspiel von Privat- und Geschäftskunden. «Ein Businessgast kehrt als Privatgast zurück, ein Besuch in der Freizeit animiert den Gast, unser Hotel für den nächsten Geschäftsanlass zu buchen.»

Ruepp & Partner ?!



Durch die Zusammenarbeit mit der Ruepp & Partner Dietikon AG sind aktuelle Finanz- und Betriebskennzahlen – eine Selbstverständlichkeit. Wir können so den Betrieb nachhaltig und effizient führen.

Helmut Schattauer
HrM AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

Spezialisierung. Wandern. Im Hotel Bernerhof in Kandersteg lassen sich besonders viele Wanderer nieder. Auch weil sie vom Gastgeberpaar mit viel Sorgfalt und Herzlichkeit betreut werden.

Ein Hotel für Wanderer

Das Hotel Bernerhof in Kandersteg positioniert sich erfolgreich als Wanderhotel. Das 3-Sterne-Haus hat eine Auslastung von guten 70 Prozent.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Standort unseres Hotels hat die Spezialisierung Wanderhotel automatisch vorgegeben», sagt Gastgeber und Besitzer Gerhard Lehmann. «Für ein Hotel in den Bergen mit Sommertourismus ist Wandern ein wichtiges Standbein.» Er und seine Frau Claudia Lehmann wandern selber gerne. «Wir sind Mitglied bei den Berner Wanderwegen.» Die beiden leben ihre Spezialisierung also glaubhaft vor. Im Sommer ist Wandern für den «Bernerhof» das

wichtigste Standbein, und auch im Winter wird dieses Angebot zunehmend wichtiger, hält Lehmann fest. «Unsere Schneewanderwege sind beliebt.»

Rund 70 Prozent der «Bernerhof»-Gäste sind Wanderer, durchschnittlich zwischen 50 und 60 Jahre alt, 30 Prozent – vor allem Familien und Paare – verbringen einfach ihre Ferien dort. Das Haus mit 42 Zimmern ist während der Öffnungszeiten zu durchschnittlich rund 70 Prozent ausgelastet.

Mit Herzlichkeit und Wärme

«Der persönliche Kontakt zu unseren Gästen ist das A und O», hält Lehmann fest. Er oder seine Frau ist immer im Betrieb präsent. Und punkto Investitionen bleiben sie am Ball:



«Wir versuchen, unseren Gästen eine Einheit zu bieten.»

Gerhard Lehmann
Gastgeber Hotel Bernerhof

«Unser Gewinn fliesst ins Hotel», sagt Lehmann. Die Rückmeldungen auf den Bewertungsplattformen sind denn auch entsprechend positiv. «Mit Herzlichkeit und Wärme können wir gewisse infrastrukturelle Mängel kompensieren, wenn auch die Qualität der Küche gut ist», sagt der Gastgeber. Er habe auch das Glück, gute und freundliche Mitarbeitende um sich zu haben. Dies, obwohl Kandersteg ja nicht in der ersten touristischen Liga mitspiele. «Wir versuchen, unseren Gästen eine Einheit zu bieten. Die beginnt schon beim Empfang: Wir begrüssen sie persönlich.»

Der Umgang mit naturverbundenen Gästen, wie er sie beherbergt, sei angenehm und unkompliziert, fasst der Hotelier zusammen. «Und sie wandern gerne individuell.» Deshalb sei sein Angebot, sie auf Wanderungen zu begleiten, auf wenig Echo gestossen. Mehr gefragt sind dagegen die «Bernerhof»-Wander Packages, die auch die Bahnfahrten beinhalten.



Der «Bernerhof» in Kandersteg ist ein beliebter Treffpunkt für Wander-Gäste.

ZVG

Die guten Bewertungen bringen internationale Gäste

Das Hotel Bernerhof positioniert sich auch als «Typisches Schweizer Hotel» und ist Mitglied

bei den Swiss Quality Hotels International. «Wir sind auf fast allen Buchungsplattformen präsent.» Die meisten Buchungen erfolgen denn auch über Internet. 50 Prozent der Gäste sind Stammgäste, die jährlich dreimal mit einem Mail angeschrieben werden. 40 Prozent der Gäste sind Schweizer, 30 Prozent Engländer, 10 Prozent Amerikaner, 5 Prozent Deutsche und 2 bis 3 Prozent reisen aus Asien an. Letzteres Segment will Lehmann nicht stark fördern: «Auf asiatischen Massentourismus zu setzen, wäre mit grossen Opfern verbunden, die Preisnachteile könnten unsere übrigen Gäste irritieren.» Er setze lieber auf Individualgäste aus den Zukunftsmärkten. Und die kommen der guten Bewertungen auf den Internetplattformen wegen. «Einige wissen nicht einmal, wo Kandersteg liegt.» Deshalb engagiert sich Lehmann im Vorstand von Kandersteg Tourismus für die Belebung des Ortes. «Wir möchten das Durchschnittsalter des Kandersteg-Gastes etwas senken.»

DER MILESTONE 2012: ERNTEN SIE DIE FRÜCHTE IHRES ERFOLGS.

Qualität und Innovation sind Meilensteine in der Schweizer Tourismuslandschaft. Besonders herausragende Projekte werden deshalb jedes Jahr mit dem **MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz** ausgezeichnet. Unter www.htr-milestone.ch erfahren Sie alles über Ihre Teilnahmemöglichkeiten.

EINGABESCHLUSS FÜR PROJEKTE: 31.08.2012



Der MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz wird von der htr hotel revue und hotelleriesuisse verliehen und vom SECO im Rahmen des Innoutour-Förderprogramms unterstützt. Der MILESTONE steht unter dem Patronat des Schweizer Tourismus-Verbands.

innovation
tourism

htr hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Departament federal da l'Economia e da l'Innovaziun SECO

Patronat
STV FST
Schweizerischer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del Turismo
Federaziun svizra dal Turissem

Eventsponsor
BKW
BKW Energy AG

Spezialisierung. Familienfreundlich. Das Tessiner Hotel I Grappoli bietet Zimmer zu moderaten Preisen. Damit unterstreicht der Hotelier seine Positionierung als Familienhotel.

Das Hotel I Grappoli in Sessa bietet günstige Ferienaufenthalte im Tessin an. Familien können Zimmer oder Bungalows buchen. Ein Wald-Schwimmbad gehört zur Anlage.

GERHARD LOB

Die Lage ist idyllisch, die Umgebung traumhaft. Das Hotel, Restaurant und Feriendorf «I Grappoli» befindet sich in Sessa im Herzen des Malcantone. Die ruhige und etwas abseits gelegene Hügellandschaft bei Lugano ist ideal für Familienferien im Tessin. Sie lädt zum Wandern, Biken oder auch einfach zum Faulenzen ein. Die Lage kommt Hoteldirektor Juri Clericetti denn auch als Erstes in den Sinn, wenn man ihn fragt, warum er sein 3-Sterne-Hotel als familienfreundlich versteht. «Ein idealer Ort für Touren», wie er präzisiert. Zudem erwähnt er die – zumindest für Schweizer Verhältnisse – moderaten Preise. Deshalb hat er sich von hotellerieussie unter anderem die Spezialisierung familienfreundliches Hotel erworben. Zudem hat sich das «I Grappoli» auch als Seminarhotel und Ferienhotel spezialisiert.

Ein Hotel ist mit einem Feriendorf

I Grappoli (zu Deutsch: Weintrauben) ist ein Drei-Sterne-Hotel mit 33 Zimmern, 20 Bungalows und einem Restaurant, ist aber auch ein Feriendorf mit einem öffentlichen Schwimmbad und einem – etwas veralteten – Campingplatz. Gegründet und erstellt wurde die weitläufige Anlage am Anfang der 1960er-Jahre vom Verband des Personals öffentlicher Dienste (VPOD). Bis heute ist die Gewerkschaft die Eigentümerin, doch im öffentlichen Erscheinungsbild soll nichts daran erinnern.

«Wir wollen kein Ferienclub sein, der sich abschirmt.»

Juri Clericetti
Direktor «I Grappoli»

Clericetti. Der 43-Jährige, der die Hotelfachschule in Lausanne absolviert hat, führt «I Grappoli» dann auch ganz nach Kriterien eines privaten Hotelmanagements.

Für Familien besonders geeignet sind die separat stehenden Ferienbungalows mit maximal sechs Schlafplätzen. 30 Häuschen waren es einmal, im Jahr 2009 wurden deren 10 an Private ver-

kauft, 10 weitere hat man mittlerweile renoviert. Mit einem Mietzins von 800 Franken pro Woche ist das «Standard-Ferienhaus» in der Hochsaison für zwei Erwachsene und zwei Kinder zu haben. Der Halbpensionszuschlag beträgt 48 Franken pro Person und Tag (Kinder bis zum 12. Lebensjahr 31 Franken).

Das Hotel ist ein guter Ausgangspunkt für Tessin-Erkundungen. Doch auch vor Ort lässt sich einiges machen. Soeben wurde das im Wald gelegene Schwimmbad – weit mehr als ein gängiger Hotel-Pool – als öffentliches Schwimmbad vollständig renoviert, mitsamt Beachvolleyball-Platz. Investiert wurden 1,5 Millionen Franken aus dem Verkauf der Bungalows. Die Gemeinden

des Malcantone unterstützen das Vorgehen, indem sie dem Feriendorf beim Betreiben des Schwimmbads künftig finanziell unter die Arme greifen. Die Einheimischen erhalten Rabatt auf den Eintrittspreis. «Es ist ein optimales Beispiel einer öffentlich-privaten Partnerschaft», meint Clericetti. Jetzt sollen noch Sonnenkollektoren auf einer Fläche in der Grösse von 140 Quadratmetern installiert werden, um die Saison durch geheiztes Wasser verlängern zu können.

Ziel ist eine familienfreundliche Tessiner Atmosphäre

Wie das Schwimmbad, versteht sich auch das öffentliche Restaurant als Treff- und Kreuzungspunkt für Einheimische und Fe-

riengäste. «Wir wollen kein abgeschirmter Ferienclub sein», so Clericetti. Er ist überzeugt, dass so eine familienfreundliche und Tessiner Atmosphäre geschaffen werden kann. Angebote wie «Eierlaufen» an Ostern oder «Schmuggellauf» im Sommer gelten für alle Gäste. Für die Kleinsten gibt es gelegentlich auch Animationen wie Pony-Reiten sowie ein Spielzimmer.

Clericetti vermarktet das Angebot über Internet-Plattformen und über TUI in Deutschland. Er verheimlicht aber nicht, dass es in den letzten Jahren schwerer geworden ist, Gäste zu gewinnen. Daher ist er froh, dass er in jüngster Zeit insbesondere unter der Woche Gruppen von Chinesen und Indern einquartieren kann.

Dabei arbeitet er eng mit Schweiz Tourismus und Tessin Tourismus zusammen.

Zusammenarbeit mit drei Partnern in der «Lake Lugano Group»

Um in den aufstrebenden Schwellenmärkten präsent zu sein und Gäste anzuwerben, hat sich «I Grappoli» mit vier weiteren Anbietern aus dem südlichen Tessin zusammengesetzt. Swissminiatur, das Outlet-Center Foxtown, die Monte-Tamaro-Bahnen und das Resort Centro Cadro Panoramica arbeiten mit dem 3-Sterne-Hotel in der «Lake Lugano Group» zusammen. Die Gruppe konzentriert ihre Anstrengungen auf den Markt Asien, verfügt jedoch auch über einen eigenen Repräsentanten in Russland.

Familienoase im Tessin



Juri Clericetti ist Direktor des Hotels, Restaurants und Feriendorfs «I Grappoli» in Sessa im Herzen des Tessiner Malcantone.

«Wir schauen, dass das Historische bleibt»

«Alle sind der Meinung: Das historische Haus muss so bleiben. Sie empfinden es als einzigartig.» Direktor Jamal Ming zieht das Fazit aus dem Gäste-Feedback des «Hirschen» Beromünster, Baujahr 1536.

KARL JOSEF VERDING

Seit mehr als 475 Jahren ist der «Hirschen» ein Ort der Gastlichkeit. In dem Repräsentationsbau an der Nahtstelle zwischen dem weltbekannten Chorherrenstift und dem Marktflecken Beromünster trafen sich einst Klerus und Bürger, hier wurde zu Gericht gegessen, und hier wurden die Gemeindegeschäfte beraten und

beschlossen. Heute ist die Gerichtsstube das Gourmetrestaurant, die Zunftstube wird für bewirtete Sitzungen genutzt, die Amtsstube und die angestammte Gaststube gehören ebenfalls zur «Hirschen»-Gastronomie. Im Sommer öffnet die Terrasse, der F&B-Umsatz übersteigt dann den des Logements, im Winter sind beide Umsätze etwa gleich. Die Logement-Auslastung der 12 Zimmer mit 28 Betten liegt im Herbst und Winter bei 70 Prozent, die Sommersaison ist im Aufbau. Der Betrieb ist im Besitz von Hermann und Christa Stocker. Seit 2012 hat das 3-Sterne-Haus die Spezialisierung «Historisches Hotel».

Kooperationen mit Swiss Historic und Romantik geplant

Am 1. Juni dieses Jahres übernahm Jamal Ming, ein in der



Ambiente mit Elementen der originalen Innenausstattung.

Schweiz aufgewachsener Marokaner, die Direktion. Vor der Übernahme der «Hirschen»-Leitung war er Restaurant-Chef im Ferien- und Seminarhotel Flora Alpina in Vitznau. «Wir werden uns den Swiss Historic Hotels und den Romantik Hotels zuwenden», sagt er mit Blick auf künftige Kooperations-Verbindungen. «Unsere Preispolitik ist jedoch anders als

in anderen historischen Hotels», erklärt Ming. «Wir bieten 3-Sterne-Standard. Andere Hoteliers haben umgebaut; wir schauen, dass alles Historische bleibt. Denn das Haus hat alles, was es braucht. Und sein Ambiente ist warmherzig.»

Auszeichnung für die alten Buffets

Die Übernachtung mit Frühstücksbuffet kostet im Standard-Einzelzimmer 90 Franken, im Stillzimmer 120, Standard-Doppelzimmer 160 Franken, Stülzimmer 180, in der Suite für zwei Personen 225 Franken.

Die für die 3-Sterne-Klassifikation notwendige Infrastruktur ist

in Abstimmung mit dem Denkmalschutz integriert worden. Der «Hirschen» erhielt 2003 den Spezialpreis der «Mobiliar» für die funktionelle Erhaltung der beiden zum Haus gehörenden Buffets aus dem 17. Jahrhundert in der grossen Gaststube und in der Gerichtsstube. Aus dieser Epoche stammen auch die Zimmertüren und Klappladen zwischen den drei historischen Gaststuben. Sie ermöglichen eine bewegliche und gute Raumnutzung.

Ganz neu ist die «topmoderne Küche», wie Direktor Ming betont. Der Eventsaal mit Parkettboden und zeitgemässer Bestuhlung,

und der Wintergarten werden bereits von einer internationalen Meeting-Kundschaft genutzt.

ANZEIGE

EuroTime

Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche!

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch

SWIT

Talente für die Hotellerie



Machen Sie Karriere in der Hotelbranche

Informationen zur Berufs- und Weiterbildung
in der Hotellerie finden Sie unter
www.hotelleriesuisse.ch/karriere



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

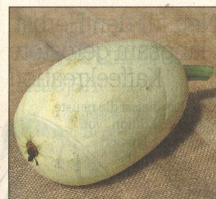


Er nennt es «Karussell der Kürbisse»: Bauer Urs Weyeneth inmitten seiner Kürbis-Hektare im solothurnischen Lüterkofen.

Bilder Alain D. Boillat



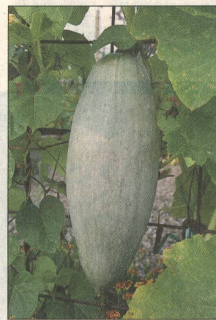
«Mandarin» wird wegen seiner geringen Grösse gerne auch als Zierkürbis verwendet. Schneidet man den Deckel weg, lässt er sich prima füllen und überbacken.



«Spaghetti» wird ganz gegart, halbiert und mit einer Gabel ausgeschabt. Das Fruchtfleisch in Form von Spaghetti lässt sich beliebig zubereiten.



«Orange Knirps» ist eine der beliebtesten Sorten. Er lässt sich mit Schale zubereiten und sein trockenes, festes Fleisch ist ideal für eine sämige Suppe.

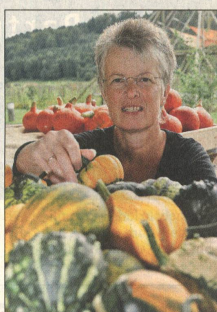


«Blue Banana» gehört zu den grösseren Sorten. Er hat festes, süsses Fleisch, das sich gut eignet zum Einmachen (süss-saure Würfel, Konfitüre) und für Grätins.

Kiloschwer, sortenreich und vielseitig verwendbar

Der Kürbis gehört zu den grössten Früchten und steht lange vor Halloween in voller Blüte: Die Saison geht jetzt los, wie ein Besuch beim «Kürbis-Buur» Weyeneth zeigt.

FRANZISKA EGLI



Rosmarie Weyeneth mit einer Auswahl ihrer Zierkürbisse.

Pflanzenreich - gehört zur Familie Cucurbitaceae, ist wie die Melone oder die Gurke ein Kürbisgewächs und zählt botanisch zu den Beerenfrüchten wie auch die Tomate oder die Banane.

In der Schweiz entwickelte sich der Kürbis zum Selbstläufer

«In der Schweiz war der Kürbis lange verpönt». Bio-Bauer Urs Weyeneth vermutet, dass die hierzulande am häufigsten angepflanzte, aber nicht unbedingt sehr schmackhafte Sorte «Gelber Zentner» mitunter ein Grund dafür ist. Zudem brachte man Kürbisse bislang vor allem mit dem US-amerikanischen Volksbrauch des Halloween in Verbindung.

Erst Anfang 1990er-Jahre hielt der Kürbis anbau hierzulande Einzug, beobachtete Markus Rediger, Geschäftsführer beim Landwirt-

schaftlichen Informationsdienst in Bern. «Die Bauern begannen ihn anzubauen und selbst zu vermarkten, und so entwickelte er sich zum Selbstläufer». Wie bei Weyeneths: Rosmarie Weyeneth pflanzte vor 20 Jahren auf einem Blumenbeet einfach mal auf gut Glück drei Kürbisstauden an. Die Früchte legte sie alsdann beim Hof zum Verkauf auf, und sie erinnerte sich, wie sie erstaunt zur Kenntnis nahm, dass bereits am nächsten Tag alle weg waren. «Das wäre was zum Weiterverfolgen», dachte sie, und nach einem

Besuch an einem «Kürbistag» liess auch ihren Mann diese Frucht nicht mehr los.

Manche Sorten sind nach 80 Tagen reif, andere brauchen 140 Tage

Seither säen sie jeweils am 1. Mai rund 150 Sorten: solche aus Italien, Japan, den USA. Zier- wie essbare Kürbisse. Rare Sorten, typische Halloween-Früchte sowie die beim Grossverteiler beliebte französische «Muscat de Provence». Jährlich bringt das einen Ertrag von 20 Tonnen. Die Früchte bieten sie nach wie vor auf dem

Hof feil, beliefern aber auch die Landi, das Restaurant Attisholz in Riedholz (siehe Interview) oder das «Salzhaus» in Solothurn.

Bis Ende Oktober, also bis Halloween, dauert die Ernte. «Manche Sorten sind bereits nach 80 Tagen reif, andere wie der «Muscat de Provence» brauchen 140 Tage», erklärt Urs Weyeneth. Ob er alle seine Sorten kennt? «Fast», lacht er. Vom Flaschenkürbis, der zu den ältesten Kulturpflanzen gehört, gibt es heute derart viele Züchtungen, «die vermag auch ich nicht mehr unterscheiden».



Nachgefragt Jörg Slaschek

Der gebürtige Bayer ist ausgebildeter Metzger und Koch. Jörg Slaschek besitzt zusammen mit seiner Frau Regula das Restaurant Attisholz in Riedholz SO. Es ist seit Jahren mit 17 Gault-Millau-Punkten dekoriert.

Kartoffel-Kürbis-Mousse, Kürbis-Erdnuss-Crème, Kürbispüree - in Ihrer Küche kommt der Kürbis oft und vielfältig zum Einsatz. Warum?

Der Kürbis ist eine Frucht, die sich hierzulande ja erst in den letzten Jahren einen Stellenwert erobert hat. Und da wir Köche dauernd erpicht darauf sind, Neues zu entdecken und damit zu experimentieren, kam uns der Kürbis gerade recht - zumal er ein Produkt ist, das Häufe braucht. Denn der Kürbis ist nichts, das per se einfach mal schmeckt, wie etwa eine vollreife Tomate, die kein Salz, kein Öl, gar nichts mehr braucht. Der Kürbis allein ist in dieser Hinsicht deutlich weniger interessant. Spannend wird er erst in der Zubereitung, und hier muss man sich etwas einfallen lassen: Kürbis-Fleisch lässt sich gut kombinieren mit Gewürzen,

Kartoffeln, Ingwer und passt zu Schärfe wie auch zu Süsse.

Wie mögen Sie ihn besonders?

Etwa kombiniert mit Nüssen, besonders mit Mandeln. Ich schmecke die Kürbissuppe mit Amaretto ab und dekoriere sie mit Amaretti-Stücken. Viele Kürbisse verfügen zudem über einen hohen Wasseranteil und eignen sich gut für Sorbets, welches mit Kürbiskernöl verfeinert werden kann. - Überhaupt macht sich die Frucht gut im süssen Bereich, etwa als Kürbiswähe oder als Schweizer Rüeblikuchen, der statt mit Karotten mit Kürbis-Fleisch zubereitet wird. Und nicht zuletzt passt der Kürbis natürlich hervorragend zu Wild-Gezeiten, etwa in Form von süss-sauren Kürbis-Würfeln, kandiert sowie mit Vanille oder Wein eingemacht.

Gibt es eine Sorte, die Sie speziell bevorzugen?

Nein. Je nach Speise wähle ich den Kürbis. Für eine Quiche verwende ich eine andere Sorte, als wenn ich einmache oder ein Soufflé oder Glace zubereite. Was ich besonders mag: das Kürbiskernöl. Es ist die perfekte Alternative zum Olivenöl.

Hierzulande betrachtet man den Kürbis als Herbst-Winter-Gemüse. Dabei beginnt die Ernte bereits jetzt, im August...

Das hat bestimmt mit Halloween zu tun, mit dem wir den Kürbis assoziieren. Dabei ist seine Saison überhaupt nicht auf den Herbst reduziert. Beim grünen Spargel ist das ähnlich: An den denken wir nur im Frühjahr. Dabei kann man ihn den ganzen Sommer über anbauen und mindestens bis Ende September ernten.

fee

Kochkunst aus Down Under

Der australische Spitzenkoch Peter Gilmore verfolgt den Weg einer «nature-based cuisine». Sein Buch «Quay» ist jetzt auf Deutsch erschienen – eine Inspiration für jeden Profi.

