

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2012)  
**Heft:** 38

## 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:** 02.07.2025

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

# hotel revue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

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

00015  
02/15



## Sommer 2013

Welches Land holt wie die Sommergäste? Die Schweiz setzt auf Traditionen.  
**Seite 7 bis 11**

## Online

Am ausverkauften zweiten «Swiss Distribution Day» ging es um hochrelevante Online-Themen.  
**Seite 4**

## Ausbildung

Die Ecole hôtelière de Lausanne und Accor gehen eine einmalige Partnerschaft ein.  
**Seite 19**

## Zuckerartistik

Neue Fachliteratur lockt die Arbeit mit Zucker und Pastillage aus ihrem Nischendasein.  
**Seite 13**



Schaustück «Musik»: Kreation aus gegossenem Zucker.

# Neuer soll's richten

**Ein Heimwehzürcher soll Zürich Tourismus in eine erfolgreiche Zukunft führen.**

VIRGINIA NOLAN

**N**och arbeitet er als Leiter Vertrieb und Marketing bei der Rhätischen Bahn. Doch ab 1. April 2013 wird Martin Sturzenegger als Direktor von Zürich Tourismus amten. Er wird dann zum Nachfolger von Marlis Ackermann antreten, die im Frühjahr nach einem relativ kurzen Gastspiel ihren Posten

verliess. Sturzenegger sei eine dynamische Person, aber zugleich selbstkritisch, kommunikativ und offen, umschreibt Elmar Ledergerber, Präsident von Zürich Tourismus, den künftigen Direktor seiner Organisation. Martin Sturzenegger hat sich drei erste Hauptziele gesetzt: Wieder Ruhe ins Team bringen, das E-Business ausbauen und

sich den Partnerschaften widmen. «Da ist noch mehr möglich, wenn wir grossräumiger denken», so Sturzenegger. Von sich selbst sagt der 39-jährige Stadtzürcher, er sei ein kooperativer Chef, der klare Entscheidungen treffe, seine Mitarbeiter mit einbeziehe und das Delegieren als wichtig erachte.  
**Seite 3**

## Kommentar

**Überraschung: Zürich für einmal ganz bescheiden**



GERY NIEVERGELT

**Z**ürich, eine der bedeutendsten Destinationen der Schweiz, hat einen neuen Tourismusdirektor. Das nahm man in der Limmatstadt zur Kenntnis – mehr nicht. Nach dem medialen Getöse beim abrupten Abgang der dynamischen, aber mit eher wenig sozialer Kompetenz gesegneten Direktorin Marlis Ackermann betritt ihr Nachfolger Martin Sturzenegger die grosse Bühne gleichsam auf Zehenspitzen.

Für Sturzenegger sprach der Heimvorteil. Mit dem unter Touristikern wenig bekannten RhB-Marktingleiter, der noch keine Destination geführt hat, soll ein Stadtzürcher die angestrebte Neu-Positionierung Zürichs schaffen: Weg vom Finanzplatz-Image, hin zu einer vitalen Business- und Leisuredestination.

Braucht es hierfür zwingend einen Einheimischen? Ich meine nein. Die Vertrautheit und Verbundenheit mit einem Ort wirkt wohl stimmig, ist aber nicht unbedingt ein Antrieb für Veränderungen. Wie erfolgreich ein «ortsfremder» und damit unbefangener Touristiker Reformen anpacken und umsetzen kann, beweist etwa der Berner Oberländer Urs Wohler im Untereggadin.

Aber in der Limmatstadt ging es offensichtlich erst einmal darum, nicht schon wieder mediales Getöse zu provozieren. Deshalb setzt man nicht auf einen «Star» der Branche, sondern einen stadtverbundenen Vermittler und Teamplayer. Zürich ganz bescheiden? Das ist ja mal was Neues.



Die tiefen, vorgelagerten Loggien und grossen Fensterflächen des Hotels Monte Verità (1929) sind Merkmale des «Neuen Bauens».

## Historisches Hotel des Jahres

# Klassisch-modernes Hotel Monte Verità gewinnt

Das Hotel Monte Verità in Ascona ist «Historisches Hotel des Jahres 2013». Dem Hotel Ofenhorn in Binn VS verlieh die Jury einen Spezialpreis. Das Hotel Monte Verità wird ausgezeichnet «für den kontinuierlichen und sorgfältigen Erhalt eines der wenigen Hotels

der klassischen Moderne in der Schweiz und für die Komplettierung der Anlage durch eine selbstbewusste, zeitgenössische Architektur». Die Jury würdigt mit der Auszeichnung einen Umgang mit der Substanz, der zum authentischen Erscheinungsbild des Hotels beiträgt.

Das Hotel Ofenhorn erhält den Spezialpreis 2013 «für die fundierte Spurensuche an einem wichtigen Hotel in den Alpen und für die kontinuierliche Restaurierung der Anlage durch eine engagierte Personengruppe».  
**Seite 15**

## Hotellerie

# Andermatt reizt Carsten K. Rath



Carsten Rath eröffnet 2014 zwei Hotels in der Schweiz.

Ende 2014 will der Deutsche Carsten Rath mit seiner LH&E Group im Zürcher Glattpark das erste Schweizer Kameha Grand Hotel eröffnen. Im gleichen Jahr soll in Horgen der gehobene Dreisternebetrieb K-Star öffnen. Rath sieht für die Resort-Hotellerie nicht schwarz, aber grau, wie

er im Interview gegenüber der htr hotel revue erklärt. Gleichzeitig macht er aber keinen Hehl daraus, dass ihn das Projekt von Samih Sawiris in Andermatt interessiert. «Ich glaube fest an Sawiris' Plan und könnte mir gut vorstellen, selber dort mitzuwirken», so Carsten Rath. Infrage käme das Konzept K-Star. «Es

könnte in Andermatt eine Abrundung nach unten bringen», so Rath weiter. Allerdings habe er mit Samih Sawiris noch nicht darüber gesprochen. **Seite 5**

## Session

# Tourismusbank soll weiterverfolgt werden

Der Bundesrat hat den Auftrag gefasst, dem Parlament bis Ende 2012 einen Bericht zu einer Tourismusbank nach österreichischem Vorbild vorzulegen. Dies da der Ständerat am Montag ein entsprechendes Postulat des Urner CVP-Ständerates Isidor Baumann gutgeheissen hat.  
**Seite 2**

**Täglich aktuell:**  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Adresse: Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Redaktion: Tel. 031 370 42 16  
E-Mail: [redaktion@htr.ch](mailto:redaktion@htr.ch)  
Aboservice: Tel. 031 740 97 93  
E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)



ANZEIGE

«Je recommande Mirela sans réserve, pour une gestion rapide, précise et sans souci de vos salaires et assurances sociales.»

**MIRELA**  
[www.mirela.ch](http://www.mirela.ch)

**Olivier Bernhard, Hotel d'Angleterre, Genève**

Aus der Region

Zürich

Kongresshaus:  
Instandsetzung  
geschieht später

Der Zürcher Stadtrat hat entschieden, die Sanierung der 115-jährigen Tonhalle und des 70-jährigen Kongresshauses um zwei Jahre zu verschieben. Der Umbau soll nach den Festwochen 2016 beginnen. Die Wiedereröffnung ist für Herbst 2017 vorgesehen. Die gewonnene Zeit soll genutzt werden, um das Kongresshaus am See in eine langfristige Kongresszentrums-Strategie zu integrieren. Die Kosten betragen gut 80 Mio. Franken statt 55 Mio. Schuld sind unterschätzte Infrastrukturkosten.

Graubünden

«Hotel Skipass  
Inklusive» im  
Oberengadin



ZVG

Destination, Bergbahnen und Hoteliers lancieren das Angebot «Hotel Skipass Inklusiv». Es soll «ein Zeichen gegen die Wahrnehmung der zu teuren Schweiz setzen», sagt Ariane Ehrat, CEO der Destination. Mit der zweiten Übernachtung kostet der Skipass 25 Franken pro Person und Tag. In den kommenden Wochen startet Engadin St. Moritz seine Winterkampagne in der Schweiz, Deutschland sowie online.

Arosas Bahnen:  
Seit Bestehen das  
schlechteste Jahr

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2011/12 der Arosa Bergbahnen AG ist mit Abstand das schlechteste seit ihrem Bestehen. Der Verlust beträgt 1,675 Mio. Franken. Die roten Zahlen kamen laut «Südostschweiz» auch deshalb zustande, weil trotz einer hohen Umsatzeinbuße an der Abschreibungspraxis festgehalten wurde. Das Betriebsergebnis I (EBITDA) fällt hingegen mit 6,6 Mio. Franken (Vorjahr 8,35 Mio.) gut aus. Nach Abschreibungen von 6,3 Mio. und Finanzaufwand von 1,8 Mio. entstand das Defizit mit 1,675 Mio. Franken.

San Bernardino:  
Wintersaison  
fällt aus



Bildautor

Die San Bernardino Impianti Turistici (SBIT) hatte Ende März einen Masterplan für die touristische Entwicklung des Südbündner Skigebiets präsentiert. 100 Mio. Franken sollen in neue Bergbahnanlagen, Hotels und eine Thermen investiert werden – aber es fehlt der Investor. Deshalb wird die Bahn im Winter 2012/13 nicht in Betrieb genommen. Die SBIT habe ihre Aktivitäten eingestellt, um auf die Antwort der Gemeinde Mesocco auf den Masterplan zu warten. kjv



Die Idee einer Tourismusbank ist noch nicht vom Tisch.

Stock

# Bank ist zu prüfen

Der Bundesrat muss einen Bericht zu einer Tourismusbank nach österreichischem Vorbild erarbeiten. Der Ständerat überwies am Montag ein entsprechendes Postulat.

DANIEL STAMPFLI

Der Uner CVP-Ständerat Isidor Baumann verlangte in seinem im Ständerat eingebrachten Postulat, dass der Bundesrat beauftragt wird, dem Parlament bis Ende 2012 einen Bericht vorzulegen, in dem aufgezeigt wird, wie in der Schweiz eine Tourismusbank nach österreichischem Vorbild aufgebaut werden

könnte. Begründet wurde das Anliegen damit, dass sich die Finanzierungssituation für die Tourismuswirtschaft seit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative verschlechtert habe.

Prüfung ist nicht automatisch Einführung

Der Berner SP-Ständerat Hans Stöckli votierte als Präsident «der leider nur flächenmässig grössten Tourismusdestination der Schweiz» für das Postulat. «Die Lage ist sehr ernst», so Stöckli. «Wir müssen günstiger werden, wir müssen besser werden und es müssen neue Produkte entwickelt werden.» Das heutige Instrument, welches zur Verfügung stehe, die SGH, gebe nur für die Beherbergungsbetriebe zinsgünstige Darlehen. Und mit den Beherbergungsbetrieben alleine

könnten die nötigen Produkte nicht hergestellt werden. «Deshalb ist der Hinweis auf die österreichische Lösung absolut gerechtfertigt. Es heisst ja nicht, dass diese eingeführt werden muss, aber es sollte mindestens geprüft werden», so Stöckli.

«Die ÖHT steht in direktem Wettbewerb zu den privaten Kreditinstituten.»

Johann Schneider-Ammann  
Bundesrat

Bundesrat Johann Schneider-Ammann forderte den Ständerat auf, keinen weiteren Bericht in Auftrag zu geben und das Postulat abzulehnen. Der Aufbau einer Tourismusbank nach dem Vorbild Österreichs sei reine Industriepolitik. «Die eingesetzten Förderinstrumente der Österreichischen ÖHT- und Tourismusbank (ÖHT) sind aus ordnungspolitischer Sicht wirklich kritisch zu beurteilen», so Schneider-Ammann. Zum einen werde mit der qualitätsorientierten Förderung in die Beherbergungsstruktur der Destinationen eingegriffen, und zum anderen stehe die ÖHT aufgrund der Gewährung von Direktdarlehen in direktem Wettbewerb zu den privaten Kreditinstituten. Mit 24 zu 4 Stimmen sprach sich der Ständerat für die Annahme des Postulats aus.

Nicht gleich flexibel wie die bestehenden Instrumente

hotelleriesuisse sprach sich gegen das Postulat aus. Von einer Tourismusbank nach österreichischem Vorbild sei zwingend abzusehen, Aufbau und Finanzierung einer Bank für ein kleines Investitionsvolumen im hohen Risikobereich seien dieses Instrument auf Bundesebene nicht gleich flexibel auf die regionalen Bedürfnisse eingehen wie die bestehenden Instrumente.

## Expo 2015 Ja zu Kosten von 23 Millionen

Der Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2015 in Mailand soll 23,1 Mio. Franken kosten dürfen. Der Nationalrat hat am Dienstag als Erstrat den Verpflichtungskredit mit 178 zu 0 Stimmen bei 4 Enthaltungen gutgeheissen. Die Steuerzahler müssen voraussichtlich 15 Mio. Franken besteuern. Mindestens 8 Mio. Franken sollen Sponsoren aufbringen. Die Weltausstellung steht unter dem Thema «Den Planeten ernähren. Energie für das Leben.» Die Organisatoren erwarten für die vom 1. Mai bis 31. Oktober 2015 stattfindende

Expo 20 Millionen Besucher. Nach dem Ständerat ergänzte nun auch der Nationalrat die Motion, die den Bundesrat dazu verpflichtet, die Schweizer Landwirtschaft in Mailand prominent zu präsentieren. Demnach soll der Schweizer Auftritt auch das Zusammenspiel von Landwirtschaft und Tourismus aufzeigen. Der Ständerat weigert sich weiterhin, beim Präventionsgesetz die Ausgabenbremse zu lösen und damit Mittel für die beschlossenen Massnahmen zu sprechen. Er entschied am Dienstag mit 22 zu 19 Stimmen, bei seiner Haltung zu bleiben.

Das Präventionsgesetz geht zurück an den Nationalrat, der vergangene Woche die inhaltlichen Differenzen ausgeräumt hatte. Ob der Ständerat in der Schlussabstimmung zustimmen wird, ist offen. hotelleriesuisse empfiehlt die Ablehnung des Gesetzes in der Schlussabstimmung. Der Ständerat hat sich am Montag generell für längere Ladenöffnungszeiten im Detailhandel ausgesprochen. Er nahm als Erstrat eine Motion von Filippo Lombardi (CVP/TI) mit 27 zu 11 Stimmen an. Lombardi verlangt, dass schweizweit alle Detailhandelsbetriebe das Recht

haben, ihre Produkte werktags zwischen 6 Uhr und 20 Uhr und samstags von 6 Uhr bis 19 Uhr zu verkaufen. Die Kantone, die heute unterschiedliche Regeln kennen, könnten weitergehende Liberalisierungen beschliessen, nicht aber strengere Gesetze. Gewisse Tankstellenshops sollen rund um die Uhr alles verkaufen dürfen. Nach dem Nationalrat hat am Montag auch der Ständerat eine Gesetzesänderung gutgeheissen. Vorgesehen ist die Lockerung nur für Autobahnraststätten und Shops an Hauptverkehrsstrassen mit starkem Reiseverkehr. dst

## Andermatt: Risiko wird verlagert

Orascom Development verkauft 73 Apartments im «Chedi» in Andermatt an die Acuro Immobilien AG. Samih Sawiris ist an Acuro mitbeteiligt.

DANIEL STAMPFLI



Investor Samih Sawiris.

Der Basisverkaufspreis für die 73 Apartments beträgt 122,7 Mio. Franken zuzüglich einer variablen Komponente aus Verkaufserlösen, teilt Orascom Development mit. Mit dem jüngsten Deal seien von den 119 Immobilieneneinheiten im «Chedi» jetzt alle Apartments verkauft, ausser 4 Apartments, die vormals

reserviert wurden sowie 10 Lofts und Penthouses, die bei der Orascom Development verblieben würden. Durch den Verkauf der Apartments sei die finanzielle Position der Gruppe gestärkt worden, um die nächsten Bauphasen in Angriff zu nehmen, erklärte Gerhard Niesslein, CEO von Orascom Development. Eigentümer des Hotels The Chedi Andermatt, welches wie geplant in der Wintersaison 2013/14 eröffnen werde,

bleibe weiterhin Orascom Development. Der Chedi-Komplex umfasst ein Hotel (Fünf-Sterne Superior) mit 50 Zimmern sowie 106 Apartments und 13 Lofts und Penthouses. Acuro beabsichtigt, die erworbenen Apartments über einen Zeitraum von maximal sieben Jahren zu veräußern. Die Apartments werden in einen Mieterpool gegeben und an Endkunden verkauft, wobei Orascom De-

velopment weiterhin für die Fertigstellung der Bauarbeiten verantwortlich ist. Acuro ist ein Investmentgefäss für Immobilieninvestoren, das von Swiss Finance & Property AG und Orox Asset Management S.A. verwaltet wird. Samih Sawiris, Präsident des Verwaltungsrats und Grossaktionär der Orascom Development, und die Familie Sawiris investieren als wichtige Minderheitsaktionäre in Acuro.

## Enjoy Berghilfe zum Zweiten

Die zweite Staffel des Impulsprogramms «Enjoy Switzerland in Partnerschaft mit der Schweizer Berghilfe» ist gestartet.

An der zweiten Runde des Impulsprogramms «Enjoy Berghilfe» nehmen die Regionen Oberrhods (VS), Bergell (GR), der Naturpark Thal (SO) und die Region Creux du Van (NE) teil. Die lokalen Projektleiter (Gilles Henry, Creux du Van; Richard Bauz, Oberrhods; Sandrina Gruber,

Bergell; Regula Grütter, Naturpark Thal) haben ihre Arbeit am 1. September 2012 aufgenommen. In den kommenden drei Jahren werden sie in ihren Regionen den sanften und naturnahen Tourismus fördern, gemeinsam mit Schweiz Tourismus (ST) und der Schweizer Berghilfe, welche Organisationen gemeinsam mitteilen. Die vier Regionen waren bereits im Januar unter insgesamt 13 kandidierenden Regionen für die zweite Runde

des Impulsprogramms «Enjoy Switzerland in Partnerschaft mit der Schweizer Berghilfe» ausgewählt worden. Die erste Staffel startete bereits im Sommer 2009 und ist mittlerweile erfolgreich abgeschlossen. «Die Resultate in den Regionen sind sehr positiv», bilanziert Jörg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus. Diese Ergebnisse hätten ST und die Schweizer Berghilfe dazu bewegt, das Programm nahtlos weiterzuführen. dst

Die erste Staffel ist mittlerweile erfolgreich abgeschlossen.

## Grand Resort Bad Ragaz spricht von einem «zufriedenstellenden» Halbjahr

Verbesserung bei Umsatz, Übernachtungen und Zimmerauslastung.

Im ersten Halbjahr 2012 konnte die Grand Resort Bad Ragaz Gruppe den Umsatz um 0,5% auf 53,4 Mio. Franken steigern. Beim Resort betrug die Umsatzerhöhung 3,3% auf 37,3 Mio. Franken. Die Anzahl der Logiernächte erfuhr in der Berichtsperiode eine Erhöhung um 6,5% auf 49 626 Übernachtungen. Die Zimmerauslastung stieg von 58,6% im ersten Halbjahr 2011 auf 62,4%. Neue Märkte in Osteuropa, im Mittleren Osten oder auch in China seien forciert bearbeitet worden, teilt die Grand Resort Bad

Ragaz AG mit. In Indien sei eine Vermarktungsagentur exklusiv für das Resort tätig. Bei der Tamina-Therme stieg der Umsatz um 9,5% auf 4,6 Mio. Franken. Das Casino Bad Ragaz musste dagegen mit einem Umsatz von 12 Mio. Franken eine Einbuße von 9,1% hinnehmen. Dafür verantwortlich seien der gesättigte Markt in der Schweiz und der starke Franken. Das Geschäftsergebnis der Gruppe beurteilt der Verwaltungsrat «in konjunkturell schwierigen Zeiten als zufriedenstellend.» dst



Ab nächstem Frühjahr soll Zürich touristisch mit neuem Elan vermarktet werden.

Swiss-Image

# Heimwehzürcher

**Zürich Tourismus hat seinen neuen Direktor im Bündnerland gefunden. Der Stadtzürcher Martin Sturzenegger hat dort bisher das Marketing der Rhätischen Bahn geleitet.**

VIRGINIA NOLAN

Der Abgang von Direktorin Marlis Ackermann im Frühjahr war geräuschvoll, die Frage nach ihrer Nachfolge bis

vor Kurzem offen. Jetzt hat Zürich Tourismus seinen neuen Direktor gefunden – im Bündnerland. Martin Sturzenegger, Betriebsökonom und Leiter Vertrieb und Marketing sowie Geschäftsleitungsmitglied bei der Rhätischen Bahn (RhB), wird sein neues Amt im April 2013 antreten. «Zürich ist meine Passion», sagt der Stadtzürcher, der sich auf seine Heimkehr freut. Bei der Rekrutierung habe man am Ende «das Luxusproblem» gehabt, sich für einen von «drei absoluten Spitzenkandidaten» entscheiden zu müssen, sagt Präsident Elmar Ledergerber. Warum fiel die Wahl auf einen, der keine Erfahrung als Tourismusdirektor hat? Sturzenegger habe zwar keine Destination geführt, sagt Ledergerber – ein Label zu vermarkten, an dem

praktisch das ganze Bündnerland hänge, sei jedoch eine vergleichbare Leistung. «Die Aktivitäten der Marke RhB sind mit jenen der Bündner Destinationen so stark verwoben, dass Herr Sturzenegger sozusagen für die Vermarktung eines gesamten Kantons zuständig war. Und das Bündnerland ist grösser als Zürich.»

## Mitarbeitende miteinbeziehen und delegieren

Natürlich habe dem 39-jährigen auch der Heimvorteil in die Hände gespielt. Aber nicht nur, wie Ledergerber sagt. «Er hat viel Erfahrung darin, Leute zu führen. Zuletzt waren es 200. Herr Sturzenegger ist eine dynamische Person, aber zugleich selbstkritisch, kommunikativ und offen.» Darauf, sagt Ledergerber, habe

man besonders geachtet. Nicht ohne Grund, denn Sturzeneggers erste Aufgabe wird darin liegen, Wogen zu glätten. An Dynamik hatte es nämlich auch seiner Vorgängerin nicht gefehlt, wohl aber, so ihre Belegschaft, an Sozialkompetenz. Ackermanns kurzes Gastspiel führte zu vielen Kündigungen, sie pflege, hiess es, einen «diktatorischen Führungsstil». Von sich selbst sagt Sturzenegger, er sei ein kooperativer Chef, der klare Entscheidungen treffe, seine Mitarbeiter mit einbeziehe und das Delegieren von Aufgaben als wichtig erachte.

Welche Pläne hegt er für sein neues Amt? «Ich habe mir drei erste Hauptziele ge-

**Martin Sturzenegger geht zu Zürich Tourismus.**



## Aus der Region

### Zentralschweiz

#### Muotathal lockt mit russischer Hilfe Touristen



Im schwyzerischen Muotathal finden vom 23. bis 25. September die ersten Suworow-Tage statt. Mit der Erinnerung an die von Marschall Alexander Wassiljewitsch Suworow geführten russischen Truppen und ihre Schlacht von Muotathal 1799 gegen die Franzosen hofft man, den Tourismus zu beleben und neue Besucher ins Tal zu locken. Das Programm umfasst Wanderungen auf Suworows Spuren, militärhistorische Rundfahrten zu den Schauplätzen und Trocken-Trips mit sibirischen Schlittenhunden.

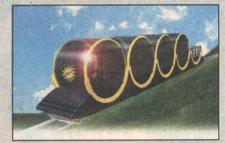
#### Ex-Kantonsspital Zug wird «Ort der Begegnung»

Laut Kantonsbaumeister Urs Kamber ist auf dem Spital-Areal eine breite Seeterrasse vorgesehen, die sich vor einer ganzen Reihe verschiedener öffentlichen Nutzungen hinzieht. «Angedacht» seien der künftige Einbezug des Seegrundstücks und die Anlage einer Badeanstalt. Der Südfügel des Spitals, laut Kamber ein wichtiger Architekturzeuge seiner Zeit, bleibt erhalten. Er soll künftig als kleines Hotel mit Restaurant genutzt werden.

#### Einweihung des César Ritz Campus in Luzern

Mit Blick auf «das grosse Potenzial des deutschsprachigen Marktes» haben die César Ritz Colleges im historischen Hotel Union in der Luzerner Innenstadt 15 Mio. Franken investiert, um einen neuen Campus inklusive Lehrküche und Restaurant zu schaffen. In vier Semestern pro Jahr werden je rund 160 Studierende aus aller Welt ausgebildet. Der neue César Ritz Campus wird morgen Freitag eingeweiht. Am Campus-Standort Le Bouvret V5 wurde die Infrastruktur für 15 Mio. Franken erneuert und das neue Culinary Institute Switzerland eröffnet.

#### Neue Stoosbahn: Bewilligung für den Baustart



Die neue Stoosbahn hat einen weiteren wichtigen Meilenstein erreicht. Mit der Teilverfügung des Bundesamts für Verkehr (BAV) hat sie die Konzession und die Bewilligung für den Baustart der Vorbereitungsmaßnahmen erhalten. Dazu wurden insbesondere sämtliche konzessions- und umweltrechtlichen Belange beurteilt, mit Auflagen versehen und schlussendlich bewilligt resp. verfügt. Am 22. September erfolgt der Spatenstich der neuen Standseilbahn. kjv

# Weisse Arena mit roten Zahlen

**Im letzten Geschäftsjahr musste die Weisse Arena Gruppe einen Umsatzrückgang hinnehmen. Dank effektivem Kostenmanagement sank der Cashflow weniger stark.**

GUDRUN SCHLENZKEK

Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte sich der Nettoumsatz der Weissen Arena Gruppe, Laax, um 4,1 Mio. Franken oder 4,7 Prozent auf 82,7 Mio. Franken. Dieses Minus ist vor allem auf den Rückgang bei der Anzahl der Ersteintritte bei den Bahnen im Winter (-5,2%) zurückzuführen. Fast alle Sparten der Gruppe mussten ein Minus hinnehmen, nur das Rocksorort konnte im Vergleich zum vorhergehenden Geschäftsjahr ein Plus verbuchen: Der Nettoumsatz stieg um 2,5 Prozent auf 4,7 Mio. Franken. Wie im Vorjahr standen im Rocksorort 2011/12 insgesamt



**Sessel im Design von Porsche, geheizt mit Solarenergie.**

587 Betten zur Vermietung. Die Bettenauslastung betrug in der Wintersaison 70 Prozent, die Zimmerauslastung 81 Prozent. Die

Zahl der Logiernächte im Sommer konnte verdoppelt werden.

Mit 19,7 Mio. Franken lag der Cashflow der Gruppe nur unwesentlich unter dem Niveau des Vorjahres (minus 2,1%) und stellt immer noch eines der besten Ergebnisse in der Unternehmensgeschichte dar. Dank effizienterem Kostenmanagement und dank der Steigerung der Flexibilisierung des Mitarbeiterinsatzes konnte ein Grossteil des Umsatzrückganges auf diese Weise wieder wettgemacht werden: Der Warenaufwand sank im letzten Geschäftsjahr um 6,7 Prozent, der

Personalaufwand um 3,8 Prozent. Trotzdem halbierte sich der Reingewinn auf unter eine Million Franken.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, investiert die Weisse Arena Gruppe konsequent in den Ausbau der Bahninfrastruktur. Das vorgesehene Investitionsvolumen von 54 Mio. Franken umfasst insgesamt fünf neue Lifanlagen. Zur gestrigen Medienkonferenz präsentierte die Gruppe eine Weltneuheit: eine 6er-Sesselbahn designed by Porsche Design Studios. Die Sitzheizung wird über Solarpanels gespeist.

# Ein spezieller Radiosender

**«Radio Benvenuto» informiert seit Juni 2010 die motorisierten Feriengäste im Locarnese.**

Viereinhalb Minuten. Diese Zeit benötigt ein Autofahrer im Mittel, um durch den 5,5 Kilometer langen Umgehungstunnel Mappo-Moretina von Locarno zu fahren. Zeit genug, um sich über die wichtigsten Veranstaltungen, Festivals und Events in der Region

Locarno/Ascona zu informieren. Dies sagte sich wenigstens der untriebige Hotelier Diego Glau aus Losone (Abergo Losone), lancierte die Idee eines «Tunnelradios» und überzeugte den Verkehrsverein Lago Maggiore von der Nützlichkeit dieser Initiative. Seit Juni 2010 können Feriengäste, aber natürlich auch Einheimische, bei der Fahrt durch den Tunnel die wichtigsten Freizeit-Infos erhalten, sowohl auf Italienisch als auch auf Deutsch.

Gut zwei Jahre nach dem Start von «Radio Benvenuto» auf der Frequenz FM 99.8 ziehen die Initianten eine positive Bilanz. Das Radio ist ein Mittel zur Promotion der Gegend geworden. Die Frequenz ist an den Tunnelportalen angeschrieben. Mittlerweile lässt sich das «Touristenradio» auch über die Website www.smartradio.ch/radiobenvenuto einschalten. Zirkä 3000 Nutzer machen von dieser Möglichkeit monatlich Gebrauch. gl

# Flughafen Zürich erfreut sich in Süddeutschland grosser Akzeptanz

Zwei Drittel des vom Meinungsforschungsinstitut Isopublic befragten Deutschen beurteilen die Bedeutung des Flughafens Zürich als «sehr wichtig» oder «eher wichtig». Durchgeführt wurde die Onlinebefragung zwischen dem 26. Juni und 1. Juli im Auftrag der Unternehmensinitiative Wirtschaftsraum DCH. Befragt wurden je 500 Personen im Alter von 15 bis 74 Jahren beidseits der Grenzen zwischen dem Bodensee und dem Aargau.

Für 67 Prozent der befragten Schweizer ist der Fluglärm der absolut am stärksten belastende Faktor. Auf deutscher Seite steht der Fluglärm zwar auch an der Spitze der belastenden Faktoren, ist mit 48,8 Prozent aber deutlich weniger ausgeprägt. Nach Ansicht von 77 Prozent der befragten Schweizer und 64 Prozent der Deutschen sollte der Fluglärm gleichmässig über der Schweiz und Deutschland verteilt werden. dst

Aus der Region

## Berner Oberland Kantonsbeitrag an das Unesco Weltnaturerbe

Der Regierungsrat des Kantons Bern wird eine Vereinbarung mit dem Kanton Wallis unterzeichnen. Sie betrifft die Zusammenarbeit bei der Umsetzung der Programmziele des Unesco Weltnaturerbes «Schweizer Alpen Jungfrau Aletsch» in den Jahren 2012 bis 2015 und dessen gemeinsame Finanzierung. Gleichzeitig beantragt die Kantonsregierung dem Grosse Rat, für die Jahre 2013 bis 2015 einen Rahmenkredit im Betrag von 600'000 Franken für die Unterstützung des Weltnaturerbes.

## Hotel, Wellness und Wohnungen in Zweisimmen

In dieser Woche wird das Bauge such für ein Hotelprojekt beim Bahnhof Zweisimmen publiziert. Das Architekturbüro Dällenbach Ewald in Steffisburg plant zwei separate viergeschossige Hauptgebäude, verbunden durch einen Zwischenbau, der ein Hallenbad mit Wellnessbereich enthält. Das südliche Haupthaus wird Hotel mit Wohnungen im Dachgeschoss, das nördliche enthält nur Wohnungen. Die Besitzerschaft Ammann Globalbau AG rechnet mit Investitionen von 10 bis 20 Mio. Franken, so Geschäftsführer Paul Ammann gegenüber dem «Berner Oberländer». kjv

# Bewegter Fachtag

Am zweiten «Swiss Distribution Day» in Zürich-Regensdorf wollten über 200 Teilnehmende Aktuelles aus der Online-Welt erfahren. Und über die Zukunft der Sterneklassifikation.

SABRINA GLANZMANN

**E**in Learning-Day mit konkretem Know-how-Transfer für Hoteliers und Touristiker: Das erklärte Ziel des zweiten «Swiss Distribution Day (SDD)» (siehe auch htr vom 13. September) lockte am Dienstag über 200 Teilnehmende ins Mövenpick Hotel Zürich-Regensdorf. An der ausverkauften Fachveranstaltung machten die Referate (unter anderen von Social-Media-Expertin Gabriele Bryant, Philipp Ries von Google oder Thomas Winkler von Schweiz Tourismus) deutlich, wie stark das Internet im Allgemeinen und Social Media im Speziellen das Konsum- und Buchungsverhalten potenzieller Gäste beeinflusst.

