

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 51-52

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: 29.06.2025

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



Frohe Festtage

Die nächste Ausgabe der htr erscheint am 10. Januar 2013. Wir wünschen Ihnen schöne Weihnachten und einen guten Start ins neue Jahr.

Meteo

Bündner Touristiker lancieren zusammen mit SRF Meteo ein eigenes regionalisiertes Wetterportal.

Dieses zielt auf kurzentschlossene Gäste ab.

Seite 2

Hotellerie

Die Hotelkette Hilton will Business-Gäste in die Restaurants zurückholen, mit Self-Lokalen statt mit Full-Service.

Seite 16

Neuer Job

«In zwei oder drei Jahren weiter ziehen zu wollen, wäre sicher der falsche Ansatz.»

Seite 5



Frank Bumann, ab 2013 Direktor von St. Gallen-Bodensee-Tourismus.

Genf

Von Gastrosuisse zu hotellerieuisse

Per 1. Januar 2013 tritt die Berufsorganisation der Genfer Restaurateure und Hoteliers (GPRH) hotellerieuisse bei. Im vergangenen März war die GPRH aus der Vereinigung der Cafetiers und Restaurateure Genfs ausgetreten. Diese wiederum ist Mitglied von Gastrosuisse.

Seite 2 und 20

Ferienverein

Streit im VR schwelt weiter

Der plötzliche Abgang von Peter Vollmer als Verwaltungsratspräsident des Ferienvereins sorgt immer noch für Gesprächsstoff in der Branche. Der htr hotel revue liegt unterdessen ein Papier vor, das nachvollziehen lässt, weshalb der Vizepräsident von Schweiz Tourismus nicht mehr im Verwaltungsrat des Ferienvereins mitarbeiten wollte. Er

forderte offenbar eine vertiefte Strategieüberprüfung, eine offenere Unternehmenskommunikation, transparentere Abrechnungen und eine klarere Aufgabenteilung von Verwaltungsrat und Geschäftsführung, drang damit aber nicht durch.

Die verbliebenen Verwaltungsräte sehen die Sachlage naturgemäss anders. So findet

VR-Vizepräsident André Maurer, Vollmer habe die Mechanik des Ferienvereins nicht begriffen. Diese ist sicher speziell: Ge-gründet wurde der Ferienverein in den 1960er-Jahren von Postangestellten. Mit der Umwandlung in eine AG im Rahmen der Sanierung wurden 2006 die Mitglieder zu Aktionären.

Seite 3

Täglich aktuell:
www.htr.ch

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



9 771662 334000 50

ANZEIGE

Wettlauf zum Energiesparmeister

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



Miele PROFESSIONAL

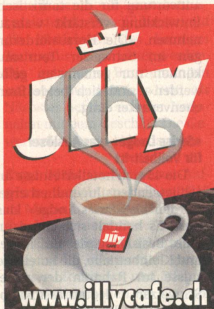
Infos unter: Telefon 056 417 27 51, www.miele-professional.ch

SUPRO

Supro Nahrungsmittel AG

Guter Geschmack

hat immer Saison.

www.supro.chwww.jillycafe.ch

Lagerfähig?

fideHotel

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

www.fidehotel.ch

FRISCHER GEHT'S NICHT!

Cash-Carry
CCA Anghem

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

hotel revue

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

Die Lötschentaler

Fünf Hotels, eine Marke: Im Lötschental wollen Hoteliers auf diese Weise ihre Zukunft sichern.

GUDRUN SCHLENCZEK

In dem Walliser Seitental bewegt sich etwas: Nicht nur, dass sich Lötschental Tourismus dieses Jahr den Nachwuchspreis des «Milestone» holte. Neu treten auch fünf Hotels unter der Marke «Die Lötschentaler» auf. «Einfach mehr Ferien» heisst der dazugehörige Claim. Um das Markenversprechen einzulösen, soll es bei einer reinen Hotelkooperation nicht bleiben. Ziel ist der Aufbau eines

