

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2012)  
**Heft:** 41

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 30.06.2025

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



## Graubünden

Der neue Präsident von Graubünden Ferien, Marcel Fridberg, zieht seine erste Bilanz.  
**Seite 5**

## Kongresse

Der Kongresstourismus generierte 2011 19 Prozent der Hotellogiernächte und einen Umsatz von 2,2 Milliarden.  
**Seite 4**

## Futuristisch

Die Hotelzimmer der Zukunft könnten transparente Kugeln sein. Die Idee kommt aus den USA.  
**Seite 24**

## Gault Millau

Benoit Violier ist «Koch des Jahres 2013». Alle diesjährigen Auszeichnungen auf einen Blick.  
**Seite 13, 14 und 23**

Benoit Violier, Restaurant l'Hôtel de Ville, Crissier VD.



Alan D. Bolliger

# PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotelrevue

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

## Bachelor für alle

Die Diplom-Titel der Höheren Fachschulen kennt man international zu wenig. Ein Bachelor HF soll das ändern.

In der Branche gibt es derzeit sechs eigenössisch anerkannte Hotelfachschulen. Auf dem Schweizer Arbeitsmarkt geniessen deren Diplom-Abschlüsse einen hohen Stellenwert. Nicht so international. Das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT gibt zu, dass Arbeitgeber ohne Kenntnisse des Schweizer Berufsbildungssystems diese Abschlüsse zu wenig einschätzen können. International würden bekannte Titel wie Bachelor oder Master bevorzugt. Die vom BBT angeordneten Massnahmen gehen der Schweizerischen Konferenz der Höheren Fachschulen (K-HF) zu wenig weit. Die K-HF fordert, dass auch Höhere Fachschulen einen Bachelor verleihen dürfen. Die Rede ist von einem «Bachelor HF». Terminologisch soll sich dieser klar vom Uni-Bachelor unterscheiden. Die K-HF wird Mitte Oktober beim Bund einen Antrag zu Positionierung der Höheren Fachschulen einreichen. Der Bundesrat hat sich bis anhin negativ zu einem solchen Anliegen geäussert. So beantragt er die Ablehnung einer entsprechenden Motion von Nationalrat Matthias Aebischer (SP).  
**Seite 3 und 21**

GUUDRIN SCHLENZCEK

Seite 3 und 21

## Kommentar

Abenteuer bedeutet mehr als die Suche nach dem Kick



GERY NIEVERGELT

In Luzern treffen sich in diesen Tagen über 600 Experten für Abenteuerreisen aus 60 Ländern, tauschen Erfahrungen aus, besuchen Workshops, diskutieren über Destinationentwicklung und lassen sich inspirieren von den vielfältigen Outdoor-Angeboten der Schweiz.

Einen Tag vor der Eröffnung dieses «Adventure Travel World Summit» ereignet sich in der Fallbach-Schlucht bei Amden ein schwerer Canyoning-Unfall mit zwei Toten und einigen Verletzten. Die zuständige Staatsanwaltschaft untersucht wegen Verdachts auf fahrlässige Tötung Amden und Weessen Tourismus nimmt Canyoning aus dem Programm.

Wie denken die tagenden Fachleute über dieses Unglück? Als höfliche Gäste halten sie sich verständlicherweise mit vorschnellen Urteilen zurück. Eines aber wurde deutlich in den Gesprächen am Rande der Eröffnungsfeier: Unter Abenteuer verstehen Abenteuerprofis aus aller Welt ganz und gar nicht die Suche nach dem ultimativen Kick. Sie definieren eine «echte» Abenteuerreise als Summe aus körperlicher Aktivität, Begegnung mit der Natur und Begegnung mit Kultur. Auffallend viele propagieren das Abenteuer Wandern.

Ich weiss, das rönt nicht gerade sexy für eine Gesellschaft, die süchtig ist nach Action und Rekorden. Aber als weltfremd und geschäftsuntüchtig erscheinen mir die Abenteuer-Verkäufer in Luzern nun gerade nicht.  
**Seite 6**

## Forscher suchen Aroma-Formel

Kaffee soll nicht länger ein Frage des subjektiven Geschmacks sein. Forscher der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil sind daran, ein Modell zu erarbeiten, welches das Aroma des Kaffees auf eine wissenschaftliche Basis stellt. Chahan Yeretzian, Professor an der ZHAW, entwickelt jetzt anhand eines mathematischen Modells eine Methode, mit der man das Geschmacksprofil eines Kaffees auch ohne sensorische Tests bestimmen kann: «Wir wollen voraussagen können, wie ein Kaffee schmecken wird.» Von Nutzen kann das sowohl für Röster als auch für Kaffee-Gastronomen sein. Letztere servieren ihren Kaffee schon längst nicht mehr nur in der Pozellantasse: Coffee-to-go ist heute auch aus der Schweiz nicht mehr wegzudenken. Die htr hotel revue hat bei verschiedenen Beroberbietern die Einkaufspreise dieser «Hot cups» erfragt. Diese fallen sehr unterschiedlich aus. Ebenso die Beschaffenheit der Berober: Wer auf Qualität setzt, der wählt doppelwandige.  
**Seite 15 bis 17**



Bislang musste man sich bei der Qualität des Kaffees auf den Gaumen der Kaffee-Tester verlassen. Nun soll ein wissenschaftliches Aromarad dem Kaffeegeschmack die Subjektivität nehmen.

## Ferienverein

Machtkampf im VR - Peter Vollmer trat aus Protest zurück

Die Turbulenzen im Verwaltungsrat des Ferienvereins wurden erst letzte Woche publik, doch die Rochade passierte bereits im letzten Mai. Offenbar bestanden unterschiedliche Auffassungen über die strategische Ausrichtung des Unternehmens, zu dem Hotels im In- und Ausland gehören.  
**Seite 2**

## Karrieretipps

Networking, klare Ziele und viel Elan

Das Gastgewerbe ist eine der faszinierendsten, aber auch anspruchsvollsten Branchen. Jungen Profis mit einer Schweizer Berufslehre oder dem Abschluss einer schweizerischen Hotelfachschule, die den nötigen Biss haben, stehen weltweit alle Türen offen. Doch wie kommt man weiter, was sind die besten Sprungbretter und welche Kompetenzen und Sprachkenntnisse braucht man für eine erfolgrei-

che Berufskarriere? Die htr hotel revue hat die besten Tipps zur Karriereplanung zusammengestellt und illustriert diese mit Beispielen aus der Praxis. «Die drei wichtigsten Destinationen für junge Berufsleute sind die Schweiz, die USA und der Nahe Osten», sagt der Professor Ray E. Iunius von der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Wie man Stages findet, wie man sich optimal vorbereitet und wie die

Schulen die Studenten während der Ausbildung unterstützen, verraten Iunius und die Verantwortlichen weiterer Schweizer Hotelfachschulen. Networking und Vitamin B kann ebenfalls helfen bei der Suche eines Stages oder einer Arbeitsstelle. Wenige, dafür gute Kontakte empfiehlt Urs Wohler, Vizepräsident Schweizer Tourismus Manager (VSTM).  
**Seite 7 bis 11**

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)



Zeit haben für das wirklich Wichtige:  
  
für Ihre Gäste.  
rebagdata  
hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch  
hotellerieplus  
Sava Hotel Association  
protel

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

SÜPRO  
Supro Nahrungsmittel AG  
Krönendes Dressing!

BRITA  
Wir machen Dampf!  
PURITY Steam  
Für optimale Wasserqualität  
  
<http://professionell.brita.ch>

Joy  
  
[www.illycafe.ch](http://www.illycafe.ch)

Aus der Region

**Berner Oberland  
Jungfrau Region  
als Incentive-  
Destination**

Die Jungfrau Region hat ihren MICE-Pool erweitert und will damit für Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) noch attraktiver werden. Neu im Pool sind die Hotels Aspen sowie Kreuz & Post aus Grindelwald und das Hotel Eiger aus Mürren. Ein neuer Ausflugspartner sind die Schilthornbahnen. Das Angebot des MICE-Pools umfasst damit nun 1500 Übernachtungsmöglichkeiten, Ausflugsangebote für Sommer- und Wintersaison und kulturelle Events aus Sport, Kultur und Musik.

**Schiffahrt auf  
dem Thunersee  
auch im Winter**



Die Schiffe der BLS fahren im kommenden Winter erstmals seit zehn Jahren wieder auf dem Thunersee. Wie die BLS mitteilt, wird vom 22. Oktober bis zum 28. März 2013 täglich ein Mittagsschiff unterwegs sein. An Sonntagen und an allgemeinen Feiertagen fährt ein Brunchschiff morgens von Thun nach Spiez und wieder zurück. Ausserordentlich ist das Dampfschiff Blümlisalp auf dem Thunersee noch einmal im Kurs (17./18./20./21. Oktober).

**Haslital will  
das «Wintersport-  
Tenero» werden**



Das Bundesamt für Sport prüft den Bau eines Zentrums für Wintersport in der Schweiz, um Kinder für den Skisport zu begeistern. Gesucht wird ein Gebäude mit mindestens 400 Betten. Für das Standortmarketing Haslital-Brienz wäre die Anstiedlung des Zentrums in seiner Region eine Kompensation für den Lärm der Kampffets, schreibt der «Berner Oberländer». Die Region hat sich bereits als Standort beworben. Den Entscheid, ob das Zentrum kommt, fällen National- und Ständerat. Ende Jahr soll eine Machbarkeitsstudie vorliegen.

**Wallis**

**Drei Gemeinden  
sind für Zweit-  
wohnungssteuer**

Zur Zweitwohnungssteuer in Silvaplana GR ist ein Zwischenentscheid gefallen. Das Bündner Verwaltungsgericht hat die Steuer geschätzt. Rekurrenten ziehen die Sache nun ans Bundesgericht. Eine Walliser Gemeinde ist schon weiter: In Val d'Illiez ist die Steuer nach einem Bundesgerichtsentscheid 2010 rechtmäßig, schreibt der «Walliser Bote». Zermatt und Champéry haben die Steuer beschlossen. mbe

**Wohin  
geht die  
Reise?**

**Mit Peter Vollmer  
holte der Ferienver-  
ein einen ausgewie-  
senen Touristiker an  
die Verwaltungsrats-  
Spitze. Doch nun ist  
er schon wieder weg.  
Die Hintergründe.**

putsch beim Ferienverein: So titelte letzte Woche der «Tagesanzeiger» im Rahmen seiner Berichterstattung zur Misswirtschaft der Beamtenvorsorgekasse des Kantons Zürich (BVK). Peter

Vollmer, seit 2011 Verwaltungsratspräsident des Ferienvereins, bei dem die BVK vor Jahren 46 Millionen Franken verlor, sei wegen Unstimmigkeiten zurückgetreten. Der Streit in der Führungsetage des Ferienvereins sei unter dem Deckel gehalten worden, offiziell herrsche nur Sillschweigen. Das stimmt so allerdings nicht ganz. Die verbliebenen Verwaltungsräte informierten bereits im vergangenen Mai - also kurz nach dem Entscheid - in einem Aktionärsbrief, dass es zu einer Rochade gekommen sei. Der Brief ist auf der Homepage des Ferienvereins einsehbar. Dort steht: «Aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die strategische Ausrichtung und die Führung des Unternehmens hat sich der Verwaltungsrat

**Ferienverein Hotels in Graubünden,  
im Berner Oberland und im Wallis**

Unter der Dachmarke Ferienverein betreibt die Poscom Ferien Holding AG vier eigene Hotels in der Schweiz: Das Victoria-Laubhorn in Wengen, das Altein in Arosa, den Schweizerhof in Sils-Maria und das Valaisia in Crans-Montana. Mit dem Club-Hotel Giverola an der Costa Brava und dem Clubhotel Tirreno in Sardinien gehören zudem zwei ausländische Ferienanlagen zur Gruppe. Das Unternehmen beschäftigt 450 Mitarbeiter und gilt heute als finanziell saniert. 2005 stand der Ferienverein, der in den 60er-Jahren von

Postangestellten gegründet worden war, kurz vor dem Aus. Nur dank der Übernahme einer Ferienanlage durch Kuoni und dank grossen Gläubigerverzichten - alleine die Beamtenpensionskasse des Kantons Zürich (BVK) verlor 46 Millionen Franken - gelang 2006 die Rettung und Umwandlung in die Aktiengesellschaft Poscom Ferien Holding AG. Das ist eigentlich eine ganze Weile her. Mit der Publikation des Untersuchungsberichts zur BVK-Misswirtschaft von letzter Woche geriet aber auch der Ferienverein wieder in die Schlagzeilen. tl



Hotel Schweizerhof in Sils-Maria: Die Renovation von 48 Zimmern wurde im laufenden Jahr wie geplant umgesetzt - trotz der Turbulenzen im Verwaltungsrat.

neu formiert. Peter Vollmer und Hans Graf haben sich leider entschieden zurückzutreten.»

**Kein gemeinsamer Nenner  
bei der strategischen Ausrichtung**

Sanierer Felix Rutschmann ist wieder VR-Präsident. Er war dies bereits von 2006 bis 2011. Rutschmann will sich zu den Vorkommnissen nicht äussern. André Maurer, Unternehmer und VR-Vize, tut das an seiner Stelle: «Wir hatten Differenzen bei der strategischen Ausrichtung. Bei wichtigen strategischen Fragen war das Stimmverhältnis stets drei zu zwei. Peter Vollmer hatte das Angebot, die Entscheide mitzutragen, aber das wollte er nicht.» Details nennt André Maurer keine. Er macht aber klar, dass eine Öffnung des Ferienvereins zwar nötig, die Interessen der Aktionäre aber nicht negierbar seien. «Die 9000 Aktionäre sind Besitzer der Hotels und haben daher ein Anrecht, wahrgenommen zu werden.» So sorgt beispielsweise der Name «Ferienverein» für Diskussionen. Für die Aktionäre hat er eine hohe emotionale Bedeutung. Für Gäste aus neuen Herkunftsmärkten ist er aber eher hinderlich, da der Begriff Verein



Da waren's nur noch drei (v.l.): Felix Rutschmann, Esther Schwawlder und André Maurer verbleiben im Verwaltungsrat, Peter Vollmer und Hans Graf sind aus Protest zurückgetreten.

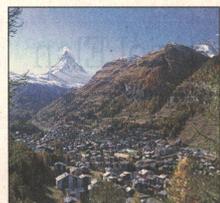
fälschlicherweise suggeriert, dass eine Mitgliedschaft nötig ist. Hier wird viel Fingerspitzengefühl erforderlich sein, um eine Änderung durchzusetzen. Maurer betont sowieso, dass noch viel zu tun sei, auch wenn der Ferienverein keine finanziellen Altlasten mehr aufweise: «Wir müssen ein neues Marketing- und Vertriebskonzept aufbauen, die Investitionspolitik festlegen und Strukturänderungen vornehmen.»

**Suche nach neuem Touristiker  
für den VR läuft bereits**

Vorgesehen ist, dass der dreiköpfige Verwaltungsrat des Fe-

rienvereins, zu dem auch die Touristik-Fachfrau Esther Schwawlder zählt, an der Generalversammlung im nächsten Frühling wieder auf fünf Personen aufgestockt wird. Gemäss André Maurer läuft die Evaluation bereits. «Wir suchen erneut eine Fachperson aus der Hotellerie oder dem Tourismus, sowie einen Netzwerker aus der Verwaltung.» Peter Vollmer, der dem Ferienverein nur gerade ein Jahr vorstand und offenbar andere Zukunftspläne für das Unternehmen hatte, war für die htr hotel revue leider nicht erreichbar, um seine Sicht der Dinge zu schildern.

**Weniger Logiernächte im August**



Region Wallis: 4 Prozent mehr Übernachtungen im August.

**Der August bescherte der  
Schweizer Hotellerie  
wieder weniger Logier-  
nächte. Als einzige grosse  
Ferienregion weist das  
Wallis ein Plus aus. Dank  
der Raiffeisen-Aktion.**

Gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz im August 2012 insgesamt 3,9 Millionen Logiernächte, was gegenüber August 2011 einer Abnahme von 0,3 Prozent (-11000 Logiernächte) entspricht. Insgesamt gingen 2,2 Millionen Logiernächte auf das Konto der ausländischen Gäste. Dies entspricht wiederum einem Rückgang von 1,1% (-25000 Logiernächte). Deutschland verbuchte ein Minus von 74000 Lo-

giernächten (-12%). Es folgen die Niederlande mit einer Abnahme von 20000 Logiernächten (-18%). Das stärkste absolute Wachstum wiesen die Golfstaaten aus: Sie legten um 56000 Logiernächte (+259%) zu. Auch Japan verzeichnete eine Logiernächtezunahme (plus 7,5%). Die Nachfrage aus dem amerikanischen Kontinent erhöhte sich um 25000 Logiernächte (plus 13%). Als einzige grosse Ferienregion konnte das Wallis ein Plus bei den

Logiernächten verbuchen (plus 19000 respektive plus 4%). Zu verdanken habe man das vor allem der Raiffeisen-Aktion, welche dem Wallis dieses Jahr bereits 80000 Logiernächte brachte, so der Präsident der Walliser Hoteliers, Pierre André Pannatier. Graubünden verzeichnete mit einem Minus von 51000 Logiernächten (-8,3%) den stärksten Rückgang. Das Berner Oberland verlor im Vergleich zum Vorjahr 12000 Nüchtlungen (-2,6%).

**leserbrief**

**Eine Frage der  
Optik**

htr hotel revue vom 4. Oktober: Replik auf den Leserbrief von Thomas Frei zum Thema «Schweiz Tourismus wirbt mit Schnäppchenpreisen»

Hotelier Thomas Frei vom Gstaader «Bernerhof» ist empört. Da soll er - wohl gemerkt für eine ST-Aktion, während der wohl wie üblich in Gstaad schnelle Monate November/Dezember - statt der Rack-Rate von Fr. 111.95 pro

Person und Tag nur Fr. 51.15 in der Kasse haben ... Er spricht von einem Preisnachlass von 54,3 Prozent. Dem wäre so, wenn der «Bernerhof» zu 100 Prozent zu den genannten Preisen belegt wäre. Dem ist zu 100 Prozent nicht so, behaupte ich mit ruhigem Gewissen.

Darum kann man die Sache auch umgekehrt sehen: Thomas Frei erhält für sonst wohl leere Zimmer einen täglichen Beitrag von Fr. 51.15. Das ist immerhin mehr als gar nichts. Wie lange dauert es noch, bis die Hoteliers

einsehen, dass Portale und temporäre Aktionen erstens nur Kommissionen für verkaufte Betten verlangen und der Hoteller zweitens die Menge der so vertriebenen Zimmer selber steuern kann? Und dass der Bettenverkauf jenseits von frischen Tomaten vergleichbar ist - und nicht Konserventomaten. Ausser, man will gar nichts verkaufen. Das ist die hohe Schule des Yield-Managements. Vielleicht zu hoch für den einzelnen Hoteller?

Peter Kuhn,  
Adliswil

# Ziel ist ein Bachelor HF

Die Konferenz Höhere Fachschulen fordert vom Bund internationale verständliche Abschlussbezeichnungen. Ziel ist ein Bachelor-Titel.

GU DRUN SCHLENCZIK

Das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) hat die Problematik eigentlich erkannt und schreibt auf seiner Homepage, dass Arbeitgeber ohne Kenntnisse des Schweizer Berufsbildungssystems die Schweizer Berufsabschlussabschlüsse zu wenig einschätzen können und international bekannte Hochschul- oder Weiterbildungstitel wie beispielsweise einen Bachelor oder Master bevorzugen. Mit einem nationalen Qualifikationsrahmen (NQR-CH) will das BBT dieses Defizit beheben. «Da den europäischen Arbeitgebern aber weder der schweizerische noch der europäische Qualifikationsrahmen bekannt sein dürfte, geht diese Massnahme zu wenig weit», meint Nationalrat Matthias Aebischer (SP) in seiner im Juni eingereichten Motion, die von den Räten bislang noch nicht behandelt wurde. Er fordert eine moderne Titelbezeichnung, zum Beispiel einen «Bachelor HF».

Eine international verständliche Titelbezeichnung ist ebenfalls das Ziel der Schweizerischen Konferenz der Höheren Fachschulen (K-HF). Die K-HF will

Mitte Oktober beim Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement (EVD) einen Antrag mit einem Bericht zur internationalen Positionierung der Höheren Fachschulen einreichen.

Auch der K-HF schwebt ein «Bachelor HF» vor. Es mache keinen Sinn, einen Titel ohne die Bezeichnung Bachelor einzuführen, ist Eva Desarzens, Generalsekretärin der K-HF, überzeugt. Für sie ist die «internationale Dominanz des Bachelor-Titels deutlich sichtbar» und sei deshalb die geeignete Massnahme für eine bessere Anerkennung der Schweizer Abschlüsse. Höhere Fachschule soll mit «College of Higher Education and Training» übersetzt werden. Bei der heute gängigen Bezeichnung «College of Professional Education and Training» stört man sich bei den Höheren Fachschulen insbesondere am Begriff «Professional», einem Begriff der beruflichen Grundbildung, und der sich daraus ergebenden Abkürzung PET.

**Bachelor HF soll sich klar vom Uni-Bachelor unterscheiden**

Die englischsprachige Abschlussbezeichnung für einen «dipl. Hotelier-Restaurateur HF» könnte gemäss K-HF dann lauten: «Bachelor in Hospitality Management of Higher Education and Training». Die aktuelle englische Bezeichnung: «College of Professional Education and Training PET Degree in Hospitality Management». Der von der K-HF anvisierte «Bachelor in ...» würde

sich terminologisch also klar vom konsekutiven «Bachelor of ...» der Hochschulen unterscheiden, betont Desarzens.

**Steht nicht mehr zur Diskussion: Professional Bachelor**

Bei hotellerieisuisse begrüsst man die neue Terminologie für den berufsbezogenen Bachelor. Ablösen soll der «Bachelor in ...» den vormals diskutierten «Professional Bachelor». Diese Bezeichnung ist unter anderem deshalb problematisch, weil es einen vergleichbaren Begriff im internationalen Raum nicht gibt.

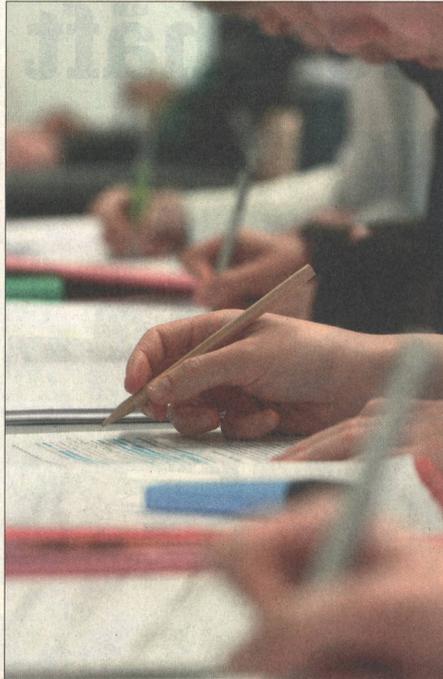
Ebenfalls unzufrieden zeigen sich sowohl die K-HF als auch die Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz (SBBK) als Vertreterin der Kantone mit dem von BBT vorgeschlagenen Diplomzusätzen. Gefordert wird

**«Es macht keinen Sinn, einen Titel ohne die Bezeichnung Bachelor einzuführen.»**

Eva Desarzens  
Konferenz Höhere Fachschulen

stattdessen ein Diplom-Supplement, welches vom Aufbau her identisch mit demjenigen der Hochschulen ist. Aus einem solchen gingen dann auch Hauptstudien- und Wahlfächer hervor.

Das BBT ist verpflichtet, den Antrag der K-HF in die Vernehmlassung zu schicken. In die Räte muss das Anliegen aber nicht, da die Änderung auf Stufe Mindestverordnung vollzogen werden kann. Es braucht dafür keine Änderung des Berufsbildungsgesetzes. Über die Motion von Nationalrat Aebischer freut sich Desarzens dennoch: «Das sorgt für zusätzlichen Druck. Insbesondere, da 72 Nationalräte die Motion mitunterzeichnet haben.»



Alain D. Boillat

Wer eine Prüfung einer Höheren Fachschule besteht, soll sich damit auf dem internationalen Arbeitsmarkt bewerben können.

## Duales Bildungssystem Männer zeigen sich zufriedener als Frauen

Der schweizerische Verband der diplomierten Absolventinnen und Absolventen Höherer Fachschulen (ODEC) hat 3700 HF-Absolventen befragt, was sie vom dualen Bildungssystem der Schweiz halten. Männer sind gemäss der ODEC-Befragung zufriedener mit dem dualen System: 79 Prozent würden diesen Weg wieder einschlagen. Bei den Frauen würde gut ein Drittel eine andere Laufbahn

wählen. Vor allem junge Personen unter 35 Jahren und ältere ab 50, nämlich total 91 Prozent, bezeichnen das Schweizer Bildungssystem als Erfolgsstory. Umfrageteilnehmende aus der Romandie sehen die Berufslehre weniger als Stärke: Im Kanton Genf sind es nur 17 Prozent und im Kanton Waadt nur 31 Prozent. Und: Je höher die berufliche Position, desto eher wird die duale Bildung als Stärke bewertet. gsg

## Aus der Region

### Graubünden

#### Residenzen und Hotel Pardenn in Klosters bewilligt

In Klosters entsteht bis 2015 das neue 4-Sterne-Superior-Hotel Pardenn mit 91 Zimmern, Restaurant, Bar und Spa. Dazu kommen in den oberen Stockwerken 17 hochklassige Zweitwohnungen mit 100 bis 210 Quadratmetern Fläche. Die Gemeinde Klosters-Serneus hat das Baugesuch gutgeheissen und es gab keine Einsprachen, teilt die Bauherrschaft Meili Unternehmungen aus Zollikon ZH mit. Die Bestzeherin investiert rund 80 Mio. Franken in den Ersatzbau für das 2011 abgerissene frühere Hotel Pardenn. Das Haus soll bis 2015 bezugsbereit sein.

#### Resortmesse für Mitarbeiter ein Erfolg

Das Grand Resort Bad Ragaz hat zum vierten Mal eine sogenannte Resortmesse durchgeführt. Sie gibt den Mitarbeitenden des Resorts die Möglichkeit, die insgesamt 50 im Resort vertretenen Berufe kennenzulernen. An 16 Ständen gab es viel zu entdecken und zu erleben. Laut Daniel Grünfelder, Direktor Human Resources Corporate, fördere man damit das Verständnis für andere Abteilungen und ihre Arbeitsprozesse. Erstmals besuchten auch interessierte Oberstufen-Schulklassen die Resortmesse.

#### Frischer Wind im Best Western Hotel Sommerau



2VG

22 Zimmer und die vier Seminar- räumlichkeiten des 3-Sterne-Hotels Best Western Sommerau in Chur haben im Sommer eine Totalrevision für 1,4 Mio. Franken erhalten. Frischen Wind bringt auch ein neuer Direktor: Mikael Fernström kam 1996 aus Stockholm in die Schweiz. Der ehemalige Profi-Unihockey-Spieler hat die Hotelfachschule Passugg besucht, im Hotel Schweizerhof in Lenzerheide gearbeitet und war Geschäftsführer der Merz Gastro AG in Chur.

### Ostschweiz

#### Thurgau fürchtet Schaden für den Tourismus



2VG

Am deutschen Bodenseeufer sind zwei Windkraftwerke geplant. Die Thurgauer Regierung fürchtet, diese könnten die Aussicht vom Schweizer Ufer stören, da der See von grosser touristischer Bedeutung ist. Mögliche Standorte sind Nesselwangen bei Überlingen und Gehenberg. Die Schweizer bitten die deutschen Stellen um sorgfältige Interessenabwägung beim Standort. mbe

# Flughafenhotel rüstet in Krise auf

Das «Radisson Blu» am Flughafen Zürich hat seinen zweiten Ausbau abgeschlossen.

VIRGINIA NOLAN

Höher hinaus ging das «Radisson Blu» am Flughafen Zürich schon 2009, als es seinen Betrieb in einer ersten Erweiterung auf die achte Etage ausdehnte, die vorher McKinsey belegte. Jetzt, da die Wirtschaftsberater das Gebäude verlassen, hat das Hotel auch das letzte Drittel des achten Stocks

eingenommen, der nun zusätzliche 512 Quadratmeter Fläche für Meetings und Kongresse bietet. Dazu kommen 54 neue Privatparkplätze im benachbarten Flughafenparkhaus 1.

Total zählt das Hotel nun 4232 Quadratmeter Veranstaltungsfläche, das «Radisson Blu» hat aufgerüstet. Zum richtigen Zeitpunkt? Schliesslich klagt die Branche über ein rückläufiges

Veranstaltungsgeschäft. Oder hat das 4-Sterne-Haus bereits wichtige Kongresse im Visier, die es dank neuer Infrastruktur für sich gewinnen kann?

**«Die Nachfrage nach Meetings mit zwei bis 20 Personen steigt.»**

Werner Knechtli  
Direktor Radisson Blu Zurich Airport

«Nein», sagt Direktor Werner Knechtli. «Grossveranstaltungen stehen weniger auf der Agenda. Dafür steigt die Nachfrage nach Meetings im Bereich von zwei bis 20 Personen. Meist reisen die Gäste am Morgen an, abends flie-

gen sie.» Beziffern könne man den Zuwachs solcher Kurzaufenthalte nicht, aber bedeutend genug, dass er einen Ausbau rechtfertige, sei er allemal. Die neue Infrastruktur, sagt Knechtli, biete dem Gast mehr Flexibilität. «Es gibt Räume in allen Grössen, und wenn das Parkhaus 1 voll ist, muss dank den neuen Privatplätzen niemand mehr ausweichen.» Wer es sich wünsche - Personen aus Wirtschaft und Politik etwa -, könne sich auf mehr Anonymität freuen. «Man muss nicht einmal mehr den Weg durch die Lobby gehen. Vom Parkplatz aus gelangt

der Gast direkt zu den Sitzungszimmern, danach kann er unauffällig abreisen.»

2017 soll am Flughafen der Mega-Komplex «Circle» mit über 400 Hotelzimmern stehen. Hat man dabei keine Bedenken, dass die zusätzlichen Zimmer im «Radisson Blu» am Bedarf vorbeigehen? «Nein», sagt der Hoteldirektor abermals. «Im Gegenteil: Der «Circle» war für uns mit ein Grund, aufzurüsten. Wir wollen fit sein für die Konkurrenz.» Darüber, was der Ausbau gekostet hat, schweigt die Radisson-Gruppe.

## e-domizil: Mehr Buchungen

Die Online-Vermittlung von Ferienwohnungen boomt: e-domizil.ch verzeichnet für das laufende Jahr 23 Prozent mehr Buchungen.

Die Schweizer Online-Buchungsplattform für Ferienwohnungen, e-domizil.ch, hat erfolgreiche erste neun Monate im 2012 hinter sich: Sie verzeichnet 23% mehr Buchungen als in der Vorjahresperiode. Nach Buchungseingängen betrage das Plus 30%, für

Schweizer Ferienwohnungen sogar 41%, teilt das Unternehmen mit.

Für die umliegenden Länder verzeichnet e-domizil Marktanteil-Gewinne: +0,7% in Frankreich, +0,3% in Italien, +0,4% in Österreich. Das Reiseland Schweiz habe in diesem Sommer - trotz Buchungswachstum - Marktanteile verloren (-0,7%). Noch grösser ist der Marktanteilverlust nur noch in Spanien (-1,1%). Für den kommenden Winter verzeichnet e-domizil 45% mehr Buchungen für die Schweiz als 2011. Besonders ge-

fragt seien Ziele in Graubünden (+80%), gefolgt von Ostschweizer Destinationen (+46%) und dem Wallis (+23%). Für das Berner Oberland liegt der Buchungsstand unter dem Vorjahr (-21%). Eine aktuelle Kundenumfrage des Unternehmens bei über 1200 Schweizer Gästen zeigt eine steigende Nachfrage nach Ferienwohnungen: 30% der Befragten haben 2012 erstmals eine Ferienwohnung gebucht, 22% taten dies online. 59% entschieden sich aufgrund von Online-Kundenbewertungen für oder gegen eine Wohnung. sag

## Lenzerheide Bergbahnen verzeichnen erneut einen Gästerückgang

Der Gewinn der Bergbahnen ging um ein Viertel zurück, Grund sind die Witterungsverhältnisse.