Angesichts der immer stärkeren Gewichtung von Online-Gästebewertungen stellte sich



Sie diskutierten mit Moderator Stephan Klapproth die Zukunft der Klassifikation (v. l.): Georg Ziegler, Michael Menzel, Wilhelm K. Weber, Heiko Siebert, Guglielmo L. Brentel, Michael Simon.

ein Fachpodium mit namhaften Branchenvertretern der provokativen Frage: Braucht es für ein erfolgreiches Marketing künftig noch eine nationale Sterneklassifikation? Dabei ging es vor allem um die grundlegende Frage, wie sich feste, normierte Sachkriterien der Klassifikation mit den subjektiven Gästebewertungen von Faktoren wie etwa Servicequalität zusammenbringen lassen. Während hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel die Bedeutung des Systems als Qualitätsprogramm mit qualifizierten Auditoren betonte, zeigten sich einige der Ge-

sprächspartner kritisch. Georg Ziegler, Head of B2B bei Holidaycheck, oder SDD-Mitorganisator Wilhelm K. Weber etwa warfen vor allem das, was der Gast vor Ort persönlich und emotional erlebt, als strukturelles Bewertungskriterium in die Waagschale. Sie räumten aber ein, dass der Sterne-Ansatz als Referenzsystem ebenfalls wichtig bleibt, aber «in Zukunft kann das eine nicht mehr ohne das andere sein. Dafür sind die Bewertungen längst zu wichtig für die Buchungsentscheidung», formulierte es etwa Georg Ziegler. Andererseits seien ohne den

Rahmen der Sterne Bewertungen einfach lauter individuelle Meinungen, die man als Kunde dann gar nicht mehr in Relation setzen könne. Weber sprach zudem wirtschaftliche Probleme an, welche sich vielen Häusern in der Praxis im heutigen Umfeld stellen würden: «Was sagen Sie einem 5-Sterne-Haus in einer Bergdestination, das im Winter mit Individualgästen gut läuft, aber im Sommer auf Gruppen aus Wachstumsmärkten, die weniger Umsatz machen, angewiesen ist? Kann hier die Klassifikation künftig noch genügend greifen?»

## Kommentar

Online hat keiner bereits ausgelernt. Im Gegenteil.



SABRINA GLANZMANN

**A**lles schon tausend Mal gehört! Manchem Hotelier, der nicht zum ersten Mal an einer Fachveranstaltung über Online-Distribution und -Marketing war, dürften die Aufrufe der Referenten wie eine alte Schlägerplatte mit Sprung vorgekommen sein: «Investieren Sie in Ihre Website!» «Setzen Sie auf aussagekräftiges Bildmaterial!» «Gute Online-Bewertungen sind das beste Marketingtool für Ihr Haus!»

Tausend Mal gehört? Aber offensichtlich ist auch tausend Mal nix passiert. Denn es gibt Gründe, weshalb sich namhafte Experten, Berater und Branchenvertreter wiederholen. Nicht, weil ihnen nichts Besseres einfällt. Sondern weil es offensichtlich noch immer Handlungsbedarf gibt. Deshalb sind solche Veranstaltungen wichtig: Sie zeigen auf – mit Beispielen und Zahlen belegt –, weshalb etwa mobile Website-Versionen matchentscheidend oder Social Media längst normale Kommunikationsmittel sind. Wer denkt, das alles schon bestens zu wissen, hat offenbar seine Betten gefüllt.

Es macht mich glücklich, dass ich jeden Tag Arbeit habe.

Fernanda, Pflückerin, Brasilien

**Michel**<sup>®</sup>

Denn jeder Schluck tut Gutes.



Carsten Rath will Ende 2014 im Zürcher Glattpark das erste Schweizer Kameha Grand Hotel eröffnen.

## «An Andermatt interessiert»

Der Deutsche Carsten Rath kommt mit den Hotelkonzepten Kameha und K-Star nach Zürich. Und liebäugelt auch mit alpinen Destinationen wie etwa Sawiris' Resort.

ANDREAS GÜNTERT

Carsten Rath, in Deutschland nennt man Sie den «Rockstar der Grand Hoteliers». Wie kamen Sie zu diesem Ruf?

Dieses Etikett hat mir Hotelkritiker Heinz Horrmann verpasst. Aber statt «Sex, and Rock 'n' Roll» lautet der Dreiklang in der Grand Hotelier bei mir eher «Blut, Weiss und Tränen».

Sie öffnen Ende 2014 Ihr Grand Hotel Kameha im Zürcher Glattpark. Eine unbekannte Location.

Es ist eine der spannendsten Geschäftszonen Mitteleuropas, verkehrstechnisch hervorragend erschlossen, in guter Distanz zur Zürcher City und unmittelbar Nähe zum Flughafen.

Für Zürich bedeutet der Glattpark: eine Gegend im Niemandsland zwischen Oerlikon und Airport-Peripherie. In der heutigen Wahrnehmung mag das stimmen. Aber man sollte auch hier den Gedanken zu Ende denken. Der

Glattpark liegt im Nukleus der Geschäftswelt; Banken und Versicherungen haben dort wichtige Sitze. Zwischen City und Flughafen entsteht eine moderne Zweitstadt, nur 7,6 Kilometer entfernt vom Stadtzentrum. Wäre ich mit Kameha lieber direkt am See oder beim Baur au Lac? Ja. Habe ich eine Wahl? Nein. Ich bin sehr positiv gestimmt für diese Lage.

**Am Flughafen wird Hyatt als Teil des «Circle»-Projekts hunderte neue Zimmer auf den Markt bringen. Eine harte Konkurrenz für Sie als Newcomer.**

Das beobachte ich natürlich genau. Aber in unserer Nische gibt es Platz.

**Zur Person Über Robinson und Arabella in die Schweiz**

Carsten K. Rath (46) ist in Deutschland eine bekannte Touristik-Persönlichkeit. Er war unter anderem von 2003 bis 2005 Geschäftsführer der Robinson-Clubs und von 2005 bis 2008 CEO der Arabella Hotel Holding International. Raths LH & E Group verfolgt einen ambitionierten Roll-out: Dem Ende 2009 in Bonn eröffneten Kameha Grand soll im Zürcher Glattpark Ende 2014 das erste Schweizer Kameha Grand Hotel folgen; ebenfalls 2014 soll im Horgen der Dreisternebetrieb K-Star (100 Zimmer) öffnen. Weiter bestehen Pläne für ein K-Star in Hamburg und Luxemburg sowie ein Kameha auf Mallorca. ag

«Der Dreiklang in der Grand Hotelier lautet bei mir eher «Blut, Weiss und Tränen.»

Carsten Rath  
Chef der LH & E Group

ersten Jahr bei 64, im zweiten bei 67 und im dritten Jahr bei 71 Prozent ansetze. Wenn wir dann übers Jahr gerechnet netto 290 Franken hinbringen, rufe ich laut «Halleluja!»

Sie suchen für das Kameha Grand Glattpark 220 Festangestellte, für Ihr zweites Projekt K-Star in Horgen

**rund 30. Wie gestaltet sich dieser Prozess?**  
Das ist eine ganz schwierige Sache. Die Kernpositionen nahe am Gast möchte ich mit Profis aus der Schweiz besetzen – doch diese sind nicht leicht zu finden. Eigentlich ist es absurd: In der Schweiz stehen einige der besten Hotelfachschulen der Welt, man bildet hier die allerbesten Leute aus – und doch hat man Mühe, gutes einheimisches Personal zu finden. Wir Hoteliers haben hier wohl ein Image-Problem. Kommt dazu, dass andere Branchen sehr viel bessere Löhne bezahlen. Was uns zugutekommt: In der Branche nimmt man Kameha als sexy und cool wahr; das sollte uns bei der Rekrutierung junger Profis helfen.

**Zusätzlich zu den 245 Zimmern und Suiten im Kameha Grand bieten Sie einen grossen Saal mit 960 Sitzplätzen an. Eine Konkurrenz zum Tagungsangebot in der Stadt?**  
Neben dieser Event-Halle können wir mit weiteren Räumlichkeiten insgesamt 1900 Gäste zum Tag bringen. Das zu füllen, wird natürlich kein einfacher Sport. Ende 2012 werden die Sales-Anstrengungen beginnen; mit einem Vorlauf von zwei Jahren müsste uns hier einiges gelingen.

**Wie sehen Sie die Aussichten für den Schweizer Tourismus**  
Trotz der Euro-Problematik bin ich zuversichtlich. Städte wie Zürich, Genf,

Basel und Luzern sind hervorragend positioniert. Nicht ganz so gut sieht es aus für die Resort-Hotellerie in den Bergen. Ich sehe nicht schwarz, aber grau.

**Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Sawiris-Projekt in Andermatt?**  
In diesem Falle bin ich sehr positiv gestimmt. Andermatt interessiert mich sehr; das ist eine kraftvolle Vision!

**Hierzulande wird oft bezweifelt, ob man aus dem Urserental eine Top-Destination machen kann.**  
Warum denn nicht? Es gibt viele Beispiele dafür, wie man aus einem anfänglich unbekanntem Ort etwas Grosses machen kann. Las Vegas, Macao oder Lost City sind quasi aus dem Nichts entstanden, man hat dort Destinationen erfunden und gebaut. Andermatt hat das Zeug zur Incentive-Destination. Ich glaube fest an Sawiris' Plan und könnte mir gut vorstellen, selber dort mitzuwirken.

«Ich glaube fest an Sawiris' Plan und könnte mir gut vorstellen, selber dort mitzuwirken.»

Carsten Rath  
Gründer und CEO der LH & E Group

Service und könnte im Andermatt Hotel-Portfolio eine Abrundung gegen unten bringen und Meeting-Fläche addieren.

**Haben Sie schon mit Samih Sawiris darüber gesprochen?**  
Noch nicht.

**Wie funktionieren Ihre Konzepte organisatorisch?**  
Für die beiden geplanten Betriebe in der Region Zürich sieht es so aus: Sales, Finanzen und Personalwesen werden von einer gemeinsamen Plattform aus betreut. Im Kameha Grand Glattpark möchte ich eine starke Persönlichkeit – am liebsten aus der Schweiz – für den Posten des General Managers verpflichten. Im K-Star Horgen denke ich an einen Resident Manager.

### Standpunkt

## Ferientourismus in Notlage und mit Bedarf an Massnahmen



MARIO LÜTOLF\*

In diesen Tagen stellt Schweiz Tourismus Antrag auf die Finanzierung eines Sonderprogrammes 2013-15 für den alpinen und ländlichen Tourismus. Zusätzlich dreimal 12 Millionen Franken sollen die Internationalisierung der vom Ferientourismus abhängigen Regionen beschleunigen. Die Präsenz in Wachstums- und Entwicklungsmärkten soll intensiviert werden. Bislang weniger bekannte Attraktionen sollen in neue Reiserouten positioniert werden.

«Die Destinationen müssen sich an neue Produktionsbedingungen anpassen.»

Die erkennbaren, negativen Folgen der währungsbedingten Verteuerung des Angebotes verlangen nach rasch umsetzbaren Massnahmen. Es ist so folgerichtig, gemeinsam mit den Tourismus- und Transportpartnern in die Märkte- und Produktdiversifikation zu investieren. Aber: Der Anspruch an den eigenen Handlungsbedarf bleibt: – Die Destinationen müssen sich an neue Markt- und Produktionsbedingungen anpassen; – Bedingt durch die kleingewerbliche Strukturierung, müssen mehr neue Kooperationsformen gewollt und realisiert werden; – Die Nachteile der hohen Vorleistungs- und Arbeitskosten müssen durch die absolut überzeugende Qualität des Angebots abgedefert werden; – Es muss uns gelingen, die politischen Prozesse in den Gemeinden und Kantonen positiv zu beeinflussen und besser für die touristischen Erfordernisse zu sensibilisieren. Wir müssen unser Umfeld mit einem entsprechenden Leistungsausweis und erkennbaren Fortschritten überzeugen. Dann wird sich das Parlament auf die Finanzierung des Sonderprogrammes einlassen und Bereitschaft zeigen, auch weitere dringend notwendige Beiträge zu spürbaren Verbesserungen wirtschaftlicher Rahmenbedingungen zu leisten.

\*Mario Lütolf ist Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes STV.

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



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

Hans Berchtold  
Berchtold Catering AG

Ruepp & Partner Dietikon AG  
www.ruepp.ch



«Die Vereinten Nationen sind polyvalent, zuverlässig und wirksam – wie ein Schweizer Sackmesser.»

Ban Ki Moon UNO-Generalsekretär  
Gelesen auf Südschweiz.ch



«Königin Victoria» (sitzend) begleitete die kostümierten Holmes-Pilger zur Fahrt auf das Jungfraujoch. Bilder zvg

## Holmes lebt!

Die Sherlock Holmes Society of London begab sich auf eine «Pilgerreise» zu Originalschauplätzen im Berner Oberland.

KARL JOSEF VERDING

Sherlock Holmes lebt! Bis zum Sonntag ermittelte er im Berner Oberland. Rund 70 Mitglieder der Sherlock Holmes Society drehten das Rad der Zeit zurück. Die aus Grossbritannien, den Vereinigten Staaten, den Niederlanden und Japan angereisten «Pilger» traten in Originalkostümen aus der Belle Époque auf und spielten Persönlichkeiten aus den berühmten Kriminalromanen von

Sir Arthur Conan Doyle (1859 – 1930). 1893 entdeckte der Autor die Schweiz und besuchte sie fortan regelmässig, da seine Frau in einem Davoser Sanatorium zur Kur war. Auf einer Reise ins Berner Oberland war er von den Reichenbachfällen bei Meiringen so beeindruckt, dass er sie in seinem Roman «The Final Problem» zum Schauplatz des tragischen Endes seines berühmten Detektivs bestimmte – den er allerdings nach

einigen Jahren wieder zum Leben erweckte. Conan Doyle liebte den Skisport und trug in Grossbritannien wesentlich zur Beliebtheit des Schweizer Wintersports und somit zum Aufschwung des Tourismus in der Schweiz bei. Die Reise der Holmes-Pilger wurde gemeinsam von Schweiz



Sorgfältig im Stil der Zeit kostümiert: die Holmes-Pilger.

Empfang durch den Gemeindepräsidenten wohnte auch Ihre Majestät Königin Victoria bei. Im Grandhotel Giessbach am Brienzsee hörte sich die fröhliche Truppe die Beichte des Schriftstellers Helmi Sigg an, Autor der Parodie «Sherlock Holmes und Der Giessbach-Fall». Über die Kleine Scheidegg reiste die Gruppe auf das Jungfraujoch, wo sie den teuflischen Plänen von Professor Moriarty zum Trotz das 100-jährige Bestehen der Jungfraubahnen feierte.

In Meiringen wurde Holmes als Ehrenbürger mit Fanfaren begrüsst. Am Samstag wurde an den Reichenbachfällen das fatale Duell zwischen Holmes und dem Napoleon des Verbrechens, Pro-



Lebensecht: Dr. Watson, Sherlock Holmes auf dem Brienzsee.

Tourismus, Interlaken Tourismus, Haslital Tourismus und den Jungfraubahnen organisiert. Gestartet wurde mit einer Prozession durch Interlaken. Die Pilger wurden in stilen Kutschen und Fahrzeugen zum Victoria-Jungfrau Grand Hôtel & Spa gebracht. Dem anschliessenden

fessor Moriarty, nachgespielt. So will es die Tradition der Sherlock Holmes Society of London. Nach dem feierlichen Begräbnis erleben die Pilger zu ihrer Erleichterung, dass sich Holmes aus dem grausigen Abgrund befreien konnte und seine kriminologische Arbeit wieder aufnimmt.

## Meister des Alpkäses

Produzenten und Händler, Touristen und Käseliebhaber genossen die Alpkäsemeisterschaft im Herzen von Saanen. Eine Rekordzahl von Käsen war dabei.

KARL JOSEF VERDING

Das Motto der diesjährigen Alpkäsemeisterschaft lautete «Vo Chüejerlüt für Chüejerfründ». Auf noch über 500 Alpen wird im Oberland der Berner Alpkäse AOC produziert. 185 Käse wurden eingereicht, und man erlebte ebenso viele Geschmacksnuancen. Alle von der Jury beurteilten Berner Alp- und Hobelkäse AOC konnten vom Publikum degustiert werden.

Die 18-köpfige Jury leitete Hanspeter Graf, Alpkäseroberer am Inforama Berner Oberland in Hondrich. Bewertet wurden Lochung, Teigbeschaffung, Geschmack und Aroma. Die Qualität, so Graf, war dank sauberer Arbeit und optimalem Wetter allgemein erfreulich gut.

Ranglisten: [www.casalp.ch](http://www.casalp.ch)



Berner Alpkäse AOC (Cœur des Alpes): Eltern Adrian Zellers von Lenk auf Rang 2, Marianne und Daniel Trachsel-Hännli von Frutigen gewannen Gold, Rang 3 für Lydia und Arnold Rohrbach-Buchs (v.l.). zvg

## «Classic Bodensee» gewinnt Award für Standort-Management



Jury-Präsident Stefan Vogler (l.), Rudolf Baer, Classic, mit Award.

Dornier-Flugzeuge, Saurer-Postautos und Zeppelin-Luftschiffe sind berühmte Verkehrsmittel aus der Region Bodensee. Partner aus Mobilität und Technik vermarkten seit 2010 als Verein «Classic Bodensee» die Museen und Ausstellungsstücke dieses Erbes länderübergreifend. Die Schweizer Vereinigung für Standortmanagement verlieh ihnen den SVSM Award 2012. kjv

## Forum für Bündner Lernende



Claudia Züllig, «Schweizerhof», Aline Born, Koch-Weltmeisterin.

Auf der Lenzerheide fand am Montag das 10. Jubiläums-Forum für Lernende aus Gastronomie und Hotellerie Graubündens statt. Der Tag stand für die eingeladenen 111 Lernenden aus allen Gastro-Berufen unter dem Motto «Kommunikation – Information – Motivation». Motivierend war ein Gespräch mit einem möglichen Vorbild: Seraina Venzin unterhielt sich mit Aline Born (21), Mit-

arbeiterin von Andreas Caminada im Schloss Schauenstein. Sie wurde 2010 Weltmeisterin mit der Junioren-Kochnationalmannschaft und hat im gleichen Jahr den Wettbewerb «Talent de passion» gewonnen. Die Unternehmung «Denkmotor» von Chris Brügger stellte den Hauptteil des Forums unter das Motto des «Out-of-the-box-Denkens» zur Vermeidung von Kreativitätsbarrieren. kjv

## Sesselrücken

### Direktorin für «Ladys First» und «hotel marta»



zvg

Der Verwaltungsrat der Frauenhotel AG gab bekannt: Ab 1. November leitet Verena Kern Nyberg (Bild) die beiden Zürcher Häuser «Ladys First design hotel» und «hotel marta». Sie gewann den Zürcher Hotelier-Preis 2011 in der Kategorie «Junge Zürcher Hoteliers». Aktuell ist sie Director of Marketing und Mitglied der Geschäftsleitung der CFP Hotels. Dazu gehören das Hotel Ascot, das Hotel Basilea und zwei Appartementhäuser im Engequartier, alle in Zürich. Zusätzlich ist Verena Kern stellvertretende Direktorin im Hotel Ascot. Vorgängerin Daniela Balmelli wird ihr vielfältiges Wissen und ihre Erfahrungen künftig in der Schulung und Nachwuchsförderung einbringen.

### Bieris verlassen nach zehn Jahren «Rothorn Kulm»

Nach zehn Jahren als beliebte Gastgeber verlassen Ursi, Peter sowie Sohn Dominik und seine Frau Erica Bieri das Hotel-Restaurant Rothorn Kulm. Mit dem Saisonende der Brienz Rothorn Bahn am 21. Oktober geht auch die «Gastgeber-Ära Bieri» zu Ende. Der Verwaltungsrat der Brienz Rothorn Bahn bedauert den Wegzug der Familie Bieri und meint: «Am Erfolg der letzten 10 Jahre des Bergrestaurants sind die Bieris als populäre Gastgeber auf dem Rothorn wesentlich mitbeteiligt.» Die Leitung der Bahn lässt sich in der Suche nach einer geeigneten Nachfolgeregelung durch einen externen Gastroprofi begleiten.

### Ein neuer Generaldirektor für den TCS

Stephan Grötzinger (46) aus Biel ist ab dem 1. Januar 2013 Generaldirektor des TCS. Der Ingenieur stösst vom norwegischen Energieunternehmen Pöyry Energy (ehemals Elektrowatt Engineering) zum Touring-Club der Schweiz. Bei Pöyry Schweiz ist er Geschäftsvorstandsvorsitzender. Grötzinger folgt auf Bruno Ehrler, der im Februar seinen Rücktritt auf Ende Jahr angekündigt hatte. In seiner Amtszeit musste er den TCS restrukturieren, was 24 Geschäftsstellen und 150 Arbeitsplätze kostete. Ausserdem verkaufte der TCS sein ganzes Reisegeschäft an Kuoni. Ehrler orientiert sich nun beruflich neu. kjv

ANZEIGE

Sparen Sie mit der eigenen Wäscherei – im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche

Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Werterhaltung der Textilien
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen. Kontaktieren Sie uns: [kostenrechnung@schulthess.ch](mailto:kostenrechnung@schulthess.ch)

Schulthess Maschinen AG  
CH-8633 Wolfhausen, [kostenrechnung@schulthess.ch](mailto:kostenrechnung@schulthess.ch)  
Tel. 0844 880 880, [www.schulthess.ch](http://www.schulthess.ch)

**SCHULTHESS**  
Wäschepflege mit Kompetenz



Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotellensuche  
www.hotellensuche.ch

protel

**Tourismusorganisation. Österreich setzt auf menschliche Sehnsüchte** Seite 8; **Schweiz Tourismus wirbt mit Authentizität** Seite 9; **Deutschland lockt Junge und Wagner-Fans** Seite 10; **Im Südtirol stehen die Menschen im Mittelpunkt** Seite 11

## «Jeder Markt braucht seine Kampagne»

**Dennis Hürten ist Geschäftsführer des touristischen Beratungsunternehmens Trendscape in Köln. Er warnt vor einem Marketing, das es allen recht machen will.**

GUDRUN SCHLENCZEK

**Dennis Hürten, wie holt man Gäste ins Land?**  
Das ist eine strategische Frage. Wofür steht die Destination? Wofür ist sie bei den Kunden bekannt? Und wofür will die Destination stehen? Vielleicht hat die Destination von sich ein bestimmtes Bild und die Kunden ein ganz anderes.

**Wir stark driften Fremd- und Eigenbild auseinander?**  
Manchmal ziemlich deutlich. Ländertourismusorganisationen bewegen sich auf vielen Märkten. Für ein Land stimmt der gewählte Marketingauftritt, für andere eben nicht. Ein Beispiel: Montenegro hat als Reiseland bei den ehemaligen Ostblock-Staaten ein positives Reisebild, bei Westeuropäern gar keines oder sogar ein negatives. Da macht die gleiche Marketingkampagne für beide Regionen wenig Sinn. Gerade ein Web-Auftritt kann dann zur Zerreihsprobe werden.

**Länderorganisationen geben Themen für Jahreskampagnen weltweit vor: Macht das Sinn?**  
Grundsätzlich nicht. Aber das ist wahrscheinlich eher eine Frage der Mittel: Wenn diese fehlen, kann man nicht jeden Markt separat ansprechen.

**Was schlagen Sie vor?**  
Es braucht den bewussten strategischen Entscheid, auf welche Märkte man sich konzentrieren will. Das ist für eine Landesorganisation nicht einfach, weil jede Region

andere Länder schwerpunktmässig im Fokus hat, durch die Länderorganisation aber vertreten werden möchte. Wenn man als Länderorganisation versucht, allen gerecht zu werden, avanciert man schnell zur eierlegenden Wollmilchsau. Ein strategisches Marketing ist für eine Dachorganisation schwieriger als für eine TUI.



**«Die Bedeutung von Social Media wird meiner Ansicht nach zu hoch eingestuft.»**

Dennis Hürten  
Trendscape, Köln

**Die Themen der Länderkampagnen wechseln jährlich. Was meinen Sie dazu?**  
Für mich macht das wenig Sinn. Wenn ein Tourismusland jedes Jahr für etwas anderes steht, kann beim Gast kein einheitliches Bild entstehen. Das ist für mich auch ein Ausdruck davon, dass eine Dachorganisation es jeder Regionalorganisation recht machen muss. Diese Probleme haben Marken im Konsumgüterbereich nicht.

**Die Alpenländer bieten grundsätzlich das gleiche**

**Marketing Welche Länder planen welche Kampagnen?**

Jahr für Jahr suchen die nationalen Tourismusorganisationen nach Themen für ihre Marketingkampagnen. Die hotel revue wirft einen Blick auf die nächste Sommerkampagne der Schweiz und der Nachbarländer Deutschland, Österreich und Italien (Südtirol). Der Überblick zeigt, wie die potenziellen Gäste im 2013 umworben und welche Segmente wie angesprochen werden. Unter ihnen auch viele Schweizer, denn in allen vier Ländern ist die Schweiz ein wichtiges Herkunftsland.

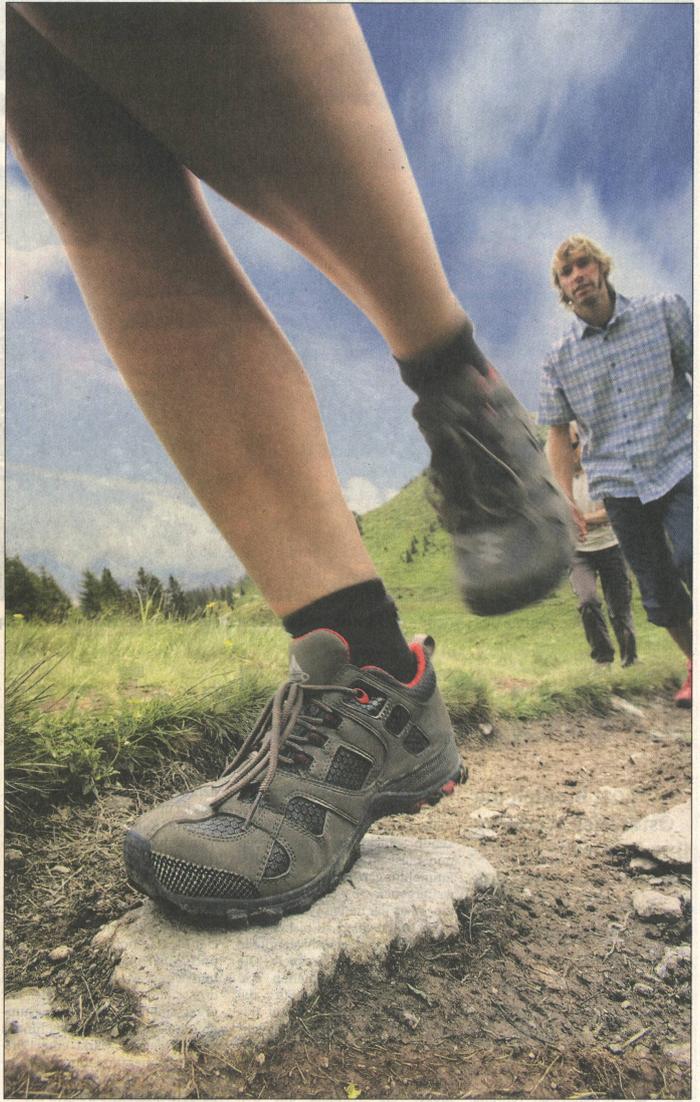
**Kernprodukt: Berge. Wie kann man sich über das Marketing unterscheiden?**

Wir haben eine psychografische Typisierung der Urlauber entwickelt. Grundsätzlich gibt es sieben Reisetypen. Österreich ist aufgrund der vielen Privatunterkünfte – und weniger Hotelketten – ein gutes Reiseland für den mehr individuellen «gelassenen Begegnungssuchenden». Dieser macht keine detaillierte Reiseplanung, er will vor Ort Neues erleben. Fast das Gegenteil ist der «Paradiessucher», bei diesem fangen die Ferien bei der Buchung an, ihn gewinnt man mit schönen Bildern und Liebe zu den Details. Er ist ein Service-affiner Kunde, der eine gute Hotelausstattung und einen guten Service schätzt. Die Schweiz kann bei diesem Gast sicher punkten.

**Und wie muss man den Marketingauftritt nach Quellmärkten unterscheiden?**

Auch hier verweise ich auf die Reisetypen. In allen Ländern sind grundsätzlich alle Reisetypen vertreten. Aber das Verhältnis ist unterschiedlich. In Russland sind rund 40 Prozent der Reisenden den Paradiessuchern zuzuschreiben. In Deutschland ist dieser Typus mit 12 Prozent deutlich weniger zu finden. Hier ist der zielorientierte Rationalist (19%) am stärksten vertreten, gefolgt vom gelassenen Begegnungssucher (17%), bei dem Menschen und Landschaft im Vordergrund stehen. In den Niederlanden ist der statusorientierte Sammler dominant: Dieser will immer Neues entdecken.

**Niederländer als Stammgäste zu gewinnen ist schwierig?**



Kann sich mit Wandern und Langsamverkehr gut positionieren: die Schweiz.

Es ist zum Beispiel deutlich schwieriger, als deutsche Stammgäste zu gewinnen.

**Deutschland erfreut sich 2012 bis anhin einer Steigerung bei den Logiernächtezahlen, ebenso Österreich und Südtirol. Was macht die Schweiz – ausser dass die Preise so hoch sind – falsch?**  
Da nützt auch die beste Kommunikation nichts, wenn ich ein vergleichbares Produkt, sozusagen im Laden nebenan, zum tieferen Preis erhalte. Der

Standard dieser Länder ist sehr vergleichbar, nur der Preis ist unterschiedlich. Und wenn ich die Qualität noch verbessere, wird das Produkt nicht billiger. 40 Prozent der Deutschen sind Qualitätssuchende, sie sind aber nicht unbedingt bereit, mehr zu zahlen. Produktseitig scheint mir die Schweiz gerade im Bereich Langsamverkehr sehr gut aufgestellt.

**Wie stehen Sie zu Social Media: Wie wichtig ist das?**  
Meiner Meinung nach wird die

Bedeutung von Social Media zu hoch eingestuft. Nicht jeder bewegt sich laufend im Web. Der gelassene Begegnungssucher nutzt Social Media beim Reisen kaum, ebenfalls nicht der «genügsame Planer», meist ältere Personen, welche bei den deutschen Urlaubern 7 Prozent ausmachen. Zudem fehlt vielen Organisationen das nötige Geld, um Social Media professionell zu betreiben. Dann soll man es lieber bleiben lassen.

www.reisetypen.de

**Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:**

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Bestellen Sie die Dialock Dokumentation inkl. der Schweizer Hotel-Referenzliste: Tel. 071 686 82 00, info@haefe.ch  
Häfele Schweiz AG  
Dammstrasse 29, 8280 Kreuzlingen

**HÄFELE**  
FUNCTIONALITY FOR YOU

**Wettlauf zum Energiesparmeister**

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



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

**Miele**  
PROFESSIONAL



Windfest bis 75 km/h und 100% wasserdicht!

**KÄSTLISTOREN**

Kästli & Co. AG  
Tel. 031 340 22 22  
www.kaestlistoren.ch

**CERUTTI**



Il Caffè

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



**Tourismusorganisation. Österreich.** Glücksmomente und Geheimtipps – mit diesen Marketingversprechen will Österreich im nächsten Sommer Gäste holen. Die Werbung zielt auf menschliche Sehnsüchte.



«Sommerglücksmoment»: das perlende und erfrischende Wasser eines wilden Bergbachs am Arm spüren zum Beispiel.

zahlreichen Akteuren im Tourismusmarketing zu ermöglichen. Insgesamt soll die Werbung «Spitzenleistungen» im Urlaubsangebot deutlich machen und Österreich auch als Kulturland und Brücke zwischen Ost und West darstellen.

Kulturschwerpunkt im kommenden Jahr ist die identitätsstiftende Architektur. Neben dem reichlich vorhandenen kulturellen Erbe ist, so Rauch-Keschmann, vor allem die kulturelle Vielfalt in der zeitgenössischen Architektur von grosser Bedeutung. Bester Imageträger in der Gegenwart sei eine authentische, regional verankerte Architektur, wie z.B. die Holzarchitektur im Bregenzerwald.

**Was macht die Österreich Werbung am Schweizer Markt?**

Österreichs Image als Kulturland ist in der Schweiz von klassischen Bildern geprägt. Die ÖW bemüht sich deshalb, das Spannungsfeld von Tradition und Innovation hervorzuheben, vermehrt auch in ländlichen Gebieten.

Derzeit laufen in der Schweiz zwei grosse, reichweitenorientierte Kampagnen: die «Sommerglücksmomente» – diese finden 2013 im Rahmen der weltweiten Kampagne ihre Fortsetzung – sowie die Aktion «Kulturgeflüster». Für 2013 wird das «Kulturgeflüster» zu einer Kurzreisekampagne weiterentwickelt, mit dem Ziel, neue Gäste für saisonunabhängige Kurzreisen zu gewinnen. Daneben gibt es themenorientierte Aktivitäten für bestimmte Gästegruppen, wie etwa Familien («Grosse Abenteuer für kleine Entdecker»). Österreich gilt in der Schweiz als Vorzeig-Destination, wenn es um Urlaub mit Kindern geht. Einen guten Ruf hat das Land auch als Wellness-Feriedestination. Mit der Kampagne «Wohlfühlen – Wellness» möchte die ÖW einen Schwerpunkt auf dieses Thema legen. Bei den aktuellen Herbst-/Winterkampagnen («Erlebnissommer 2012/13») geht es neben dem alpinen Skisport vor allem um die Angebote abseits der Piste («sanfter Winter»). ÖW-Marktingmanagerin Schweiz ist Carmen Breuss.