SABRINA GLANZMANN

Wenn ein Spitzenkoch heute sagt, er habe sich einer «ursprünglichen Küche» verschrieben und er lasse sich hauptsächlich von der Natur inspirieren, ist das soweit nicht sehr aussergewöhnlich. Wenn ein Koch dieses naturbasierte Schaffen aber in einem Kochbuch zeigt, das mit der Präsentationsform der Rezepte, den Fotografien und verschiedenen Papieren seinesgleichen sucht, ist das doch ziemlich spektakulär. Peter Gilmore hat das getan. Mit «Quay, Nature-based cuisine» liefert der Australier ein eindrucksvolles Werk. Sein Restaurant «Quay» in Sydney gilt als das höchstdotierte Gourmetlokal in «Down Under». Es rangiert in der aktuellen San-Pellegrino-Liste der 50 weltbesten Restaurants auf Platz 29. Drei Jahre in Folge wurde es zum besten Restaurant in Australasia gewählt. Da macht es natürlich neugierig, was der Chefkoch im 300 Seiten starken Buch zu zeigen hat – es richtet sich von Profi zu Profi und ist jetzt neu auch in Deutsch erschienen.

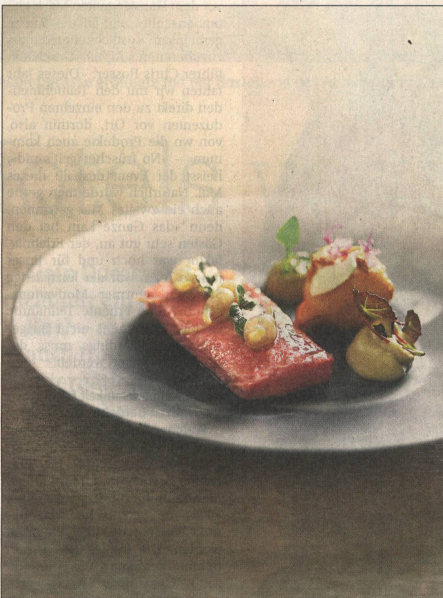
Schimmernde Perlen aus Meeresfrüchten

«Der Garten», «Das Meer», «Das Land» und «Der Himmel»: So heissen die Kapitel, die benennen, was sich in ihnen findet. Im «Gartenkapitel» etwa ist von alten, fast in Vergessenheit geratenen Gemüsesorten – Tomaten zum Beispiel – die Rede. Dann folgen Meeresfrüchte und Fische; bei diesen «Meer-Rezepten» sind es vor allem Gilmores berühmte «Perlen», die das Leser-Auge kitzeln. Er verarbeitet mit mehreren Zubereitungen verschiedene Meeresfrüchte zu Gelee und formt sie anschliessend zu schimmernden Perlen – Kreationen wie «Per-



Peter Gilmore (links): «Ein aussergewöhnliches Essen kann ein Leben lang im Gedächtnis bleiben.»

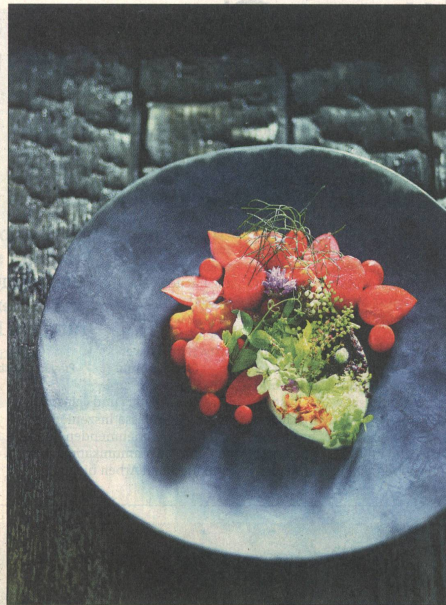
Bilder zvg



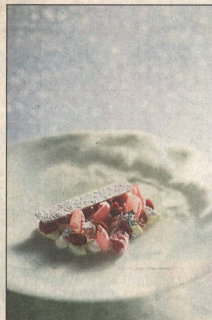
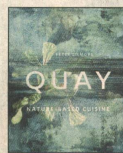
Confit vom Suffolk-Lammlücken (sous-vide gared) mit Topinambur, Knollenzest und Artischocken.

len aus Tapioka, Mangrovenkrabben und Yuzu mit Rosmarinblüten und essbaren Silberblättern sind das Resultat. Was das Kapitel «Land» hergibt, sind Fleisch- und Geflügelgerichte («Geröstetes Täubchen mit Kirschen, Rote-Beete-Püree, Schokoladengana- che und Pastilla» zum Beispiel), bevor der «Himmel» auf Erden

folgt in Form von Desserts, deren eher schlichte Namen («Himbeeren mit Vanille, Mandeln und Veilchen» oder «Guaven-Schneekugeln») über ihre Details hinwegtäuschen: Bei «Kirschen und Beeren» etwa begleiten Streusel aus karamellisiertem Blätterteig und mit weisser Schokolade überzogene Mandeln als knusprige



Salat aus vier verschiedenen alten Tomatensorten, kombiniert mit Ziegen- und Schafsfrischkäse.



Millefeuille mit Himbeeren und Walderdbeeren.

Texturkomponente die zu Sorbet und Geleekugeln verarbeiteten Früchte.

«Global und dabei doch den einheimischen Geist bewahrend»

Das Spiel mit Texturen und Temperaturen gehört offensichtlich auch für Peter Gilmore zu einer innovativen, zeitgenössi-

schen Spitzenküche – immer mit den klassischen Grundlagen als Basis. Deutlich wird bei Gilmore besonders auch der Einfluss der asiatischen Küche, welche die australische von jeher beeinflusst.

Spannend an «Quay» sind aber nicht nur die Rezepte. Im Editorial erzählt Peter Gilmore aus seinem Werdegang. Er schildert, was ihm in seinem Metier wichtig ist, als Koch, als Gastgeber, als Esser. Und was das Buch als Ganzes vor allem auch ausmacht, sind die Bilder von Anson Smart – das ist Food-fotografie, wie man sie nicht alle Tage zu sehen bekommt.

Das Vorwort stammt von niemand Geringerem als Thomas Keller, der sich in den legendären Top-Restaurants wie dem «Per Se» in New York oder «The French Laundry» in Yountville, Kalifornien, an die Weltspitze kochte. Keller schreibt über den Kollegen: «Seine Geschmacksprofile sind ein Abbild dessen, was in seiner Heimat gedeiht». Und die Gilmoresche Küche repräsentiere «auf brillante Art und Weise die Kultur des heutigen Australiens; global und dabei doch den einheimischen Geist bewahrend» – eine Philosophie, die den Koch-Weg nicht nur auf dem australischen Kontinent weist.

Peter Gilmore, *Quay, Nature-based cuisine*, Matthäus Verlag GmbH, 288 Seiten, Fr. 95.–, ISBN 978-3-87155-063-5

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

News

Tagungs- und Seminarhotels neu ausgezeichnet

Das Seminarhotel Sempachersee in Nottwil ist das beste Seminarhotel, das Ausbildungszentrum für die Schweizer Fleischwirtschaft ABZ in Spiez das beste Tagungszentrum 2012. Das haben Nachfragerinnen und Nachfrager (Trainer, Ausbilderinnen, Personalverantwortliche und Seminarorganisatoren) mit ihrer Teilnahme am diesjährigen Focus Top Rating entschieden. Sie konnten 100 Punkte auf drei bis fünf Häuser verteilen. So benoteten sie etwa qualitativ hochstehenden Service, Ambiente und zeitgemässe Infrastruktur.

Givaudan steigert Gewinn im ersten Halbjahr

Der weltgrösste Aromen- und Riechstoff-Hersteller Givaudan mit Sitz in Vernier (GE) legt zu: Er meldet für das erste Halbjahr in den Schwellenländern eine 14-prozentige Zunahme der Verkäufe, in Lokalwährungen gerechnet. Diese Märkte machten inzwischen 43 Prozent der Verkäufe aus, wie Givaudan mitteilt. Weltweit setzte der Konzern Duft- und Geschmacksstoffe im Wert von 2,13 Mrd. Franken ab (+6 Prozent zum Vorjahr). Im umsatzstärksten Bereich Aromen stiegen die Verkäufe um 6,9 Prozent.

Gastronomie

«Tibits» Winterthur: Erweiterung zum 10-Jahre-Jubiläum



zvg

Pünktlich zum 10-jährigen Bestehen des Restaurants Tibits in Winterthur steht neu der Erweiterungsbau offen. Das Lokal am Obertor wurde im Innenbereich um 40 Sitzplätze auf 135 ausgeweitet. Das Innendesign des vegetarischen Restaurants hat die Lifestyle-Firma Designers Guild mit neuen Farben und Stoffen ausgestattet. Auf technischer Ebene wurde die Küche vergrössert und die Infrastruktur erneuert. Und ein neuer Trinkbrunnen liefert kostenloses Hahnenwasser.

Veranstaltung

«The Alps» 2012 ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit



zvg

Die touristische Fachveranstaltung «The Alps» geht in die zweite Runde: Internationale Experten und Referenten geben am 13. und 14. September Anregungen und Einblicke rund um das Leitthema des fairen und nachhaltigen Wirtschaftens im Alpentourismus. Zum «The-Alps»-Netzwerk zählen aktuell die Regionen Rhône-Alpes, Wallis, Graubünden, Bayern, Südtirol, Trentino, Vorarlberg, Tirol und Salzburg.

sag

Geballte Walliser Kulinarik in Zermatt

Vom 10. bis 12. August findet in Zermatt das zweite Swiss Food Festival statt. Auf dem Programm: eine Kitchen-Party, Kulinarik-Chalets oder ein Gondel-Frühstück.

SABRINA GLANZMANN

Wer dieser Tage in Zermatt durch die Bahnhofstrasse läuft, kann ausgiebig Wein, Käse, Trockenfleisch oder Edeldestillate kosten. Und zwar in 16 «Kulinarik-Chalets». Sie gehören zur zweiten Ausgabe des Swiss Food Festivals, das den Walliser Ort für drei Tage

zum Dreh- und Angelpunkt für Essen und Genuss macht. «Wir haben in Zermatt 18 ausgewiesene Gault-Millau-Köche am Herd der Hotels und Restaurants. Das zeigen wir am Swiss Food Festival» sagt Heinz Rufibach (15-GM-Punkte) vom Hotel Alpenhof. Er und seine lokalen Kollegen vereinen zusammen nicht weniger als 246 GM-Punkte – deshalb ist der Preis für die Kitchen-Party vom 10. August bei 246 Franken angesetzt. Die Köche kreieren 18 Sorten von Miniportionen, welche kleine kulinarische Spiegel der Region sein sollen – darunter Lammbaxe mit Thymin-Gnocchi, Walliser Alplerravioli oder süsse Apfel-Cholera. Über die Bühne geht die Party für rund 220 Gäste in den beiden 5-Sterne-



Swiss-Image

Thema am zweiten Swiss Food Festival: das Eringer Rind.

Häusern Mont Cervin Palace (Le Petit Cervin) und Grand Hotel Zermatterhof.

Am Festival-Samstag dreht sich alles um die Walliser Kult-Rinder-rasse Eringer. Auf dem Kirchplatz warten Spezialitäten wie Siedfleischsalat, Horu-Burger, Gu-

lasch und die eigens für das Festival kreierte Bauernbratwurst auf die Gäste. Festival-Präsident und Direktor der Seiler Hotels Kevin Kunz: «Wir wollen damit zeigen, wie vielfältig dieses tolle Fleisch ist und welche Möglichkeiten es bietet.» Das passe zum Credo des

Swiss Food Festivals, das vermitteln soll, «dass Zermatt als eine der grösseren Walliser Destinationen hinter dem Kanton und seinen Produkten steht». So hat der Festival-Weinbotschafter und zweifache Schweizer Winzer des Jahres, Diego Mathier, für die Kitchen-Party elf regionale Weine ausgelesen – allesamt aus Petite-Arvine- oder Syrah-Trauben, aber aus verschiedenen Lagen und mit unterschiedlichem Ausbau. Am Sonntag endet das Festival mit dem Frühstück in den Gondeln des Matterhorn-Express. Und Kevin Kunz spricht bereits von Ideen für kommende Ausgaben. Dazu gehören etwa Angebote für Kinder, wie der Hotelier verrät.

www.swissfoodfestival.ch

www.the-alps.eu

Start für «Genuss 12»

Die neue Ausgabe der Plattform «Genuss» setzt Regionalprodukte an rund 150 Anlässen in Szene. Auch dieses Jahr kürt eine Fachjury die originellsten Events aus dem Angebot.

SABRINA GLANZMANN

Von der Käseerei auf die Pizza. «Genussreise durch die Rebberge des Juraparks Aargau / Aargau und Solothurn». Oder «Echt Entlebucher Dinkel – ein Genuss». So heissen drei von insgesamt rund 150 Anlässen, die vom 17. August bis am 9. September stattfinden und sich ganz dem Thema Genuss widmen werden. Konkret: dem Genuss von Regionalprodukten. In dieser Form zum nunmehr fünften Mal können Interessierte in den Kantonen Aargau, Bern, Solothurn, Zürich und in der Zentralschweiz Restaurants, Hotels, Landwirtschafts- und Gewerbebetriebe besuchen und so die Produktvielfalt aus den Regionen näher kennenlernen.

Im Berner Oberland, wo der Anlass seinen Ursprung hat, findet er übrigens schon zum neunten Mal statt.

Der Verein «Das Beste der Region», bestehend aus den jeweiligen Regionalvermarktungsorganisationen, hat den Grossanlass lanciert, um die Zusammenarbeit von Landwirtschaft, Gewerbe, Gastronomie und Tourismus zu stärken. «Kreativ» und «gluschtig» sollen die Anlässe inszeniert sein und für die teilnehmenden Betriebe eine Kommunikationsplattform für deren Arbeit bieten.

«Regionale Produkte sind in» und eignen sich zur Differenzierung am Markt.»

Mario Lütolf
Präsident Wettbewerbsjury

Auch 2012 kürt eine Fachjury wiederum den «genussvollsten Anlass». Für diesen Wettbewerb gingen 14 Bewerbungen ein, aus denen die Jury um Präsident Mario Lütolf sechs für die Endrunde nominiert hat (siehe Box).

Originalität und Kreativität gefragt

Für eine Nominierung spielen etwa die Umsetzung der Themen

Regionalität und Genuss, Originalität und Kreativität eine Rolle sowie «die ausgewiesene betriebliche Zusammenarbeit, das Netzwerk regionaler Partner und



Regionalprodukte stehen an der «Genuss» im Zentrum. zvg

ebenso Nachhaltigkeitsaspekte» so Lütolf.

Ein alter «Genuss»-Bekannter findet sich unter den diesjährigen Nominierten: das Hotel Restaurant Alpha Thun konnte 2011 den Wettbewerb für sich entscheiden. Damals kaufte das junge Team – das Durchschnittsalter beträgt 24,5 Jahre – mit den Gästen regionale Produkte auf einem eigens vor dem Haus erstellten Markt ein, um anschliessend in der Küche gemeinsam Köstlichkeiten daraus zuzubereiten. «Alpha»-Geschäftsführer Chris Rosser: «Dieses Jahr fahren wir mit den Teilnehmenden direkt zu den einzelnen Produzenten vor Ort, dorthin also, von wo die Produkte auch kommen» – «No frischer geht's nüd», heisst der Event deshalb dieses Mal. Natürlich würde man gerne auch ein zweites Mal gewinnen, denn «das Ganze kam bei den Gästen sehr gut an, der Erlebnisfaktor war hoch und für unser junges Team war der letztjährige Sieg ein enormer Motivationschub». Eine erneute Teilnahme ist laut Reglement nicht ausgeschlossen, allerdings muss der Anlass neu kreiert werden.

Breite Aufmerksamkeit für die innovativen Betriebe

Welcher Anlass 2012 gewinnen wird, wird sich im September zeigen, wenn die Fachjury jeden einzelnen besucht und beurteilt hat. Mario Lütolf erhofft sich generell, «dass die Versprechen der Genuss-Wochen maximal eingelöst werden. Die innovativen Unternehmer finden so die Aufmerksamkeit im Land und überraschen mit kreativen Umsetzungen.» Der Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands STV weiter: «Regionale Produkte sind in» und

eignen sich hervorragend zur Differenzierung am Markt und damit im harten Wettbewerb um die Gunst der Kunden. Die nominierten Betriebe engagieren sich mit unglaublich viel Engagement und Begeisterung.» In den vergangenen «Genuss»-Wochen sei erkannt worden, dass der Tourismus für das Gastgewerbe «enorm viel Potenzial» berge. «Das soll weiter zu Höchstleistungen anspornen», sagt Mario Lütolf.

Die «Genuss 12» kooperiert übrigens mit der «Semaine du Goût», welche vom 13. bis 23. September 2012 stattfindet. «Stadt der Genüsse» wird dieses Jahr Lausanne sein, und als Schirmherr amtiert Spitzenkoch Gérard Rabaey.

Wettbewerb

Die sechs «besten Genuss-12-Anlässe»

No frischer geht's nüd...

26. August, 10 bis 19 Uhr. Hotel Restaurant Alpha Thun, Thun.

Härdöpfeltraum auf d'ä Alp

8. September, 18 bis 23 Uhr. Alpwirtschaft Schnurrberg, Turbenthal.

Entlebucher Kräuter Genuss-

tag 9. September, 9 bis 16 Uhr. Kräuterland Entlebuch, Schüpfheim.

Gourmet-Ochs am Spieß mit

Weindegustation 18. August, ab 17 Uhr. Lindenhof, Safenwil.

Auf der Reise zum Menü

29. August, ab 11.30 Uhr. Schüpbärg-Beizli, Schüpfberg.

Dreimal feinheimisch

26. August und 9. September, Gästehaus zum Tulpenbaum, Turbenthal. sag

www.regionalprodukte.ch/veranstaltungen



Linda Fah



**ROMER'S
HAUSBÄCKEREI AG**

Convenience-Sortiment für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detailisten

Neubruchstrasse 1 | Postfach 55 | 8717 Benken SG | Telefon 055 293 36 36 | Fax 055 293 36 37 | info@romers.ch | www.romers.ch

Ein Festival für den kulturellen Austausch zwischen Schweiz und China

Vom 10. bis 11. August findet das dritte «China Drifting»-Musikfestival statt. Und: An der Street Parade fährt das erste vollständig chinesische Lovemobile.

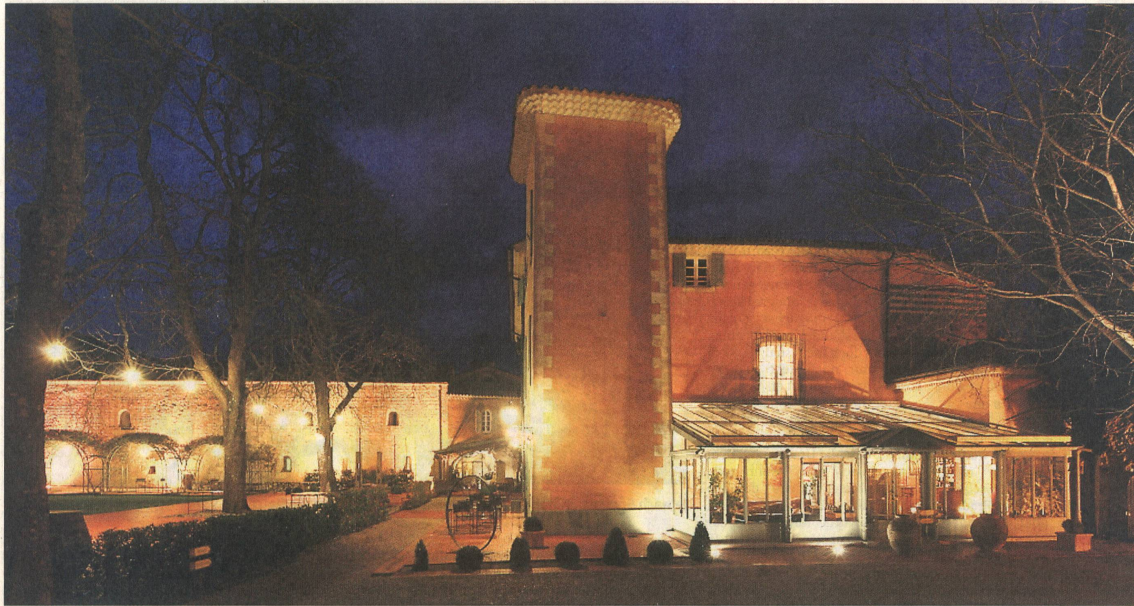
Am kommenden Street-Parade-Wochenende geht zum dritten Mal das Musikfestival «China Drifting» in Zürich über die Bühne. Nach der Warm-up Party am Freitag findet am 11. August der Hauptabend im Abart Club statt – mit chinesischen Bands, DJs, Performances oder Videos. Michael Vonplon von der Organisatorin Miro China GmbH spricht von einer «idealen Plattform für den kulturellen Austausch zwischen Ost und West». Das interessiert auch die Branche: Im Rahmen des Tourismus-Projekts Swiss Kiss werden 2012 rund 80 Musikliebhaber aus China an die Street Parade reisen; dafür hat Miro China Schweiz Tourismus (ST), Zürich Tourismus und die Airline Swiss an Bord geholt. Das Resultat ist das erste vollständig chinesische Lovemobile und eine anschliessende einwöchige Schweiz-Rundreise. «Das Reiseprojekt Swiss Kiss deckt



Chinesische Künstler beleben das Wochenende in Zürich. zvg

für uns ein spannendes Nischen-segment ab. Wir möchten damit einem kulturellen Publikum das immense Potenzial des Schweizer Festival-Sommers und damit eine ergänzende Sicht zu unseren Naturschönheiten aufzeigen», sagt ST-Sprecherin Daniela Bär. Die erwartete mediale Berichterstattung in China werde «ein neues Gäste-segment erschliessen, das seinen Markt finden wird», so Bär. sag

www.swisskiss.org



Provenzalische Nachtstimmung: Alain Ducasse eröffnete mit der Hostellerie de l'Abbaye de La Celle vor 13 Jahren seine zweite «Auberge».