regionalen Tourismusnetzwerks. «Durch die vertikale Zusammenarbeit verschiedener vor- und nachgelagerter Leistungserbringer entlang der Wertschöpfungskette», verdeutlicht Consultant Marcus Frey, CFB Network Zürich, der den Lötschentaler Hoteliers als Consultant zur Seite steht. Diese vertikale Kompetenz-erweiterung soll über eigene Tochtergesellschaften erreicht werden. Dafür wird im kommen-

den Jahr die einfache Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft umformiert. Der erste Coup: Mit einer Betriebs-GmbH wollen «Die Lötschentaler» ab Sommer 2013 den Camping- und Parkplatz mit dem dazugehörigen Kiosk auf der Falseralp führen. Mittelfristig verspricht sich die Kooperation eine Verbesserung der Auslastung um 10 Prozentpunkte.

Seite 4

Blick in die Zukunft

Wird die Cüpli-Ära abgelöst?



«Die Luxus-Destination St. Moritz wird 2033 weniger Champagner-Partys anbieten, dafür Genuss- und Gesundheitskurse», prophe-

zeit der Trend- und Zukunftsforscher Harry Gatterer. Er ist eine jener Persönlichkeiten, welche für die htr hotel revue ihre Zukunfts-

visionen skizzieren. Alle sind sich einig: Die nächsten 10, 20, 30 Jahre bedeuten für die Touristiker eine grosse Herausforderung.

«Die Schweiz muss sich warm anziehen», sagt Tourismusforscher Christian Laesser.

Seite 7 bis 11

Kommentar

Im neuen Jahr noch offensiver, energischer und optimistischer



GERY NIEVERGELT

Wie geht es weiter mit dem Chateau Gütsch? Unsere Titelgeschichte vergangener Woche über das Schicksal des Luzerner Wahrzeichens wurde von den Tageszeitungen aufgenommen. Dasselbe erreichten wir mit exklusiven Berichten zu den Themen Tourismusabgabe, Berner Flughafen oder Sawiris in Andermatt. So ist es uns in diesem Jahr immer wieder gelungen, die für die Branche relevanten Themen einer noch breiteren Leserschaft näher zu bringen. Wir werden unser Bestes tun, damit uns dies auch 2013 gelingt.

Denn wir können es nicht schönreden und sollten es nicht unter den Tisch wischen: Die Tourismusbranche ist im Bewusstsein der gesamten Bevölkerung zu wenig verankert. Unsere Anliegen, aber auch unsere grossen Leistungen und Innovationen werden zu wenig wahrgenommen – gerade auch von nationalen Politikern, Medienschaffenden und Unternehmern, die direkt oder indirekt sehr wohl vom Tourismus profitieren.

Unsere Branche ist von immenser Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Schweiz. Dies müssen wir alle noch stärker nach aussen kommunizieren. Der erfolgreiche Bündner Hoteller Andreas Züllig sagte es im Gespräch mit der htr: «Jeder von uns ist ein Botschafter.»

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, im kommenden Jahr viel Energie, Offensivgeist, Optimismus und damit viel Erfolg.

Ein Streit mit Folgen

Im Verwaltungsrat des Ferienvereins gab es nicht nur Zoff um die strategische Ausrichtung. Mehrere Gründe führten zum abrupten Abgang des Touristikern Peter Vollmer.

THERES LAGLER

Der Ferienverein kommt nicht zur Ruhe: Der htr hotelrevue liegt ein Papier vor, das aufzeigt, weshalb Peter Vollmer im Frühjahr als Verwaltungsrat des Ferienvereins Knall auf Fall demissionierte. Es gab offenbar unterschiedliche Auffassungen in folgenden Punkten, welche Vollmer im Verwaltungsrat mehrfach thematisierte:

- Notwendigkeit einer Strategieüberprüfung für die zukünftige Ausrichtung
- Art und Weise einer offenen Unternehmenskommunikation
- Prozesse und Standards im Zusammenhang mit Umbauten
- Rolle und Funktion des Beirates
- Verständnis eines haushälterischen Umgangs mit den anvertrauten Mitteln

- Respektierung der Aufgabenteilung zwischen dem Verwaltungsrat und der Geschäftsführung.