Der Schweizer Markt entwickelt sich für Österreich positiv. Die Logiernächte stiegen von Januar bis Juli 2012 um 9,8 Prozent auf 2,8 Millionen. Für das Gesamtjahr wird mit überdurchschnittlichen Zuwächsen gerechnet. An der Gesamtzahl der Logiernächte in Österreich (2011: 126 Mio., +0,9% gegenüber 2010) hat die Schweiz einen Anteil von 3,4 Prozent.

## Das Glück des Sommers

2013 bündelt die Österreich Werbung ihre weltweite Marktbearbeitung um das zentrale Thema: «Ankommen und aufleben. Sommerglücksmomente in Österreich».

HERIBERT PURTSCHER

Die Österreich Werbung (ÖW) bündelt erstmals ihre weltweite Marktbearbeitung in einer über modernste Kommunikationskanäle gestreuten Marketingkampagne. Erzählt werden

Geschichten von Urlaubern, die in der Alpen-Donau-Republik «einzigartige und lange nachwirkende Glücksmomente erleben und diese in Form persönlicher Empfehlungen und Geheimtipps weitergeben», beschreibt die ÖW die Sujets der neuen Werbelinie.

Im Unterschied zu bisher werden alle Kampagnenbestandteile zentral in Wien konzipiert. Die Marketingpakete enthalten fixe Kampagnenelemente. Für die Tourismusbranche bedeutet das einfachere Beteiligungsmöglichkeiten. Auch erhöht sich durch Budgetbündelung, zentrale Konzeption und standardisierte Elemente die Wirkung auf den Märkten. «Davon profitieren die beteiligten Betriebe und Destinationen. Mit der Kampagne, die im Winter startet, werden wir weltweit auf 21 Märkten präsent sein und 160 Millionen Kontakte in der

definierten Zielgruppe erreichen. Das ist unsere bisher reichweitenstärkste Kampagne überhaupt», freut sich die ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba.

Die Kampagne umfasst klassische Werbung (Printanzeigen, Magazin «Sommerglücksmomente»), digitale Kommunikation (Social Media, mobile Apps für iPad und Smartphone), Pressearbeit und Direct Marketing. Es stehen drei standardisierte Pakete mit unterschiedlichem Leistungsumfang zur Auswahl. Darüber hinaus wird in jedem Markt eine Wirtschaftskooperation umgesetzt.

**«Bereichernde Erfahrungen wie ein emotionales Souvenir»**

Die «Glücksmomente» seien als «Sehnsuchtsversprechen der Marke Urlaub in Österreich» zu verstehen, präzisiert Ulrike Rauch-Keschmann, Leiterin der

ÖW-Unternehmenskommunikation, die Philosophie der Kampagne. Die Werbelinie setze auf die Einmaligkeit des Erlebens und darauf, dass der Gast auch nach seinem Urlaub «bereichernde Erfahrungen wie ein emotionales Souvenir mit nach Hause nehmen kann. Wie ein Bild im Kopf, das nie verblasst.»

Beim Claim «Ankommen und aufleben» gehe es neben einem für die heimische Mentalität typischen herzlichen Empfang und die Gastfreundschaft um die Möglichkeit, loslassen zu können, sich zu entspannen – kurz: anzukommen», erklärt Rauch-Keschmann. «Und nur, wer an einem Ort mit Herz und Seele ankommt, kann sich dort entfalten und Kraft tanken, mit einem Wort: aufleben.»

Eine Anforderung an die neue Werbelinie bestand darin, «intelligente Markenallianzen» mit den

**Zahlen Österreich Werbung**

**Finanzierung:** Das Wirtschaftsministerium trägt 75 Prozent, die Wirtschaftskammer Österreich (gesetzliche Interessenvertretung aller Gewerbetreibenden des Landes) 25 Prozent.

**Logiernächte 2011:** 126 Mio. (+0,9 %)

**Marketingbudget:** Jährlich rund 50 Millionen Euro. Keine Details erhältlich.

**Anzahl Mitarbeiter:** 220

**Anzahl Aussenstellen:** 21

ANZEIGE

**Madame Legrand und die feuchte Kellertreppe**  
Versicherungsgeschichten – Folge 2

Madame Legrand ist eine gute Mutter. Das zeigt sich daran, dass sie die Partnerwahl ihres Sohnes Michel einer besonders genauen Prüfung unterzieht. Für Michel ist nur die Beste gut genug! Bisher hat das allerdings nur auf eine Frau in Michels Leben zugetroffen: Madame Legrand selbst. Auch Michels neue Freundin Perrine, die zwar eine Nette ist und auch eine Hübsche, sieht man einmal von ihrer freizügigen Mode ab, erfüllt leider Madame Legrands hohe Anforderungen nicht. Das hat Perrine bereits beim ersten Besuch zu spüren bekommen: Hier eine spitze Bemerkung, dort ein verlogenes Kompliment, da eine blossstellende Frage. Perrine leidet ziemlich. Vor allem seit sie regelmässig gefragt wird, ob sie zugenommen habe. Hat sie nämlich ein bisschen.

Nun der Schock für die arme Madame Legrand: Heirat! Es kann sich dabei nur um eine spätubereifere Ablösungs- und Trotzreaktion von Michel handeln, wie seine Mutter folgert. Doch Michel, unreif wie immer, schaltet auf stur und fliegt auch noch mit diesem Flittchen in die Schweiz. Sicher geht sie mit seiner Kreditkarte auf Grosseinkauf! Madame Legrand ist très furieuse und rutscht, während sie über Perrines dicken Hintern schimpft, auf der feuchten Kellertreppe aus. Genickbruch. Die Reise muss annulliert werden. Michel und Perrine sind traurig. In erster Linie deshalb, weil sie vergessen haben, beim Hotelier eine **Reisekostenversicherung** abzuschliessen.

Global Assistance



ANZEIGE

**CLASSE 9** XELESUS

**ONE** JONIK

**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

**Tourismusorganisation. Schweiz.** Schweiz Tourismus wirbt mit traditionellen Angeboten und Werten. Im Winter ist es das Winterwandern, im Sommer das Brauchtum. Trotz gutem Marketing werden die Euroländer wohl ein Minus bescheren.

# Leise Töne: Erholung und Traditionen

**G**erade erst hat Schweiz Tourismus (ST) den Herbst eingeläutet. «Schnäppchenpreise» in den Hotels und vergünstigte Fahrten mit dem ÖV sollen vermehrt Schweizer Gäste anlocken (siehe htr von letzter Woche). Die Schnäppchenpreise stossen einigen Hoteliers sauer auf. Urs Eberhard, Vizdirektor und Märkteverantwortlicher bei ST, erklärt das Konzept: «Wir versuchen Hotels zu gewinnen, die ihre Zimmer zu Fixpreisen verkaufen, das heisst, jede Kategorie hat ihren fixen Preis. «Damit haben wir viel Erfolg, denn der Gast kann so einfacher entscheiden», sagt Eberhard. Die Herbstkampagne habe in ihren ersten fünf Tagen bereits 2000 Logiernächte ausgelöst. 57 Prozent der Buchungen kamen über das ST-Callcenter, 43 Prozent erfolgten online. «Wir versuchen, jeweils 50 Angebote für diese Fixpreis-Aktionen zu generieren. Wer da nicht mitmachen will, kann sein Angebot mit einer Rabattierung publizieren, falls wir nicht genügend Fixpreis-Angebote finden.» Eberhard versteht den Unmut einiger Hoteliers nicht ganz: «Auf Booking.com findet der Gast das entsprechende Zimmer oft zum gleichen oder tieferen Preis.»

**Winterwandern im Winter, Brauchtum im Sommer: Mit diesen Themen will Schweiz Tourismus Gäste holen. ST investiert über 60 Mio. Franken in die Kampagnen.**

CHRISTINE KÜNZLER

geschenkt) werden auf MySwitzerland.com unter «Preiswerte Schweiz» zusammengefasst.

ST budgetiert für die Winterkampagne 2600 Mio. Medienkontakte, 1500 Mio. Marketingkontakte, 121 Medienkonferenzen, 670 Teilnehmende an ST-Medienreisen und investiert dafür 21,7 Mio. Franken. Die drei wichtigsten Herkunftsmärkte: Schweiz, Deutschland, UK. BAK rechnet für den Winter mit einem Logiernächte-Minus von 3,2 Prozent.



**«Wir suchen Hotels, die ihre Zimmer zu Fixpreisen verkaufen.»**

Urs Eberhard  
Vizedirektor Schweiz Tourismus

**Der Winter im Jahr 2012/2013**

Der Winter 2012/13 steht unter

dem Slogan «Wir tun alles für ganz erholsame Winterferien». Laut Karl Langensand, Product Manager, fokussiert sich ST in diesem Jahr auf das Winterwandern. Geplant sind unter anderem ein ST-Ferienmagazin in sechs Sprachen für den winterlichen Städtetourismus, eine eBrochure, eine Beilage mit 22 Wintertipps und ein TV-Spot mit Sebi und Paul. Lanciert wird der Winter am 30. Oktober in Zürich. Angebote mit einem Mehrwert wie St. Moritz (Skipass inklusive) und Arosa (Skischule

## Zahlen Schweiz Tourismus

**Finanzierung:** Rund 60% der Marketingmittel steuert der Bund bei, rund 40% die touristischen, strategischen Partner und Mitglieder.

**Logiernächte 2011:** 35,5 Mio. in der Hotellerie (-2%)

**Marketingbudget:** Ohne Sondermittel, jedoch mit Partnermitteln 59,5 Mio. Franken; ohne Partnermittel 28,7 Mio. Franken (2012).

**Anzahl Mitarbeiter:** rund 230

**Anzahl Aussenstellen:** 24

nalen Medienevent mit rund 150 Medienschaffenden. Die Massnahmenliste ist vorerst jedoch nur provisorisch.

Das Sommer-Marketingbudget beträgt 40 Mio. Franken. Nicole Diermeier rechnet für den Sommer mit einem Logiernächte-Plus von 0,5 Prozent für den Markt Schweiz, mit einem Plus von 10 Prozent für die BRIC-Märkte und einem Minus von 2 Prozent für die europäischen Märkte. «Es handelt sich allerdings nur um Prognosen, passieren kann noch viel», gibt sie zu bedenken.

**Schweiz Tourismus fährt eine Dualstrategie**

Die drei wichtigsten Quellmärkte für die Schweiz sind neben dem Heimatmarkt Schweiz die Länder Deutschland, England und USA, hält Urs Eberhard fest. Auch er gibt zu bedenken, dass es sich hier um eine Momentaufnahme handelt und unvorhersehbare Ereignisse wie Erdbeben oder Sars das Bild zumindest kurzfristig verändern könnten.

Grundsätzlich fährt ST eine Dualstrategie. Einerseits will die Marketingorganisation in den starken Märkten (siehe Tabelle) das Potenzial abschöpfen. «Wir unterbreiten den Tour Operators neue Vorschläge für Zweit- und Drittbesucher. Wir werden also versuchen, in den Katalogen der Reiseveranstalter präsent zu sein.» In den Nahmärkten konzentriert sich ST auf die regelmässigen Schweiz-Gäste. Für sie bereitet die Marketingorganisation konkrete Vorschläge wie etwa die 25 verrücktesten Museen auf. So will sie den Gästen Ferien in der Schweiz schmackhaft machen.

## Die Märkte

Welche Herkunftsländer sind bezüglich Logiernächte auf Wachstumskurs? Schweiz Tourismus zieht eine Bilanz, die auf dem heutigen Stand basiert. Unvorhergesehene Ereignisse können die Ausgangslage völlig verändern.

Deutschland	↔
Frankreich	↔
Grossbritannien	↔
Italien	↔
Niederlande	↔
Schweiz	↔
USA	↔
Brasilien	↔
China	↔
Golfstaaten	↔
Indien	↔
Polen	↔
Russland	↔
Australien	↔
Belgien	↔
Japan	↔
Kanada	↔
Korea	↔
Nordische Länder	↔
Österreich	↔
Spanien	↔
Südostasien	↔
Tschechische Republik	↔
Israel	↔



Die traditionelle und authentische Schweiz ist Thema im Sommer 2013.

Swiss-Image

## Märkte So schätzt Schweiz Tourismus die Entwicklung ein

**S**chweiz Tourismus (ST) geht davon aus, dass die Auswirkungen des starken Schweizer Francs gegenüber Euro, US-Dollar und Pfund Sterling die Nachfrage aus den wichtigsten Quellmärkten nach wie vor dämpfen werden.

**Deutschland:** Trotz der guten Konsumentenstimmung sind Schweiz-Reisen für die Deutschen aufgrund der Verteuerung weiterhin wenig attraktiv. Da Deutschland für die Schweiz der wichtigste Auslandsmarkt ist, wird ST weiter in das Herkunftsland investieren und die Effekte der Währung zu dämpfen versuchen. Die Anzahl der deutschen Logiernächte dürfte jedoch erst 2013/14 wieder moderat steigen.

**Grossbritannien:** 2013 jährt sich die erste organisierte Gruppenreise von Thomas Cook zum 150. Mal. Die Tatsache, dass diese Traditionsfirma 2011 in

grosse finanzielle Schwierigkeiten geriet, sei symptomatisch für die dortige gegenwärtige Wirtschaftssituation, schreibt ST. Der Einbruch an Schweiz-Reisen dürfte auch noch 2013 anhalten.

**USA:** Da die Schweiz für die Hälfte aller amerikanischen Europa-Reisenden einfach eine Etappe ist, schlägt sich die Frankenstärke nicht in vollem Ausmass auf den Reisepreis nieder. Zudem habe sich das Land in der Vergangenheit immer wieder aufgefangen.

**Brasilien, China, Golfstaaten, Indien, Polen und Russland:** Sie gehören zu den strategischen Wachstumsmärkten. ST rechnet für den brasilianischen Markt mit einem Logiernächte-Plus von jährlich 3 bis 5 Prozent. Bezüglich China geht ST auch für 2012 von einem Wachstum aus. Im 2015 dürfte China über eine Mio. Übernachtungen generieren, denn die Nachfrage nach neuen Schweiz-Routen und touristischen Produkten sei gross. Auch in den Golfstaaten wird sich das Wachstum fortsetzen. Für 2015 prognostiziert ST 0,5 Mio. Logiernächte. Ein starkes Wachstum auch beim Herkunftsmarkt Indien, denn die Schweiz geniesse dort weiterhin den Ruf einer Traumdestination. Der polnische Gast logiert vorwiegend in 3- und 4-Sterne-Hotels, doch bereits jeder 10. bucht ein 5-Sterne-Hotel. Beim russischen Gast haben Sommer-Angebote gute Chancen. Bildungs- und Anti-Aging-Angebote sind bei der reichen Oberschicht sehr beliebt.

**Israel:** Der Aufbaumarkt dürfte in den kommenden Jahren mehr Logiernächte generieren, auch dank der guten Flugverbindungen. ST rechnet mit über 200.000 Übernachtungen im Jahr 2015.

ck

**Tourismusorganisation. Deutschland.** Nächstes Jahr will die Deutsche Zentrale für Tourismus DZT vor allem Junge nach Deutschland holen. Schweizer Gäste mögen das Nachbarland: Sie generierten letztes Jahr 4,8 Millionen Logiernächte.

## Schweizer mögen Natur und das Meer

**Der Deutschland-Tourismus boomt, nicht zuletzt aufgrund der Schweizer Gäste. Diese geben von allen Europäern am meisten dort aus in ihren Ferien.**

BÄRBE SCHWERTFEGER

Die Themen für die grossen Jahreskampagnen gibt die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) stets weltweit vor. In diesem Jahr werden das Geschäftsreiseziel Deutschland und das Thema «Weinkultur und Natur – Lebensfreude und Genuss» be-

worben. So bieten die 13 deutschen Weinanbauregionen mit ihrem kulinarischen Angebot, ihrer Eventkultur und ihren modern gestalteten Vinotheken und Kellereien Erlebnisse rund um das Thema Wein und Genuss. PR-Schwerpunkte sind zudem das 800-Jahre-Jubiläum des Thomanechers in Leipzig sowie die Documenta in Kassel.

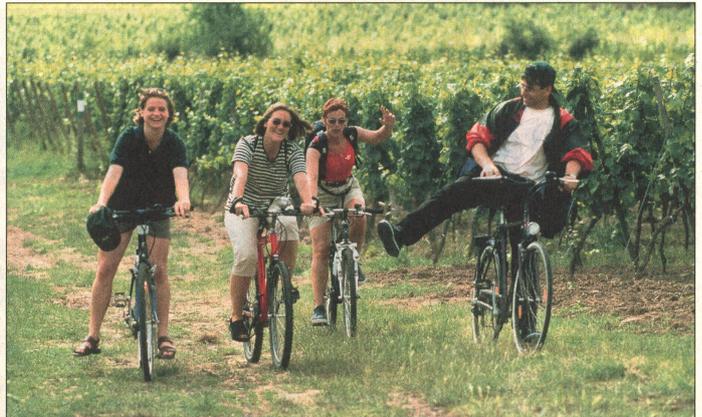
2013 steht das Themenjahr «Junges Reisen nach Deutschland – Hotspots, Brand-new, Lifestyle» im Fokus. 33 Prozent der ausländischen Deutschland-Urlauber sind jünger als 39 Jahre, rund 14 Prozent zählen zur Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen. Zwischen 2008 und 2011 lag

das Wachstum bei der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen bei rund 30 Prozent. Beliebt sind vor allem Städte- und Kulturreisen, aber auch die deutschen Küsten und die bayerischen Alpen sind bei jungen Menschen für die Ausübung diverser Sportarten attraktiv. Sie will die DZT mit einer breit angelegten Social-Media-Jugendkampagne unter dem Motto «Youth travel – HotSpots in Germany» ansprechen, die zur ITB 2013 in Berlin startet.

**Richard Wagner steht touristisch im Zentrum**  
Ergänzend zum Themenjahr bewirbt die DZT im nächsten Jahr den 200. Geburtstag Richard Wagners.

**«Deutschland ist für Schweizer wegen Erreichbarkeit ein absolutes Trendziel.»**

Harald Henning  
DZT-Auslandsvertretung Schweiz



Bei Bad Dürkheim an der Weinstrasse: jugendliche Velofahrer.

Bilder Deutsche Zentrale für Tourismus/zvg

ners. In Bayreuth, Leipzig, Weimar, Eisenach oder Meiningen sind zahlreiche Events und Veranstaltungen geplant. So wird voraussichtlich im Mai das Richard Wagner Museum in Leipzig eröffnet. In Weimar heisst es bei der Open Air-Konzertnacht am 13. Juli 2013 «Wagner für alle». Auch den 150. Todestag der Brüder Grimm nimmt die DZT zum Anlass, Deutschland als Kulturreiseziel im Rahmen ihrer weltweiten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit besonders in den Fokus zu rücken.

Die Themen werden mit unterschiedlichen Massnahmen umgesetzt, wie zum Beispiel bei Messeauftritten, eigenen B-2-B-Workshops mit den Vertretern der internationalen Reiseindustrie sowie dem Auftritt auf der DZT-Website und im Rahmen der Presse- und PR-Arbeit. Für cross-mediale Medienkampagnen werden je nach Zielgruppe (Endverbraucher, Trade, Presse) Online- und Print-Anzeigen geschaltet und Pressereisen organisiert. Die Aktivitäten für 2013 befinden sich derzeit noch in Planung.

**Deutschland baut seine Position als beliebtes Reiseziel aus**

Auch 2012 konnte Deutschland seine Position als eines der beliebtesten Reiseländer in Europa mit einem Übernachtungs-Plus von 9 Prozent im ersten Halbjahr weiter ausbauen. Sehr stark war dabei erneut die Nachfrage aus Asien mit einem Plus von 19,9 Prozent. Die grössten Zuwächse gibt es dabei aus den arabischen Golfstaaten mit 28,9 Prozent und aus Südkorea mit 22,1 Prozent. Immer beliebter ist das Reiseziel Deutschland auch bei Russen (+23,8 Prozent), Polen (+22,5 Prozent) und Slowenen (+26,8 Prozent). Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus Nordamerika ist nach einem leichten Rückgang im Vorjahr mit 2,9 Prozent wieder leicht gestiegen. Brasilien punktet sogar mit Zuwächsen von 24,7 Prozent.

**Die Schweiz ist der zweitwichtigste Quellmarkt**

Ihre erfreuliche Bilanz haben die Deutschen aber auch massgeblich den Schweizern zu verdanken. Denn seit 2011 ist die Schweiz nach den Niederlanden der zweitwichtigste Quellmarkt für Deutschland. 2011 wurden knapp 4,8 Millionen Übernachtungen aus der Schweiz in Hotels mit mehr als neun Betten und auf Campingplätzen registriert. Das entspricht einer Steigerung von 13,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Von Januar bis Juni 2012 wurden 2,3 Millionen Übernachtungen aus der Schweiz gezählt, 11,5 Prozent mehr als in der entsprechenden Vorjahresperiode. «Als Nachbarland mit guter Erreichbarkeit ist Deutschland für die



Beliebte deutsche Hauptstadt: Berlin-Touristinnen unter dem Brandenburger Tor. Sind es vielleicht Schweizerinnen?

Schweizer Gäste ein absolutes Trendziel», sagt Harald Henning, Leiter der Auslandsvertretung Schweiz der DZT. Dabei bleiben sie durchschnittlich 4,0 Nächte und geben mit 146 Euro pro Nacht deutlich mehr auf ihren Urlaubsreisen aus als die Europäer

insgesamt mit durchschnittlich 94 Euro.

**Nachfrage für Wellness und Weihnachtsmärkte gewachsen**

Einen Boom erlebte die Nord- und Ostseeküste mit zweistelligen Zuwächsen. Vor allem in der deutschsprachigen Schweiz sieht DZT-Vertreter Henning grosses Potenzial für Neukunden und Wiederholer. Im Herbst stehen für die Schweiz Kampagnen zu «Wellnessreisen und Weihnachtsmärkte in Deutschland» im Fokus. Beide Themensegmente seien starke Wachstumsgeneratoren aufgrund der vielfältigen Angebotsstruktur. Ein Vorteil sei sicher das ausgezeichnete Preis-Leistungs-Verhältnis, aber auch die Qualität der deutschen Angebote spiele eine wichtige Rolle. Künftig soll das Budget für die Schweiz daher durch eine Bündelung verdoppelt werden. «Wir schnüren attraktive Anzeigenpakete und fordern unsere Partner wie Bundesländer und Kommunen auf, sich daran zu beteiligen, um so eine höhere Reichweite zu bekommen», erklärt Henning. Insgesamt hat die DZT für 2012 ein Budget von 34,9 Millionen Euro. Die Höhe und die Verteilung nach Quellmärkten werden nicht bekannt gegeben.

**Zahlen Deutsche Zentrale für Tourismus**

**Finanzierung:** Öffentliche Gelder (vom Deutschen Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) und eigene Mittel. Die Deutsche Zentrale für Tourismus ist seit 2012 ausschliesslich für das Marketing für ausländische Gäste zuständig. Die inländischen Gäste werden von den Bundesländern beworben.

**Logiernächte 2011:** 394,1 Mio. (+4%)

**Marketingbudget:** 22,6 Mio. Euro (2011)

**Anzahl Mitarbeiter:** 164

**Anzahl Aussenstellen:** 30

ANZEIGE

### Herzliche Gratulation!



**Diplomierte der Hotel-Tourismus-Handelsschule hotellerieuisse Minerva Zürich – Diplomfeier vom 29. August 2012**

- Acar Lorraine, Hotel Opera, Zürich
- Andersen Linda, Romantik Hotel Sonne, Küssnacht
- Barbic Delia, Seedamm Plaza, Pfäffikon
- Bochler Philip, Central Plaza, Zürich
- Braunschweig Yael, Hotel Glockenhof, Zürich
- Da Col Chris, Hotel Edelweiss, Sils-Maria
- Eberle Bettina, Hotel Montana, Luzern
- Fehr Marina Georgia, Hotel Vereina, Klosters
- Galliker Nadja, Hotel Plattenhof, Zürich
- Godoy Valeria, Sheraton «Neues Schloss», Zürich
- Gygax Christa Julia, Hotel Ramada, Solothurn
- Hälg Jeremiah, Hotel Residence Loren, Uster
- Horat Tabea, Hotel Allegra, Kloten
- Huser Joelle, Seedamm Plaza, Pfäffikon
- Jacob Aurelien, Radisson BLU Hotel Zürich Airport, Zürich-Flughafen
- Kühne Elena, Hotel Seidenhof, Zürich
- Malcolm Delu-Bakuse, Ibis Zürich City-West, Zürich
- Meier Christa, VICTORIA-JUNGFRAU Grandhotel & SPA, Interlaken
- Necvidná Kristina, Hotel Alexander, Thalwil
- Oehninger Stephanie, Hotel Rössli, Zürich
- Pfenninger Marc, Hotel City Zürich, Zürich
- Simões Martins Vivian, Park Hotel, Winterthur
- Spadin Simona, Hotel City Zürich, Zürich
- von Moos Ariane, Hotel Krone, Zürich
- Wemli Theodor, Hotel Adler, Zürich
- Wuillschleger Lis, Hotel Engimatt, Zürich
- Zihlmann Julia, Hotel Engimatt, Zürich

hotellerieuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
CH-3001 Bern

Telefon +41 31 370 41 11  
Telefax +41 31 370 44 44  
info@hotellerieuisse.ch  
www.hotellerieuisse.ch

Bildungspartner von hotellerieuisse:

**MINERVA**  
Die Schule der Marken-Bildungsprozesse Schweiz

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

**Tourismusorganisation. Südtirol.** Die nördlichste Provinz Italiens setzt nächstes Jahr auf Charakterköpfe und Testimonials ihrer Bewohner, die für eine Symbiose zwischen alpin und mediterran stehen.

# Menschennah

**Mit Sehenswürdigkeiten und Landschaften warb das Südtirol bisher in seinen Marketingkampagnen. 2013 stehen die Bewohner im Zentrum.**

MARC BENEDETTI

Die Schweiz ist nach Deutschland und Italien der wichtigste Quellmarkt fürs Südtirol, Tendenz steigend. Der Schweizer Marktanteil betrug im letzten Jahr 4,1 Prozent. Die Ankünfte aus der Schweiz (261 390) nahmen um 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu, die Übernachtungen (1,19 Millionen) um 12,3 Prozent. 45,6 Prozent der Schweizer übernachteten im Winter 2010/11 in 4- bis 5-Sterne-Betrieben, 36 Prozent in 3-Sterne-Betrieben. Auch im Sommer 2011 besuchten die Schweizer am liebsten Beherbergungsbetriebe ab drei Sterne aufwärts. «Südtirol will langfristig zum begehrtesten Lebensraum Europas werden», sagt Daniela Cermakova, Markt-

management Deutschland, Schweiz und Österreich der Südtirol Marketing Gesellschaft (SMG) in Bozen. «Die Menschen sind ein entscheidendes Argument für den Lebensraum Südtirol. Sie werden deshalb in unserer nächsten Kampagne im Mittelpunkt stehen.» Die Kampagne

## Zahlen Südtirol Marketing

**Finanzierung:** Die Autonome Provinz Bozen hält über 50% der Aktien an der als Konsortiale Aktiengesellschaft organisierten Südtirol Marketing und trägt 70% des Marketingbudgets. Den Rest der Aktien teilen sich die Handelskammer und Verbände. Ab 4. Dezember wird die SMG zur Landesagentur (100%-Eigentümerin).

**Logiernächte 2011:** 28,91 Mio. (+1,2%)

**Marketingbudget:** Jährlich 9 Mio. Euro; davon 800 000 Euro für die Schweiz.

**Anzahl Mitarbeiter:** 50

**Aussenstellen:** keine

wird zurzeit produziert. Cermakova spricht von «Südtiroler Charakterköpfen» als Sujets, die alle für die Symbiose zwischen «alpin» und «mediterran» stehen. Ihre Testimonials wird die Schweizer Leserschaft nächstes Jahr in einer Inseratekampagne entdecken. Die SMG schaltet ganzseitige Inserate, vor allem in der Schweizer Sonntagspresse, und begleitet dies online und mit Videos.

Die neue Kampagne löst die Imagekampagne ab, welche seit 2008 lief. Darin wurde der Betrachter dafür sensibilisiert, dass die autonome Provinz ihre Eigenheiten besitzt, die sie vom Rest Italiens unterscheiden – während sie doch in Italien liegt. Ein Beispiel: «Nicht jede Gondel bringt Sie zur Piazza San Marco.» Dazu wird als Kontrast ein Foto von einer Berggondel im mediterran-alpinen Südtirol gestellt.

Zum Erfolg der Anzeigen verweist Daniela Cermakova auf eine repräsentative Publikumsbefragung der Zürcher Werbeagentur Hesskissulzerutter. «Vor fünf Jahren haben 41 Prozent der befragten Schweizer Südtirol fälschlicherweise als Bestandteil Österreichs lokalisiert, 32 Prozent waren sich nicht sicher. Heute wissen 73 Prozent, dass Südtirol zu Italien gehört. Ein phänomenaler Erfolg!» – Das Marketing für die Schweizer



Südtirol plant 2013 eine Imagekampagne mit Bewohnern.

wirke sich positiv auf die Logiernächte aus.

## Südtirol Magazin, von Schweizern für Schweizer geschrieben

Parallel zur Imagekampagne wird die SMG für den Schweizer Markt wieder drei Ausgaben des Magazins Südtirol herausgeben. Es erscheint jeweils Ende Februar, Anfang Mai und Anfang August. Das Magazin wird dem «NZZ-Folio», «Vinum» und «Annabelle» beigelegt. «Mit einem neuen Redaktionskonzept und einem überarbeiteten Layout soll unser Magazin potenzielle Schweizer Südtirol-Gäste inspirieren», sagt Cermakova. Redaktionell gestaltete Beilagen in Zeitschriften, sogenannte «Printkooperationen», seien ein wichtiger Kommunikationskanal Südtirols auf allen Märkten. «Der Anspruch ist, nicht

eine Werbeproschüre zu produzieren, sondern über attraktive Inhalte und journalistisch geschriebene Beiträge hochwertige Beilagen zu schaffen», erklärt sie. Freizeitbetriebe und Beherbergungsbetriebe aus Südtirol inserieren darin.

Soeben ist die Herbst-Ausgabe erschienen, welche einen Vorschmack auf die Inseratekampagne 2013 gibt. Das Magazin fokussiert ebenfalls auf Menschen im Südtirol und präsentiert Artikel und Geschichten, die von einem professionellen Schweizer Journalistenteam unter Chefredakteurin Gaby Labhart recherchiert und geschrieben werden.

«Die Redaktion nimmt Themen aus allen Bereichen des Genusses Südtirol auf», sagt Cermakova. Der Sitz der Redaktion ist das Pressebüro der Chefredakteurin in Zollikon ZH.

## SMG setzt aufs Internet mit E-Paper, App und Online-Spielen

2013 wird das Magazin im gleichen Rahmen wie das Herbstmagazin 2012 weitergeführt. Für die Werbung in der Schweiz werden laut der SMG 800 000 Euro jährlich eingesetzt. Auf [www.suedtirolmagazin.ch](http://www.suedtirolmagazin.ch) kann man das Magazin als E-Paper lesen, ab 2013 soll es als iPad-App erhältlich sein.

Apropos Internet: Nicht nur die Hotels und Restaurants im Südtirol, auch die Destinationsmarketingorganisation SMG investiert viel ins Web, so Daniela Cermakova. «Das Rätsel der Dolomiten» – ein Onlinespiel im Internet – sei ein gelungenes Beispiel, wie sich Südtirol vermarkte ([www.dolomitenraetsel.com](http://www.dolomitenraetsel.com)).

Die Inseratekampagne und das Magazin sind von der Agentur Hesskissulzerutter entwickelt worden und zielen auf den Schweizer Genusstreisenden, vorwiegend aus der Schweiz. Entsprechend wird darauf geachtet, dass die schweizerische Variante der Standardsprache mit Helvetismen benutzt wird (beispielsweise «Ferien» statt «Urlaub»).

## «Die Printkooperationen sind ein Kommunikationskanal in allen Märkten.»

Daniela Cermakova  
Südtirol Marketing Gesellschaft

**Wo die Fäden zusammenlaufen.**

**8.-10. Oktober 2012**  
Messe München

15. Internationale Fachmesse für Gewerbeimmobilien und Investitionen  
[www.exporeal.net](http://www.exporeal.net)

**expo real**

Building networks

**Der rote Faden für die Hotelbranche**

Hotelimmobilien haben auf der EXPO REAL ihren festen Platz: sei es auf dem Gemeinschaftsstand „World of Hospitality“ oder bei der Konferenz „Hospitality Industry Dialogue“. Und auch unter den 37.000 Teilnehmern ist die Branche stark vertreten: vom Betreiber bis zum Investor. Nutzen Sie diese unverzichtbare Geschäftsplattform, um Ihre Projekte voranzutreiben!

Jetzt Ticket buchen:

[www.exporeal.net/ticket](http://www.exporeal.net/ticket)

## Schon Mitglied?



## Profitieren Sie jetzt von den Vorzügen einer Mitgliedschaft!

Als Hotelier erhalten Sie mit der Sternenklassifikation einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Sie punkten bei Ihren Gästen mit Transparenz, Vertrauen und Sicherheit. Das attraktive Leistungs paket für Mitglieder beinhaltet unter anderem exklusive Angebote unserer Preferred Partners und ein den Marktbedürfnissen angepasstes Aus- und Weiterbildungsprogramm.

Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft](http://www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft)

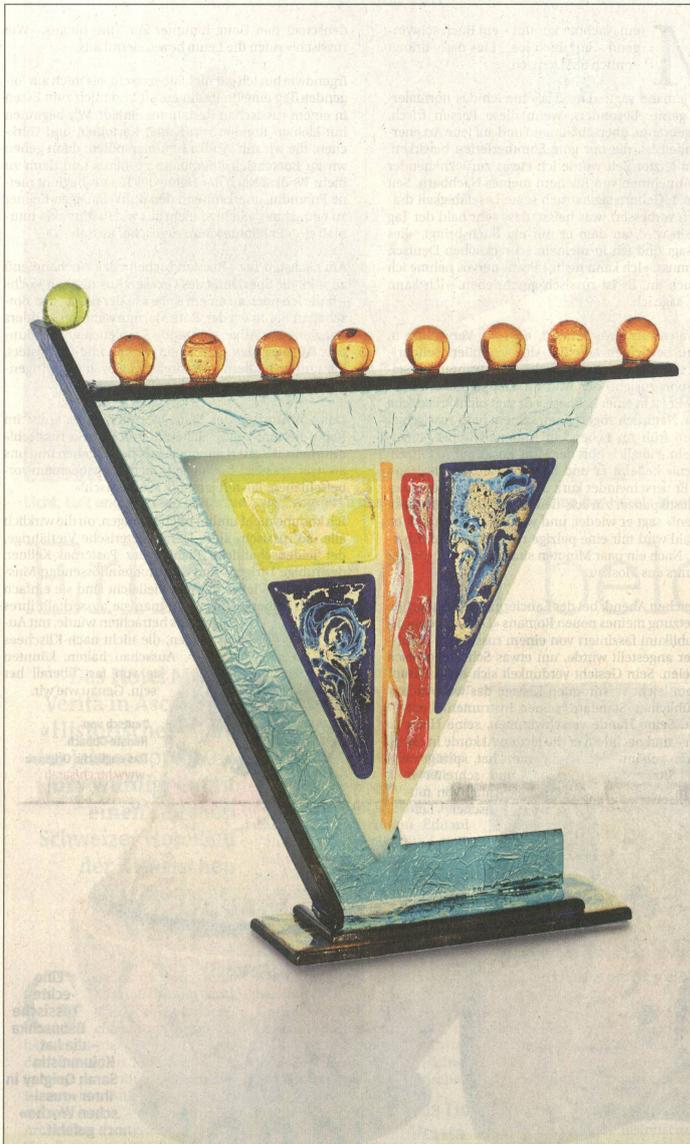


hotelleriesuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.

**hotelleriesuisse**   
Swiss Hotel Association



## So bringt der Profi Zucker in Form



Diese farbige Kreation ist aus gegossenem Zucker entstanden – mit Neopren-Rahmen.

Bilder Joe Brooks/zvg

## Fachbuch Die Tipps und Tricks aus dem Reich des Zuckerkönigs

Ein Ewald Notter kommt keiner vorbei, der sich professionell mit Schokoladen- und Zuckerkunst beschäftigt. Der Gründer und Besitzer der «Notter School of Pastry Arts» in Orlando, Florida, kennt die Branche aus dem Effeff. Notter, ein gebürtiger Schweizer, lebt seit 1992 in den USA und wurde

Punktzahl in der Sparte «Zuckerkunst», die jemals erreicht wurde. In seinem neuesten, jetzt auch auf Deutsch erschienenen Buch «Zucker & Pastillage. Inspiration – Techniken – Schaustücke» dreht sich alles um die Arbeit mit Zucker. Nach einer Einführung zeigt Notter in den Kapiteln «Pastillage», «Gegossener Zucker», «Gezogener Zucker» und «Geblassener Zucker» die Herstellung von Schaustücken und einzelnen Figuren – anhand von rund 500 Schritt-für-Schritt-Abbildungen aller wichtigen Arbeitsschritte. Der Fachmann behandelt auch neuere Trends wie Netz-Zucker oder die Arbeit mit PVC-Schläuchen und gibt Tipps, was bei Wettbewerbsteilnahmen wichtig ist. Als besonderen Service liefert der Anhang diverse Schablonen und handgezeichnete Illustrationen, die es dem Leser erleichtern sollen, das Gelesene in der eigenen Backstube umzusetzen.

«Zucker & Pastillage» ist ein Standardwerk für alle Konditor-



**Ewald Notter, preisgekrönter  
Pâtisseriesprofi.**

Confiserie und Pâtisseries, die mehr über zeitgenössische Zuckerkunst und Pastillageverarbeitung lernen, sich weiterbilden und auf dem Laufenden bleiben wollen. sag

Ewald Notter: **Zucker & Pastillage.**  
Inspiration – Techniken – Schaustücke.  
Matthias Verlag, 368 Seiten, ISBN  
978-3-87515-122-0, CHF 95.–

**Erhältlich online unter**  
[www.hotelleriesuisse.ch/buchshop](http://www.hotelleriesuisse.ch/buchshop)

als erster Konditor in die «Pastry Art and Design Hall of Fame» aufgenommen. Er hat zahlreiche Preise gewonnen, unter anderem wurde er «National» und «World Pastry Team Champion» sowie «Pastry Chef of the Year». 2001 holte er mit dem US-Team den «Coupe du Monde de la Pâtisserie» in Lyon mit der höchsten

**W**enn Ueli Wampfler Anfang November nach São Paulo reist, wird er an Zucker denken. Dann tauscht der Konditor-Confiseur seinen Arbeitsort in der Solothurner Confiserie Suteria vorübergehend gegen einen Teilnehmerplatz an der Junioren-Weltmeisterschaft des Internationalen Verbands für Confiseure, Pâtisseries und Eishersteller (UIPCG). Und dort muss er seine Pralinés auf einem Zuckerschautstück präsentieren. «Näheres verraten darf ich nicht, aber es wird Schmetterlinge aus Pastillage beinhalten. Und Blumen aus zuckergezogenen Bändern.»

Seine Mitschreiberin Daniela Schmid von der Confiserie Sprüngli in Zürich hat soeben ein Probewochenende mit Durchlaufen vom gesamten Wettbewerbsprogramm hinter sich – das Zuckerschautstück nahm dabei fast einen ganzen Übungstag bei Experte Stefan Romang («Charly's Tea-Room», Gstaad) in Anspruch. «Der Arbeitsaufwand ist der

**Zuckerartistik ist eine Nische im Berufsstand der Konditor-Confiseure – aber eine attraktive, nicht nur für Branchenwettbewerbe. Neue Fachliteratur gibt dabei Inputs.**

SABRINA GLANZMANN

(siehe Text links) über die Arbeit mit Zucker und Pastillage – dem Zuckerteig aus Puderzucker, Maisstärke, Gelatine und Wasser

– geht es ihm darum, neben traditioneller Technik (Giessen, Ziehen, Blasen) und Verarbeitung auch Trends und Neues aufzuzeigen: «Seit etwa auch mit Isomalt gearbeitet wird, ist der Horizont viel breiter geworden und wird es immer noch», so Ewald



**Wie von Wasser geschliffen:  
Steine aus Pastillage.**

grösste vom ganzen Programm» so Schmid. Sie hofft, ihr Stück an der WM in fünf bis sechs Stunden zu schaffen. Und das braucht viel Übung: «Es gibt einen langen Schlauch an meinem Schaustück, bei dem es schwierig ist, die richtige Zuckerdosierung zu finden. Nimmt man zu viel, stockt es, und Ziehen und Blasen funktioniert nicht.» Dass in Brasilien Luftfeuchtigkeit und Temperatur anders sein werden, mache die Sache nicht leichter. «Aber ein Zuckerschautstück herzustellen, ist eine tolle, kreative Arbeit mit Farben und Formen – es ist wie Kunst!», schwärmt Daniela Schmid.

**Zuckerkunstwerke: heute generell schlanker, höher, geometrischer**

Diese «Kunst» haben die beiden jungen Berufsleute während ihrer WM-Vorbereitung auch beim Grandseigneur des Fachs gelernt: in einem Kurs im Kompetenzzentrum Richemont in Luzern konnten sie Ewald Notter in die Schüssel schauen. In dessen jüngst erschienenem neuen Buch

Notter. Der Zuckeraustauschstoff zieht weniger Feuchtigkeit an als Zucker. Auch neuere Materialien wie Silikon oder Neopren lassen mehr Spielraum zu. «Zuckerkunstwerke sind heute generell schlanker und höher, geometrischer und abstrakter als früher» so Notter. Er arbeitet in den USA regelmässig mit Hotels zusammen, wo Deko-Elemente aus Zucker für Buffets, aber auch für Réception oder Lobby «sehr gefragt» seien. Wenn diese intern hergestellt würden, sei das zudem eine Visitenkarte für das Kreativitätsbewusstsein des Hauses, ist Notter überzeugt. «Es zeigt, dass ein ambitionierter Pâtissier am Werk ist.»

**Schaustücke als Dekoration im Hotel und Restaurant**

**«Das Thema Pastillage wurde bisher eher stiefmütterlich behandelt – zu Unrecht.»**

Franz Ziegler  
Franz Ziegler Consulting

Zuckerskulpturen vom Chefpâtissier als Hoteldekoration oder Zuckerschautstück als Werbeträger im Confiserie-Schaukasten – eigentlich ein Luxus, betrachtet man den mehrstündigen Arbeitsaufwand aus heutiger Lohnkosten-Perspektive. Das gibt auch Franz Ziegler zu bedenken. Der Gründer des «Swiss Pastry Teams» gehört wie Notter zur internationalen Chocolatier- und Confiseur-Elite und beobachtet für den europäischen Markt momentan eine weniger stark ausgeprägte Popularität der Zuckerkunst und Pastillagekunst als in den USA. «Es gehört auch nicht zum Lehrplan in der Grundausbildung», sagt Ziegler, der an der Berufsschule in Aarau unterrichtet. «Aber nichtsdestotrotz gehört es zum Beruf und ist innerhalb davon eine attraktive Nische für jeden ambitionierten Konditor-Confiseur geworden, denn die nötige Fingerfertigkeit und das Talent bringt längst nicht jeder mit.»

Für Hotellerie und Gastronomie sieht Franz Ziegler hierzulande in visueller Hinsicht Möglichkeiten, je nach Ausrichtung und Positionierung des Hauses. «Die Gäste kommen nicht wegen der Dekoration. Aber diese beeinflusst die Kaufentscheidung.» Deshalb findet er Fachbücher wie das neue von Notter als Inspirationsquelle wichtig – auch, damit der Berufsstand auf dem Laufenden bleibe und das Wissen kontinuierlich weitergegeben werde. «Gerade das Thema Pastillage wurde in der Fachliteratur bisher eher stiefmütterlich behandelt – völlig zu Unrecht.»



**Schritte der Marmorierung:  
verschiedenfarbige Pastillage-  
Portionen werden verknetet.**



**Der nun entstandene marmorierte Zuckerteig lässt sich mit einem glatten Stab ausrollen.**



**Die Pastillage in Form schneiden – fertig ist das Stützelement oder die Grundplatte.**

## KELLOGG'S MÜSLI

– der genussvolle Start in den Tag



4  
Kellogg's-  
Gründe

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

**Kellogg's**  
FOOD SERVICE

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

# 14 dolce vita

htr hotelrevue  
Nr. 38 / 20. September 2012

## Russische Woche



### Sarah's

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

**M**ein Nachbar kommt – ein Buch schwingend – auf mich los. «Lies das!» drängt er mich auf Deutsch.

Wenn jemand sagt: «Lies das!» tue ich das normalerweise gerne. Besonders, wenn diese Person frisch, braungebrannt, überschäumend und auf jene Art energiegeladener ist, die nur gute Sommerferien bewirken. Aber in letzter Zeit würde ich etwas zurückhaltender beim Annehmen von Büchern meines Nachbarn. Seit seinem 4. Geburtstag hat sich seine Lesefähigkeit dramatisch verbessert, was heisst, dass sehr bald der Tag kommen wird, an dem er mir ein Buch bringt, «lies das!» sagt und ich in meinem schrecklichen Deutsch sagen muss: «Ich kann nicht.» Etwas nervös nehme ich das Buch an. Es ist russisch geschrieben. «Ich kann nicht», sage ich.

Sein Vater, ein Bayer, erklärt, dass sie Verwandte in Moskau besuchten. «Er hat sich verändert seither», sagt er und sieht leicht beunruhigt aus, während er seinem Sohn zusieht, der wild im Treppenhaus umher tanzt. «Er ist in einer... Phase.» Er sagt nicht «russische Phase». Natürlich zögert man, seinem halb-russischen Sohn so früh im Leben ein Nationalkeisee aufzustampeln. Plötzlich hört der Mini-Kosak auf zu tanzen. «Warten!» befiehlt er und hält gebieterisch die Hand hoch. Er verschwindet kurz und kehrt mit einem kleinen Plastikpanzer zurück, den er mir entgegenstreckt. «Warten!» sagt er wieder, und wieder verschwindet er, und bald wird mir eine pelzige russische Mütze übergeben. Nach ein paar Minuten sind meine Arme voller Souvenirs aus Moskau.

Am gleichen Abend, bei der Lancierung der deutschen Übersetzung meines neuen Romans «Der Dirigent», ist das Publikum fasziniert von einem russischen Pianisten, der angestellt wurde, um etwas Schostakowitsch zu spielen. Sein Gesicht verdunkelt sich beim Kampf mit dem leicht verstimmt Klavier, das wohl nicht dem üblichen Standard seiner Instrumente entspricht. Seine Hände verschwimmen, seine Haare fliegen – und nachdem er die letzten Akkorde in die Tasten gehämmert hat, springt er vom Sitz und schreitet in einem Anfall von musikalischer Leichtigkeit...

denschafft den Gang hinunter zur Türe hinaus. «Wie russisch!» rufen die Leute bewundernd aus.

Irgendwie bin ich gar nicht überrascht, als mich am folgenden Tag eine Freundin anruft und mich zum Essen in einem russischen Restaurant einlädt. Wir beginnen mit kleinen Runden von kalten Kartoffeln und Gurken, die wir mit Wodka hinunterspülen; dann gehen wir zu Borschtsch über, dann zu Blinis und dann zu mehr Wodka. Nach der Hälfte des Essens beginnt meine Freundin, anerkennend den dunkelbläulichen Kellner zu betrachten. «Sieht er nicht aus wie Pasternak?» murmelt sie. «Er könnte kaum russischer aussehen.»

Am nächsten Tag – Russland scheint das Wochenmenü zu sein, die Spezialität des Grossen Kosmischen Kochs – finde ich mich an einem Anlass in der russischen Botschaft in Berlin wieder. Rote Marmorwände aus Hitlers Kanzleramt, riesige, glänzende Kronleuchter und hundert Musiker des Deutschen Symphonie-Orchesters, die umherwandern, um ihren neugewählten Dirigenten aus St. Petersburg zu ehren.

Dann kommt er, der Mann der Stunde, er kreist im Raum herum: ruhig, lächelnd, höflich. «So russisch!» murmeln alle anerkennend. Und als wir gehen und uns an zwei riesigen, stahlglänzenden Sicherheitsbeamten vorbeischieben, flüstert jemand: «So russisch!»

Ich komme nicht umhin mich zu fragen, ob die wirklich alle «so russisch» sind. Der gebieterische Vierjährige, der leidenschaftliche Pianist, der Pasternak-Kellner, der ruhige Dirigent und die furchteinflössenden Muskelmänner? Vielleicht. Aber vielleicht sind sie einfach «so sich selber». Und wenn man sie ausserhalb ihres Umfelds betrachten würde, mit Augen, die nicht nach Klischees Ausschau halten, könnten sie von fast überall her sein. Genau wie wir.

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



Eine echte russische Babuschka – die hat Kolumnistin Sarah Quigley in ihrer «russischen Woche» noch gefehlt.

## Fragwürdige Bezeichnungen

**Marke oder 1er Grand Cru? Waadtländer Wein-Produzenten wählen je nach Produktionsregion. Und schon heute ist klar, dass die «Spitze der Pyramide» keine Massen anziehen wird.**

PIERRE THOMAS

**E**if von zwölf 1ers Grands Crus Vaudois waren vertreten diesen Frühling, an der offiziellen und etwas überstürzten Präsentation vor den politischen Behörden im «Palais de Rumine», wo der Grossrat tagt. Der zwölfte, der «Château de Malessert» von Perroy an der Waadtländer Côte, kam erst Anfang September aus dem Busch.

Die Domäne der Familie de Saugy wird seit vier Generationen von den Dufours bebaut, die «Coopérative Uvavins» vinifiziert die Trauben vor Ort. Was dann auf 60 000 Flaschen gezogen

wird, ist bereits ein Grand Cru. Auf der 15 Hektar grossen Domaine wird nur Chasselas angebaut. Der 1er Grand Cru stammt von einem Streifen Rebberg, der von oben nach unten über den Hang verläuft. Mit 800 Gramm pro Quadratmeter füllen die 17 000 Quadratmeter Rebberg einen 13 000 Liter grossen Edelstahltank.

Mittelfristig wird das «Château de Malessert» auf seiner gesamten Fläche 1er Grand Cru machen können: Das technische Dossier wurde für die ganze Domaine genehmigt. Heute kostet die «Cuvée normale» (immerhin ein Grand Cru) 12 Franken und der 1er Grand Cru ist für knapp 15 Franken zu haben.

**Frères Dubois setzen wieder auf Alterung im grossen Eichenfass**

Eine andere «Präsentation-Dégustation», dieses Mal bei den Frères Dubois in Cully, Lavaux: Gleiche Rebsorte (Chasselas), gleicher Ertrag (800 Gramm pro Quadratmeter), gleiche Vinifizierung (im Tank), gleicher hierar-

chischer Unterschied (ein «normaler» Wein und eine Sélection), aber ein Plus für die Cuvée Dézaley-Marsens de la Tour Vase No 4: Man ist zur einjährigen Alterung im grossen patinierten Eichenfass à 6300 Liter zurückgekehrt. Die Preise: Die «Cuvée normale» gibt es für 22 Franken und die «Sélection» von alten Reben für 28 Franken. Man stellt fest: Ein Dézaley «Sélection du Domaine» kostet doppelt so viel wie ein «offizieller» 1er Grand Cru von der Côte.

**Das gesamte Dézaley strebt ab 2013 nach der Grand Cru A.O.C.**

Wozu sich unter diesen Bedingungen für die 1ers Grand Crus abmühen? Von sechs neuen 1er-Grand-Cru-Bewerbersdossiers in 2012 sind nur drei auf dem Weg zur Genehmigung. Zusammen mit den 2011 zugelassenen

zwölf werden sie die Zahl dieser Spitzenweine dieses Jahr auf 15 erhöhen, mehr nicht.

Uvavins kommt nach eigenen Angaben mit dem Château La Bâtie in Vinzel an der Côte zum Zug. Die Frères Dubois haben kein Dossier eingereicht. Das gesamte Dézaley strebt nach der Anerkennung als Grand Cru A.O.C. (Appellation d'Origine Contrôlée) ab 2013. Eine Zwischenstufe zwischen den Grands Crus, den einzigen echten A.O.C.-Weinen von Waadtlicher Weingemeinden, und dem in Pflichtenheft definierten 1er Grand Cru.

Und was sagen die verschiedenen Bezeichnungen dem Konsumenten? Die Frage stellen und sie begründen heisst, sie zu beantworten.

Übersetzung von Christina Miller.  
Siehe Text Seite 23.



Licht, Luft und Hygiene gehörten zum Programm des «Neuen Bauens»: Hauptbau des Hotels Monte Verità von 1929.

# Erhalt wird belohnt

**Das Hotel Monte Verità in Ascona ist «Historisches Hotel des Jahres 2013». Die Jury würdigt damit einen seltenen Schweizer Hotelbau der Klassischen Moderne.**

KARL JOSEF VERDING

Gemäss der Jury wurde das Hotel Monte Verità «für den kontinuierlichen, sorgfältigen Erhalt eines der wenigen Hotels der Klassischen Moderne in der Schweiz und für die Komplettierung der Anlage durch eine selbstbewusste, zeitgenössische Architektur» ausgezeichnet. Der Hotelbau von 1929 wurde 1992 mit Hörsaal und Restaurant des Architekten Livio Vacchini zum Seminarzentrum erweitert, der Hauptbau wurde 2007 restauriert. Die Jury der Auszeichnung besteht aus Fachleuten der Bereiche Denkmalpflege, Architektur, Geschichte, Hotellerie und Restauration. Die Landesgruppe Schweiz des Icomos (Internationaler Rat für Denkmalpflege) hat in Zusammenarbeit mit hotelle-

riesuisse, Gastrosuisse und Schweiz Tourismus die Wahl zum «Historischen Hotel des Jahres 2013» veranstaltet.

**Struktur und Farben zeigen nach der Restaurierung alten Glanz**

Das Hotel Monte Verità, vom Düsseldorfer Architekten Emil Fahrenkamp für Baron Eduard von der Heydt geplant und 1929 realisiert, zeigt sich noch heute als Vorzeigebauwerk des «Neuen Bauens». Ein begehbares Flachdach, tiefe, vorgelagerte Loggien und grosse Fensterflächen erfüllen das damalige Diktum von Licht, Luft und Hygiene und eröffnen dem Gast den Blick über See und Park. Nach dem Tod des Grafen von der Heydt ging der Besitz in eine Stiftung über.

Das von Livio Vacchini entworfene Restaurant sitzt als lichter Pavillon am Kopf der historischen Anlage und lässt durch die grossflächige Verglasung den Park gleichsam in den Raum fliessen. Seit der sorgfältigen Restaurierung von 2007 durch die Architekten Gabriele Geronzi und Bruno Reichlin gemeinsam mit dem Ingenieur Danilo Soldati sind Flure und Zimmer des Hauptbaus von 1929 strukturell wie farblich in alt-



Den Spezialpreis der Jury erhielt das Hotel Ofenhorn in Binn.

Glanz erlebbar. Zu diesem stimmigen Bild tragen die aufgearbeiteten Schrankflächen, die schlanken Fensterrahmen und die maschinengezogenen, grossen Glasscheiben wesentlich bei. Die historischen Leuchten in den Zimmern wurden analog der erhaltenen Originale wieder hergestellt, und die Möblierung greift mit schlichtem Stahlrohrröhren und Freischwinger Bauhausklassiker auf. Auch die historischen Gesellschaftsräume sind in Oberflächen und Disposition erhalten. Erst der kontinuier-



Auf originale Möblierung wird Wert gelegt: Hotel Ofenhorn.

liche, unspektakuläre Unterhalt – so die Jury – habe dazu geführt, dass dieses Hotel heute noch so authentisch dasteht. Haus, Umgebung, gastronomisches Konzept wie auch der architektonische und denkmalpflegerische Umgang mit der Substanz seien

überzeugend, sympathisch und wegweisend.

**Spezialpreis 2013 geht an das Hotel Ofenhorn im Binnental**

Das Hotel Ofenhorn in Binn wurde «für die fundierte Spurensuche an einem wichtigen Hotel in den Alpen und für die kontinuierliche Restaurierung der Anlage durch eine engagierte Personengruppe» mit dem Spezialpreis der Jury ausgezeichnet.

Bei diesem Hotel sind vielschichtige Spuren seiner Geschichte sichtbar. Das Baudenkmal aus der Belle Epoque hat zwei Ausbauphasen erlebt. Der Fiescher Hotelier Josef Specky hatte 1880 die Konzession für den Neubau eines Gasthauses erhalten, eröffnet und betrieben wurde es aber von Josef und Maria Schmid. Das



Möbel des Bauhaus-Stils im Hotel Monte Verità.

Hotel wurde mit Baumaterialien aus der Umgebung und von Handwerkern aus der Region gebaut. Die Möbel lieferten Schreiner aus dem Dorf.

Das Hotel im «Tal der Mineralien» zog viele Gäste aus England an, darunter den jungen Winston Churchill. Bereits 1897 konnte der Nordtrakt in Betrieb genommen werden. Die Dependence, heute Ortsmuseum, wurde um 1910 erstellt. Mit dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs setzte für das Hotel eine wechselvolle Geschichte ein, dennoch war das Haus mit Ausnahme von wenigen Jahren immer geöffnet.

Als grössere Renovationsarbeiten anstanden, drohte dem Haus die Schliessung. Mit der Gründung der Pro Binnal setzte 1987 ein Umdenken ein. Seither wird in regelmässigen Schritten die Restaurierung des Gebäudes behutsam vorangetrieben und die technische Ausstattung verbessert. 2007 wurde die Innenrestaurierung gestartet: Davon zeugen der Speisesaal und die historischen Zimmer, wo die Tapeten mit den Blumenmotiven originalgetreu wiederhergestellt wurden.

Auch auf die originale Möblierung wird Wert gelegt, um das Hotel in seinem ursprünglichen Bild zu präsentieren. Sachkundig wurden die originalen Deckenmalereien freigelegt und restauriert. Im Kontrast zu den dunklen Holzbauten erhebt sich das hell verputzte Gebäude über den Dächern von Binn und zeugt vom Geist des frühen Tourismus, als ein städtisches Publikum den Alpenraum für sich entdeckte.

## News

**Fairtrade International tritt 4C Association bei**



Fairtrade International ist neu Mitglied der 4C Association, der weltweiten Plattform für Nachhaltigkeit im Sektor Kaffee. Das Forum setzt sich dafür ein, dass in allen Bereichen der Kaffeeproduktion nachhaltiges Handeln gefördert wird. Immer mehr Produzenten, Vertreter des Kaffeehandels und der Kaffeindustrie sowie zivilgesellschaftliche Organisationen schliessen sich bei 4C Association zusammen. Aktuell zählt das Forum 215 Mitglieder.

## 70 Kilometer Fuss- und Veloweg um Winterthur

Rund um Winterthur soll ein etwa 70 Kilometer langer Fuss- und Veloweg entstehen. Laut Informationsdienst der Stadt Winterthur will man mit dem Weg die Umgebung Winterthurs erlebbar machen und Raum für Naherholung und sportliche Aktivität bieten. Dafür hat der Stadtrat einen Kredit von 600'000 Franken beim Grosse Gemeinderat beantragt. Da gewisse Wegabschnitte auf dem Gebiet der 15 Nachbargemeinden liegen, wurden diese bereits über das Projekt informiert. Die Eröffnung des Wegs ist im Rahmen des Stadtjubiläums «Winterthur 750» im Jahr 2014 geplant.

## Absinth soll doch nicht geschützt werden

Die Föderation französischer Spirituosenhersteller (FFS) und die European Spirits Organisation (CEPS) haben beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde eingereicht: Auch Wermut-Schnaps, der nicht im Neuenburger Val-de-Travers produziert wird, soll Absinth heissen dürfen. Absinth sei eine von mehreren Bezeichnungen für die Wermut-Pflanze. Damit wollen sie den Entschluss des Bundesamts für Landwirtschaft (BLW) rückgängig machen. Als Kompromiss schlagen die Einsprechenden vor, den Namen «Absinthe du Val-de-Travers» schützen zu lassen.

## Interlakner Rugen Distillery prämiiert

Besofrisch, der Obstverband für die Kantone Bern, Solothurn und Freiburg, hat die Interlakner Rugen Distillery ausgezeichnet: An der Schnapsprämierung erlangte der Swiss Highland Single Malt «Ice Isabel» 19 von 20 möglichen Punkten und war somit «Tagesieger». Prämiiert wurde auch der Bierbrand «Fleur de bière». Die edle Spirituose wird in der klassischen «Pot-Still»-Brennblase aus Kupfer zweifach destilliert und hat 43 Volumenprozent. Insgesamt setzte die Jury 36 Destillate. smü

# Genussvollster Anlass ausgezeichnet

Im Rahmen der Genuss '12 wurde der «Beste Genuss '12-Anlass» gewählt. Gewinner ist «Dreimal feinheimisch» vom Gästehaus zum Tulpenbaum in Turbenthal.



Kombinierten Käse, Wein, Holz: Stefan und Katrin Böni.

Sie sind die Sieger: Katrin und Stefan Böni vom Gästehaus zum Tulpenbaum in Turbenthal (ZH). Ihre Veranstaltung «Dreimal feinheimisch» wurde zum «Besten Ge-

nuss '12-Anlass» gekürt. Stefan Böni, Maître Fromager, begleitete die Gäste an seinem Anlass auf eine Reise durch das breite Angebot von Rohmilchkäse aus dem Zürcher Oberland und reichte Wein vom Weingut Saxer Neffenbach. Der Geruch von einheimischen Hölzern der Holzbaufirma Schindler und Scheibling bildete mit den Komponenten Käse und Wein einen harmonischen Dreiklang, befand die Jury.

Sechs Betriebe waren für den besten Genussanlass nominiert. Die achtköpfige Fachjury unter der Leitung von Mario Lütolf, Di-

rektor Schweizer Tourismus-Verband, hatte im Vorfeld die sechs genussvollsten und kreativsten Veranstaltungen rund um das Thema Regionalprodukte ausgewählt. Nominiert waren neben dem Gästehaus zum Tulpenbaum das Restaurant Alpha Thun in Thun, die Alpwirtschaft Schnurrberg (Turbenthal), das Kräuterland Entlebuch in Schüpfheim, der Bauernhof Lindenhof in Safenwil und das «Schüpbärg-Beizli» in Schüpfberg.

Während der Genuss '12, die vom 17. August bis 9. September stattgefunden hat, führten die nominierten Betriebe ihre Ver-

anstaltungen durch, die von den Jurymitgliedern benotet wurden. Für den Wettbewerbsentscheid bildete die Publikumsbewertung den wichtigsten Bestandteil. Hauptkriterien waren Regionalität, Originalität und Genuss.

**Datum der Genusswochen 2013 steht bereits fest**

Die Genuss '12 feierte an über 150 Veranstaltungen Regionalprodukte aus den Kantonen Aargau, Bern, Solothurn, der Zentralschweiz und dem Zürcher Oberland. Die Genuss '13 wird vom 23. August bis 15. September 2013 über die Bühne gehen.



SALOME MÜLLER

## Hotellerie

Steigenberger  
Hotel Group  
zertifiziert



Fünf Hotels der Steigenberger Hotel Group in Deutschland und der Schweiz sind für ihr Umweltmanagement zertifiziert worden – als einziges in der Schweiz das Steigenberger Bellerive au Lac in Zürich. Die internationale Zertifizierungsstelle in Köln überprüfte die Umweltleistung und den Erfüllungsgrad der Zielsetzung. Im Vordergrund standen die Einsparung von Energie und Wasser sowie die Verminderung von Abfall. smü

# Das Gelbe vom Ei gibt es nicht

**Eine Agroscope-Studie vergleicht Ökobilanzen von Rind-, Schweine- und Geflügelfleisch. Schlecht schneidet die Mutterkuhhaltung ab.**

GU DRUN SCHLENCEK

Die Modellrechnung der Forschungsanstalt Agroscope in Reckenholz zeigt: Es gibt nicht die perfekte Produktionsart für Fleisch, jedes System hat, ökologisch gesehen, seine Vor- und Nachteile. Selbst bei Bio-Geflügel und Bio-Schwein machten die Forscher Belastendes für die Umwelt aus. Aufgrund der tieferen Erträge im Futtermittelanbau gebe es teilweise höhere Emissionen und höhere Umweltwirkungen pro Kilo

Fleisch, verdeutlicht Thomas Nemecek, Projektleiter Ökobilanzen bei Agroscope. Dafür verzeichnet die Bio-Produktion aufgrund des Verzichts auf Mineraldünger und Pestizide Vorteile bei der Toxizität oder mineralischen Ressourcen. Ungünstiger bei den Umweltwirkungen schneidet die tieregerechte Geflügelmast (BTS/RAUS-Kriterien) ab. So wächst tieregerecht gehaltenes Geflügel lang-



**Tieregerechte Geflügelproduktion ist nicht umweltgerechter.**

Fotolia

gesamten Umweltwirkungen des Kalbs und der Mutterkuh dem Fleisch zugerechnet werden.

samer als konventionell gehaltenes und benötigt daher mehr Futter. Bei den Schweinen waren die Unterschiede zwischen den verschiedenen Produktionssystemen geringer als bei Geflügel.

Weniger gut schnitt in der Modellrechnung von Agroscope auch die Mutterkuhhaltung ab. Klimawirkung, Ozonbildung und Nährstoffverluste sind bei dieser höher als bei der Grossviehmast. Grund: Bei Letzterer ist die Fleischproduktion sozusagen ein Nebenprodukt der Milchviehhaltung, die Masttiere stammen aus der Milchproduktion. Die Umweltwirkungen werden deshalb zu 90 Prozent der Milch und weniger als 10 Prozent dem Kalb (für die Fleischproduktion) angerechnet.