Bilder zvg

Die Hotels von Ducasse

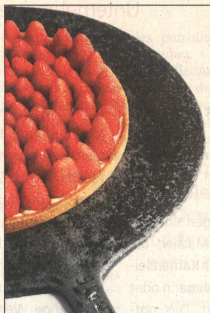
Alles beginnt mit einem Motorradausflug ins Hügelland der Provence. Zwischen Lavendelfeldern und Olivenhainen entdeckt Alain Ducasse ein altes Landhaus, das zum Verkauf steht. Es ist ein «coup de cœur». Liebe auf den ersten Blick. Er lässt die alten Gemäuer sorgfältig renovieren, eine befreundete Innenarchitektin stattet die Räume im Stil der ländlichen Provence aus. Mit der «Bastide de Moustiers» unternimmt Ducasse, der damals in seinem Restaurant Louis XV in Monaco bereits drei Michelin-Sterne erkocht hat, 1994 die ersten Schritte als Hotelier. Er richtet zwölf Gästezimmer ein, jedes individuell ausgestattet mit Antiquitäten, die der leidenschaftliche Flohmarktgänger auf seinen Streifzügen entdeckt hat. Bald macht die Bastide (1 Michelin-Stern) auch mit ihrem Restaurant von sich reden. Der Koch Ducasse findet Geschmack am Hotelier-Dasein: 1999 eröffnet er mit der Hostellerie de l'Abbaye de La Celle eine zweite Auberge in der Provence.

25 Restaurants in acht Ländern auf vier Kontinenten

Etwa alle zwei Monate besucht Ducasse seine Häuser, mehr Zeit

Alain Ducasse ist nicht nur ein grosser Koch – er besitzt auch Hotels. Zur internationalen Marke «Ducasse» gehören zwei Auberges in der Provence.

PATRICIA BRÖHM



In der «Bastide» gehört der Erdbeerkuchen fest dazu.



Die Terrasse der Bastide de Moustiers mit Blick ins Umland.

bleibt dem Vielbeschäftigten nicht. Wenn man nach den Auszeichnungen geht, dann ist Alain Ducasse heute mit drei mal drei Sternen für seine Restaurants in Monte Carlo, Paris und London der beste Koch der Welt. Der 55-Jährige ist ein globaler Gastronom, er führt derzeit 25 Restaurants in acht Ländern auf vier Kontinenten. Die Palette reicht von 3-Michelin-Sterne-Häusern wie dem Pariser «Plaza Athénée» bis hin zu den unkomplizierteren Lokalen des «Spoon»-Konzepts. Zu seinen weiteren Unternehmungen zählen die Kochschule

«Ecole de Cuisine» in Paris, die Verwaltung der Hotelkette «Châteaux et Hôtels de France» und vieles mehr. Seine unzähligen Kochbücher sind allesamt Bestseller. Der smarte Franzose hat das Kunststück vollbracht, seinen Namen zu einer internationalen Luxusmarke zu machen, vergleichbar mit den Modeimperien von Armani oder Chanel.

Doch wann immer es der «Very Frequent Traveller» einrichten kann, besucht er seine Häuser in der Provence. Die täglich wechselnden Speisekarten der beiden Auberges lässt er sich jeden Mor-

gen zufahren – ganz gleich, ob er gerade in Hongkong oder in New York ist. «Alain Ducasse hat eine Mission», sagt Tancrède Barale, der junge Hoteldirektor der Hostellerie de l'Abbaye de la Celle. «Er denkt pausenlos darüber nach, wie er die Häuser für seine Gäste noch verbessern kann. Und er denkt doppelt so schnell wie alle anderen.»

Massgeschneidertes Bett für Charles de Gaulle

Die Hostellerie de l'Abbaye de La Celle liegt etwa eineinhalb Autostunden von der Bastide de Moustiers entfernt, in der Nähe von Aix-en-Provence. Sie ist Teil einer Benediktinerabtei aus dem 12. Jahrhundert im Dorf La Celle.



Kompakte Spargelkreation aus der «Hostellerie»-Küche.

Auch hier hat Ducasse die Zimmer mit ausgewählten Antiquitäten bestückt – in einer der Suiten steht ein Bett, das einst für den 1,95 Meter grossen Charles de Gaulle massgeschneidert wurde. Vor einem Jahr liess Ducasse alle zehn Zimmer renovieren und das Haus auf 5-Sterne-Standard bringen. Es ist ein intimes Refugium, in dem man sich wie zu Besuch in einem Privathaus fühlt. Selbst die Küchentüre steht für die Gäste jederzeit offen. Gegen 19 Uhr trifft man dort Küchenchef Benoît Witz, in einer Hand eine grosse Schere, in der anderen einen ganzen Strauss Kräuter – Minze, Salbei und Majoran – aus dem Küchengarten. Er lädt die Besucher ein, ihm über die Schulter zu schauen und zu beobachten, wie er die Kräuter für einen Gemüsesalat mit Hummer verwendet. Es ist ein Moment ganz im Sinne von Alain Ducasse: «Wenn jemand mein Gast ist, dann fühle ich mich verantwortlich für sein Glück, solange er unter meinem Dach weilt.»

Vision «Einfach, grosszügig, von Herzen»

Alain Ducasse, Sie sind Präsident der französischen Châteaux & Hôtels Collection. Was erwarten anspruchsvolle Gäste heute von einem Hotel? Sie erwarten einen starken individuellen Stil, das ist ein grosser Trend, den wir in allen Bereichen beobachten. Bei «Châteaux & Hôtels Collection» nennen wir das «the charm». Es bedeutet, dass jedes Haus eine Seele haben muss, eine Charakteristik, in der sich die Persönlichkeit des Besitzers widerspiegelt. Und es bedeutet auch, ein vielfältiges Angebot zu haben, um die unterschiedlichsten Bedürfnisse befriedigen zu können.

Ihre beiden Auberges sind stark durch Sie selbst

geprägt. Können Sie ein Beispiel für diesen persönlichen Stil geben? In der Bastide de Moustiers parkt im Hof ein alter Chevrolet Pickup Holden 1600, den wir speziell für Picknick-Ausflüge ausgestattet haben, mit einem zusammenklappbaren Tisch, einem Kühlschrank, Gläsern in der Armlehne und sogar einer Hängematte für eine Siesta nach dem Essen.

Beide Auberges verfügen über ausgezeichnete Restaurants. Was ist Ihr Konzept für die Küchen?

Sowohl in Moustiers als auch in La Celle liegt der Fokus auf lokalen Produkten und ihrem unverfälschten Geschmack. Es ist eine provenzalische Küche,

in der Gemüse eine grosse Rolle spielt. In beiden Häusern haben wir Küchengärten – es geht nichts über den Geschmack von frisch geerntetem Gemüse und Kräutern!



D. Monetta/zvg

Alain Ducasse: «Jedes Haus muss eine Seele haben.»

Die beiden Küchenchefs sind langjährige Mitarbeiter von Ihnen.

Ja, beide haben schon vor vielen Jahren bei mir im «Louis XV» in Monaco angefangen. Das Restaurant ist so etwas wie meine Kaderschmiede für junge Talente. Christophe Martin ist seit mittlerweile drei Monaten Küchenchef in der Bastide, zuvor arbeitete er acht Jahre in der Toskana, wo ich ein drittes Hotel betreibe. Und Benoît Witz führt die Küche der Hostellerie seit der Eröffnung. Sie beide teilen meine Vision, wie der Küchenstil in einem Landhotel aussehen sollte: einfach, grosszügig und von Herzen kommend. pb

Wettbewerb

«Gusto 13»: Die Ausschreibung hat begonnen

Ab sofort läuft die Ausschreibung für «Gusto 13», dem Lehrlingskochwettbewerb der Schweiz. Anmelden können sich alle Kochlehrenden, die im 2. oder 3. Lehrjahr sind und Jahrgang 1991 oder jünger haben. Sie haben die Möglichkeit, noch bis am 5. Dezember 2012 eine Lösung für die gestellten Wettbewerbsaufgaben zum Thema Nachhaltigkeit einzureichen. Das Finalkochen wird am 6. März 2013 an der Berufsschule Baden stattfinden. sag

www.gusto13.ch

Genuss

Drei erfrischende Eistee-Varianten ohne Zucker

Sie werden zu 100 Prozent aus biologischen

Zutaten und ohne den Zusatz von Zucker hergestellt: Die neuen «Bio

Eistees ready to drink» von Demmers Tee-

haus gibt es in den drei Geschmacks-

richtungen «Black Lemon», «Green Lime» und «Red Berry».

Die erfrischenden Getränke basieren auf einem Teeauszug und werden mit diversen Säften ergänzt. Sie sind ab sofort bei der Hochstrasser AG in 0,25-Liter-Einweg-Glasflaschen erhältlich. In



www.hochstrasser.ch

2011: Weniger Wein, dafür mehr Bier getrunken

2011 wurde in der Schweiz weniger Wein getrunken. Dies geht aus einer Mitteilung der Eidgenössischen Alkoholverwaltung (EAV) hervor. Waren es 2010 noch 38,2 Liter pro Person, trank vergangenes Jahr jede Schweizerin und jeder Schweizer noch 37 Liter. Der Bierkonsum hingegen nahm zu. Statt der 56,6 Liter im Vorjahr belief sich der Bierkonsum pro Person 2011 auf 57 Liter pro Person. Zudem verdoppelte sich innerhalb von sechs Jahren die Anzahl steuerpflichtiger Brauereien in der Schweiz. Im Jahr 2006 waren es noch 175 – im letzten Jahr bereits deren 345. sag

«Lusso»: Zwölf neue Glacesorten für Gross und Klein



Ein Sommer ohne Glace ist nur schwer vorstellbar. «Lusso» hat deshalb zwölf neue Glacesorten für diese Saison kreiert und lanciert. Im Angebot finden sich die mit Cookies oder Pistache versehenen Cornettos «Enigma», und für die kleineren Schleckmäuler gibt es unter anderem ein Haribo-Eis oder eine Rakete mit Ananas-Geschmack.

Nicht fehlen dürfen die neuen Kreationen von Magnum. Nebst «Infinity Chocolate & Caramel» gibt es eine fruchtige Variante oder die Minis mit Pistache und Nougat. In

Nachhaltige Festival-Kost

Das Berner Buskers Festival startet heute Abend – mit einem neuen Gastro-Konzept. Dieses stellt die Anbieter vor neue Herausforderungen.

FRANZISKA EGLI

Wenn heute Abend Berns 9. Strassenmusikfestival Buskers beginnt, wird die Hälfte der 51 Verpflegungsstände mit einem «Buskers Öko-Ballon» versehen sein, was bedeutet: Hier wird ausschliesslich nachhaltig gekocht. Fleisch und

Eier stammen aus Schweizer Produktion und Freilaufhaltung, Fisch und Meeresfrüchte sind MSC-zertifiziert oder ebenfalls aus Schweizer Haltung, und auch alle anderen Produkte wie Früchte, Gemüse, Getreide und Milchprodukte sind hiesiger Herkunft. Dafür gibt's die Nachhaltigkeitsauszeichnung «artgerecht, regional – für die Zukunft». Für alle anderen gilt der Mindeststandard, wonach Pouletfleisch aus Schweizer Produktion verwendet werden muss, Trutenfleisch gar nicht mehr zugelassen ist und Fischware ebenfalls aus hiesiger Produktion stammen oder zumindest MSC-zertifiziert sein muss.

Zwar setzt man beim Berner Festival mit seinen rund 70 000 Besuchern an drei Tagen (Stand 2011) von jeher Wert auf regionale und nachhaltige Festival-Verpfle-

gung. Mit diesen neuen Standards jedoch, begründet Gastro-Chef Klaus Widmer, wolle man noch mehr der Tendenz entgegenwirken, Waren – insbesondere Fleisch und Fisch – möglichst günstig beim Grosshandel zu beziehen. «Es kann doch nicht sein, dass ein Poulet nur noch acht Franken kostet», argumentiert er.

Peter Ulrich von Peppinos Catering in Murten begrüsst die Neuerung – macht aber keinen Hehl daraus, dass die Umsetzung nicht ganz einfach war. «Wenn man Paella anbietet, bedeutet das eine logistische Herausforderung». Doch er wurde fündig, was zur Folge hat, dass seine Paella statt 16 Franken nun nun 18 Franken kosten wird. «Aber das ist dem Buskers-Publikum, das nicht nur aus jungen Leuten besteht, zuzumuten», ist auch Widmer überzeugt.



Je nach Speiseangebot stellen nachhaltige Vorschriften die Betreiber vor neue Herausforderungen.

Stefan Ruprecht, Mitinhaber der Gastrofirma Taberna AG, sagt: «Da wir von jeher Schweizer Produkte und nachhaltige Produzenten bevorzugen, erfüllen wir den

Mindeststandard». Und trotzdem: «Bei der Frage, ob wir für unser indisches Gericht echten Basmati-Reis aus Indien oder zertifizierten Schweizer Reis verwenden,

bevorzugen wir ganz klar das Original.» Solcher Tücken ist man sich auch bei den Organisatoren bewusst – und verspricht Anpassungen für nächstes Jahr.

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Gery Nievergelt/gn
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Sabrina Glanzmann/sag (Ressort-)

leitung dolce vita); Alexandre Caldarajaca (Ressortleitung cahier français); Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/szg; Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Woll/rwo (CD)
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontärin: Laura Nussbaumer/lm
Online Redaktion: Natalie Allesch/npa.

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

Verlag

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

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, verkaufte Auflage: 9476; Gratisauflage: 811.
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.–, ISSN: 1424-0440

Kontakte

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 keine Haftung übernommen. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

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/Hoteliers Restaurateurs SHV/VDDH.

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
sozial, passion & system

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SS+T
Swiss School of Tourism and Hospitality

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

cahier français

htr hotel revue No 32 / 9 août 2012



Pays-d'Enhaut
En rénovation, l'Hôtel Rougemont sera le seul cinq étoiles du Pays-d'Enhaut.
page 20



Gastronomie
Le Neuchâtelois Michel Stangl a fêté 35 ans de cuisine avec ses amis maraîchers.
page 23



Les investisseurs du projet «Village Royal» viennent de recevoir le feu vert pour démarrer la construction de la structure hôtelière dans le quartier d'Aminona-Est.

Investissements en série

En un peu plus d'un mois, le Tribunal fédéral a rendu deux décisions en faveur de projets immobiliers d'importance à Crans-Montana. L'embellie devrait se poursuivre.

GRÉGOIRE DESSIMOZ

La destination valaisanne est en odeur de sainteté auprès du Tribunal fédéral. Celui-ci a en effet statué entre mai et juillet en faveur de la première étape du luxueux projet immobilier d'Aminona, ainsi qu'en faveur des autorités de Montana concernant le plan de quar-

tier qui comprend les parcelles bordant le lac de la Moubra. Ce sont là les épilogues de feuilletons à rebondissements qui durent depuis plusieurs années et qui vont permettre des investissements bienvenus dans une station en manque de lits commerciaux.

Projet immobilier de Constantin

Et comme les bonnes nouvelles ne viennent jamais seules, il se poursuit qu'un autre projet d'envergure passe dans une étape décisive ces prochaines semaines. Il s'agit d'un complexe immobilier développé par le bouillonnant promoteur et président du FC Sion, Christian Constantin.

La partie hôtelière affronte actuellement les foudres de la Fondation Franz Weber et d'Helvetia

Nostra, qui ont fait opposition. Mais comme le relève le président de Randogne, Paul-Albert Clivaz: «Le Conseil communal devrait délivrer l'autorisation de construire lors de sa prochaine réunion. C'est un dossier fondamental

«Le projet de complexe hôtelier de Constantin est fondamental pour notre économie.»

Paul-Albert Clivaz
président de Randogne

pour notre économie. Nous verrons à ce moment là si les opposants décident de faire recours. Cela témoignera de l'état d'esprit de ces gens. Mais je trouve cela lamentable, c'est de l'ar-

rogance. Il s'agit d'un projet hôtelier pour lequel la Lex Weber ne s'applique pas.» L'investissement total n'est pas connu. Christian Constantin étant moins disert lorsqu'il s'agit de chiffres. Mais certains experts l'estiment à quelque 400 millions de francs.

Du côté de Mollens, la décision du Tribunal fédéral résonne comme un ouf de soulagement auprès des investisseurs de l'Aminona Luxury Resort and Village, qui bataillent depuis quatre ans contre les recours à répétition. L'appel d'offres pour la construc-

tion de la première des cinq parties du farineux projet dévisé à 650 millions de francs va enfin pouvoir être lancé. Il s'agit d'une quinzaine d'immeubles-chalets à près de 200 millions de francs, qui vont engendrer une offre de 800 nouveaux lits hôteliers.

Golf: trous créateurs de nuitées

Malgré le manque cruel de lits hôteliers, Crans-Montana s'apprête à accueillir plus de 50 000 visiteurs pour l'European Masters de Golf du 30 août au 2 septembre prochains.

Son directeur, Yves Mittaz, reste cependant optimiste et relativise l'impact direct de cette pénurie sur la manifestation: «Un site comme eBooking nous sauve la mise. Car finalement pour un

client c'est assez simple de trouver un logement. Et si pour une manifestation de cette ampleur on doit loger à 30 minutes de l'événement, ce n'est pas dramatique. Mais les gens aimeraient en priorité rester sur place, car l'ambiance est tout de même différente.»

Des solutions alternatives ont par ailleurs été trouvées pour assurer au mieux les 16 000 nuitées engendrées par le tournoi. «Nous

avons aussi mis sur pied un système de location d'appartements avec un service hôtelier», explique Yves Mittaz, qui se prête à rêver que le nombre de lits marchands doublera dans les années à venir à Crans-Montana. Dans l'intervalle, les hôteliers se préparent eux à remplir pour un week-end complet, à peine remis du succès du concours hippique international qui s'est tenu au début du mois.

ANNONCE

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

Les avantages d'une buanderie à domicile:

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

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

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



SCHULTHESS

La lessive. Le savoir-faire



En bref**Vaud****La télévision belge filme le Léman**

L'émission «TéléTourisme», diffusée quotidiennement sur la Une de la RTBF (Radio Télévision Belge Francophone), a effectué dernièrement un tournage dans le canton de Vaud. Elle sera diffusée au printemps prochain. Elle touche environ 600 000 téléspectateurs sur la RTBF et 200 000 en rediffusion sur TV5 et SAT. Produite et animée par Guy Lemaire, elle fera la part belle aux rives du Léman. **aca**

Une association pour la truffe du Nord vaudois

La région touristique d'Yverdon-Bains confirme sa volonté de se positionner dans la filière de la truffe: elle vient de créer l'Association «l'ère Région truffière de Suisse». Le projet vise à encourager le développement de trufficultures et à accompagner les acteurs intéressés à la transformation et au commerce du précieux champignon. **lb**



Entre la rénovation de l'Hôtel Rougemont et la construction de résidences hôtelières, le projet crée un total de 90 lits.

Luxe à Rougemont

L'Hôtel Rougemont rouvrira ses portes en 2013 dans un nouvel écrin luxueux de 35 chambres. Bonne nouvelle pour le Pays-d'Enhaut qui déplore un manque de lits dans la région.

LAETITIA BONGARD

En travaux depuis plusieurs mois, l'Hôtel Rougemont rouvrira ses portes à la saison d'hiver 2013. Un boutique hôtel cinq étoiles de 35 chambres dont 14 suites, complété par cinq résidences avec service hôtelier. Le seul dans cette catégorie dans le Pays-d'Enhaut. Les acteurs du tourisme sont unanimes: même si la destination se profile davantage dans le segment familial, l'arrivée de cet hôtel comble un véritable manque. Situé à 8 kilomètres de Gstaad, Rougemont pourra enfin héberger la clientèle haut de gamme.

«En l'espace de 10-12 ans, les hôtels se sont réduits comme peau de chagrin à Rougemont. La

renaissance de cet hôtel fermé depuis 2006 est donc une grande joie. Il répond à un réel besoin», affirme Claire-Lise Blum Buri, syndique de Rougemont. Au total, l'hôtel rénové et agrandi par les résidences apportera 90 lits supplémentaires à la commune de Rougemont, qui ne compte actuellement plus que l'Hôtel de Commune, un trois étoiles de 24 lits. Ursula Frieder, propriétaire de l'établissement, confirme: «Nous devons refuser du monde en pleine saison. Et si on n'arrive pas à loger la clientèle quatre-cinq étoiles à Rougemont, elle se tourne vers Gstaad.»

Le complexe abritera un spa, fitness, jacuzzi, restaurant, lounge-bar, vinothèque, froma-



L'intérieur privilégie le bois et la pierre comme matériaux.

gerie et boutiques. Le tout pour un investissement estimé entre 45 et 50 millions de francs. Un montant communiqué très discrètement par la société suisse Andresen Hôtels, propriétaire de l'établissement depuis août 2011.

«Le montant à investir doit être à la hauteur d'un bel hôtel de qualité», tient à souligner Alexander Van Rijsbergen, co-propriétaire de la société avec l'hôtelier de Zermatt Mario Julien. Quant à l'exploitant de l'hôtel, il s'agit vraisemblablement d'une chaîne de management helvétique expérimentée dans le secteur alpin et du luxe.

Les deux hommes d'affaires avouent avoir été séduits par la «belle aura» qui règne à Rougemont: «Ce village est une perle de la région, mais qui a besoin de quelque chose de neuf, un hôtel phare avec une architecture qui mette en valeur l'authenticité du lieu», note Alexander Van Rijsbergen.

Du neuf, on en rêve dans la région. «Le Pays-d'Enhaut a perdu 20 à 30% de ses capacités d'hébergement totales au cours des dix dernières années. Plusieurs projets hôteliers et parahôteliers devraient toutefois nous permettre de corriger cette érosion, nous espérons d'ici 2016», relève Charles-André Ramseier, syndic de la commune de Château-d'Ex. Peu étonnant donc que l'arrivée de l'investisseur suscite autant d'enthousiasme de part et d'autre.

Toutefois, on se défend de vouloir rivaliser avec la pimpante station de Gstaad. Sophie Penney, responsable de la centrale de réservation de Pays-d'Enhaut Tourisme, évoque la nécessité de la complémentarité. «La destination reste avant tout attachée aux valeurs familiales, au sens large du terme. Il s'agit aussi bien des enfants que des retraités. Et, soit dit en passant, cette clientèle n'est pas forcément contradictoire avec l'hôtellerie de luxe.»

LE MILESTONE 2012: RÉCOLTEZ LES FRUITS DE VOTRE SUCCÈS.

La qualité et l'innovation sont des points de repère qui jalonnent le paysage touristique suisse. Chaque année, les projets hors du commun sont récompensés par le **MILESTONE. Prix du tourisme suisse**. Le site www.htr-milestone.ch vous livre toutes les informations sur les conditions de participation.