Die Lenzerheide Bergbahnen haben laut eigenen Angaben ein äusserst schwieriges Geschäftsjahr 2011/12 hinter sich. Der «Verkehrsertrag Winter» sank um 4,8 Prozent auf 21,9 Mio. Franken. Die Ersteintritte in der Wintersaison sind um 8,7 Prozent auf 714 291 eingebrochen, wie die Bergbahnen mitteilten. Der Rückgang wird auf die schwierigen Witterungsverhältnisse zurückgeführt. Parallel zum Rückgang der Ersteintritte entwickelte

sich die Gastronomie am Berg. Die umsatzabhängigen Pachteinnahmen aus Gastronomiebetrieben fielen deshalb mit 972 113 Franken oder minus 12,2 Prozent geringer aus als im Vorjahr.

Bis zur Wintersaison 2013/14 will das Unternehmen ein «Jahrhundertprojekt» realisieren und zusammen mit den Bergbahnen Arosa die Wintersportgebiete mit vier neuen Bahnen verbinden. Es entsteht ein Skigebiet mit 225 Pistenkilometern. mbe

Aus der Region

**Zürich**

**Variante des Ostanflugs wird vorgeschlagen**

Die Umsetzung des Staatsvertrages zum Verkehr am Flughafen Zürich geht in eine neue Runde. Das Bundesamt für Zivilluftfahrt hat einen Bericht mit sechs Anflugrouten in die Konsultation gegeben. Enthalten ist auch die neue Idee des gekrümmten Nordanflugs von Osten über das Zürcher Wein- und Unterland. Die Kantone und Skyguide können sich bis 15. November äussern, teilte das BAZL mit.

**Freiburg**

**Weiterhin Alkohol für Minderjährige in Gaststätten**



Fotolia

Minderjährige ab 16 Jahren dürfen in Freiburg weiterhin Bier und Wein konsumieren. Das Kantonsparlament hat ein von der Regierung vorgeschlagenes Verbot abgelehnt. Die Jungen könnten Alkohol auch woanders kaufen, war ein Hauptargument, sowie die Folgen für die Gastronomie.

mbe

# Geschäft mit Meetings



**Gemäss «Meetings-Report Schweiz» hat der Kongresstourismus 2011 rund 19 Prozent der Hotelliernächte generiert. Der Umsatz wird auf 2,2 Mrd. Franken geschätzt.**

GUDRUN SCHLENCZEK

**N**un liegt sie vor, die erste ganzheitliche statistische Erhebung aus dem Meetings-Segment. Möglich macht dies eine neue Datenbank von Schweiz Tourismus, welche rund 18 500 Veranstaltungen fürs Jahr 2011 erfasst. Berücksichtigt werden in der neuen Schweizer Meetings-Statistik-Datenbank Veranstaltungen ab zehn Teilnehmern. Die Statistiken machen deutlich, wie wichtig dieses Segment für die Schweiz ist: Rund 19 Prozent der gesamten Hotelliernächte – oder 6,6 Millionen bei einem Total von 35,4 Millionen – hat letztes Jahr der Kongresstourismus generiert. Der Umsatz dieses Segments belief sich 2011 gemäss Schätzungen von ST auf 2,2 Milliarden Franken.

Die Mehrheit der kongressbedingten Hotelliernächte wurde in grossen und kleinen Städten

realisiert, wo sie mehr als ein Drittel der Übernachtungen ausmachen. In den Berggebieten repräsentieren sie nur noch 5,3 Prozent der Hotelliernächte. Trotzdem sind die Kongressgäste eine attraktive Gruppe für die Saisonhotellerie: Gemäss ST-Studie finden über 70 Prozent der Veranstaltungen in der Nebensaison des Freizeittourismus statt.

**Kleinere Städte profitieren von mehrtägigen Veranstaltungen**

Regionale Unterschiede gibt es auch punkto der Dauer der Veranstaltungen. Am höchsten ist der Anteil von Tagesveranstaltungen im ländlichen Raum. Lediglich ein Drittel der Veranstaltungen sind hier nämlich Mehrtagesveranstaltungen. Eine ähnliche Verteilung findet sich bei den grossen Städten. Hingegen ist das Verhältnis in den kleinen Städten deutlich ausgeglichener. Fast jedes zweite Meeting dauert in Kleinstädten bereits mehr als einen Tag. Auch in den Berggebieten kehrt sich das Verhältnis wieder in das Gegenteil. Über 60 Prozent der Veranstaltungen sind Mehrtagesveranstaltungen.

**Meetings sind der dominierende Veranstaltungstyp**

Die Analyse der Veranstaltungsart zeigt, dass es in der Schweiz eine starke Konzentration auf wenige Event-Typen gibt. Zum einen sind dies «Meetings». Der Anteil dieser Kategorie schwankt zwischen 30 Prozent im

Januar und 51 Prozent im August. In den für die Meetings-Industrie bedeutsamen Monaten (März bis Juni und September bis November) trägt diese Veranstaltungsart mit einem Anteil von jeweils über 40 Prozent massgeblich zum Gesamtvolumen bei. Zusammen mit dem Seminartourismus werden damit bereits über 50 Prozent der Veranstaltungen durch zwei Veranstaltungstypen generiert.

Der Anteil der Konferenzen erweist sich dagegen im Jahresverlauf konstant. Er schwankt zwischen 12 und 15 Prozent. Als ebenfalls konstant erweist sich der Anteil von Workshops und Kongressen (beides unter 10 Prozent). Schliesslich zeigt die vorliegende Statistik von Schweiz Tourismus, dass die Mehrzahl der Veranstaltungstypen städtische Gebiete als Destination bevorzugen. Einzig «Incentives» tendieren zur Durchführung der Events in den alpinen und ländlichen Regionen.

**Kongresstourismus Ein Fünftel aller Logiernächte**

Hotelliernächte mit Kongresstourismus: 6,6 Mio.  
Regionale Verteilung:  
Grosse Städte: 34%  
Kleine Städte: 39%  
Ländlicher Raum: 1,4%  
Berggebiete: 5,3%  
Gesamtumsatz: 2,2 Mrd. Franken

Über 50 Prozent der Veranstaltungen: Seminare und Meetings. Stöb Grünig/Kursaal Bern

ANZEIGE

## Befördern Sie Ihre Fahrgäste in die erste Klasse.

Der neue Ford Tourneo Custom bietet Ihnen und Ihren Fahrgästen ein luxuriöses und sicheres Fahrerlebnis. Dabei glänzt er mit einem hochwertigen und höchst flexiblen Innenraum mit 30 verschiedenen Sitzkonfigurationen sowie serienmässig mit Klimaanlage, Frontscheibenheizung, Abbiegelicht, Tempomat, Start-Stop und Easy-Fuel. Entdecken Sie jetzt den neuen Tourneo Custom mit seinem dynamischen Look und profitieren Sie bis zum 31.12.2012 von unserem attraktiven Einführungsangebot.

**TOURNEO**

ford.ch



**TOURNEO CUSTOM**

AB FR.

**29'900.-**

KUNDENVORTEIL

**11'750.-**



Eine Idee weiter

Nettopreise exkl. MWST für gewerbliche Kunden mit Handelsregistereintrag. Angebot bei teilnehmenden Händlern gültig bis 31.12.2012. \* Tourneo Custom Trend, 100 PS/74 kW, Fahrzeugpreis Fr. 29'900.- (Katalogpreis Fr. 41'650.-, abzüglich Eintauschprämie Fr. 2'778.- und Spezialrabatt Fr. 8972.-). Abgebildetes Modell: Tourneo Custom Limited 125 PS/92 kW, Fahrzeugpreis Fr. 45'400.-



Marcel Friberg zu den Olympischen Winterspielen: «Die gesamte Tourismusbranche muss vereint hinstehen und Bevölkerung und Kritiker überzeugen.»

# «Auf neue Märkte setzen»

Der Tourismus im Bündnerland steht vor grossen Herausforderungen. Marcel Friberg, Präsident von Graubünden Ferien, hat keinen einfachen Job und kämpft an vorderster Front.

DANIEL STAMPELI

**Marcel Friberg, Sie sind nun seit knapp vier Monaten Präsident von Graubünden Ferien. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?**

Sie war ganz interessant. Ich habe einen Einblick in den Bündner Tourismus erhalten, wie ich ihn zuvor nicht hatte. Zwar engagiere ich mich schon lange im Bündner Tourismus, aber nicht unbedingt mit der Helikopter-Perspektive auf den ganzen Kanton. Feststellen musste ich, dass nicht alles so läuft, wie man es sich wünschen würde. Andererseits sind aber im ganzen Kanton konstruktive Leistungsträger am Werk, sei es in Tourismusorganisationen, in der Hotellerie oder bei den Bergbahnen. Sie sind gewillt, alles zu unternehmen, um aus der aktuellen Krise herauszukommen.

**Haben Sie bei Ihrem Amtsantritt «Leichen im Keller» gefunden? Dem ist nicht so. Es gab bei meinem Amtsantritt zwar Stimmen, die behaupteten, Graubünden Ferien sei in Bedrängnis. Dabei ging es um die Kooperation zwischen Graubünden Ferien und den Destina-**

tionen, insbesondere den grossen wie Davos Klosters und Engadin St. Moritz.

**Diese beiden Destinationen wollten nicht mehr mit Graubünden Ferien zusammenarbeiten, sondern sich selber vermarkten ...**

Sie arbeiten noch mit Graubünden Ferien zusammen und sind auch im Vorstand von Graubünden Ferien vertreten. Man hat aber gemeinsam Gespräche geführt zwecks Optimierung der Zusammenarbeit. Dies führt zu einer Überarbeitung des Leistungsauftrags von Graubünden Ferien, die wir ohnehin vornehmen müssen.

**Wäre Graubünden Ferien in der heutigen Form nicht überflüssig, sollten sich die grossen Destinationen verabschieden?**  
Auch dann würde es Graubünden Ferien benötigen. Das Schöne an Graubünden ist die Vielfalt. Es gibt grosse, mittlere und kleinere Destinationen. Graubünden Ferien ist in keiner Weise in Frage gestellt. Gäbe es die Organisation nicht, müsste sie erfunden werden.

**Hauptberuflich sind Sie Unternehmensberater und Marketingfachmann. Welchen Anteil Ihrer Arbeitszeit müssen Sie für Graubünden Ferien aufwenden? Zurzeit recht viel, also mehr als einen Tag pro Woche.**

**Wie laufen die Vorbereitungen auf die kommende Wintersaison?**  
Wir sind im Plan. Auch die Destinationen und Bergbahnen sind auf Kurs, damit zum Saisonstart alles bereit ist. Andererseits lässt es sich nicht wegdiskutieren, dass es in unseren Kernmärkten immer

schwieriger wird, Gäste zu akquirieren. Dies führt dazu, dass man vermehrt auf neue Märkte setzt.

**Auf welche konkret?**

Je nach Destination stehen Brasilien, Indien, China, aber auch Skandinavien, einzelne Ostländer und weiterhin auch Grossbritannien im Fokus.

**Grossbritannien? Der Schweizer Franken ist gegenüber dem britischen Pfund doch ebenso stark geworden wie gegenüber dem Euro.**

Schon, aber es gibt in Grossbritannien – auch traditionell – immer noch viele Leute mit Kaufkraft und Affinität zu den Bergen und entsprechender Bereitschaft, hier ihre Ferien zu verbringen.

**Viele Bergbahnen haben einen Investitionsstau und Probleme auf der Einnahmenseite. Welche Bündner Bergbahnen sind diesbezüglich am meisten gefordert?**

Eigentlich alle. Betrachtet man die vergangene Wintersaison, kommt man zum Schluss, dass nicht nur die kleineren Bergbahnen gelitten haben. Alle stehen vor Investitionen und müssen sich überlegen, wie diese getätigt und finanziert werden sollen. Dies betrifft aber noch weit mehr die Hotellerie. Schön wäre, wenn öffentliche Hand und Banken einen Fonds bilden würden, welcher der Erneuerung der touristischen Infrastruktur, also Bergbahnen und Hotellerie, dienen könnte.

**In welchen Destinationen in Graubünden orten Sie den grössten Bedarf an Hotelneu- und -ausbauten?**

Viele Destination verfügen zwar über mindestens ein Flaggship oder ein Paradehaus. Daneben gibt es aber viele Hotels mit Investitionsbedarf. Wir benötigen mehr 4-Sterne-Häuser in Graubünden, und zwar verteilt über den ganzen Kanton. Und viele der bestehenden 3-Sterne-Hotels sollten investieren, aber auch klar segmentieren. Da muss in den nächsten Jahren meiner Meinung nach einiges geschehen.

## Standpunkt

### Das Raumplanungsgesetz ist leider untauglich



VIOLA AMHERD

Der Bundesrat wollte mit der Revision des Raumplanungsgesetzes die Initianten der Landschaftsinitiative zum Rückzug bewegen. Doch das Parlament hat zu viel hineingepackt und den Druck auf die Berggebiete über die Massen erhöht. Das revidierte Gesetz will Rückzonung, Mehrwertabgabe und Bauverpflichtung. Der Spielraum für die Zukunftsplanung der Gemeinden in den Berggebieten wird dadurch viel

**«Das Referendum ist eine Chance, sich den Umgang mit den Berggebieten zu überlegen.»**

zu stark eingeschränkt. Am stärksten betroffen ist das Wallis, das sich bei der Ausnutzung des bisherigen Spielraums wohl am meisten auf die Äste hinausgelassen hat. Der Rhonekanton weist aber auch die höchste Zahl an Bodenbesitzern auf. Ihr Eigentum wird schlagartig um mehrere Milliarden Franken entwertet.

Dass die potenziellen Feriengäste nicht nur über das Konsumverhalten, sondern auch über die politische Einflussnahme mitreden wollen, wie ihre Destination aussehen soll, ist verständlich. Via Finanzzaugleich und verschiedene Bundesprogramme fliesst schliesslich viel Geld in die Berggebiete. Aber bei allem Respekt: Diese lassen sich nicht einfach nur auf ein «Naherholungsgebiet» für gestresste Stadtbewohner reduzieren.

Das zustande gekommene Referendum gegen das Raumplanungsgesetz eröffnet die Chance, sich grundsätzlich darüber Klarheit zu verschaffen, wie mit den Berggebieten umgegangen werden soll. Es geht um nichts weniger als um die Zukunft dieser Regionen. Es geht aber auch darum, welchen Stellenwert die Eigenverantwortung der Kantone noch haben soll. Eine übermässig zentralisierte Raumplanung dient in unserem föderalistisch geprägten Land nicht gerade einer zukunftsgerichteten Politik.

\*Viola Amherd, Nationalrätin CVP Wallis

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



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

Elio Frapolli  
Frapolli Betriebe AG

Ruepp & Partner Dietikon AG  
www.ruepp.ch



«Die Käsemischung aus Gruyère ist die beste.»

Irma Dütsch. Die Spitzenköchin muss es wissen, stammt sie doch selbst aus Gruyère; gelesen in einer Pressemittlung.

## Schweiz verblüfft die Welt

In Luzern treffen sich diese Woche über **600 Experten für Abenteuerreisen** aus aller Welt. Für viele war schon die farbenfrohe Eröffnungsfeier die Anreise wert.

GERY NIEVERGELT

**T**urbane, Rucksäcke, Trekkingschuhe: Eine bunt gemischte Gesellschaft traf sich am Montagabend in den Foyers und im Konzertsaal des KKL Luzern, um gut gelaunt den erstmals in der Schweiz stattfindenden «Adventure Travel World Summit» zu eröffnen. Veranstalter wird der mehrtägige Grossanlass mit seinen Podien, Workshops und Outdoor-Aktivitäten von der in Seattle beheimateten «Adventure Travel Trade Association» (ATTA), die es sich zum Ziel ge-

setzt hat, den Abenteuerreisemarkt weltweit zu fördern. Über 600 Vertreter von Tour Operators, Marketingorganisationen, Tourismusverbänden und Medien waren dem Aufruf gefolgt und nutzen die Chance, das Ferienland Schweiz einmal leibhaftig zu erfahren.

Die Erwartungen waren gross, der Goodwill ebenso. Rasch euphorisch – sehr amerikanisch – bejubelten die Abenteuerreisenden die Auftritte einer feschen Guggemusik aus Emmenbrücke, der technisch verblüffenden Alp-



Schweizer Spektakel für Abenteuer-Profis aus aller Welt: Guggemusik und die Violinistin **Sunita Abplanalp**.

hornbläserin Lisa Stoll oder der herausragenden jungen Violinistin Sunita Abplanalp. Durch den Abend führte ebenso routiniert, wie witzig ST-Direktor Jürg Schmid, von ATTA-Präsident Shannon Stowell in der Hitze des Gefechts als «CEO der Schweiz»

angekündigt. Um die Schweiz ging es allerdings, um ihre Einzigartigkeit als Abenteuer- und Outdoor-Destination. Beim anschliessenden Apéro richte man sich denn auch einig: What a beautiful country! – und kein einziger Amerikaner verwechselt

uns Land mit Schweden. Besonders gerne hörte dies alles Alex Herrmann, Landesleiter Amerika für Schweiz Tourismus, hatte er doch zusammen mit Luzern Tourismus wesentlich dazu beigetragen, den Summit nach Luzern zu holen.



Stolzer Gastgeber: **Marcel Perren**, Tourismusdirektor Luzern.



Atta-Präsident **Shannon Stowell** und der ST-Direktor, **Jürg Schmid**.



Stelldichein von **Gästen aus 60 Ländern** im Luzerner KKL.

## Claudia Meier beendet ein Kapitel

Die **Direktorin des Hotels Schwefelbergbad**, Claudia Meier, schliesst am Sonntag die Türen des 4-Sterne-Hauses zum letzten Mal. Wieder eröffnet wird das Hotel im Sommer 2013.

CHRISTINE KÜNZLER

«Nun habe ich den Kopf frei für das, was ich im November tun werde». Das sind, sagt Hoteldirektorin Claudia Meier, die Gedanken, die ihr durch den Kopf gehen werden, wenn sie die Türen des «Schwefelbergbads» zum letzten Mal zuschliessen wird. Am nächsten Sonntag wird es so weit sein. Das, was sie im November plant, ist die Folge ihres Coming-outs als Transsexuelle vor knapp zwei Jahren. Sie wird sich einer geschlechtsumwandelnden Opera-

tion unterziehen «und vorerst bis 31. Dezember ausser Gefecht» sein.

Die Direktorin des historischen 4-Sterne-Hotels im bernischen Schwefelberg-Bad hat das Haus «mit einem weinenden und einem lachenden Auge» der Ammann Globalbau in Hilterfingen verkauft. Der Grund dafür: «Meine Operation ist ein zu grosses Risiko für einen Arbeitgeber.» Sie sei, sagt sie, stolz darauf, einen Käufer gefunden zu haben, «das war nur möglich, weil ich den Betrieb erfolgreich geführt habe». Ihre Eltern, Anni und Heribert Meier, die das Hotel samt Umschwung 1968 gekauft hatten, sind mit dem Verkauf einverstanden, betont Claudia Meier, das sei ihr sehr wichtig. Ihre Eltern hätten sie auch nie dazu gezwungen, das Hotel vor zwölf Jahren zu übernehmen. Der Unternehmer Peter Ammann sucht nun einen Pächter, der den Betrieb ab Som-



**Claudia Meier** steht vor einer neuen beruflichen Zukunft.



Das 4-Sterne-Hotel **Schwefelbergbad** hat einen neuen Besitzer und wohl bald einen neuen Pächter.

mer 2013 wieder führen soll. Im Winter werden das Hotel und der dazugehörige Skilift geschlossen bleiben.

Claudia Meier wünscht sich, dass das 4-Sterne-Hotel Schwefelbergbad weiterhin erfolgreich «in eine gute Zukunft» geführt

wird. «Am besten von einem jungen dynamischen Paar, mit Visionen und neuen Ideen.» Dass das Hotel viel Potenzial hat, davon ist sie überzeugt. Nachholbedarf ortet sie indes in der touristischen Vermarktung der Gantrisch-Region, wo das Hotel liegt.

Für ihre berufliche Zukunft hat Claudia Meier bereits neue Pläne: «Ein kleines Restaurant mit 35 bis 45 Plätzen, am liebsten in der Berner Altstadt.» Als Alternative dazu sieht sie sich als Krisen-Interventions-Managerin für Hoteliers in einer Notlage.

### Neuer GM für das «Mandarin Oriental» Genf

Am 1. Januar 2013 wechselt **Lars Wagner** vom «Mandarin Oriental» München als General Manager in das «Mandarin Oriental» Genf.

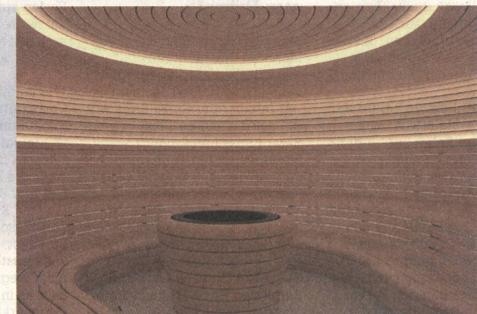


Wagner ist seit 25 Jahren in der internationalen Hotellerie tätig. So war er zum Beispiel massgeblich bei den Hotelöffnungen des Four Seasons Hotel Prag und des Four Seasons Resort Provence involviert. In München war er seit 2007 in der Funktion des General Managers.

ANZEIGE



**THERMARIUM**  
 SPADESIGN & MANUFACTURE  
 SPADESIGN  
 MANUFACTURE  
*par excellence*  
 HOME SPA BUSINESS SPA  
[www.thermarium.ch](http://www.thermarium.ch)



**Karriere. Junge Berufsleute auf der Zielgeraden** Seite 8; **Gut vernetzt schafft man's leichter** Seite 9; **Leidenschaft hilft beim Aufstieg** Seite 10; **Lehrmeister sind die Vorbilder des Nachwuchses** Seite 11

**5-Sterne-Hotels in der Schweiz, Asien, den USA und im Nahen Osten gelten als optimale Sprungbretter für junge Berufsleute. Noch wichtiger jedoch sind klar definierte Ziele.**

DENISE WEISFLOG



Die Schweiz ist nach wie vor beliebt als Ausbildungsort für ambitionierte junge Berufsleute (Bild aus der Ecole hôtelière de Lausanne EHL).

Alain D. Bollat

## Die besten Sprungbretter

Die Absolventen der Schweizer Hotelfachschulen sind im internationalen Arbeitsmarkt beliebt. Doch welche Berufsstationen ermöglichen die optimalsten Karrierestart? Dazu Prof. Dr. Ray F. Iunius, Direktor Business Development & Marketing an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL): «Die drei interessantesten Destinationen für junge Berufsleute sind die Schweiz, die Vereinigten Staaten und der Nahe Osten. Die Schweiz wegen ihrer Tradition und Fachkenntnis im Hotelgewerbe, die USA wegen ihrer Karriereoptionen, und der Nahe Osten wegen seiner Wachstumschancen.» Erfahrungen im 5-Sterne-Segment seien am wichtigsten, weil dort das Service-Niveau sehr hoch sei. «Die EHL ermutigt ihre Studierenden, Erfahrungen bei grossen Hotelketten zu sammeln. Diese bieten interessante Karriere-Möglichkeiten», sagt Iunius.

Diese Einschätzung teilt Sandra Benz, Verantwortliche Marketing und Kommunikation an der Hotelfachschule Thun. «Grössere Hotelgruppen bieten häufig Förderprogramme und Management-Trainee-Programme an. Transfermöglichkeiten innerhalb der Gruppe können sich zusätzlich förderlich für die Laufbahn auswirken.» In erster Linie seien aber persönliche Präferenzen und Gegebenheiten ausschlaggebend: «Möchte man in eine Destination, die auf das ganze Jahr oder schwerpunktmässig auf Winter oder Sommer ausgerichtet ist? Strebt man eine internationale Karriere an oder möchte man den elterlichen Betrieb übernehmen?»

Paul Nussbaumer, Direktor der Belvoirpark Hotelfachschule in Zürich: «Grundsätzlich ist jeder Betrieb, der hohe Anforderungen an junge Berufsleute stellt, karrierefördernd.» Voraussetzung sei allerdings, dass die jungen Berufsleute ihre Erwartungen kommunizieren und mit klaren Zielen untermauern. Ein regelmässiges, konstruktives Feedback führe dann zur Weiterentwicklung. «Je systematischer solche Prozesse gestaltet sind, umso wirkungsvoller ist die Förderung der Mitarbeiter.»

Christa Augsburg, Leiterin Ausbildung Schweizerische Hotelfachschule Luzern (SHL), erklärt, für eine erfolgreiche Karriere spiele auch das persönliche Engagement eine entscheidende Rolle. «Die Kaderpositionen, die unsere Studierenden wählen, sind sehr diversifiziert. Der eine fühlt sich im F&B-Bereich wohl, während sich der andere gerne spezialisieren möchte und im Personal-

bereich heimisch wird. Ein Dritter fühlt sich als Allrounder und ist vielleicht als Direktionsassistent glücklich. Wieder andere suchen in hotelverwandten Bereichen.»

### Schulen unterstützen Studis beim Karriere-Start

Bereits während der Ausbildung werden Studierende an Schweizer Hotelfachschulen auf einen optimalen Karriere-Start vorbereitet. Etwa durch die Möglichkeit, Praktika zu absolvieren. «Unser Ziel ist es, den Schülern konkrete, praktische Erfahrungen zu ermöglichen», sagt Iunius. Etwa mit den Student Business Projects der EHL, die den Studierenden im Abschlussjahr Gelegenheit böten, in einer Gruppe von fünf Personen für ein Unternehmen zu arbeiten. «Während neun Wochen oder 1800 Stunden befinden sie sich im Herz einer Firma. Diese Projekte, die vom Zentrum für Innovation und Entrepreneurship der EHL angeregt

werden, sind Übergänge zur Arbeitswelt. Sie ermöglichen für 20 Prozent unserer Schüler, einen ersten Arbeitsplatz zu finden.» An der Hotelfachschule Thun müssen der zweite Teil des ersten Semesters sowie das dritte und fünfte Semester als Praktika ausserhalb der Schule absolviert werden. Zudem werden die Studierenden an Infoveranstaltungen auf ihre Bewerbungen vorbereitet.

Die Hotelfachschule Luzern verlangt von ihren Studierenden drei Fachpraktika in den Bereichen Küche/Produktion, Restauration und Front Office sowie einen Nachweis, dass sie vor dem letzten Semester eine Führungstätigkeit von mindestens sechs Monaten ausgeübt haben. Zusätzlich bietet sie unter anderem Praktikumsgespräche und Karrierenachmittage.

Auch an der Belvoirpark Hotelfachschule in Zürich sind Karrierethemen Teil des Unterrichts. «An einem Karrieretag stellen sich Firmen vor, was einen guten Spiegel der Branchenrealität darstellt. Zudem bieten wir viele persönliche Gespräche. Auch ad hoc – wir haben immer offene Türen», sagt

Nussbaumer. Generell rät er jungen Berufsleuten, bereits beim ersten Vorstellungsgespräch darauf zu achten, wie verbindlich die Aussagen betreffend der Entwicklungsmöglichkeit sind. «Ist eine schrittweise Einführung geplant und sind über einen längeren Zeitraum Perspektiven aufgezeigt, ist dies ein Hinweis auf eine sinnvolle Förderung.»

### Karriere Was braucht es, um weiterzukommen?

Das Gastgewerbe bietet jungen Berufsleuten grosse Karrierechancen – sowohl im In- als auch im Ausland. Und die Hotelfachschulen bereiten ihre Absolventen denn auch rechtzeitig auf die Praxis vor. Berufliche Leidenschaft und klare Ziele helfen, die Karriereleiter hochzuklettern. Das gilt sowohl für Absolventen einer Hotelfachschule als auch für junge Berufsleute, die eine Grundausbildung absolviert haben.



Ray F. Iunius von der EHL.

**klar**

**Schluss mit Sozialversicherung.**

Wir schaffen klare Verhältnisse bei Ihren Löhnen.

[www.bommer-partner.ch](http://www.bommer-partner.ch)  
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

facebook.com/dialock

**HÄFELE**  
FUNCTIONALITY FOR YOU

**dialock**

Häfele Schweiz AG, Dammstrasse 29, 6280 Kreuzlingen, www.dialock.ch, www.haefele.com

SUN TOP 3100®

Windfest bis 75 km/h und 100% wasserdicht!

**KASTLISTOREN**

Kästli & Co. AG  
Tel. 031 340 22 22  
[www.kaestlistoren.ch](http://www.kaestlistoren.ch)

Hugo Schmid, Partner

**geradlinig**

[www.bommer-partner.ch](http://www.bommer-partner.ch)  
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

**CERUTTI**

**cerutti**

"il Caffè"

[www.caffe-cerutti.com](http://www.caffe-cerutti.com)  
[info@caffe-cerutti.com](mailto:info@caffe-cerutti.com)

**GILDE**

ANZEIGE

**Karriere. Einsteiger.** Eine junge Restaurationsfachfrau und eine junge Hotelfachfrau sind auf der Zielgeraden. Bereits haben sie die ersten Sprossen ihrer Karriereleiter erklimmt und ihren Weg geebnet.



Sophia Lehner mit ihren Eltern Regula und Hubert Lehner. Die Nachfolge für den Familienbetrieb «Bürchnerhof» ist gesichert.

Foto: Kurt Reichenbach

«Es steht irgendwo in der Schweiz, hat etwa zwanzig Zimmer und ist ein Ferienhotel. Das Ambiente ist familiär und wir werden uns viel Zeit nehmen für den Gästekontakt.» Gastfreundschaft und Ehrlichkeit sind ihr wichtig. Und auch die Mitarbeiterführung liegt ihr am Herzen. «Ich möchte, dass die Mitarbeitenden möglichst lange im Hotel bleiben. Das ist auch in der Saisonhotellerie möglich, wenn sich die Mitarbeitenden am Arbeitsort wohl fühlen.»

### Der hoffnungsvolle Nachwuchs einer Walliser Hoteliersfamilie

Sophia Lehner weiss mit 19 Jahren bereits genau, was sie will: das elterliche 3-Sterne-Hotel in Bürchen übernehmen. Das hat sie auch in der diesjährigen Umfrage der Schulhotels hotellerieuisse festgehalten. Zielsicher steuert sie auf die Übernahme des «Bürchnerhofs» zu. Der erste Schritt war ihre HoFa-Ausbildung im Zürcher 5-Sterne-Hotel Widder. Gleich nach der Lehre, die sie in diesem Jahr beendet hat, nahm sie eine Stelle als Receptionistin im Zürcher Hotel du Théâtre an. Demnächst wechselt sie nach Zermatt, in das 4-Sterne-Superior-Hotel Cervo. Dort wird sie als stellvertretende Gouvernante eingesetzt. «Ich bleibe für drei Saisons, dann werde ich die Hotelfachschule Luzern besuchen», hält Sophia Lehner fest. Das wird im Jahr 2014 sein. Angemeldet ist sie bereits.

Gleich nach der Hotelfachschule möchte sie in den elterlichen Betrieb einsteigen. Wie und wann dann die Übernahme des Hotels stattfinden soll, sei noch offen. «Es kommt darauf an, wie lange mein Vater noch im Betrieb bleiben will», sagt sie. Was sie am 22-Zimmer-Hotel reizt? «Ich bin hier aufgewachsen, der «Bürchnerhof» bedeutet mein Leben. Ich möchte ihn weiterführen, weil mir das Spass macht.» Am Konzept ändern will sie nicht, viel ihr gefällt das Hotel so, wie es ist, «familiär und persönlich».

Sophia ist die älteste Tochter der Familie Lehner. Ihre Schwester hat keinen gastgewerblichen Beruf erlernt und ihr Bruder ist sehr viel jünger als sie. Das heisst, auch aus familiärer Sicht dürfte Sophia Lehner ihren Traum wohl verwirklichen können. Ihr sei schon früh klar gewesen, dass sie den «Bürchnerhof» übernehmen möchte. «Das war schon immer mein Ziel», sagt sie. Druck, dem Weg der Eltern zu folgen, gab es keinen: «Ich hätte problemlos auch einen anderen Berufsweg einschlagen können.»

## Unterwegs zum Ziel

**Junge Berufsleute mit klaren Zielen können im Gastgewerbe ihre Karriere-träume verwirklichen. Das zeigt sich am Beispiel von Melanie Abbühl und Sophia Lehner.**

CHRISTINE KÜNZLER

Ich bin auf gutem Weg, meine beruflichen Ziele zu erreichen», sagt Melanie Corine Abbühl, gelernte Restaurationsfachfrau. «Ich werde meine Karriere sicher in der Hotellerie oder Gastronomie weiterführen, etwas reisen, andere Sprachen und Kulturen sowie neue Hotels kennenlernen und die Hotelfachschule abschliessen. Mein Traum ist es, später einmal ein eigenes Hotel zu führen.» Dies gab die junge Berufsfrau vor einem Jahr bei einer Umfrage der Verantwortlichen der Schulhotels hotellerieuisse zu Protokoll. Diese hatten 2011 und 2012 Lernende vor dem Lehrabschluss zu deren beruflichen Zielen befragt.