«Bei der Mutterkuhhaltung wird keine Milch verkauft, sondern vom Kalb getrunken», verdeutlicht Thomas Nemecek. Da Fleisch das einzige Produkt dieses Systems ist, müssten die

Ob das Fleisch von Wiederkäuern dem von Monogastriern vorzuziehen sei, darüber macht die Studie keine Aussage. Im Gegenteil, so

Thomas Nemecek: Generell könne man sagen, dass die Umweltwirkungen pro Kilogramm verkaufsfertigem Fleisch bei Geflügel am tiefsten sind, gefolgt von Schweinefleisch, bei Rindfleisch sind sie am höchsten. Denn, um ein Kilogramm Fleisch (Lebendgewicht) zu produzieren, brauche es für Geflügel zwei Kilogramm Futter, für Schweinefleisch drei und für Rindfleisch sogar sechs bis sieben Kilogramm.

**«Die Umweltwirkungen pro Kilo Fleisch sind bei Geflügel am tiefsten.»**

Thomas Nemecek  
Agroscope

Aufgrund der Nahrungsmittelkonkurrenz müsse die Frage der optimalen Ernährung jedoch in einem grösseren Zusammenhang gesehen werden. Monogastrier wie Schwein und Huhn können grundsätzlich das Gleiche fressen wie der Mensch, ihre Futtermittel werden auf fruchtbarem Ackerland produziert.

[www.agroscope.admin.ch](http://www.agroscope.admin.ch)

## Impressum

htr hotelrevue

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

### Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

### Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn.  
Stv. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag  
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

### Ressortleiter/Innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst  
fokus: Christine Künzler/ck  
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag  
cahier français: Alexandra Caldara/fca

Redaktion: Marc Benedetti/mb; Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlencke/gsg; Karl Josef Verding/kv  
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.  
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo (AD)  
Korrektorat: Paul le Grand.  
Volantärin: Salome Müller/smü

Online Redaktion: Natalie-Pascalie Alliesch/hpa.  
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.  
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

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](mailto:redaktion@htr.ch)  
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93  
Fax 031 740 97 76, E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)  
Inserate: Tel. 031 370 42 42  
Fax 031 370 42 23, E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)  
Internet: täglich aktuell: [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

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

CHATEAU DE CHÂTAGNERÉAZ  
1<sup>ER</sup> GRAND CRU

Un millénaire d'excellence

CHATEAU DE CHÂTAGNERÉAZ  
1<sup>ER</sup> GRAND CRU  
2011  
APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE LA CÔTE

ENTREZ DANS L'UNIVERS D'EXCEPTION D'UN 1<sup>ER</sup> GRAND CRU

[www.chatagnereaz.ch](http://www.chatagnereaz.ch)

Les 1<sup>ers</sup> Grands Crus vaudois, nouveaux symboles d'excellence



**Würzi-  
ges Farbenspiel:**  
«Schwarz-Gelb» steht  
für den Fussballclub YB  
und besteht aus schwarzen  
Pfefferkörnern und gelben  
Ringelblumen (Raffinessen).

# Mit einer Prise Extravaganz

**Sie verleihen den Speisen den letzten Schliff: Gewürzmischungen. Beliebt bei Gastronomen ist das Entwickeln von eben solchen – mit speziellen Rezepturen, aus natürlichen Zutaten.**

**S**ie heissen «Orangenzucker explosiv», «Whisky-salz» oder «Schwarzer Curry». Das sind drei von sechs Gewürzmischungen, die Rolf Caviezel an der Luzerner Messe Zagg letzte Woche erstmals vorgestellt hat. Der Molekular-koch Caviezel vom Restaurant Station1 in Grenchen und der Firma Freestylecooking hat zusammen mit der Glarner Gewürzfirma Landolt Häuser eine Gewürzlinie entwickelt. Nun ist es ja nicht so, dass es heutzutage wenig Gewürzmischungen gibt, und darin bestand auch Caviezels Herausforderung. So hat er, dem Zusam-

menfügen nicht alltäglicher Geschmacksrichtungen – sehr zugetan, vor allem «nach aussergewöhnlichen Kombinationen sowie Aromen gesucht, die auch multifunktional einsetzbar sind».

**Nicht nur das Aroma entscheidet, auch die Optik ist wichtig**

Wie etwa das Whiskysalz mit seinem rauchigen Aroma: Dieses kann etwa an der Bar in Kombination mit Drinks verwendet werden, kann aber ebenso Gerichten im Sous-vide-Verfahren oder einem saftigen Steak eine rauchige Note verpassen. Oder das Pfefferminz-Schokopulver: «Dieses

passt natürlich zur süssen Küche. Damit lässt sich aber ebenso gut – wie zum Beispiel in der mexikanischen Küche üblich – ein Poulet würzen». Oder – sein ganzer Stolz – das schwarze Curry, das er «den Knaller» nennt, weil «sehr effektiv»: etwa wenn man es dezent über ein schönes Steak Seeteufel streut. Oder als schwarze Curry-Suppe mit Coquilles St-Jacques reicht. Die Rezeptur der Würze, die bleibt natürlich sein Geheimnis. Das Aroma einer Mischung ist von grosser Wichtigkeit, begründet Caviezel die Wahl seiner Mischungen. Mindestens ebenso wichtig in seinen Augen ist aber auch das Aussehen, die optische Wirkung, die man mit ihnen erzielen kann.

Nun, viele Gewürzgenossen einst sehr hohes Ansehen (siehe Kasten). Längst aber ist der Markt mit Gewürzmischungs-Klassikern von Curry über Tandoori Masala, Raz el Hanout bis zu Herbes de Provence, aber auch mit unzähligen Fisch- und Fleisch-Würzen gesättigt. Da

braucht es vor allem neue Ideen. Aber: «Eine Gewürzmischung soll nicht 08/15, darf aber auch nicht zu extravagant sein», so Caviezel. Sie soll dem Gericht lediglich den letzten Schliff geben. «Meist braucht es auch gar nicht viel, um einen hohen Effekt zu erzielen.»

**Viele Gastronomen bevorzugen Ingo Hollands Rezepturen**

«Ob Fleisch, Poulet, Fisch oder Gemüse – jede Küche enthält in etwa die gleichen Zutaten, weltweit. Den Unterschied machen die Zusammensetzung der Rohstoffe und die Gewürze, das Aroma», ist dagegen Simon Keller, Geschäftsführer bei Foodcreator, überzeugt. Das ist die Firma des einst sternedekorierten Berner Kochs Red Ernst, der sich mittlerweile hauptsächlich auf die Mischung von Gewürzen konzentriert. «Was kann er tun, damit die Speisen auch in seiner Abwesenheit immer gleich schmecken? Das war die Frage, die Red Ernst als Küchenchef am meisten beschäftigt hat», erzählt Keller. Seine Antwort: die perfekte Würzmischung. Und darauf beruht Red Ernsts Tätigkeit als Gewürztüfler. Die Affinität hierfür wurde ihm als Kambodschaner in die Wiege



**Klassiker: Würzmischung Baharat (von Ingo Holland).**



**Effektiv: schwarzer Curry (von Rolf Caviezel).**



**Rauchige Note: Whisky-Salz (von Rolf Caviezel).**

gelegt. Längst bietet er nicht nur über 60 Mixturen für die Gastronomie. Auch die Gewürz-Kollektion der Coop-Produkte-Linie Fine Food hat er entwickelt, und er stellt die Gewürzmischungs-Linie Raffinessen des Jungunternehmens Tacoma her. Diese Mixturen jedoch zielen vor allem auf die Optik, erzählt Tacoma-Geschäftsführer Markus Lehmann: «Wir spielen gerne und viel mit den Farben der Gewürze und Kräutern, wie etwa beim YB-Salz oder «Pfeffer in den Farben des Fussballclubs Schwarz und Gelb».

Bei Schweizer Köchen wie etwa Beat Caduff und seiner Wine Loft in Zürich schliesslich sind die Gewürzrezepturen des Deutschen Ingo Holland beliebt. 2007 hat der einst mit 18 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Holland seinen Kochlöffel an den Nagel gehängt und sich mit der Firma Altes Gewürzamt in Klingenberg bei Frankfurt am Main einen Traum erfüllt.

«Da entwickelt er seine Gewürze, röstet, mahlt und mischt», erzählt Doris Kalberer, die Ingo Hollands Mixturen in der Schweiz vertreibt. Und wie bei Caviezel und Ernst steht auch bei Holland vor allem eines im Vordergrund: unbehandelte, natürliche Grundgewürze.



**Gewürze als Werbegeschenk (von Raffinessen).**

## Gewürze Einst ein einträgliches Geschäft

Im Mittelalter spielten sie eine so bedeutende wirtschaftliche und politische Rolle wie heute das Erdöl: die Gewürze. Sie galten als **sehr wertvoll**, da sie nicht nur zum Würzen verwendet wurden, sondern auch als Konservierungsstoffe und Grundlage für Arzneimittel. Manche wie die Muskatnuss und Gewürznelken waren Statussymbole. Der Gewürzhandel war ein einträgliches Geschäft: Mit ihm wurden die arabischen Staaten und Italien, später die Kolonialmächte reich, und Pfeffer wurde mit Gold aufgewogen. Die teuersten Gewürze heute sind Safran, Vanille und Kardamom. fee



**Tüfler: Red Ernst beliefert Gastronomie und Detailhandel.**

FRANZISKA EGLI

ANZEIGE

**Prêt-à-manger. Hero Portionen-Konfitüren. Jetzt im neuen Kleid.  
Le nouvel habit des confitures en portions Hero.**



www.gastro.hero.ch

## Publikation

### Neue Fachbrochüre von C+C Angehrn

Die neueste Ausgabe der Fachbrochüre von Cash+Carry Angehrn (CCA) widmet sich dem modernen Mann: Welche Bedürfnisse hat der Mann von heute als Gast und Konsument? Nebst diesem Thema äussert sich die 13. Ausgabe auch zu «Fast Casual» oder «Der Menüplan der Zukunft». Im letzten Teil der Brochüre ist das umfassende Branchenregister der Schweiz mit den wichtigsten Adressen und Links für Profis aus der Gastronomie und dem Detailhandel zu finden.

www.cca-angehrn.ch

## Genuss

### Lanvin verpackt Macarons von Ladurée

Alber Elbaz, Chefdesigner vom Modehaus Lanvin, hat für Ladurée eine Kollektionsbox gestaltet. Die kecke Frauengesichter und eine rote Masche zieren die Box mit Platz für acht



Macarons. Dazu passt die Ladurée-Kollektion «Bubble Gum»: Die mit Marshmallow-Masse gefüllten Macarons leuchten in den Farben «Rose Calin», «Rose Dououd» und «Rose Baïser».



An der Schweizer Cocktailmeisterschaft 2012 kämpften Barprofis mit den verschiedensten Kreationen um den Meistertitel.

# Bunte Barszene

**Michael Bieri ist der neue Schweizermeister im Cocktailmischen. Im November findet zudem das erste «Mocktail»-Finale statt.**

RENATE DUBACH

Mit seiner Kreation «Santa Fidel» erreichte Michael Bieri von der Cranberry Bar in Zürich den Sieg bei den klassischen Cocktails. «Das war unerwartet», sagt er, und betont, der Schweizermeister-Titel sei für ihn auch ein paar Tage nach dem Wettbewerb, der während der «Zagg» stattfand, immer noch «völlig unreal». Auf den Namen «Santa Fidel» ist er nicht etwa gekommen, weil er Fidel Castro heiligsprechen möchte, sondern weil der Cocktail kubanischen Rum und etwas Zimt ent-

hält. Kuba erinnerte Bieri an Castro und Zimt an Weihnachten – so einfach kommt man zu einem Namen. Einfach wird es an der Weltmeisterschaft in Prag nicht werden für Michael Bieri, da ist er sich sicher. Zwar bleibt das Thema der Schweizer Meisterschaften «After-Dinner-Drinks» an der WM dasselbe, aber man muss natürlich etwas Neues präsentieren. Was das sein wird, weiss der Barman noch nicht – «erst mal das genaue Reglement abwarten».

### Alkoholfreie Drinks sind längst eine Notwendigkeit

Bereits fest steht, dass nächstes Jahr in Prag erstmals auch in der Kategorie «Alkoholfreie Cocktails» der WM-Titel vergeben wird. «Mocktails» heissen diese im Fachjargon, ein Wortspiel mit «mock» – Nachahmung. Eine Nachahmung eines Cocktails – einfach ohne Alkohol. Die Swiss Barkeeper Union SBU, die in der Schweiz die offiziellen Wettbewerbe ausrichtet, wird die Mocktail-Vorauscheidung am 5. November während der «Gastronomia» in Lausanne austragen. Dort wird Michael Bieri nicht mitmachen können, was er etwas schade findet. Denn Mocktails an sich findet er wichtig, «weil viele



Auf dem Cocktail-Treppchen (v.l.): Marlene Schärer, Michael Bieri, Matthias Keiser.

Gäste seit Langem alkoholfreie Drinks verlangen». Das sieht die Präsidentin der SBU, Kathrin Leisi gleich: «Alkoholfreie Cocktails sind mehr als ein Trend, sie sind eine Notwendigkeit. Es gibt manchmal Abende, an welchen mehr Mocktails als Cocktails konsumiert werden», erklärt die Barkeeperin, die dieser Tage in Murten eine eigene Bar eröffnet. Allerdings müsse man im Bereich Drinks ohne Alkohol kreativ sein: «Auch Mocktails muss man originell gestalten und schön dekorieren.

## Fakten Das sind die Sieger der Cocktailmeisterschaft 2012

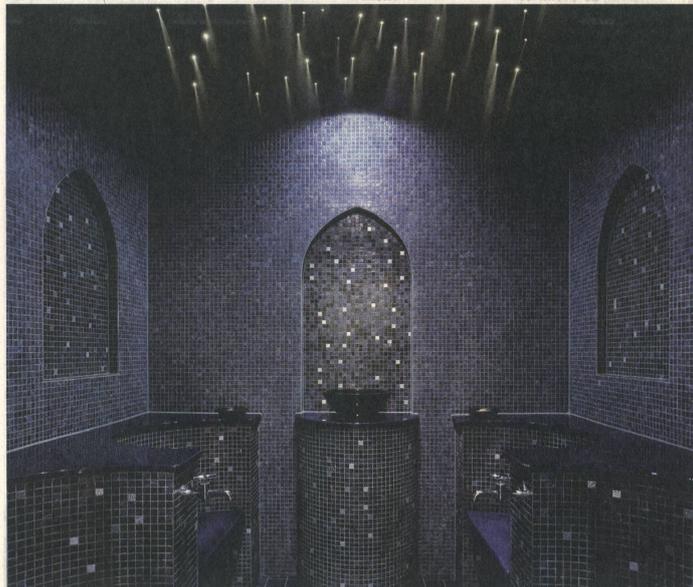
In der Kategorie Classic siegte Michael Bieri von der Cranberry Bar in Zürich. Sein «Santa Fidel» besteht aus 1,5cl Havana Club, 1,5cl Bols Cacao white, 1,5cl Luxardo Liquore di marasca, 1,5cl Monin Spicy und 2cl Rahm. Zweiter wurde Matthias Keiser vom Lenkerhof in Lenk, Dritte Marlene Schärer von der Allegro Bar im Kursaal Bern. Im Flairtending siegte André Stauffer vom Barfüsser in Zürich. Den Aspirantencup gewann Simon Brandmeyer vom Zürcher Park Hyatt. Nur der Spezialpreis für die technischen Fähigkeiten ging nicht nach Zürich, der Sieger war André Frey vom Hotel Hof Weissbad in Weissbad.

ren. Ein guter Barkeeper muss das können, das zeugt von Professionalität und davon, dass man alle Gäste ernst nimmt». Zutaten gibt es genug: Man habe inzwischen alkoholfreien Schaumwein oder alkoholfreies Bier, und man könnte auch etwas mit Milch mixen oder mit Energy Drinks, die man ohnehin nicht mit Alkohol mischen sollte, meint die SBU-Präsidentin.

### Grosses Interesse an der ersten Mocktail-Meisterschaft

Bis am 10. Oktober kann man sich für die Mocktail-Meisterschaft anmelden, nebst Barkeepern sind auch Auszubildende im Restaurationsbereich zugelassen. Die Teilnehmerzahl ist auf 30 begrenzt, was Kathrin Leisi etwas beunruhigt, weil das Interesse gross ist: «Wahrscheinlich werden wir es so handhaben, dass die ersten 30, die ein reglementskonformes Rezept eingeben, teilnehmen dürfen», erklärt sie. Aber noch vor dem Mocktail-Wettbewerb reist Kathrin Leisi mit den letztjährigen Schweizermeistern Daniel Boubakri (Classic) und Stefano Mongiovi (Flairtending) nach Peking, wo am 7. und 8. Oktober die Weltmeisterschaften ausgetragen werden.

ANZEIGE



Entspannung können Sie messen: am Lächeln Ihrer Gäste.

Der Name KLAFS steht seit über 80 Jahren für Qualität, Design, Kompetenz und Service. Private Saunaträume sowie komplexe Spa-Projekte werden von unseren Spezialisten immer individuell geplant und mit viel Sorgfalt und Hingabe perfekt umgesetzt. An Funktionalität, Stil und Design werden keine Grenzen gesetzt. Was wir alles für Sie möglich machen, zeigen wir Ihnen gerne persönlich: in unseren Ausstellungen in Baar, Bern, Chur, Montreux und in der Bauarena Volketswil. Oder bestellen Sie kostenlos unseren aktuellen Referenzkatalog 360°. Unter Telefon 00800 66 64 55 54 oder auf www.klafs.ch

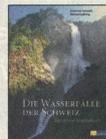


KLAFS AG | Oberneuhofstr. 11 | 6342 Baar | Tel. +41 (0)41 760 22 42 | www.klafs.ch

## Neue Bücher

### Die schönsten Wasserfälle der Schweiz

Die erste Version des Buches «Die Wasserfälle der Schweiz» war die Diplomarbeit zweier Geografie-studenten und ein eher wissens-



schäftliches und systematisches Werk. In der jetzt veröffentlichten neuen Ausgabe liegt der Fokus nun auf den Wanderungen zu den Wasserfällen, und prächtige Bilder machen aus ihm einen attraktiven Band – nicht nur für Naturliebhaber. Es werden 120 Wasserfälle in allen Gegenden der Schweiz beschrieben und ausserdem die Besonderheiten der jeweiligen Region vorgestellt, was auch aus touristischer Warte äusserst interessant ist.

Christian Schwick, Florian Spichtig: **Die Wasserfälle der Schweiz. Das grosse Wanderbuch.** AT Verlag, 144 Seiten, ISBN 978-3-03800-670-1, CHF 46.–



### Traditionelle Emmentaler Küche neu interpretiert

Nach dem ersten Band der Reihe «Schweizer Landküche», in dem Urs Messerli über die Berner Küche schreibt, ist nun der zweite Band zum Emmentaler erschienen. Daniel Lehmann, 15-GM-Koch im Hotel Moosegg in Emmenmat, erweitert die klassische Emmentaler Küche mit eigenen Kreationen. Die verwendeten Produkte stammen hauptsächlich aus der Region, dürfen aber auch mal aus Übersee sein. Mit Rezepten für Amuse-Bouches bis Fisch- und Fleischgerichte ist jeder Gang berücksichtigt. Für die über 500 stimmigen Fotografien zeichnet Fotograf Charles Hug verantwortlich.

Daniel Lehmann: **La haute cuisine de l'Emmental.** Weber AG Verlag, 216 Seiten, über 500 farbige Aufnahmen, ISBN 978-3-906033-04-4, CHF 69.–

### Natürliche Leckereien zum Selbermachen

Es müssen nicht immer Süssigkeiten aus Zucker sein, die mit künstlichen Farb- und Aromastoffen versehen sind – es geht auch anders, wie «Bio-Bonbons & Konfekt» zeigt. Bei selbst produzierten Bonbons lassen sich Farben und Aromen auf natürliche Weise verstärken. Linda Louis bietet nach einer Einführung in die Grund-



lagen der Herstellung von natürlichen Süssigkeiten eine Vielzahl süsser Rezeptideen. Das Spektrum reicht von Zucker- bis Obst- und Blütenbonbons. Eine Inspiration auch für die Profiküche. smü

Linda Louis: **Bio-Bonbons und Konfekt selbst gemacht!** Leopold Stocker Verlag, 80 Seiten, ISBN 978-3-7020-1361-5, CHF 17.–

Erhältlich unter: [www.hotellerieuisse.ch/buchshop](http://www.hotellerieuisse.ch/buchshop)



**Rénovations**  
Les hôteliers fribourgeois continuent d'investir malgré la conjoncture peu favorable.  
page 20



**Semaine du goût**  
Un biochimiste et une anthropologue commentent la cuisine du chef Carlo Crisci.  
page 23



Les étudiants de l'EHL auront de nouvelles salles de classe.

Alain D. Bollat

## «Immersion totale dans le marché»

**L'Ecole hôtelière de Lausanne et le groupe Accor signent un partenariat inédit. Il permettra l'accueil de stagiaires et implique une participation du groupe dans le contenu des cours.**

ALEXANDRE CALDARA

Jour de rentrée à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) et l'occasion pour les 471 étudiants de première année de Bachelor de découvrir une première. Un partenariat entre leur établissement et le premier opérateur hôtelier mondial, le groupe Accor (4400 hôtels dans 92 pays). Les deux entités se sont engagées sur cinq ans: «Un partenariat fondé sur les notions d'excellence, de passion et de confiance. L'identité forte du groupe en Europe permettra d'exporter encore mieux la valeur suisse», explique Michel Rochat, directeur de l'EHL.

Denis Hennequin, PDG d'Accor, était chargé de prononcer le discours de bienvenue aux élèves. Dans son style décontracté (sans

cravate) et efficace, il a plaidé «pour une génération de managers rêveurs, qui transforment le rêve en facteur de succès critique.» En appelant à la rescousse Steve Jobs, Oscar Wilde et les fondateurs d'Accor, Paul Dubrule et Gérard Pélissot, il voulait saluer «les rebelles, les faiseurs de troubles, ceux qui pensent différemment». Tout en martelant que le rêve doit s'accompagner de dur labeur, de talent et de songes partagés par les hôtes qui doivent rester au centre des préoccupations estudiantines.

Mais revenons à ce partenariat, concrètement: il permettra l'accueil de 25 stagiaires par an et le positionnement de 20 postes à pourvoir par Accor; l'aménagement de onze salles de classe aux couleurs des marques du groupe; la participation active au contenu des cours afin d'intégrer l'évolution des exigences du marché. Ce partenariat s'appuie sur l'expérience de la Chaire d'innovation Paul Dubrule créée en 2010 et qui a permis selon Michel Rochat «une immersion totale de l'école

dans le marché». A ceux qui s'étonneraient de cette mission d'une école privée d'intérêt public, qui reçoit 20 millions de subventions du réseau des Hautes écoles spécialisées de Suisse (HES) et de la Confédération, soit un quart de son budget, son directeur répond: «Contrairement aux universités, les HES se doivent d'entretenir des liens avec le marché.» Un partenariat d'une telle envergure est pour l'instant unique, mais l'EHL n'exclut pas l'idée d'ouvrir la porte à d'autres partenariats, même plus petits.



**«Il faut voir ce partenariat comme un investissement humain.»**

Denis Hennequin  
PDG d'Accor

«L'EHL n'a pas besoin d'Accor pour boucler ses comptes. Il s'agit d'un investissement humain qui peut offrir des éclairages importants en termes de «revenue management» et de distribution. Nous offrons une boîte à outils aux étudiants, ils doivent amener la liberté créative.» Ray Iunius, directeur du «Business Development & Marketing», a rappelé l'importance du parrainage privé pour les boursiers «certains jeunes talents éprouvent des difficultés à financer leurs études, l'aide des mécènes est importante. On peut en citer un: Paul Dubrule.»

Le montant annuel des frais de scolarité est de 1000 francs pour les étudiants suisses ou suisses assimilés (qui vivent depuis deux ans dans le pays), soit 40% des élèves. Et d'un peu plus de 20000 francs pour les étudiants étrangers. Selon Denis Hennequin le prix de l'excellence de l'EHL repose aussi sur les sélections: sur 1800 candidats cette année, seuls 300 ont été retenus en Bachelor.

## Une beauté à 30 millions pour le Novotel Genève

Ce n'est ni plus ni moins avec un avion de chasse planté devant sa porte que le Novotel Genève Centre, du groupe Accor, accueillait la presse jeudi dernier. Une scène peu banale au cœur du quartier populaire des Pâquis, peu habitué à ce genre de véhicules... «Nous voulions créer une petite sensation!» expliquait plus tard dans son discours Catherine Lamotte, la nouvelle directrice générale en

place depuis mi-juillet, manifestement satisfaite de l'effet produit. Car il s'agissait de marquer le coup, mais aussi les esprits pour célébrer l'achèvement d'une mue.

**Un équipement de pointe avec cinq salles de conférences**

En effet, ce quatre étoiles de 206 chambres a investi ces dernières années près de 30 millions de francs pour refaire son plu-

mage. Avec une attention particulière donnée à la rénovation des cinq salles de conférence dont le renouveau a coûté 1,5 million à lui seul, screening des orateurs, projection multiples, retransmission de photos ou vidéos tirées d'internet, le tout commandé par un simple iPad.

Une première à Genève nous assure-t-on. Au centre de ce dispositif, la salle Steve et ses 300 mètres carrés qui pourront désor-

mais accueillir entre 40 et 200 personnes selon la configuration adoptée.

**Une patrouille pour mettre en valeur le matériel multimedia**

Quant au choix du jet à réaction, il n'était pas le fruit du hasard mais un clin d'œil à Jacques Bothelin, leader de la patrouille Breitling Jet Team, qui avait été convié pour présenter les images des évolutions de la plus grande

patrouille civile privée du monde. Et ce pour un double objectif. D'une part, offrir aux invités le spectacle saisissant d'acrobaties complètement impossibles, mais également afin de mettre en valeur la qualité du matériel multimedia fraîchement installé.

Outil de la sorte, le Novotel revendique une place et vise clairement le segment du tourisme d'affaires et d'organisations de congrès et séminaires.

**gastronomia**  
du 4 au 7 novembre 2012 | Lausanne | www.gastronomia.ch  
Salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la restauration

Votre salon professionnel  
au cœur de la Suisse romande

Partenaires: **Journale**, **Hôtelier**, **Le Caprice**, **hotel revue**, **igeho**

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

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

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

Dormir  
c'est sensuel.

**roviva**  
OBJECTS

www.roviva.ch

En bref

Vaud

Après la clinique Bircher les enchères

Le Grand Hôtel du Pont à la Vallée de Joux sera vendu aux enchères le 3 décembre prochain à Yverdon-les-Bains, annonce «24 heures». Cette vente fait suite à la faillite de la fondation Lilli et Andres Bircher, après neuf mois d'exploitation d'une clinique dédiée aux médecines naturelles en automne 2008. L'hôtel ainsi que les cinq hectares de terrains sont estimés par l'office des poursuites à 4,9 millions de francs. L'UBS est le principal créancier de la fondation en faillite. Des rumeurs de projets circulent.

Genève

Le Four Seasons organise une course de l'espoir



Le Four Seasons Hôtel des Bergues organise pour la cinquième fois une course de l'espoir afin de collecter des fonds pour la Ligue genevoise contre le cancer et la Ligue genevoise contre le cancer de Poivre. Elle partira le dimanche prochain à 10h30 devant l'hôtel et suivra les quais jusqu'à la Perle du lac. Cette implication s'inscrit dans une démarche de mécénat global adopté par le groupe hôtelier canadien.

Un rallye pour des organisateurs de congrès

Le «Geneva Spirit» est organisé par le Bureau des congrès de Genève Tourisme & Congrès, du 21 au 23 septembre. Il s'adresse à 53 organisateurs de conférences et congrès susceptibles de choisir la ville du bout du Léman pour de futurs événements. Les clients proviennent de Suisse, France, Allemagne, Italie, Russie et Israël. Chaque équipe devra accomplir des activités et répondre à des questions sur Genève et les différents endroits qu'ils visitent. Tous les espaces visités pourront être loués pour des événements. aca

# Hôtels du record

Dans le canton de Fribourg, plusieurs hôtels ont investi dans d'importants travaux de rénovations. Un signal positif en période conjoncturelle difficile.

LAETITIA BONGARD

complets durant tout le mois de septembre.»

Un dynamisme remarquable dans le canton

L'Hôtel Cailler n'est pas l'unique hôtel fribourgeois à avoir consenti à de tels investissements.



Une nouvelle junior suite de l'Hôtel Cailler, avec jacuzzi.

ments. Le Parc Hôtel et l'Hôtel Alpha à Fribourg, le Vieux Manoir à Morat et l'Hôtel du Sapin à Charmey ne se sont pas laissés intimider par la conjoncture. Les rénovations et/ou agrandissements planifiés ont été maintenus. Faut-il y voir une nouvelle preuve du dynamisme fribourgeois, un canton au fort taux de croissance et qui s'est déjà distingué l'an dernier avec un nombre de nuitées record?

Pour Dino Demola, président de l'Association fribourgeoise des hôteliers, il ne fait aucun doute. «Nous sommes une bonne équipe d'hôteliers, même si ce sont surtout trois ou quatre moteurs qui tirent les autres établissements.» Alors que l'objectif de l'Union fribourgeoise du tourisme est de créer 1000 chambres



Le Parc Hôtel à Fribourg a agrandi son hall de réception et rénové toutes les chambres.

Photos ldd



Nouveau décor du restaurant La Poya à l'Hôtel du Sapin.

supplémentaires à l'horizon 2030, son directeur Thomas Steiner ne peut voir que d'un œil positif ces développements qu'il juge «essentiels et même cruciaux». «C'est maintenant que nous devons augmenter la qualité et la quantité.» Car ces rénovations vont souvent de pair avec une augmentation du nombre de lits.

Le Parc Hôtel doublera sa capacité hôtelière

Au Parc Hôtel à Fribourg, les travaux durent depuis le mois de janvier. D'ici la fin octobre, les 69 chambres auront été rénovées

(mobilier, connexion internet plus rapide, tv numérique) ainsi que l'ensemble de l'établissement que ce soit au niveau de la sécurité, de l'acoustique et du design. Le tout pour un investissement de 1,2 million de francs. Mais l'hôtel familial ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Il prévoit de doubler sa capacité par la création d'une annexe de six étages (comportant des surfaces commerciales) et de surélever l'hôtel de deux étages. Un investissement budgété à 7,5 millions de francs. «63 chambres individuelles avec king size beds et 2 suites sont prévues», explique Raymond Surchat. Le directeur de l'hôtel espère que les travaux pourront débuter fin 2013-début 2014.

A l'Hôtel Alpha de Fribourg, tout comme l'Hôtel du Sapin de Charmey, c'est le changement de direction qui a incité à entreprendre des travaux. François Baumann, directeur de l'Alpha, perçoit la rénovation de son hôtel

d'avantage comme une nécessité. «Crise ou pas, je n'avais pas le choix. L'hôtel avait 30 ans lorsque je l'ai repris en 2011. Nous avons refait toutes les chambres. Le restaurant suivra, et le nombre de chambres passera de 27 à 29 d'ici 2013.»

Sébastien Bonvin, directeur de l'établissement charmeysan depuis mars, a voulu quant à lui «dynamiser l'établissement» en revoyant totalement la décoration des chambres. Il transformera également les salles de bains et changera le mobilier l'année prochaine, pour un investissement estimé entre 100 000 et 350 000 francs. «La clientèle fait plus attention à ses dépenses et, par conséquent, est plus précise dans ses choix. D'où l'importance de lui offrir un produit qui lui correspond», estime le directeur. Un confort qui passe par des connexions internet performantes, un matériel de séminaire à la pointe, des téléviseurs à écran plat et un design harmonieux.

## Une banque du tourisme à l'étude

Le Conseil fédéral doit élaborer un rapport relatif à la création d'une banque du tourisme sur le modèle autrichien. Le Conseil des Etats a approuvé lundi un postulat à ce sujet.

DANIEL STAMPFELI

Dans son postulat déposé au Conseil des Etats, le PDC uranais Isidor Baumann a chargé le Conseil fédéral de remettre au Parlement, d'ici fin 2012, un rapport démontrant la faisabilité d'une banque du tourisme sur le modèle autrichien. Une préoccupation qu'il justifie par la détérioration de la situation financière de l'économie touristique depuis que l'initiative sur les résidences secondaires a été adoptée. Le socialiste bernois Hans Stöckli, coprésident de la

destination Jura & Trois-Lacs, a adopté le postulat. «La situation est très grave», estime-t-il. «Nous devons être à la fois meilleur et moins cher et devons développer de nouveaux produits.» L'instrument actuel, la Société suisse de crédit hôtelier, ne consent des prêts à faibles taux d'intérêts qu'aux établissements d'hébergement. Or, avec ces seuls établissements, il est impossible de créer les produits nécessaires. «Se référer à la solution autrichienne se

justifie donc tout à fait», déclare Hans Stöckli. «Elle devrait au moins être évaluée.»