Peter Vollmer hat auf Anfrage den Inhalt des Briefes bestätigt, den er als Reaktion auf verschiedene Branchennachfragen verfasste. Er widerspricht aber der Aussage des Verwaltungsrats-Vizepräsidenten des Ferienvereins, André Maurer, wonach das Stimmverhältnis bei wichtigen strategischen Fragen stets drei zu zwei gegen ihn gewesen sei (htr 41 vom 11. Oktober 2012). «Wir haben im Verwaltungsrat stets einen Konsens gefunden, auch wenn das Umfeld immer schwieriger wurde», betont Vollmer. Nur bei der Sitzung im letzten Mai, als es um seine Absetzung als Verwaltungsratspräsident ging, habe es einen 3:2-Entscheid gegeben. In der Folge verliess neben Vollmer auch Verwaltungsrat Hans Graf das Unternehmen.

Viele Personalwechsel beim oberen Kader

Gemäss Statuten darf sich der Verwaltungsrat des Ferienvereins selber konstituieren. Etwas seltsam mutet aber an, dass die Röchade im Verwaltungsrat nur kurz nach der ordentlichen Generalversammlung erfolgte, aus der alle Verwaltungsräte diskus-



Hoteldirektor gesucht: Der «Schweizerhof» in Sils braucht ab Frühling eine neue Führung.

ZVG

sionslos wiedergewählt wurden. Auch die hohe Fluktuationsrate beim Ferienverein-Kader fällt auf. So ist seit der finanziellen Sanierung des Ferienvereins, der 2005 kurz vor dem Aus stand, bereits der vierte CEO am Werk. Drei von vier Hoteldirektionspaaren in der Schweiz haben seit 2009 gewechselt oder ihren Abgang angekündigt. Jüngstes Bei-

spiel: Pascal und Sandra Merkli, die den frisch renovierten «Schweizerhof» in Sils im Engadin leiten und im Frühjahr ins Hotel Des Alpes nach Luzern wechseln (htr von letzter Woche). Pascal Merkli versichert zwar glaubhaft, dass es einfach Zeit sei, in urbanere Gegenden zurückzukehren, da die Töchter unterdessen Teenager und die Ausbildungsmöglichkeiten in Luzern um ein Vielfaches besser seien. Das ändert aber nichts daran, dass der Ferienverein erneut auf die Suche nach einem engagierten Direktionspaar gehen muss. Für den Verwaltungsrats-Vizepräsidenten André Maurer hängt die hohe Fluktuation mit der erfolgten Sanierung und der noch andauernden Restrukturierung des Ferienvereins zusammen. «In einer solchen Situation ist der Druck eminent hoch.»

Medienanfragen landen direkt beim VR-Präsidenten

Peter Vollmers direkter Kontrahent, Verwaltungsrats-Präsident Felix Rutschmann, nimmt explizit keine Stellung zu den eingangs erwähnten, strittigen Punkten. Er nimmt sich aus der Schusslinie, auch wenn er sonst nicht wortkarg ist. Klickt man nämlich auf der Homepage des Ferienvereins

die Medienstelle an, wird man direkt an Rutschmann verwiesen. «Wir können uns keine Medienstelle leisten», erläutert Verwaltungsrats-Vizepräsident Maurer. «Deshalb übernimmt unser Präsident die Triage der Anfragen. Strategische Fragen beantwortet er selber, für operative Belange verweist er an den CEO und für bauliche an den Leiter des Bauprojekt-Managements.»

Ferienverein Die Zahlen und Fakten zum Unternehmen

Hotels in der Schweiz: Altien in Arosa, Schweizerhof in Sils, Victoria-Lauberhorn in Wengen, Valaisia in Crans-Montana.

Hotels im Ausland: Club-Hotel Tirreno in Sardinien, Club-Hotel Giverola, Costa Brava.

Anzahl Aktionäre: 9014.
Aktienkapital: 23,3 Mio. Fr.