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS: 31.08.2012



Le MILESTONE. Prix du tourisme suisse est décerné par l'htr hotel revue et hotelleriesuisse, avec le soutien du SECO dans le cadre du programme d'encouragement Innoutour. Le MILESTONE est placé sous l'égide de la Fédération suisse du tourisme.

innovation
tourism

htr hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

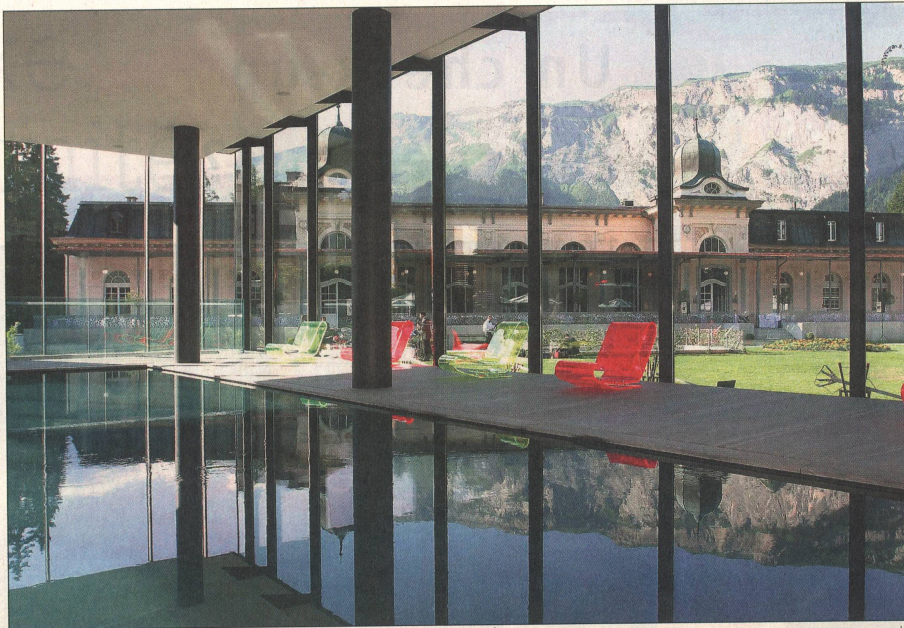
Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Département fédéral de l'économie DFE
Secretariat d'Etat à l'économie SECO

Patronage
STV FST

Partenaire
FMB
BWW FMS Energie SA

A partir de 2013, les hôteliers pourront aussi être dispensés de la taxe sur le CO₂, mais la règle du jeu va changer: ainsi plus de groupes de référence, mais d'autres incitations.

Thérèse Lagler



L'Hôtel Waldhaus Flims Mountain Resort est exonéré de la taxe sur le CO₂ depuis 2003.

Modifications dans l'air

La procédure de consultation de l'ordonnance sur le CO₂, qui devra entrer en vigueur en janvier 2013 conjointement avec la nouvelle loi sur le CO₂, vient de se terminer.

Pour Monika Güntensperger, responsable de la politique économique à hotelleriesuisse, un point important occupe le devant de la scène: «C'est positif que les hôtels puissent continuer d'être exonérés de la taxe. La Confédération reconnaît ainsi que l'hôtellerie est une grande consommatrice d'énergie.»

L'ordonnance sur le CO₂ dresse explicitement la liste des branches qui peuvent en être exemptées. La restauration, par exemple, n'en fait pas partie.

L'ordonnance définit trois modèles d'exonération

En contrepartie, celui qui veut en être exempté doit s'engager à réduire ses émissions de CO₂. L'ordonnance prévoit trois modèles différents:

Objectif individuel de limitation des émissions: la quantité maximale de gaz à effet de serre que l'entreprise peut rejeter jusqu'à fin 2020 est définie lors de la fixation de l'objectif. La réduction est linéaire. Ce modèle est plutôt destiné aux grandes et moyennes entreprises.

Objectif standard de limitation d'émissions: les entreprises qui ont déjà été exemptées de la taxe au cours de la période 2008-2012 et qui demandent à rester exemptées à partir de 2013 peuvent solliciter ce modèle. Il prévoit une réduction

d'environ 10% jusqu'en 2020, mais selon les auberges de jeunesse suisses il ne souscrit pas suffisamment aux mesures d'économie

d'énergie consenties jusqu'ici.

Objectif de réduction basé sur des mesures: les entreprises qui ne rejettent annuellement pas plus de 100-1500 tonnes de CO₂

peuvent appliquer ce modèle. Ici il ne s'agit pas de fixer un objectif de réduction absolu, mais de rechercher des mesures économiquement viables pour réduire les émissions de CO₂. Cela correspond au modèle PME de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC) et pourrait être le meilleur choix pour les établissements hôteliers.

«Un hôtelier, dont l'établissement émet 100 tonnes de CO₂, paie une taxe annuelle de 3600 francs. Dans notre modèle PME,

il en fait déjà partie à partir de 1500 francs», note Armin Eberle, directeur général de AEnEC. Mais l'hôtelier doit être prêt à faire quelque chose et à investir.

Calculer à partir de quand cela vaut la peine

«Nous partons du principe que cela vaut la peine pour toutes les entreprises dont les frais en énergie sont supérieurs à 20000 francs par année», poursuit Armin Eberle.

L'exemption prévue de la taxe sur le CO₂ commencée déjà avec des frais de mazout de 40000 francs annuels, mais le directeur général de AEnEC a aussi cherché des solutions pour de plus petits établissements. «Je peux facilement m'imaginer que des établissements ayant une consommation d'énergie similaire et des infrastructures comparables se réunissent pour former un groupe.»

Le problème est que, selon la nouvelle ordonnance sur le CO₂, les sociétés qui se réunissent

pour former un groupe ne peuvent être exonérées de la taxe que si une personne morale assume la responsabilité conjointe et solidaire.

Cela s'applique aussi aux groupes de référence existants – Oberland bernois, Berne-Soleure, Vaud, Lucerne – dans lesquels plus de 150 hôteliers s'engagent à des économies d'énergie. Armin Eberle pourrait imaginer que les organisations régionales assument cette fonction.

Selon Monika Güntensperger, hotelleriesuisse entend examiner cette idée plus précisément dans le courant de l'automne. Une chose est sûre: pour ceux qui ne pourront se soustraire à la taxe, ça va coûter plus cher.

La taxe sur le CO₂ va augmenter progressivement, passant de 35 à 120 francs par tonne, s'il s'avère que les objectifs de réduction de CO₂ échouent dans l'ensemble de la Suisse.

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



«Je peux m'imaginer que des hôtels comparables se réunissent.»

Armin Eberle
Directeur général de AEnEC

L'horlogerie stimule le tourisme

Le succès de l'horlogerie suisse incite les touristes à en savoir davantage sur le sujet. Genève Tourisme & Congrès et Neuchâtel Tourisme exploitent le filon.

Françoise Zimmerli

«Vivez la recherche de la perfection à travers les inventions successives qui font de Genève le berceau historique de la haute horlogerie», tel est l'un des arguments avancés par Genève Tourisme et Congrès (GT & C) lors du lancement de sa nouvelle visite thématique spécifique à l'horlogerie. Une thématique qui, jusque-là, n'avait guère été exploitée, mais qui entre désormais totalement dans le positionnement

du tourisme genevois. Les visiteurs sont conviés «à découvrir cette activité de l'art horloger née avec l'avènement du calvinisme et le flux considérable de réfugiés à Genève. En particulier les huguenots français qui, travaillant en synergie avec les orfèvres et tous les métiers liés à l'horlogerie, les cabinetiers, ont provoqué ainsi l'essor et le développement de l'industrie horlogère au fil du temps dans la cité de Calvin», souligne Noëmi Audria, responsable Accueil & Info à GT & C.

«Genève vend et produit des montres avec un savoir-faire»

Elle ajoute: «Il faut savoir que si beaucoup de villes suisses vendent des montres, Genève les vend et les produit, avec une histoire et un savoir-faire en background.»

La visite guidée tout public qui dure 2 heures parcourt le quartier



Une «immersion horlogère» dans l'esprit neuchâtelois.

Saint-Gervais, dont des immeubles, comme la Maison Roux, affichent encore des fenêtres de cabinetiers, les Rues-Basses, avec la tour de l'Île, (petit détour par le pont de la Machine), la rue du Rhône, le passage Malbuisson, la tour du Molard, et finalement

l'Horloge fleurie du Jardin anglais. Un bon dosage de balade agréable et d'histoire passionnante, chacun pouvant ensuite prolonger individuellement cette découverte par une visite du Musée Patek Philippe ou de la Time Gallery de Piaget, GT & C ne souhaitant pas se lier à une marque en particulier.

Des offres multiples dans le canton de Neuchâtel

De son côté, Vincent Matthey, coordinateur montages à Neuchâtel Tourisme (NT), relève que «l'horlogerie a été toujours la thématique majeure dans le haut du canton, en particulier au Locle et à la Chaux-de-Fonds». Et ce d'autant plus depuis la consécration de la ville de naissance de l'architecte Le Corbusier au Patrimoine mondial de l'Unesco. Les offres sont donc multiples sur le site NT, qu'il s'agisse du forfait

«Immersion horlogère» à la Chaux-de-Fonds ou au Locle, ou de celle, à vélo, de la «Découverte de l'urbanisme horloger» dans les mêmes villes, ou encore du forfait expositions «Automates & merveilles» et hôtels dans les villes déjà citées et à Neuchâtel. Mais souligne Vincent Matthey, «les gens ont surtout besoin d'émotionnel, c'est ce qui nous a incités à créer avec un privé, l'atelier «Monter sa montre», au centre de la Chaux-de-Fonds.»

Une façon pour les participants de se mettre dans la peau d'un horloger, de revêtir la blouse blanche et, la loupe à l'œil, d'effectuer les étapes cruciales de l'assemblage d'une montre, mouvement mis à part. C'est ce type d'offres que Vincent entend développer l'avenir, car «avec la Journée du patrimoine horloger, elles permettent de vivre le monde de l'horlogerie de l'intérieur.»

En bref

Suisse

Le franc fort continue de peser sur l'hôtellerie

L'hôtellerie suisse sort d'un premier semestre 2012 difficile: elle a enregistré 16,8 millions de nuitées de janvier à juin, soit une baisse de 3,7% (-643 000 nuitées) par rapport à l'année précédente. Christoph Juen, directeur d'hotelleriesuisse, se dit «préoccupé par la guerre des prix à laquelle sont exposés les établissements». Face à ces conditions difficiles, l'association faitière en appelle à «l'esprit d'initiative» des hôteliers et à une «mise en œuvre éclairée» de l'initiative Weber de la part du Conseil fédéral.

Valais

Au Val d'Ille les hôtes fixent le prix de leur nuit



Cinq hôtels du Val d'Ille proposent à leurs hôtes de déterminer eux-mêmes le prix de leur nuitée. L'offre n'inclut pas le petit-déjeuner ni la taxe de séjour et est valable jusqu'au 9 septembre. L'Alpazze Lou Kra» à Champoussin, «L'Etable» et «Les Portes du soleil» aux Crossets, «L'Helvetia» à Morgins et «L'Hôtel de Torgon» y voient un moyen de lutter contre la «morosité ambiante.»

Vaud

Un centre aquatique aux Diablerets

Un centre aquatique viendra étoffer l'offre touristique des Diablerets à l'horizon 2018-2020. La commune d'Ormont-Dessus est en passe de signer un partenariat avec le groupe vaudois Boas pour sa réalisation. La commune mettra à disposition le terrain et l'eau; le spécialiste de l'hébergement médico-social, de l'hôtellerie et du thermalisme financera le reste de l'investissement, estimé à 30 millions de francs. Le projet des «Bains du Glacier» inclut la création d'un hôtel trois étoiles de 80 à 100 chambres.

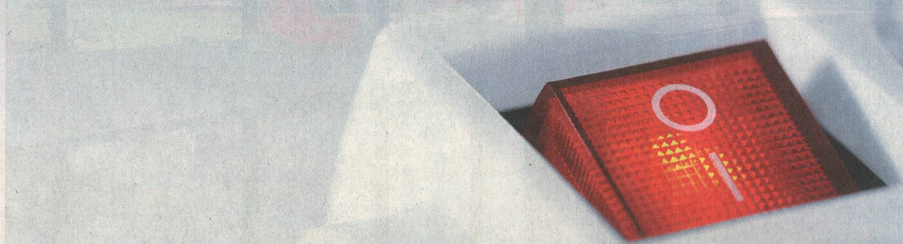
Genève

Le nouveau visage de Plainpalais



Après onze mois de travaux, la plaine de Plainpalais au cœur de Genève a terminé sa mue. La surface de 28000 m² abrite une vaste aire de jeux, deux terrains de pétanque, deux buvettes, des toilettes publiques, et surtout: un skate-park de 3000 m², qui devrait selon la Municipalité, figurer parmi les cinq meilleurs d'Europe de par sa taille et sa polyvalence. L'inauguration officielle aura lieu au mois d'octobre.

Un check-up énergétique?



hotelpower au service de l'efficacité

La plateforme hotelpower aide les hôtels et les restaurants à réduire leur consommation d'énergie et à baisser leurs coûts.

Les outils en ligne permettent de calculer le potentiel d'économie et montrent, à l'aide d'exemples concrets tirés de la pratique, comment atteindre les objectifs.

Pour obtenir plus d'informations: www.hotelpower.ch



hotelleriesuisse – compétence,
dynamisme, enthousiasme.

Partenaire

FMB®
BKW FMB Energie SA



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Prolixe proximité d'ici

Le chef de l'Hôtel de Commune de Dombresson rend hommage à son marché, celui de Neuchâtel. 35 ans de cuisine fêtés en toute simplicité avec les amis maraîchers.

ALEXANDRE CALDARA

Michel Stangl chef de l'Hôtel de Commune de Dombresson dans le Val-de-Ruz, connaît le marché de Neuchâtel comme sa poche. Une poche végétale où se dissimule l'amour de la ratatouille. «Il s'agit d'un super-marché d'indépendants avec des produits de qualité. C'est un devoir citoyen d'y venir.» Depuis 25 ans, il y achète local pour penser global, aux débuts certains maraîchers semblaient difficile à approvisionner. Aujourd'hui on lui fait quelques faveurs, comme des premières pommes de terre nouvelles rien que pour lui et des petits légumes millimétrés. «Le



Le marché de Neuchâtel, un mardi matin estival.

samedi, j'achète du cochon laineux à Elisabeth.» En général, il y vient très tôt le mardi et le samedi et le jeudi «pire que tôt». Plus tard, mardi dernier, il fêtait ses 35 ans de cuisine par un petit apéritif offert aux maraîchers, aux amis et aux passants. La petite tribu des habitués partage une coupe, on y croise un historien, un ingénieur des ponts et chaussées, une dame qui se présente ainsi: «Je suis la maman de Michel.» Et une foule de badauds attirée par les notes d'un jazz d'antan.

Il compose les recettes après le marché

François Détraz, derrière son étal de fruits et légumes depuis l'âge de dix ans et depuis 37 ans, décrit ainsi sa dernière visite à l'Hôtel de Commune: «J'ai dit à Michel, fais-moi ce que tu as envie. Cela a donné un festival de

«Même si un plat est compliqué, on doit penser qu'il est simple.»

Michel Stangl
Chef à Dombresson

goûts et de couleurs.» D'autres amis décrivent «un improvisateur hors pair». Pour Michel Stangl le challenge sera toujours de composer les recettes après le marché: «Je fais avec ce qu'il y a, pas avec ce que je veux. Je change tout le temps de recettes.» Et quand un fruit n'est pas celui qu'il préfère, il invente quand même. «Un riz au lait aux abricots servi comme un œuf au plat.» Il écoute certaines suggestions pour préparer des aliments qu'il accompagnent depuis longtemps: «Je viens de préparer une beignet de fleur de courgette à la mozzarella et au jus de poivron.»

«Une bonne cuisine bourgeoise et du poisson très pur»

Lorsqu'on lui demande de qualifier son métier il s'exclame: «Je suis juste un cuisinier qui ne pratique pas le steak frites et s'impose la discipline du frais avec une équipe de douze personnes.» Une philosophie transmise par Jean-Claude Meury, pendant son apprentissage. Michel Stangl fut «promu de l'année» du Gault Millau en 2001 et conserve 15 points. «Même si un plat est com-



Le maraîcher François Détraz et le chef Michel Stangl, deux figures du marché de Neuchâtel.

pliqué, on doit penser qu'il est simple.» Il définit son style comme de la bonne cuisine bourgeoise, avec une manière de travailler le poisson de façon très pure. Un bar avec du poireau ou des artichauts. Il le prépare aussi avec une vinaigrette curry madras. Il n'aime pas les altérations de goût «qu'on mange une queue de bœuf qui a cuit 24 heures ou un filet de bœuf, cela doit avoir le goût de bœuf.» En matière de sauce, il travaille des jus très réduits pour des goûts exacerbés.

Au chapitre des grandes émotions culinaires, il citera toujours un repas à l'âge de vingt ans chez Frédéric Girardet: «Il a sauvé la cuisine suisse en la démocratisant.» L'initiation au bon goût simple, il le tient de sa grand-mère qui cuisinait déjà à l'Hôtel de Commune de Dombresson, depuis la fin de la deuxième guerre mondiale. Un petit hôtel qui comprend neuf chambres, dans le giron de la famille Stangl depuis trois générations, au cœur d'un village de 1600 âmes surnommées les bour-

dons. Michel Stangl peut parler des assiettes qu'il change chaque année pour se libérer de certaines retenues, de sa passion pour le graphisme des plats, notamment acquise à l'Ecole d'art de la Chaux-de-Fonds. Avant de préciser «cuisiner doit rester un métier manuel, il faut maîtriser le feu, la découpe, le couteau prolonge la main. On tourne les légumes sans se plaindre, on se brûle sans pleurer.» Mardi l'apéritif se conclut par un pique-nique improvisé à même le pavé.

L'esprit hôtelier d'Alain Ducasse

Alain Ducasse n'est pas qu'un grand chef – il possède aussi des hôtels. Deux auberges en Provence font partie de la marque internationale «Ducasse».

PATRICIA BRÖHM

Tout commence par une excursion à moto dans les collines de Provence. Entre champs de lavande et d'oliviers, Alain Ducasse découvre une vieille bastide qui est à vendre – «un coup de cœur» – et qu'il fait soigneuse-

ment restaurer. Une amie architecte d'intérieur aménage les lieux dans le style provençal. Avec la Bastide de Moustiers, Alain Ducasse, qui à l'époque a déjà obtenu trois étoiles pour son restaurant le Louis XV à Monaco, fait en 1994 ses premiers pas d'hôtelier. Il aménage 12 chambres, toutes décorées individuellement d'antiquités qu'en chineur passionné le chef a découvertes en flânant dans les marchés aux puces. Bientôt La Bastide de Moustiers (1 étoile Michelin) fait aussi parler d'elle pour son restaurant. Le chef Alain Ducasse prend goût à son métier d'hôtelier: en 1999, il ouvre une seconde auberge en Provence avec l'Hostellerie de l'Abbaye de La Celle.

A 55 ans, il est le grand chef «mondialiste»: il dirige actuellement 25 restaurants dans 8 pays sur 4 continents. Des établissements trois étoiles, tel le Plaza Athénée, à Paris, aux simples restaurants de son concept «Spoon». Parmi ses autres entreprises figurent l'«Ecole de cuisine» à Paris, la gestion de la chaîne hôtelière «Châteaux et Hôtels de France» et bien plus encore. Ses nombreux livres de cuisine sont tous des bestsellers. Le Français a accompli l'exploit de faire de son nom une marque internationale de luxe, à l'instar des empires haute couture d'Armani ou de Chanel.

Mais chaque fois qu'il le peut, ce voyageur infatigable visite ses auberges en Provence. Et s'il est à

Hongkong ou à New York, il se fait faxer tous les matins les cartes des deux établissements qui changent chaque jour. «Alain Ducasse a une mission», relève Tancrède Barale, le jeune directeur de l'Hostellerie de l'Abbaye de Celle. «Il pense constamment à la manière dont il pourrait encore améliorer ses établissements pour ses hôtes. Et il pense deux fois plus vite que tout le monde.» Située près d'Aix-en-Provence, l'Hostellerie de l'Abbaye de La Celle fait partie d'une abbaye bénédictine du 12^e siècle dans le village de La Celle. Il y a un an, Alain Ducasse a rénové ses 10 chambres, adaptant l'établissement aux normes d'un cinq étoiles. C'est un refuge intime où l'on

se sent en visite dans une maison privée. Même les portes de la cuisine sont toujours ouvertes aux hôtes. Vers 19 heures, on peut rencontrer le chef Benoît Witz dans son potager et partager ses secrets: comment utiliser les herbes aromatiques pour une salade de légumes avec du homard. Un moment qui résume l'esprit d'Alain Ducasse: «Si quelqu'un est mon hôte, je me sens responsable de son bonheur, tant qu'il séjourne sous mon toit.»

www.abbaye-celle.com
www.bastide-moustiers.com
www.alain-ducasse.com

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

Pêle-mêle

Un festival pour les amoureux de la montagne

Pour sa 43^e édition, le Festival international du film alpin des Diablerets consacre un large pan de sa programmation aux «hommes au service de la montagne». Du 11 au 18 août le public du FIFAD pourra non seulement découvrir de nombreux films (31 en compétition), mais aussi rencontrer certaines personnalités de l'extrême. Des discussions et des conférences seront organisées, comme celles de l'alpiniste bernois Ueli Steck. Un show aérien et une soirée freeride inaugureront le début du festival.

www.fifad.ch

Les «pods» débarquent dans les campings TCS



Huit campings TCS proposent depuis peu un nouveau type d'hébergement aux touristes voyageant sans tente ni caravane. Il s'agit de «pods», de petites cabanes en bois ovales venues des pays nordiques. Alimentées en électricité, elles peuvent accueillir trois adultes ou deux adultes et deux enfants. Elles ne disposent pas de toilettes ni d'espace cuisine. En Suisse romande, des pods sont à disposition dans les campings des «Iles» à Sion, de la «Pointe à la Bise» à Vésenaz-Genève et de Salavaux au bord du lac de Neuchâtel. lb

Un premier guide pour le terroir valaisan

Le premier guide Valais Terroir contenant les bonnes adresses du terroir valaisan vient de sortir. Il se décline en trois parties: «Restaurants labellisés Saveurs du Valais», «Agrotourisme avec vente directe» et «Vente directe du producteur». Illustrations, présentations des principales spécialités culinaires et événements phares complètent ce guide bilingue. La brochure tirée à 30 000 exemplaires est disponible gratuitement dans les offices de tourisme et à la chambre valaisanne d'agriculture. Une application mobile a été développée.

www.valais-terroir.ch

Toujours plus de monde sur les bateaux



Nouveau record de fréquentation pour les bateaux de la CGN (Compagnie générale de navigation sur le lac Léman) avec plus de 340 000 passagers embarqués du premier au 31 juillet. Une période durant laquelle deux des trois plus grosses journées de ces dix dernières années ont été enregistrées. A fin juillet, la CGN comptera 88 000 passagers d'avance sur le nombre total de personnes transportées depuis le début de l'année par rapport à 2011 à la même date, qui était déjà une année record. aca



«J'achèterais volontiers un domaine de Lavaux. Ce serait comme acquérir un mayen en Valais: un luxe suprême.»