Melanie Corine Abbühl will Karriere machen.

Ein Blick auf den noch kurzen beruflichen Lebenslauf der jungen Restaurationsfachfrau, die im Hotel Lenkerhof ihre Ausbildung absolviert hatte, zeigt, wie Melanie Abbühl auf ihrer Karriereleiter hochsteigt. Im November

**«Ich bin hier aufgewachsen, der «Bürchnerhof» bedeutet mein Leben.»**

Sophia Lehner Hotelfachfrau

letzten Jahres hat sie ihre erste Stelle in neu eröffneten 5-Sterne-Hotel

Gardino Mountain in Champfèr angetreten. Zu Beginn war sie als Commis angestellt, bereits im Sommer wurde sie zum Chef de Rang befördert. «Nun hat man mir die Verantwortung für das «Stiva» übertragen. Ich freue mich sehr auf diese neue Herausforderung», sagt Melanie Abbühl.

Das Restaurant im «Gardino Mountain» umfasst 25 Plätze. Wie hat sie den schnellen Aufstieg geschafft? «Dank meines Engagements: Es sei eine Herausforderung gewesen, in einem neu eröffneten Hotel und in einem ganz neuen Team zu arbeiten. Als dann ihre Arbeitskollegin, die das «Stiva» betreute, wegen eines Un-

falls ausfiel und Melanie Abbühl einsprang, ergab sich für sie eine weitere Gelegenheit, ihre Fähigkeiten unter Beweis zu stellen.

### Ein Hotel mit 20 Zimmern und einer familiären Atmosphäre

«Im Frühling werde ich mir eine Stelle im Welschland suchen, denn ich möchte mein Französisch verbessern», sagt die junge Berufsfrau. Was sie danach machen wird, ist offen. «Ich gehe meine Karriere Schritt für Schritt an.» Sie werde wohl noch in weiteren Hotels Erfahrungen sammeln. Dann möchte sie eine Hotelfachschule absolvieren. Eventuell die Ecole Hotelière Lausanne, falls ihre französischen Sprachkenntnisse dafür ausreichend seien.

Wie ihr Hotel, das sie einmal übernehmen möchte, aussehen könnte, weiss sie bereits heute.

## Hotels befragt: Noten ja, aber nicht nur

Schulnoten sind wichtig, wenn sich junge um eine Lehrstelle bewerben. Und auch für die erste Stelle nach der Lehre zählen die Noten. Deren Bedeutung wird jedoch kleiner, mehr Gewicht haben dann die Arbeitszeugnisse.

CHRISTINE KÜNZLER

Wir schauen auf die Schulnoten, wenn wir Lernende anstellen», sagt Jürg Zürcher, Direktor des 4-Sterne-Sunstar-Parkhotels Davos. Er beschäftigt gegenwärtig neun Auszubildende. «Für die KV-Stellen nehmen wir nur Lernende, welche die Sekundarschule absolviert haben. Die Noten in Mathe-

matik und in den Sprachen sind ausschlaggebend.» Dies, weil die Ausbildung heute sehr komplex und anspruchsvoll geworden sei. Wer sich als Hotelfachfrau/-mann (HoFa) oder Restaurationsfachfrau/-mann (ReFa) bewirbt, muss nicht zwingend Sekundarschulbildung mitbringen. «Hier reicht die Realschule», so Zürcher. Jedoch auch die Realschüler müssen akzeptable Noten mitbringen. Allerdings sind die Noten allein nicht ausschlaggebend; «der Mensch mit seinem Charakter steht im Vordergrund».

Bewerber, die im Davoser «Sunstar» ihre erste Stelle nach der Ausbildung antreten wollen, müssen ihren Notenausweis ebenfalls vorzeigen. «Doch die Noten allein sind nicht ausschlaggebend. Oft entscheidet mein Bauchgefühl. Zudem holen wir jeweils Referenzen ein.» Zürcher



Für Angela Tauro sind die Arbeitszeugnisse wichtig.

achtet auch auf den Lehrbetrieb des Bewerbers. «Ab der zweiten Stelle dann zählen für uns ausschliesslich Arbeitszeugnisse und Referenzen.»

«Mit jedem Berufsjahr nimmt das Gewicht der Schulnoten ab», sagt auch Remo Wehrli, HR Director der SV Group in der Schweiz. Bei jungen Menschen, die in einem der SV-Betriebe eine Lehre

absolvieren möchten, spielen die Schulnoten eine grosse Rolle. «Und wir klären genau ab, ob die Bewerber für den gewünschten Beruf überhaupt geeignet sind.» Auch für die erste Stelle nach der Lehre sind die Schul- und Berufsnoten ein wichtiges Kriterium. «Weil zu diesem Zeitpunkt erst wenige andere Anhaltspunkte vorhanden sind.»

Bei späteren Bewerbungen zählen die letzten zwei, drei Stellen. «Wichtig ist ein nachvollziehbarer und stringenter Lebenslauf», so Remo Wehrli.

Angela Tauro, Personalchefin bei den ZFV-Unternehmungen, kann die Frage nach der Wichtigkeit der Schulnoten nicht «global»

beantworten. «Je nach Stelle sind die Schulzeugnisse wichtiger oder weniger wichtig», fasst sie zusammen. «Für mich sind die Arbeitszeugnisse massgeblicher.» Bei einem Lernenden ist die Situation jedoch anders:

**«Mit jedem Berufsjahr nimmt das Gewicht der Schulnoten ab.»**

Remo Wehrli HR Director SV Group Schweiz

wie beim Lernenden. «Wichtiger ist, was sein Lehrmeister über ihn sagt.» Grundsätzlich, sagt Angela Tauro, sei für sie die Persönlich-

keit der Bewerberin oder des Bewerbers und der Eindruck, den sie oder er vermittelt, überzeugender. Die Abschlussnote widerspiegelt oft auch die Tagesbefindlichkeit des jungen Menschen und sei deshalb nicht immer so ganz aussagekräftig. «Die Noten zu beachten ist okay, doch dürfen sie nicht das wichtigste Kriterium sein», zieht die Personalchefin Bilanz.



Jürg Zürcher, Direktor des Sunstar-Parkhotels Davos.

**Karriere. Netzwerke.** On- und offline Netzwerken kann helfen, zu einem neuen Job zu kommen.



Durch Networking mit Berufskollegen ist man oft schneller und besser informiert.

## Netzwerken – aber richtig

Jeder fünfte Schweizer verdankt seine Stelle einem persönlichen Kontakt. Dies geht aus dem «Kelly Global Workforce Index 2011» hervor, einer Studie des Personaldienstleisters Kelly Services. Beziehungen – oder Vitamin B – nehmen eine wesentliche Rolle ein, wenn es darum geht, die Karriere voranzutreiben.

Zusätzlich zum informellen Netzwerk, welches sich jeder selbst aufbaut, existiert heute eine Vielzahl Netzwerke formeller Art. Dazu gehören etwa Berufsverbände, Urs Wohler, Vizepräsident des Verbands Schweizer Tourismus Manager VSTM, plädiert zwar dafür, die Bedeutung von Netzwerken auf die Karriere nicht zu überschätzen, allerdings: «Durch die Kontakte ist man etwas schneller informiert und man kommt an Infos, die einen sonst nicht erreichen würden. Dies kann interessant sein, wenn man auf Stellensuche ist oder ein Stellenangebot hat.» Vom Austausch unter Gleichgesinnten und Fachleuten profitierten sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer: «Es ist wertvoll, zu erfahren, wie andere mit den ähnlichen Chancen und Herausforderungen, Aufgaben und Prozessen umgehen», so Wohler. Wichtig sei dabei, sich nicht ablenken zu lassen und Quantität von Qualität zu unterscheiden, denn: «Je mehr Kontakte man hat, desto weniger kann man sie pflegen.»

**Zum Traumjob dank Xing?**  
Frischen Wind ins Thema «Netzwerken» hat das Social Web gebracht. Die bereits erwähnte Studie von Kelly Services kam zum Schluss, dass 24 Prozent der Befragten bei der Stellensuche auf Social Media setzen – vorwiegend, um sich über Jobs zu informieren und auszutauschen. Zwar haben nur 2 Prozent über diesen Weg

**Ein Schuss Vitamin B kann der Karriere einen erfrischenden Schub geben. Das macht Netzwerke wichtig. Dabei ist jedoch Fingerspitzengefühl gefragt.**

MELANIE ROTH

auch einen Job gefunden, tendenziell dürfte diese Zahl bis heute aber gestiegen sein.

Naheliegende Plattformen sind in diesem Zusammenhang Berufsnetzwerke wie Xing. Und quasi als «Netzwerke im Netzwerk» Xing-Gruppen wie «Touristik Lounge». Die Gruppe hat über 13 000 Mitglieder und ist «Xpert Ambassador Group»: eine branchenspezifische Gruppe, welche von Xing ausgewählt wurde, auf der Plattform explizit gefördert wird und sich an Experten und Fachleute richtet. Willkommen sind in der Gruppe alle, die mittelbar und unmittelbar mit Tourismus zu tun haben. Ihren Mitgliedern verspricht sie «Vorteil durch Erfahrungsaustausch».

Moderator Christian Schwannecke meint zum Stellenwert der

**«Online-Netzwerke ersetzen Offline-Netzwerke nicht.»**

Urs Wohler  
Vizepräsident VSTM

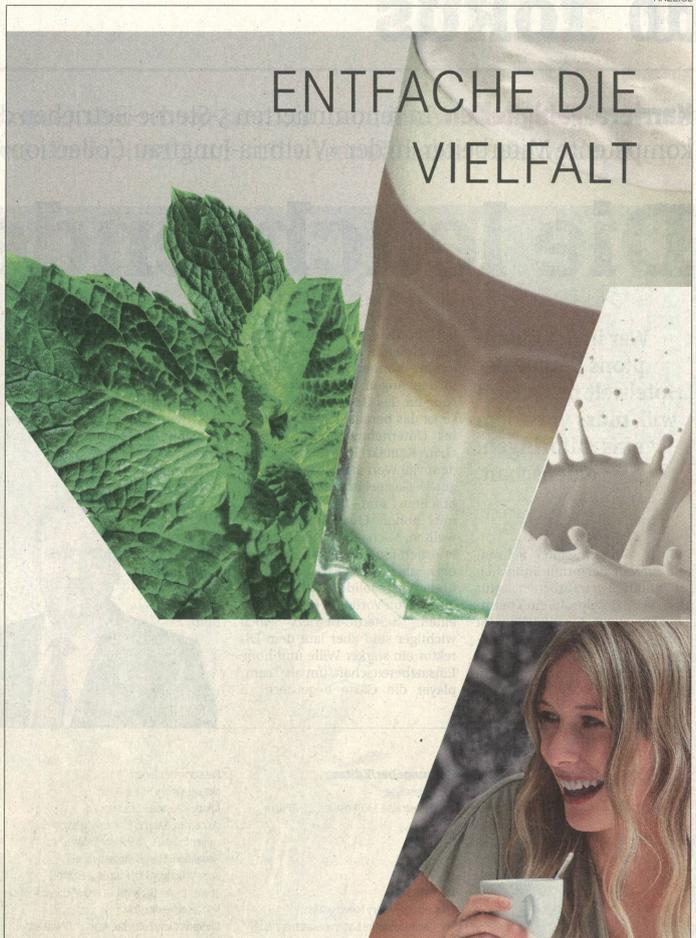
«Touristik Lounge»: «Wenn man sich aktiv an Themen innerhalb einer solchen Gruppe beteiligt, dann zeigt das auf eine sehr positive Art, dass man auch ausserhalb seines Arbeitsplatzes an damit verbundenen Themen interessiert ist.» Die Aktivitäten innerhalb der Gruppe gehen aber über die Imagepflege hinaus: «Es werden extrem viele und sehr gute Jobangebote eingestellt. Das zeigt den hohen Stellenwert der Mitglieder innerhalb der Gruppe», so Christian Schwannecke.

**Beim Netzwerken Fingerspitzengefühl gefragt**

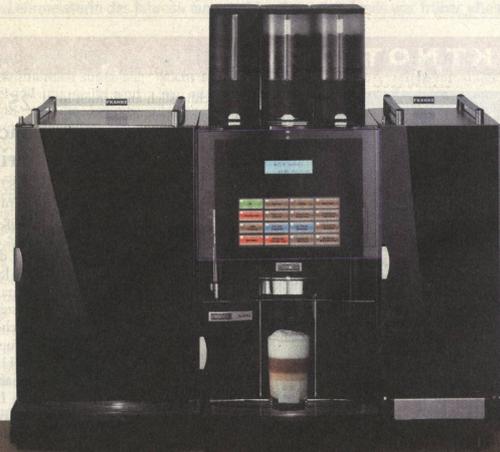
Wenn es darum geht, eine Arbeit zu finden, sei Fingerspitzengefühl gefragt. Dazu gehört auch, zu wissen, wann genug ist: «Klar kann man zu viel Netzwerken. Man braucht nur die aufgewendete Zeit in ein Verhältnis zum Nutzen zu setzen. Dieser ist zwar oft nicht zeitnah und konkret zu ermitteln, aber sollte auf jeden Fall den Aufwand steuern», so Schwannecke. Das sieht Urs Wohler ähnlich: «Es ist heute eine Kunst, den richtigen Mix zu finden. Die Qualität von Netzwerkarbeit steigt nicht parallel zur Menge der Aktivitäten. Gezielt die richtigen Kontakte knüpfen ist zielführender als möglichst viele Kontakte ungezielt akquirieren.»

Online oder offline? Eine gesunde Mischung empfiehlt sich, wenn es um die Frage geht, seine Zeit in Offline- oder Online-Netzwerke zu investieren. Urs Wohler ist überzeugt: «Online-Netzwerke ersetzen Offline-Netzwerke nicht. Sie bringen meist nur in Verknüpfung mit einem «Offline-Kontakt etwas.» Und Online-Mann Schwannecke denkt, es sei wenig sinnvoll, sich bei der Jobsuche nur noch auf die Online-Welt zu verlassen: «Printmedien sind nach wie vor eine interessante Quelle für Jobinformationen.»

Urs Wohler:  
«Weniger ist oft mehr.»



## ENTFACHE DIE VIELFALT



## SPECTRA FOAM MASTER

Die Franke Spectra Foam Master mit Flavour Station ist der Schlüssel zu einem grenzenlosen Getränkeangebot: Mit kaltem und warmem Milchschaum in verschiedenen Konsistenzen, Kaffee und Trinkschokolade sowie bis zu drei verschiedenen Sirups können unzählige trendige Kaffee-kreationen einfach per Knopfdruck hergestellt werden.

– Eine professionelle Kaffeemaschine für höchste Ansprüche an Geschmack, Ästhetik und Leistung!

[www.franke.com](http://www.franke.com)

COFFEE  
SYSTEMS

**FRANKE**

**Karriere. Fähigkeiten.** In renommierten 5-Sterne-Betrieben der Schweiz braucht es topmotivierte, menschlich wie fachlich kompetente Mitarbeiter. In der «Victoria-Jungfrau-Collection» wird auch Offenheit gegenüber anderen Kulturen erwartet.

# Die leuchtenden Augen

**Wer in der Champions League der Hotelwelt reüssieren will, muss vor allem eins mitbringen: Leidenschaft.**

MARC BENEDETTI

Im 5-Sterne-Hotel Schweizerhof Bern und ähnlichen Betrieben zu arbeiten, ist für viele Hotelprofis ein Traumjob. Die erste Qualifikation ist aber eine, die man nicht trainieren kann. «Bei der Auswahl von Mitarbeitern achten wir vor allem auf die Passion, welche die Bewer-

ber für den Beruf mitbringen», sagt Hoteldirektor Michael Thomann. «Können wir das Leuchten in den Augen und die Begeisterung für das Gastgewerbe fühlen, so ist das bereits der erste Schritt ins Unternehmen.» Im alltäglichen Kontakt lege man ausserdem viel Wert auf Mitarbeiter, die gute Gastgeberqualitäten mitbrächten und Dienstleistungen mit hoher Qualität erbringen wollten. Michael Thomann: «Dies erfordert eine hohe Sozialkompetenz und eine solide Grundausbildung.» Von Vorteil ist Erfahrung in einem 5-Sterne-Betrieb. Noch wichtiger sind aber laut dem Direktor ein starker Wille und hohe Einsatzbereitschaft, um als Teamplayer die Gäste begeistern zu können. Bei Kaderstellen ist ausgeprägtes betriebswirtschaftliches Wissen gefordert. Und last but not least: «All unsere Mitarbeiter haben den Blick fürs Detail, denn damit kann man den Gast immer wieder überraschen.»

**Sich für die Hotelgeschichte begeistern**

Ganz ähnlich tönt es im Hotel Les Trois Rois in Basel. Für Vize-Direktor Reto



Michael Thomann, Direktor Hotel Schweizerhof, Bern.

Jeker ist zentral, ob die Person «die Leidenschaft und die Herzlichkeit für den Beruf mitbringt, um einen hochwertigen Service für unsere Gäste zu erbringen.» Wichtig sei neben fachlichen Kompetenzen, die Bewerber mitbringen müssten, die Identifikation mit dem Betrieb als einem der ältesten Stadthotels der Schweiz. «Alle Mitarbeiter im Frontoffice lernen die Geschichte des Hauses, um die Gäste auf interessante Details unseres Hauses hinweisen zu können.»

Leitsätze des «Trois Rois» sind unter anderem ein warmerherziger Umgang mit den Gästen und die

aufmerksame, diskrete Erfüllung ihrer Wünsche. «Wir sind bestrebt, die Erwartungen unserer Gäste zu übertreffen», sagt Reto Jeker. Die Mitarbeitenden würden im «Trois Rois» gezielt gefördert. Das Hotel arbeitet dafür mit der Tourismusfachschule in Chur zusammen und nimmt teil am Programm Academy of Hotel excellence.

**Offenheit gegenüber anderen Kulturen ein Muss**

Mitarbeiter der vier 5-Sterne-Hotels der «Victoria Jungfrau Collection» in Bern, Luzern, Interlaken und Zürich verfügen laut Kommunikationsleiterin Caroline Kälin nebst fachlicher und sozialer Kompetenz über Offenheit gegenüber anderen Kulturen. Idealerweise brächten Bewerber Aus-



Reto Jeker, HR-Manager und Vize-Direktor «Les Trois Rois».

landserfahrungen mit. «Unsere Mitarbeitenden sind unser wichtigstes Gut», sagt Kälin, «wir fördern sie, bieten interne Schulungen an und sie verfügen innerhalb der Gruppe über interessante Karriereperspektiven.» Welche Fähigkeiten werden speziell geschätzt? «Aufmerksamkeit, Offenheit, Unkompliziertheit und eine möglichst authentische unaufdringliche Herzlichkeit», sagt die Kommunikationsleiterin.

## Impressum

htr hotel revue

Die Schweizer Pachtzeitung für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme

Gründet/Fondé en 1892

**Herausgeber/Editeur**

hotellerieuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

**Ressortleiter/innen:**

aktuell: Daniel Stampfli/dst  
fokus: Christine Künzler/ck  
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag  
cahier français: Alexandre Caldara/aca  
Redaktion: Marc Benedetti/mbe;  
Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee;  
Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg;  
Karl Josef Verding/kjv  
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb  
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wölfli/wo (AD)  
Korrektorat: Paul Le Grand.

**Volontärin:** Salome Müller/sml

**Online Redaktion:** Natalie-Pascale Alesch/npa.  
**Sekretariat:** Sabrina Jörg Patoku (Leitung),  
Danijela Bosnjak

**Verlag**

Leitung: Barbara König,  
Assistent: Alain Hänti.  
Stellensinerte: Angela di Renzo, Patricia Nobs  
Geschäftsansche: Emanuel Müller,  
Michael Müller,  
hoteljob.ch; Denise Karam

**Druck:** NZZ Print, 8952 Schlieren.

**Auflage:** WEMF-Begabigt 2011, verkaufte Auflage: 9476; Gratisauflage: 811.  
**Leser:** 85 000 (Stude DemoScope 2009)  
**Verkaufspreise** (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.--, ISSN: 1424-0440

**Abonnemente:** Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch  
Inserate: Tel. 031 370 42 42,  
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch,  
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

**Kontakte**

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.  
Redaktion: Tel. 031 370 42 16  
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

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

ANZEIGE

## MARKTNOTIZEN



Spatenstich am 20. August 2012: Marco Assandri (Inhaber), Pier-Luigi Assandri (Firmengründer), Claudio Assandri (Inhaber und Geschäftsführer), Reto Hugentobler (Geschäftsführer) und Fredy Hugentobler (Verwaltungsratspräsident) (v.l.n.r.).

### In Schönbrühl entsteht ein neues Paradies für Köche und Planer

Ein Verwaltungs-, Schulungs- und Ausstellungsgebäude mit grosser Lager- und Produktionshalle der Firma Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG und das Administrations- und Produktionsgebäude der Firma Astromec entsteht auf 10 000 m<sup>2</sup> bis 2013 an der Gewerbestrasse in Schönbrühl. Das Investitionsvolumen beträgt 20 Millionen Franken. Beim Neubau werden die neusten ökologischen Standards angewendet. Die beiden Berner Unternehmen Hugentobler Schönbrühl und Astromec Muri b. Bern arbeiten seit Jahren eng zusammen: Astromec schneidet und formt auf modernsten Maschinen mit grossem handwerklichen Können den Chromnickelstahl auf Mass, welcher dann in Hugentoblers Schweizer Herden verbaut wird. Das wertorientierte Familienunternehmen Hugentobler ist Schweizer Marktleader im Bereich Grossküchen, Apparatechnik und Kochsysteme und steht für hohe Qualität seiner Produkte und Dienstleistungen. «Der neue Firmensitz wird ein Paradies sein für Köche und ein Novum in Sachen Ausstellung. Erwas, das es bisher so noch nicht gab», sagt Fredy Hugentobler, und: «Wir stehen zum Produktionsstandort Schweiz, möchten hier Arbeitsplätze sichern und legen viel Wert auf die Wertschöpfung in der Region. Das war mit ein Grund, weshalb wir unsere Planungs- und Bau-

aufträge fast ausschliesslich an Firmen im Kanton Bern vergeben haben».

www.hugentobler.ch

### Diese Dampfdusche ist neu, elegant und sehr innovativ

Eine ganz neue Dampfdusche mit platzsparendem Dampfgenerator stellt die Firma Thermarium vor. Die Elemente lassen sich entweder im Wandaufbau oder im Tümelement integrieren. Eine einfache Glasscheibe mit sauberer und ansprechender Linienführung verbirgt Spitzentechnologie auf dem Gebiet der Dampferzeugung. Sie lässt sich in jeder Hotelzimmerdusche oder in jeder SPA-Suite einbauen. Touchscreen-Bedienelemente erleuchten das Glas auf magische Weise, die verschiedenen Funktionen für die Dampfausgabe, die Farblichttherapie und die Warmluftzirkulation lassen sich einfach auswählen. Die wohltuenden Eigenschaften der Farbtherapie lassen sich damit bestens nutzen: 5 Farben im Dauermodus (Rot, Blau, Gelb, Grün und Aquamarin) und 4 Farbwechselprogramme (Wald, Meer, Sonnenuntergang und Sonnenaufgang) stehen zur Auswahl.

www.thermarium.ch



Wohltuende Programme lassen sich mit dem neuen Dampfgenerator der Dampfdusche von Thermarium wählen.

### 25 erfolgreiche Jahre in Sachen hohe Trinkwasserqualität

1987 gründete Brita, Experte im Bereich der Optimierung von Trinkwasser, eine Tochtergesellschaft in der Schweiz. 2012, 25 Jahre später, steht die Brita Wasser-Filter-Systeme AG erfolgreich da denn je. Die Gruppe zog für das Jahr 2011 trotz der weltwirtschaftlich angespannten Lage das achte Jahr in Folge eine positive Bilanz und ist weiter gewachsen. Insgesamt erzielte die Unternehmensgruppe mit ihren 15 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften sowie Vertreibern in über 60 Ländern auf allen fünf Kontinenten im vergangenen Jahr einen Umsatz von 320,7 Mio. Euro., 6 Prozent über dem Vorjahr. Zu diesem Wachstum trug auch der Standort Schweiz bei. Die Brita AG beschäftigt aktuell 53 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ihrem Unternehmenssitz in Neudorf (LU).

Brita ist bei der Optimierung und Individualisierung von Trinkwasser eine weltweit bekannte Marke. Drei Produktsegmente sichern den Erfolg: Brita Professional steht für Produkte, Lösungen und Dienstleistungen für den gewerblichen Gebrauch (Gastronomie, Kaffee, Vending); Brita Home für Produkte und Lösungen für den privaten Gebrauch; Brita Ionox sind Leitungsbegleitende Wasserspender für den Care-Bereich, die Gastronomie, Schulen und Büros.

www.brita.ch

### Gutscheine modern vermarkten und verwerten

Was haben der Lenkerhof, das Seedamm Plaza und das Hotel Hof Weissbad

gemeinsam? Sie alle arbeiten mit E-GUMA, dem hochmodernen Gutscheine-Management-System und Milestone Award Gewinner 2011. Gutscheine sind eine willkommene Quelle für Mehrerlöse. Sie erhöhen die Liquidität, bringen neue Gäste und steigern die Auslastung.

Mit E-GUMA wurde ein Instrument geschaffen, das alle Bereiche des Gutscheine-Business einbezieht: Verkauf, Verwaltung und Vermarktung. Immer mehr Hotels entdecken, dass sich auch Angebote, Pauschalen und Packages hervorragend in Form



Erfolg dank Gutscheinen: mit E-GUMA wird das schnell Realität.

von Gutscheinen vermarkten lassen. E-GUMA wird im Zeitalter der E-Commerce und Internet diesem Trend optimal gerecht. Das Gutscheinsystem ist äusserst benutzerfreundlich und bietet neben dem topmodernen Online-Shop auch zahlreiche Verwaltungs-, Buchhaltungs- und Marketing-Tools. Über 150 Schweizer Hotels setzen E-GUMA mit Erfolg ein.

E-GUMA wird individuell angepasst und die Firma bietet einen umfassenden Service. Zudem entwickelt das innovative Team von Idea Creation GmbH E-GUMA ständig weiter. So lassen sich Gutscheine neu auch über Facebook verkaufen, Promo-Aktionen durchführen oder Sonderangebote aufschalten.

www.e-guma.ch



Die Modellreihe «Modena» vereint Kundenanforderung, Kreativität und Design.

### Wohlfühlräume schaffen mit Wohlfühl-Design und Kreativität

Brücken schlagen zwischen Tradition und Moderne, das ist das Geheimnis von zeitlos schönen Einrichtungskonzepten. Visionäre Konzepte sind bei Hotelzimmerneuerungen gefragt, traditionelle Gestaltungselemente ebenso. Unzählige realisierte Projekte in der Schweiz dokumentieren eindrucksvoll das Leistungsvermögen von Baur Wohn-Faszination, dem Spezialisten für Hotellerieinrichtung. Ob Landhausstil, klassisch oder modern, von der Rezeption über die Lounge, das Restaurant bis zum Wohlfühl-Gästezimmer: Wohlfühl-Design entsteht, das es den Gästen möglich macht, eine einzigartige Wohlfühlatmosphäre erleben zu können. «Design, Individualität und Komfort gehören deshalb bei unseren Einrichtungskonzepten, die wir gemeinsam mit unseren kreativen Planern und Designern entwickeln, unabdingbar zusammen», sagt Verkaufsförderer Joachim Kaiser.

Für eine moderne Formgebung Wohlfühl-Design einer Hotelzimmerneuerung steht die Serie «Modena», eine gelungene Synthese aus Kundenanforderung, Design und dem Know-how der Praktiker – einfach in der Linienführung und klar in der Formensprache. Mit dieser Programmreihe unterstreicht Baur Wohn-Faszination seine ausgesprochen hohe Kompetenz für Hotelambiente.

www.baur-wohnfaszination.de

**Karriere. Berufsbildner.** Mimi Bischofberger fordert ihre Lernenden und schont sie nicht. Gerade deshalb haben Lernende ihr zur Auszeichnung «Lehrmeisterin des Jahres 2011» verholfen. Für Raphael Tuor ist die Teamfähigkeit entscheidend.

# Streng als Chefs und doch beliebt

In der Hotellerie und in der Gastronomie müssen gute Berufsbildner fachlich und persönlich überzeugen und den Ehrgeiz der Lernenden aktivieren, besser zu sein als alle anderen.

RENATE DUBACH

Unsere Chefin ist die Lehrmeisterin des Jahres, weil sie die geborene Gastgeberin ist, weil sie ein Vorbild ist, weil sie uns gut vorbereitet, weil sie uns hilft, weil sie uns die Chance gibt zu lernen, weil wir sie gern haben, weil sie uns zuhört...», die Laudatio von Michaela Studer, Anja Hänni, Jessica Bucher, Fabienne Kiefer und Corinne Knüsel ging ein gutes Stück weiter. Die fünf jungen Frauen steckten – und stecken zum Teil immer noch – in der Ausbildung zur Hotelfachfrau (Hofa) im Gasthof Kreuz in Egerkingen, als sie letztes Jahr ihre Chefin Mimi Bischofberger für den Titel «Lehrmeister oder Lehrmeisterin des Jahres» vorschlugen und die Jury schliesslich überzeugten.

## Bischofbergers fördern und fordern ihre Lernenden

Ein paar Jahre vorher war bereits Louis Bischofberger mit dem Titel «Bester Chef» geehrt worden, ebenfalls auf Vorschlag der

Lernenden. Das Ehepaar kommt ganz offensichtlich bei den betreuten Jugendlichen an. Weil sie lieb sind und die Auszubildenden machen lassen, was diese wollen? Ganz im Gegenteil: «Bei uns werden die Lernenden nicht geschont, sie müssen hart arbeiten. Sie wollen gefordert und nicht verwöhnt werden. Bei uns müssen sie herausfinden, was ihre Lehre alles beinhaltet und dabei spüren, was wichtig ist», erklärt Mimi Bischofberger. Ihr Ausbildungskonzept basiere darauf, den jungen Leuten vorzuleben, was eine gute Gastgeberin, Restaurantmitarbeiterin oder einen guten Koch ausmache. «Wir motivieren sie jeden Tag von Neuem. Und wir machen ihnen auch klar, dass keiner stehen bleiben darf, dass man sich immer weiterbilden muss.»

Der Erfolg der ehemaligen «Kreuz»-Stifte oder «Mitarbeiter gibt ihr Recht. Einige haben Kaderstellen inne, führen Grossbetriebe oder haben ausgezeichnete Bewertungen in Restaurantführern. Wie etwa Ex-«Kreuz»-Kochstift Sascha Berther, der die Küche der Moospinte in Münchenbuchsee übernommen hat und aktuell mit 16 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet ist. Einen Punkt mehr hat der ehemalige «Kreuz»-Souschef Markus Arnold, der das «Meridia-



«Ich schaue, wo jemand vorher gearbeitet hat, wenn er zu uns kommen will.»

Raphael Tuor  
Gasthaus Adler in Nebikon LU

no» im Kursaal Bern leitet. «Der grösste Teil unserer Auszubildeten bleibt der Hotellerie oder Gastronomie treu», sagt Mimi Bischofberger mit berechtigtem Stolz, denn man wechselt die Branche schnell, wenn es einem nicht wohl ist und man sich keine positive Zukunft erhofft.

So wie beispielsweise jene junge Frau, die in einem grossen Zürcher Hotel ihre Lehre zur Hotelfachfrau absolvierte und nach der bestandenen Abschlussprüfung vor einem Jahr schnell weg von der Hotellerie

wollte. «Meine Lehrmeisterin war im schulischen Bereich super, sie hat sehr viel mit uns geübt und ist sehr gut auf die Lehrabschlussprüfung vorbereitet», sagt die Hotelfachfrau, «aber sie hat uns nie motiviert, nie gab es ein Lob, immer nur Kritik. Sie hat regelrecht nach Punkten gesucht, die sie beanstanden konnte. Und manchmal hat sie uns auch mit privaten Problemen belastet.» Verständlich, dass die Hotelfachfrau nun ihre berufliche Laufbahn ausserhalb der Branche weiterverfolgt. Das Hotel, in welchem sie ihre Lehre absolvierte, hatte sie nicht nach konkreten Gesichtspunkten ausgesucht. Sie hatte lange gesucht und nichts gefunden.