Anzahl Mitarbeitende: 450.
Logiernächte: 300 000/Jahr.
Betriebsertrag 2011: 40,3 Mio.
Operativer Bruttogewinn (GOP) 2011: 8,6 Mio. Fr.

tl

Kommentar

Heilige Kühe dürfen kein Tabu sein

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser: Diese Redewendung scheint sich der aktuellen Verwaltungsrat des Ferienvereins etwas zu stark zu Herzen zu nehmen. Sämtliche

doch die strategischen Vorgaben seines Verwaltungsrats, hat diese verinnerlicht und kann zudem zum operativen Geschäftsverlauf Auskunft geben. Kommt dazu, dass Journalisten meist nicht nur Informationen zu einem Bereich suchen, sondern ein Gesamtbild erhalten wollen.

Der Verwaltungsrat, der auf drei Mitglieder der Sanierungscrew von 2006 geschrumpft ist, erweckt den Eindruck, dass er unbedingt am eingeschlagenen Kurs festhalten will und neue Ideen abblockt. Das sind ungünstige Vorzeichen, wenn man bedenkt, dass zwei neue Verwaltungsräte aus den

Bereichen Hotellerie und Verwaltung gesucht sind. Was wird bei der Besetzung der Posten gefragt sein? Kopfnicker, oder solche, die sich kreativ und innovativ an der Zukunft des Ferienvereins beteiligen wollen? Dann dürfen aber auch heilige Kühe wie der Name «Ferienverein» nicht mehr tabu sein. Es ist dem Unternehmen zu wünschen, dass die seit fünf Jahren andauernde Restrukturierung endlich abgeschlossen wird, der Verwaltungsrat sich etwas zurücknimmt und den Mitarbeitern das nötige Vertrauen entgegenbringt. Das ist er ihnen und den Gästen schuldig.



THERES LAGLER

Medienanfragen laufen über den Verwaltungsratspräsidenten, damit er zu strategischen Fragen selber Stellung nehmen kann. Was soll das? Jeder CEO kennt

Fleischimport: Ein Schritt zurück

Der Ständerat will beim Fleischimport zum alten Verteilsystem zurückkehren: 40 Prozent der Importkontingente sollen aufgrund der in der Schweiz geschlachteten Tiere zugeteilt werden.

THERES LAGLER

Der Ständerat will die Importkontingente beim Fleisch wieder an eine Inlandquote koppeln. Das hat er letzte Woche im Rahmen der Agrarpolitik 2014 bis 2017 beschlossen. Die kleine Kammer stellt sich damit gegen den Nationalrat, der einen entsprechenden Antrag in der Herbstsession abgelehnt hatte. Landwirtschaftsminister Johann Schneider-Ammann versuchte, den Entscheid noch abzuwenden. Eine Inlandquote würde vor allem den wenigen Grossen auf dem Schlachtkmarkt – fünf Betriebe beherrschten 70 Prozent des Marktes bei den Rindern – eine Monopolrente

bringen. «Das Zurückdrehen des Rades hilft den Konsumenten nicht», so Schneider-Ammann.

Der Bundesrat wies damit auf ein Problem hin, das von Zulieferfirmen bereits vor der Debatte geltend gemacht worden war. So hatte der Fleisch- und Fischlieferant Bianchi AG in einem offenen Brief an den Bundesrat geschrieben, dass eine Wiedereinführung der Inlandquote nur den vier grossen Fleischverarbeitern Migros, Coop, Frico und Felchli (Lucarna) diene. Der Rest der Schweizer KMUs gerate in eine Abhängigkeit, die dem Konsumenten, der der Gastronomie und der Hotellerie

Auch beim Rindfleisch wird der Import erschwert.



Fotolia

grossen Schaden zufüge. Das heutige Versteigerungsmodell sei nach dem Agrarfürhandel die beste wettbewerbsrechtliche Verteilungsart des Importfleisches, so die Bianchi AG.

Auch hotellerieessuisse kämpft weiterhin für eine schrittweise, gegenseitige Marköffnung mit der EU im Agrar- und Lebensmittelbereich. Das Ziel sei, dass die Branche hochwertige Schweizer

Produkte zu weniger verzerrten Preisen einkaufen könne, als dies heute der Fall sei. Ständerat und Nationalrat befassen sich voraussichtlich in der Frühjahrsession wieder mit den beiden Themen.