Jean-Claude Biver président de Hublot, lu dans «Le Temps»

Carrière dorée au cœur de Londres

La Genevoise **Nathalie Seiler-Hayez** dirige le légendaire palace The Connaught à Londres. En plein Jeux Olympiques, l'hôtelière s'étonne du calme qui règne au centre de la capitale.

LAETITIA BONGARD

Le luxe selon elle «c'est tout sauf l'arrogance». Un peu comme ce qu'elle dégage d'ailleurs. Nathalie Seiler-Hayez n'a pas pris un gramme de grosse tête en dépit de la fonction qu'elle occupe depuis près de deux ans: la Genevoise dirige l'Hôtel Connaught, certainement l'un des plus beaux établissements de Londres. Situé au cœur du quartier animé de Mayfair, le Connaught est un palace de 121 chambres dont 35 à 40 suites, qui emploie environ 350 personnes.

De sa chance, Nathalie Seiler-Hayez en est pleinement consciente. L'enthousiasme et la fraîcheur qu'elle dégage au bout du fil ne la contrediront pas. Depuis qu'elle a pris les rênes de ce grand hôtel, Londres ne cesse de faire parler d'elle dans les médias. Un mariage princier, le jubilé de la Reine et maintenant les Jeux Olympiques. «Londres s'est beaucoup investie pour se présenter sous son meilleur jour, la ville est magnifique. Les retombées de ces différents événements se prolongeront durant toute l'année. Cette aura internationale ne peut que nous profiter.»

Et pourtant la vie londonienne bat à un rythme particulier depuis le début de ce rendez-vous sportif incontournable. «Ce n'est pas une clientèle habituelle. L'hôtel se vide vers 8-9 heures et tout le monde revient en fin de journée.» La general manager ne

se plaint pas de la situation. Son établissement est plein, comme tous les jours ou presque. «Jeux ou non, crise ou pas crise, notre taux d'occupation à l'année atteint 86%. Une situation assez exceptionnelle», reconnaît-elle. «Beaucoup d'hôtels affichent leur déception. De nombreuses chambres réquisitionnées par le comité d'organisation des JO leur ont été rendues, faute de pouvoir les vendre.»

Le centre de Londres plus calme que jamais

Le calme qui règne dans le centre de Londres l'étonne: «On nous avait prédit une situation très compliquée, avec des transports en commun encombrés, du retard dans les livraisons. Au final, tout le monde arrive à l'heure car le centre de Londres est vide! Les Londoniens ont fait exactement ce qu'on leur a dit: ils ont fui les lieux!» Pour cette femme qui aime les défis, l'ambiance est «trop tranquille» à son goût. Même le restaurant doublement étoilé de la cheffe française Hélène Darroze sert moins de couverts.

Des défis, Nathalie Seiler-Hayez en a relevé plusieurs depuis le début de sa carrière. Après avoir fréquenté l'Ecole hôtelière de Lausanne, elle réalise différents stages, notamment au Beau-Rivage à Lausanne où elle avoue y «avoir gardé son cœur» et au Conrad de Hong Kong. Elle fait ensuite ses gammes dans différents services hôteliers, pour le groupe Rosewood Hotels à New



The Connaught, un hôtel phare du centre de Londres depuis 1897.

York et dans divers établissements parisiens: le Lutetia, l'Hôtel du Louvre, le Radisson Blu.

Passage remarqué à Bordeaux

Mais la carte de visite qui lui a certainement ouvert la porte du Connaught, c'est la mission qu'elle aura accomplie au Regent Grand Hôtel de Bordeaux. Nommée directrice générale en 2007, elle a inauguré la réouverture du prestigieux établissement où tout était à faire.

Contrairement à Londres où elle arrivait dans un établissement mythique,

que, dans lequel 100 millions de livres venaient d'être injectés. Elle compare le Connaught à une Rolls-Royce: «On m'a donné les clés et il ne me restait plus qu'à bien conduire!»

Après deux ans à ce poste, sa notion de management «horizontal» et «participatif» est en place. L'envie de créer une équipe forte et soudée autour de valeurs communes, d'offrir à ses employés la possibilité d'apprendre et de grandir. «Etre chaleureux, accessible, sans tomber dans la familiarité. On ne vient pas ici pour être vu», souligne l'hôtelière. Une aimable discrétion qu'elle attribue «peut-être» à ses racines helvétiques.



La general manager de l'Hôtel The Connaught, Nathalie Seiler.

Milestone

Le délai pour le dépôt des projets touche à sa fin



Avant aux professionnels du tourisme qui ont mené à bien un projet ambitieux dans leur branche. Le délai pour les inscriptions au Milestone. Prix du tourisme suisse 2012 prend fin le 31 août. Toutes personnes, entreprises et organisations intéressées à concourir peuvent le faire par le biais du site www.htr-milestone.ch. L'Oscar de la branche sera décerné dans quatre catégories, «Projet remarquable», «Prix de la relève», «Prix de l'environnement» et «Prix pour l'œuvre d'une vie», le 13 novembre à Berne. lb

Les gens

Nouveau directeur à l'Hôtel d'Angleterre

Jean-Vital Domézon (photo) est le nouveau directeur général de l'Hôtel d'Angleterre de Genève. Il a été nommé le premier août. Une personnalité déjà au service de cet



établissement depuis 2002. Son excellente connaissance de la philosophie et des valeurs du groupe Red Carnation Hotel Collection, auquel l'hôtel appartient, constitue un atout, estime l'Hôtel d'Angleterre. Il s'est forgé une solide expérience dans le métier, notamment en matière d'hébergement, de restauration et de finances. Il succède à Jacques Favre qui occupait ce poste depuis 2001 et qui part à la retraite après avoir assuré la direction de l'hôtel pendant plus de 10 ans.

Des changements pour Swiss en Suisse romande

Markus Schmid (photo) devient le nouveau directeur de Swiss pour la Suisse romande. Il était directeur régional pour l'Asie et le Pacifique depuis 2006. Il évolue



depuis 36 ans dans le milieu des compagnies aériennes. Il a débuté sa carrière en 1976 en tant qu'apprenti du transport aérien avant d'occuper plusieurs postes dans la compagnie en Suisse et à l'étranger. Auprès de Swiss, il a été désigné responsable pays en Russie en 2003. Il prendra la succession d'Ivan Haralambof. «Il poursuivra les efforts de développement engagés ces dernières années», déclare Rudolf Schumacher, directeur commercial et marketing pour la Suisse. aca

Chlore olympique au bord du Léman

Yannick Agnel et Camille Muffat viennent d'illuminer les bassins londoniens. Le canton de Vaud se souvient de leur présence en mars au bord du Léman et se réjouit de cette opération marketing.

ALEXANDRE CALDARA

Le bureau de Suisse Tourisme Paris avait eu un flair de champion en proposant à l'Office du Tourisme du canton de Vaud et à Lausanne Tourisme d'accueillir des champions français de natation, en mars dernier. Yannick Agnel a été sacré champion olympique sur

200 mètres et le relais 4 x 100 mètres. Quant à Camille Muffat, elle est championne olympique du 400 mètres nage libre. Des visages qui deviennent familiers pour le grand public.

Le soir du sacre de Yannick Agnel, le journaliste de France Télévision Alexandre Boyon rappelait le profil atypique de ce nageur amoureux du langage russe, qui avait été filmé dans la suite de Nabokov au Montreux Palace. Lors de sa rencontre avec Michel Ferla de Suisse Tourisme Yannick Agnel lisait «Lolita», l'idée de la visite à Montreux prit naissance ainsi.

Gisèle Sommer en charge de relations publiques de l'établissement se souvient de l'enthousiasme et de l'émotion du nageur.

«J'étais étonnée par sa fascination pour une œuvre difficile.»

Autre étape de ce parcours en terre vaudoise, une halte chez le vigneron Bernard Bovy, un habitué de la natation de compétition puisque son épouse et sa fille la pratiquent. «Nous leurs avons demandé de nous consacrer des maillots de notre club, ils l'ont fait avec plaisir.»

Une inquiétude tout de même pour Bernard Bovy: «J'espère que nous n'aurons pas des ennuis avec les contrôles antidopage, quand ils trouveront du Saint-Saphorin dans leur sang», s'amuse le vigneron. Et conclut: «Comme quoi le vin blanc contribue aux grands exploits.»

L'Office du tourisme du canton de Vaud note que «cette opération



Camille Muffat et Yannick Agnel, en visite chez Bernard Bovy.

marketing a permis à la région d'obtenir une couverture médiatique importante en France.»

A la fin du mois de juillet M6 diffusait encore un reportage où on voyait les nageurs sur fond de Lavaux et de lac Léman.

Les télévisions françaises ont été très nombreuses à véhiculer l'image vaudoise, tout comme la

presse écrite. Suisse Tourisme note également que ces deux sportifs bénéficient d'une belle notoriété sur les réseaux sociaux et devrait créer près de 30 millions de contacts en France.

Ce qui permet à la thématique de l'eau en Suisse de voguer sans trop de remous vers l'hexagone tout l'été.

PROFIL

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

Nr. 12 · 9. August 2012

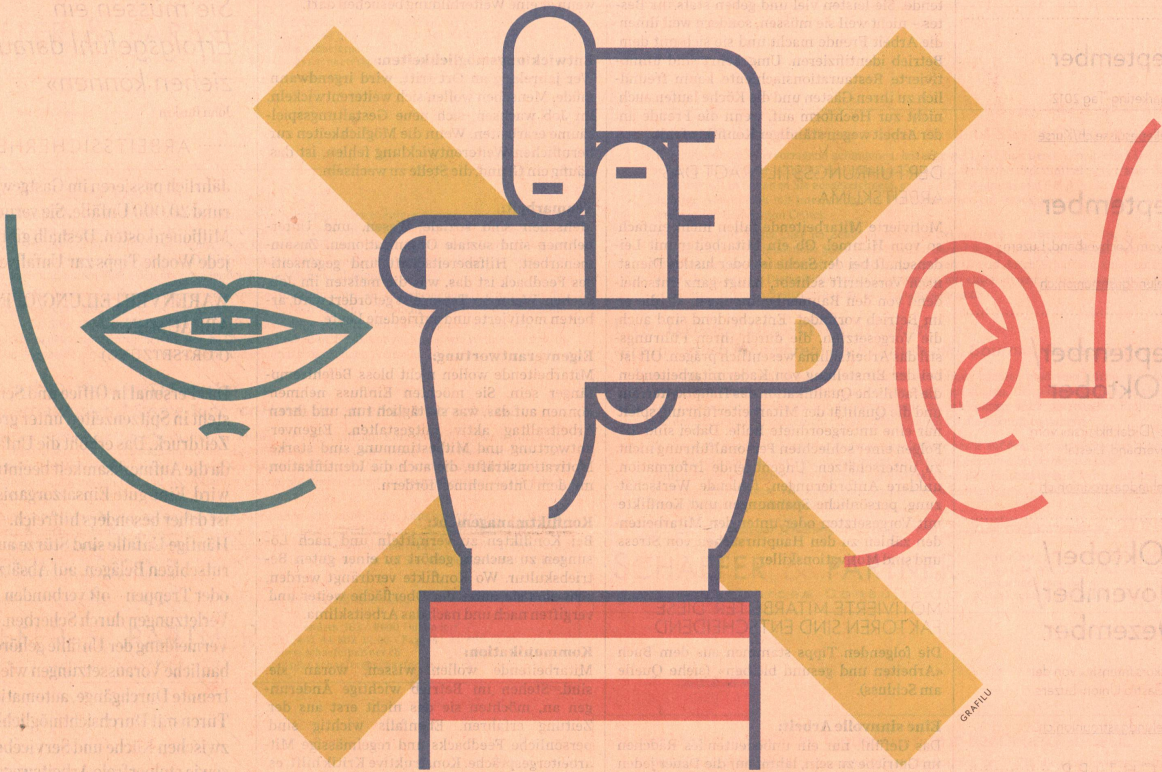
ht^r **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



EIN HEILLOSSES DURCHEINANDER

PDF-Dokumente gewinnen eine immer grössere Bedeutung, auch in der Hotelbranche. Viele Hotels stellen ihre aufwendig produzierten Broschüren auch als PDF im Web zur Verfügung. Der Nutzen ist klar: Auf diese Weise kann ein Hotel sich auch den Online-Gästen im besten Licht präsentieren.

Nützlich für Menschen mit Behinderungen

Auch für Menschen mit Behinderungen sind PDFs von Bedeutung. Ein motorisch Behinderter kann beispielsweise bequem ein PDF-Formular zu Hause ausfüllen und einreichen. Einem Blinden stehen plötzlich Informationen zur Verfügung, die sonst nur in gedruckter Form erscheinen und ihm somit verwehrt bleiben. Doch damit ein Blinder den Inhalt mithilfe eines Bildschirmleseprogramms (Screenreader) auch wirklich lesen kann, muss ein PDF verschiedene Anforderungen erfüllen.

Strukturelle Informationen benötigt

So müssen die Strukturen beispielsweise korrekt ausgedrückt sein: Was ist Überschrift, Absatz oder Fussnote? In welcher Reihenfolge muss der Inhalt ausgegeben werden? Fehlen solche strukturellen Informationen, auch Tags genannt, so wird sich dem Screenreader-Anwender anstelle des gegliederten Inhalts ein Textbandwurm präsentieren; der Screenreader liest ein heilloses Durcheinander vor.

Neuer Standard ab Herbst

Ein solches Durcheinander muss nicht sein. Noch in diesem Jahr erscheint der neue Standard PDF/UA (ISO 14289-1) für barrierefreie PDFs. An diesen Standards können sich Hersteller von Software orientieren, aber auch Dienstleister, die ihre Informationen in PDF-Form veröffentlichen wollen. Hilfe bei der Erstellung von barrierefreien PDFs bietet die Schweizerische Stiftung «Zugang für alle». So bietet sie beispielsweise Inhouse-

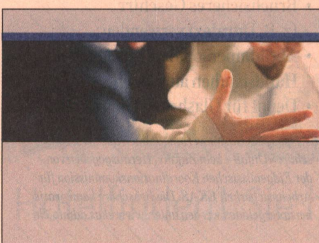
Seminare an, in denen die Teilnehmenden die Erstellung von barrierefreien PDF-Dokumenten von Grund auf erlernen. Wer diese Aufgabe lieber abgeben möchte, kann die Erstellung aber auch der Stiftung «Zugang für alle» in Auftrag geben. Informationen dazu gibt es unter «PDF-Werkstatt» auf www.access-for-all.ch.

Kostenloses Testtool

Wollen Sie wissen, wie gut sich Ihr Hotel einem Blinden präsentiert oder ob auch auf Ihrer Broschüre ein heilloses Durcheinander herrscht? Auf der Website der Stiftung finden Sie ein kostenloses Testtool, den PDF Accessibility Checker PAC. PAC gibt Ihnen einen ersten Anhaltspunkt, ob Sie sich mit Ihrer Broschüre tatsächlich im besten Licht präsentieren.



Thinh-Lay Bosshart
Leiterin Dienstleistungen
bei «Zugang für alle»
www.access-for-all.ch



Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

AGENDA

17. August

KOPAS – Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

28./29. August

Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Stufe II

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

3. September

Hotemarketing-Tag 2012

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

5. September

«Gastrozesse» vom Kochverband, Luzern

www.hotellundgastrounion.ch

15. September/
20. Oktober

«Methodik-/Didaktikkurse» vom Kochverband, Liestal

www.hotellundgastrounion.ch

30. Oktober/
19. November/
3. Dezember

«Führungskurs intensiv» von der Hotel & Gastro Union, Luzern

www.hotellundgastrounion.ch

BUCHTIPP



ERSTE HILFE BEI RECHTSFRAGEN

Der richtige Umgang mit dem Anwalt. Wie die Justiz funktioniert. Und was das alles kostet. Diese und noch viele weitere Themen behandelt der Ratgeber. Er ist übersichtlich in folgende zehn Kapitel aufgeteilt:

- Erste Hilfe bei rechtlichen Problemen
- Was Sie vom Anwalt erwarten dürfen
- Was die Gerichte kosten
- Rechtsschutz-Versicherung
- Übersicht über Verfahren, Instanzen und Organisation
- Zuständigkeiten der Gerichte und Fristen
- Die Regeln und Tücken des Zivilprozesses
- So läuft ein Strafverfahren ab
- Wenn die Versicherung nicht zahlen will
- Streitigkeiten mit Verwaltungsbehörden
- Anhang mit wichtigen Adressen

«So kommen Sie zu Ihrem Recht», Saldo-Ratgeber von René Schuhmacher

ISBN 978-3-907955-38-3
CHF 27.00

SO INTEGRIEREN SIE NEUE MITARBEITER AM BESTEN

Das Arbeitsklima entscheidet oft über Erfolg oder Misserfolg eines Betriebes. Denn wo Konflikte, Spannungen und Grabenkämpfe den Alltag beherrschen, leidet die Produktivität.

Erfolgreiche Chefs wissen es längst: Das wichtigste Kapital in einem Unternehmen sind zufriedene und motivierte Mitarbeitende. Sie leisten viel und geben stets ihr Bestes – nicht weil sie müssen, sondern weil ihnen die Arbeit Freude macht und sie sich mit dem Betrieb identifizieren. Umgekehrt sind unmotivierte Restaurationsfachleute kaum freundlich zu ihren Gästen und die Köche laufen auch nicht zur Hochform auf, wenn die Freude an der Arbeit wegen ständiger Konflikte fehlt.

DER FÜHRUNGSTIL PRÄGT DAS ARBEITSKLIMA

Motivierte Mitarbeitende fallen nicht einfach so vom Himmel. Ob ein Mitarbeiter mit Leidenschaft bei der Sache ist oder lustlos Dienst nach Vorschrift schiebt, hängt ganz entscheidend von den Rahmenbedingungen ab, die er im Betrieb vorfindet. Entscheidend sind auch die Vorgesetzten, die durch ihren Führungsstil das Arbeitsklima wesentlich prägen. Oft ist bei der Einstellung von Kadern Mitarbeitenden die fachliche Qualifikation das Hauptkriterium und die Qualität der Mitarbeiterführung spielt nur eine untergeordnete Rolle. Dabei sind die Folgen einer schlechten Personalführung nicht zu unterschätzen. Ungenügende Information, unklare Anforderungen, fehlende Wertschätzung, persönliche Spannungen und Konflikte mit Vorgesetzten oder unter den Mitarbeitenden zählen zu den Hauptursachen von Stress und sind Motivationskiller.

MOTIVIERTE MITARBEITER: DIESE FAKTOREN SIND ENTSCHEIDEND

Die folgenden Tipps stammen aus dem Buch «Arbeiten und gesund bleiben» (siehe Quelle am Schluss).

Eine sinnvolle Arbeit:

Das Gefühl, nur ein unbedeutendes Rädchen im Getriebe zu sein, lähmt auf die Dauer jeden Arbeitseifer. Jeder Mensch will wissen, dass seine Arbeit wichtig und unverzichtbar ist. Wer seinen Mitarbeitenden genau das vermittelt, weckt ihren Elan.

Wertschätzung:

Der Lohn ist der offensichtlichste Gradmesser dafür, wie viel Wert der Arbeit beigemessen wird. Geld ist jedoch nicht alles. Untersuchungen zeigen, dass nichtmaterielle Zeichen der Wertschätzung oft mehr motivieren als eine

Lohnerhöhung. Der eine Mitarbeiter sehnt sich nach einem Lob, der andere nach einer kleinen Aufmerksamkeit, und ein dritter ist glücklich, wenn er eine Weiterbildung besuchen darf.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Wer jahrelang an Ort tritt, wird irgendwann müde. Mitarbeiter wollen sich weiterentwickeln, im Job wachsen, sich neue Gestaltungsspielräume erarbeiten. Wenn die Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung fehlen, ist das häufig ein Grund, die Stelle zu wechseln.

Teamarbeit:

Menschen sind soziale Wesen, und Unternehmen sind soziale Organisationen. Zusammenarbeit, Hilfsbereitschaft und gegenseitiges Feedback ist das, was die meisten im Job suchen. Wenn der Teamgeist gefördert wird, arbeiten motivierte und zufriedene Leute.

Eigenverantwortung:

Mitarbeitende wollen nicht bloss Befehlsempfänger sein. Sie möchten Einfluss nehmen können auf das, was sie täglich tun, und ihren Arbeitsalltag aktiv mitgestalten. Eigenverantwortung und Mitbestimmung sind starke Motivationskräfte, die auch die Identifikation mit dem Unternehmen fördern.

Konfliktmanagement:

Bei Konflikten zu vermitteln und nach Lösungen zu suchen, gehört zu einer guten Betriebskultur. Wo Konflikte verdrängt werden, schwelen sie unter der Oberfläche weiter und vergiften nach und nach das Arbeitsklima.

Kommunikation:

Mitarbeitende wollen wissen, woran sie sind. Stehen im Betrieb wichtige Änderungen an, möchten sie das nicht erst aus der Zeitung erfahren. Ebenfalls wichtig sind persönliche Feedbacks und regelmässige Mitarbeitergespräche. Konstruktive Kritik hilft, es das nächste Mal besser zu machen.

Mario Gsell

Quelle für den Artikel:

«Arbeiten und gesund bleiben», Gesundheitstipps – Ratgeber von Esther Diener-Morscher und Barbara Jud

ISBN 978-3-907955-38-3
CHF 27.00

AUS DER SCHULE

VOM PRAKTIKUM ZUR EMPLOYABILITY?

Schulen sind Institutionen, deren Aufgabe die Vermittlung bzw. Weitergabe von Wissen und Können durch Lehrer an Schüler ist. Dabei steht für Heinrich Pestalozzi das Können klar im Vordergrund: Wissen dürfe nicht Selbstzweck sein, sondern habe das für das Bewältigen des Lebens notwendige Können zu stützen. Erst im Können, in der praktischen Verrichtung von Lebensaufgaben erweise sich wahre Bildung. Was Heinrich Pestalozzi vor ca. 200 Jahren zum Ausdruck gebracht hat, assoziiert man heute mit dem Trendbegriff «Employability». Man meint damit die Fähigkeit, am Arbeits- und Berufsleben partizipieren zu können.

Die Hotelfachschulen schaffen mit den in ihre Bildungsgänge integrierten Praktika Möglichkeiten, um ihre Studierenden bezüglich «Employability» zu sensibilisieren. Vor diesem Hintergrund ist das Bestehen dieses Ausbildungsteils auf dem Weg zum Diplom einer Hotelfachschule zentral.

«Mein Küchenpraktikum war nicht immer einfach. Aber ich bin stolz, durchgehalten zu haben.»

«Ich schätze die Praktika während unserer Ausbildung sehr und bin froh, dass wir diese Gelegenheit haben. Durch diesen Bezug zur Praxis habe ich mein Berufsziel immer vor Augen, was für mich sehr wichtig ist.»