## Raphael Tuor: «Lernender muss gut ins Team passen»

Im Bereich Küche herrschen andere Bedingungen. Ein ehrgeiziger

Kochlehrling oder Jungkoch sucht sich seine Stellen sehr genau aus, denn er weiss, dass sein Lebenslauf vom potenziellen künftigen Arbeitgeber intensiv unter die Lupe genommen wird. «Ich schaue natürlich schon darauf, wo jemand gearbeitet hat, wenn er zu uns kommen will», sagt Raphael Tuor, der mit seiner Frau Marie-Louise Tuor-Wismer das Gasthaus Adler in Nebikon führt und mit 17 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichnet ist. «Zudem ist mir der erste Eindruck sehr wichtig. Ein neuer Mitarbeiter muss menschlich zu unserem Team passen.» Tuor selber hat nach seiner Kochlehre ganz bewusst die Küche ausgesucht, bei denen er arbeiten wollte – und er war offensichtlich auch den Anforderungen dieser Köche gewachsen, sonst hätten sie ihn ja

nicht angestellt. Er kochte bei drei Chefs mit klingenden Namen: Robert Haupt im Restaurant Flühgasse in Zürich, Hans Stucki in Basel und Nik Gygax im «Löwen» in Thörigen.

## Die drei Köche unterschieden sich in der Stilistik

Beträchtliche Unterschiede zwischen diesen drei habe es nicht gegeben, blickt Raphael Tuor zurück: «Menschlich wie fachlich waren sie alle hervorragend. Sie unterschieden sich hauptsächlich in der Stilistik der Küche.» Das Wichtigste, das Tuor bei Haupt, Stucki und Gygax auf seinen weiteren Berufsweg mitbekommen hat, bezeichnet er als «den Ehrgeiz, den es in diesem Beruf braucht, um immer besser zu werden und weiterzukommen. Diese Leidenschaft haben mir die drei glaubhaft vorgelebt.»

# Englisch ist im Berufsalltag ein «Must»

## Höhere Hotelkategorien verlangen nach besseren Sprachkenntnissen. Auch Köche müssen vermehrt Sprachen lernen.

RENATE DUBACH

Seit ein paar Wochen kann man die Informationen zum Grand Hotel Villa Castagnola in Lugano auf seiner Internetseite nicht nur auf Deutsch, Italienisch, Französisch und Englisch, sondern neu auch auf Russisch und Portugiesisch abrufen. «Wir haben unseren Internet-Auftritt erneuert und dabei gleich an die beiden Märkte gedacht, die in Zukunft für uns vielleicht wichtig werden, den russischen und den brasilianischen», erklärt Ivan Zorloni, der

Direktor des 5-Sterne-Superior-Hauses. An der Reception müssen alle Italienisch, Deutsch, Englisch und Französisch sprechen und schreiben können – und zwar gut. Zusätzliche Sprachkenntnisse sind erwünscht, aber nicht unbedingt Bedingung.

## Russischkenntnisse sind noch sehr selten

Bis jetzt spricht nur eine Mitarbeiterin Russisch. Der Direktor hat es – trotz seines russischen Vornamens – selber nicht so mit dem Russischen. Am Telefon wechselt er lieber auf Englisch. Französisch wäre eine Option,

Ivan Zorloni,  
Direktor «Villa  
Castagnola au  
Lac», Lugano.



Deutsch liegt ihm nicht so. «Bei uns muss man nebst Deutsch vor allem Englisch sprechen können», sagt Georges Beutler, dem das 4-Sterne-Hotel Interlaken in Interlaken gehört. «Unsere Gäste sprechen entweder selber Englisch oder, beispielsweise bei asiatischen Gruppen, haben einen Tourguide dabei, der Englisch spricht. Manchmal übersetzen auch Kinder für ihre Eltern. Man lernt ja überall Englisch in der Schule, und dies immer früher.» Beutler findet es schade, dass sich Französisch von der Sprachlandkarte zurückzieht und dass es durch Englisch ersetzt wird, immerhin sei

Französisch ja eine Landessprache der Schweiz. Bei den Köchen im Hotel Interlaken genüge Deutsch oder die Muttersprache

## «Es ist schade, dass Französisch immer mehr durch das Englische ersetzt wird.»

Georges Beutler  
Hotel Interlaken

eigentlich, ein bisschen Englisch sprächen wohl alle in der Küche. Aber wer eine Karriere in der Hotellerie oder im Tourismus anstrebe, der komme nicht um gutes Englisch herum.

«Sicher sind Fremdsprachen wichtig bei uns, wenigstens Deutsch und Französisch muss man an unserer Reception spre-

chen können – schliesslich sind wir hier im Wallis, wo ja auch Französisch gesprochen wird», erklärt Peter-Josef Anthamatten vom 3-Sterne-Superior-Haus Kristall-Saphir in Saas-Almagell. Auf Englisch sollte man telefonische Anfragen beantworten können.»

## Fachbegriffe aus der Küche in der Fremdsprache gelehrt

Bei der Koch-Grundbildung hat man darauf reagiert, dass Köche vermehrt mit Gästen in Kontakt kommen. Im neuen Lehrplan von 2010 wurde die Fremdsprache wieder aufgenommen, die vorher rausgekippt worden war. Allerdings sollen vor allem Fachbegriffe aus der Küche gelehrt werden. Die Hotelfachleute haben während ihrer dreijährigen Ausbildungszeit 120 Lektionen Sprachunterricht in der zweiten Amtssprache oder Englisch. Ein-

fache Konversationen müssen sie am Ende der Lehre führen können. Wer nicht sonderlich sprachbegabt ist, muss viel selber lernen.

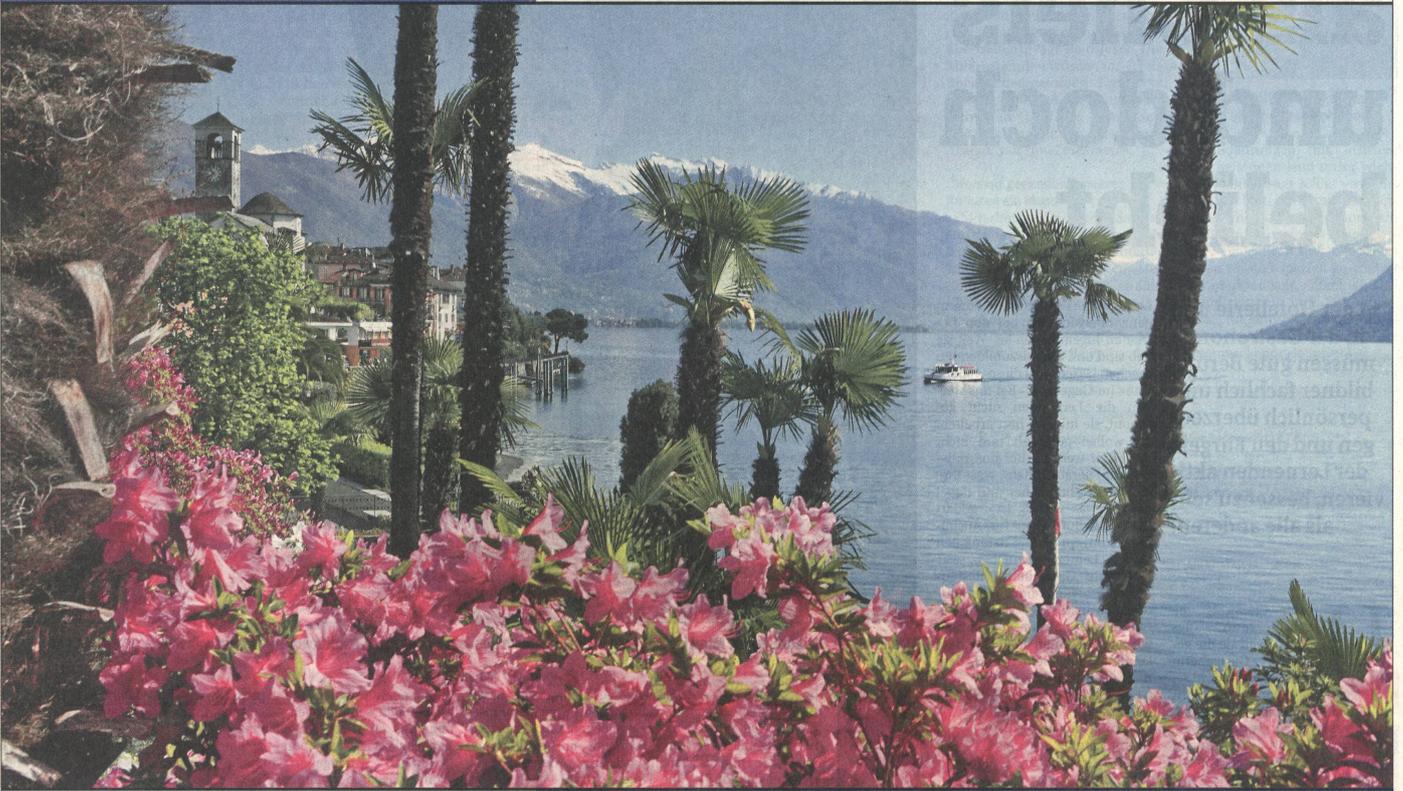
ANZEIGE

Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche!

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeitfassung

www.swif-ag.ch SWIT

[www.swisshotels.com](http://www.swisshotels.com)



Die Schweiz von ihren  
schönsten Seiten – lassen Sie  
sich inspirieren und buchen  
Sie noch heute online!

Der offizielle  
Schweizer Hotelführer

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association



Fullservice Hotelwäschelösungen  
 Vertrieb Axel Baas · Tel: 091/794 20 22  
 wäschekrone.ch



**Gault Millau 2013. Die Sieger.** Noch im ersten Jahr als Patron im Restaurant de l'Hôtel de Ville in Crissier VD ehrt der «rote Gastroführer» Benoît Violier als «Koch des Jahres». Und zeigt die neusten «Entdeckungen» und «Aufsteiger».

Er kam, kochte – und siegte: Benoît Violier, erst seit sechs Monaten neuer Patron in Crissier, ist Gault-Millau-«Koch des Jahres 2013». Der Gastroführer gibt ihm 19 Punkte.

SABRINA GLANZMANN



Illustre Gesellschaft: «Koch des Jahres» Benoît Violier und seine Frau Brigitte Violier (Mitte) mit den aktuellen und ehemaligen 19-Punkte-Chefs am Montag an der Gault-Millau-2013-Präsentation (im Uhrzeigersinn von links): Didier de Courten, Horst Petermann, Frédy Girardet, Philippe Rochat, Gérard Rabaey, Philippe Chévrier, Bernard Ravet, André Jaeger, Andreas Caminada und Roland Pierroz.

Schweizer illustrierte/Bruno Voser/zvg

## Violier im 19-Punkte-Reigen

Sie sind nicht vererbt, diese Punkte. Sie sind mit harter Arbeit verdient», betonte Urs Heller, Chefredaktor von Gault Millau Schweiz, am Montag im «Hôtel de Ville» in Crissier – dort, wo der frisch gekürte 19-Punkte-Koch Benoît Violier wirkt. An der Präsentation der 2013er-Ausgabe des roten Gastroführers wurde der gebürtige Franzose mit der Höchstpunktzahl und dem prestigeträchtigen Titel «Koch des Jahres» geehrt. Und das nach nur einem halben Jahr Übernahme von Philippe Rochat. Natürlich sei dieser Aufstieg auf den ersten Blick «raketenhaft», räumte Heller ein. «Aber wir konnten seit April drei fantastische Karten testen. Sie rechtfertigen dieses Resultat absolut und es wäre ein Fehlurteil, ihm den 19. Punkt vorzuenthalten», begründete GM-Chef Heller in seiner Laudatio.



Er ist Sommelier des Jahres: Olivier Friedrich vom Schloss Schauenstein in Fürstenu GR.

Einer, der an der Vernissage ein Dauerlächeln trug, war Heiko Nieder. Zu Recht: Der «Chef Fine Dining» im «The Restaurant» im Zürcher Hotel The Dolder Grand macht einen Sprung nach vorn auf 18 Punkte und ist «Aufsteiger des Jahres in der Deutschschweiz». Urs Heller zur Wahl: «Kaum haben wir die Molekularküche eingermessen

überstanden, kommen Sie!« Nieders «chirurgisch präzises» und «ausgeklügeltes, ausgetüfteltes Schaffen» machen ihn zur neuen Nummer eins in der Limmatstadt, nach Marcus G. Lindners Weggang Richtung Gstaad. Der «Aufsteiger» in der Romandie ist David Tarnowski vom «Le Montagne» in Chardonne VD mit 17 Punkten, im Tessin ist es Andrea Cingari vom «Da Enzo» mit dem legendä-

ren Gastgeber Enzo Andreatta in Ponte Brolla (neu 16 Punkte).

Im Urnerland ist die diesjährige «Entdeckung des Jahres in der Deutschschweiz» zu finden – oder eben auch nicht. Denn ein «exzellentes GPS und gute Nerven» brauche es, um Beat Walker und Marco Helbling im Gasthaus im Feld hoch über Gurnellen zu finden, witzelte der GM-Chef am Montag. Die «Trouvaile» steigt mit 14 Punkten in den roten Gastroguide ein. Als Äquivalent in der Westschweiz wurde ein junger Chef aus Morges entdeckt, der bei Grossen wie Georges Wenger oder Bernard Ravet gelernt hat: Georges Lelièvre von «Auberger de l'Union» in Arzier VD steigt



Die berühmten roten GM-Tafeln in Reih und Glied.

Bilder sag

gleich mit 15 Punkten ein. Über weitere Auszeichnungen können sich «Cigar Man of the Year» Martin Dalsass freuen (Heller: «Bei ihm im Talvo» ist man bis zum letzten Zigarrenzug willkommen) und «Sommelier des Jah-



«Marinière de Solen» de mer et bivalves d'Atlantique.

res» Olivier Friedrich, mit dem das «Schauenstein» in Fürstenu GR für einmal nicht mit Andreas Caminada im Rampenlicht steht. «Schweizer Star im Ausland» ist 2013 ein Hoteldirektor: Der Solothurner Jonas A. Schürmann führt



«Zéphyr de foie gras de canard des Landes aux avelines».

im «Mandarin Oriental» in Hong Kong 830 Mitarbeitende. Der Gault Millau listet für 2013 total 842 Restaurants und 104 Hotels auf. 79 Lokale sind neu dabei, 73 steigen auf und 39 verlieren Punkte. Der Gastroführer ist ab sofort im Buchhandel erhältlich.



Nachgefragt Benoît Violier (41)

«Koch des Jahres 2013» Seit 1. April Nachfolger von Philippe Rochat im «Hôtel de Ville» in Crissier VD. 19 Gault-Millau-Punkte.

Im Frühling haben Sie von Philippe Rochat übernommen, vor einem Monat präsentierten Sie das neue Interieur und Ihre neue Küche, heute sind Sie «Koch des Jahres» und haben 19 GM-Punkte. Was für ein Jahr!

Ja, es ist grossartig – das sind quasi alle Freuden auf einmal, die unser Métier mit sich bringt. Das motiviert mich und mein Team natürlich ungemein, und wir werden uns weiterhin darauf konzentrieren, was wir können und was wir wollen.

Und was wollen Sie?

Die Philosophie und der Esprit des Hauses – von Frédy Girardet und Philippe Rochat geprägt – werden immer im Zentrum stehen. Dazu gehört etwa, dass die Küche stark auf die einzel-

nen Produkte und einen sorgfältigen Umgang mit ihnen fokussiert.

Sie arbeiten dabei meist mit zwei Komponenten, konzentrieren sich auf wenige Aromen. Das ist zentral, ja – wir bringen maximal drei Aromen auf den Teller. Das wird den Produkten gerecht. Nehmen Sie zum Beispiel Fisch oder Krustentiere: Ein Aroma reicht im Grunde völlig aus, um sie zu verfeinern. Eine schöne Languste mit etwas Zitrone – fantastisch! Manchmal braucht es einfach nicht mehr. Aber natürlich muss auch oder gerade dann alles perfekt sein, das Gleichgewicht zwischen Salz und Garzeit etwa muss stimmen.

Wie stark ist der Druck,

welcher das Erbe Ihrer Vorgänger auf Ihr Schaffen ausübt? Der Druck ist positiv, und es ist kein Zufall, das ich heute an diesem Punkt stehe. Seit dem Tag vor 17 Jahren, als ich bei Frédy Girardet angefangen habe, wollte ich auf ähnliche Art wie er arbeiten – und deshalb ist dieser Einfluss bis heute eine stimulierende Form von Druck, der mich und mein grandioses Team antreibt.

Stichwort Team: Welche spielt Ihr Chef de Cuisine, Franck Giovannini, für Sie?

Eine zentrale – ohne ihn geht gar nichts. Er gibt meine Ideen und meine Auffassung von Kochen direkt weiter. Insgesamt macht es mich stolz, so viele gute Mitarbeitende an den richtigen Stellen zu haben. sag

**Gault Millau 2013. Die Regionen.** 842 Adressen sind im neuen «Gault Millau» aufgeführt – solche, die ihre hohe Punktzahl halten oder steigern konnten oder erstmals Erwähnung finden. Ein Auszug aus den News in den verschiedenen Regionen.

## Neu, aufgestiegen, weiter top

**Der folgende Auszug gibt einen Einblick über die kulinarischen Neuigkeiten in den Regionen.**

SABRINA GLANZMANN

**W**echsel an der Spitze in Zürich: Heiko Nieder kocht im «The Restaurant» im «The Dolder Grand» neu mit 18 Punkten – nach dem «Mesa»-Weggang von Marcus G. Lindner ist der «Aufsteiger des Jahres in der Deutschschweiz» damit höchstdotierter Küchenchef auf dem Platz. Auf gleichem Niveau kochen in der Region Rico Zandonella («Rico's Kunststüben» Küsnacht) und Hans-Peter Hussong im «Wiesengrund» in Utetikon am See. Laurent Eperon im GM-«Hotel des Jahres» Baur au Lac erhält seinen 17. Punkt; aufgestiegen sind auch der Zürcher «Münsterhof» und der «Hirschen» in Egli-sau (beide 16) sowie das «Helvetia» in Zürich (15), wo Françoise Wicki kocht. Kerstin Rischmeyer (früher «Palace» Luzern) startet im «20/20» von Mövenpick mit 14 Punkten. Die 16 für das «Clouds» im «Prime Tower» steht in Klammer: Seit dem Weggang von Antonio Colaianni 'gen «Mesa» ist David Martínez Salvany alleiniger Herr der Küche. Neu dabei sind auch «Ambassador à L'Opéra» und «Greulich» Zürich (14).

In der Region **Basel-Stadt/Basel-land** gehört «Koch des Jahres 2011» Peter Knögl im «Les Trois Rois» mit 18 Punkten nach wie vor zu den Besten des Landes, gefolgt von Tanja Grandits im «Stucki» (17). Die neuen Chefs: Patrick Zimmermann verteidigt im «Vival» in Oberwil die 16 Punkte von Erik Schröter, welcher jetzt im Basler «Matisse» mit 15 Punkten am Herd steht. Wechsel im «Bad Bubendorf»: Nachdem Gianluca



**Heiko Nieder, «The Restaurant», Hotel The Dolder Grand Zürich, Aufsteiger (18 P.).**



**David Tarnowski, «Le Montagne» Chardonne VD, Aufsteiger (17 P.).**

Garigliano die «Osteria Tre» verlassen hat und Nachfolger Flavio Fermi angetreten ist, sind die 15 Punkte in Klammern. Das «Schloss Binningen» Basel, das «Le Murenberg» in Bubendorf (früher «Le Français» im Landgasthof Riehen steigen mit dieser Zahl in den Guide ein.

Region **Luzern und Inner-schweiz:** Ganz oben mit 18 Punkten bleibt Franz Wiget, «Koch des Jahres 2012», im «Adelboden» in Steinen SZ, gefolgt von den 17-Punktern Raphael Tuor («Adler» Nebikon LU), Stefan Wiesner («Rössli» Escholzmatt), Werner Bürgi («Bürgli's Buehof», Euthal am Sihlsee) und Markus Gass («Adler», Hurdern). Neu im Kanton ist Fabrizio Piantanida im Restaurant Sens im «Vitznauerhof» (14). Die Aufsteiger mit je 15 Punkten sind die «Bergsonne», Rigi Kaltbad, und das Restaurant Sparks im «Park Weggis». Grosse Erwartungen liegen auf Nenad Mlinarevic und Christian Nickel, der Küchenspitze im Restaurant

Focus im Parkhotel Vitznau, welches im Frühling 2013 wiedereröffnet wird.

In Nidwalden klettert Fabian Inderbitzin im «Belvédère», Hergiswil, auf 16 Punkte. Auf 14 hat es der «Alpenblick» in St. Niklausen (OW) geschafft. Zu den «GM-Neulingen» gehören die «Villa Honegg» in Ennetbürgen und das «Fruitt Stübli» der «Fruitt Lodge & Spa» in Melchsee-Fruitt (beide 14). Im Kanton Uri ist das «Entdeckung des Jahres»-Duo Marco Helbling und Beat Walker im «Gasthaus im Feld» in Gurtellen zu finden (14); aufgestiegen ist das «Zwysighaus» in Bauen (14).

Kanton **Bern:** Marcus G. Lindner drängt in Gstaad bald mit «The Alpina» in die lokale Gourmet-Gruppe um «Platzhirsch» Robert Speth («Chesery», 18). Ohne Bewertung ist nach Abgang von 17-Punkte-Chef Jan Leimbach der «Lenkerhof» mit Andreas Haseloh gelistet. In der Stadt Bern sind Markus Arnold vom «Meridiano»



**Andrea Cingari, «Da Enzo» Ponte Brolla, Aufsteiger (16 P.).**

und Werner Rothen im «Schöngrün» die «Anführer» (17); in Thörigen wirkt Nik Gygax im «Löwen» mit 18 Punkten. Werner Schürch («Emmenhof», Burgdorf) und Kurt Mösching («Sonne», Scheu-nenberg/Wengi b. Büren) verteidigen ihre 17. Neu mit 15 Punkten: der Sigriswiler «Bären». Berner 14-Punkte-Aufsteiger sind das «3 Fische», Lüscherz, «Belle Epoque» im Golfhotel les Hauts de Gstaad, Saanenmööser, und das «Hirschenbad», Ursernbach. Zu den GM-Neulingen gehören mit 14 Punkten das «Schönbühl» Hilterfingen, «Pfisters goldener



**Marco Helbling und Beat Walker, «Gasthaus im Feld» Gurtellen, Entdeckung (14 P.).**

Krug» Suberg, oder «das Restaurant» im Hotel Seepark Thun.

Ein historischer Augenblick im **Mittelland:** Andy Zaugg steigt in Solothurn auf und kocht in «Zauggs Zunftstube» jetzt im ersten 17-Punkte-Lokal der Stadt. Seine 17er-Kollegen sind Reto Lampart («Lampart's», Hägendorf SO), Arno Sgier in der «Traube» in Trimbach SO, Jörg Slaschek («At-tisholz», Riedholz SO) und Felix Suter («Zur Säge», Flüh SO). Das Solothurner «Salzhaus» klettert auf 14 Punkte. Im Aargau steigen die «Essen's», Brugg, und der «Hirschen» Lenzburg auf 15 Punkte, der «Ochsen» Wölflinswil auf 14.

In die **Ostschweiz** führt André Jaeger, «Fischerzunft» Schaffhausen, mit 19 Punkten die Spitze an, gefolgt von Wolfgang Kuchler («Taverne zum Schäfli» Wigoltingen TG, 18). Die 17er: Seppi Kalberer im Melsler «Schlüssel», Klaus Schatzmann («Schatzmann», Triesen FL), Vreni Giger im St. Galler «Jägerhof», Walter Klose im «Gupf», Rehetobel AR, Roland Schmid («Äbtestube» Bad Ragaz SG), Ruedi Brander («St. Pelagius», St. Pelagiberg SG) und August Minikus («Römerhof», Arbon). Christoph Köhli («Kunsthof» Uznach) erklimmt die 16 Punkte; neu 14 sind es für den «Löwen» Bad Ragaz, das «Zunftthaus zum Löwen» Sargans und den «Löwen» in Walenstadt. Die «Neue Blumenau», Lömmenschwil, bleibt nach dem Weggang von Nenad Mlinarevic mit Bernadette Lisibach und 15 Punkten eine Top-

Adresse. Unter den Aufsteigern im Thurgau sind das «Pulcinella im Schwert» Weinfelden (15) und der «Schupfen» Diessenhofen (14). Im Appenzellischen steigt das «Gasthaus zur Post» in Rehetobel mit 14 Punkten ein.

Zum **Bündlerland:** Unbestritten ist die Vormachtstellung von Andreas Caminada (19) in Fürstenu. «Cigarmen of the Year» Martin Dalsass bringt dem Engadin im «Talvo» 18 Punkte – das machen auch Martin Göschel im Pfander «Paradies», Daniel Bumann im «Chesa Pirani» in La Punt und Horst und Daniel Homann («Hermann's», Samnaun). Armin Amrein empfängt neu in «Amreins» Seehofstübli» in Davos – die Bewertung folgt nach der ersten Wintersaison. Christian Kaiser hat im «Alpina» Klosters den 16. Punkt zurück, das «Romanoff» im «Carlton» und das «Grissini» im «Crystal» in St. Moritz steigen auf 14. Neu dabei: «Ecco on Snow» (15) und «Guardalej» (14) im «Giardino Mountain» in St. Moritz-Champfer, und mit 14 das «Leonto» im «Grisca» in Davos.

Im **Tessin** ist nach Engadin-Umzug von Martin Dalsass Othmar Schlegel («Castello del Sole», Ascona) die neue Nummer 1. Der frühere Dalsass-Schüler Andrea Cingari ist die «Entdeckung des Jahres» und wirkt in Ponte Brollas «Da Enzo» nun mit 16 Punkten. Auf 14 gestiegen ist das «Locanda Locarnese», Locarno. Vier neue 14-Pünktler sind «Il Canvetto di Silvio Galizzi», Vallombrosa, Castelrotto, «La Rinascence» Locarno, «Il Ristorante» in der Villa Orselina und «Motto del Gallo», Tavene.

Blick ins **Wallis:** Didier de Courten in Sierre bildet mit 19 Punkten nach wie vor die Spitze, Markus Neff folgt mit 18 («Fletschhorn» Saas Fee), Franck Reynaud («Pas de l'Ours», Crans Montana) und Martial Braendle («Auberge de Vouvriv») haben 17. In Champéry steigt das «C21» auf 15 Punkte, das Zermatter «Heimberg» auf 14; ihren Neuzugang feiern können «La Régence Vala-

vaud» in Vétroz und «The Omnia», Zermatt, mit je 14 Punkten.

Die **Westschweiz** hat mit «Koch des Jahres» Benoît Violier, Philippe Chevrier und Bernard Ravet drei Chefs mit 19 Punkten; Stéphane Décottier in Brent VD, Carlo Crisci in Cossonay VD, Dominique Gauthier («Le Chat-Botté», Beau-Rivage Genf), Anne-Sophie Pic und Guillaume Raineix («Beau-Rivage Palace» Lausanne), Georges Wenger (Le Noirmont JU) und Denis Martin (Vevey VD) folgen mit 18. «Aufsteiger» David Tarnowski hat im «Le Montagne» in Chardonne VD zugelegt (17). Auf 16 kommen neu das «Trianon» in Le Mont-Pèlerin (Le Mirador Keminski), das Grand Hôtel du Lac Vevey, die «Auberge des Clefs» in Lugnorre FR und das Hôtel du Peyrou in Neuenburg. Georges Lelièvre kocht als «Entdeckung» in der «Auberge de l'Union» in Arzier auf Anhieb mit 15 Punkten. Weitere Aufsteiger sind die «Käserie» und «Juma» im



**Georges Lelièvre, «Auberge de l'Union» Arzier VD, Entdeckung (15 P.).**

«Le Vieux Manoir», Murten, «Auberge de la Croix Blanche» Villarepos (15), «Chez Cava» Bussigny-près-Lausanne, «De la Tour» Châtlet-sur-Montsalvens, «Zum Ochsen» Dürdingen, «Au Sauvage» Fribourg, «Le Lexique» Genf, «Té Fung» im La Réserve Genève Hotel & Spa, Genf, Hotel de Commune Lignières und «Auberge de Prévoux», Le Prévoux (alle 14).

Die Auflistung ist nicht vollständig; sie ist ein Auszug aus den Restaurants mit 17 bis 19 Punkten sowie aus Aufsteigern und Neuzugängen ab mindestens 14 Punkten.



MAKE MY DAY



## Verwöhnen Sie Ihre Gäste mit unseren Kapsel Kaffee Lösungen

Mocoffee ist ein Tochterunternehmen von der Eric Favre Gruppe - Erfinder der Kaffee kapsel

Verlangen Sie ein unverbindliches Beratungsgespräch und besuchen Sie unsere Homepage für weiterreichende Informationen [info@mocoffee.com](mailto:info@mocoffee.com)



**Kaffee. Coffee-to-go.** Der Kaffee aus dem Becher zum Mitnehmen ist heute nicht mehr wegzudenken. Den Gastronomen kosten die «Hot cups» im Einkauf bis zu 40 Rappen pro Stück.

# Heisser Kaffee, kühler Cup

**Take-Aways, Bäckerien und Fast-Food-Ketten bieten ihre Heissgetränke in Isolierbechern an. Dabei gibt es erhebliche Qualitäts- und Preisunterschiede.**

DENISE WEISFLOG

**W**enn ein Kunde bei uns einen Kaffee kauft, darf er sich am Becher nicht die Finger verbrennen», sagt Matthias Bachmann, Geschäftsführer Confiserie Bachmann. Deshalb verwendet das Luzerner Familienunternehmen für Heissgetränke über die Gasse nur doppelwandige Isolierbecher. Die Suche nach dem Produkt mit der besten Preis-Leistung sei noch nicht abgeschlossen, da 70 bis 80 Prozent aller Becher nur eine Wand hätten. «Zu Beginn gab es nur Isolierbecher vom italienischen Unternehmen Seda sowie vom US-Hersteller Insulair», erklärt Bachmann. Beide Patente seien noch am Laufen, doch inzwischen sei die Nachfrage so gross, dass auch andere Hersteller zufriedenstellende doppelwandige Produkte bieten würden. «Die Isolierungen sind sehr unterschiedlich, und je nach Menge und Bechergrosse variieren die Preise», meint Bachmann, der für seine zwölf Fachgeschäfte jährlich rund 800 000 Isolierbecher bestellt. Rund die Hälfte davon bezieht er über den Schweizer Lieferanten Pacovis. Etwas einfacher scheint die Su-

che nach dem passenden Deckel. Hier entschied sich Bachmann für die Marke Solo, die auf fast alle Isolierbecher passt. Wie alle Deckel von europäischen Herstellern ist er schwarz oder weiss – farbige Deckel stammten meist aus China.

**Wer auf Qualität setzt, wählt den doppelwandigen Becher**

Die Coffee-to-go-Kultur hat ihren Ursprung in den USA, weshalb grosse Becherhersteller wie Solo Cup oder Sweetheart dort zu finden sind. Sie produzieren jährlich mehrere Milliarden Einwegbecher, die auch ausserhalb der Vereinigten Staaten vertrieben werden. Solo Cup wird beispielsweise von Starbucks Schweiz verwendet. Laut Urs Oswald, Geschäftsführer der Verpackungs-Anbieterin Pacovis in Stetten AG, fand bei der Herstellung von Trinkbechern in den vergangenen 20 Jahren eine Verlagerung von West- nach Osteuropa und schliesslich in den asiatischen Raum statt.

Pacovis führt Becher verschiedener Hersteller und bietet eine Reihe verschiedener Isolierbe-

**«Wir suchen noch nach dem Produkt mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis.»**

Matthias Bachmann  
Confiserie Bachmann Luzern

cher für verschiedene Einsatzbereiche. Zu den Kunden von Pacovis zählen unter anderem Kaffeeröster und Take Aways. Bei der Wahl des Bechers bestimme meist das Ausschankprodukt, ob Qualität oder Preis im Vordergrund stünden. «Wir vertreiben unter anderem Isolierbecher aus aufgeschäumtem Polysterol. Sie sind in der Regel weiss, beschränkt bedruckbar, preislich sehr günstig, aber beim Endverbraucher nicht sonderlich beliebt. Dieser Bechertyp isoliert sehr gut und der Konsument verbrennt sich eher die Lippen als die Hände», meint Oswald.



Erst der richtige Becher macht Coffee-to-go zum Genuss.