Session Ein Rückblick in Kürze

Sonderprogramm für alpinen und ländlichen Tourismus: Beide Räte haben im Rahmen der Budgetdebatte einen 12-Millionen-Kredit für ein Sonderprogramm von Schweiz Tourismus (ST) abgelehnt. Das Resultat fiel knapp aus. Von tourismusnahen Politikern war zu hören, dass im Asiengeschäft tätige Bergbahnen dagegen votierten, um vermehrte Inlandkonkurrenz zu vermeiden. Dazu ST-Direktor Jürg Schmid: «Leider musste ich dies auch erfahren. Das ist äusserst ärgerlich. Zudem geschieht der Aufbau neuer Märkte immer über die grossen Brands, und die Breitenbewegung spült dann die Brands noch mehr nach oben.»

Sonntagsverkauf: Der Ständerat will den Sonntagsverkauf liberalisieren. Er soll besser auf die Bedürfnisse des heutigen Tourismus ausgerichtet werden. Die geltenden Bestimmungen stammen aus dem Jahr 1960. Als Nächstes befasst sich der Nationalrat mit dem Geschäft. Die Gewerkschaften sind klar dagegen.

Expo 2015: Der Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2015 in Mailand darf 23,1 Millionen Franken kosten. Der Ständerat hat als Zweitrat den Verpflichtungskredit einstimmig gutgeheissen. Tourismus und öffentlicher Verkehr sollen ins Konzept integriert werden.

Swissness: Das Feilschen um den Schutz der Marke «Schweiz» geht weiter. Der Ständerat hat die Swissness-Vorlage als Zweitrat genehmigt. In wichtigen Punkten sind sich die Räte aber uneins.

Mutterschutz: Müssen arbeitende Mütter pausieren, um ihr Kind zu stillen, soll ihre Entlohnung in einer Verordnung geregelt werden. Dies hat nach dem Nationalrat auch der Ständerat beschlossen. hotellerieessuisse hatte sich im Vorfeld dagegen ausgesprochen, da in einer personalintensiven Branche mit hohem Frauenanteil eine weitere Ausweitung der Lohnzahlungsplicht nicht tragbar sei.

tl

Aus der Region

Graubünden

Flims-Laax will Sommer mit Kunst beleben

Die Feriendestination Flims-Laax-Falera will zu einem international bekannten Kultur- und Kunstzentrum werden und so das Sommergeschäft beleben. Angedacht sind ein Ableger der weltbekannten Guggenheim-Museen auf dem Berg, eine Aussen-Veranstaltung der führenden Kunstmesse Art Basel, ein WEF für Künstler. Eine Machbarkeitsstudie soll die Vision nun mit harten Fakten ergänzen. Bund und Kanton übernehmen ein Drittel der Kosten der 1,5 Mio. Franken teuren Studie.

Gemeinsam neue Märkte erschliessen



Swiss-Image

Die Rhätische Bahn (RhB) und die Bündner Tourismusdestinationen Davos Klosters und Engadin St. Moritz wollen in den kommenden fünf Jahren gemeinsam in die Marktbearbeitung der sogenannten BIC-Staaten Brasilien, Indien und China investieren. Damit soll das Ausbleiben der Gäste aus dem Euro-Raum kompensiert werden. Der Kanton Graubünden unterstützt dieses Vorhaben mit insgesamt 1,5 Millionen Franken.

Berner Oberland

Jungfraubahn investiert 160 Mio. Franken

Die Jungfraubahn-Gruppe will das Skigebiet Kleine Scheidegg-Männlichen und das Jungfraujoch besser erschliessen und so die Wettbewerbsfähigkeit des Skigebiets langfristig sichern. Sie investiert insgesamt rund 160 Millionen Franken in neue Bahnsysteme. Von einer Talstation in Grindelwald Grund sollen zwei Gondelbahnen auf den Männlichen und zum Eigergletscher führen. Daneben wird die Gondelbahn Grindelwald-Männlichen rund 35 Millionen Franken investieren.