«In meinem Kader-Praktikum habe ich an einem Tag mehr gelernt als in einem ganzen Semester am Gymnasium.»

Diese Originalaussagen stammen von Studentinnen und Studenten unserer Hotelfachschule. Sie verdeutlichen, welche grosse Bedeutung angehende Hoteliers den Praktika beimessen. Neben dem Studiumsalltag bieten sich ihnen in den Praktika einmalige Chancen, das Bewusstsein für die zunehmende Dynamik und Innovationsabhängigkeit in Hotels und Restaurants zu schärfen. In diesem Prozess gebührt insbesondere auch den Verantwortlichen in hundert von Praktikumsbetrieben für ihr zu selten beachtetes Engagement in dieser Aufgabe grosser Dank!

Christoph Rohn
Direktor Hotelfachschule Thun

ZITAT DER WOCHE

«Damit die Menschen bei ihrer Arbeit glücklicher sind, bedarf es dieser drei Dinge: Sie müssen fit für die Arbeit sein; Sie dürfen nicht zu viel arbeiten; Sie müssen ein Erfolgsgefühl daraus ziehen können»

John Ruskin

ARBEITSSICHERHEIT

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

WARENVERTEILUNG/OFFICE/ABRÄUMEN
(FORTSETZUNG)

Das Personal in Office und Service steht in Spitzenzeiten unter grossem Zeitdruck. Das erhöht die Unfallgefahr, da die Aufmerksamkeit beeinträchtigt wird. Eine gute Einsatzorganisation ist daher besonders hilfreich. Häufige Unfälle sind Stürze auf rutschigen Belägen, auf Absätzen oder Treppen – oft verbunden mit Verletzungen durch Scherben. Zur Vermeidung der Unfälle gehören bauliche Voraussetzungen wie getrennte Durchgänge, automatische Türen mit Durchsichtsmöglichkeit zwischen Küche und Servicebereich sowie stolperfreie Arbeitswege.

Abwaschen manuell

Gefährdung:

- Gefahr von Schnitt- und Stichverletzungen
- Verbrühungen
- Rückenleiden
- Hautprobleme durch Spülmittel

Mögliche Massnahmen:

- Richtige Information des Personals (besonders der fremdsprachigen Hilfskräfte)
- Richtige Arbeitshöhe
- Handschuhe, Handschutzcreme zur Verfügung stellen

Geschirr/Gläser

Gefährdung:

- Schnittverletzungen durch Glasbruch oder Geschirrscherben

Mögliche Massnahmen:

- Bruchsicheres Geschirr (z. B. Duralex) verwenden
- Abräumpersonal mit geeigneten Handschuhen ausrüsten
- Depot für Glasbruch einrichten

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

Karriereplanung: FOM als zukünftiger Rooms Division Manager

Willkommen im führenden 4****Superior Hotelunternehmen mit über 200 Komfortzimmern und Suiten. Der einzigartig ausgestattete Betrieb mit grossem, auf absolutem Höchstniveau ausgestatteten Convention Center, Spa und diversen F & B-Outlets auf Gourmetstufe, gehören schlicht zum besten im Premium-Segment der einheimischen Hotellerie! Der Standort an 1 A-Lage in einer von internationalem Publikum stark frequentierten Top-Resort-Destination der Deutschschweiz ist Teil des Erfolgsrezepts.

Ziel der Stelle: Sicherstellung eines reibungslos funktionierenden Front Desk & Front Office Managements, geschickte Leitung einer mittelgrossen Crew, smarte Organisation des Check-In & -outs, Abwicklung administrativer Belange und aktive Mithilfe im Bereich Seminar & Convention. Es ist vorgesehen, dass Sie sukzessive die Abteilung Reservations zusätzlich übernehmen. Den Aspekten «Gästeszufriedenheit» und «Führen durch Vorbildfunktion» räumen Sie hohe Priorität ein!

Front Office Manager w/m Mitglied des Kaders
direkt der Direktion unterstellt

Die attraktive Kaderposition ist ausbaufähig! Nach ca. 6–12 Monaten ist die Weiterentwicklung zum RDM mit spannenden Zusatzaufgaben innerhalb des professionell geführten Unternehmens angedacht. Als FOM oder Asst. FOM haben Sie bereits Erfahrungen gesammelt. Protel-Kenntnisse erleichtern den Einstieg. Die Perspektive, bei Eignung und Potential via FOM zum Rooms Division Manager aufzusteigen, sehen Sie als einmalige Chance.

Idealprofil: Unternehmerisch denkende, rhetorisch/sprachlich gewandte «Hands-on-Persönlichkeit» mit Esprit, Gastgeberqualitäten und Erfahrung aus der internationalen Hotellerie sowie Vertrautheit mit den schweizerischen Gepflogenheiten. Der Eintritt wird flexibel gehandhabt, z.B. auf Okt./Nov. bzw. früher oder später nach Vereinbarung. – Mut zu Neuem? Dann sind wir echt gespannt auf Sie! Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen.

Ihre Berater: 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

Wiedereröffnung Restaurant-Hotel Walserhof, Klosters

Die Küche des Walserhofs wird zukünftig den Schwerpunkt bilden. Dabei stehen nicht Punkte (Sterne) im Vordergrund, sondern eine «Küche», die neben Stammgästen aus Wirtschaft und Politik auch lokale Gäste und Gäste aus der Region begeistert. Das vor kurzem umgebaute Restaurant mit dem neuen Wein-Kubus bilden dazu die ideale Grundlage.

Zur Zeit wird auch der Hotelbereich erneuert. Anstelle der Zimmer werden neu vier ganz spezielle, grössere Appartements im Alpin Style angeboten. Die Eröffnung ist Mitte Dezember.

Ihr Eintritt könnte bereits im November erfolgen.

Geschäftsführer/Executive Chef w/m
bzw. Gastgeberpaar

Es gibt zwei Möglichkeiten das Unternehmen zu führen: Ein Gastgeberpaar. Sie: Exzellente Gastgeberin an der Front. Er: Unternehmerischer Executive Chef, der die Küche leitet oder «Nur Er» als geschäftsführender Küchenchef. Ziel ist, eine ideen- und abwechslungsreiche feine Gourmetküche anzubieten. Die perfekte Ausgangslage für professionelle Gastronomen auf der Suche nach einem Bijou!

Es erwartet Sie ein hohes Mass an Selbständigkeit und ganzjährige Anstellung trotz saisonaler Strukturen; spätere Pacht (sofern Interesse) nicht ausgeschlossen. Wir informieren Sie gerne über die Vorteile und Ziele, die mit dieser Aufgabe verbunden sind. Interesse? Dann bitte 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

Mitglied des obersten Kaders

Das Zusammenspiel von Perfect Living, einem Hauch von Romantik, gleichzeitiger Eleganz und historischem Ambiente an bester Lage in einer der wichtigsten Deutschschweizer Resort-Destinationen macht den besonderen Reiz dieses «Verwöhnhotels» im Erstklass-Segment aus. Die beeindruckende Grösse und die ideale Vereinigung aus Fortschritt, modernster Technologie und Tradition unter einem Dach sowie die grosszügig ausgestatteten Komfortzimmer und Suiten haben den hervorragenden Ruf des Hauses mitgeprägt.

Bis zu 20 Mitarbeitende unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich. Einer der entscheidenden Faktoren für die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens ist Ihr Know-how in Sachen «Schöner Wohnen». Gefragt ist das geschulte Auge fürs Detail, Sinn für Ästhetik und die Fähigkeit neuen Ideen mit Offenheit zu begegnen. Sie pflegen einen engen Kontakt zu den Verantwortlichen für Rooms Division, Reception, F & B, Convention sowie Wellness & Spa. In Entscheidungsprozesse werden Sie mit einbezogen und erhalten grosszügigen Freiraum.

Executive Housekeeper w/m

in einem der attraktivsten 4-Sterne-Superior-Hotel-Unternehmen der Schweiz

Als zukünftiger «Captain der Hauswirtschaft» übernehmen Sie ein Schiff mit Kurs auf Erfolg! Sie besitzen die Fähigkeit, Teams mit positiver Ausstrahlung zu aussergewöhnlichen Leistungen zu motivieren. Dabei sind Ihnen die Einhaltung der Standards sowie Planung, Führung, Kontrolle und Einsatz der Mittel wichtig. Gastfreundschaft liegt Ihnen im Blut; im Umgang mit PCs und den Abläufen im Logementbereich sind Sie bestens vertraut. Sie berichten direkt an die Direktion.

Falls Sie sich neben Deutsch auch auf portugiesisch oder italienisch verständigen könnten wäre das ein Vorteil, jedoch keine Bedingung. Weitere Sprachkenntnisse sind willkommen. Erfahrung aus der Erstklasshotellerie und Hauswirtschaftspraxis sind ein «Must». Der Eintritt wird flexibel gehandhabt: Zum Beispiel auf Okt./Nov., bzw. früher oder später nach Vereinbarung. – Interesse? Dann sind wir gespannt auf Sie. Am besten vorab CV/Foto per Mail einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ihre Berater: 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

Ausbaubare Kaderposition in einem der besten 4-Sterne-Superior-Hotels der Region

Highlights sind die hervorragend gelungenen, mit sehr viel Liebe zum Detail konzipierten Um- und Ausbauten des beliebten Hotelunternehmens im Erstklass-Segment, der hohe Bekanntheitsgrad und die beeindruckende Infrastruktur! Es erwarten Sie ausgezeichnete, exklusive Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe, eine einzigartige Atmosphäre mit internationalem Publikum sowie ein imposantes auf höchstem Niveau ausgestattetes Seminar und Convention Center.

Dies an absolut bester Lage im Zentrum einer der exklusivsten, weltbekannten Top Resort Destinationen der Deutschschweiz. Professionelle Sous-chefs brennen darauf ihre Karriere in einem auf Hochtouren laufenden Top-Unternehmen zu konsolidieren, langfristig auszubauen (I) und durch Schaffung eines einzigartigen Angebots Massstäbe zu setzen. Die ambitionierten Ziele werden mit einem dynamischen jungen Management und einer als weitsichtig geltenden Besitzerschaft gemeinsam angegangen.

Executive Sous-chef/in w/m

verantwortlich für mehrere F & B Outlets inkl. Gourmet-Restaurant auf Stufe 15 GM

Kulinarik: Marktführer, innovativ; ein attraktiver Mix aus leichter, moderner Küche, mediterranen Einflüssen, ergänzt mit klassischen, saisonalen und regionalen Spezialitäten. Der punktuellen persönlichen Kontakt zum Gast liegt Ihnen ebenso am Herzen wie der Wunsch mit einem kleineren, direkt unterstellten Profiteam den exzellenten Ruf des Hauses durch ausgesuchte Köstlichkeiten auch für die Zukunft zu sichern.

Dynamische Hands-on-Sous-chefs oder starke Chefs de partie auf dem Sprung zur nächst höheren Stufe informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser attraktiven Kaderposition verbunden sind.

Willkommen im Hotel-Unternehmen der Extraklasse! Der Eintrittstermin kann auf den Herbst bzw. nach Vereinbarung verschoben werden. Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ihre Berater: 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

Ambitionierter EAM auf dem Weg zum Vizedirektor

Sie entlasten die Direktion, halten ihr den Rücken frei und sind am Puls des Geschehens eines grösseren, erstklassigen Hotelunternehmens. Standort: An bester Lage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Destinationen mit Life-Style-Charakter. Ideale Ausgangslage für einen weltoffenen, administrativen- und frontversierten, ca. 26–38-jährigen Hotel-Allrounder auf dem Weg nach oben.

Sie setzen Akzente in den Bereichen Administration, HR, Finance/Accounting, IT-Hardware sowie Online-Media, wirken mit im Sales/Marketing und übernehmen operationelle Aufgaben inkl. Ablösung von Department Heads und Einsätze als Manager on Duty. Die Zusammenarbeit mit TO's sowie die Gepflogenheiten der CH-Hotellerie sind Ihnen bestens vertraut; das Potential für die Übernahme einer «Vertrauensposition mit Zukunft» bringen Sie mit!

Executive Assistant Manager w/m

als rechte Hand des GM's eines professionell geführten Erstklasshotels

Sie sind selbstbewusst, kommunizieren brillant auf allen Ebenen verbunden mit ausgeprägter Dienstleistungsbereitschaft und Commitment gegenüber internationaler Clientèle. Gastgeberqualitäten, ausgeprägtes Flair für Zahlen sowie konsequente Qualitätskontrolle als Führungstool sind die Eckpfeiler Ihres Erfolges. Dafür erwarten Sie ein hohes Mass an Freiraum, Kompetenzen sowie eine gesicherte Karriereplanung als zukünftiger Vizedirektor.

Investieren Sie Ihre Kraft, Ihre Zeit und Ihr Engagement dort, wo es sich zu investieren lohnt. Wir bieten Ihnen die dazu passende Stelle: Eine breit angelegte Kaderposition in der Sie Ihre Gastgeberqualitäten und sehr guten Fremdsprachenkenntnisse optimal einbringen können. Eintritt ab August oder später nach Vereinbarung. – Interessiert? Dann CV/Foto via Mail einsenden oder anrufen. Mit Spannung sehen wir Ihrem Kontakt entgegen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

Starke Marke, profitabel, Topdestination in der Deutschschweiz

Die bevorzugte Lage in einer der angesagtesten Metropolen der D-CH, die exzellente Auslastung und eine hohe Gästezufriedenheit haben diesem Betrieb einen hervorragenden Ruf verschafft! Die grosszügige Infrastruktur ist auf dem neuesten Stand. Weitere Highlights: Dezent eingerichtete Zimmer mit allem erdenklichen Komfort, ein mit modernster Technik ausgestattetes Seminar- & Convention Center sowie eine hervorragende Positionierung im Wettbewerb.

Was können engagierte Hands-On-Manager der Hospitality-Branche erwarten: Professionelle Mitarbeitende, schlanke Strukturen und kurze Entscheidungswege. Optimale Ausgangslage für ca. 30–50-jährige Frontpersönlichkeiten, die sich darauf freuen, das unverwechselbare Ambiente des Hauses zukünftig mitzuprägen. Klarer teamorientierter Führungsstil und konsequente Umsetzung erprobter Konzepte zur Erreichung ambitionierter Ziele werden vorausgesetzt.

Hoteldirektor/in

eines bestfrequentierten Erstklasshotels mit knapp 200 Zimmern

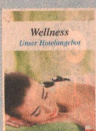
Als Branchenprofi – auch ein Direktionspaar ist vorstellbar – kommunizieren Sie exzellent auf allen Ebenen und haben wertvolle Erfahrungen in der internationalen und schweizerischen Stadt- & Resort-Hotellerie gesammelt. Mit Aspekten wie Marketing, Sales, Yield, Operations, HR, Administration sowie Contracting mit PCO's & TO's sind Sie bestens vertraut. Einen grösseren Hotelbetrieb haben Sie bereits wirtschaftlich erfolgreich als Resident Manager oder Direktor/in geführt.

Rhetorisch sind Sie fit und freundschaftlich begabt. Probleme werden von Ihnen sachlich angegangen und rasch gelöst. Als Hoteliere/Hoteller stehen Sie für Service Excellence, sind bekannt für strukturiertes Vorgehen und suchen eine echte Herausforderung. Dazu bieten wir Ihnen die entsprechende Plattform in einem der lokal führenden Business Class-Hotels! Optimaler Eintrittstermin: Anfangs Januar 2013. – Interesse? Dann CV mit Foto per Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

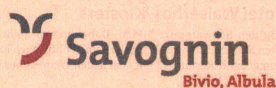
SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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



Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Die Ferienregion Savognin-Bivio-Albula ist im touristischen Aufbruch. Vielfältige innovative Projekte sind geplant oder werden zurzeit umgesetzt. Um den Tourismus in unserer Destination weiterzuentwickeln und langfristig wettbewerbsfähig zu machen, suchen wir per 1. November 2012 oder nach Vereinbarung eine/einen

Tourismusedirektor/in

welche(r) den eingeschlagenen Weg weiterverfolgt und bereit ist, Aussergewöhnliches zu leisten, um Erfolg zu haben.

Sie bringen eine solide Aus- und Weiterbildung sowie mehrjährige Praxis im Tourismus, im Verkauf und im Marketing mit. Sie freuen sich auf eine herausfordernde und vielseitige Führungsaufgabe. Sie haben ein ausgesprochen feines Gespür und gute kommunikative Fähigkeiten im Umgang mit den verschiedenen Anspruchsgruppen. Sie sind eine souveräne, offene und flexible Persönlichkeit mit einer gesunden Portion Standfestigkeit. Sie sind eine durchsetzungs- und umsetzungsstarke Persönlichkeit mit Führungserfahrung und bringen Kenntnisse im Projektmanagement mit.

Ihre Hauptaufgaben und Verantwortlichkeiten sind:

- Führung der Tourismusorganisationen
- Umsetzung von Businessplan sowie Destinationsstrategie
- Vertretung der Tourismusorganisationen
- Ausbau Verkauf und Aufbau neuer Märkte gemäss der Strategie
- Personalführung
- Finanzplanung und Rechnungswesen
- Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung

Ein leistungsorientiertes und gut eingespieltes Team wird Sie während und nach der Einarbeitung kompetent und engagiert unterstützen.

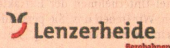
Wollen Sie gemeinsam mit uns die hochgesteckten Ziele erreichen? Dafür benötigen Sie viel Herzblut und einen überdurchschnittlichen Einsatz. Dann ist die Ferienregion Savognin-Bivio-Albula vielleicht auch bald Ihr Ziel.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis 13. August 2012 an: Savognin Tourismus im Surses, Daniel Steiner, Präsident, Stradung, 7460 Savognin.

Für allfällige Fragen steht Ihnen Herr Markus Compjog, Direktor, unter Telefon 081 659 16 16 gerne zur Verfügung.

21906-8902



Die Lenzerheide, eine Top-Skideestination im Herzen Graubündens, bietet einer/ einem engagierten und qualifizierten Gastro-Unternehmer/in die einmalige Gelegenheit, sich als

Pächter/in Bergrestaurant Alp Lavo

zu etablieren. Wir suchen per sofort ein/en Pächter/Pächterpaar für unseren Stübelbetrieb Bergrestaurant Alp Lavo. Das Bergrestaurant Alp Lavo charakterisiert sich wie folgt:

- Anzahl Sitzplätze:
 - Selbstbedienung: 300 Innenplätze, 200 Aussenplätze
 - Bedient: 80 innen, 120 aussen
- 18 bis 20 Mitarbeitende (Vollzeitstellen), einzelne Mitarbeitende können vom bisherigen Pächter übernommen werden
- Reiner Winterbetrieb: Ende November bis Ostern
- Top-Lage im Skigebiet
- Restaurant und Küche im Jahr 2002 komplett umgebaut
- Mehrjährige Pacht wird angestrebt
- Freiheit in der Angebotsgestaltung

Wir suchen eine Persönlichkeit mit folgendem Anforderungsprofil:

- Sie sind eine Gastgeberpersönlichkeit, die dem Bergrestaurant Alp Lavo ein unverkennbares Gesicht verleiht
- Sie haben Erfahrung in der Gastronomie
- Sie sind begeisterungsfähig, loyal und belastbar und verfügen über Führungsqualitäten
- Sie verfügen über ein hohes Mass an Eigeninitiative, Flexibilität, Durchsetzungsvermögen und Organisationstalent
- Sie sind mit der Bergwelt und dem Schneesport sehr verbunden

Für Auskünfte steht Ihnen gerne Thomas Hunziker zur Verfügung: Tel. 076 553 13 78 oder Mail: thomas.hunziker@lenzerheide.com

Wir freuen uns auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier!

Lenzerheide Bergbahnen AG, Thomas Hunziker, CEO, Postfach 160, CH-7078 Lenzerheide

21928-8905



Wir suchen auf November oder spätestens Dezember 2012 für die Jugendherberge St. Moritz eine

Stellvertretung der Betriebsleitung (80-100%)

Die Jugendherberge St. Moritz gehört zu unseren Top-Betrieben, ein modernes, attraktives Haus mit 306 Betten. Sowohl im Winter wie im Sommer beherbergen wir Sportler, Familien, Einzelreisende, Gruppen aus dem In- und Ausland, Seminargäste mit einem sehr hohen Stammgästanteil.

Ihr Aufgabengebiet

Die Führungsaufgabe ist sehr vielschichtig: Sie sind mitverantwortlich für die Auslastung des Hauses, die Schulung der Mitarbeiter, das Entwickeln und den Weiterausbau der Angebotspalette. Sie führen den Betrieb während der Abwesenheit der Betriebsleitung und übernehmen im Verkauf und in der Administration zusätzliche Aufgaben. Es kann sein, dass Sie auch einmal in der Küche oder im Housekeeping mitpacken dürfen um Ihrem 20-köpfigen Team unter die Arme zu greifen.

Ihr Profil

Sie haben eine Kochausbildung und im Anschluss daran ein Gastrobetriebsleiterdiplom

oder eine Hotelfachschulausbildung absolviert und erste Führungserfahrungen gesammelt. Auch denkbar ist der Weg über die kaufmännische Ausbildung und einer weiterführenden Ausbildung. Ein Muss ist die praktische Führungserfahrung in einem gut etablierten Beherbergungs- oder Dienstleistungsunternehmen. Sie lieben Gäste aus aller Welt und sprechen fließend Deutsch und Englisch, weitere Sprachen sind von Vorteil. Es macht Ihnen nichts aus, dann zu arbeiten, wenn andere auf der Skipiste sind und geniessen dafür unter der Woche Ihre Freitage.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis 27. August 2012 per Mail oder Post an: Schweizer Jugendherbergen | Kathrin Weber | Schaffhauserstrasse 14 | 8042 Zürich | k.weber@youthhostel.ch | Tel. +41 (0)79 279 99 99

Mehr Infos finden Sie unter: www.youthhostel.ch/st.moritz



Schweizer Jugendherbergen. So muss es sein.

21928-8905

Für unser Restaurant Künstlercantina in Müllheim im Kanton Thurgau suchen wir per Mitte September 2012 oder nach Vereinbarung (Neueröffnung)

Chef de service (m/w)

Für Sie ist Ihr Beruf Leidenschaft, Sie verfügen über fundierte Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch, gute kommunikative Fähigkeiten und eine hohe Motivation. Sie sind freundlich, haben Charme, sind flexibel und haben einen guten Umgang mit Gästen.

Sie kennen sich mit Weinen und einem gepflegten Service aus.

Wenn auch Sie voller Ideen sind und sich mit uns ins Abenteuer stürzen möchten, dann warten wir gespannt auf Ihren Lebenslauf mit Foto!

Dies ist auch eine Chance für einen potenziellen Chef de rang, welcher sich eine Stelle als Chef de service zutraut.