Pour sa part, le conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann a recommandé de rejeter le postulat. La création d'une banque de tourisme étant une pure question de politique industrielle. Pour lui, «l'ensemble des instruments de financement de la banque du tourisme autrichienne doit être évalué de manière critique d'un point de vue politique.» D'une

part, car en encourageant la qualité on interfère dans la structure d'hébergement; d'autre part, parce que la banque du tourisme autrichienne, en octroyant des prêts directs se trouve en concurrence avec les établissements de crédit privés, hotelleriesuisse a également rejeté le postulat. Toutefois, avec 24 voix contre 4, le Conseil des Etats a adopté le postulat.

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

MA CHANCE Banque WIR

LE SUPPORT DES PME PAR EXCELLENCE

Le système WIR – une idée géniale

www.banquewir.ch  
Tél. 0848 947 948

# Thèmes suisses porteurs

**Randonnées en hiver, traditions en été: avec ces thèmes, Suisse tourisme entend attirer des visiteurs dans notre pays. 60 millions de francs ont été investis dans ces campagnes.**

CHRISTINE KÜNZLER

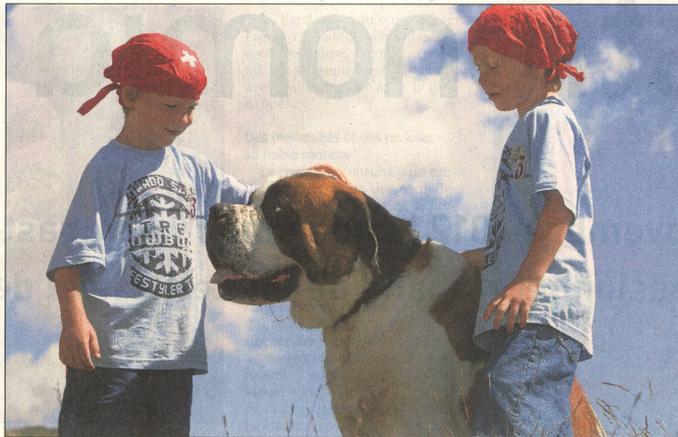
Suisse Tourisme (ST) vient de lancer sa campagne d'automne. Avec des prix défiant toute concurrence dans les hôtels et des prix réduits dans les transports publics pour attirer les touristes suisses (voir htr du 13.09.12). De quoi affecter certains hôteliers, amers. Urs Eberhard, directeur adjoint et responsable marchés et meetings à Suisse Tourisme, revient sur le concept: «Nous tentons d'attirer des hôtels qui vendent leurs

chambres à prix fixe.» Cela signifie que chaque catégorie a son prix fixe. «Ces offres sont un succès car elles permettent aux clients de choisir plus facilement.» Cinq jours après son lancement, la campagne d'automne a déjà engendré 2000 nuitées, dont 57% ont été réservées par STC et 43% par internet.

## Le repos en hiver, l'authenticité en été

«Pour ces actions à prix fixes, nous tentons de générer 50 offres. Tout prestataire qui ne souhaite pas participer à cette campagne, peut toutefois publier son offre avec une réduction au cas où nous ne trouverions pas suffisamment d'offres à prix fixes.» Urs Eberhard ne comprend pas vraiment la grogne de certains hôteliers: «Sur Booking, il est souvent possible de trouver la chambre correspondante au même prix, voire meilleur marché.»

Quant à l'hiver 2012/2013, il est placé sous le slogan: «Nous faisons tout pour que vos vacances d'hiver soient reposantes». ST s'est concentré cette année sur les



La campagne d'été 2013 de Suisse Tourisme misera sur l'authenticité et les traditions.

SWISS-IMAGE

randonnées hivernales. Avec, entre autres, un magazine en six langues pour le tourisme urbain en hiver, une brochure électronique et son supplément contenant 22 suggestions, un spot TV avec Sebi et Paul. La saison d'hiver sera lancée le 30 octobre à Zurich.

Le thème de la campagne d'été gravitera autour de l'authenticité, des coutumes et traditions, avec pour titre «Traditions vivantes». Là aussi, il est prévu de publier une brochure électronique en collaboration avec tous les partenaires régionaux. Un magazine ST continuera de promouvoir la brochure «100x la Suisse authentique» avec les coutumes et traditions suisses les plus impressionnantes, y compris des offres de séjours pour un été suisse. Le spot TV avec Sebi et Paul a par

ailleurs déjà été tourné. Parmi les autres actions marketing: un film d'ambiance, un jeu en ligne ainsi que divers offres, avant tout pour des hôtels typiquement suisses et des Swiss Historic Hotels. «L'année prochaine, nous ne lancerons pas de partenariat marketing à durée limitée comme celle des «Hôtels au bord de l'eau», note la directrice marketing Nicole Diermeier. «Mais il y aura des offres spéciales telles que les Top50. Nous ne pouvons pas encore donner d'exemples concrets.» Le budget pour le marketing estival est de 40 millions de francs.

## Double stratégie pour Suisse Tourisme

Urs Eberhard constate que les trois marchés sources les plus importants pour la Suisse sont,

outre le marché indigène, l'Allemagne, la Grande Bretagne et les USA. Il relève toutefois qu'il s'agit là d'un profil actuel de la situation et que des imprévus peuvent changer la donne. ST poursuit une double stratégie. L'organisation touristique suisse entend d'une part écumer le potentiel des marchés en forte croissance. «Nous faisons des propositions aux voyageurs pour les touristes venant en Suisse pour la 2e ou 3e fois et tentons d'être présents dans les brochures des tour-opérateurs.» ST se concentre d'autre part sur les hôtes suisses réguliers. Avec à la clé des propositions concrètes, comme les 24 musées les plus fous.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 9

## En bref

### Suisse

#### Places de travail en gare de Berne et Genève

Deux businesspoints ouvriront dans les gares de Berne (printemps 2013) et de Genève (2014). Les salles de réunion, pouvant accueillir jusqu'à 36 personnes, et les bureaux seront entièrement équipés afin de faciliter le travail des personnes en déplacement. Ces businesspoints seront exploités par les CFF, en partenariat avec l'exploitant mondial de centres de business Regus.

### Valais

#### Un téléphérique reliera Zinal à Grimentz



ldd

Après 14 mois de procédure, l'Office fédéral des transports a délivré la concession pour le téléphérique de liaison entre Grimentz et Zinal. L'ouverture de la nouvelle installation est prévue pour l'hiver 2013-2014. Les deux cabines pourront contenir 125 skieurs. Le trajet Zinal Sorebois-Grimentz sera effectué en un peu plus de 7 minutes. Ib

ANZEIGE

Cela me rend heureuse de pouvoir aller travailler chaque jour.

Fernanda, cueilleuse, Brésil

**Michel**<sup>®</sup>

Du bonheur à chaque gorgée.

Fairtrade  
MAX HAVELaar

# gastronomia

du 4 au 7 novembre 2012 | Lausanne | [www.gastronomia.ch](http://www.gastronomia.ch)

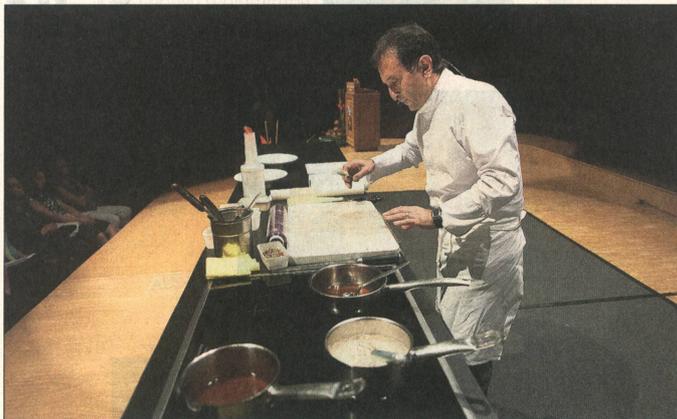
Salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la restauration



## Votre salon professionnel au cœur de la Suisse romande

- Zone de rencontre ouverte à tous
- Master classes
- 1<sup>er</sup> concours intercantonal des apprentis de cuisine et service, avec produits du terroir
- Débats
- Championnat suisse des écaillers
- Hôtes d'honneur : Well Made Italy et Danemark

Et bien plus encore...



Carlo Crisci transforme un produit noble, les pétoncles, en un produit commun, une pâte à nouille.

Photos Ville de Lausanne/Didier Oberson

## Quand la science fond en bouche

**Carlo Crisci a démontré au public de la Semaine du goût que la cuisine est un art de la transformation. Avec à l'appui, l'éclairage d'un biochimiste et d'une anthropologue.**

LAETITIA BONGARD

La cuisine comme une science expérimentale, où chaque phénomène possède une explication. C'est ce qu'a démontré le chef Carlo Crisci lundi soir dans le cadre de la Semaine du goût. Invité par l'Université de Lausanne, le chef du Cerf à Cossonay a mijoté quelques plats sous les yeux d'un public curieux et participatif. Originalité de la démarche: sa cuisine était commentée par le biochimiste Jacques Mauel et l'anthropologue Daniela Cerqui. Un moyen de décortiquer la gastronomie moléculaire, de l'expliquer et d'initier une réflexion sur l'alimentation du futur.

«Sublimer le produit est le rêve de tout cuisinier. Cela passe par

la transformation, la dénaturation du produit», explique Carlo Crisci. Maîtriser le produit dans l'infiniment petit, au niveau moléculaire pour le servir sous une forme créative, originale, parfois inattendue.

### La prairie en ébullition

Beaucoup de choses se passent sous l'effet de la chaleur. Le consommé d'herbes de Carlo Crisci par exemple: un «jus de prairie» à base de lierre terrestre, d'égo-pode, de plantain et de céleri porté à ébullition. «Regardez bien, indique le chef à son public, sous l'effet de la chaleur, la chlorophyl-

le se précipite. C'est encore plus flagrant lorsqu'on rajoute l'égo-pode. Une fois filtré, le jus a un goût de champignon, de viande.» Jacques Mauel explique les similitudes de ces plantes au niveau moléculaire: «Toutes proviennent de composés phénoliques, ce qui leur confère des propriétés aromatiques et gustatives.»

### «Sublimer le produit passe par sa transformation, sa dénaturation.»

Carlo Crisci  
chef du Cerf à Cossonay

Le chef opte pour une variante: une île flottante de foie gras, sous forme de mousse. «Un moyen détourné de faire aimer cet aliment qui peut rebuter du fait de sa texture, de sa graisse.» En l'arrosant du consommé d'herbes, le foie gras coa-

gule. Explication du biochimiste: l'ajout d'un additif alimentaire, la méthylcellulose, permet d'obtenir un gel semi-solide à chaud, avec l'avantage de n'avoir ni goût ni odeur.

### Des tagliatelles et des ravioles au noble contenu

Le chef passe ensuite à un produit noble proche des coquilles St-Jacques, les pétoncles. Il propose de les apprêter différemment. Après les avoir décoquillées et écrasées, il les étale pour en faire une pâte à nouille. Pour l'anthropologue Daniela Cerqui, «une façon de déhiérarchiser, de traiter les aliments à égalité, de surprendre en allant à l'encontre de notre mémoire olfactive.» Au niveau scientifique, Jacques Mauel y voit une démonstration de la coagulation des protéines. La masse de pétoncles se solidifie sous l'effet de la chaleur. «Comme lorsqu'on chauffe un œuf ou du lait, les acides aminés contenus dans ces protéines se délient. Ces molécules peuvent alors rencontrer d'autres, par exemple des molécules d'eau, avec lesquelles elles s'associent.»

La maîtrise de ce monde infiniement petit interroge Daniela Cerqui. «Une fois que le fonctionnement est connu, cela signifie que l'on peut reconstruire ces molécules. Avec toutes les dérives que



### Finition au jaune d'œuf pour les tagliatelles de pétoncles.

cela peut supposer.» Peur d'en arriver à une alimentation de substitution, composée de pilules ou de produits artificiels, comme c'est le cas avec le fromage ou la viande. Mais, pour le plus grand soulagement des trois conférenciers, des événements comme la Semaine du goût viennent aussi contrebalancer cette tendance.

## A la bonne soupe: espuma de pommes et minestrone

Une soupe dans un gobelet, non pas une mais quatre préparées simultanément par la crème des chefs genevois dans le cadre de la Semaine du goût. Tout cela tout près du buste bienveillant de Jean Piaget, au parc des Bastions. Jeudi dernier, la ville de Calvin offrait ses cardons en vichyssoise accompagnés de panais, avec espuma de pommes vertes

et dés de féra fumée. Voilà pour la recette de Peter de Smedt, de La Récolte, du Crowne Plaza.

Certains optaient pour le choc des saveurs, alors que d'autres se contentaient de revisiter un parfum d'enfance. La minestrone de Fabrizio Domilici de l'Olivio, Starling Hôtel, au Grand-Saconnex charriait notamment branches de céleri et haricots cannellini. Interrogé par un de ses

collègues sur la vraie minestrone, il répond: «C'est un repas de pauvres qui laisse la liberté à chaque famille de l'apprêter différemment.» Pour la malice, Bernard Lonati, de Ma Colomière, glisse un lait de crocodile dans les petits pois, il s'agit d'un thé fumé chinois. Alors qu'en guise de croûtons, Serge Labrosse, cuisinier du parc, trempe du pain d'épices. aca

## Dénominations en question

**Marque ou 1er Grand Cru? Les producteurs vaudois choisissent en fonction de leur région de production. Et on sait déjà que le «sommets de la pyramide» n'attirera pas les foules.**

PIERRE THOMAS

Il y avait onze à la douzaine, les 1ers Grands Crus vaudois, ce printemps, en présentation officielle et précipitée aux autorités politiques. Il a fallu attendre début septembre pour que le 12e sorte du bois, le Château de Mallessert, à Perroy, sur La Côte vaudoise. Vinifié sur place depuis 2001 par la coopérative Uvavins, ce domaine, appartenant à la famille de Saugy et cultivé par des

Dufour, de père en fils depuis quatre générations, est déjà un Grand Cru, diffusé à hauteur de 60 000 bouteilles. Le domaine, de 15 hectares, est planté exclusivement en chasselas. Le 1er Grand Cru, lui, est tiré d'une bande de terrain de haut en bas du coteau. A raison de 800 grammes au mètre carré, ces 17 000 m<sup>2</sup> de vigne remplissent une cuve inox de 13 000 litres. A terme, le Château de Mallessert pourra «faire» du 1er Grand Cru sur toute sa surface: le dossier technique a été accepté pour l'entier du domaine. Aujourd'hui, le prix de la cuvée normale (et néanmoins Grand Cru) est de 12 frs et le 1er Grand Cru, à 14,90 frs.

### Du 1er Grand Cru à la sélection du domaine

Autre présentation-dégustation, à Lavaux cette fois, chez les Frères Dubois, à Cully. Même



Le Château de Mallessert, au dessus de Perroy (VD).

cépage (chasselas), même rendement de 800 grammes au mètre carré, même vinification (en cuve), même différence de hiérarchie (un vin «normal» et une sélection), mais un «plus» pour la cuvée Dézaley-Marsens de la Tour Vase No 4: le retour à un vieillissement d'un an dans un grand fût de chêne patiné de 6300 litres. Rayon prix, une cuvée normale, à 22 frs, et cette sélection, tirée de vieilles vignes, à 28 frs. Et constat: un dézaley «sélection du domaine» vaut

deux fois plus cher qu'un 1er Grand Cru de La Côte «officiel». A quoi bon se battre pour des 1ers Grands Crus, dans ces conditions? Sur six nouvelles demandes de 1er Grand Cru pour 2012, seuls trois dossiers sont en voie d'acceptation. Ils s'ajoutent aux douze vins agréés en 2011, et porteront donc cette élite à quinze vins en 2012...

### Les Frères Dubois ne sont pas candidats au 1er Grand Cru

Uvavins affirme avoir été retenu avec le Château La Bâtie, à Vinzel, à La Côte. Quant aux Frères Dubois, ils n'ont pas déposé de dossier. Car l'ensemble du Dézaley s'achemine vers un Grand Cru, agréé en A.O.C. dès le millésime 2013. Un étage intermédiaire entre les grands crus, qui sont les seules véritables A.O.C. communales du vignoble vaudois, et le 1er Grand Cru, défini sur dossier.

## KELLOGG'S MÜSLI

— pour un savoureux début de journée



4 raisons de choisir Kellogg's

- Une qualité supérieure assurée pour votre buffet de petit-déjeuner
- Une délicieuse diversité des saveurs
- Une fraîcheur croustillante qui se conserve longtemps
- Aisément calculable et rentable



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



«Charpentier, cueilleur de café, vigneron, c'est la même chose. Dès que le travail de quelqu'un devient admirable, c'est de l'art.»

Oxmo Puccino Rappeur, lu dans «Le Nouvelliste»



Jean-Marc Boutilly et Charlotte Boutilly-Renaud ont été nommés au premier septembre, à la direction du Mirador Kempinski.

Photos Idd

«Nous avons, précise Jean-Marc Boutilly, un certain nombre de directives, notamment en termes de haute qualité de prestations. De là, le cahier des charges précise également des objectifs. Mais, dans ce cadre, nous sommes libres de nos décisions.»

#### Poser un regard neuf sur le paysage touristique régional

Charlotte Boutilly-Renaud ajoute: «Nous bénéficions d'une structure marketing extrêmement performante au sein du groupe, avec la possibilité de nous associer, de cas en cas, aux démarches régionales, ce que nous n'allons pas manquer faire.» Une région que la nouvelle direction du Mirador avoue «redécouvrir», même si, peu ou prou, elle en a suivi l'évolution. Comment, dès lors, se positionner face au «nouveau» paysage touristique régional, face à l'émergence des résidences de grand luxe (au Mont-Pèlerin et au Domaine du Signal de Chexbres)?

## Hôtel de leur rencontre

Nous ne dirons pas que c'est un retour aux sources, mais ça y ressemble. Premier maître d'hôtel puis F & B Manager de l'Hôtel Mirador (qui n'était pas encore un établissement Kempinski), Jean-Marc Boutilly a rencontré Charlotte Renaud, étudiante à l'EHL, faisant des «extras» dans l'établissement. Des destinées se croisent. Et «aujourd'hui, travailler ensemble me semble inscrit dans nos gènes, dans notre ADN», précise-t-il, en parfaite adéquation avec elle.

Car depuis ces premières armes sur les hauts de Vevey, le couple vit et travaille ensemble, lui, diplômé du Lycée Hôtelier de Strasbourg, elle, de l'École hôtelière de Lausanne. Au Lausanne-Palace & Spa tout d'abord, Food & Beverage manager, puis assistant de Jean-Jacques Gauer pour lui, comme Sales Manager, puis chargée des

**Jean-Marc Boutilly et Charlotte Boutilly-Renaud viennent d'être nommés à la tête du Mirador Kempinski. Ils y arrivent «le plus naturellement du monde».**

JEAN-JACQUES ETHENOZ

séminaires et banquets du même établissement pour elle.

Comme directeur général et, respectivement Executive Manager, entre 2004 et 2009, aux Trois-Couronnes de Vevey, ensuite. Avant un épisode valaisan, la remise en état et la réouverture du Crans Ambassador, à Crans-Montana. Et, depuis premier septembre dernier, la direction générale du Kempinski Le Mirador, pour Jean-Marc Boutilly et la charge d'Executive Assistant pour Charlotte Boutilly-Renaud, un patronyme composé revendiqué alors que l'époux, comme un brin machiste, verrait bien le sien comme seule référence.

#### Une nouvelle donnée pour eux: le prestige Kempinski

Retour aux sources, disions-nous. Reste que depuis leur premier passage au Mirador, une nouvelle donnée est intervenue: le



Le Mirador Kempinski du Mont-Pèlerin veut offrir de hautes qualités de prestations.



Une des nouvelles suites de l'hôtel.

prestige Kempinski. Comment s'en accommoder-t-on, alors que jusque là, les carrières parallèles et communes s'étaient faites dans des structures plus petites et, surtout, plus indépendantes. La réponse est à l'unisson: «Le plus naturellement du monde.» Ils succèdent à Jean-Marc Michel qui devient General Manager du Kempinski Seychelles Resort.



La terrasse du Mirador surplombant Vevey.

A voir pour Jean-Marc Boutilly qui précise qu'il n'a pas encore rencontré ses collègues, la nouvelle direction de l'office du tourisme, tout occupé à s'intéresser et découvrir d'abord un «outil» extraordinaire, le Mirador-Kempinski.

C'est avec une profonde tristesse que nous vous faisons part du décès de

### Milan Resnik

enlevé à notre tendre affection, le 10 septembre 2012, en Slovaquie, à l'âge de 73 ans, des suites d'un long et pénible cancer, supporté avec courage, dignité et discrétion.

Il s'est entièrement dévoué à son métier d'hôtelier qui le passionnait tant.

Ses qualités professionnelles et humaines, ainsi que sa jovialité et son humour unique, ont fait de lui une personne reconnue et estimée dans le monde de l'hôtellerie internationale.

Ses filles,

Valérie Resnik et Katja Dubuis-Resnik  
Grand-Rue 41, 1814 La Tour-de-Peilz (VD)

## Haute technologie des cuves

La Cave de Genève vient d'inaugurer de nouvelles installations. Elles permettront une augmentation du nombre de litres conservés sur le site.



Hugues Quennec, Martine Brunschwiger Graf et les cuves.

Les nouvelles cuves de vin rouge de la Cave de Genève viennent d'être inaugurées, à Satigny en présence de leur marraine Martine Brunschwiger Graf et de leur parrain Hugues Quennec. Il s'agit de 14 cuves thermorégulées en inox, 7 de 19000 litres de forme tronconique et 7 de 22000 litres de forme cylindrique. Elles sont réparties en deux blocs de 7 élé-

nombre de litres conservés sur le site et une amélioration significative des techniques et possibilités de vinification pour les œnologues Florian Barthassat et Patrick Gräzer», indique La Cave de Genève dans un communiqué. Ces cuves permettent également un contrôle optimisé de la température de fermentation «pour un gain en finesse et en équilibre, une qualité affinée d'extraction des tanins et une couleur maximisée».

Ce nouvel équipement sera opérationnel dès les prochaines vendanges qui, pour les cépages rouges, commencent début octobre. Elles remplacent dix cuves en acier de 18000 litres. »

# PROFIL

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

Nr. 18 · 20. September 2012

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**HOTELLERIE\***  
**GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



## SPERRFRIST BEI KÜNDIGUNG

Sie möchten einem Mitarbeitenden kündigen, welcher seit zwei Jahren in Ihrem Betrieb angestellt ist, nun ist er aber seit zwei Monaten krankgeschrieben. Gemäss Auskunft des Arztes handelt es sich um eine längere Krankheit. Muss ich mit der Kündigung warten, bis er wieder gesund ist? Der zeitliche Kündigungsschutz ist im Schweizerischen Obligationenrecht geregelt. Art. 336c OR sieht folgende Sperrfristen vor:

**1. Arbeitsjahr: 30 Tage / 2.–5. Arbeitsjahr: 90 Tage / ab dem 6. Arbeitsjahr: 180 Tage.**

Eine Kündigung, welche während dieser Sperrfristen ausgesprochen wird, ist nichtig. Somit kann der Arbeitgeber während der genannten Fristen nicht rechtsgültig kündigen. Wird die Kündigung trotzdem ausgesprochen, ist sie ungültig und verschiebt sich nicht automatisch auf den nächstmöglichen Termin. Der Arbeitgeber muss nach Ablauf der Sperrfrist nochmals kündigen. Erfolgt die Kündigung vor Beginn einer Sperrfrist, so ist die Kündigung gültig. Ist die Kündigungsfrist hingegen bei Beginn

einer Sperrfrist noch nicht abgelaufen, so wird die Kündigungsfrist unterbrochen und erst nach Beendigung der Sperrfrist oder bei vollständiger Arbeitsfähigkeit fortgesetzt. Im konkreten Fall kann das Arbeitsverhältnis nicht aufgelöst werden, da die Sperrfrist noch nicht abgelaufen ist. Erst nach einem weiteren Monat Abwesenheit (total 90 Tage) infolge der gleichen Krankheit darf das Arbeitsverhältnis unter Einhaltung der ordentlichen Kündigungsfrist aufgelöst werden. Sollte der Arbeitnehmer aufgrund einer neuen Krankheit/Unfall etc. der Arbeit in der Kündigungsfrist wieder fernbleiben, löst dies eine neue Sperrfrist aus. Die Sperrfrist würde erneut maximal 90 Tage betragen. Während der Probezeit finden die Sperrfristen keine Anwendung, und dem Arbeitgeber ist es erlaubt, unter Einhaltung der ordentlichen Kündigungsfrist, das Arbeitsverhältnis trotz Krankheit während der Probezeit aufzulösen. In diesem Fall endet die Krankentaggeldzahlung in unserer Branche aber nicht mit dem letzten Anstellungstag. Dauert die Krankheit oder der Unfall länger

als die Kündigungsfrist, hat der Arbeitgeber den Lohn über das Arbeitsverhältnis hinaus zu zahlen. Die Krankentaggeldzahlung dauert maximal bis zum Ablauf der Wartefrist. Danach hat der Arbeitnehmer die Möglichkeit, in eine Einzeltaggeldversicherung überzutreten. Jedoch ist nur der Arbeitgeber an die Sperrfristen gebunden. Der Arbeitnehmer kann das Arbeitsverhältnis jederzeit unter Einhaltung der Kündigungsfrist auflösen, ohne die Sperrfristen zu beachten; ebenfalls ist eine Auflösung des Arbeitsverhältnisses im gegenseitigen Einverständnis möglich. Sofern der Arbeitnehmer bereits eine neue Arbeitsstelle gefunden hat oder aus sonstigen Gründen auf die Verlängerung der Kündigungsfrist verzichten möchte, kann das Arbeitsverhältnis im gegenseitigen Einvernehmen auf einen beliebigen Zeitpunkt aufgelöst werden. Wir empfehlen Ihnen, diese Vereinbarung unbedingt schriftlich festzuhalten.



Annette Rupp  
Projektleiterin Rechtsdienst  
www.hotelleriesuisse.ch

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

**Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg**

Alle Netzwerkpartner unter:  
[www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk](http://www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk)

**CURAVIVA.CH**

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association

AGENDA

1. Oktober

«reception@hotelleriesuisse», von hotelleriesuisse, im Seminarhotel Sempachersee in Nottwil

[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

5./6. Oktober

«Culture and Tourist Behaviour in China, India and Russia», bei Schweiz Tourismus in Zürich

[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

17. Oktober

«NDS HF Hotelmanagement», Start Zyklus 39, von hotelleriesuisse, im SolbadHotel in Sigriswil

[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

2. November

«Professionelles Arbeiten in der Wäscherei/Lingerie», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, in Wädenswil

[www.hotelundgastrounion.ch](http://www.hotelundgastrounion.ch)

13. November

«Flambieren und Tranchieren mit der Weltmeisterin Sabrina Keller», vom Berufsverband Restauration, in Balsthal

[www.hotelundgastrounion.ch](http://www.hotelundgastrounion.ch)

22. November

«F&B-Club: Gastrozesse – Prozessdenken im Arbeitsalltag», vom Schweizer Kochverband, in Brig

[www.hotelundgastrounion.ch](http://www.hotelundgastrounion.ch)

BUCHTIPP



Die Antwort auf Rechtsfragen im Alltag

Was tun nach einem Diebstahl? In welchen Rechtsfällen ist ein Anwalt beizuziehen? Wie kann man gegen eine falsche Busse vorgehen? Wer zu seinem Recht kommen will, sollte wissen, wie das Schweizer Rechtswesen funktioniert. Dieses Nachschlagewerk vermittelt das nötige Grundwissen zu allen wichtigen Themen: Arbeit, Versicherung, Verkehr, Strafrecht, Geld, Wohnen und Konsum. Einfach, klar und praxisbezogen, hilft der Ratgeber dabei, die Rechtslage zu klären, und er liefert Übersetzungshilfen zu juristischen Fachbegriffen. Im Ernstfall ist das Buch eine verlässliche Orientierungshilfe in Bezug auf Beweise, Fristen und Prozesse. – Der umfassende Rechtsratgeber beantwortet Ihre grossen und kleinen Rechtsfragen im Nu; unkompliziert und kompetent.

«Rechtsfragen im Alltag», Beobachter-Buchverlag, von Dominique Strelbe

ISBN 978-3-85569-559-1 – CHF 38.00



KEYSTONE

DIE TODSÜNDEN IM BEWERBUNGSGESPRÄCH

Sie erhalten Absage über Absage, ohne sich je vorstellen zu können? Das könnte auch an Ihrem Bewerbungsschreiben liegen. Eine deutsche Studie zeigt, was Personalchefs am schlimmsten finden.

Das Allerschlimmste ist, wenn ein Bewerbungsschreiben mit Flecken versehen ist oder geknickte Ecken aufweist. Dann landet Ihr Schreiben garantiert auf dem Absagestapel. Doch fast ebenso schlimm sind Rechtschreib- oder Tippfehler. Die Personalverantwortlichen werten derlei Schludrigkeiten entweder als Desinteresse oder als Indiz für schlampiges Arbeiten. Man könnte meinen, das sei klar, aber jede fünfte Bewerbung enthält Schreibfehler. Sicher, Fehler passieren, nobody is perfect. Da kann man doch auch mal ein Auge zudrücken, Gnade vor Recht walten lassen. Auch in der Bewerbung. Denn was sagt so ein Tippfehler schon aus...? So argumentieren jedenfalls Bewerber. Die Umfrage bei den Personalchefs zeigt das Gegenteil. 260 Personalchefs wurden gefragt, wie viele Fehler sie akzeptieren, bis sie eine Bewerbung ablehnen?

Die Antworten sind eindeutig:

einen Fehler:	18 Prozent
zwei Fehler:	28 Prozent
drei Fehler:	24 Prozent
vier Fehler:	10 Prozent
fünf Fehler:	6 Prozent
sechs Fehler und mehr:	4 Prozent
Ist mir egal:	9 Prozent

Spätestens ab vier Fehlern ist also bei den meisten Personalchefs Schluss mit lustig. Schon bei drei Fehlern landet die Bewerbung bei jedem zweiten Befragten im Aus. Da gibt es also nur eines, lassen Sie Ihren Text gegenlesen, damit er fehlerfrei ist. Am allerschlimmsten finden die Personalverantwortlichen übrigens, wenn die Adresse, die Ansprechperson oder das Unternehmen falsch geschrieben ist. Also prüfen Sie nach, ob da alles stimmt.

SCHLUDRIGE TEXTE

Für zwei Drittel aller Personalchefs ist unangemessene Sprache oder Jargon ebenfalls eine Todsünde. SMS-Sprache mit halben Sätzen und Abkürzungen wie «mfg» «s. g. H. Müller» gehen in einem Bewerbungsschreiben nicht. Ein böser Schnitzer ist ebenfalls «Hallo, Frau Müller» statt «Sehr geehrte Frau Müller», auch wenn ein persönlicher Kontakt vorausging. Schliesslich wird die Bewerbung im Unternehmen weitergereicht. Vertraulichkeit schadet ebenso wie zu viel Distanz. Ein «Hochachtungsvoll» am Schluss passt nicht mehr in unsere Zeit, dahin gehört ausgeschrieben «Mit freundlichen Grüssen».

ÜBERLÄNGE

Klar und knapp formulieren, muss man in fast jedem Beruf können. Eine Seite für das Anschreiben reicht deshalb. Keine Tricksereien mit der Spaltenbreite und Schriftgrösse, auch nicht an den Absätzen sparen. Drei Textblöcke für Motivation, Erfahrungen/Fähigkeiten und den «Abgesang» (Eintrittstermin, Gehaltsvorstellung, Referenzen etc.) sind ein gutes Mass.

LAHMER EINSTIEG

Es gibt immer noch Leute, die zu Papier bringen, was offensichtlich ist: «Hiermit bewerbe ich mich als ...» Oder: «Ihre Stellenausschreibung interessiert mich.» Wer hätte das gedacht? Ein idealer Aufhänger ist ein persönlicher Kontakt: «Vielen Dank für das freundliche Gespräch auf der Rekrutierungsmesse XY.» Dann schnell zur Sache kommen und erläutern, warum man zu der Stelle passt.

ICH, ICH, ICH

Nicht der eigene Vorteil zählt, sondern der Nutzen für das Unternehmen. Schlecht: «Von der Stelle erwarte ich mir, dass ich einen tiefen Einblick in die Branche gewinne und mich weiterentwickeln kann.» Gut: «Um Ihre Expansion in der Westschweiz voranzutreiben, bringe ich profunde Französischkenntnisse mit.» Selbstverlobt wirkt es, wenn jeder Satz mit «ich» beginnt.

PHRASEN DRESCHEN

«Ich bin teamfähig, kommunikationsfähig und durchsetzungsstark» – das kann jeder behaupten. Beweise zählen, etwa ein erfolgreiches Projekt an einer Hotelfachschule, ein Preis an einem Kochwettbewerb oder herausragende sportliche Leistungen. Nicht das Qualifikationsprofil aus der Stellenausschreibung nachbeten.

ÜBERTREIBEN

Wer sich ausschliesslich in Superlativen beschreibet, macht sich unglaubwürdig. Auch Anbiederer – «in meinen Augen sind Sie das innovativste Unternehmen der Branche» – kommt nicht gut an. Schlagworte vermeiden. Fachbegriffe dagegen müssen sein, weil sich sonst Erfahrungen und Kenntnisse nicht richtig einordnen lassen.