Zentralschweiz

Neue Gondelbahn nach Melchsee-Frutt



ZVG

25 Millionen Franken hat die Korporation Kerns in den Bau der neuen Gondelbahn Stöckalp-Melchsee-Frutt investiert. Die neue 15er-Gondelbahn, neun Personen können Platz nehmen, beschert der Tourismusdestination Melchsee-Frutt einen Quantensprung. Die zurzeit modernste Gondelbahn Europas hat am 1. Dezember 2012 die Betriebsbewilligung vom Bundesamt für Verkehr erhalten.

gsg

Aus der Region

**Ostschweiz
Naturpark
Schaffhausen
erfüllt Vorgaben**

Nach der Gemeindeversammlung in Merishausen steht fest, dass der Regionale Naturpark Schaffhausen zustande kommt. In acht Schaffhauser Gemeinden sind die Parkbeiträge nicht aus dem Budget 2013 gekippt worden. Die sogenannte Errichtungsphase könne deshalb beginnen, teilt der Trägerverein mit. Die Anforderungen des Bundes von mindestens 100 zusammenhängenden Quadratkilometern sind nämlich erfüllt. Gemeinsam mit den beiden deutschen Gemeinden Jetsetten und Lottstetten beträgt die aktuelle Parkfläche rund 150 Quadratkilometer. gsg

Fünf Hotels, eine Marke

Fünf Lötschentaler Hotels treten neu unter einer Marke auf. 2013 wird die Kooperation in eine Aktiengesellschaft übergeführt und die erste Tochtergesellschaft folgen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Nun steht der gemeinsame Name und das gemeinsame Logo der Hotelkooperation im Lötschental: Unter «Die Lötschentaler» – Einfach mehr Ferien – werden die fünf Betriebe, welche seit rund anderthalb Jahren zusammenschliessen, künftig auftreten. Seit gestern ist auch die gemeinsame Homepage aufgeschaltet, auf der sich jeder Betrieb zwar unter der gemeinsamen Marke aber mit einem eigenständigen Profil präsentiert: Das Hotel Breithorn als Swiss Mountain Lodge, das Swiss-Budget-Hotel Lötschberg, das Genusshotel Nest- und Bietschhorn, das naturbetonte Silence-Hotel Edelweiss und das Familienresort Al-

pine Village auf der Lauchernalp. Die fünf Betriebe repräsentieren bereits die Mehrheit der neun Hotels im Lötschental. «Bei einer reinen Marketingkooperation hätten sicher noch mehr Hoteliers mitgemacht», schätzt Esther Bellwald, die das Hotel Nest- und Bietschhorn in Ried bei Blatten operativ vor rund anderthalb Jahren von ihren Eltern übernahm und das Haus nun mit ihrem Partner Laurent Hubert führt.

Unter den Betrieben herrscht Transparenz, auch bei den Zahlen
Doch «Die Lötschentaler» machen nicht nur im Marketing sondern in eigentlich allen Bereichen gemeinsame Sache. «Wir haben völlige Transparenz, auch bei den



Die Menschen respektive Hoteliers hinter der neuen Marke «Die Lötschentaler» – einfach mehr Ferien. Bilder zvg

Zahlen», betont Esther Bellwald. Jeder wisse vom anderen Kosten, Auslastung, Wertschöpfung, und man unterstütze sich wo möglich. «Die Gemeinschaft ist sehr motivierend», so Bellwald. Und sie ermöglicht es, beim Aufwand einzusparen und Vorhaben zu realisieren: «Als Kleinbetrieb hätten wir uns so eine Neu-Positionierung mit neuer Website in Zusammenarbeit mit der renommierten Werbeagentur Contexta gar nicht leisten können», meint Esther Bellwald. Folgen soll noch ein gemeinsamer Newsletter, das wöchentliche Gästepapier organisiert man bereits als Gruppe. Mittelfristig soll sich das Engagement in einer steigenden Auslastung der Betriebe niederschlagen. Eine bessere Ausgangslage erhofft sich Bellwald auch für Investitionen. Der elterliche Betrieb sei 1986 das letzte Mal renoviert worden. Über die Kooperation rechnet die Hôtelière bei den Banken bessere Karten zu haben sowie bessere Konditionen beim Umbau, vor allem wenn gleich mehrere Hotels saniert würden.