Hersteller von Markengetränken wie Nespresso würden doppelwandige Isolierbecher aus beschichtetem Karton bevorzugen. «Diese können mit der heutigen Technologie schon bei Kleinauflagen von 20 000 bis 50 000 Stück mehrfarbig bedruckt werden», sagt Oswald. «Sie sind stabil, isolieren gut und eignen sich für alle Arten von Heissgetränken.»

**Seda: Der «Mercedes» unter den Kaffeebechern**

Bei Pacovis kosten Isolierbecher zwischen 5 und 40 Rappen pro Stück. «Je nach Abnahmemenge, Druckauflage, Bechertyp und Bechergrosse variieren die Preise sehr stark», erklärt Oswald.

Als «Mercedes» unter den Kaffeebechern gelten die Produkte der italienischen Firma Seda. Das Unternehmen liefert unter anderem jährlich 4,2 Mio. Isolierbecher an McDonald's Schweiz und ist einer von zwei europäischen McDonald's-Lieferanten für Hot cups. Auch der deutsche Anbieter Market Grounds, der in der Schweiz rund hundert Kunden betreut, setzt auf die doppelwandigen Isolierbecher von Seda. «Speziell daran ist die Doppelwand, deren Schichten nicht aufeinanderliegen, sondern einen Luftraum umschliessen. So können auch sehr heisse Flüssigkeiten eingefüllt werden, ohne dass man sich an der Aussenwand ver-

brennt. Zudem bleiben die Getränke so länger warm», erklärt Benjamin Krapp, Head of Marketing Market Grounds. Solche Gefässe seien ausserdem sehr stabil. Die Isolierbecher von Seda sind bei Market Grounds ohne Deckel ab Euro 0.09 (CHF 0.11), mit Deckel ab Euro 0.12 (CHF 0.15) erhältlich.

Die Coffee-to-go-Kultur ist in der Schweiz angekommen. Allerdings setzen selbst die amerikanischen Take-Away-Giganten hierzulande nicht nur auf Isolierbecher. Trink man in den Starbucks-Filialen oder in einer der 33 McCafé-Lounges von McDonald's Heissgetränke, werden diese in Keramiktassen serviert.

## Hotellerie

«Marriott» Zürich: Neuer Eingang und Smokers Lounge



Das Zurich Marriott Hotel hat seinen Eingangsbereich mit Lobby und Reception sowie die Smokers-Lounge einem Facelift unterzogen und soeben neu präsentiert. Investiert wurden dafür 1,1 Mio. Franken. Der Innenarchitekt Harry Asbeck hatte die Federführung. Für 85 000 Franken erhielt zudem der Century-Ballsaal eine neue Projektions-Technologie.

«Carlton» St. Moritz holt Langzeitgäste zu Hause ab

Das Carlton Hotel in St. Moritz geht die kommende Wintersaison mit einem speziellen Angebot für inländische Langzeitgäste an: Wer 14 Nächte oder länger bleibt, den holt ein Limousinenservice des 5-Sterne-Hauses direkt zu Hause ab. Bedingung ist Wohnsitz in der Schweiz. Das Angebot «Door to Door» ist buchbar ab 5600 Franken pro Person und enthält neben den Übernachtungen verschiedene Leistungen wie beispielsweise privaten Butlerservice oder Nutzung des Spas.

«Schweizerhof» Bern: Spa ist neu bei Leading



«The Spa» im Hotel Schweizerhof Bern wurde neu als Mitglied bei den «Leading Spas of the World» aufgenommen. Der im März dieses Jahres eröffnete, 500 Quadratmeter grosse Wellnessbereich musste dafür über 200 internationale Standards erfüllen. Zur Qualitätssicherung werden die «Leading»-Spas jährlich einem anonymen Check unterzogen. Seit rund einem Monat ist das 5-Sterne-Superior-Haus bereits Mitglied bei «Leading Hotels of the World» (LHW).

ANZEIGE

**BRITA® Professional**

25 Jahre ans  
Schweiz + Suisse

**Aroma braucht Wasser. Wasser braucht BRITA®.**

PURITY Quell ST  
PURITY C Quell ST  
Optimale Wasserqualität und lange Lebensdauer für Kaffeemaschinen.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.brita.ch](http://www.brita.ch)

## News

### Givaudan mit gesteigertem Umsatz

Der weltgrösste Aromen- und Riechstoffhersteller Givaudan hat seinen Umsatz in den ersten neun Monaten 2012 auf 3,23 Mrd. Franken gesteigert (+8,8%). Laut dem Genfer Unternehmen hätte es dabei von der erhöhten Nachfrage aus Schwellenländern und von Wechselkurseffekten profitiert. Die Verkäufe von Riechstoffen stieg auf 1,53 Mrd. Franken (+9,9%), das Aromengeschäft wuchs etwas langsamer - um 7,7% auf 1,7 Mrd. Franken.

## Auszeichnung

### PR-Bild-Award: Platz drei für die Aletsch Arena



Eines der besten PR-Bilder 2012 stammt aus dem Wallis: In der Kategorie «Tourismus» erreichte die Aletsch Arena mit «Hochgradig genial» Platz drei. In der Kategorie «Eventfotografie» siegte die Schweizer Mammot Sports Group AG mit «Gipfeltreffen». Die sdt-Tochter news aktuell vergibt den Award jährlich für eingereichte Bilder aus der Schweiz, Deutschland und Österreich. Diese müssen in den vergangenen zwölf Monaten für Medienarbeit und Kommunikation eingesetzt worden sein.

## Online

### Grosse Social-Media-Aktion in Gstaad

In Gstaad haben sich am letzten Wochenende das Hotel Bernerhof und Pernet Comestibles zu einer Social-Media-Aktion zusammengesetzt: Unter dem Label «Gstaad Alp Social 2012» luden Sie 60 aktive Schweizer Twitterer zu einem Wander-und-Genuss-Event ein - mit dem Ziel, diese zu Markenbotschaftern zu machen. Die Rechnung ging laut Organisatoren auf: In rund 800 Tweets wurde «live» über diesen Anlass, Gstaad, den «Bernerhof» und Pernet Comestibles getwittert. Da die 60 Twitterer total über 45 000 Follower haben, erreichten Tweets und Fotos «zigtausendfache Verbreitung». sag

**Kaffee. Sensorik.** Die Hochschule für angewandte Wissenschaften in Wädenswil will das Kaffeearoma wissenschaftlich messbar machen. Eine entsprechende Studie ist lanciert.

**Zumindest über den Kaffeegeschmack lässt sich nicht mehr streiten. Wissenschaftler der Hochschule in Wädenswil definieren das Kaffeearoma anhand von 60 Molekülen.**

GUDRUN SCHLENCEK

Die richtige Kaffeemischung ist nicht mehr nur eine Frage des Geschmacks. Forscher der Fachhochschule in Wädenswil sind daran, ein Modell zu entwickeln, welches das Aroma des Kaffees auf eine wissenschaftliche Basis stellt. «Wir wollen voraussagen können, wie ein Kaffee schmecken wird», erläutert Chahan Yeretizian, Professor an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil.

### Ziel ist ein wissenschaftlich abgestütztes Aromarad

Yeretizian lanciert jetzt bereits die zweite Studie zu diesem Thema. Bei der ersten Vorstudie war die Stichprobe klein. Nun will man anhand von 45 Kaffees und eines mathematischen Modells eine Methode entwickeln, mit der man das Geschmacksprofil eines Kaffees voraussagen kann. Dafür testet der Kaffee-Forscher die Bohnen auf den Gehalt von rund 60 aromawirksamen Inhaltsstoffen. Ganz ohne die menschliche Beurteilung geht es aber auch bei der wissenschaftlichen Aromaforschung nicht: Eingespielen in das mathematische Modell werden nämlich ebenfalls die sensorischen Beurteilungen der in der



«Der Röster soll das Geschmacksprofil wissenschaftlich untermauern können.»

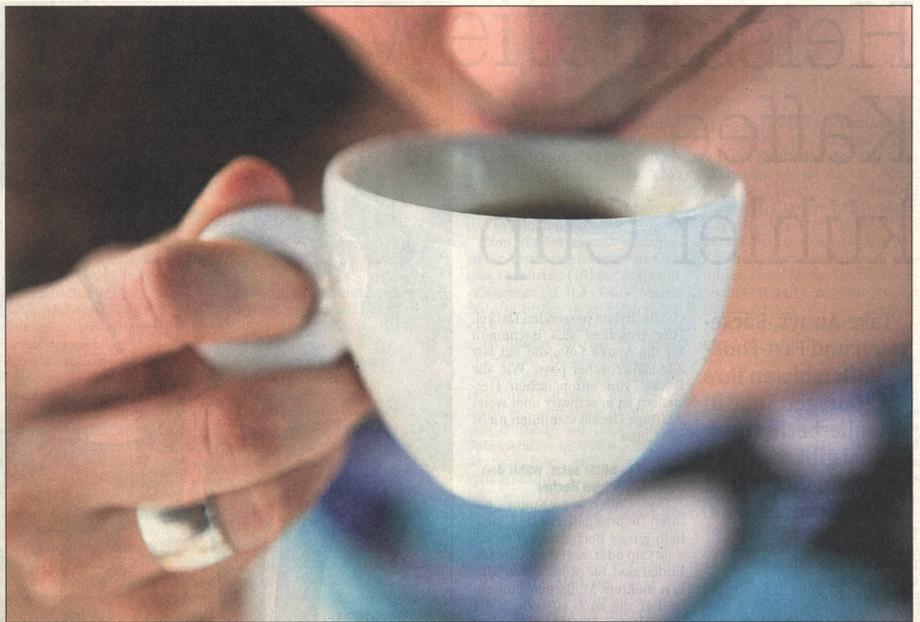
Chahan Yeretizian  
Professor ZHAW

profil seines Kaffees wissenschaftlich untermauern kann», erklärt Yeretizian den Praxisnutzen. Zum Beispiel, wenn sich ein Kunde über schwankende Qualität beschwert. Nach der zweiten

Studie untersuchten Kaffees durch Fachexperten. Die Ergebnisse werden mit der instrumentellen Aroma-Analyse in Verbindung gebracht, wodurch sozusagen ein wissenschaftlich abgestütztes Aromarad entsteht.

### Geschmack objektivieren

«Unser Ziel ist, dass der Röster das Geschmacksprofil seines Kaffees wissenschaftlich untermauern kann», erklärt Yeretizian den Praxisnutzen. Zum Beispiel, wenn sich ein Kunde über schwankende Qualität beschwert. Nach der zweiten



Dem Aroma wird die Subjektivität genommen. Daran arbeiten die Forscher an der Hochschule in Wädenswil.

istockphoto

# Der Stoff fürs Aroma

Studie brauche es aber noch eine dritte, damit das Ganze wirklich Hand und Fuss hat: In der so-

genannten Validierungsphase werden sensorisch noch nie getestete Kaffees der wissenschaftlichen

Prüfung unterzogen. So könne man erfahren, ob das Modell in sich stimmig ist, betont Yeretizian.

## Rösten Länger ist nicht besser

Auf eine wissenschaftliche Basis will Chahan Yeretizian von der ZHAW zudem das Thema Röstverfahren stellen. In der Praxis generell: Langsames Rösten ist schonender und der Kaffee erhält ein volleres Aroma. Der Kaffee-Wissenschaftler glaubt das nur bedingt. «Kaffee ist ein sehr emotionales Produkt. Slow Roasting klingt sehr gut. Es ist aber nicht belegt, dass es besser ist», gibt Yeretizian zu bedenken. Das Urteil gegenüber schnellen Röstverfahren rühre zum Teil daher, dass in der Vergangenheit sehr

schnelle Röstverfahren mit Röstzeiten von unter zwei Minuten praktiziert wurden, insbesondere um den Gewichtsverlust zu minimieren.

Unter einem schnellen Röstverfahren verstehe man heute jedoch Röstzeiten zwischen sechs und zehn Minuten, erklärt Yeretizian. Ein 20-Kilo-Probator-Trommelröster, auf dem so mancher Coffeshop-Besitzer seine Kaffeearomastoffe röstet oder rösten lässt, habe in der Regel Röstzeiten zwischen 15 und 18 Minuten. «Ich bin persönlich der Meinung, dass man vorsich-

tig sein muss mit zu langen Röstzeiten. Für mich liegt das Maximum bei 15 Minuten.» Der Grund für seine Bedenken: Je länger die Röstzeit, umso geringer der Anteil an flüchtigen Aromen. Es könne zwar sein, dass bei einer längeren Röstzeit ein Aromaprofil entsteht, welches vollmundiger schmeckt. «Mehr Aromen enthält der Kaffee aber sicher nicht.» Wissenschaftliche Tests hätten diese Annahmen bestätigt: In Wädenswil wurden dafür rund hundert aromawirksame Verbindungen im Kaffee gemessen. gsg

ANZEIGE

Hinter jeder Cafina steht Qualität für höchsten Genuss



Top Quality

Cafina ALPHA



Swiss made

Cafina c35



Top Service

Cafina Barcube



Cafina Kaffeemaschinen machen das Kaffeegeschäft zum Genuss. Auswahl, Leistung und Bedienungskomfort sind das eine. Langlebigkeit, Hygiene und konstante Qualität das andere. Und das Schäumen auf den feinen Kaffeespezialitäten: kompetente Beratung und ein flexibler, schneller Service. Lassen Sie sich von Swiss made, Top Quality und Top Service überzeugen. Bei einer Degustation erleben Sie mehr - höchsten Kaffeegenuss, begleitet von einem attraktiven Angebot. Gönnen Sie sich jetzt das Besondere.

Cafina AG, Römerstrasse 2, CH-5502 Hunzenschwil,  
Tel. 062 889 42 42, info@cafina.ch, www.cafina.ch  
Cafina SA, 28c, route de Denges, CH-1027 Lonay,  
tél. 021 804 92 20

**cafina**  
Makes the difference.

**Kaffee. International.** Die Nummer 1 im Coffeeshop-Geschäft in Indien ist «Café Coffee Day». Im Oktober eröffnet Starbucks die erste Filiale in Mumbai. Im Gegenzug zeigt das Unternehmen internationale Expansionsgelüste.

# Cafébar made in India

«Café Coffee Day» hat die Inder auf den Kaffeegeschmack gebracht. Aktuell zählt das Unternehmen 1400 Stores – allein in Indien.



Café Coffee Day bietet in Indien Lounge-Atmosphäre.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Cafébar-Kette hat die Inder auf den Kaffeegeschmack gebracht. Traditionell ist Indien ein Teetrinker-Land, der Kaffeekonsum war in erster Linie auf den Süden des Landes beschränkt. Seit 1996 hat sich das geändert: Dann eröffnete Café Coffee Day ihr erstes Outlet, noch als Internet-Café, in Bangalore. Wenig später folgte ein explosionsartiges Wachstum der Café-Kette. Zählte das Unternehmen im Frühjahr letzten Jahres noch knapp tausend Coffeeshops in Indien, so sind es anderthalb Jahre später bereits rund 1400 Ableger in 200 Städten Indiens. Täglich besuchen 450 000 Gäste die Coffeeshops. Die Kunden sind in der Regel jung: 70 Prozent der Gäste sind unter 35 Jahre alt.

Die Fühler ausgestreckt hat der Coffeeshop-Betreiber auch nach Europa, hier steht in einer ersten Phase der Osten im Fokus der Expansionsbestrebungen.

## Europa: Erste Outlets in Wien und Tschechien

In Wien führt das Unternehmen inzwischen zwei Outlets, in der Tschechischen Republik sind es bereits 14. Alle Lokale, auch international, werden in Eigenregie geführt, Franchise bietet Café Coffee Day nicht an.

Gegenwärtig konzentrierte man sich zwar auf den osteuropäischen Markt, so Präsident Puttaraj. «Wir sind aber offen für Partner-Anfragen oder Akquisitionen kleinerer Café-Ketten in anderen Ländern», betont Puttaraj. Punkto Auftritt und Innen-Design unter-

scheidet sich Café Coffee Day kaum von westlichen Coffeeshop-Ketten. Der Unterschied liegt im Detail, insbesondere im Food&Beverage-Angebot. «Hier passen wir uns im Heimmarkt an die Gewohnheiten unserer indischen Kunden an», betont Puttaraj.

Beim Kaffee selbst kann man aus dem Vollen schöpfen, steht hinter Café Coffee Day doch die Amalgamated Bean Coffee Trading Company (ABC), eine der drei größten Grünkaffee-Exporteure Indiens. Ausgeschenkt wird ergo vor allem Kaffee aus Indien, ergänzt durch ein paar Provenienzen anderer Länder. Vom Anbau über das Rösten bis zum Ausschank kommt bei Café Coffee Day alles aus einer Hand. Ein Team von Cup-Testern hat die bis anhin mehr als 22 Blends kreiert.

Café Coffee Day bietet aber noch mehr als typische Coffeeshops: Neben diesen betreibt die Firma 45 Café Coffee Day Lounges

mit breiterem Menu-Angebot. Anvisiert wird mit diesem Konzept die wohlhabendere Schicht Indiens. Für den schnellen Konsum am Flughafen, Bahnhof oder auch bei Firmen und in Spitälern betreibt Café Coffee Day das Kiosk-Konzept Coffee Day Express mit aktuell 900 Standorten. Das Kaffee-Unternehmen beliefert zudem das HoReCa-Segment (4500 Kunden). Weiter zählt zu Café Coffee Day unter anderem die exklusive Hotel Gruppe The Seral Resorts mit aktuell sieben Standorten.



«Wir sind offen für Akquisitionen kleinerer Coffeeshop-Ketten in anderen Ländern.»

Puttaraj  
Café Coffee Day

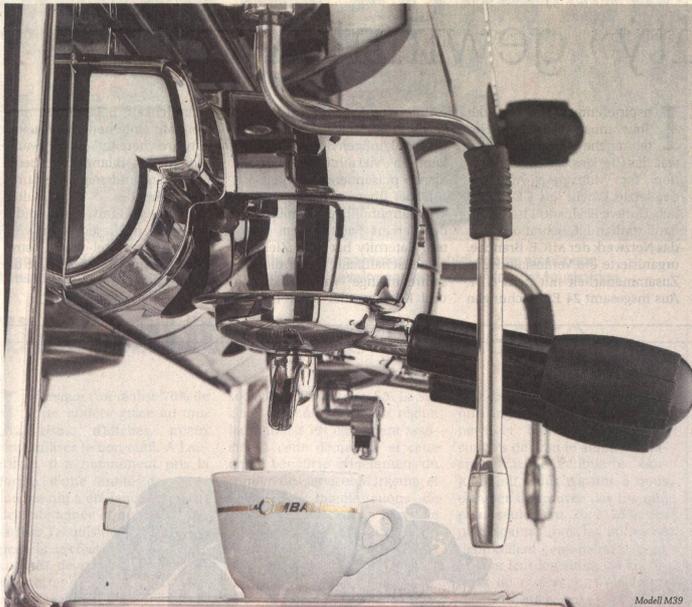
## Starbucks fasst Fuss in Indien

Ende Oktober wird Café Coffee Day Konkurrenz aus dem Westen erhalten: Starbucks will den ersten Store in Mumbai eröffnen. Dafür ist die Starbucks Coffee Company ein 50/50-Joint-Venture mit Tata Global Beverages Limited, der weltweit zweitgrößten Tee-Firma, eingegangen. Auch bei Starbucks wird man in Indien vor allem Kaffee aus dem Heimmarkt trinken.



Kaffeehausatmosphäre im Café Coffee Day in Wien: In der österreichischen Hauptstadt zählt die Kette aktuell zwei Outlets.

ANZEIGE



Modell M39

## Schweizer Röster für die Welt

Die Bührler AG aus Uzwil hat den Kaffee entdeckt. Ihre Trommelröster werden in Indien hergestellt. Über eine Tochterfirma.

Mit der Bührler Group aus Uzwil verbindet man nicht unbedingt Kaffee. Doch seit rund vier Jahren steht bei der weltweit tätigen Technologiefirma der Kaffee weit oben auf der Agenda. Nicht zum ersten Mal: Bereits vor über 20 Jahren beschäftigte man sich mit dem Kaffeegeschäft, damals vor allem mit der Entwicklung und Produktion von Erntemaschinen.

Jetzt stehen Röstmaschinen im Fokus der Strategie. Man habe erkannt, dass das Rösten im gesamten Kaffee-Prozess eine sehr zentrale Rolle spielt, verdeutlicht

Stefan Schenker, Head of Market Segment Coffee bei Bührler. Nicht nur punkto Aromaentwicklung. «Beim Rösten wird die grösste Wertschöpfung erzielt», so Schenker.

Grundsätzlich fokussiert Bührler vor allem auf industrielle Grosskunden. Der Weltkonzern führt aber auch kleinere Röster im Sortiment. Ab einem Röstvolumen von 20 Kilo

stellt Bührler auch eigene Trommelröster her. Allerdings nicht im schweizerischen Uzwil, sondern in Indien. Der Preis für einen solchen kleinen, aber mit moderner Prozesssteuerung ausgestatteten Röster: 20 000 Euro. Konkurrent Probat aus Deutschland, weltwei-

ter Marktleader für Trommelröster, produziert im Heimatland selbst.

Die 20-Kilo-Röster seien in der Schweiz und in Deutschland beliebt bei kleineren Röstereien oder Ladenröstern, so Stefan Schenker. Bei den Bührler-Röstern wird von hinten heisse Luft durch die sich drehende Trommel geführt, was eine optimale Wärmeübertragung garantieren soll.

Die Bührler Group hat hochgesteckte Ziele mit ihrem Röstmaschinen. In fünf Jahren wolle man weltweit die Nummer zwei im industriellen Röstergeschäft sein. Langfristig strebt der Konzern eine Leaderposition an. gsg

Stefan Schenker  
Bührler Group

«Rösten spielt eine zentrale Rolle. Hier wird die grösste Wertschöpfung erzielt.»

ANZEIGE

CLASSE 9 ACELS905

ONE TORCHI

**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

Vassalli Service AG

M39. Das Original.

Jungholzstrasse 43

8050 Zürich

043 299 70 70

www.vassalliag.ch

LA CIBALI  
By VASSALLI  
SEIT 1961

## Genuss

Die Giraffen-Torte gibt es in acht Farben



Jetzt treibt Vollenweider bunt: Das Winterthurer Chocolatier-Confiseur-Unternehmen produziert seine Hausspezialität **Girafentorte** neu in einer limitierten «Colour Edition». Der Zuckerguss kann dabei aus acht verschiedenen Farben ausgewählt werden und soll so zum entsprechenden Event oder zur Tischdekoration passen. Die Torte aus Mandelbiscuit mit Schokoladenstückchen stellt Vollenweider seit mehreren Jahrzehnten her. Sie wird in zehn verschiedenen Grössen und auf Wunsch auch in einer mehrstöckigen Variante hergestellt.

## Gastronomie

Fondue von Irma Dütsch im «Fischer's Fritz»



Die Fondue- und Racletteaison steht vor der Türe, und die gastronomischen Angebote dazu häufen sich allmählich wieder. In Zürich startet ein Péclard-Betrieb in die Käse-Zeit mit einer speziellen Zusammenarbeit: Im «Fischer's Fritz», direkt am See auf dem Campingplatz in Wollishofen, rührt die Grande Dame der Schweizer Küche persönlich an: Irma Dütsch wird dort im **Zeit** ab Mittwoch, 24. Oktober für die Käsemischung verantwortlich sein. Und von Käse versteht sie was: Das Greyerzerland ist ihre Heimat, ihr Vater war Bauer und Käser. Neben klassischem Moitié-Moitié gibt es Mischungen mit Steinpilz-Safran oder Champagner und Trüffel. sag

# Alpsegen oder -fluch?



## Bruni's

**Christoph Bruni** Käseaffineur von Berufs wegen und aus Berufung. Der Thuner beliefert die Spitzengastronomie mit seinem streng selektierten Käse und bietet ihn dienstags und samstags auf dem Berner Markt feil. Seine Kolumne erscheint alle zwei Monate.

**D**er Herbst präsentiert sich immer prächtiger, die Tage werden kürzer, die Nächte spürbar kühler. Der Alpabzug ist angesagt – früher und zum Teil auch heute noch ein Volksfest. Aber: Es gibt Betriebe, die ihre Tiere nicht einmal mehr auf eine Gemeinschafts-Alp bringen, denn Futter lässt sich das ganze Jahr hindurch kaufen. Kommt noch hinzu, dass ihre Viecher für die steilen Wiesen sowieso zu gross und zu schwer sind. Selbst die saftigen Blumenwiesen würden ihren Appetit nicht stillen können, da muss Krautfutter her und zu viel Bewegung verbraucht sowieso nur unnötige Energie.

Betriebe, die ihre eigene Alp bewirtschaften, sind selten geworden. Viele kleine Alphütten werden nur noch als Ferienwohnung vermietet. Grosse Gemeinschaftsbetriebe werden gebaut und die Käserei sieht dann genauso aus wie diejenige im Tal unten. Zufahrtsstrassen werden geteert und die Tiere mit Transportern gebracht und geholt. Manchmal wird sogar Futter auf die Alp gekarrt. Es gibt sie aber immer noch, die Alp mit dem offenen Feuer und den rauchschwarzen Balken. Wenn der Käser und Melker (oft die Käserin und Melkerin) Erfahrung, Passion, Ausdauer und ein gutes Gespür hat, die Tiere nicht übergross sind und auch noch ihre Hörner tragen dürfen, dann sind die Voraussetzungen für den vielleicht wertvollsten Käse geschaffen. Egal ob hart, halbhart, selten weich oder frisch: Sie sind an Inhaltsstoffen und Ausstrahlung nicht zu übertreffen.

Selbst Käse von grösseren Alp-Genossenschaften sind den meisten gewerblichen Produkten weit überlegen. Nur der Preis stimmt nicht: Coop bezahlt zum Beispiel für ein Kilo Bio-Alpkäse 11 Franken – für ein Kilo Käse werden bis zu 13 Liter Milch sorgfältig verarbeitet – und verkauft diesen für bis zu 27 Franken pro Kilogramm. Darum gibt es von Jahr zu Jahr immer

weniger dieser kulinarischen Schätze. Eigentlich verschwenden wir dieses Potenzial an hochwertiger Nahrung, als hätten wir zu viel davon. Sogar im Berggebiet werden billige und qualitativ minderwertige Käse von weither gekauft – und sie sind manchmal teurer als die einheimischen Köstlichkeiten. Ab und zu findet man einen Gastrobetrieb, der seinen Gästen die Vorzüge der Alpkäse gut verkaufen kann, aber Risotti, Käseschnitten oder Gratins werden allzu oft mit Billigware zubereitet. Selbst Älplermakkaronen schwimmen in UHT-Milch und geschmolzenem Industrie-Käse. Ich glaube, da wäre noch sehr viel zu machen. Viele Touristen und Einheimische würden das begrüssen. Dazu könnten wir ihnen die Vorzüge, speziell im ökologischen und ernährungstechnischen Bereich, aufzeigen.

Schlimm für das Image von Alpkäse sind die unzähligen Käsekreationen, die das Wort «Alp» im Namen tragen, aber nicht im Geirigsten etwas damit zu tun haben. Munter wirbt man auf der ganzen Welt mit Bildern, welche den Eindruck von Alpkäse vermitteln sollen. Solcher Käse bietet aber ein deutlich minderes Geschmackserlebnis und wertet so die hochwertigen Aromen von echtem Alpkäse ab. Das Gesetz schützt die finanziellen Interessen von Massenproduktionen und schadet dem Handwerk sowie der Volkskultur. Leider benennen viele kleine Produzenten ihre Alpkäse stur als Bergkäse, weil man denen seit jeher so gesagt hat. Bergkäse wird aber fast immer das ganze Jahr über produziert, zum Teil sogar im Schichtbetrieb und aus pasteurisierter Milch. Die Produzenten stellen sich selber ein Bein. Interessanterweise findet man im Ausland viele Alpkäse, die

einen hohen Preis erzielen und keine Absatzschwierigkeiten kennen. Nicht nur gute Werbung, sondern echtes traditionelles Handwerk und regionale Terrassen ermöglichen eine ehrliche Werbung und bilden das Fundament für den erfolgreichen Absatz.



Typisch geschmückte Kuh auf dem Alpabzug.

# «Eaternity» gewinnt Award

Das Projekt zur klimafreundlichen Ernährung des Vereins «Eaternity» hat am ersten «Innovation for Motivation»-Anlass im GDI den ersten Preis gewonnen.



Gewinner Manuel Klarmann von «Eaternity».

**I**nspirierende Projekte aus der Tourismus-, Event- und Hotelbranche vorstellen: Das war das Ziel des ersten «Innovation for Motivation»-Anlasses, der letzte Woche im GDI Gottlieb-Duttweiler-Institut in Rüschlikon stattfand. Celebrationpoint, das Netzwerk der MICE-Branche, organisierte die Veranstaltung in Zusammenarbeit mit dem GDI. Aus insgesamt 24 Einreichungen

wählte eine Fachjury im Vorfeld sechs Projekte aus, die sich vor dem 80-köpfigen Branchenpublikum in vierminütigen «InnoSlams» präsentieren konnten.

Dabei überzeugte das Projekt «Klimafreundliche Ernährung» des Vereins Eaternity am meisten: Eaternity hat zum Ziel, auf wissenschaftlicher Basis die Zusammenhänge von Ernährung und Klimawandel einer breiten

Öffentlichkeit bekannt zu machen. Mit einer neu entwickelten Software bereitet es relevante Infos zur CO<sub>2</sub>-Bilanz von Lebensmitteln auf und zeigt, wie durch entsprechendes Essverhalten Treibhausgas-Emissionen reduziert werden. Dieser Ansatz werde auch der Hotel- und Gastrobranche neue Wege öffnen, so die Organisatoren. [www.eaternity.ch](http://www.eaternity.ch)

ANZEIGE

# SCHO GENG Z'BÄRN



Entdecken Sie Regina Kaffee auch in ec-caps Kapseln

Kolanda-Regina AG Kaffeerösterei - Brunnmattstr. 46a - Bern - 031 371 34 55 - [www.reginakaffee.ch](http://www.reginakaffee.ch)

# cahier français

htr hotel revue No 41 / 11 octobre 2012



## Verbier

L'hôtel W devrait ouvrir ses portes en décembre 2013. Directeur bientôt nommé. **page 20**



## Préalpina

Quel avenir pour ce bâtiment historique? Le bras de fer continue. **page 21**



Grandes écoles, olympisme, vie culturelle et développement durable: quatre atouts que Lausanne met en valeur pour faire fructifier son développement économique et touristique.

## Une entité de vente inédite

Lorsque l'on réalise 70% de ses nuitées grâce au tourisme d'affaires, mieux vaut utiliser le bon outil. A Lausanne, il a notamment pris la forme d'une entité de vente inédite qui a été lancée en mars de cette année et qui vise «à favoriser l'acquisition, le développement, la création et l'accueil de congrès de grande ampleur et d'apporter son soutien aux organisateurs de congrès potentiels».

Ce projet-pilote, qui a été lancé pour une période de deux ans, a comme partenaires l'EPFL et la

société MCH Beaulieu SA. La Société des hôteliers de la région lausannoise est également associée à cette démarche et cette entité bénéficie évidemment du soutien des services Marketing et congrès & manifestations de Lausanne Tourisme. Dans la perspective notamment de la construction du Swiss Tech Convention Center à l'EPFL et du nouveau complexe de Beaulieu, cette démarche s'inscrit dans le sens d'un partenariat intelligent.

Pourtant, certaines habitudes ont changé. «Hier, on nous de-

mandait de réserver parfois jusqu'à mille chambres, entre Genève et Montreux, pour un congrès de grande ampleur», raconte Claude Petitpierre. «Aujourd'hui, nous n'avons à nous occuper de trouver des lits que pour seulement 20 à 25% des participants. Tous les autres se débrouillent eux-mêmes pour trouver leur logement via les canaux de réservations électroniques». Ce qui permet à beaucoup de se loger à bon prix, tantôt en réservant bien à l'avance, tantôt au dernier moment. **cj**

Lausanne Tourisme, qui vient de fêter ses 125 ans, possède un carré d'as dans son jeu. Et profite d'un phénomène: le tourisme urbain bénéficie aujourd'hui d'une situation privilégiée par rapport à celui des montagnes. Parmi les grands bénéficiaires de ce tourisme sectoriel, derrière Genève et Zurich, Lausanne tire avantagèrement son épingle du jeu. «Nous sommes légèrement en-dessous de Bâle, et un peu en-dessous de Berne», commente son directeur Claude Petitpierre. Si le Grand Lausanne figure dans le petit club des locomotives helvétiques, il le doit à une longue tradition de l'accueil touristique, mais aussi à la maîtrise d'une série d'atouts que la capitale vaudoise sait faire fructifier.