Für Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung unter +41 79 269 82 72

Bewerbungen bevorzugt per E-Mail an: andi.blattner@hotmail.com oder Künstlercantina Andreas Blattner Bahnhofstrasse 12 8555 Müllheim

21967-8972



Für unser lebhaftes Restaurant mit integrierter Bierbrauerei suchen wir ab sofort eine/n engagierte/n

CHEF DE SERVICE 100%

Ihr Aufgabenbereich

Gästebetreuung, Bankett- und Serviceorganisation, Mitarbeiter-Coaching, Kontrolle der Tagesabrechnungen, Qualitätskontrolle und F&B-Bestellungen runden den abwechslungsreichen Aufgabenbereich ab.

Ihr Profil

Sie verfügen über den Abschluss einer Hotelfachschule oder langjährige Erfahrung in einer Führungsposition im Gastgewerbe. Sie sind eine Person mit Elan und diplomatischer Durchsetzungskraft. Wenn Sie eine belastbare, qualitätsorientierte und aktive Persönlichkeit sind, sollten wir uns kennenlernen.

Marco Maeder freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung per Post.

Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG
Gr. Münstalden 6, 3006 Bern
Tel. +41 (0)31 368 14 15, altestramdepot.ch

21602-8947

Mit tausendund einer Möglichkeit verwöhnen 100 Mitarbeitende mit Kompetenz und innovativem Gästeservice an 365 Tagen im Jahr den Gast. Einzigartige und grösste Wellness-Oase des Berner Oberlandes (3'500 m).

Im 3. Rang der besten Wellness-Hotels von der Sonntagszeitung prämiert. 96 Zimmer und Suiten, grosszügige Aufenthalts- und Bankettträume.

Unser Vize-Direktor sucht nach langjährigem grossen Engagement für unser Haus eine neue Herausforderung und möchte seinem Nachfolger bei der Einarbeitung eine wertvolle Stütze sein.

Deshalb wollen wir ab sofort oder nach Vereinbarung einem ausgewiesenen Hotelfachmann die Verantwortung des

VIZE-DIREKTORS (w/m)

im Bereich Roomsdivision, Housekeeping, Callcenter und E-Commerce neu anvertrauen.

Ihre Hauptaufgaben

- Vertretung der Direktion
- Organisation und Führung der Roomsdivision, Housekeeping, Callcenter und E-Commerce
- Erstellung von Betriebsbudgets in Zusammenarbeit mit der Direktion
- Planung und Realisierung der Marketingaktivitäten
- Verantwortlich für die Implementierung des Qualitätsmanagements
- Sicherstellung der Gästezufriedenheit

Ihr Profil

- Abgeschlossene Hotelfachschule
- Mehrjährige Berufserfahrung
- Gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch
- Ihre Stärken liegen in der Kommunikation mit Gast und Mitarbeitenden, in der Kreativität, in der Flexibilität und in einer hohen Belastbarkeit
- Sie verfügen über ein sehr gutes Zahlenverständnis
- Mit Ihrer Liebe zum Detail überraschen Sie den Gast und machen seinen Aufenthalt zu etwas Besonderem

Ihr Arbeitsplatz ist abwechslungsreich und spannend. Sie werden Teil eines dynamischen Teams, das in der Schweizer Hotellerie immer wieder neue Massstäbe zu setzen versucht.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Direktor Stefan Walliser (stefan.walliser@ermitage.ch).



ERMITAGE
Schönried ob Gstaad
Wellness- & Spa-Hotel

CHALET-RESORT IN ALPINER GRANDEZZA.

21901-8908

Mitarbeiter suchen –
Mitarbeiter finden
www.hoteljob.ch



Rote Wüste – Ayers Rock – Strände – Krokodile – Freiheit und Abenteuer

Wir verpassen der Outback Lodge in Winterthur einen neuen Look!

Zur Wiedereröffnung und Weiterführung des erfolgreichen und trendigen Restaurants suchen wir per 1. Oktober 2012 oder nach Vereinbarung eine/n einsatzfreudige/n und belastbare/n

Geschäftsführer/in

Ihre Aufgabe ist es, diesen boomenden Betrieb nach der Wiedereröffnung erfolgreich weiterzuführen. Mit aussergewöhnlichem Food, Aussie-Cocktails und verrückten Ideen übertragen Sie unseren Gästen den Outback-Virus und entföhren sie nach Down Under. Dazu braucht es eine/n Gastgeber/in aus Leidenschaft, welche/r dem «Aussie way of life» viele gute Seiten abgewinnt.

Ihr Idealalter liegt zwischen 26 und 39 Jahren und Sie bringen eine gastgewerbliche Aus- und Weiterbildung mit der entsprechenden Führungserfahrung mit. Sie sind in der Lage, den Betrieb im Rahmen des vorgesehenen Konzeptes aktiv und kreativ zu lenken. Als Allrounder/in stehen Sie am Herd sowie im Restaurant und an der Bar Ihre/n Frau/Mann. Eine sympathische und positive Ausstrahlung ist Ihnen eigen und Sie besitzen ein ausgesprochenes Qualitätsdenken. Wir bieten Ihnen eine attraktive Stelle in einem nicht alltäglichen Unternehmen.

Föhlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht und senden Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Downunder Company AG, Michael Schibli
Industriestrasse 25, 8604 Volketswil

Tel. 044 826 02 30, michael.schibli@outback-lodge.ch, www.outback-lodge.ch

21959-8971



GFELLER CONSULTING & PARTNER AG

Consultants in Search and Recruitment

seit 1977

Unsere Mandantin ist ein führendes Freizeit- und Tourismusunternehmen mit Sitz in Bern. In der Geschäftseinheit Ferien stehen im In- und Ausland mehr als 2500 familienfreundliche Ferienwohnungen sowie weitere Angebote zur Auswahl. Für den weiteren Ausbau der starken Marktstellung suchen wir im Auftrag der Direktion eine führungsstarke, initiative und belastbare Persönlichkeit (m/w) als

Leiter Geschäftseinheit Ferien Familientourismus

Ihre Hauptaufgaben

Sie tragen die Gesamtverantwortung für die Geschäftseinheit Ferien und entwickeln diese zusammen mit dem Management-Team weiter. Sie leiten zudem die Markt- und Angebotsentwicklung und entwickeln mit Ihrem Verkaufsteam die Verkaufsansätze und -prozesse weiter. Sie führen direkt ein Kaderteam von sieben Mitarbeitenden in personeller und fachlicher Hinsicht und stellen die Umsetzung der strategischen Vorgaben sicher.

Ihr Profil

Sie verfügen über einen höheren Abschluss in BWL und/oder der Hotellerie und über mehrjährige Führungserfahrung. Sie besitzen einen Leistungsausweis in der touristischen Angebotsentwicklung, Vermarktung und im Verkauf inkl. einschlägiger Erfahrungen im Umgang mit Reservationssystemen und Buchungsportalen. Sprachen: D, F, E+I von Vorteil.

Ihre Zukunft

In dieser Schlüsselposition verbinden Sie Ihr Managementwissen und Ihre Branchenerfahrung ideal mit Ihren Stärken in der Führung und Kommunikation. Zusammen mit Ihrem motivierten Team tragen Sie wesentlich zum Unternehmenserfolg bei.

Ihr nächster Schritt

Senden Sie Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Foto, Zeugnissen und Diplomen unter dem Vermerk «SC 186/132» an den Beauftragten, Herrn Stefan Christen, Partner.
Tel. Vorabklärung: Mo – Fr 08.00 – 17.00 Uhr. Unsere Diskretion ist seit 1977 sprichwörtlich.

Geschäftsstelle

Wankdorfstrasse 102, Postfach 261, CH-3000 Bern 22
Tel. +41 (0)31 335 62 00, stefan.christen@gcp.ch

Weitere Karriereangebote
finden Sie auf www.gcp.ch

21959-8973



ROMANTIK HOTEL
MUOTTAS MURAGL
SINCE 1907

Das 1907 erbaute und historisch gewachsene Berghotel wurde im Dezember 2010 neu eröffnet. Im neuen Romantik Hotel Muottas Muragl auf 2456 m. ü. M. mit der schönsten Aussicht auf die Engadiner Seenplatte bieten wir emotionale Erlebnisse der besonderen Klasse. Mit einem gepflegtem à la carte und Bankettangebot in den Restaurants, auf der Terrasse und in der Lounge zelebrieren wir Mountain Dining auf höchstem Niveau. 16 stilvoll eingerichtete Zimmer runden das Erlebnis ab.



Für die Leitung dieses Romantik Hotels suchen wir per September 2012 oder nach Vereinbarung einen

GASTGEBER/HOTELIER (M/W, 100% IN JAHRESSTELLE)

Ihr Aufgabengebiet:

- Sie sind verantwortlich für den gesamten Leistungsauftrag im Romantik Hotel und führen die Restaurants:
 - Panoramarestaurant
 - Scatla, pronti a manger (Self-Service)
 - Terrasse/Lounge
 - Restaurant Villa Lyss
- Koordination und Mitgestaltung sämtlicher Betriebsabläufe
- Einhaltung der Standards betreffend Qualität und Hygiene
- Führung, Einsatzplanung und Weiterentwicklung der rund 40 Mitarbeitenden
- Verkauf und komplette Abwicklung von Banketten und Veranstaltungen
- Erstellung, Kontrolle sowie Anpassung des Budgets mit dem Leiter Gastronomie

Ihr Anforderungsprofil:

- Begeisterung als Gastgeber/in
- Fundierte Führungserfahrung in der Gastronomie/Hotellerie
- Gästeorientiert, belastbar und hohes Qualitätsbewusstsein
- MS-Office-Erfahrung, idealerweise Protel-Erfahrung
- Kommunikationssicher in Deutsch, Italienisch und Englisch

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden Sie Ihre komplette Bewerbung an: Engadin St. Moritz Mountains AG, Herr Christian Meili, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel.: 081 839 80 20, E-Mail: christian.meili@mountains.ch. Weitere Informationen finden Sie unter: mountains.ch, muottasmuragl.ch und engadin.stmoritz.ch.

MUOTTAS MURAGL



21972-8971

DAS FLAIR DES SÜDEN NÖRDLICH DER ALPEN ERLEBEN in einem der führenden Wellness- Hotels der Schweiz.

Einzigartige Lage direkt am Thunersee, wo Wasser, Berge und Stadtnähe die ideale Symbiose bilden.

Hier könnte Ihr neuer Wirkungskreis als

KÜCHENCHEF

mit einer Brigade von ca. 17 Mitarbeitenden sein.

Neben der Halbpension mit bis zu 130 Gästen können Sie Ihr kulinarisches Feuerwerk auch in zwei A-La-Carte-Restaurants und in Bankettträumen mit frischen, saisonalen und regionalen Gerichten zum Strahlen bringen.

Wenn Sie diese Herausforderung reizt und Sie einen lebhaften Betrieb an 365 Tagen im Jahr mitprägen möchten, so freut sich Peter Mennig, Direktor (peter.mennig@beatus.ch) auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wellness- & Spa-Hotel Beatus
3658 Merligen



BEATUS
Merligen am Thunersee

Wellness- & Spa-Hotel

GRANDHOTEL-CHARME
DIREKT AM SEE.

21972-8981

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Gastronomie,
Hotellerie und
Tourismus

**JETZT
BUCHEN**

hirslanden
Klinik St. Anna

Die führende Privatklinikgruppe setzt mit ihren 14 Privatkliniken, über 100 integrierten Kompetenzzentren und mehr als 50 spezialisierten Instituten Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen für uns im Mittelpunkt.

Die Klinik St. Anna, eine moderne und innovative Privatklinik mit Belegarztsystem sucht per 1. September 2012 oder nach Vereinbarung eine/einen

Diätkoch / -köchin 100% mit Erfahrung auf dem Gardemanger-Posten

In unserer Küche kommen Ihre Fähigkeiten auf allen Posten zum Tragen. Sie sorgen für eine fachgerechte neuzzeitliche Zubereitung der Gerichte unter Einhaltung unserer Hygienrichtlinien und garantieren so für beste Qualität. Als Diätkoch verwöhnen Sie unsere Kunden mit qualitativ hochwertigen, abwechslungsreichen Gaumenfreuden und erstellen Menüs für die verschiedenen Diätkostformen. Dabei arbeiten Sie eng mit der Ernährungsberatung zusammen und stehen im direkten Kundenkontakt.

Als kreative, begeisterungsfähige Persönlichkeit stehen Sie Neuem offen gegenüber. Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung als Diätkoch, zeichnen sich durch Belastbarkeit, Flexibilität sowie eine sorgfältige Arbeitsweise aus und kennen sich mit Menuwahlsystemen bestens aus. Zudem verfügen Sie über mehrere Jahre Erfahrung auf dem Gardemanger-Posten sowie in der Lernendenbetreuung und geben Ihr Fachwissen mit Freude an unsere Auszubildenden weiter. Sie schätzen die Zusammenarbeit in einem motivierten, kollegialen Team und unterstützen dieses mit Ihrem postenübergreifendem Denken.

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe mit fortschrittlichen Anstellungsbedingungen. Föhlen Sie sich angesprochen? Herr Lukas Ochsner, Küchenchef (Direktwahl 041 208 35 22) oder Herr Hugo Horat, Sous-Chef, geben Ihnen gerne ergänzende Auskunft. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Klinik St. Anna AG

Frau Mirjam Ebnöther
St. Anna-Strasse 32
6006 Luzern
T 041 208 30 24
mirjam.ebnoether@hirslanden.ch
www.hirslanden.ch/jobs-stanna

**MEDIZINISCHE KOMPETENZ -
INDIVIDUELL, RUND UM DIE UHR
KLINIK ST. ANNA, LUZERN**



21930-8906



Darf Arbeit Spass machen? – Arbeit muss Spass machen!

www.kreuz-egerkingen.ch

Top-Stelle für junge/n CH-Gastroprofi im Service

Suchen Sie eine Herausforderung in der beliebten Ferienregion?

Im Herzen der einmaligen Bergwelt von Melchsee-Frutt, direkt in der Bergstation der Gondelbahn, befindet sich das el Corazon. Während sich die Gäste am Morgen mit Kaffee und Gipfeli verwöhnen, treffen sich am Nachmittag Skifahrer, Snowboarder, Wanderer und Schneefans zum Après-Ski. Am Abend verwandelt sich das el Corazon zur Bar und zum Eventlokal, wo zahlreiche Parties alle Altersgruppen auch zum längeren Feiern einladen.

Leiter/in el Corazon
Saisonanstellung November bis April;
mit Option auf Jahresanstellung

Diese vielseitige Aufgabe beinhaltet die erfolgreiche Führung des Restaurants/Bar el Corazon. Sie übernehmen die Verantwortung und Führung des Teams sowie die Sicherstellung eines optimalen Betriebsablaufes.

Für diese leitende Funktion suchen wir eine Gastgeberpersönlichkeit, die operative Erfahrung aus einer vergleichbaren Position mitbringt und sich in den Bergen wohl fühlt. Sie sind zielorientiert, verantwortungsfreudig, überzeugend, belastbar und bereit, selber Hand anzulegen. Ein gesundes Durchsetzungsvermögen gehört genauso zu Ihren Stärken wie das unternehmerische Denken und Handeln.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem lebhaften Arbeitsumfeld. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre umfassende, schriftliche Bewerbung.

Korporation Kerns, Sportbahnen Melchsee-Frutt,
Frau Linda Schläpfer, Sarnerstrasse 1, 6064 Kerns, Telefon 041 669 70 60

ENGADIN – ST. MORITZ

Für unser familiäres, persönlich geführtes Relais & Châteaux HOTEL WALTHER in Pontresina suchen wir nach Vereinbarung, ein/e initiative/r Kadermitarbeiter/in.

Als
BETRIEBSASSISTENT/IN
unterstützen Sie unser Team täglich dabei „Wahre Werte“ vorzuleben.

Unser Anforderungsprofil und Ihr Aufgabengebiet entnehmen Sie vorab bitte auf www.hotelwalther.ch unter der Rubrik Service / Offene Stellen

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Thomas Walther
Tel. +41 (0)81 839 36 36
job@hotelwalther.ch
www.hotelwalther.ch

Alpenblick
Gourmet Restaurant Hotel

Richard und Yvonne Stöckli
3812 Wilderswil-Interlaken
Tel. 033 828 35 50 · Fax 033 828 35 51
www.hotel-alpenblick.ch

Lust auf eine neue Herausforderung
im Hotel Alpenblick in der Bergwelt der Jungfrauregion?

In unser dynamisches Team suchen wir:

- **Aide du patron** (Réception und Service)
- **Réceptionssekretär/in**
für Front-Office-Aufgaben, Administration und allgemeine Büroarbeiten.
- **Servicefachangestellte/r**

Für diese verantwortungsvollen Jahresstellen suchen wir freundliche und flexible Persönlichkeiten mit fundierter Ausbildung und Erfahrung in der Hotellerie. Mit unseren anspruchsvollen Gästen kommunizieren Sie in Deutsch, Englisch und Französisch, Zuverlässigkeit und Selbstständigkeit zeichnen Sie aus.

Wenn Sie auch in hektischen Zeiten den Überblick bewahren, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

ALTES TRAMDEPOT
BRAUEREI & RESTAURANT

Ab sofort suchen wir zur Verstärkung unseres Küchenteams gelernte und engagierte Köche:

2. SOUS-CHEF 100% (M/W)

Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung in sämtlichen Bereichen der Küche und haben bereits erste Führungserfahrungen gesammelt. Sie besitzen Verantwortungsbewusstsein, Eigeninitiative sowie Durchsetzungsvermögen und stehen für überzeugende Qualität ein. Arbeitsreiche und intensive Momente sind für Sie keine Belastung, sondern eine Herausforderung.

CHEF DE PARTIE 100% (M/W)

Sie können selbstständig einen Posten führen, und speditives Arbeiten ist für Sie eine Selbstverständlichkeit. Auf Sie ist stets Verlass, und in hektischen Momenten behalten Sie den Überblick.

Marco Maeder freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung per Post.

Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG
Gr. Muristalden 6, 3006 Bern
Tel. +41 (0)31 368 14 15, altestramdepot.ch

KLINIK SCHLOSS MAMMERN

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen, mittelgrosse Rehabilitationsklinik mit 200 Mitarbeitenden

Mit der einzigartigen Kombination aus medizinischer Fachkompetenz und Herzenswärme bieten wir unseren Patienten das bestmögliche Umfeld für eine umfassende Betreuung und nachhaltige Verbesserung ihrer Gesundheit.

Als eine der führenden Schweizer Privatkliniken empfangen wir Patienten und Gäste, die eine hochstehende Dienstleistung mit erstklassiger Hotellerie gewohnt sind und dies gerade in der Zeit einer Rehabilitation besonders schätzen. Unsere gut eingespielte Servicebrigade (25 Personen) spielt dabei eine wichtige Rolle und stellt sicher, dass dies im Bereich des Speise- und Getränkebereichs im Speisesaal, im Zimmer und im Garten rücksichtsvoll und mit viel Gespür umgesetzt wird.

Für die Leitung unserer Restauration suchen wir nach Übereinkunft eine/n

Leiter/-in Restauration / Maitre d'hôtel

Was erwarten wir?

Als hochmotivierte, fachlich versierte Persönlichkeit mit Servicefachausbildung, Zusatzausbildung einer Hotelfachschule oder Höheren Fachausbildung als Leiter/in Restauration verfügen Sie über die Fachkompetenz im Bereich von Planungs- und Führungsaufgaben sowie Kommunikationsaufgaben. Sie haben Erfahrung in der Fünfstern-Hotellerie, in der Führung einer Servicebrigade und sind in der Lage Projekte durchzuführen. Die Kommunikation gegenüber den unterschiedlichsten Anspruchsgruppen bereitet Ihnen tagtäglich grosse Freude. Ihr gepflegtes Auftreten, Ihre Umgangsformen und Ihre Begeisterung an der Front zu stehen, machen Sie gegenüber dem Team zum Vorbild.

Unser Angebot:

- Renommierter Betrieb mit unvergleichbarem Ambiente
- Interessantes, vielseitiges Tätigkeitsfeld im Gesundheitswesen
- Selbstständiges Arbeiten mit viel Verantwortung und zahlreichen Schnittstellen
- Zeitgemässe Anstellung mit guten Sozialleistungen, 5 Wochen Ferien
- Abenddienste im Sommer bis 22.00 Uhr und im Winter bis 21.30 Uhr
- Möglichkeit für Weiterbildungen
- Verpflegung und Wohnmöglichkeiten sowie gratis Parkplatz stehen zur Verfügung
- Internes Sportangebot mit Trainingsgeräten und Hallenbad zur kostenlosen Benutzung
- Möglichkeit einer professionellen Kinderbetreuung (12 Wo. bis 12 Jahre) im eigenen Kinderhort

Sollten wir Sie mit dieser Stellenausschreibung neugierig gemacht haben und erfüllen Sie obige Erwartungen, dann senden Sie uns umgehend Ihre Bewerbung mit sämtlichen Zeugnissen, Lebenslauf, Passfoto zu. Wir bitten Sie um Verständnis dafür, dass für diese anspruchsvolle Stelle nur vollständige Bewerbungen in Papierform berücksichtigt werden. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion und erwarten Ihre Unterlagen gerne an folgende Adresse:

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Beat Oehrli, Spitaldirektor
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG
Tel. 052 742 11 11
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

Mountain Dining
ROMANTIK HOTEL
MUOTTAS MURAGL
SINCE 1907

Das 1907 erbaute und historisch gewachsene Berghotel wurde im Dezember 2010 neu eröffnet. Im neuen Romantik Hotel Muottas Muragl auf 2456 m. ü. M. mit der schönsten Aussicht auf die Engadiner Seenplatte bieten wir emotionale Erlebnisse der besonderen Klasse. Per Dezember 2012 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

REZEPTIONIST
(100%, M/W, IN SAISONSTELLE)

Ihr Aufgabengebiet:

- Sicherstellung eines reibungslosen Ablaufs an der Hotelrezeption inkl. Betreuung der Reservationssysteme
- Mitarbeit im Front-Office
- Mitverantwortung für einen reibungslosen Ablauf des Check-ins und Check-outs inkl. Inkassowesen
- Gästebetreuung
- Allgemeine Büroarbeiten / Schnittstelle zur Gastronomie

Ihr Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Berufsausbildung im kaufmännischen Bereich oder in der Hotellerie
- Selbstständige Arbeitsweise, flexibel, belastbar und teamfähig
- Hohes Qualitätsbewusstsein und Kreativität bei der Angebotsplanung
- MS-Office-Erfahrung, idealerweise Protel- und TC-POS-Erfahrung
- Sie lieben den direkten Kundenkontakt
- Kommunikationssicher in Deutsch, Italienisch und Englisch

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden Sie Ihre komplette Bewerbung an: Engadin St. Moritz Mountains AG, Frau Doreen Krautter, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel.: 081 842 82 32, E-Mail: doreen.krautter@mountains.ch. Weitere Informationen finden Sie unter: www.mountains.ch und www.muottasmuragl.ch

MUOTTAS MURAGL

Engadin St. Moritz Mountains ist eines der grössten Bergbahnunternehmen der Schweiz. Wir betreiben die Ski- und Wandergebiete Corviglia, Diavolezza/Lagalb sowie den Schlittel- und Ausflugsberg Muottas Muragl. Ebenfalls gehören verschiedene Hotels und Restaurants dazu.