Viel Engagement und Verständnis

Aber die Kooperation fordere ihre Mitglieder auch: Mal abgesehen von dem enormen Zeitaufwand für gemeinsame Sitzungen – «alles neben dem daily business», so Bellwald – braucht es viel Absprache mit den und Verständnis für die Kollegen. «Nicht alle haben gleich viel Spielraum für Investitionen, die im Rahmen der Kooperation wünschenswert wären. Das muss man akzeptieren», verdeutlicht Bellwald.

Aus der einfachen Gesellschaft mit Kooperationsvertrag soll bis nächsten Frühsommer eine Aktiengesellschaft werden. «Alle Verträge für die Gründung einer AG sind unterschrieben», ver-



Im Lötschental machen Hotels gemeinsame Sache.

rät Berater Marcus Frey von CFB Network AG in Zürich. Jedes der fünf Hotels wird 20 Prozent des Aktienkapitals halten. Die Aktiengesellschaft ermöglicht den Lötschentaler Hoteliers, mit weiteren Tochtergesellschaften aktiv zu werden. So planen «Die Lötschentaler» mit einer noch zu gründenden GmbH ab Sommer 2013 den Camping- und Parkplatz mit dem dazugehörigen

Kiosk auf der Falferalp unter der eigenen Marke zu führen. Nützen wollen die Hoteliers den Platz zum einen in der Kommunikationspolitik, zum anderen auch um Personal ganzjährig zu beschäftigen: Der Park- und Campingplatz ist ein Sommergeschäft, die meisten Hotels im Lötschental haben Hochsaison im Winter. «Wir überlegen, unseren Mitarbeiterbestand um eine 50-Prozent-Stelle zu erweitern. Kombiniert mit dem Kiosk auf der Falferalp könnten wir eine 100-Prozent-Stelle schaffen», erklärt Esther Bellwald.

«Bei einer reinen Marketingkooperation hätten sicher mehr Hoteliers mitgemacht.»

Esther Bellwald
Hotel Nest- und Bietschhorn

DIE SCHWEIZ UND COCA-COLA. EINE STARKE VERBINDUNG.



Seit 1936 produzieren wir für die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten an Ort und Stelle – in Bolligen (BE), Brütisellen (ZH) und Vals (GR) – und schaffen dadurch über 1'000 Arbeitsplätze in der Schweiz.

www.coca-cola.ch



Luzern und Zermatt unter den 15 Top-Destinationen des Alpenraums

Die Spitzenplätze für das Tourismusjahr 2011 belegen österreichische Destinationen.

BAK Basel hat im Rahmen des Internationalen Benchmarking-Programms für den Schweizer Tourismus die Performance von 149 Destinationen des europäischen Alpenraums untersucht. Gemäss dem Performance-Index «BAK Topindex» ist das Grossarlal (Salzburg) über das ganze Tourismusjahr 2011 betrachtet die erfolgreichste Destination im Alpenraum. Knapp dahinter folgen die Kärntner Destination Rennweg am Katschberg und die Tiroler Destination Serfaus-Fis-Ladis, wie BAK Basel mitteilt.

Mit Luzern (Platz 6, Vorjahr 5) und Zermatt (Rang 14/9) befinden sich zwei Schweizer Destinationen unter den 15 erfolgreichsten Destinationen des Alpenraums.



Luzern zählt zu den erfolgreichsten Destinationen. zvg

In der Wintersaison 2011 belegt Zermatt den 12. Platz (Vorjahr 13). In der Rangliste der Sommersaison 2011 des BAK Topindex figuriert Luzern auf dem 2. Rang (1), Interlaken auf Rang 8 (9). dst

«Nicht nur Packages schnüren»



Frank Bumann will ab 2013 das Tourismusgeschäft in der Region St. Gallen-Bodensee weiter ausbauen.

Frank Bumann wird ab Anfang 2013 St. Gallen-Bodensee-Tourismus im 80-Prozent-Pensum leiten. Der frühere Direktor von Zürich Tourismus zu seinen Zielen und Schwerpunkten.