### Les grandes écoles, importantes pourvoyeuses de visiteurs

La constante progression des nuitées ces vingt dernières années – un million en 2010, et rebelle en 2011 – est étroitement liée à la transformation conséquente du tissu économique et social. Premier atout: le développement des grandes écoles – EPFL, IMD Business School et Ecole hôtelière EHL notamment – qui sont devenues des actrices reconnues sur la scène internationale. «Ce sont de grosses pourvoyeuses de visiteurs au travers des multiples congrès, réunions internationales et sémi-

Les atouts-maitres de la capitale vaudoise sont décodés par Claude Petitpierre. Le directeur de Lausanne Tourisme actif dans la branche depuis 30 ans analyse la situation.

CLAUDE JENNY

naires, au point que nous travaillons avec elles comme avec de vrais partenaires», se félicite le directeur de Lausanne Tourisme.

Deuxième carte gagnante: le développement de la Lausanne olympique: siège du CIO, Musée olympique et une cinquantaine de représentations sportives qui ont établi leur siège dans la région. «Lausanne est devenue la vitrine olympique, mais aussi la capitale administrative du mouvement olympique et d'une multitude de sports», commente Claude Petitpierre. Vu cet outil catalyseur, Lausanne a su développer une stratégie dans l'organisation de grandes manifestations sportives». Triathlon, 20 kilomètres de Lausanne, Athletissima: les grands rendez-vous annuels se sont multipliés, auxquels s'ajoutent de nombreux championnats du monde ou d'Europe.

Troisième point fort: la culture. Avec ses pôles d'attraction (comme l'Ecole Cantonale d'Art, ECAL), ses troupes réputées (le Béjart Ballet en tête) ses manifestations prisées (le Prix de Lausanne, concours international de jeunes danseurs), le chef-lieu lémanique a ciselé une offre culturelle enviable pour une ville de 130 000 habitants, 300 000 pour le Grand Lausanne.

Quatrième pièce prometteuse de nouvelles perspectives: le développement durable. L'EPFL et plusieurs entreprises de pointe œuvrent déjà dans ce segment en pleine croissance – par exemple avec Solar Impulse – qui est de nature à générer un volet «tourisme vert» qui pourrait grandir en parallèle avec d'autres régions vaudoises. La prochaine construction de l'AquaEcopôle, sur les hauteurs de la ville, qui accueillera aussi un hôtel de grande capacité, va dans cette direction.

### Potentiel futur de développement: le tourisme vert

S'il n'est guère partisan des fusions, Claude Petitpierre voit toute l'utilité d'œuvrer avec d'autres lorsqu'il y a communauté d'intérêts sur un thème précis. Le «tourisme vert» peut générer un tel élan. Le «Lavaux-Panoramique» pourrait être un autre domaine où il faudrait travailler de concert: «Nous serions intéressés dans la mesure où la ville de Lausanne est propriétaire de nombreuses vignes dans le Lavaux.»

En jouant placé avec ses quatre pôles d'excellence,

Lausanne peut se targuer d'afficher un taux de 70% de clientèle internationale. De quoi réjouir les hôteliers de toute la région. Si Lausanne Tourisme utilise tout l'arsenal des outils marketing, réseaux sociaux y compris, son directeur – actif dans la branche depuis plus de 30 ans – ne renie pas les bonnes vieilles méthodes: «Si l'on me dit que j'ai une chance d'attirer un congrès à Lausanne en allant rencontrer une personne à Melbourne, je saute immédiatement dans l'avion. Par contre, s'il s'agit de participer à une opération promotionnelle, je me dis parfois que d'autres que moi sauront vanter les atouts de Lausanne». «Que voulez-vous, je me sens d'abord dans la peau d'un vendeur» confesse-t-il.



Pierre Schwitzguebel, Pierre-Olivier Wellauer et Claude Petitpierre au service de Lausanne Tourisme.

ANNONCE

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

Les avantages d'une buanderie à domicile:

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

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

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

**SCHULTHESS**  
La lessive. Le savoir-faire



En bref

**Suisse**

**Hausse de la demande intérieure en août**

L'hôtellerie a enregistré en Suisse 3,9 millions de nuitées en août 2012, selon les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique. Ce qui représente une baisse de 0,3% (-11 000 nuitées) par rapport à août 2011. Les hôtes indigènes génèrent 1,7 millions de nuitées, ce qui correspond à une augmentation de 0,9%. Les visiteurs étrangers affichent 2,2 millions de nuitées soit une diminution de 1,1%.

**Ibis veut célébrer les passants**



La marque Ibis marquera la première année de lancement de ces enseignes Ibis styles et Ibis budget. Elle tournera un spot publicitaire avec des passants les 10, 11 et 12 octobre prochain, respectivement à Zurich, Berne et Genève. Les meilleurs scènes seront diffusés dès le 24 octobre comme spot TV.

[www.ibis-be-a-star.ch](http://www.ibis-be-a-star.ch)

# W Verbier prend forme

**Le quatrième bâtiment du complexe les Trois Rocs est sous toit. L'installation des chambres va débuter. Un directeur sera nommé prochainement.**

ALEXANDRE CALDARA

Le toit du quatrième bâtiment du futur hôtel W Verbier vient d'être posé. Pierre-Yves Delèze, responsable marketing et communication, annonce que le cœur du projet des Trois Rocs est désormais hors de l'eau.

Le W Verbier, avec ses 123 chambres et suites ainsi que ses quinze résidences hôtelières, pourront ouvrir leurs portes le premier décembre 2013.

**A l'intérieur, les matériaux locaux seront mis en valeur**

Les aménagements intérieurs vont débuter la semaine prochaine avec l'installation des chambres. La chambre témoin a été validée par les responsables du groupe Starwood, dont fait partie

W, l'exploitant hôtelier partenaire des Trois Rocs. Les matériaux locaux comme le bois et la pierre traités de manière contemporaine seront mis en valeur.

La construction des deux bâtiments comprenant les résidences du W Verbier et la galerie commerciale avance également selon le planning. Les quinze résidences hôtelières seront ainsi sous toit d'ici à la mi-décembre, si la météo se montre favorable.

**Le parking souterrain sera terminé d'ici à mi-décembre**

La place blanche, première zone piétonne de la station, et le parking souterrain sont tous deux considérés comme des éléments centraux du concept.

Réalisés d'ici à la mi-décembre, ils devraient être terminés au printemps prochain. La dernière partie, à proximité de l'arrivée des pistes sera laissée en attente à la finalisation du projet de la salle Médan.

**«Le cœur du projet Trois Rocs est désormais hors de l'eau.»**

Pierre-Yves Delèze  
Resp. marketing et communication

Les Trois Rocs ont également initié la phase opérationnelle de préouverture. Le processus de choix du futur directeur général suit son cours. Il prendra ses fonctions à la mi-décembre 2012, soit à une année de l'ouverture. Il devra ensuite, en collaboration avec les Trois Rocs, recruter l'équipe chargée de préparer l'hôtel pour son ouverture.



Une vision d'actualité du chantier des Trois Rocs, à Verbier.

On ne connaît pour l'heure que le nom du chef du restaurant de l'hôtel, le catalan Sergi Arola, deux étoiles Michelin à Madrid. Son dernier projet en date: le restaurant Arola du W Paris Opéra, qui connaît un grand

succès. La place blanche sera aménagée suivant le concept retenu par la Commune de Bagnes pour les rues du centre de la station. La situation actuelle des travaux peut donner une idée de l'espace de plus de 2000 mètres

carrés qui sera à la disposition du public à partir de décembre 2013.

Le premier établissement du groupe Starwood en Suisse proposera aussi un spa de 800 mètres carrés, qui comprendra une piscine intérieure.

## Surclassez vos amis en première classe.

La nouvelle Ford Tourneo Custom vous offre, à vous et à vos invités à bord, un plaisir de voyager luxueux et sûr. Car ce modèle se distingue par un habitacle raffiné et modulable avec 30 configurations de sièges différentes, ainsi que, de série, une climatisation, un pare-brise chauffant, des phares directionnels, le régulateur de vitesse, le dispositif start-stop et le système «Easy-Fuel». Découvrez dès à présent la nouvelle Tourneo Custom avec son allure dynamique et profitez de notre offre de lancement attractive valable jusqu'au 31.12.2012.

**TOURNEO**

[ford.ch](http://ford.ch)



**TOURNEO CUSTOM**

DÈS FR.

**29'900.-**

AVANTAGE CLIENT

**11'750.-**



**Allons plus loin**

Prix nets, TVA non comprise, pour clients inscrits au registre du commerce. Offre valable jusqu'au 31.12.2012 auprès des concessionnaires participants. \*Tourneo Custom Trend, 100 ch/74 kW, prix du véhicule Fr. 29'900.- (prix catalogue Fr. 41'650.-, à déduire Prime de Reprise Fr. 2'778.- et Prime Spéciale Fr. 8'972.-). Modèle figurant sur l'illustration: Tourneo Custom Limited 125 ch/92 kW, prix du véhicule Fr. 45'400.-.

International

Un réseau hôtelier indépendant pour l'Asie

Trois professionnels français de l'hôtellerie et de la restauration lancent Secret Retreats, un nouveau réseau hôtelier en Asie et ses adresses de charme. Son directeur général Stéphane Junca: «Il n'existait pas à l'échelle de l'Asie de réseau pour l'hôtellerie de luxe indépendante, notre société ambitionne de porter les valeurs de l'Asie.» La collection regroupe 33 adresses: hôtels de charme, boutiques, hôtels, villas et bateaux.

www.secret-retreats.com

Les nouveautés du salon Equip'Hôtel



Du 11 au 15 novembre, le salon Equip'Hôtel 2012 qui se tient à Paris, accueille les professionnels en matière d'aménagement et de décoration pour l'hôtellerie et la restauration. «Ce secteur s'est considérablement développé, témoignant de l'importance du design dans la conception d'un hôtel», explique sa directrice Corinne Menegeaux. Il est paré par le chef Alain Ducasse.

www.equipohotel.com

Valais

Un prix pour les entreprises flexibles

Le prix Famille + de l'Etat du Valais a été remis dans la catégorie «moins de 20 employés-e-s» à l'Hôtel Bäckerei Imseng de Saas Fee. Il a été distingué notamment pour la flexibilité du temps de travail et son congé parental. Il remporte pour son personnel et leur famille une sortie à Aquaparc. Ce prix lancé en 2010 récompense également Cert Ingénierie de Sion dans la catégorie «plus de 19 employés-e-s». La commune de Viège a remporté le prix destiné aux administrations communales.

Vaud

Et si on allait se balader dans le Lavaux...

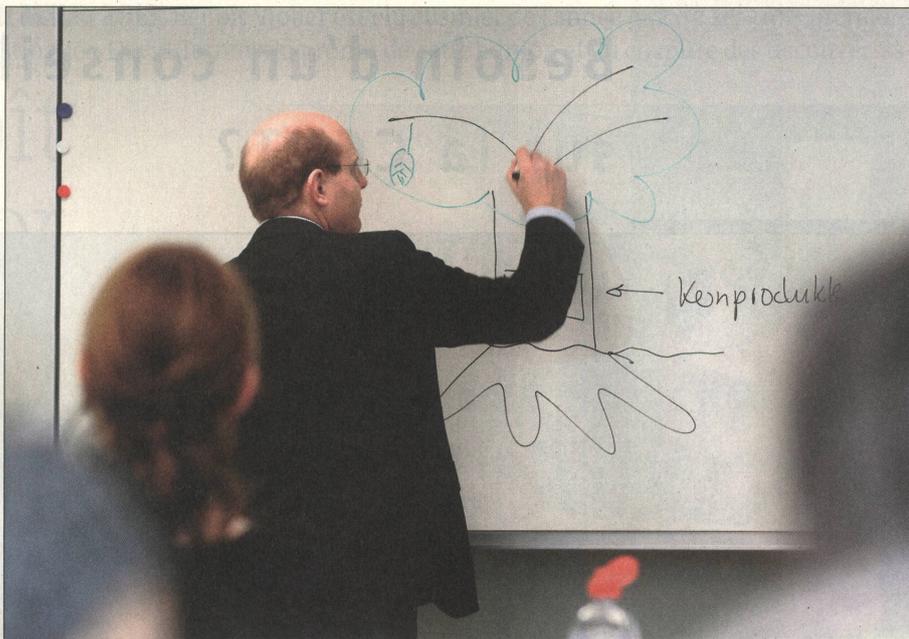


Nouvelle publication de Pierre Corajoud, qui propose dans son dernier guide six balades insolites dans le Lavaux. Chaque boucle démarre dans une gare de la région et dure moins de deux heures. Lavaux Patrimoine mondial s'est associé à la démarche: le guide renvoie à des notices complémentaires disponibles sur le site.

www.lavaux-unesco.ch

La Conférence des recteurs des Hautes écoles spécialisées sollicite de la Confédération des titres compréhensibles au niveau international, avec la mention Bachelor.

GU DRUN SCHLENCZEK



Les Hautes écoles spécialisées de Suisse veulent un titre reconnu internationalement.

Alain D. Boillat

# Le but: un Bachelor HES

Les diplômes suisses sont-ils suffisamment attractifs au niveau international? La question se pose, à l'heure où l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT) reconnaît implicitement et par écrit sur sa page d'accueil que les employeurs sans connaissance du système de formation professionnelle suisse ne peuvent pas vraiment évaluer les qualifications de formation professionnelle helvètes. Ainsi, ils préfèrent souvent se référer à une université internationalement reconnue ou une formation reconnue telle qu'un bachelor ou un master.

En se dotant d'un cadre national de qualifications (nqf.ch-HS), l'OFFT entend remédier à cette lacune. «Les employeurs européens n'étant pas en mesure de connaître le cadre suisse de qualifications ni le cadre européen, cette mesure ne va pas assez loin», relève le conseiller national

Matthias Aebischer (PS) dans la motion qu'il a déposée en juin et qui n'a pas encore été traitée par les chambres. Il appelle de ses vœux un titre mieux adapté et plus moderne tel que par exemple un «Bachelor HES».

Un titre internationalement reconnu est aussi le but de la Conférence des recteurs des Hautes écoles spécialisées au Département fédéral de l'économie.

«Bachelor HES» versus «Bachelor universitaire»

Un «Bachelor HES» doit clairement se distinguer d'un Bachelor universitaire. La KFH a aussi un

«Bachelor HES» en tête. Eva Desarzens, secrétaire générale de la KFH, en est convaincue: «Sans la dénomination de «Bachelor», cela n'aurait aucun sens d'introduire un titre.» Pour elle, la dominance internationale du titre de Bachelor est évidente et par conséquent la mesure adéquate pour

«Sans la dénomination Bachelor, ce titre n'aurait pas de sens.»

Eva Desarzens  
Secrétaire générale de la KFH

une meilleure reconnaissance des diplômes suisses. «Haute école spécialisée» doit être traduit par «College of Higher Education and Training». Dans la dénomination actuelle, soit «College of Professional Education and Training», c'est le terme «Professional» qui pose problème aux HES: il fait référence à la formation professionnelle de base, et à l'abréviation PET qui en découle. La dénomination anglaise pour un diplôme de fin

d'étude d'un «hôtelier-restauteur HES diplômé» s'intitule: «Bachelor in Hospitality Management and Training». La dénomination anglaise actuelle est: «College of Professional Education and Training PET Degree in Hospitality Management».

La dénomination envisagée par la KFH pour le «Bachelor in (...)» devrait alors se distinguer clairement du «Bachelor of» des universités, souligne Eva Desarzens. Le «Professional Bachelor» n'est plus à l'ordre du jour.

Le «Professional Bachelor» doit encore être discuté

A hotellerie suisse on salue la nouvelle terminologie pour le Bachelor professionnel. Le «Bachelor in» devrait remplacer le «Professional Bachelor», discuté précédemment, cette dénomination étant problématique car pas comparable à l'échelle internationale. La KFH se montre aussi in-

satisfaite que la Conférence suisse des offices de la formation professionnelle (CSFP) qui représente les cantons pour les compléments aux diplômes proposés par l'OFFT.

A la place, il est demandé à l'OFFT un diplôme qui soit structurellement identique à celui des universités. Il en ressort des études de troisième cycle avec options.

L'OFFT est obligée de mettre la motion en consultation auprès de la KFH, mais pas les souhaits exprimés, car la modification peut être exécutée au niveau de la réglementation minimum: aucune modification de la loi sur la formation professionnelle n'est nécessaire. Eva Desarzens se réjouit de la motion de Matthias Aebischer: «Cela fait une pression supplémentaire: 72 conseillers nationaux l'ont signée.»

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

# Le Préalpina devrait rester un hôtel

Les autorités communales de Chexbres veulent que le Préalpina conserve sa vocation. C'est, pour le moment la seule certitude de ce dossier pour le moins touffu et rendu opaque par le propriétaire actuel.

JEAN-JACQUES ETHENOX



L'avenir de l'Hôtel Préalpina, à Chexbres, est encore incertain.

l'établissement, la Fondation Unia, ont signé une convention «visant à la valorisation du site», selon le communiqué des autorités.

Objectif principal: sauver le Préalpina en modifiant le plan d'affectation de la zone en vigueur pour que l'établissement conserve sa vocation hôtelière.

Cela n'empêcherait nullement la Fondation Unia de réaliser la parcelle qui accueillerait une soixantaine de logements, ainsi qu'une centaine de places de parkings, pour plus de la moitié excavées.

De plus, même s'il n'en est pas fait mention expresse dans le document fourni par la commune, l'accès à l'hôtel serait garanti, via

les parcelles dévolues aux logements.

Volonté parallèle des autorités: conserver des capacités d'hébergement de classe moyenne en ce balcon du Léman qui ne compte plus que cet hôtel après la disparition, il y a quelques années de l'Hôtel Cecil et la reconversion prévue du Signal de Chexbres en résidence de haut standing.

Reste l'avenir de l'hôtel. Là, le conditionnel est de mise. Pour mémoire, c'est au début de 2010 que la Fondation propriétaire annonçait son intention de se défaire des cinq établissements «vacances» qu'elle possédait, ne souhaitant conserver que deux hôtels urbains, à Berne et Thoun.

La Fondation Unia annonçait également alors que toutes les opérations nécessaires seraient terminées pour l'été 2011.

Depuis, elle refuse de communiquer sur le dossier, imposant

même un quasi black-out. Aujourd'hui, s'il faut en croire le secrétaire syndical régional, deux ou trois acquéreurs potentiels se seraient manifestés. Parmi eux, les gérants actuels, le couple Andrea Szechenyi-Olivier Lehrian.

S'ils confirment avoir été intéressés dès 2010 lors de l'annonce par la Fondation de vendre l'établissement, ils s'avouent aujourd'hui «dans l'expectative», à défaut d'informations précises. Ils n'ont donc pas fait d'offre de reprise et n'en feront pas pour le moment.

Selon nos informations, la valeur du bâtiment pourrait susciter une belle controverse: si l'entretien courant a bien été assuré de façon régulière, aucun investissement conséquent n'a été assuré par le propriétaire depuis quatre ou cinq ans et une remise à niveau de l'hôtel s'impose, ne serait-ce que pour rester dans la catégorie d'un quatre étoiles.

# Besoin d'un conseil sur la CCNT?



## Réponses à vos questions sur la CCNT

Notre service juridique répond à vos questions sur le droit du travail et la CCNT, et il vous livre des renseignements juridiques de nature générale.

Des informations dans le domaine des ressources humaines, la prise en charge de mandats et un service de recouvrement sont encore d'autres prestations offertes aux membres.

Informations sur les salaires minimums et autres renseignements juridiques:  
[www.hotelleriesuisse.ch/service-juridique](http://www.hotelleriesuisse.ch/service-juridique)



hotelleriesuisse – compétence,  
dynamisme, enthousiasme.

  
hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

**Gastronomie. Gault Millau 2013.** Benoît Violier est élu cuisinier de l'année grâce à ses trois premières cartes, à Crissier. Autres Romands distingués, David Tarnowski promu de cette édition et au chapitre des découvertes Georges Lelièvre.

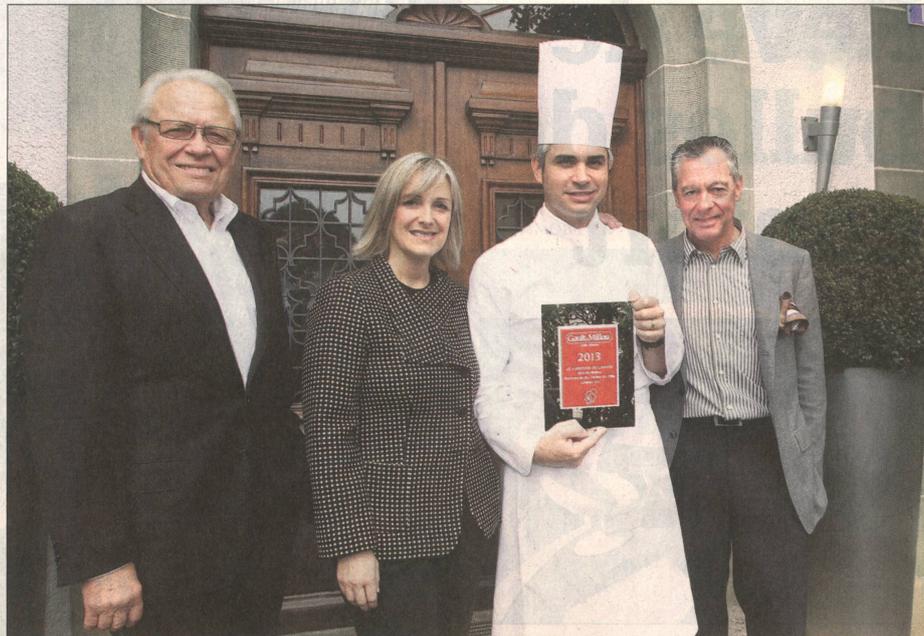
# Benoît Violier au menu du guide

**Démarrage fulgurant pour le nouveau chef de Crissier. Surprises, confirmations et un nouveau motif de satisfaction pour les gastronomes: le Gault Millau Suisse 2013 vient de sortir.**



Sabrina Glanzmann  
«Belle Sole épaisse de la Cotinière au citron confit»

fuser ces 19 points», a relevé le patron du Gault Millau Suisse, Urs Heller, dans son hommage au vainqueur. Plus tard, lors du déjeuner, les invités d'honneur du lauréat et de sa brigade composée de 22 professionnels ont pu s'en

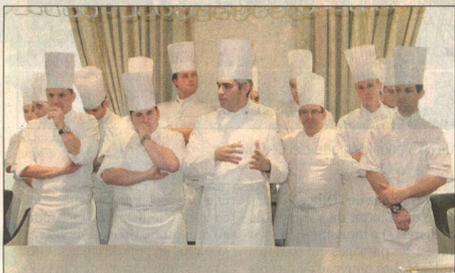


Frédery Girardet, Brigitte Violier et Benoît Violier, Philippe Rochat ou l'image de belles transitions culinaires.

Schweizer Illustrierte Bruno Voser/idd

SABRINA GLANZMANN

Is ne sont pas hérités, ces points. Ils sont le résultat d'un dur labeur», a déclaré Urs Heller, rédacteur en chef du Gault Millau Suisse, lundi à l'«Hôtel de Ville» de Crissier, où le nouvel élu Benoît Violier perpétue la tradition des 19 points. Lors de la présentation de l'édition 2013, le «guide gastronomique rouge» a honoré le chef d'origine française avec le score le plus élevé et le prestigieux titre de «cuisinier de l'année». Et cela à peine six mois après qu'il a repris l'établissement de Philippe Rochat. Selon Urs Heller, bien sûr, c'est un démarrage fulgurant. «Mais nous avons déjà pu tester trois cartes fabuleuses. Elles justifient pleinement cette décision et cela aurait été une erreur de jugement de lui re-



Sabrina Glanzmann  
Benoît Violier, cuisinier de l'année, ici avec sa brigade au complet.

convaincre sans aucune retenue. En particulier en dégustant un «Zéphyr» de «foie de canard des

Landes» avec des avelines. Benoît Violier prend donc place dans le cercle restreint des 19 points, tenant ainsi compagnie à Andreas Caminada, Philippe Chevrier, André Jaeger, Didier de Courten et Bernard Ravet. Son prédécesseur Philippe Rochat a encore été particulièrement honoré pour son remarquable travail. Il a accepté sa plaque d'honneur avec une émotion bien visible.

Autre cuisinier souriant pendant la cérémonie, Heiko Nieder. Et pour cause: le chef, de «The Restaurant» au «Dolder Grand» à Zurich a fait un immense bond en avant avec 18 points et la désignation de «Révélation suisse allemande de l'année». Pour Urs Heller, difficile de résister à cette cuisine d'une «précision chirurgicale», «savamment sophistiquée» qui

fait de lui le nouveau numéro un à Zurich après le départ de Marcus G. Lindner à Gstaad. En Suisse italienne, la distinction revient à Andrea Cingari de «Da Enzo» (16 points), avec le légendaire hôtelier Enzo Andreatta à Ponte Brolla.

C'est dans le canton d'Uri que se trouve - ou pas - la «Découverte suisse allemande de l'année». En effet, comme l'a dit lundi en plaisantant le patron du Gault Millau Suisse, il faut un «excellent GPS et de bons nerfs» pour trouver Beat Walker et Marco Helbling dans leur «Gasthaus im Feld», au-dessus de Gurtellen. Cette «trouvaill» a obtenu 14 points au guide. Autre motif de satisfaction, la distinction de «Cigar Man of the Year» pour Martin Dalsass, qui fait dire à Urs Heller: «Chez lui, dans son restaurant Talvo, à Saint-

Moritz, on est les bienvenus jusqu'au dernier cigare.» Olivier Friedrich est le «Sommelier de l'année» et, avec lui, le Château de Schauenstein à Fürstena dans les Grisons n'est pour une fois pas à l'honneur avec Andreas Caminada. La «Star suisse de l'étranger» revient en 2013 à un hôtelier: Jonas A. Schürmann qui dirige les 830 collaborateurs du «Mandarin Oriental» à Hong Kong. En 2013, le guide Gault Millau répertorie 842 restaurants et 104 hôtels parmi lesquels 79 établissements sont présents pour la première fois, 73 augmentent leur pointage alors que 39 perdent des points. Le guide est disponible dès maintenant en librairie.

Traduction Française Zimmerli sur la base d'un texte en page 13.

## Cuchaule rose, soucoupe volante

**Extraits de critiques du guide rouge pour ressentir la langue utilisée, afin de qualifier le style des Romands. Comme pour se retrouver aux tables des chefs distingués.**

ALEXANDRE CALDARA

Le guide Gault Millau Suisse propose surtout une manière d'écrire la cuisine d'aujourd'hui. Aperçu autour du promu romand de l'année David Tarnowski, du restaurant Le Montagne à Charbonne et de la découverte romande de l'année Georges Lelièvre, à l'auberge de l'Union à Arzier. A propos des plats servis par le premier, on peut lire: «L'abat est ferme et onctueux et le légume est décliné en réduction, en tartare plein de fraîcheur avec de la pomme et dans une cuchaule rose toastée.» Puis un bémol culinaire, au sujet d'une brandade avec de la fêra fumée du lac et de la pomme de terre au safran de la Mancha, formulé ainsi: «En bouche, c'est prégnant. Mais que le poisson soit froid au cœur de préparation et le

tubercule presque cru - sans que l'on sache si c'est là l'intention véritable du chef - dérouté les papilles.» Mais pour le critique, la fin, dont on ne vous dira rien, fut «une apothéose».

Du côté de chez Georges Lelièvre, qui fait son entrée dans le guide avec 15 points, la plume du dégustateur lorgne vers la science-fiction: «On admire la mise en scène de la soupe de poissons à l'allure de soucoupe volante. Classique, elle frise la perfection.» Au rayon des nuances: «La nage de nectarine souffre un peu de manque de maturité des fruits.»

Au chapitre des progressions, plusieurs établissements romands atteignent les 16 points: le Trianon, au Mirador Kempinski, le Grand Hôtel du Lac, à Vevey, l'Auberge des Clefs de Lugnorre (Fribourg) et l'Hôtel du Peyrou, à Neuchâtel. Trois autres chefs romands culminent à 19 points. Philippe Chevrier, à Satigny, Genève; Bernard Ravet, à Vuillens-le-Château et Didier de Courten, à Sierre: «une immense brigade et beaucoup d'idées nouvelles». Quant à la toque d'honneur, elle ne pouvait qu'honorer Philippe Rochat pour sa cuisine et son talent de formateur.



Georges Lelièvre, sacré découverte romande.



David Tarnowski est le promu romand de cette année.

Photos: idd

ANNONCE

Son magnifique et naturel expressivité réalisme pour l'ambiance de style

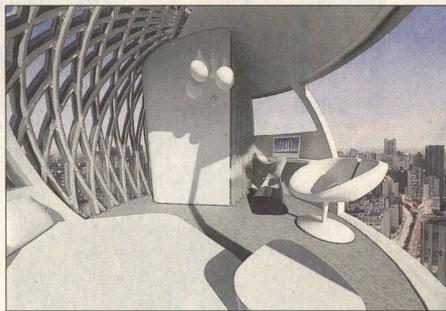
Roland

Roland (Switzerland) AG · 4452 Ittingen · 061 975 99 99 · www.rolandmusik.ch

gastromia Hall Premium

Demandez une documentation détaillée et la brochure de références des hôtels et restaurants bien connus sous: [info@rolandmusik.ch](mailto:info@rolandmusik.ch)

## Rêve de bulles de confort



Un projet de **chambres d'hôtels** high-tech ultralégères.

La sphère serait-elle l'élément clé de l'hébergement du futur? Des architectes américains présentent un projet novateur. En Suisse romande aussi l'idée est dans l'air.

OLGA YURKINA

Imaginez une volée de bulles de savon remonter vers le ciel. Et si elles étaient grandes, très grandes, jusqu'à atteindre la taille humaine et la dépasser? Suspendez-les à une centaine de mètres du sol. Imaginez-vous dans une de ces bulles, survolant une ville, une rivière ou une montagne.

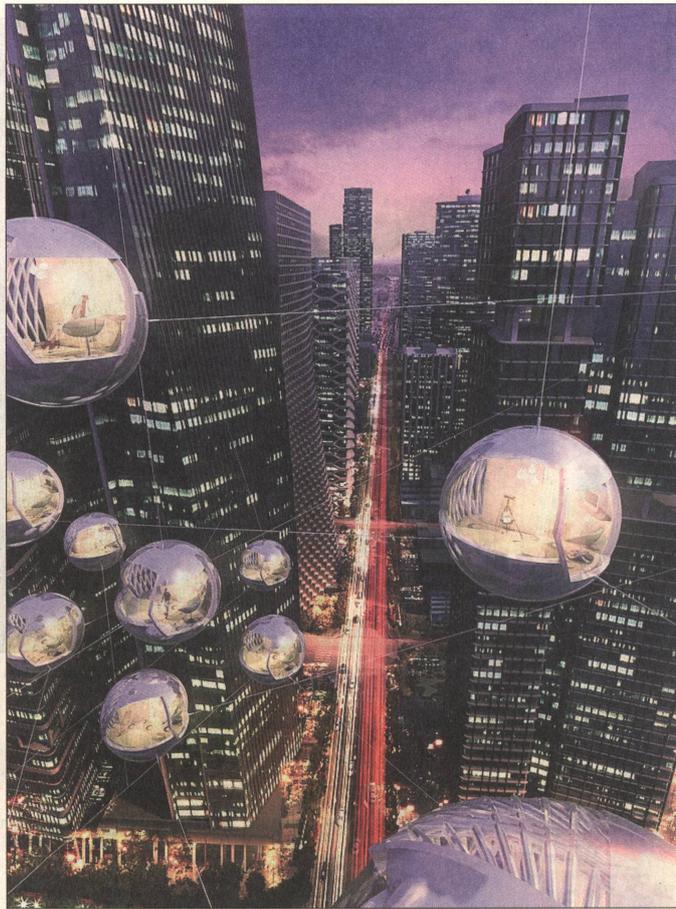
Vous êtes dans un rêve qui s'appelle «Live Between» et appartient aux designers du bureau d'architectes américain HKS. Ils l'ont créé en vue de la compétition pour le Prix de l'Innovation radicale en hospitalité 2012, une récompense pour tout projet visant à révolutionner les concepts existants dans l'hôtellerie. «Live Between» est né d'une volonté de valoriser l'espace aérien, que ce soit entre les gratte-ciel de Chicago, les tours du Tower Bridge de



Les **pyramides** de Gizeh seraient un lieu à bulles.