Für die Wintersaison 2012/13 suchen wir zur Verstärkung unserer Gastroteams:

ALL IN ONE HOTEL INN LODGE:

REZEPTIONIST, M/W (D/I/E)
BARMITARBEITER, M/W FÜR DIE LOUNGE BAR (D/I)

Kontakt: Engadin St. Moritz Mountains AG, Herr Alex Meili, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel.: +41 81 834 47 95, E-Mail: alex.meili@mountains.ch

RESTAURANTS MARGUNS:

SERVICEMITARBEITER, M/W (D/I)
JUNGKÖCH, M/W
JUNGKÖCH, M/W FÜR DAS SELF-SERVICE RESTAURANT
BARMITARBEITER, M/W FÜR DIE APRES-SKI-BAR (D/I)

Kontakt: Engadin St. Moritz Mountains AG, Frau Anne-Pierre Ackermann, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel.: +41 81 839 80 20, E-Mail: anne-pierre.ackermann@mountains.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an die oben genannten Kontaktadressen. Weitere Informationen finden Sie unter: www.mountains.ch

CORVIGLIA • DIAVOLEZZA • MUOTTAS MURAGL



21964-8952

2-Tages- oder 10-Tages-Job

Möchten Sie mit einem «Kurzeinsatz» bei sehr guter Entlohnung mitarbeiten oder die Zwischensaison überbrücken?

Für die Restaurationsbetriebe am traditionell bekannten **Zuger Stierenmarkt vom Mittwoch, 5., und Donnerstag, 6. September**, oder an der Zuger Messe, 19. bis inkl. 28. Oktober, suchen wir noch

Serviceangestellte/Köche/Köchinnen
Buffet- und Hilfspersonal/Pizzaiolo

Weitere Auskünfte erteilen wir Ihnen gerne, rufen Sie an
K. Nussbaumer, Restaurationen, Party und Catering
CH-6315 Morgarten/Oberägeri ZG
Tel. 041 750 40 40, Fax 041 750 84 84

21969-8974

Suchen Sie eine Herausforderung in der beliebten Ferienregion?



Die Sportbahnen Melchsee-Frutt gehören zu den führenden Bergbahnunternehmen der Zentralschweiz. Im Winter wie auch im Sommer ist die Ausflugs- und Ferienregion Melchsee-Frutt mit ihren zahlreichen Aktivitätsmöglichkeiten bei den Gästen sehr beliebt. Als Dienstleistungsbetrieb im Tourismussektor steht für uns der Gast im Mittelpunkt.

Um den Ansturm unserer Wintergäste zu bewältigen, suchen wir zur Ergänzung unseres Teams während der **Wintersaison 2012/2013** folgende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

Verkauf Stöckalp (40 bis 100% Pensum)

Gästebetreuung (Kleinpensum)

Stationsangestellte für Gondelbahn und Sesselbahnen (40 bis 100% Pensum)

Gepäck und Güterdienst (40 bis 100% Pensum)

Parkdienst (Kleinpensum)

Schlittenvermietung (Erfahrung im Detailhandel
Richtung Sport von Vorteil, 40 bis 100% Pensum)

Rettungsdienst (40 bis 100% Pensum)

Schneeräumung (40 bis 100% Pensum)

Nachtskifahren/Nachtschlitteln (Kleinpensum)

Leitung Bar/Restaurant el Corazon (100% Pensum)

Servicemitarbeiter(innen) el Corazon
(40 bis 100% Pensum)

Koch el Corazon (40% Pensum)

Aushilfen

Sind Sie motiviert an einem Ort zu arbeiten, an dem andere ihre Ferien verbringen und gehen mit unregelmässigen Arbeitszeitsätzen gelassen um? Dann erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem lebhaften Arbeitsumfeld. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Korporation Kerns, Sportbahnen Melchsee-Frutt,
Herr Paul Käslin, Sarnerstrasse 1, 6004 Kerns, Telefon 041 669 70 62

21971-8976

ALTES TRAMDEPOT

BRÄUEREI & RESTAURANT

Zur Verstärkung unseres Büro-Teams suchen wir ab sofort eine/n engagierte/n

Administrations-Assistent/-in 80%

Ihre Aufgaben

- Vielseitige administrative und buchhalterische Arbeiten
- In Ihrer Drehscheibenfunktion pflegen Sie regen telefonischen, schriftlichen und persönlichen Kontakt zu unseren Gästen sowie zu unseren Abteilungsleitern
- Selbstständige Raumverwaltung und Organisation von Banketten sowie Seminaren
- Bewirtschaftung Homepage
- Gestalten von Drucksachen

Ihr Profil

- Abgeschlossene kaufmännische Ausbildung mit einigen Jahren Berufserfahrung im besten Falle in der Gastro/Tourismusbranche
- fundierte Microsoft-Office-Kenntnisse
- Organisatorische Stärke, Zuverlässigkeit und Gewandtheit im Umgang mit Menschen
- Stilsicheres Deutsch, gute Sprachkenntnisse in Französisch und Englisch (weitere Sprachen sind von Vorteil)
- Rasche Auffassungsgabe, Verhandlungsgeschick und Flexibilität
- Freude an vielseitigem und gästerorientiertem Umfeld
- Mit Hektik wissen Sie umzugehen und behalten einen kühlen Kopf

Marco Maeder freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung per Post.

Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG
Gr. Muristalden 6, 3006 Bern
Tel. +41 (0)31 368 14 15, altestramdepot.ch

21984-8942

RESTAURANT EGGHÖLZLI

Unser Betrieb besteht aus einem gut frequentierten, öffentlichen Restaurant mit Terrasse, Atrium und einem Speisesaal, in dem die Bewohnerinnen und Bewohner der Senioren-Appartements Egghölzli mittags verpflegt und abends Bankette abgehalten werden.

Wir suchen nach Vereinbarung einen

Chef de Partie (m/w)

Sie sind ausgebildeter Koch und verfügen über mehrjährige Berufserfahrung. Sie sind engagiert, motiviert, flexibel und haben Freude, Ihr Wissen an Auszubildende weiterzugeben? Dann sind Sie bei uns richtig - es erwartet Sie ein vielseitiges Aufgabengebiet in einer modernen Küche und mit einem eingespielten, jungen Team.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an

Restaurant Egghölzli
Herr Christian Joye, Küchenchef
Weltpoststrasse 16, 3015 Bern, 031 350 66 66
www.egghoelzli.ch, info@egghoelzli.ch

21983-8970



Die Dorf-Metzgerei Stettler in Schüpfen ist ein innovativer Familienbetrieb und bekannt für ein reichhaltiges Frisch- und Grillfleischsortiment, hausgemachte Wurstwaren sowie einen exzellenten Partyservice.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. September 2012 oder nach Vereinbarung eine/n aufgestellte/n Koch, Metzger/in oder Charcuterieverkäufer/in als

Fleischverkäufer/in Stv. Ladenleiter/in

Sie beraten mit Freude unsere anspruchsvolle Kundschaft und schätzen es, eine qualitativ hochstehende Fleischauswahl anbieten zu können.

In Abwesenheit des Geschäftsführers übernehmen Sie die Verantwortung im Verkaufsladen.

Wenn Sie gerne eigenverantwortlich und selbstständig arbeiten und das Einhalten der Hygienevorschriften für Sie selbstverständlich ist, dann freuen wir uns, Sie bald in unserem Team begrüssen zu dürfen.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Metzgerei Stettler Schüpfen GmbH
Martin Stettler, Bergackerweg 1, 3054 Schüpfen
031 879 11 51, metzgerei.stettler@gmx.ch

21982-8969

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

- Servicemitarbeiter 50%-100%
- Serviceaushilfe

In unserem Gastrobetrieb direkt am schönen Ufer des Zürichsees.

Wir freuen uns auf Ihre komplette, schriftliche Bewerbung mit Foto per Post oder E-Mail an folgende Adresse:

Villa Sunneschy
Seestrasse 156, 8712 Stäfa
Frau Nadja Niggli
n.niggli@villa-s.ch
044 927 30 90

21987-8985

SUISSE ROMANDE

Restaurant du Creux-de-Genthod

Nous recherchons un(e)

chef(fe) de service

pour le mois de septembre 2012.

- Organisation et gestion d'une brigade de 5 à 15 personnes
- Réception de la clientèle
- Service du midi et du soir
- Collaboration aux différentes cartes des mets et des vins
- Formation d'apprentis

Nous vous offrons:

- Un emploi stable et passionnant dans un cadre unique au bord du lac
- De longues vacances en hiver
- De l'indépendance dans votre travail

Vous avez une solide expérience dans le domaine, alors faite nous parvenir votre dossier de candidature au Restaurant du Creux-de-Genthod, Case postale 76, CH-1294 GENTHOD.

e-mail: creux@creuxdegenthod.com
Site: www.creuxdegenthod.com

21988-8985

INTERNATIONAL

Das Relais & Châteaux Post Hotel & Spa im Banff National Park in den Kanadischen Rocky Mountains sucht auf Mitte November 2012 qualifizierte Mitarbeiter in den folgenden Positionen:

Chef de Partie
Pâtissier
Jungkoch
Serviceangestellte und Chef de Rang
Barkeeper

Mit 100 Zimmer und Suiten, einer renommierten Küche und dem 25.000 Flaschen Weinkeller, gehört das Post Hotel & Spa zu den besten Adressen Nordamerikas.

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und sich für ein Arbeitsjahr in der kanadischen Bergwelt verpflichten können, empfangen wir Ihre Unterlagen gerne, per Mail oder Fax.

Relais & Châteaux Post Hotel & Spa
P.O. Box 69
Lake Louise, AB T0L 1E0
Kanada



Fax 001 403 522 3966
E-mail: jobs@posthotel.com

Ein einjähriges Visum ist für qualifizierte Bewerber bis zum 35. Altersjahr über *International Experience Canada* unter *Young Professionals* erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

21987-8985

Grand Hotel
Villa Castagnola

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

Per potenziare il nostro giovane e dinamico team di lavoro cerchiamo

una/un Responsabile Sales e Marketing (impiego annuale)

Entrata: data da convenire.

Siamo alla ricerca di una persona dinamica e affidabile con almeno tre anni di comprovata esperienza in alberghi di 5 stelle nella posizione ricercata, buone conoscenze del mercato turistico Svizzero e internazionale, eccellenti attitudini alla vendita, buona dialettica, orientamento verso il cliente, flessibilità, spirito d'iniziativa e disponibilità di agire fuori sede.

Sono indispensabili ottime conoscenze di italiano, tedesco, francese e inglese sia a livello scritto che parlato e solide capacità redazionali; inoltre costituiscono un titolo preferenziale la conoscenza del programma di prenotazioni alberghiere Fidelio 7 e la gestione dei portali di prenotazione via internet.

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

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



Hotel Cadro Panoramica Lugano

CHEF DE RÉCEPTION (W/M)

ALTER: circa 30 Jahre

NATIONALITÄT: Schweizer oder Niederlassung (Jahresstelle)

VERANTWORTUNGS-
BEREICH:

- Führen des gesamten Beherbergungsbereiches
- Erreichen einer optimalen Zimmerauslastung
- Betreuen und Abrechnen der Nebenbetriebe: Kiosk, Tennis, Squash, Pool und Sauna.
- Führen von bis zu 5 Rezeptionistinnen
- Mithilfe bei der Erstellung des jährlichen Marketingplanes und Durchführen der einzelnen Aktivitäten in Zusammenarbeit mit dem Verkaufsleiter
- Schulung der Rezeptionsmitarbeitenden

BERUFLICHE
ANFORDERUNGEN:

- Abschluss einer Schweizer Hotelfachschule
- Erfahrung in der Mitarbeiterführung
- Berufserfahrung im Bereich Réception

SPRACHE

- Italienisch (Muttersprache)
- Deutsch in Wort und Schrift
- Englisch und Französisch sehr gute Kenntnisse

ARBEITSBEGINN: 1. November 2012

KONTAKTPERSON: Peter Lässer
Hotel Cadro Panoramica
6965 Cadro/Lugano
091 936 07 07

STELLENGESUCHE

Nach 18 Jahren Führungserfahrung im eigenen 4*-Hotel baue ich den Betrieb um und verkaufe. Daher suche ich (dipl. Hoteller HF/CH/49/D/E/F) eine

neue Herausforderung Vollzeit/Teilzeit/Freelance

Ich biete: Verhandlungs- und Verkaufserfahrung, Event-Organisation, VR-Mandat (nebenberuflich), Import/Export, Reisebereitschaft, ortsungebunden, «Homeoffice»

Angebote unter: Chiffre 21977-8979, htr, hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

STELLENVERMITTLUNGEN

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

Direkte Online-Erfassung unter:

www.htr.ch/jobdispo

htr hotel revue - 031 370 42 42 / 77

DIE GRÖSSTE STELLENBÖRSE IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

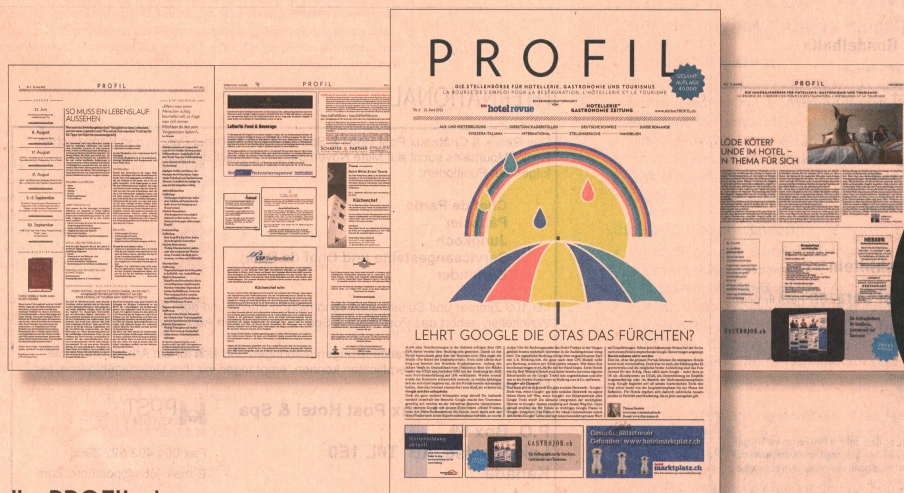
AUFLAGE
40.000

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

**HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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



**BUCHEN
SIE JETZT!**

Und erreichen Sie
Woche für Woche
200.000 Leserinnen
und Leser aus dem
Schweizer
Gastgewerbe!

www.stellenPROFIL.ch



50 Jahre WWF

Gemeinsam für unseren Planeten

Spenden Sie per SMS mit Panda (Betrag) an 488 oder wwf.ch/spenden.
(Bsp. Spende 9 Fr.: Panda 9 an 488)

Das Intensivseminar

GASTRO SUISSE

NEU

Der Schweizer Bier-Sommelier

Bier entdecken, verkosten und erfolgreich verkaufen

Termine: berufsübergreifend

Start Frühling: Mittwoch, 25. April 2012

Start Herbst: Mittwoch, 12. September 2012

Weitere Informationen

GastroSuisse

Plattenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Tel. 0545 977 111 www.gastrouisse.ch

21038-8704

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

Wein und Küche, Kurs 699 Euro

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

16687-7917

Lingua Natura

Italiano – Français – Rumantsch – Deutsch

Sprachen lernen – ganz natürlich
in einem Naturpark CH/I

Natur – Kultur – Kulinarik

Kurse: Frühling und Herbst 2012

www.lingua-natura.com

Netzwerk Schweizer Pärke: 031 381 10 71

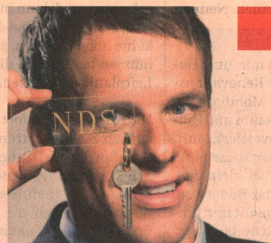
16140-7675

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



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 et 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 et Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Nicole Kälin

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

VERKAUF

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

Fax 031 370 42 23

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

Millimeter-Tarif

s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif

s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während einem Monat auf www.htr.ch / www.immoprofil.ch publiziert. Falls keine Aufschaltung 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 et 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.

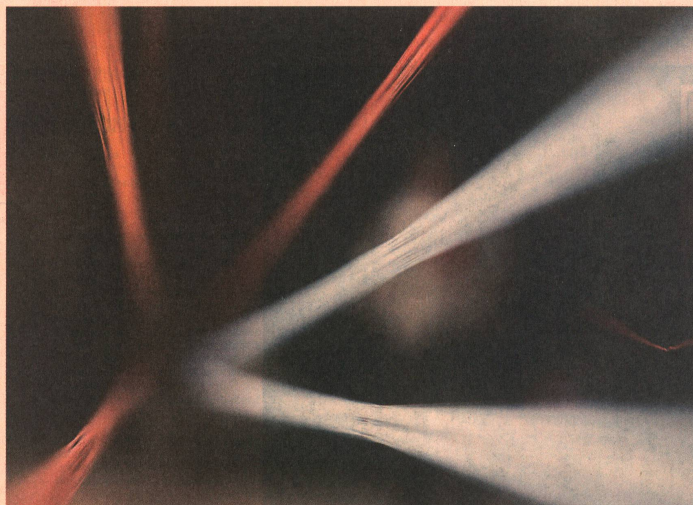
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Inhalte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonst wie verwertet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte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

Alles über Aus- und Weiterbildung

www.hoteljob.ch

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

DER ROTE FADEN FÜR VISIONEN



KEYSTONE

Eine gemütliche Ambiance, pflegeleichte Materialien, moderne und weitende Formen, und dies alles mit einem grossen Schuss Individualität. So etwa könnte man wohl Träume und Vorstellungen in der Gastronomie und Hotellerie auf einen Nenner bringen.

Hand aufs Herz: Bei Immobilien in der Gastronomie und Hotellerie gibt es eigentlich fast immer Umbau- und Renovationsbedarf. Die Beanspruchung der Räume sowie des Mobiliars ist extrem hoch, und es gehört zur Gastlichkeit, dass Raum und Einrichtung ansprechend sind. Wer jahrelang nichts investiert, läuft Gefahr, dass die Gästezufriedenheit abnimmt oder sogar eine Rückstufung der Kategorie droht. Insbesondere bei kleineren Hotels belasten Rückstellungen für Investitionen das Budget, so dass oft nur das Dringendste jeweils kurzfristig geplant und umgesetzt wird. So kann es leicht passieren, dass das Grundkonzept peu à peu verloren geht, Individualität und Authentizität verwässert werden.

Das Zauberwort, das die Harmonie des Ganzen über viele Jahre hinweg garantiert, heisst «roter Faden». Haben Sie den Mut, das grosse längerfristig geplante Bauvolumen als Ganzes anzuschauen – und dann in Etappen auszuführen. Eine vertiefte Analyse, authentisch und dem Gästekonzept entsprechend, generiert keine hohen Kosten, sondern spart effektiv Kosten – einzig, Sie müssen bereit sein, die Auseinandersetzung zu führen und die Leitplanken zu setzen.

Die Analyse setzt dort an, wo es um Ihre Individualität geht. Versuchen Sie nicht, trendig zu sein, vergessen Sie Vergleiche mit anderen Hotels! Leben Sie die Überzeugung: «So wie du bist, ziehst du deine Gäste an». In diesen Prozess können selbstverständlich mehrere Mitentscheider (zum Beispiel die Partnerin oder auch die «nächste» Generation) einbezogen werden – ja, Sie können sogar eine Befragung der Stammgäste dazu ins Auge fassen. In diesem Prozess wird ein Grundraster mit langlebigem Charakter für Farben, Formen und Mate-

rialien erarbeitet, der immer wieder und über Jahre hinweg als roter Faden hinzugezogen werden kann. Anhand der Analyse zeigt sich dann auch oft, dass bereits ein Grundraster in der Materialisierung gegeben ist, und einige Feinkorrekturen reichen bereits, um harmonisch abgestuft grosse Wirkung zu erzielen.

Die vertiefte Analyse zeigt Ihnen auch die Möglichkeiten entlang dem roten Faden auf, wie Sie zum Beispiel saisonal trendige Akzente setzen können, ohne die Grundstimmung zu verändern. Setzen Sie Ihre Visionen um. Mit dem berühmten roten Faden in der Hand können Sie mit den zur Verfügung stehenden Mitteln Schritt für Schritt planen, renovieren, umbauen und einrichten.



Urs Nussbaumer
Spezialist für Bauanalysen, Bauberatung und Baubegleitung
www.urnussbaumer.ch



Per Wintersaison 2012/2013 verpachten wir im Winterskigebiet Pischas die zusammengehörenden Betriebe

Bergrestaurant Pischas und Mäderbeiz neu.

Das Bergrestaurant Pischas befindet sich direkt an der Bergstation mit herrlicher Aussicht. Es beinhaltet ein Selbstbedienungsrestaurant mit bis zu 350 Sitzplätzen.

Die Mäderbeiz liegt an der Talabfahrt am Fusse des Skilifts Flüelameder. Die Beiz hat eine Sonnenterrasse, Platz für 80 bis 150 Gäste (innen und aussen) und ist bedient.

Im Skigebiet Pischas liegt die Verpflegung der Gäste alleine in den Händen dieser beiden Restaurationsbetriebe.

Interessenten senden die Bewerbungsunterlagen bitte an:
Davos Klosters Bergbahnen AG, Gastroabteilung
Brämabühlstrasse 11, 7270 Davos Platz
gastro@davosklosters.ch

21927-8953



LIDO LOCARNO

Wettbewerb für den Betrieb des gesamten Gastronomieangebots

Wettbewerbsbedingungen und Unterlagen unter
www.lidolocarno.ch/gastro-wettbewerb

21931-8957

SCHÖNES KLEINHOTEL MIT RESTAURANT

in Graubünden zu verkaufen oder verpachten, zentral, beliebt, im Wander- und Skigebiet.

Umsatz zirka 1 Million.

Solvente Interessenten melden sich unter Chiffre 21976-8978 an:
htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

21976-8978

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 Pfäfersch SZ
055 410 15 57, hesser@bluewin.ch

18432-7129

hoteljob.ch

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



Goms/Wallis/Schweiz

Zu verkaufen (wegen Todesfalls) historisches

HOTEL (1629)

Nähere Infos: www.hotel-postmuenster.ch
Mobile: 079 606 27 27

21987-8984

Liegenschaften
verkaufen –
neu auch online
www.htr.ch/immobilien

htr hotelrevue