Mario Gsell

ZITAT DER WOCHE

«Jeder Mensch kommt mit einer sehr grossen Sehnsucht nach Herrschaft, Reichtum und Vergnügen sowie einem starken Hang zum Nichtstun auf die Welt»

Voltaire

ARBEITSSICHERHEIT

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

WÄSCHEREI/GLÄTTEREI (Fortsetzung)

Dieser Arbeitsbereich ist in einem modernen Beherbergungsbetrieb ebenfalls hochgradig technisiert. Informations- und Ausbildungsstand des bedienenden Personals entsprechen aber nicht in jedem Fall den Anforderungen an einen sicheren Betrieb. Daraus können sich vermehrt Unfallgefahren ergeben.

Eine Gefahr bilden Elektroinstallationen im Nass- und Feuchtbereich. Die Steckdosen müssen gegen Fehlerstrom gesichert sein (FI-Schutzschalter).

Weitere Gefahren können bei folgenden Maschinen auftreten: Waschmaschinen, Zentrifugen, Tumbler, Mangen, Bügelpressen, Bügelmaschinen usw.

Die meisten Unfälle sind Verbrennungen sowie Verletzungen durch Antriebsorgane, Trommeln und Walzen

Handbügeleisen

Gefährdung:

- Lebensgefahr bei Berührung stromführender Teile infolge defekter Isolation
- Verletzungen und Verbrennungen durch hinunterfallende Bügeleisen

Mögliche Massnahmen:

- Handgriff isolieren
- Anschlusskabel beim Eintritt in das Bügeleisen mit wärmebeständiger Isolation und flexibler Schutzhülle versehen
- FI-Schutzschalter anbringen (max. 30 mA)
- Zuleitung zweckmässig, zum Beispiel von oben, installieren
- Sicherem Standort für Bügeleisen in Ruhestellung wählen
- Personal informieren, unter anderem auch über geeignetes Schuhwerk

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](http://www.ekas.admin.ch)

Für ein modernes \*\*\*Ferien- und Sporthotel (50 Betten) mit attraktiver Restauration in den Ostschweizer Bergen suchen wir auf Winter 2012 eine dynamische, teamorientierte Persönlichkeit als

### Geschäftsführer w/m oder Paar

Sie haben eine Hotel- und Gastroausbildung, Freude am Gastgebersein und suchen ein langfristiges und selbstständiges Jahresengagement, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. **Chiffre 22852-9137, htr hotelerive, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern**

22852-9137



## GRINDELWALD

Für unser \*\*\*\*Haus im Zentrum  
suchen wir nach Vereinbarung

### Chef de Réception

Sie sind verantwortlich für den gesamten Frontbereich mit Reservation, Administration, Gästebetreuung, Kassenführung und Debitorenbuchhaltung. Zu Ihrer Qualifikation gehören eine entsprechende Ausbildung und Erfahrung an der Réception mit Praxis im Fidello und Freude am Réceptionsalltag.

Sprachen wie D, E, evtl. F, Führungstalent, hohes Verantwortungsbewusstsein, Teamgeist und Tatendrang sind für Sie selbstverständlich.

Wir bieten Ihnen eine attraktive Jahresstelle mit vielseitigen und interessanten Aufgaben in einem jungen Team. Gerne stellen wir Ihnen unser Haus und Ihren neuen Wirkungskreis persönlich vor.

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett, CH-3818 Grindelwald  
oder Chef de Réception, Frau Anja Zech  
Telefon: ++41 33 854 54 92, [www.kreuz-post.ch](http://www.kreuz-post.ch)

23074-9178



Die Brienz Rothorn Bahn ist ein Traditionsunternehmen im Berner Oberland. Die Dampfnahrbahn auf das Brienz Rothorn ist wohl die sinnlichste und entspannendste Art, einen Berg zu erklimmen. Auf 2266 m ü.M. steht auf dem Grat zum Brienz Rothorn das traditionelle Berghaus. Die 120 Terrassenplätze haben freien Blick auf die Alpen, mit dem Eiger im Zentrum. Im Restaurant mit den 200 Sitzplätzen ist der Blick frei auf die Alpen, die Seen und das Mittelland bis hin zur Zentralschweiz. Ein vom Restaurant abgetrennter Saal bietet 50 Sitzplätze. Die 144 Betten sind, typisch für ein Berghaus, in drei Zimmerkategorien eingeteilt. Ab der Sommersaison 2013 suchen wir ein

### Gastgeber-Paar

Sie leiten den Gesamtbetrieb. Diese Aufgabe teilen Sie idealerweise als Küchenchef/in und Leiter/in der Gästebetreuung auf. Unser Betrieb öffnet immer Anfangs Juni und schliesst Ende Oktober. Ein gutes Bild des Betriebes können Sie sich am besten noch bis am 21. Oktober 2012 vor Ort oder natürlich auch zu jeder Tages- und Nachtzeit auf [www.brienz-rothorn-bahn.ch](http://www.brienz-rothorn-bahn.ch) machen. Unser Berghaus verwöhnt unsere Gäste mit dem vielfältigsten Ausblick auf die Schweizer Alpen und die Seen des Berner Oberlandes und der Zentralschweiz, abends findet sich um das Hotel eine Steinwild-Kolonie ein.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung

Mögliche Fragen richten Sie an [simon.koller@brb.ch](mailto:simon.koller@brb.ch), Ihre Bewerbung reichen Sie ein an Brienz Rothorn Bahn AG, S. Koller, Direktor, Postfach, 3855 Brienz.

23069-9173



## EIN ORT FÜR KOPF, HERZ UND BAUCH.



### BAULÜÜT.

Grill und mehr · Bar · Lounge

Im Frühjahr 2013 eröffnen wir im CAMPUS SURSEE Seminarzentrum das neue A-la-carte-Restaurant BAULÜÜT als gastronomisches Aushängeschild innerhalb unserer Gesamtgastronomie. Mitten im Grünen. Für 100 Gäste. Dazu eine gemütliche Bar-Lounge (60 Plätze) mit Fumoir und natürlich eine Sommerterrasse (80 Plätze).

Das Konzept: Bestes vom Holzkohlegrill, erlesene Weine, stilvolles Ambiente. Ein kreatives, regionales Speiseangebot, kombiniert mit Liebe zum Detail.

## SIE SIND UNSER KÜCHENCHEF (M/W)!

### Ihre Aufgabe

Ihre Leidenschaft für feines Essen konzentriert sich auf Bestes rund um den Holzkohlegrill. Sie kochen kreativ und wollen unsere Gäste damit zum Staunen, Geniessen und Wiederkommen bringen. Zusammen mit der Restaurantleitung sind Sie die Schlüsselperson für unsere anspruchsvollen Gäste.

### Ihr Profil

Ihre Mitarbeitenden spüren Ihr positives Engagement, Ihre Freude am Beruf. Küchenbrigade und Vorgesetzte können sich auf Ihre Führungsqualitäten verlassen. Eine solide Aus- und Weiterbildung sowie Erfahrung in der (Grill-)Restauration zeichnet Sie aus. Sie bringen gute Anwenderkenntnisse der MS-Office-Programme mit.

### Wir bieten Ihnen

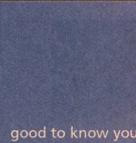
...die Chance, mit Ihrer Küchenleistung ein spannendes, neues Restaurantkonzept auf anspruchsvollem Niveau zum Erfolg zu führen – als künftiges Lieblingslokal unserer Stammgäste, als genussvollen Ort zum Abschalten und Geniessen für Gäste aus der Region sowie für die Teilnehmenden unserer verschiedenen Ausbildungen und Seminarveranstalter. Sie werden miteinander beim Fine-tuning des Betriebskonzepts, bei der Einrichtung und Gestaltung sowie beim Neustart. Durch die Einbindung in ein zukunftsorientiertes Hotelunternehmen ermöglichen wir Ihnen viel Freiraum, aber auch die nötige Unterstützung. Ein Arbeitsplatz im Grünen mit attraktivem Leistungsangebot erwartet Sie.

Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gern unser Hotelier Willy Graf, Tel. 041 926 22 81. Wir freuen uns Sie kennenzulernen. Für ein kontinuierlich-aufbauendes, langfristiges Engagement.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto (keine E-Mails) senden Sie bitte an: Persönlich, Natalie Baams, Bereichsleiterin Personalwesen, CAMPUS SURSEE Seminarzentrum AG, Postfach 487, 6210 Sursee

<http://seminarzentrum.campus-sursee.ch>

23062-9165



**Randstad (Schweiz) AG**  
Aarberggasse 33  
3000 Bern 7  
Tel. 058 201 42 00  
[www.randstad.ch](http://www.randstad.ch)



good to know you

### Top Kaderstellen in Verbier

Ist bei Ihnen der Zeitpunkt gekommen, einen Karriereschritt weiter zu gehen? Für unseren Kunden, einen exklusiven Gastronomiebetrieb in Verbier, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

### Restaurationsleiter/Gerant

Als Verantwortlicher für den Frontbereich mehrerer Restaurants sind Sie die erste Ansprechperson der Gäste in diesem Hause. Sie repräsentieren das sportliche, elegante und vielseitige Angebot des Betriebes.

Ihnen obliegen die Mitarbeiterführung, die Arbeitsplanung, die Arbeitsabläufe sowie die allgemeine Koordination. Ausserdem sind Sie aktiv an der Front tätig. Sie bringen mehrjährige Erfahrung in dieser Funktion mit und haben mit Vorteil einen Abschluss einer Hotelfachschule und/oder im Bereich F&B.

Die internationale Gästeklientel betreuen Sie auf F/E/D).

Es handelt sich um eine Ganzjahresstelle, und eine angemessene Unterkunft steht für Sie bereit.

### Küchenchef

Als Küchenchef des gehobenen und eleganten Gourmetrestaurants tragen Sie die Verantwortung für das Speiseangebot und die gesamten Abläufe. Die anspruchsvollen Gäste dieses Hauses verwöhnen Sie mit Köstlichkeiten – vom einfachen exquisiten Lunch bis zum gediegenen Menu – in Top-Qualität und -Frische.

Sie zeichnen sich durch mehrjährige Erfahrung in gehobenen Betrieben sowie Ihre Führungs- und Sozialkompetenz aus. Das Küchenteam motivieren Sie zu Höchstleistungen. Das Profil des Küchenchefs beinhaltet natürlich auch das Zusammenstellen des Angebots, den Einkauf sowie die Einsatzplanung der Mitarbeiter. Es besteht die Möglichkeit, die gesamte Führung der verschiedenen Küchen dieses Betriebs zu übernehmen. Sprachen: Französisch, (Englisch /Deutsch).

Unser Kunde bietet Ihnen ein spannendes Aufgabengebiet in einem Tagesbetrieb mit der Möglichkeit Ihr Wissen und Ihr Können auf hohem Niveau einzubringen. Fortschrittliche Anstellungsbedingungen, gut eingespielte und motivierte Teams warten auf Sie.

Haben wir Sie angesprochen und erkennen Sie sich wieder? Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. Senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen auf [daniel.buerki@ch.randstad.com](mailto:daniel.buerki@ch.randstad.com).

23071-9181



sleep well. pay less. have fun.

Die im Herzen von Grindelwald gelegene Downtown Lodge ist die ideale Unterkunft für aktive, junge und jung gebliebene Individualgäste, Familien und Gruppenreisende. In Doppel- und Mehrbettzimmern finden unsere Gäste günstige Übernachtungsmöglichkeiten in einer freundlichen und familiären Atmosphäre. Mit 297 Betten ist sie die grösste Lodge der Schweiz sowie Ausgangspunkt für eine Reise auf das Jungfraujoch, oder einen Ausflug ins First-Gebiet. [www.downtown-lodge.ch](http://www.downtown-lodge.ch)

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



## GESCHÄFTSFÜHRER (w/m) ARBEITSORT GRINDELWALD

Bei dieser verantwortungsvollen Tätigkeit gehören folgende Tätigkeiten zu Ihren Hauptaufgaben:

- Führen des gesamten Beherbergungsbereiches (mit dem Ziel eine optimale Zimmerauslastung zu erreichen)
- Führen des gesamten Personals (7 Mitarbeitende)
- Mithilfe bei der Erstellung des jährlichen Marketingplanes

Für diese herausfordernde Aufgabe suchen wir eine Person mit einer kaufmännischen Grundausbildung (KV, Handelsschule oder Hotelfachschule) sowie einigen Jahren Berufserfahrung im Bereich Réception. Sie beherrschen die englische und französische Sprache in Wort und Schrift, weitere Fremdsprachenkenntnisse und Führungserfahrung sind von Vorteil.

Wir freuen uns auf die Zustellung Ihres Bewerbungsdossiers (inkl. Foto), an die Adresse: Downtown Lodge GmbH, Herr Dieter Aegerter, Grundstrasse 63, 3818 Grindelwald.

Bei Fragen steht Ihnen Herr Aegerter, Telefon 079 765 70 30, gerne zur Verfügung.



Weitere Stellenanzeigen unter [jungfrau.ch](http://jungfrau.ch)

23068-9169

**EUROPÄISCHER HOF**  
**HOTEL EUROPE**  
Engelberg Switzerland



Im Herzen des Sommer- & Winterparadieses Engelberg, direkt am Kurpark liegt der Europäische Hof. Was 1904 begann, begeistert heute Gäste und Mitarbeiter gleichermaßen, mit dem unvergleichlichen Charme der Belle Epoque. Das Hotel verfügt über 75 Gästezimmer, Seminar- und Bankettmöglichkeiten, ein Restaurant, eine Hotelbar und eine Weinstube.

Für die Wintersaison suchen wir in unser junges und motiviertes Team per **1. Dezember 2012** oder nach Vereinbarung im **100%-Pensum** in Saisonanstellung

eine erfahrene / einen erfahrenen  
**Stv. Leiterin / Stv. Leiter Réception**  
**Réceptionistin / Réceptionist**  
**Chef de partie tournant**  
**Restaurantfachfrau / -mann**

Fühlen Sie sich angesprochen, so freuen wir uns darauf, Sie kennenzulernen und erwarten Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Europäischer Hof Hotel Europe  
Frau Daniela Weinmann  
Direktionsassistentin  
Dorfstrasse 40  
6390 Engelberg  
daniela.weinmann@hoteleurope.ch  
www.hoteleurope.ch

23089-9108

**Mountain Dining**  
ROMANTIK HOTEL  
MURTAGL MÜRAGL  
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 November 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, pront'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
- Kommunikationsicher 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



23087-9108

**STRANDBAD RORSCHACH**

Die Genossenschaft Strandbad-Freunde Rorschach betreibt und verpachtet im Osten der Stadt Rorschach verschiedene Freizeitanlagen, welche im Eigentum der Stadt Rorschach sind. Auf die Saison 2013 suchen wir eine/n

**Pächter/in Jugendherberge, Restaurant, Strandbad und Golfanlage**

Sie übernehmen die Gesamtverantwortung der vier Betriebe Jugendherberge, Restaurant, Adventure-Golf-Anlage und Strandbad und führen diese in eigener Verantwortung. Dazu gehört auch die Auswahl der Mitarbeiter und Zusammenstellung der Teams. Die Betriebe werden hauptsächlich im Sommer betrieben, ein reduzierter Winterbetrieb der Jugendherberge ist möglich.

Wir suchen eine/einen initiative/n Pächter/in, der/die es versteht, diese Anlagen als beliebten Freizeittreffpunkt zu erhalten und mit neuen Ideen weiterzuentwickeln. Mit Ihrem Flair als Gastgeber und Ihrer Freude an einem regen Badebetrieb qualifizieren Sie sich für diese Aufgabe.

Fühlen Sie sich angesprochen? Weitere Informationen erhalten Sie beim Präsidenten der Strandbadgenossenschaft, Norbert Wenger, 071 855 05 62 (abends). Wir erwarten Ihre Bewerbungsunterlagen und Ihr Betriebskonzept bis Freitag, 5. Oktober 2012, an:

Strandbad-Freunde Rorschach, Genossenschaft, Norbert Wenger  
Mühlebühlstrasse 63b, 9400 Rorschach

23028-9104

Ein renommierter Gastbetrieb im Kanton Luzern, bestehend aus einer schönen Gartenwirtschaft, einer Gaststube, einem Saal und einer Bar mit Pizzeria, sucht per **Februar 2013** oder auf Vereinbarung ein

**Geschäftsführer-Paar**

Ihr Aufgabenbereich besteht einerseits darin, die Gäste aktiv zu versorgen sowie die Mitarbeitenden im Service zu führen. Ein weiterer wichtiger Teil ist das Führen des Küchenpersonals. Sie leiten, organisieren und schulen das Personal. Es wäre von Vorteil, wenn Sie diese beiden Hauptaufgaben untereinander aufteilen könnten. Die Erarbeitung des Budgets und die Überwachung der Kosten fallen ebenfalls in einen Tätigkeitsbereich.

Für diese Herausforderung setzen wir folgendes Anforderungsprofil voraus: Sie besitzen eine Ausbildung sowie mehrjährige Berufserfahrung im Gastrobereich und sind auch im Besitz des kantonalen Fähigkeitsausweises des Kantons Luzern (Wirtepatent). Sie sind ein eingespieltes Team, welches stets freundlich und zuvorkommend dem Personal und den Gästen gegenübertritt. Weiter verfügen Sie über einen guten Umgang mit Menschen und sind in jeder Situation flexibel.

Fühlen Sie sich angesprochen und bringen Sie die entsprechenden Voraussetzungen mit, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Chiffre S 193-815513 an Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

23085-9111

Per 1.01.2013 od. nach Vereinbarung:

**Jungkoch / Diätkoch**

Regionalspital Surselva Ilanz  
www.spitalilanz.ch

23043-9105

Die Gastronomiegruppe



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

Für die von uns im Auftrag geführte

**Mensa des Gymnasiums Neufeld**

Bremgartenstrasse 133, 3012 Bern  
suchen wir per 1. Oktober 2012 eine

**Betriebsleitung mit Kochfunktion (w/m)**

**Ihre Aufgabe:** Die Mensa des Gymnasiums Neufeld verfügt über 380 Sitzplätze und eine Gartenterrasse mit ca. 40 Plätzen. Es werden pro Tag ca. 350 Schüler sowie Lehrpersonen verpflegt. Das Angebot in der Mensa beinhaltet jeden Mittag 3 verschiedene Menüs sowie ein Free Choice Buffet. Zudem wird eine grosse Auswahl an verschiedenen Snacks angeboten. In Ihrer Funktion sind Sie neben der gesamten Führung des Betriebes hauptsächlich für die aktive Mitarbeit bei der Menüproduktion sowie die Sicherstellung der Gästezufriedenheit zuständig. Sie erledigen die Wochenmenüplanung sowie die Bestellungen und übernehmen die Einsatzplanung, Führung und Schulung Ihrer 5 Mitarbeitenden. Ausserdem gehören die Bearbeitung diverser administrativer Aufgaben sowie die Einhaltung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zu Ihren Arbeiten. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 07:00 bis 17:00 Uhr. Zudem gilt zu beachten, dass der Betrieb während 13 Wochen Schulferien geschlossen bleibt und keine Einsätze vorgesehen sind.

**Ihr Profil:** Wir wünschen uns eine ausgewiesene Gastgeberpersönlichkeit mit abgeschlossener Kochlehre, welche mehrjährige Berufserfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie und gute Computerkennnisse mitbringt. Zudem sind Sie im Besitz eines Wirtepatents für den Kanton Bern. Nebst Ihrem betriebswirtschaftlichen Denken und Handeln, haben Sie einen sehr hohen Qualitätsanspruch und sind neugierig und bereit, Neues zu entwickeln sowie umzusetzen. Im Team vermitteln Sie eine unterstützende Atmosphäre, kommunizieren angemessen mit verschiedenen Bezugspersonen und gehen aktiv auf diese zu. Zudem gehen Sie konstruktiv mit Kritik um und fragen bei Unklarheiten nach. Als Führungsperson gewinnen Sie Ihre Mitarbeitenden für gesetzte Ziele und verstehen Personalentwicklung als Führungsaufgabe. Ausserdem ermitteln Sie systematisch die Bedürfnisse der Gäste, betreiben fortlaufend Budgetplanung sowie -controlling und denken über die eigenen Grenzen hinaus.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

**ZfV-Unternehmungen**  
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

23071-9116



Als expandierende Hotelkette der ZfV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 14 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz, Schaffhausen und St. Gallen über 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben.

Für das seit Juni 2012 zur Sorell Gruppe gehörende

**Sorell Hotel Aarauerhof**

Bahnhofstrasse 68, 5000 Aarau  
suchen wir per sofort eine/n

**Réceptionistin / Réceptionisten**

**Ihre Aufgabe:** An der Réception empfangen und betreuen Sie unsere Gäste beim Check-in und Check-out selbständig, beantworten die eingehenden Telefonanrufe und bearbeiten die Reservationen mit dem Fidelio-Front-Office-Programm. Zudem erledigen Sie diverse Korrespondenz in Deutsch, Englisch und Französisch und sind für die Bearbeitung der Tagesabschlüsse zuständig.

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

**Wir bieten** Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

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

**Sorell Hotels Switzerland**  
ZfV-Unternehmungen  
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

23079-9117



**mittenza**

hotel restaurant kongresszentrum muttENZ

32 Zimmer, 2 Restaurants, Bar, Terrasse, Bankett- und Kongressräumlichkeiten bis über 700 m<sup>2</sup>, unmittelbare Nähe des Sportstadions St. Jakob, 6 km vom Basel-Zentrum, sucht folgende Mitarbeiter/innen zur Verstärkung des Teams:

Service:

1. 12. 2012 oder nach Vereinbarung (auch vor-/nachher)

### 1. Chef de service/Assistent/in F&B

Verantwortlich für das Serviceteam, Personaleinsatzplanung, Lehrlingsausbildung, Warenbestellung, Bankettplanung und Durchführung (bis 300 Personen). Grosse Flexibilität, Organisationstalent und Kundenorientiertheit sind selbstverständlich.

### Bankettaushilfen per sofort

Küche:

### Commis de cuisine/Chef de partie

Erste Fragen beantworten Ihnen Herr Enrique Marlés oder unser Küchenchef, Herr Christian Arnould.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen an: Hotel Mittenza, Hauptstrasse 4, 4132 MuttENZ, Tel. 061 465 50 50 / Fax: 061 465 50 51 [www.mittenza.ch](http://www.mittenza.ch) / E-Mail: [info@mittenza.ch](mailto:info@mittenza.ch)

23054-9165

Wir suchen per 1. November 2012 oder nach Vereinbarung

### Chef de Service (m/w)

Voraussetzungen für diese interessante Stelle sind:

- abgeschlossene Servicefachausbildung
- mind. 4 Jahre Berufserfahrung im gepflegten Speiservice
- freundliches und gepflegtes Auftreten
- Muttersprache deutsch

Wenn für Sie frontorientiertes Arbeiten, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit selbstverständlich sind, dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Gasthof Schützen Steffisburg  
z.Hd. Felix Milt, Geschäftsführer  
Alte Bernstrasse 153  
3613 Steffisburg

oder per Mail an:  
[info@schuetzen-steffisburg.ch](mailto:info@schuetzen-steffisburg.ch)  
Tel. +41 (0)33 439 40 00



23062-9165



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Finanzdepartement EFD  
Bundesamt für Bauten und Logistik  
BBL

Das Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL) ist zuständig für das Immobilienmanagement der zivilen Bundesverwaltung sowie für die Materialwirtschaft der gesamten Bundesverwaltung und gehört dem Eidgenössischen Finanzdepartement (EFD) an. Das Ressort Anlässe erbringt sämtliche logistische Dienstleistungen im Bernerhof und extern, welche der Schweizerische Bundesrat, die Departementsvorstehenden sowie weitere Regierungsmitglieder auf höchster Bundesebene im Zusammenhang mit der Durchführung ihrer Anlässe, wie z.B. Neujahrsempfang, Staatsempfänge, sonstige Empfänge, Arbeitsvisiten, Pressekonferenzen, benötigen.

### Stellvertreter/in Anlassverantwortliche Bernerhof (50%)

Als Stellvertreter/in Anlassverantwortliche betreiben Sie die repräsentativen Räumlichkeiten im Bernerhof, welche dem Bundesrat und seinen in- und ausländischen Gästen als Gästehaus in Bern zur Verfügung stehen. Im Rahmen der vom BBL zu erbringenden Dienstleistungen sind Sie von der Planung bis hin zur Durchführung und Nachbearbeitung des jeweiligen Anlasses zuständig. Zu Ihren Aufgaben gehören nebst umfassenden Vorbereitungsarbeiten bezüglich Raum-, Catering und Infrastrukturmittel, insbesondere die gesamte Betreuung und Bedienung des bundesrätlichen Gastgebers und dessen Gäste während der Dauer des Anlasses und im Rahmen von Sitzungen, Cocktails, Stehlunches und/oder Banketten.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im Hotelfach mit Schwerpunkt Service und entsprechender Berufserfahrung. Weiter bringen Sie für diese vielfältige und sehr anspruchsvolle Aufgabe Erfahrungen in der Personalführung und im Umgang mit VIP's mit, Sie sind diskret, vertrauenswürdig, flexibel und anpassungsfähig. Ihre Belastbarkeit und Ihre korrekten Umgangsformen sind Garant für einen perfekten Kundenservice. Sie sind bereit, für unsere Gäste logistische Höchstleistungen zu erbringen und zu unregelmässigen Zeiten zu arbeiten. Sie verfügen über sehr gute aktive Kenntnisse einer zweiten Amtssprache sowie sehr gute Englischkenntnisse und sind mit den gängigsten MS-Office-Programmen vertraut.

Fachliche Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Michela Lucchini-Zobrist, Leiterin Anlässe, Tel. 031 325 12 69.

Ist Ihnen die Bewerbung mittels Direktlink nicht möglich, senden Sie Ihr Bewerbungsdossier an: DLZ Pers EFD, Herr Sven Hug, Eigerstrasse 71, 3003 Bern. Die Weiterverarbeitung erfolgt bei allen Dossiers elektronisch.

Weitere interessante Stellenangebote der Bundesverwaltung finden Sie unter [www.stelle.admin.ch](http://www.stelle.admin.ch)

23048-9165

Graubünden Ferien

## Wir schaffen Mehrwert für Kunden und Gäste



Interessiert Sie der Tourismus in Graubünden? Graubünden Ferien (GRF) ist die verkaufsorientierte Marketingorganisation für die Ferienregion Graubünden. GRF fördert national und international auf innovative und unkonventionelle Art die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Leistungen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Januar 2013 oder nach Vereinbarung eine(n) selbstständige(n), engagierte(n), initiative(n)

## Director Deutschland

(mit Arbeitsplatz in Hamburg)

### Ihr Aufgabenbereich

Führung und nachhaltige Weiterentwicklung unserer Verkaufspräsenz | Marketingplanung für Mittel- und Norddeutschland | Umsetzung der Marketingkampagnen mit Unterstützung des Teams am Hauptsitz in Chur | Direkte Ansprechperson für Vertriebspartner und Medien | Sperspitze im Markt mit Feingefühl für Trends und touristische Entwicklungen.

### Ihr Profil

Abschluss als Bachelor of Science in Tourism, Tourismusfachmann/-frau HF, Marketingplaner oder vergleichbare Ausbildung | Erfahrung im Destinationsmanagement oder im Verkauf | Ausgeprägte Stärken im Projektmanagement und in der Kommunikation | Selbstständige Arbeitsweise, umsetzungsorientiertes Denken | Teamfähigkeit, hohe Belastbarkeit | Qualitätsorientierte und präzise Arbeitsweise | Sehr gute mündliche und schriftliche Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch | Vorzugsweise zwischen 28- und 35-jährige(r) Schweizer(in) mit Bereitschaft, in Hamburg zu leben und zu arbeiten.

### Unser Angebot

Attraktive, abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Position in einem innovativen Unternehmen | Zeitgemässe Anstellungsbedingungen mit tollem Arbeitsplatz im Herzen von Hamburg.

Die Stelle ist ab 1. Januar 2013 oder nach Vereinbarung zu besetzen.

Interessiert? Dann sollten wir uns kennenlernen!

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis zum 28. September an Graubünden Ferien, Personal, Alexanderstrasse 24, 7000 Chur.

cont.19312

graubünden

23057-9166

Stelle suchen –  
Stelle finden  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

## EIN ORT FÜR KOPF, HERZ UND BAUCH.



**BAULÜÜT.**  
Grill und mehr · Bar · Lounge

Im Frühjahr 2013 eröffnen wir im CAMPUS SURSEE Seminarzentrum das neue A-la-carte-Restaurant BAULÜÜT als gastronomisches Aushängeschild innerhalb unserer Gesamtgastronomie. Mitten im Grünen. Für 100 Gäste. Dazu eine gemütliche Bar-Lounge (60 Plätze) mit Fumoir und natürlich eine Sommerterrasse (80 Plätze). Das Konzept: Bestes vom Holzkohlegrill, erlesene Weine, stilvolles Ambiente. Ein kreatives, regionales Speiseangebot, kombiniert mit Liebe zum Detail.

## SIE SIND UNSERE GASTGEBERIN!

### Ihre Aufgabe

Sie übernehmen die Leitung unseres vollständig erneuerten Restaurants BAULÜÜT, dem Lieblingslokal unserer Stammgäste. Es ist der genussvolle Ort zum Abschalten für Gäste aus der Region sowie für die Teilnehmenden unserer verschiedenen Ausbildungs- und Seminarveranstalter. In dieser Funktion rapportieren Sie dem Leiter Gesamtgastronomie.

### Ihr Profil

Sie haben eine Leidenschaft für feines Essen rund um den Holzkohlegrill und für feine Weine. Ihre Mitarbeitenden spüren Ihr Feuer, Sie wecken Begeisterung – eine Persönlichkeit, die positiv auffällt. Die Gäste verlassen sich auf Ihre Herzlichkeit, die Mitarbeitenden auf Ihre Führungsqualitäten und wir auf Ihr Engagement. Sie sind redigewandt, charmant, lösungsorientiert und fachlich top. Die Synergien innerhalb unserer Gesamtgastronomie nutzen Sie gezielt.

### Ihre beruflichen Grundlagen

Wir haben hohe Ansprüche an Sie: Eine solide Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie, mit Vorteil Abschluss einer schweizerischen Hotelfachschule, Bewährung und Führungserfahrung in anspruchsvoller Restauration, Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, Muttersprache Schweizerdeutsch, umgangssprachliche Kenntnisse in Französisch und Englisch. Sehr gute Anwenderkenntnisse der MS-Office-Programme.

### Wir bieten Ihnen

...die Wiedereröffnung eines bekannten Restaurants als topmodernen Betrieb. Sie sind dabei beim Fine-tuning des Betriebskonzepts, bei der Einrichtung und Gestaltung sowie beim Neustart. Sie können das neue Konzept erfolgreich auf dem Markt positionieren. Durch die Einbindung in ein zukunftsorientiertes Hotelunternehmen ermöglichen wir Ihnen viel Freiraum, aber auch die nötige Unterstützung. Ein Arbeitsplatz im Grünen mit attraktivem Leistungsangebot erwartet Sie.

Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gern unser Hotelier Willy Graf, Tel. 041 926 22 81.

Wir freuen uns Sie kennenzulernen. Für ein kontinuierlich-aufbauendes, langfristiges Engagement.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto (keine E-Mails) senden Sie bitte an: Persönlich, Natalie Baams, Bereichsleiterin Personalwesen, CAMPUS SURSEE Seminarzentrum AG, Postfach 487, 6210 Sursee

<http://seminarzentrum.campus-sursee.ch>

23063-9170

# DIE GRÖSSTE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON

**HOTELLERIE<sup>®</sup> GASTRONOMIE ZEITUNG**

**AUFLAGE 40.000**

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

## PROFIL

LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HOTELLERIE ET LE TOURISME

htr **hotelrevue** VON **HOTELLERIE<sup>®</sup> GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

GESAMT AUFLAGE 40.000

### FACEBOOK ODER GOOGLE +?

Das neue virtuelle Netz auf Facebook oder Google+ ersetzt das alte Papier? Wie ist die Situation? ...

**Google+ für Berufende**  
Google+ hat sich als Plattform für Berufende etabliert. ...

**Facebook für Berufende**  
Facebook ist eine Plattform für Berufende. ...

**Suchmaschinen**  
Suchmaschinen sind ein wichtiges Werkzeug für Berufende. ...

## PROFIL

### SO MÜSSEN EIN LEBENS-LAUF AUSSEHEN

Das neue Berufswahlverfahren 'Profil' ist ein innovatives Instrument für die Berufswahl. ...

**12. Juni**  
**18. August**  
**17. August**  
**31. August**  
**1. September**  
**15. September**

**PROFIL**  
PROFILISTEN UND BERUFENDE MÜSSEN SICH MIT EINEM GEMEINSAMEN INSTRUMENT BEFASSEN

## PROFIL

LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HOTELLERIE ET LE TOURISME

htr **hotelrevue** VON **HOTELLERIE<sup>®</sup> GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

GESAMT AUFLAGE 40.000

**Labette Food & Beverage**

**SCHAPIER & PARTNER**

**Werner Weiss Kreuz Fleisch**

**Küchenchef**

**Switzerland**

**Küchenchef**

**Restaurants**

**BUCHEN SIE JETZT!**  
Und erreichen Sie Woche für Woche 200.000 Leserinnen und Leser aus dem Schweizer Gastgewerbe!

Gesucht: Salztreuer  
Gefunden: [www.hotelmarktplatz.ch](http://www.hotelmarktplatz.ch)

**marktplatz.ch**

## PROFIL

### HUNDE IM HOTEL - EIN THEMA FÜR SICH

Die Hunde im Hotel sind ein Thema für sich. ...