Londres ou les pyramides de Gizeh. Les bulles-chambres de cet hôtel high-tech, ultralégères, sont retenues dans l'air par un système de câbles quasi invisibles. A l'intérieur, elles offrent toutes les commodités et restent autonomes en énergie grâce à des panneaux photovoltaïques. De l'extérieur, la structure ressemble à une gigantesque guirlande qui peut changer de forme et s'adapter sur mesure à l'endroit choisi. Il s'agit d'un concept nomade qui ferait le tour du monde, telle une attraction itinérante, pour offrir à ses hôtes un angle de vue renversant. Pour les architectes, il reste encore à relever les défis techniques, comme l'accès aux bulles ou la stabilité de l'installation.

Serait-il imaginable en Suisse? Bruno Huggler, directeur adjoint de Valais Tourisme, se projette dans le futur: «L'idée ferait parler



Le concept imaginé par les architectes de HKS pour les gratte-ciel de **Chicago**.

photos ldd

d'elle et pourrait bien séduire une nouvelle clientèle. Un tel hôtel, bien intégré dans le cadre montagnard, offrirait une expérience extraordinaire aux visiteurs.» Et l'écologie? Pour l'instant, même les bulles solitaires posées au sol sont suspectes.

**«De plus en plus de clients rêvent d'une expérience insolite avec tout le confort.»**

**Eric Cretzaz**  
Directeur de l'OT de Thyon

un tabac en France, mais n'a toujours pas pénétré dans les montagnes suisses. Une expérience séduisante à prendre pour modèle? «Nous serons heureux d'élargir l'offre, surtout que la demande pour les hébergements insolites est très forte», confie

Anick Goumaz de l'Office du tourisme du Canton de Vaud. Et de souligner: «Le tourisme suisse vit grâce à ses paysages qui sont très protégés. Les nouveaux concepts sont orientés vers le tourisme rural, en phase avec le développement durable». A Montmolin (NE), le B&B de la famille Schneider, le seul en Suisse à proposer l'expérience, a senti les foudres administratives s'abattre sur son «bubble». Posée dans le jardin surplombant le lac, la bulle n'a pas convaincu la loi sur l'aménagement du territoire et sa première saison fut plus courte que prévue. L'année prochaine, François Schneider s'apprête à la défendre, encouragé par les retours positifs: «C'est un concept poétique fabuleux qui mérite d'être développé.»

Côté écologie, les «bubbles» n'ont rien à se reprocher: de matière recyclable, équipés de pan-

neaux solaires, sans eau courante, leur impact est réduit au minimum. Un gage de succès? «De plus en plus de clients rêvent d'avoir une expérience insolite, mais dans des conditions tout confort. C'est un concept intéressant, il faudra prendre en compte les critères financiers et juridiques, mais nous serons ouverts à la discussion», affirme Eric Cretzaz, directeur de l'Office du Tourisme de Thyon. Son homologue à Villars, Serge Beslin, confirme qu'en Suisse il est très difficile de développer les nouveaux concepts dans la nature, mais trouve l'idée prometteuse. L'exemple rassurant, les WhitePods, sphériques et écolo, ont trouvé leur place après des batailles juridiques.

Derrière la tendance se cache peut-être le désir inconscient de l'homme moderne de s'enfermer dans un cocon douillet, la tête dans les étoiles.

### Les gens

#### Un interim qui devient durable chez Carlson

**Stefan Maucher** a été nommé au poste de Senior Vice President pour l'Europe centrale de Carlson Wagonlit Travel (CWT), avec effet



ldd

immédiat. Il occupait ce poste de façon intérimaire depuis mai. CWT estime qu'il a parfaitement mené la transition vers une nouvelle ère. Il sera rattaché à **Andrew Waller**, président Europe, Moyen-Orient, Afrique et deviendra un membre permanent de l'équipe de direction européenne.

#### Une présidente des AOC toujours déterminée

**Géraldine Savary** en tant que présidente de l'Association Suisse des AOC-IPG vient de déclarer: «Nous sommes très déçus de la décision du Conseil des Etats de



ldd

renvoyer le projet de loi à la commission compétente.» Elle est membre de la commission des affaires juridiques du Conseil des Etats. L'Association continue à soutenir une loi «swissness» qui exige que pour les denrées transformées, au moins 60% des coûts de production soient obtenus en Suisse et au moins 80% des matières premières proviennent de Suisse.

#### Un Suisso-Brésilien à la tête de Gemacona

**Eduardo Leeman** (photo) reprend la direction de Gemacona et de ses six restaurants à Genève, en



ldd

tant que joint partner de McDonald's. Binational suisse et brésilien, il réalise une carrière internationale. Il effectue ses premiers pas dans la société américaine à Rio de Janeiro en 1993. Depuis août 2009 il assumait la responsabilité stratégique de 20 restaurants dans les cantons de Vaud et du Tessin. A Collonge-Bellerive **Reto Egger** devient franchisé.

#### Sueurs froides et festives à Saint-Maurice

**Alain Robert** a réussi son défi samedi soir à Saint-Maurice devant 1200 personnes. Le grimpeur français a gravi le clocher de Saint-Maurice offrant vingt minutes de spectacle. Premier défi en Suisse et première église au palmarès du grimpeur français. **Bertrand Blitz** directeur de l'Office du Tourisme et instigateur de l'opération était ravi par l'intensité du spectacle. aca

## Chef de prestige à Genève

Michel Roth a pris la direction des cuisines de l'**Hôtel Président Wilson** à Genève en tant que conseiller culinaire et chef exécutif. Alors que l'écran du Bayview a changé de visage.

MICHEL BLOCH

Le restaurant Bayview tient la vedette à Genève depuis sa réouverture le 18 septembre. Design épuré, style contemporain, couleurs chaudes, vue magique sur le lac grâce à d'immenses baies vitrées, une luminosité exceptionnelle bienvenue avec l'automne, un écran idéal pour accueillir Michel Roth.

Ce dernier vient à Genève pour prendre la responsabilité des cuisines du Bayview, de l'Arabesque, du Poolgarden, du Glow bar + lounge, du Room Service ainsi que des Banquets et du Traiteur

de l'hôtel pour lequel il a eu un coup de cœur.

L'arrivée au Président Wilson d'un des chefs les plus renommés de France ne passe pas inaperçue. A deux reprises Premier Prix culinaire international Pierre Taittinger, Prix Bocuse d'Or, Meilleur ouvrier de France, chef exécutif du célèbre restaurant parisien Lasserre, chef du restaurant l'Espadon d'un illustre palace de la place Vendôme à Paris, directeur des cuisines de ce même hôtel, Michel Roth qui est même Chevalier de l'Ordre de la Légion

d'Honneur est accompagné par des membres de sa brigade dont le chef Pâtissier, Didier Stuedler.

Objectif de Michel Roth: offrir aux clients du Président Wilson une cuisine de produits de saison, contemporaine, originale, voire surprenante, tout en étant à la fois, simple, audacieuse et raffinée pour que l'hôtel soit en permanence une référence culinaire et un pôle d'attraction pour les Genevois, mais aussi pour les clients séjournant à l'hôtel et les hôtes de passage.

Homard tiède et ses racines



**Michel Roth** arrive au Président Wilson de Genève.

croquantes en vinaigrette miel-citron, sole étuvée aux cèpes et artichauts poivrades, agneau en trois cuissons, légumes de saison et choux verts à l'écorce d'orange, jus de navarin. L'imagination créatrice est d'actualité.

Il se confirme que les restaurants d'hôtels attirent de plus les chefs de cuisine réputés.

# PROFIL

GESAMT-  
AUFLAGE  
40.000

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

Nr. 21 · 11. Oktober 2012

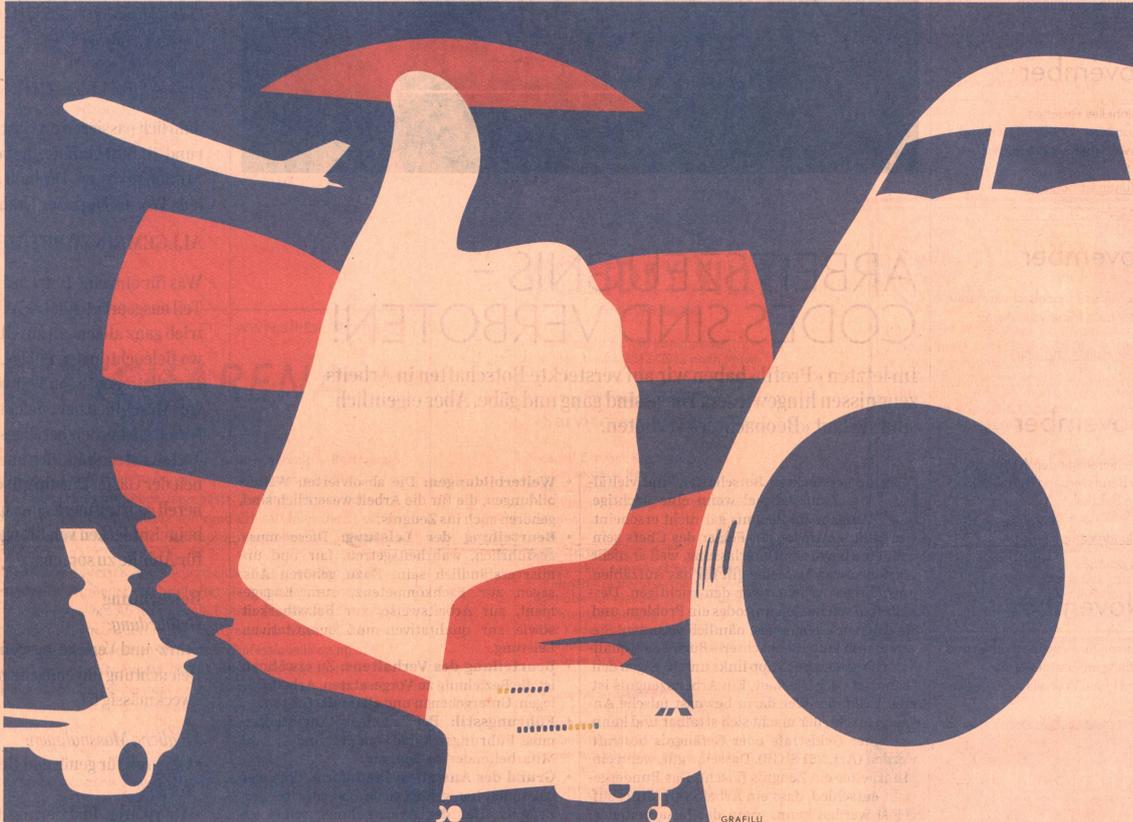
htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

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

www.stellenPROFIL.ch

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



## DAS BESTE GEBEN LOHNT SICH!

Service, Pass, Pass, Smash! Die Spielerin hechtet, streckt sich in voller Länge und erreicht den Volleyball Zentimeter vor dem Boden. Dank ihres grossartigen Einsatzes hält sie das Team im Spiel und schafft die Voraussetzung für den Sieg. In hohem Tempo wechseln die Spielerinnen ihre Position, spielen sich den Ball zu – nehmen Gegner, sich selbst und den Spielverlauf gleichzeitig wahr. Der Sog von Innen und alles Handeln richten sie auf den Erfolg aus. Engagement und Leidenschaft für gemeinsames Trainieren, Spielen und Feiern schweisst sie zusammen. Ihr Wille zu gewinnen, treibt sie an. Trittbrettfahrer haben keinen Platz im Team.

Und wie sieht es tagtäglich im Tourismus aus? Alle sind sich einig: den Kunden zu verstehen und seine Bedürfnisse zu erfüllen sind zentrale Erfolgsfaktoren und unabdingbar für die so wichtige Kundenbindung. Wären da nur nicht die Stolpersteine in der Praxis: dem Kunden wirklich zuhören, ihn mit Begeisterung «be-Dienen» und seine Wünsche sogar übertreffen! Hin-

denisse wie Stress, Druck, Missverständnisse, Unklarheiten und eigene «Stachelschweinehunde» lassen Serviceleistungen zum Dienst nach Vorschrift verkommen. Ja, innere «Stachelschweinehunde» drücken sich unbewusst vor der eigenen Verantwortung, suchen die Schuld bei anderen und piesacken damit die Umgebung. Da bleibt nicht viel von den ambitionierten Zielen übrig. Die Ausgabe der letzten Gallup-Studie (misst den Engagement-Index von Mitarbeitern) lässt aufhorchen.

Von den befragten Unternehmen in Deutschland haben 23 % der Mitarbeiter innerlich gekündigt, 63 % machen ihren Dienst nach Vorschrift. Nur 14 % haben eine hohe emotionale Bindung an ihren Betrieb und treiben die Ziele von selbst mit an. Was ist da unterwegs verloren gegangen? Es scheint, dass bei vielen Menschen die Begeisterung für ihr tägliches Tun abhandengekommen ist. Robert Johnston fand in seinen Studien zu Service Excellence vier entscheidende Elemente: Versprochenes muss tatsächlich geleistet werden. Die Sorge, dass Kundenfeedbacks

gut behandelt werden, die persönliche Note und im Umgang mit dem Kunden und nicht zuletzt ein «Funken» mehr an Service bringen den Erfolg. Es liest sich einfach.

Doch besteht wirklich Klarheit über Unternehmenswerte, Mission und Vision? Ist die Ausrichtung im Wollen und Tun von Service Excellence konsequent? Ist die Orientierung wirklich am Kundennutzen? Ist die innere Haltung zum «be-Dienen» auf allen Ebenen, von Führung bis zum Lehrling, verinnerlicht? Ist das Leuchten in den Augen für den Gast sichtbar? Spürt er, dass er wirklich im Zentrum der Aufmerksamkeit steht? Um das zu tun, braucht es innere Klarheit bei jedem im Team und kontinuierliches Training. Denn nur begeisterte Mitarbeiter können Kunden begeistern. Und begeisterte Kunden erzählen begeistert weiter. Und sie kommen wieder und geben positive Empfehlungen ab.



Christina Weigl  
Training & Coaching  
www.christina-weigl.ch

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

**Unser gemeinsames Berater Netzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg**

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

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

## AGENDA

## 17. Oktober

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

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

## 22. Oktober

«Fidelio Frontoffice Basiskurs», vom Berufsverband Hotellempfang, in Stallikon/ZH

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

## 2. November

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

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

## 7. November

Information Hotel-Tourismus-Handelsschule Aarau, im Ausbildungszentrum Minerva in Aarau

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

## 13. November

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

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

## 20. November

«KOPAS – Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe», von hotellerieuisse, im Hotel Walhalla in St. Gallen

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

## BUCHTIPP

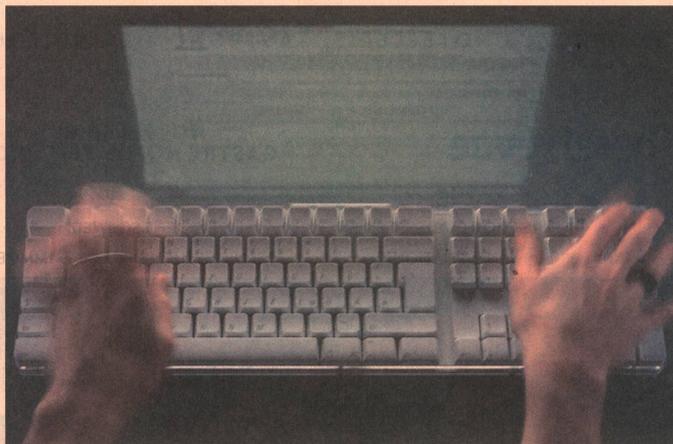


### ÜBER MITARBEITERGESPRÄCHE, ARBEITSZEUGNISSE UND REFERENZEN

Dank langjähriger Beratungspraxis wissen die beiden Autorinnen, was Arbeitnehmende in der Schweiz von Qualifikationen erwarten dürfen, welche Formen von Mitarbeitergesprächen es gibt, welche Regeln für Referenzauskünfte bestehen und welche Punkte ein Arbeitszeugnis enthalten muss. Auch die viel zitierten Codes sind ein wichtiges Thema. All dies klären die Autorinnen anhand vieler Tipps und Beispiele. Arbeitnehmenden zeigen sie, wie sie vorgehen sollten, wenn sie mit der Beurteilung ihrer Leistung nicht einverstanden sind. Und nicht zuletzt: Vorgesetzte und Führungspersonen finden konkrete Formulierungshilfen für faire Qualifikationen.

«Fair qualifiziert?», von Irma Bräunlich Keller und Gabriela Baumgartner, Beobachter-Buchverlag

ISBN 978-3-85569-554-6  
CHF 38.00



KEYSTONE

## ARBEITSZEUGNIS – CODES SIND VERBOTEN!

Im letzten «Profil» haben wir auf versteckte Botschaften in Arbeitszeugnissen hingewiesen. Diese sind gang und gäbe. Aber eigentlich sind sie laut «Beobachter» verboten.

Die versteckten Botschaften sind vielfältig. Zum Beispiel wenn eine wichtige Aufgabe im Zeugnis gar nicht erscheint. Das kann entweder ein Fehler des Chefs sein oder eine bewusste Unterlassung, weil er nicht zufrieden war. Dasselbe gilt für das Aufzählen unwichtiger Arbeiten vor den wichtigen. Deshalb sind solche Geheimcodes ein Problem, und sie sind vor allem eines: nämlich verboten! Sie verstossen laut «Beobachter»-Buch «Fair qualifiziert?» (siehe Buchtipps links unten) gegen den Grundsatz der Klarheit. Ein Arbeitszeugnis ist eine Urkunde. Wer darin bewusst falsche Angaben macht, der macht sich strafbar und kann mit einer Geldstrafe oder Gefängnis bestraft werden (Art. 251 StGB). Dasselbe gilt, wenn ein Mitarbeiter ein Zeugnis fälscht. Das Bundesgericht entschied, dass ein Arbeitsverhältnis aufgelöst werden kann, wenn der Mitarbeitende ein Zeugnis gefälscht hat.

### DAS MUSS IM ZEUGNIS STEHEN

Ein Arbeitszeugnis muss vollständig sein. Wer das Zeugnis liest, muss sich ein umfassendes Bild vom Mitarbeitenden machen können, sowohl von seinen Tätigkeiten, Leistungen, Eigenschaften, Fähigkeiten und besonderen Stärken als auch von seinem Verhalten gegenüber Mitarbeitenden, Vorgesetzten und Dritten. Im oben erwähnten Buch aus dem Beobachter-Verlag gibt es auch eine Liste von Punkten, die in einem Zeugnis nicht fehlen dürfen:

- **Name und Adresse des Arbeitgebers:** Sofern vorhanden mit einem offiziellen Briefkopf.
- **Personalien des Mitarbeitenden:** Name, Geburtsdatum.
- **Beginn und Ende der Anstellung:** Als Austrittsdatum ist die rechtliche Beendigung des Arbeitsverhältnisses anzugeben und nicht der letzte Arbeitstag – etwa bei einer Freistellung während der Kündigungsfrist oder beim Bezug von Ferien.
- **Arbeitspensum:** Zu welchem Prozentsatz ein Mitarbeiter beschäftigt war, gehört ins Zeugnis.
- **Position:** Die hierarchische Stellung des Mitarbeitenden.
- **Vollständige Beschreibung der Aufgaben und Pflichten:** Gemäss Bundesgericht muss das Zeugnis eine detaillierte Auflistung der wichtigen Funktionen und der das Arbeitsverhältnis prägenden Tätigkeiten enthalten. Massgebend ist dabei nicht die vertraglich vereinbarte, sondern die tatsächlich ausgeübte Tätigkeit. Wichtiges kommt zuerst, Unwesentliches weglassen.
- **Beförderungen:** Diese und Versetzungen sind mit Datum im Zeugnis zu erwähnen.

- **Weiterbildungen:** Die absolvierten Weiterbildungen, die für die Arbeit wesentlich sind, gehören auch ins Zeugnis.
- **Beurteilung der Leistung:** Diese muss ausführlich, wahrheitsgetreu, fair und unmissverständlich sein. Dazu gehören Aussagen zur Fachkompetenz, zum Engagement, zur Arbeitsweise, zur Belastbarkeit sowie zur qualitativen und quantitativen Leistung.
- **Beurteilung des Verhaltens:** Zu erwähnen ist die Beziehung zu Vorgesetzten, Arbeitskollegen, Untergebenen und allenfalls Gästen.
- **Führungsstil:** Bei leitenden Angestellten muss Führungsstil und -qualität und Anzahl Mitarbeitender ins Zeugnis.
- **Grund des Austritts:** Die Information, wer gekündigt hat, gehört nicht obligatorisch ins Zeugnis. Hat der Arbeitnehmer selbst gekündigt, sollte dies jedoch erwähnt werden. Hat der Chef gekündigt, ohne dass den Angestellten ein Verschulden trifft (wirtschaftliche Gründe oder Umstrukturierungen), dann sollte auch dies klar zum Ausdruck gebracht werden.
- **Ganze Dauer:** Das Schlusszeugnis (ein Arbeitszeugnis, das am Schluss ausgestellt wird, im Gegensatz zu einem Zwischenzeugnis) muss sich immer auf die ganze Anstellungsdauer beziehen. Ein Verweis auf frühere Zwischenzeugnisse ist grundsätzlich nicht zulässig. Mehrere Zeugnisse vom gleichen Arbeitgeber sind meist kein Vorteil für den Mitarbeitenden, da heute kaum jemand Zeit hat, viel Papier zu studieren. Die Gefahr besteht, dass nur das letzte Zeugnis der Firma angeschaut wird. Ausnahmen sind vertretbar, wenn jemand schon lange in einem Betrieb ist und dabei sehr unterschiedliche Funktionen ausgeübt hat.
- **Schlussformel:** Dazu gehört ein Dank für die geleistete Arbeit, Wünsche für die Zukunft und bei guten Mitarbeitern ein Ausdruck des Bedauerns über ihren Weggang.
- **Unterschrift:** Das Datum und vor allem die Unterschrift sind unerlässlich. Ohne letztere ist das Zeugnis gar nicht gültig.

Nochmals zurück zu den versteckten Botschaften: Die Auflistung aller Punkte, die in ein Zeugnis gehören, zeigt, wie komplex das Arbeitszeugnis ist und wie schwierig es ist, dieses korrekt auszustellen und wie schwierig für einen allfälligen neuen Chef, es richtig zu interpretieren. Der «Beobachter» findet es zwar unnötig zu schreiben, ein Zeugnis sei uncodiert. Aber in Anbetracht der vielen Unsicherheiten ist mit einem solchen Hinweis sicher allen Beteiligten gedient. Mario Gsell

## ZITAT DER WOCHE

«Die heutigen Menschen glauben, dass man die Arbeit so einrichten müsse, dass sie möglichst viel Ertrag abwerfe. Das ist ein falscher Glaube. Man muss die Arbeit so einrichten, dass sie die Menschen beglückt»

Paul Ernst, deutscher Theologe

## ARBEITSSICHERHEIT

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

## ALLGEMEINER BETRIEB

Was für einzelne Betriebsbereiche zum Teil ausgeprägt gilt, trifft für den Betrieb ganz allgemein zu. Überall dort, wo Beleuchtungen, Beläge, elektrische Installationen, Schutzvorrichtungen von Maschinen usw. defekt sind, ist die Arbeitssicherheit herabgesetzt – zum Teil selbstverständlich auch die Sicherheit der Gäste. Darum gilt es, hier generell sehr aufmerksam zu sein und beim Entdecken von Mängeln sofort für Abhilfe zu sorgen.

## Beleuchtung

## Gefährdung:

Sturz- und Verletzungsgefahr, wenn Beleuchtung ungenügend oder unzureichend ist

## Mögliche Massnahmen:

- Generell für genügend Beleuchtung sorgen
- Auf richtige Platzierung der Beleuchtung achten (Schattenwurf kann Stolpergefahr schaffen)
- Richtlinien der Lichttechnischen Gesellschaft berücksichtigen

## Böden

## Gefährdung:

Verletzungsgefahr durch Stürze

## Mögliche Massnahmen:

- Rutschhemmende Beläge anbringen, z. B. gerillte oder genoppte Plättchen
- Böden sauber halten
- Stolperstellen beseitigen, z. B. Übergänge von einer Bodenart zur anderen durch langen Anzug mit kleiner Neigung überwinden
- Unvermeidliche Stufen deutlich markieren
- Personal über geeignetes Schuhwerk informieren
- Eingelassene Bodenreste im Nassbereich mit genügender Traglast und rutschhemmender Oberfläche, z. B. gehauen

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)

Hotel Restaurant  
Rössli Hurden

www.hotel-restaurant-roessli.ch

### Betriebsleiter(in)

Das Hotel Rössli in Hurden liegt am Zürichsee mit traditionellem Restaurant und Seepavillon direkt am See in der steuergünstigen Gemeinde Freienbach. Es ist seit 1829 in Familienbesitz und pflegt seit Generationen traditionelle Gastfreundschaft.

Unsere stetig wachsende Entwicklung im Management von Gastronomiebetrieben erfordert für das Rössli einen Betriebsleiter, der den Erfolg des vielseitigen Betriebes auch in Zukunft sicherstellt.

Wir suchen per 1. Januar 2013 oder nach Vereinbarung eine berufserfahrene, engagierte und integre Persönlichkeit mit grosser Berufs- und Sozialkompetenz. Diese selbständige Position ist verantwortlich für die Durchsetzung der strategischen Ziele der Besitzerfamilie und rapportiert direkt an das Rech Management AG Hurden (Herrn Heinz Kramer).

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, bitten wir Sie um Bewerbungsunterlagen mit Foto an:  
RECH Management AG  
H. Kramer, Hurdenstrasse 137, CH-8640 Hurden  
Tel. +41 78 603 82 06, Fax +41 55 416 21 90  
www.rech-management.com  
E-Mail: info@rech-management.com

23336-9274

### Small Business – Smart Business – Greater Zurich Area

Die spannende Leitungsfunktion des modernen, kleinen Hotels der **Business Class** in der Metropolregion Zürich mit Restaurant und erstklassigen Meeting-Facilities beinhaltet alle operativen Aufgaben eines Hotel Managers. Hauptaugenmerk liegt dabei auf starker Präsenz des Hauses im Markt mit dem Ziel die Auslastung weiter zu steigern. Das bedingt erprobtes Marketing-Know-how, Praxis aus dem Bereich Sales, und hohe Affinität zu Themen wie New Media, Finance und Versiertheit mit allen Aspekten der Departments Rooms, Reservation und Front Office.

Die harmonische Verbindung aus **Starke Marke** und lokale Marktführerschaft der angeschlossenen Gesellschaft, exzellenter Angebotsmix, 1A-Dienstleistungen, beeindruckende Infrastruktur und gelungene Kombination aus Relax- & Geschäfts-Ambientes bildet ein Alleinstellungsmerkmal. Gute Ausgangslage für Hotelprofis, die sich nahe beim Gast sehen, Guest Relation hoch einstufen, durch Ausstrahlung überzeugen und dank geschickter Führung Ihrer Teams (gut 30 Mitarbeitende) die Erreichung der wirtschaftlich ambitionierten Ziele sichern.

### Direktor/in eines kleineren 4\*\*\* Business Hotels mit angedachter Leitung eines weiteren Betriebes auf Mitte 2014

Sie kommunizieren geschickt auf allen Ebenen, sind vertraut mit den relevanten Vertriebskanälen, Online-Buchungsplattformen, Web 2.0 und haben wertvolle Praxis in der Vermarktung der Stadt-Hotellerie gesammelt. Idealprofil: Kfm. Grundausbildung, Abschluss einer etablierten Hotelfachschule und erfolgreiche Tätigkeit in der CH-Hotellerie in höheren Kaderfunktionen. **Hotel-Kompetenz** ist Ihr Markenzeichen. Von Vorteil sind Vertrautheit mit dem Wirtschaftsraum Zürich und allfällige Erfahrungen mit Pre-Openings & Opening Procedures.

Sind Sie ca. 30-40 Jahre alt, offen, ambitioniert, wollen das kleine Hotel gross rausbringen und parallel Ihre Karriereplanung anschauen? Dann bieten wir Ihnen dazu die entsprechende Plattform und die Chance im Rahmen von geplanten Neubauten im Gesamtunternehmen mitzuwachsen sowie später einen zusätzlichen grösseren Betrieb zu führen. Fähige Revenue oder Resident Manager, EAM, DOSM, und Vize-Direktoren auf dem Sprung zur Direktion sind übrigens auch herzlich willkommen. – Eintritt: Januar/Februar/März 2013. – Inspiriert worden? Dann CV/Foto via Mail einsenden oder anrufen. Wir freuen uns auf Sie!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

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

23338-9208

www.aletscharena.ch

## ALETSCHARENA

Wallis · Schweiz

Die Aletsch Arena AG vermarktet das Gebiet rund um Riederalp – Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn. Die Aletsch Arena generiert im Jahr rund 1 Mio Übernachtungen und betreut unzählige Tagesgäste. Die drei Bergbahnen erwirtschaften gesamthaft einen Umsatz von rund CHF 40 Mio. Damit zählt die Aletsch Arena zu den wichtigsten Tourismusdestinationen der Schweiz.

Die Marketingorganisation Aletsch Arena wurde Ende 2008 unter dem Lead der Aletsch Bergbahnen gegründet und beinhaltet die folgenden Partner: Luftseilbahnen Fiesch Eggishorn AG, Bettmeralp Bahnen AG, Aletsch Riederalp Bahnen AG, Eggishorn Tourismus, Bettmeralp Tourismus und Riederalp-Mörel Tourismus. Die Aletsch Arena wurde im Sinne einer Professionalisierung und Verschlankung der Strukturen im August 2012 in eine AG übergeführt. Ziel und Zweck dieses Marketingkonstrukts ist es, die Marketingaktivitäten der vorgenannten Partner zu koordinieren und zu bündeln, so dass im Aletsch-Gebiet eine optimale Verwendung der Marketingmittel und ein einheitlicher Auftritt realisiert werden kann.

Um die erfolgreiche Aufbauarbeit in der Aletsch Arena weiter zu professionalisieren suchen wir auf die kommende Wintersaison oder nach Übereinkunft einen/eine

### Destinationsmanager/in – Direktor/in ALETSCH ARENA AG

**Ihre Aufgabe:** Sie rapportieren als Direktor direkt an den Verwaltungsrat und sind dabei eng in die strategische Entscheidungsfindung eingebunden. Sie sichern den stabilen Ausbau der Aletsch Arena im bestehenden, hart umkämpften Tourismusmarkt und verantworten die gesamte erfolgreiche Marktbearbeitung. Die Entwicklung sowie Umsetzung der Strategie, die Realisierung der Ziele, der konsequente Ausbau der Marktposition Aletsch Arena in enger Zusammenarbeit mit den Bergbahnen und den Tourismusorganisationen bilden den Kern Ihrer Herausforderungen. Sie engagieren sich täglich für die Marke Aletsch Arena mit dem hohen Anspruch eine aussergewöhnliche Region erlebbar zu machen.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine loyale, überzeugende und kommunikative Persönlichkeit mit sehr guten Macher- und Verkaufsfähigkeiten. Sie sind eine Person mit ausgeprägter Markt- und Kundenorientierung. Ihre hohe Sozial- und Kommunikationskompetenz vermag intern zu einem umfassenden Dienstleistungsgedanken zu motivieren. Sie verfügen über Durchsetzungskraft und sind ein gewiefter Verhandler und vertraut im Umgang mit unterschiedlichsten Anspruchsgruppen. Wir erwarten eine solide betriebswirtschaftliche oder touristische Ausbildung oder einen Praktiker, der sich «on-the-job» die notwendigen Qualifikationen angeeignet hat. Unabdingbar ist ein erfolgreicher Leistungsausweis. Idealerweise stammen Ihre positiven Resultate aus dem Tourismusumfeld. Wichtig sind uns auch Ihr Flair und Ihre Fähigkeit, Beziehungen im Umfeld einer Bergregion (politisches, soziales und ökonomisches Umfeld) auszubauen und zu pflegen. Verhandlungssichere Französisch- und Englischkenntnisse sind ein Muss.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) senden Sie bitte bis spätestens 20. Oktober 2012 an:

Albert Bass, Präsident Aletsch Arena AG, Postfach 432, 3904 Naters  
albert.bass@bassalbert.ch

**RIEDERALP Bettmeralp eggishorn**

23211-9071

## HOLIDAY VILLA

AROSA, SWITZERLAND

sucht für die kommende  
Wintersaison 2012/2013 noch (m/w)

### Gouvernante Servicefachangestellte

- \* ca. 60 Zimmer & Suiten
- \* 5 hauseigene Restaurants
- \* Bar & Lounge
- \* romantischer Feng-Shui-Wellnessbereich

#### Anforderungen:

- \* abgeschlossene Ausbildung oder mehrjährige Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie/Hotellerie
- \* Führungserfahrung (für Kaderpositionen)
- \* ausgezeichnete Fachkenntnisse, saubere Arbeitsweise

Weitere Informationen geben wir Ihnen gerne nach Erhalt Ihrer vollständigen Bewerbung (aktueller lückenloser Lebenslauf mit Foto, Zeugnisse Ihrer bisherigen Arbeitgeber) per E-Mail.

Posthotel Holiday Villa Arosa  
Jakob Fahrni  
Oberseepromenade, CH-7050 Arosa  
Tel.: +41 81 378 50 00  
Fax: +41 81 377 40 43  
mail@posthotel-arosa.ch  
www.posthotel-arosa.ch  
www.posthotelholidayvillaarosa.ch

23326-9066

## schwarz

Wir sind ein vielseitiges Unternehmen in der Lebensmittelbranche. Unser Geschäftsbereich Primeurs en gros bietet Gemüse, Früchte, Fisch, Fleisch sowie Milch- und Convenienceprodukte an.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen selbständigen

### Produktmanager Comestibles

Sie betreuen unsere Kunden, disponieren, kalkulieren und offerieren ihre Hauptprodukte Fisch und Fleisch. Ihr Gebiet umfasst auch die Gestaltung des Sortiments inkl. Lagerbewirtschaftung bis zur Auftragsbearbeitung.

Sehr gute Waren-, Produktverarbeitungs- und Hygienekenntnisse sind Voraussetzung für diese Tätigkeit. Eine kaufmännische Weiterbildung, Grundwissen über Gemüse und Früchte sowie Erfahrung im Ein-, aber v. a. Verkauf runden Ihr Profil ab.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung z. H. Thomas Locher oder per E-Mail an sekretariat@schwarz.ch

Max Schwarz AG | Hauptstrasse 49 | CH-5234 Villigen |  
Fon ++41 56 297 87 87 | Fax ++41 56 297 87 02 |  
www.schwarz.ch

23333-9267



Für unser\*\*\*\* Ferien- und Seminarhotel im Skiresort Toggenburg zwischen Bodensee und St. Gallen suchen wir nicht nur strahlende sondern auch berufserfahrene Fachpersönlichkeiten in Saison- oder Jahresstelle. Jungen, teamorientierten Kadermitarbeitern bieten wir die Chance sich in unserem wunderschönen Ganzjahresbetrieb zu etablieren.

*Anfangs Küchenchef*  
sowie  
*Restaurant-Leiter(in)*

Es erwartet Sie ein florierendes, gut organisiertes Hotel mit diversen Sälen, Wellnessbereich und einer weitherum bekannten Restauration. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung an: Hotel Säntis CH-9657 Unterwasser oder (saentis@beutler-hotels.ch)

23338-9271

## KOHL & PARTNER

HOTEL & TOURISM CONSULTING

### Gesucht für die Region Basel

## Jungunternehmer (m/w)

Im Auftrag suchen wir auf Januar 2013 oder nach Vereinbarung einen innovativen Geschäftsführer (m/w) für ein modernes Restaurant im urbanen Baustil, der es versteht, die vielseitige Gästestruktur mit «Pepp» zu verwöhnen.

Ein vielseitiges Gastronomiekonzept bietet Restaurant, Bar, Lounge und Tagungsräume. Der ideale Treffpunkt für kulinarische Gaumenfreuden und Anlässe für ein trendiges Publikum. Das einzige, was noch fehlt, sind Sie: Der kreative Gastgeber, der mit Leidenschaft die Gäste begeistert.

Sind Sie ca. 25 – 35 Jahre alt, ambitioniert und wollen das Restaurant mit Erfolg führen und Ihre Karriere vorantreiben? Dann senden Sie Ihr CV/Foto via Mail oder rufen Sie uns an.

## Interimsmanagement

Im Auftrag suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine(n) erfahrene(n) Interimsmanager/-in für die Führung eines mittelgrossen Gastronomiebetriebes. Sie scheuen es nicht, von heute auf morgen Verantwortung zu übernehmen und ein innovatives Gastronomiekonzept erfolgreich bis zur Übergabe an einen Nachfolger weiter zu führen. Einsatzdauer ca. 2 ½ Monate (Oktober bis Ende Dezember) Interessiert? Gerne erzählen wir Ihnen persönlich mehr darüber.

### Für weitere Auskünfte:

Kohl & Partner (Schweiz) AG, André Gribi, 044 533 50 40,  
andre.gribi@kohl-int.ch, www.kohl-int.ch

23338-9258



\*\*\*\*Hotel, Seminar und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA mit 230 Betten, Restaurant PUNTO, PULS Bar & Lounge, Original Japan Restaurant Nippon Sun, Restaurant PUR (15GM) und Swiss Casinos Pfäffikon. Für Bankette und Events stehen 9 Räume inklusive der Plaza Event Hall für bis zu 800 Personen zur Verfügung. Das Seminar- und Kongresszentrum bietet 40 Räumlichkeiten mit modernster und weitumfassender Kommunikationsinfrastruktur für Konferenzen, Schulungen, kulturelle Veranstaltungen und Produktpräsentationen von 4 bis 600 Personen.

## Stellvertretende GastgeberIn Restaurant PUR (15GM)

### Die reine Welt der Gastfreundschaft

Als Mitglied der Serviceleitung befähigen Sie Ihre rund 8 Mitarbeitenden zu leidenschaftlichen, weltoffenen Berufsleuten und motivieren sie zu Höchstleistungen.

Sie pflegen einen zuvorkommenden, unkomplizierten Gästekontakt und schaffen damit im trendig - leichten Ambiente das Gefühl von Entspannung und natürlicher Herzlichkeit.

Es ist Ihre Freude, das vielseitige kulinarische Angebot vom gestylten Lunchbuffet bis hin zum exquisiten Menu mit den rund 500 Provenienzen der Weinbibliothek zu harmonisieren, dabei ist es Ihre Herausforderung, täglich die Gäste neu zu verblüffen.

Unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie, der Vision und des Budgets fokussieren Sie die gemeinsam gesetzten Ziele. Sie schätzen die herausfordernde und umsichtige Aufgabe in Ihrem Wirkungskreis und nutzen optimal die Synergien im dynamischen Hotel-Umfeld.

Sie verfügen bereits über Führungserfahrung, gut fundierte und weiter entwickelte Weinkenntnisse und besitzen daher die benötigte Fach- und Sozialkompetenz. Sie erbringen den Nachweis einer soliden Gastgeber-Ausbildung und der erworbenen Praxis in der gehobenen Gastronomie. Sie sprechen Schweizerdeutsch und kommunizieren stilvoller auch in der englischen Sprache (Französisch und Italienisch von Vorteil).

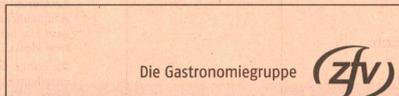
Idealalter 28-35 Jahre. Eintritt sofort oder nach Vereinbarung

Ihre kompletten Unterlagen, inkl. Lebenslauf, allen Zeugniskopien und Foto senden Sie bitte an: SEEDAMM PLAZA, Ursula Keist, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, Tel. 055 417 17 83, ursula.keist@seedamm-plaza.ch



SEEDAMMSTRASSE 3, CH-8808 PFAFFIKON SZ  
TELEFON +41 55 417 17 17, FAX +41 55 417 17 18  
www.seedamm-plaza.ch

22234-6088



Die Gastronomiegruppe (zfv)

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 unser

### Ristorante Vivendi

Europastrasse 2 in Glattbrugg

suchen wir per 1. Dezember 2012 eine/n

### Betriebsassistent/in

**Ihre Aufgaben:** In dieser interessanten und verantwortungsvollen Funktion sind Sie für die Bedienung sowie Betreuung unserer Gäste verantwortlich und unterstützen die Betriebsleitung bei der personellen Führung und Organisation des Restaurationsbetriebes. Dies beinhaltet unter anderem die Planung, Offertierung und Durchführung von Spezialanlässen. Zudem sind Sie für das gesamte Einkaufs-, Bestell- und Inventarwesen verantwortlich und erstellen den Monatsabschluss. Zu Ihren weiteren Hauptaufgaben gehören in Zusammenarbeit mit der Betriebsleitung auch die Führung, Schulung und Qualifikation der Mitarbeitenden sowie die Überwachung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien. Sie arbeiten von Montag bis Freitag zwischen 08.00 und 21.30 Uhr in verschiedenen Schichten und sind bei Spezialanlässen an Wochenenden flexibel und einsatzbereit.

**Ihr Profil:** Wir suchen für diese Stelle eine zuverlässige, zielstrebige und vertrauenswürdige Gastgeberpersönlichkeit, die über eine abgeschlossene Berufsausbildung in der Gastronomie und Berufserfahrung in einer ähnlichen Funktion verfügt. Sie kennen sich mit den gängigen EDV-Systemen aus, setzen sich selbst anspruchsvolle Ziele und entwickeln neue Ideen. Zudem sind Sie bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte stetig zu verbessern. Sie vermitteln eine wohlwollende Atmosphäre und können mit verschiedenen Bezugspersonen angemessen kommunizieren. Als Führungsperson fordern und ermutigen Sie die Mitarbeitenden in ihren Leistungen.

**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](http://www.zfv.ch).

### ZFV-Unternehmungen

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

22241-9271

**Restaurant zur Schäferstube**

3906 Saas-Fee  
Tel. +41 27 957 25 37

Für unser traditionelles und heimeliges Restaurant mit gehobener Küche suchen wir ab Mitte Dezember 2012

**Kellner/in**  
sowie  
**Commis de Cuisine**

Rest. zur Schäferstube  
Sepp Manser  
Obere Gasse 32  
CH-3906 Saas-Fee  
Telefon: 027 957 25 37  
E-Mail: [info@zur-schaeferstube.ch](mailto:info@zur-schaeferstube.ch)  
[www.zur-schaeferstube.ch](http://www.zur-schaeferstube.ch)

22271-9272

**Karriereplanung – einfach gemacht**  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

**HOTEL POSTHUIS**  
www.posthuis.ch  
Tel. 041 669 12 42  
Fax: 041 669 12 76  
E-Mail: [posthuis@gnx.ch](mailto:posthuis@gnx.ch)  
CH-8068 Melchsee-Fruyt

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für Winteraison: 15. Dezember 2012 bis 7. April 2013

**2 Serviceangestellte m/w (CH)**  
**2 Saaltöchter (CH)**  
**1 Buffetangestellter/Allrounder (CH)**

Wir bieten: guten Verdienst, geregelte Arbeitszeit, Möblierte Doppel- oder Einzelzimmer können von uns gemietet werden.

Wir bieten: sind teamfähig, flexibel, motiviert und aktiver Wintersportler? Dann bewerben Sie sich.

Familie Rohrer-Eimiger  
Hotel Posthuis GmbH  
6068 Melchsee-Fruyt  
041 669 12 42

22257-8286

## 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](http://www.hotelleriesuisse.ch)

**Hotel & Gastro Union**  
Adligenswilerstrasse 22  
6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

**VERLAGE**  
**htr hotel revue**  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**Hotellerie\* Gastronomie Verlag**  
Adligenswilerstrasse 27  
6006 Luzern  
[www.hotellerie-et-gastronomie.ch](http://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](mailto:redaktion@stellenprofil.ch)  
[redaktion@immoprofil.ch](mailto:redaktion@immoprofil.ch)

**ADMINISTRATION**  
Angela Di Renzo Costa  
Tel. 031 370 42 42  
[angela.direnzo@htr.ch](mailto:angela.direnzo@htr.ch)

Nicole Kälin  
Tel. 041 418 24 48  
[nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch](mailto:nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch)

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung

via Hotellerie\* Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

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

Fax 031 370 42 23  
[inserate@stellenprofil.ch](mailto:inserate@stellenprofil.ch)  
[inserate@immoprofil.ch](mailto:inserate@immoprofil.ch)

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

Die Stellenanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 eine Woche auf [www.hoteljob.ch](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 automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf [www.htr.ch](http://www.htr.ch) / [www.immoanlagen.ch](http://www.immoanlagen.ch) publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter [www.stellenprofil.ch](http://www.stellenprofil.ch) resp. [www.immoanlagen.ch](http://www.immoanlagen.ch) abrufbar

**ANZEIGENSCHLUSS**  
Montag, 12.00 Uhr

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

**PRODUKTION**  
Inserate: htr hotel revue,  
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:  
Hotellerie\* Gastronomie Verlag,  
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,  
8952 Schlieren

**KORREKTORAT REDAKTION**  
Ringier Print Adligenswil AG, 6043  
Adligenswil/LU

**LITHOGRAPHIE**  
Christian Albrecht, Serum Network,  
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

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

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

# Eintracht

RESTAURANT+CATERING  
KESTENHOLZ

Zur Verstärkung unseres Teams  
suchen wir:

## Koch (Chef de Partie)

Eintritt 1. November oder nach Vereinbarung

## Sous-Chef

Eintritt nach Vereinbarung

Passion und Kreativität sind für Sie keine Fremdwörter. Sie können Verantwortung übernehmen und haben die nötige Erfahrung in der gepflegten Gastronomie.

Wir sind ein lebhafter Betrieb, der im 2010 komplett umgebaut wurde. Wir bieten interessante, moderne Arbeitsbedingungen.

Gerne erwarte ich Ihre schriftliche Bewerbung:  
Marco Meier Eintracht Restaurant + Catering  
Neue Strasse 6 4703 Kestenholz  
www.eintrachtkestenholz.ch

23294-9263

## Waldhüs Bodmen

Für unser heimeliges Restaurant, mit der gutbürgerlichen und feinen Küche, das sich am romantischen Waldweg zwischen Saas-Fee und Saas-Almagell befindet, suchen wir ab Mitte Dezember 2012 eine/n gelernte/n

## Koch/Köchin

Wenn Sie interessiert sind, in einem kleinen und motivierten Team zu arbeiten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Waldhüs Bodmen  
Sepp Manser  
Panoramastrasse 42  
CH-3906 Saas-Fee  
Telefon: 027 957 20 75  
E-Mail: info@waldhues-bodmen.ch  
www.waldhues-bodmen.ch

23278-9273

## DAVOS® KLOSTERS

**Davos Klosters hat das komplette Ferien- und Kongressangebot in den Alpen.**

Wollen Sie sich für die Destination einsetzen und als

## LeiterIn Medien/PR

etwas bewegen? Sie kommunizieren nach aussen und innen, bereiten Informationen auf, betreuen Medienvertreter, organisieren Studienreisen, pflegen das Netzwerk und die Datenbank, repräsentieren Davos Klosters gegen aussen und vieles mehr.

Was Sie erwartet

- attraktives Arbeitsumfeld und moderner Arbeitsplatz
- offene Unternehmungskultur
- interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem internationalen Umfeld

Was Sie mitbringen sollten

- Abschluss in Kommunikation, als PR-Fachfrau/-mann oder ähnliche Ausbildung
- gutes Beziehungsnetz in der Welt der Medien (traditionell und neu)
- praktische Erfahrungen in der Kommunikation
- Eigenmotivation und Organisationsstalent
- konzeptionelles Denken
- Teamplayer
- beherrschen der MS-Office-Tools
- sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse

Wenn Sie sich von diesem interessanten beruflichen Umfeld angesprochen fühlen, mailen Sie bitte vorzugsweise Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto bis **20. Oktober 2012** an personal@davos.ch oder alternativ als Bewerbungsmappe an:

Destination Davos Klosters, Leiterin Personal, Priska Wolf  
Talstrasse 41, 7270 Davos Platz, Tel. 081 415 21 44  
Link: www.davos.ch; www.klosters.ch

23202-9251



Die **Jungfrau**bahnen vermarkten weltweit verschiedene Ausflugsziele. Dazu gehören Jungfraujoch-Top of Europe, Kleine Scheidegg, Grindelwald-First, Schynige Platte und Harder Kulm sowie der Wintersport der Jungfrau Region.

Für den Bereich Marketing suchen wir eine/n



## CONTENT- & ONLINE MARKETING SPEZIALIST (w/m) ARBEITSORT INTERLAKEN

Ihre Aufgaben:

Sie sind hauptverantwortlich für die touristische Content-Pflege unserer Webseite sowie die Betreuung eines professionellen E-Marketings. Zudem sind Sie mitverantwortlich für die Weiterentwicklung unserer Verkaufsplattform auf www.jungfrau.ch. Weitere Aufgaben sind:

- Recherche und redaktionelle Aufbereitung des Contents für unsere Verkaufsplattform www.jungfrau.ch
- Stetige Suchmaschinenoptimierung (Google AdWords etc.)
- Marktanalysen erarbeiten und Wettbewerbsbeobachtungen tätigen
- Koordination, Umsetzung, Sicherstellung und Kontrolle der Online-Marketingmassnahmen
- Zusammenarbeit mit verschiedenen internen Anspruchsgruppen
- Durchführung von bereichsübergreifenden Online-Projekten
- Steuerung der branchenspezifischen B2B-Plattformen (Banner, Deeplinks, Landingpages)
- Konzeptionelle und operative Betreuung von Social Media-Projekten und -Kanälen
- Ausbau und Weiterentwicklung von Social Media inkl. Analyse und Monitoring/Reportings
- Aktiver Support des Leiter Marketing in Web-Fragen

Ihr Profil:

- Kaufmännische Grundausbildung sowie eine Weiterbildung im Online-Marketing
- Berufserfahrung im Online-Marketing und mit CMS-Systemen (Content Management System)
- Technische Grundausbildung WEB-Publisher sowie Kenntnisse in Typo 3
- Hohe Internetaffinität und Spezialkenntnisse in Google AdWords und Social Media
- Know-How im Bereich Photoshop (Gestaltung)
- Gute Sprachkenntnisse Englisch und Deutsch (Wort und Schrift)
- Unternehmerisches Denken
- Gute konzeptionelle, analytische und kommunikative Fähigkeiten
- Hohes Mass an Flexibilität, Selbständigkeit, Qualitätsbewusstsein, Teamplayer

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem internationalen Umfeld sowie leistungsgerechte Entlohnung und attraktive Anstellungsbedingungen.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Stefan Pfister, Leiter Marketing, Telefon 033 828 72 40, gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte bis 22. Oktober 2012 an folgende Adresse senden: JungfrauBahnen, Tanja Leuenberger, Harderstrasse 14, 3800 Interlaken



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

23291-9256



BE! Tourismus AG

BE zeigt Flagge! Das Basismarketing für die Berner Tourismus-Destinationen wird zentral koordiniert und umgesetzt: mit der neuen BE! Tourismus AG. Im Auftrag ihrer Aktionäre (Berner Tourismus-Destinationen und Kanton Bern) nutzt sie Synergien und bündelt Ressourcen. Sie setzt auf bewährte Partnerschaften (u.a. mit Schweiz Tourismus), geht aber auch neue Wege.

Für diese Dienstleistungs-Organisation suchen wir per 1. März 2013

## eine Geschäftsführerin/einen Geschäftsführer (80 – 100%)

Sie sind zuständig für die Aufbau- und Ablauforganisation und setzen die Marketing-Massnahmen effizient und qualitativ hochwertig um. Dabei koordinieren Sie mit Überzeugungskraft verschiedene Ansprüche und positionieren die Destinationen gewinnbringend – zusammen mit einem Team von drei Mitarbeitenden.

Als ausgewiesene Führungsperson verfügen Sie über einen fundierten betriebswirtschaftlichen Background und solide Branchen- und Marketing-Kenntnisse. Sie sind sattelfest in Deutsch, Französisch und Englisch und sind zwischen 35 und 55 Jahre alt. Zudem überzeugen Sie mit Verhandlungsgeschick und bringen Ihr bereits vorhandenes Netzwerk im Tourismus zu Gunsten Ihrer neuen Arbeitgeberin ein.

Die neue Herausforderung reizt Sie? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Oliver Achermann, Achermann Management, Höhenweg 1, 5102 Ruppertswil, oder [oa@achermann-management.ch](mailto:oa@achermann-management.ch). Als aktueller Geschäftsführer a.i. steht er Ihnen auch gerne bei Fragen zur Verfügung: Tel. +41 62 897 42 00.

23336-9275

## Restaurant Schloss Wülflingen

Wir suchen Sie als

**Büro- und Servicemitarbeiter/in**

Für folgende Aufgaben sind Sie verantwortlich:

- Verarbeiten der Tagesabrechnungen, Stockkontrolle und Bargeldeinzahlung.
- Diverse Büroarbeiten für den Geschäftsführer erledigen.
- Telefonische Reservationen entgegennehmen und Bankettanfragen bearbeiten.
- Führen sämtlicher Korrespondenz für das Restaurant, Bankette und Debitoren.
- Tägliche Mithilfe im Mittagsservice.

Was wir von Ihnen erwarten:

- Freude am Gastgewerbe und am Umgang mit Menschen.
- Eine abgeschlossene Ausbildung in der Gastronomie.
- Sehr gute Schweizerdeutsch-Kenntnisse und gute Englischkenntnisse mündlich.
- Sicheres Schreiben von Briefen.
- Überzeugendes Auftreten am Telefon und bei Gästen im Restaurant.
- Flair für Zahlen.
- Gute Kenntnisse in Word und Excel.

Was wir Ihnen bieten:

- Mitarbeit in einem innovativen, jungen Team.
- Ein sehr schönes, historisches Arbeitsumfeld.
- Eine fairen Salär.
- Arbeitszeiten von Montag bis Freitag ab 09.00 Uhr morgens bis 17.30 Uhr.
- Möglichkeiten für Weiterbildungen.

Stellenantritt per sofort oder ab 1. Januar 2013 möglich.

Sind Sie Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre handschriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Adresse:

**Schloss Wülflingen AG, Herr Georges Gisler  
Wülflingerstrasse 214, 8408 Winterthur**Mehr über unser aussergewöhnliches Restaurant am Stadtrand von Winterthur erfahren Sie auf unserer Homepage [www.schloss-wuelflingen.ch](http://www.schloss-wuelflingen.ch)

22019-9202



Für unser\*\*\*\* Ferien- und Seminarhotel im Skiresort Toggenburg zwischen Bodensee und St. Gallen suchen wir nicht nur strahlende sondern auch beruflerfähre Fachpersönlichkeiten in Saison- oder Jahresstelle. Jungen, teamorientierten Kadermitarbeitern bieten wir die Chance sich in unserem wunderschönen Ganzjahresbetrieb zu entfalten.

**Réceptions - Sekretär(in)**  
sowie  
**Anfangs-Gouvernante**

Es erwartet Sie ein florierendes und gut organisiertes Hotel mit diversen Sälen, Wellnessbereich und einer weitherum bekannten Restauration. Gerne erwarten wir ihre Bewerbung an: Hotel Sântis CH-9657 Unterwasser oder [saentis@beutler-hotels.ch](mailto:saentis@beutler-hotels.ch)

22026-9208



Das 5-Sterne-Superior-Haus **Grand Hotel Kronenhof** in Pontresina gehört zu den architektonisch bedeutendsten Alpenhotels des 19. Jahrhunderts. In unseren 112 luxuriösen Suiten und Zimmern, dem imposanten Spa sowie in den Gourmet-Restaurants werden unsere Gäste auf höchstem Niveau verwöhnt.

Für die kommende Wintersaison 2012/2013 sind noch folgende Positionen frei:

- 1. Concierge
- Night-Auditor
- Supervisor Front Office
- Reservierungsmitarbeiter
- Logentourant/Chasseur
- Barmitarbeiter
- Chef & Commis de rang
- Demi-chef & Commis de cuisine
- Frühstückskoch
- Physiotherapeut/med. Masseur

Weitere Informationen zu diesen Stellen finden Sie auf unserer Homepage [www.kronenhof.com](http://www.kronenhof.com). Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an: [bewerbung@kronenhof.com](mailto:bewerbung@kronenhof.com).

22025-9204

## STELLENVERMITTLUNGEN



Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

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

20995-9070

Hier könnte auch Ihr Stelleninserat stehen

[www.htr.ch/jobdispo](http://www.htr.ch/jobdispo)

Für nur 150 Franken erreichen Sie über 40 000 bestens ausgebildete Fachleute aus Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus



SORELL HOTEL  
KRONE

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 unser

**Sorell Hotel Krone**  
Marktgasse 49, 8401 Winterthur  
suchen wir per Mitte Oktober 2012 eine/in

**Service-Mitarbeiter/in**

**Ihre Aufgabe:** Sie sind in unserem Bistro La Couronne sowie im Gourmetrestaurant Pearl für die Beratung und Betreuung unserer Gäste, das selbständige Führen einer Service-Station mit Direktkassa, die Mitarbeit im Bankettservice sowie das Abrechnen der Tageseinnahmen zuständig. Zudem erstellen Sie die Mise en Place für einen reibungslosen Service und sind für die Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien mitverantwortlich.

**Ihr Profil:** Sie sind eine aufgestellte, flexible und gepflegte Persönlichkeit, welche über eine abgeschlossene Serviceausbildung mit Banketterfahrung verfügt und von Herzen Gastgeberin ist. Zudem arbeiten Sie gerne im Team und kommunizieren angemessen mit den verschiedenen Bezugspersonen. Veränderungswünschen begegnen Sie mit Offenheit sowie Kreativität und vertreten die Interessen der Unternehmung. Sie zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und verlieren im Alltag die übergeordneten Ziele nicht aus den Augen. Unter Arbeits- und Zeitdruck bleiben Sie ruhig sowie effizient. Die Einsätze sind auf 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag aufgeteilt, jeweils zwischen 6.00 und 24.00 Uhr in verschiedenen Schichten - teilweise auch mit Zimmerstunde.

**Wir bieten:** Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld in einem einzigartigem Hotel mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Arbeitsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen direkt an Monika Frei, Personalassistentin.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch) oder [www.sorellhotels.com](http://www.sorellhotels.com).

**Sorell Hotels Switzerland**  
ZFV-Unternehmungen  
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

22005-9256

## SUISSE ROMANDE



**HOTEL CAREER** **HORESTO Jobs**

[www.hotelcareer.fr](http://www.hotelcareer.fr) [www.horesto.ch](http://www.horesto.ch)

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

Tél.: 044 721 41 31 [contact@hotel-career.ch](mailto:contact@hotel-career.ch)

18974-8053

# Gesucht: Eierbecher

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



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

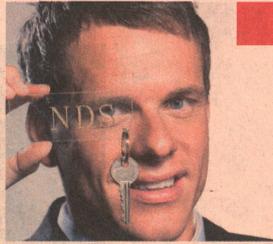
**Das Intensivseminar** **GASTROSUISSE**

**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.gastrosuisse.ch

21010-8688



**Durchblick**

**Nachdiplomstudium  
HF Hotelmanagement**

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

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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**htr hotelrevue**

**HOTELLERIE\*  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

**AUFLAGE  
40.000**

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

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

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

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



KEYSTONE

## GROUPON, DEINDEAL & CO ...

Wieso schaufelt sich der Hotelier im Internet immer sein eigenes Grab? Zuerst erzielt er via externe Buchungsplattformen ohne Preisparität seine Gäste zu Billigbuchern und zu Kurzfristbuchern mit Last-Minute-Angeboten und zahlt darauf erst noch happige Kommissionen. Heute versucht er es mit groupon, deindeal, dailydeal, daydeal, citydeal usw. mit nicht kostendeckenden Schnäppchen, indem er die Internetschnäppchenjäger anlockt, die ja bekanntlich selten zu Stammgästen werden, weil sie immer nur dem Schnäppchensport frönen und dann zum Dank noch eine Negativkritik im facebook, trivago, holidaycheck oder anderswo hinterlassen. Nicht alles, was im Internet möglich ist, bekommt den Gästen und dem Hotel. All diese Aktionen dienen nur denjenigen, die diese Internetportale aufbauen, selten jedoch den Käufern und schon gar nicht dem Hotel.

Es lohnt, sich Gedanken zu machen über die Nachhaltigkeit der Werbung mit Lockvogel- und Schnäppchenangeboten, über die Kosten solcher unnützen Aktionen sowie über das Image, den Nachgeschmack und die Nachfolgeschäden bei anderen Gästen

und besonders bei Stammgästen. Es gilt also abzuwägen, was man mit der Aktion bezwecken will. Als Marketingkanal verstanden heisst das: Ich investiere statt in ein Inserat in diese Coupon-Aktion (zeitlich limitiert und ohne unter meine Selbstkosten zu fallen).

### Gründe für Aktionen

Triftigere Gründe können bestehen, wenn beispielsweise Lagerplatz geräumt werden muss (Weinhandel, Sommer-/Winterkollektion), oder wenn man weiss, die «saisonale Auslastung» ist sehr gering (ein leeres Zimmer im Hotel, ein leerer Platz im Restaurant oder Beauty Salon kostet auch etwas). Diesen drei Ausnahmen ist in der Regel eines gemein: Sie dürfen nicht zu Verlusten beim Anbieter führen! Und sie sind mit einer auch für den Gast verständlichen Begründung hinterlegt. Der Gast/Kunde erkennt, warum der Hotelier/Gastronom/Händler etc. das Angebot in dieser Form macht, und es ist ihm völlig klar, warum die Rabattgewährung und das Timing zeitlich begrenzt sind und darum ein «Schnäppchen» gewährt wird.

### Was müssen Sie jedoch beachten, wenn Sie sich trotz aller Warnungen die Finger verbrennen wollen:

1. Coupon-Verkäufe über das Internet sind grundsätzlich etwas für Mainstream-Produkte und Dienstleistungen.
2. Die Gäste-/Kundendaten bleiben bei der Plattform. Sie müssen oder sollten also den Gast/Kunden noch selbst erfassen und möglichst ein Follow-up-Angebot nachreichen.
3. Der Preisnachlass sollte die Selbstkosten nicht unterschreiten (betriebswirtschaftliche Analyse).
4. Anfang Jahr den Marketingmix planen und dann bewusst z. B. eine Frühjahrs-, Sommer-, Herbst- oder Winteraktion starten.
5. Coupons können die Reichweite enorm erhöhen und sind in dem Sinne vielleicht eine Alternative.
6. Limitiert Coupons herausgeben und nie die Selbstkosten unterwandern.
7. Vorsicht beim Kleingedruckten der groupon, deindeal und Co.



Walter Berger  
Geschäftsführer  
www.rebag.ch

### Zu verpachten: Restaurant Jeannette in der Altstadt von

Im Auftrag unseres Kunden verpachten wir in der Altstadt von Aarau an der Vordere Vorstadt Nummer 17, an zentraler Lage, das Restaurant Jeannette inklusive Bar/Degustationsraum. Es besitzt im EG 40, im OG 60, im UG Bar 40 Sitzplätze. Eine kompl. Infrastruktur ist vorhanden. Kleininventar soll vom Pächter mitgebracht werden. Parkmöglichkeiten in der Nähe vorhanden. Verpachtungsbeginn ab sofort, oder nach Vereinbarung. Miete fix oder umsatzabhängig.

Solvente Interessenten melden sich bei Herrn HP. Ruepp (079 209 65 19)

Ruepp & Partner AG  
Birkenstrasse 47  
6343 Rotkreuz  
041 798 05 30  
www.ruepp.ch



2339-9277

### AUSFLUGSRESTAURANT HULFTEGG

mit atemberaubender Panoramansicht im schweizerischen Kantone-Dreieck Zürich, St.Gallen und Thurgau

- Baujahr 1867, Grundstücksfläche 5735 m<sup>2</sup>, Wohnfläche ca. 840 m<sup>2</sup>.
- Rund 250 Sitzplätze Innen (Café, Restaurant, Panoramasaal, alles rollstuhlgängig) sowie rund 120 Sitzplätze auf der Sonnenterrasse.
- Genügend Parkplätze für Autos, Reisebusse oder Motorräder
- Kinderspielplatz
- 2 (Ferien-)Wohnungen und 7/8 Gästezimmer (insgesamt ca. 30 Betten)
- Scheune
- Rentables Unternehmen
- Preis auf Anfrage

Möchten Sie mehr über dieses aussergewöhnliche Liehaberobjekt erfahren?



Sie erreichen uns unter Telefon +41 (0)55 533 04 50 oder unter email Ursula.Bolliger@engelvoelkers.com.

ENGEL & VÖLKERS • Zürcher Oberland  
Happy Residence AG •  
Rapperswilerstrasse 7 • 8630 Rüti ZH

2337-9276

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

htr hotel revue