**PROFIL**  
PROFILISTEN UND BERUFENDE MÜSSEN SICH MIT EINEM GEMEINSAMEN INSTRUMENT BEFASSEN

**Argentineo de Montreux**

**HESSER**

**HERBERT**

Gestalten, berechnen und disponieren Sie Ihr Immobilieninserat selber unter [www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)

**hotelrevue**

Wir suchen einen versierten Mitarbeiter für den Verkauf in unserem Ladengeschäft in der Markthalle «im Viadukt» in Zürich.

**VERKÄUFER COMESTIBLES-PRODUKTE**

Kennen Sie sich aus mit Frischfleisch, Fleisch, Geflügel, und sind Sie interessiert an frischen Top-Produkten für den Verkauf an unsere anspruchsvolle Marktkundschaft?

Sie sind unser Mann, wenn Sie sehr gut Deutsch sprechen, idealerweise zwischen 25 und 40 Jahre alt sind, den Führerschein B besitzen und über ein freundliches und dienstleistungsorientiertes Erscheinungsbild verfügen.

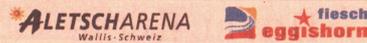
Wir erwarten nachweisbare Erfahrung im Umgang mit Lebensmitteln, kommunikatives Verkaufsverhalten, Flexibilität und kreatives Verhalten an der Verkaufsfreie.

Wenn das auf Sie zutrifft, dann mailen Sie bitte Ihre Bewerbung mit den gängigsten Unterlagen an

[b.braschler@braschler.ch](mailto:b.braschler@braschler.ch)

Braschler's Comestibles Import AG  
Bernhard Braschler

23006-9105



**Wintersaison in der Aletscharena**

Für unsere Neueröffnung des Self-Service-Restaurants in der Alpenhütte Kühboden auf der Fiescheralp, 2214 m ü. M., mit 240 Innen- + 160 Terrassenplätzen sowie 15 Hotelzimmern und 102 Gruppen-Betten, suchen wir für die kommende Wintersaison 2012/13 motivierte, gastorientierte und qualitätsbewusste Gastrofreies (m/w).

**Koch/Jungköche  
Mitarbeiter Bar/Kasse, Hotel-Restaurant  
Allrounder + Hotel-Fachfrau** (evtl. in Jahresstelle)  
(für ALLE Positionen Muttersprache DEUTSCH von Vorteil)

mehr Infos unter: [www.kuehboden-fiescheralp.ch](http://www.kuehboden-fiescheralp.ch)  
CV mit Foto per Mail an: [info@kuehboden-fiescheralp.ch](mailto:info@kuehboden-fiescheralp.ch)

23006-9107



Inmitten dem Ferienparadies Lenzerheide entsteht derzeit Aussergewöhnliches: Am Fusse des Rothorns öffnet im Juli 2013 eine exklusive Resortanlage mit 456 Betten in 96 Apartments und Chalets, direkt an der Skipiste (in/out). Eine perfekte Infrastruktur mit Rezeption, innovativer Gastronomie, Sportshop, Skischule, Hallenbad, Fitness und Kinderclub steht den Schweizer und internationalen Gästen offen.

Per 1. November oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Auftraggeberin eine/n

**Pre-Opening-Mitarbeiter/in (100%)**

als wichtige Stütze in einem vielseitigen Team.

In den ersten 6 Monaten ist Ihr Arbeitsplatz in Zürich-Orfikon. In dieser Zeit bauen Sie Prozesse für die Rooms Division auf und nehmen später auch Reservationen entgegen. Daneben übernehmen Sie weitere, vielseitige Aufgaben in Zusammenarbeit mit dem Projektteam.

Für diese besondere Stelle suchen wir eine Person mit einem Rezeptions-/Reservationshintergrund. Neben einigen Jahren Erfahrung auf diesem Gebiet, haben Sie als Anwender gute PMS-Kenntnisse (Protel). Vor allem ist uns eine vielseitige Persönlichkeit wichtig. Sie haben keine Mühe Verantwortung zu übernehmen und es reizt Sie dieses Projekt aktiv mitzugestalten.

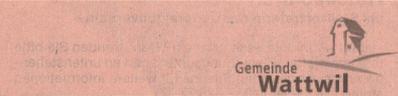
Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einem bewegten Umfeld. Ihre berufliche Zukunftsplanung erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen.

Gerne erwarten wir Ihr komplettes Bewerbungsdossier und stehen Ihnen für Fragen zur Verfügung.

Kohl & Partner (Schweiz) AG  
Daniel Renggli, Thurgauerstrasse 72, 8050 Zürich  
[daniel.renggli@kohl-int.ch](mailto:daniel.renggli@kohl-int.ch), Tel. 044 533 50 42



23076-9100



**Innovative Pächterin/Pächter gesucht.**

Möchten Sie Ihre Ideen ab Juli 2013 (event. früher) im

**Restaurant-Kongresshaus Thurpark**

umsetzen? Sie profitieren von der sehr guten Lage in der Zentrumsgemeinde Wattwil in der Nähe des Bahnhofs mit Halbstundentakt in allen Richtungen!

- Restaurant mit 80 Plätzen
- Speisesäle mit 50 Plätzen
- Sitzungszimmer mit 50 Plätzen
- Sitzungszimmer mit 10 Plätzen
- Saal unterteilbar ca. 400 Plätze
- Gartenrestaurant ca. 50 Plätze
- 4-Zimmer-Wirtswohnung
- 3 Mitarbeiterzimmer
- ca. 70 Parkplätze

Kapitalbedarf, ca. Fr. 100000.-

Fachleute senden ihre Bewerbungsunterlagen an den Gemeinderat, Grüenastrasse 7, 9630 Wattwil.

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie Bruno Baumgartner, Aktuar Thurparkkommission, Telefon 071 987 55 56

Der Gemeinderat  
[www.wattwil.ch](http://www.wattwil.ch)

23068-9174



*Luxuriös einfach*

027 973 18 92 | [www.tenne.ch](http://www.tenne.ch) | [info@tenne.ch](mailto:info@tenne.ch)

**Lust auf eine neue Herausforderung?**

Wir suchen ab **Dezember 2012** für unseren Familienbetrieb:

- 1 Servicefachangestellte**
- 1 Commis de Cuisine**
- 1 Küchenmitarbeiter / Hilfskoch**

Wir bieten Ihnen einen attraktiven Arbeitsplatz, in welchem Sie Ihre Ideen einbringen und umsetzen können. Wollen Sie mit uns die Zukunft gestalten und täglich unsere Gäste mit Ihrem Flair verwöhnen?

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: Kilian Michlig-Salzmann | [info@tenne.ch](mailto:info@tenne.ch) | Furkastrasse 2 | 3998 Reckingen-Glurigen

Wir freuen uns, mehr von Ihnen zu erfahren – bis bald!

23046-9150



**Bäcker/in (100%)**

Eintritt per 1. Oktober 2012  
Manor Chur, Bahnhofstrasse 32

An mehr als 65 Standorten in der gesamten Schweiz sorgen über 11 000 Mitarbeiter/innen in den unterschiedlichsten Funktionen für eine einzigartige Einkaufs-atmosphäre. Für unsere Kunden entdecken, leben und vermitteln wir Stil zu einem erschwinglichen Preis. In Zukunft auch Sie?

**Ihre Aufgaben:**

- Sie stellen verschiedene Brotprodukte her
- Sie bedienen unsere Kundschaft freundlich und kompetent
- Sie bewirtschaften, präsentieren und überprüfen unser Sortiment
- Sie führen Qualitätskontrollen durch
- Sie übernehmen die Stellvertretung des Sektorenleiters
- Sie unterstützen Ihren Vorgesetzten in Führungsaufgaben

**Sie bringen mit:**

- Eine abgeschlossene Berufslehre als Bäcker/Konditor
- Sie arbeiten lösungsorientiert und selbständig
- Sie übernehmen gerne Verantwortung und sind belastbar
- Sie haben Freude an Qualität und Frische
- Sie konnten bereits erste Erfahrungen in Führungsaufgaben sammeln

**Wir bieten Ihnen:**

- Bäckerei im Tagesbetrieb
- Gestaltungs- und eigenverantwortliches Arbeiten
- Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten
- Eine kollegiale Arbeitsatmosphäre mit kurzen Kommunikationswegen

Wollen Sie Stil vorleben? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Bevorzugt online.

**MANOR** ist mit einem Umsatz von rund 3 Mrd. Franken die grösste Warenhauskette der Schweiz. Als dynamischer Multispezialist ist Manor in den Bereichen Non-Food, Food und Restaurants tätig.

Manor HR Region Ostschweiz  
Marita Schneller  
+41 76 506 16 35  
[marita.schneller@manor.ch](mailto:marita.schneller@manor.ch)  
[www.manor.ch](http://www.manor.ch)

23027-9150



Ich freue mich darauf, Sie kennenzulernen!

Wir suchen folgende Persönlichkeiten zur Ergänzung unseres Teams:

**Servicefachangestellte**

m/w, bis ca. 45 J. auf Teilzeitbasis mit Erfahrung

**Fertig ausgebildete HOFA**

m/w, zw. 20 und 28 J. für eine spannende und verantwortungsvolle Aufgabe in den erlernten Departements

Unsere gehobene und anspruchsvolle Klientel setzt sich einerseits aus Stammgästen aus der Region, sowie andererseits aus internationalen Businessgästen zusammen. Sie alle schätzen die hohe Qualität unserer Dienstleistung und die persönliche Note.

Gerne erteile ich Ihnen vorab telefonisch nähere Auskunft über die Stellenprofile.

Robert Racsco, Gastgeber & Direktor  
Schwan Hotel & Taverne  
Zugerstrasse 9  
8810 Horgen  
[www.hotel-schwan.ch](http://www.hotel-schwan.ch)  
[direktion@hotel-schwan.ch](mailto:direktion@hotel-schwan.ch)

23005-9106



**sleep well. pay less. have fun.**

Die im Herzen von Grindelwald gelegene Downtown Lodge ist die ideale Unterkunft für aktive, junge und jung gebliebene Individualgäste, Familien und Gruppenreisende. In Doppel- und Mehrbettzimmern finden unsere Gäste günstige Übernachtungsmöglichkeiten in einer freundlichen und familiären Atmosphäre. Mit 297 Betten ist sie die grösste Lodge der Schweiz sowie Ausgangspunkt für eine Reise auf das Jungfraujoch oder einen Ausflug ins First-Gebiet. [www.downtown-lodge.ch](http://www.downtown-lodge.ch)

Per 1. November 2012 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

**REZEPTIONIST (w/m)  
ARBEITSORT GRINDELWALD**

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören die Unterstützung der Geschäftsführerin, bzw. des Geschäftsführers. Bei dessen Abwesenheit übernehmen Sie deren, bzw. dessen Vertretung. Allgemeine administrative und kaufmännische Arbeiten runden Ihr Tätigkeitsgebiet ab.

Wir suchen eine kontaktfreudige Person mit einer kaufmännischen Grundausbildung (KV, Handelsschule oder Hotelfachschule). Sie haben Freude im Umgang mit unseren internationalen Gästen und können sich gut in deutscher, englischer und französischer Sprache in Wort und Schrift ausdrücken.

Die Anstellung ist als befristete Saison- oder als ganzjährige Jahresstelle möglich.

Wir freuen uns auf die Zustellung Ihres Bewerbungsdossiers (inkl. Foto), an die Adresse: Downtown Lodge GmbH, Herr Dieter Aegerter, Grundstrasse 63, 3818 Grindelwald.

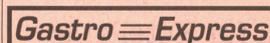
Bei Fragen steht Ihnen Herr Aegerter, Telefon 079 765 70 30, gerne zur Verfügung.



Weitere Stellenanzeigen unter [jungfrau.ch](http://jungfrau.ch)

23089-9100

**STELLENVERMITTLUNGEN**



Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

[www.gastro-express.ch](http://www.gastro-express.ch)

23005-9075

Für das \*\*\*\***Park-Hotel am Rhein** in Rheinfelden suchen wir eine herzliche und kommunikative Gastgeber-Persönlichkeit als

## Vizedirektorin

Das renommierte Haus ist in den Segmenten Hotel und Gesundheit tätig und steht für einen tadellosen Service, eine ausgezeichnete Restauration, ein vielfältiges Angebot und sehr schöne Räumlichkeiten an bester Lage.

Sie vertreten die Direktion, betreuen den Residenz- und Frontbereich sowie das Qualitätsmanagement und organisieren das Logement-Angebot.

Sie sind eine Gastgeberin aus Leidenschaft, haben ein gepflegtes und sicheres Auftreten, sind Ihren Mitarbeitenden ein Vorbild und überzeugen als Kadermitglied mit Ihrem umfassenden Fachwissen im operativen und administrativen Hotelbereich sowie Ihren guten Fremdsprachkenntnissen in E/F- und EDV-Kenntnissen.

Für diese Herausforderung bringen Sie mehrjährige Führungserfahrung in einer vergleichbaren Position in der gehobenen Hotellerie sowie von Vorteil auch im Gesundheitsbereich mit.

Diskretion ist selbstverständlich. Ihre Unterlagen mailen Sie bitte an:

Frau Margret Otterbach oder Herrn Markus Bisig  
m.otterbach@pmo-personal.ch markus.bisig@parkresort.ch

**PMO** Personalberatung, St. Alban-Anl. 64, 4052 Basel, Tel. 061 313 40 10

## HOTEL ELITE

ART DECO HOTEL BIEL/BIENNE

Das HOTEL ELITE ist ein \*\*\*\*-Businesshotel im Zentrum der Uhren- und Kommunikationsstadt Biel und gilt seit 75 Jahren als das führende Haus am Platz. Mit 67 Zimmern und 7 Juniorsuiten, einem Bankett- und Seminarbereich für bis zu 250 Personen, der Trend-Bar Baramundo und dem Brasserie-Restaurant Elite bieten wir unseren Gästen ein sehr umfangreiches Angebot.

Per Mitte November 2012 oder nach Übereinkunft suchen wir zur Unterstützung unseres jungen Teams noch folgende motivierte Mitarbeiter mit solider Grundausbildung und der Position entsprechender Berufserfahrung. Etwas Französischkenntnisse sind von Vorteil.

**Réceptionist(in)**  
als Stellvertreter(in) der Chef de Réception  
**Hotelfachfrau**  
als Stellvertreterin der Generalgouvernante

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse oder rufen Sie uns für weitere Informationen einfach an. (Telefon 032 328 77 77)

Hotel Elite, z. Hd. Frau Theres Hug  
Bahnhofstrasse 14, 2501 Biel/Bienne  
theres.hug@hotelelite.ch, http://www.hotelelite.ch

## SVIZZERA ITALIANA



**Hotel Cadro Panoramica**  
Lugano

Das Hotel Cadro Panoramica ist mit 36 Doppelzimmern und 60 Ferienappartements, einem gehobenen Restaurant für à la carte und grosse Bankette ausgerichtet. Zusätzlich mit einem separaten «Grotto»-Restaurant, welches von vielen «Einheimischen» besucht wird. Ein Kongresszentrum mit diversen Konferenzsälen von 10 bis 800 Personen, 12 Tennisplätze und 2 Squash-Hallen. Ein Hallenbad, Freibad, Kinderpool sowie Sauna und Whirlpool.

Sucht einen

### CHEF DE RÉCEPTION (W/M)

ALTER: zirka 30 Jahre

NATIONALITÄT: Schweizer oder Niederlassung (Jahresstelle)

VERANTWORTUNGS-  
BEREICH:

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

BERUFLICHE ANFORDERUNGEN:

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

SPRACHE

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

ARBEITSBEGINN:

1. November 2012

KONTAKTPERSON:

Antonio Gentilini  
Hotel Cadro Panoramica  
6965 Cadro/Lugano  
091-936 07 07

## STELLENGESUCHE

Hotelier HF/SHL, 37, SUCHT zur Pacht/Kauf

### Kl. Hotel/Pension,

Ti, Engadin, Stadtgebiet od.  
andere touristische Region  
Tel 078 807 70 62

## SUISSE ROMANDE



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Département fédéral  
des finances DFF  
Office fédéral des constructions et de  
la logistique OFCL



Pour plus de renseignements, veuillez vous adresser à: Madame Michela Lucchini-Zobrist, responsable du secteur Réceptions officielles, tel. 031 325 12 69.

Si votre candidature ne peut être envoyée au moyen du lien direct, veuillez adresser votre dossier à: CSP DFF, Monsieur Sven Hug, Eigerstrasse 71, 3003 Berne. Le traitement ultérieur s'effectue pour tous les dossiers par voie électronique.

Vous trouverez d'autres annonces intéressantes de la Confédération à l'adresse suivante:  
[www.emploi.admin.ch](http://www.emploi.admin.ch)

L'Office fédéral des constructions et de la logistique (OFCL) est chargé de la gestion immobilière de l'administration civile de la Confédération et de la gestion du matériel de toute l'administration fédérale; il est rattaché au Département fédéral des finances (DFF). Le secteur Réceptions officielles fournit l'ensemble des prestations logistiques requises par le Conseil fédéral, les chefs de département et les membres du gouvernement du plus haut niveau lors des manifestations organisées au Bernerhof ou à l'extérieur, telles que la réception du Nouvel an, les visites d'Etat ou autres réceptions, les visites de travail ou les conférences de presse.

### Un/une suppléant/e du responsable des réceptions au Bernerhof

En tant que suppléant/e du responsable des réceptions, vous gèrerez les locaux de prestige du Bernerhof, à Berne, utilisé par le Conseil fédéral pour recevoir ses invités suisses et étrangers. Dans le cadre des prestations incombant à l'OFCL, vous prendrez de la planification, de la gestion complète et du suivi de toutes les réceptions. Outre les préparatifs relatifs à la salle, à la restauration et aux infrastructures, vous vous chargerez d'encadrer et de servir les conseillers fédéraux ainsi que leurs hôtes pendant toute la durée de la réception, mais également lors de séances, cocktails, collations ou banquets.

Vous avez achevé une formation hôtelière axée sur le service et justifiez d'une expérience professionnelle. De plus, vous avez déjà acquis de l'expérience dans la conduite du personnel et les relations avec les VIP. Discrétion, fiabilité et flexibilité font partie de vos qualités. Votre résistance au stress et vos bonnes manières sont l'assurance d'un parfait service à la clientèle. Vous êtes disposé/e à fournir les meilleures prestations à vos hôtes et à travailler selon des horaires irréguliers. Enfin, vous maîtrisez les outils MS-Office et possédez de très bonnes connaissances d'une deuxième langue officielle ainsi que de l'anglais.

## INTERNATIONAL



**Propstei St. Gerold**  
leben lieben lernen

### Bereitet es Ihnen Freude, gemeinsam mit uns die Zukunft zu gestalten?

Zum Kloster Einsiedeln gehörig, ist die Propstei seit über 1000 Jahren eine Perle benediktinischer Spiritualität. In den vergangenen 50 Jahren wurde aus dem Kloster mit Kirche und Kapelle auch ein Haus mit 30 Zimmern, Gastronomie, Weinkeller, Seminaren, Musik und Kultur, Hippotherapie, Garten und Landwirtschaft, für Familien, Firmen, Einkehrende, Behinderte und Bedürftige, für Menschen aus nah und fern.

In den kommenden Jahren beabsichtigen wir die umfassende Erneuerung aller Bereiche. Sowohl baulich wie auch betrieblich wollen wir der Zukunft erneuert und gerüstet entgegengehen. Möchten Sie als

### Betriebsleiter-Paar oder Betriebsleiterin

diesen anspruchsvollen und bereichernden Weg mit uns suchen und meistern?

Sie sind idealerweise zwischen 30 und 40 Jahre alt. Liebe und Gespür für Menschen zeichnen Sie aus. Sie fühlen kreativ und denken konzeptionell. Sie arbeiten fröhlich, sorgfältig, kundig und zielstrebig. Auch unter Belastung bleiben Sie stets ausgeglichen, zugänglich und gelassen. Mit Ihrer Lebensfreude, Wärme und Ausstrahlung, Ihrem Hintergrund aus Gastfreundschaft, Hotellerie und Betriebswirtschaft, mit erfolgreich abgeschlossener Hotelfachschule sowie mit Ihrer Führungserfahrung tragen Sie wesentlich zum weiteren Gedeihen der Propstei bei. Das Arbeitsfeld und die Betriebsgrösse bringen es mit sich, dass Sie sich im Sinne unserer Gäste gerne vielfältig einsetzen.

Sind dies aussergewöhnlich schöne und gute Aussichten für Ihre persönliche und berufliche Entwicklung? Fühlen Sie sich dieser Aufgabe gewachsen? Dann freue ich mich auf Ihre aussagekräftige, vollständige Bewerbung mit Foto und Zeugnissen.

P. Koloman Reichlin, Propstei St. Gerold,  
A-6722 St. Gerold (Vorarlberg)  
Tel. 0043 5550 21 21 [www.propstei-stgerold.at](http://www.propstei-stgerold.at)

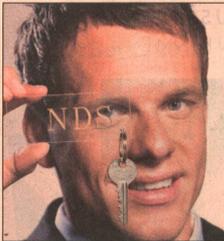
# hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

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

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.



**Durchblick**  
**Nachdiplomstudium**  
**HF Hotelmanagement**

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

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

Das Intensivseminar **GASTRO SUISSE**

**Der Weinberater**  
Kompaktes Weinwissen für GastroProfs

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

**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111, www.gastro.suisse.ch

Das Intensivseminar **GASTRO SUISSE**

**Der Rezeptionskurs**  
Professioneller Gästempfang im Hotel

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

**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111, www.gastro.suisse.ch

Das Intensivseminar **GASTRO SUISSE**

**Der Barkurs**

**Termine:** Blockkurs  
Start Frühling: 7.05.2012, Start Sommer:  
27.08.2012, Start Herbst: 12.11.2012

**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111, www.gastro.suisse.ch



## 50 Jahre WWF – Gemeinsam für unseren Planeten

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



## 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

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

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

Fax 031 370 42 23  
insetrate@stellenprofil.ch  
insetrate@immoprofil.ch

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

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

### Aus- und Weiterbildung

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

### Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automa-  
tisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00  
während eines Monats auf [www.htr.ch](http://www.htr.ch)/  
immobilien aufgeschaltet. Falls keine Auf-  
schaltung gewünscht wird, muss dies bei  
der Auftragserteilung mitgeteilt werden.  
Die genauen Konditionen sind unter  
[www.stellenprofil.ch](http://www.stellenprofil.ch) resp.  
[www.immoprofil.ch](http://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 Verwen-  
dung der redaktionellen Inhalte bedarf der  
schriftlichen Zustimmung durch die Re-  
daktion. Die in dieser Zeitung publizierten  
Inserate dürfen von Dritten weder ganz  
noch teilweise kopiert, bearbeitet oder  
sonst wie verwertet werden. Für unverlangt  
eingesandte Manuskripte und Sendungen  
wird jede Haftung abgelehnt.

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

## LEGIONELLEN – BÖSE KEIME

Die Legionärskrankheit wurde erstmals 1976 beschrieben. Eine Epidemie von akuter Pneumonie (Lungenentzündung) erfasste 182 Veteranen der American Legion, die sich für ihr jährliches Treffen in Philadelphia versammelt hatten. 29 Personen überlebten diese heimtückische Krankheit nicht (Letalität 16%). Der auslösende Erreger wurde etwa sechs Monate später identifiziert und erhielt den Namen Legionella pneumophila (L. pneumophila). Die Untersuchung ergab, dass die Klimaanlage eines der Hotels, in dem die Kongressteilnehmer wohnten, die Ansteckung verursacht hatte. Seit dieser Zeit verfolgen uns diese Bakterien auf der ganzen Welt.

Legionellen können in fast allen natürlichen wässrigen oder feuchten Milieus gefunden werden, meist allerdings in geringen Mengen. Hingegen finden sie in von Menschen geschaffenen Wassersystemen sehr günstige Bedingungen für ihre Vermehrung. Die Konzentration der Legionellen im Wasser hängt vor allem von der Temperatur und vom Vorhandensein anderer Mikroorganismen (Bakterien, Protozoen, Algen) ab. Legionellen vermehren sich ideal zwischen 25°C und 55°C. Sie können

aber auch zwischen 5°C und 63°C überleben. Legionellenhaltiges Trinkwasser kann getrost getrunken werden, da die Bakterien im Magen-Darm-Trakt abgetötet werden.

Eine Gesundheitsgefährdung besteht erst dann, wenn legionellenhaltiges Wasser als so genanntes Aerosol (Wassersprühnebel) mit der Luft eingeatmet wird. Die Schweiz unterliegt einer Meldepflicht von Legionellose (Legionärskrankheit). Jährlich werden zwischen 220 und 280 Fälle gemeldet, davon sterben jedes Jahr 10 bis 20 Menschen.

### Wo sind die Quellen?

Die Legionellen vermehren sich optimal in Warmwasserboilern und Warmwasserleitungen bei Temperaturen von 25°C bis 55°C. Sie können sich aber auch gut und gerne im Kühlwasser von Klimaanlage aufhalten. Mögliche Infektionsstellen sind: Duschen, Dampfbäder, Whirlpools, Luftbefeuchter, Zerstäuber, Kühltürme und Rasensprenger.

### Prophylaxe

Eine gute Legionellenprophylaxe verlangt eine Kombination von verschiedenen proaktiven Strategien:

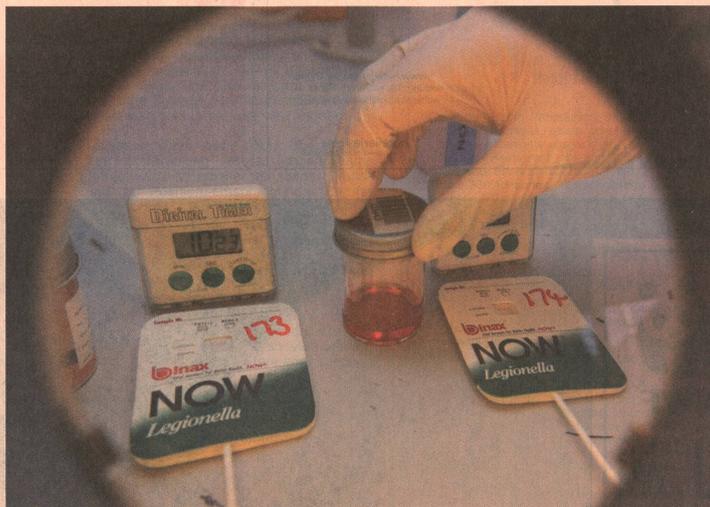
- Die Wassertemperatur sollte beim Austritt aus dem Boiler mindestens 60°C betragen. Die Temperatur im Verteilersystem sollte nicht unter 55°C fallen.
- Verhinderung von Biofilmen, Korrosion und Kalkablagerungen durch Wasseraufbereitung.
- Aufrechterhaltung eines Qualitätsmanagements mittels Durchführung regelmässiger Überprüfungen der Wasseraufbereitung und Wasseranalysen (mindestens einmal pro Jahr).

### Anpassung der Gesetzgebung

In der Schweiz sind zurzeit im Bundesamt für Gesundheit Bestrebungen im Gange, eine an die deutschen Vorschriften angelehnte Anpassung der Gesetzgebung ab ca. 2015 umzusetzen. So oder so, ein gutes Qualitätsmanagement, auch für das Wasser, ist immer von Vorteil.



Adrian Härrli  
CEO Biolytix AG  
www.aqualytix.ch



KEYSTONE

### Aigle

A louer dès le 1<sup>er</sup> janvier 2013

### Café-Restaurant de «la Piscine»

Ouvret toute l'année

Restaurant 48 pl. + véranda 28 pl. + terrasse 156 pl.

### Ecrire à :

Société Coopérative Piscine d'Aigle  
Case postale 288  
1860 Aigle

23061-9164

### Gastro-Liegenschaft zu verkaufen!

evtl. auch Pacht möglich

schönes, traditionelles **Dorf-Restaurant** in Deutschschweiz (Sensebezirk), an gut frequentierter Hauptstrasse gelegen.

Gaststube, Kellerbar, Panoramaterasse  
Speisesaal, Bankettsaal, Parkplätze.

5-Zimmer-Wohnung im DG

5-Zimmer-Wohnung im OG

1½-Zimmer-Studio im OG

Sehr interessante Anlage

**Attraktive, faire Verkaufsbedingungen**

**Auskünfte unter:**

AM-Immobilien AG  
z. Hd. Herrn Franz Zeder, Baselstrasse 44, 6252 Dagmersellen,  
oder per E-Mail an franz.zeder@revimag.ch

22904-9139

### ZU VERMIETEN AB 1. JANUAR 2013

Trendiges Restaurant mit rund 40 Plätzen und Sommerterrasse in einem modernen Business-Hotelbetrieb im Zürcher Oberland (Eröffnung 2007). Geeignet für innovativen, kochenden Pächter (evtl. Paar Küche/Service). Fairer Pachtzins und garantierte Mindestauslastung durch Hotelbetrieb.

Anfragen unter Chiffre 23070-9175 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

23070-9175



Gasthaus RICHISAU

### Neue Pächterschaft gesucht für Saison 2013

Im oberen Klöntal an der Pragelpassstrasse (Kanton Glarus), inmitten eines prachtvollen Bestandes uralter Bergahornbäume auf rund 1100 m ü.M. gelegen, vereint das Gasthaus Richisau moderne Architektur mit alpiner Landschaft, Kunst und Kultur. Das Richisau ist ein Kraftort.

### Angebot

- Drei miteinander kombinierbare Gaststuben mit je 30 – 40 Plätzen, Gartenwirtschaft mit bis zu 100 Plätzen, 12 komfortable Doppelzimmer, einfache Mehrbettzimmer mit 28 Plätzen, gemütliche Wirtwohnung und Personalzimmer
- Die Ausstattung ermöglicht einen vielseitigen Restaurations- und Hotelbetrieb. Die Saison dauert in der Regel von Ostern bis Ende Oktober
- Fairer Pachtzins, vollständiges Pächterinventar vorhanden.

### Anforderungen

Sie verfügen über die entsprechende Ausbildung und/oder Erfahrung in der Führung eines Gastronomiebetriebs und sind in der Lage, ein den Besonderheiten des Ortes Richisau entsprechendes, eigenständiges gastronomisches Angebot zu entwickeln und umzusetzen.

### Weitere Informationen, Kontakt und Bewerbung

Unter [www.gasthaus-richisau.ch/stiftung](http://www.gasthaus-richisau.ch/stiftung) finden Sie ein Faktenblatt zum Herunterladen sowie ein Kontaktformular für Fragen oder die Einreichung Ihrer Bewerbung.

23040-9156



Bürgergemeinde Arbon



**Zu vermieten auf den 1. März 2013  
oder nach Vereinbarung**  
an innovative Gastgeber die historische Perle

### Hotel Restaurant Römerhof in Arbon

Im Betrieb sind 11 Zimmer stilvoll eingerichtet. Die Gaststube umfasst 48 Plätze. Turmzimmer und Säil laden mit je 16 Plätzen ein. Der besonders schöne Garten bietet Platz für 30 Gäste. Zum Haus gehören 10 eigene Parkplätze.

Das Inventar muss übernommen werden.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Kurzlebenslauf und Anschrift senden Sie bitte per E-Mail an [benno.jud@treuhandjudgraf.ch](mailto:benno.jud@treuhandjudgraf.ch) oder per Post an Treuhandbüro Benno Jud, St.-Jakob-Strasse 37, 9000 St. Gallen, bis am 15. Oktober 2012.

Herr Benno Jud beantwortet gerne Ihre Fragen  
Telefon 071 244 93 93

23030-9152

### Zu verkaufen oder zu verpachten

Renommiertes Gastbetrieb im Kanton Luzern zu verkaufen oder zu verpachten. Es handelt sich um das Restaurant St. Mauritz in Schötz.

Der Gasthof St. Mauritz besteht aus einer schönen Gartenwirtschaft (40 Gäste), einer gemütlichen, heimeligen Gaststube (50 Gäste), einem modernen und unterteilbaren Mauritz-Saal für Seminare, Konzerte oder sonstige grössere Anlässe (270 Gäste) sowie einer Pizzeria mit Bar.

Interessenten melden sich bitte bei der Revimag Treuhand AG, z. Hd. Herrn Franz Zeder, Baselstrasse 44, 6252 Dagmersellen, oder per E-Mail an [franz.zeder@revimag.ch](mailto:franz.zeder@revimag.ch)

23066-9172

Goms  
Wallis/Schweiz

## Günstig

zu verkaufen (wegen Todesfalls) historisches

# HOTEL

(1629)

Nähere Infos:

[www.hotel-postmuenster.ch](http://www.hotel-postmuenster.ch) - 079 606 27 27

23056-9167