DANIEL STAMPLI

Frank Bumann, was reizt Sie an der neuen Stelle? Ist doch eine Nummer kleiner als Zürich Tourismus. Wenn man mit Zürich die grösste Destination der Schweiz geführt hat, muss man notgedrungen wieder zu Kleinerem wechseln (lacht). St. Gallen-Bodensee hat aber durchaus seinen Reiz. Ich kenne die Gegend gut, da ich während des Studiums und dem Einstieg ins Berufsleben längere Zeit in der Region gelebt habe. So kann ich nun wieder an frühere, mir lieb gewordene Orte andocken. St. Gallen-Bodensee und die Ostschweiz ganz generell haben ein grosses Entwicklungspotenzial. Man kann durchaus einiges in Bewegung setzen, was für mich sehr reizvoll ist. Hinzu kommt, dass eine sehr flexible Lösung gefunden wurde. Ich kann meine bisherigen Erfahrungen einbringen und kann gleichzeitig in einem gewissen Ausmass meine selbstständige Tätigkeit weiter führen.

Sie werden den Job im 80-Prozent-Pensum bewältigen. Geht dies für einen Tourismusdirektor? Zuvor führte ich als Tourismusdirektor in Zürich einen Betrieb mit über 60 Personen und mit einem Budget von 15 Millionen Franken. Wieso sollte

es bei einer kleineren Destination mit einem 80-Prozent-Pensum nicht gehen? Hinzu kommt, dass man mit der Erfahrung einiges aufwiegen kann. Letztlich bleibt es aber eine Frage der effizienten Organisation und sinnvollen Delegation.

Tourismusediktoren wechseln relativ häufig ihre Stelle. Wie lange wollen Sie Ihren neuen Job machen?

Tritt man eine derartige Stelle an, hat man eine gewisse Verantwortung. So betrachte ich meine Aufgabe als eine längerfristige, ohne auf eine bestimmte Anzahl Jahre einzugehen. In zwei oder drei Jahren weiterziehen zu wollen, wäre sicher der falsche Ansatz.

Welche Erfahrungen aus Ihren früheren Tätigkeiten in Zürich und Saas-Fee können Sie in der Ostschweiz einbringen?

Ich weiss, wie eine grössere Tourismusorganisation funktioniert und welche Vorteile eine grössere Organisation hat. Gleichzeitig kenne ich auch die Vorteile einer kleineren Destination bezüglich Schlankheit und einfacheren Strukturen. All dieses Wissen wird mir bei meinem Job sicher helfen. Auch die Erfahrungen sowohl im alpinen als auch im metropoliten Destinationsmarketing sind von Nutzen. Denn St. Gallen liegt irgendwo dazwischen, ist aber sicher der urbane Mittelpunkt der Ostschweiz. Dies ist eine ganz spannende Kombination.

Was wollen Sie in Ihrer neuen Tourismusregion konkret bewegen?

An erster Stelle steht sicher eine seriöse Aufnahme des Ist-Zustandes. Ich bin überzeugt, dass in den vergangenen Jahren einige Dinge sehr gut aufgebaut und entwickelt wurden. Ausdruck davon ist etwa die Milestone-Vergabe an das

Textilland Ostschweiz. Auch im Bereich der Qualität sind grosse Anstrengungen unternommen worden. Im 2012 wurde das Gallus-Jahr erfolgreich bewältigt. Auf dieser Basis kann man weiter aufbauen. Es wäre sicher falsch, wenn ich innert weniger Monate alles auf den Kopf stellen würde. Vielmehr sind die positiven Impulse und die vorhandene Ausgangslage zur Weiterentwicklung zu nutzen. Zudem muss man auch das Destinationsmanagement evolutiv betrachten. Meist sind die Prozesse im Tourismus langfristiger Natur, sodass eine gewisse Geduld notwendig ist.

«Gerade in der Schweiz wird das Loyalitätsmanagement vernachlässigt.»

Frank Bumann
bald Direktor St. Gallen-Bodensee-Tourismus

Wer mich kennt, weiss, dass mir ein nachhaltiger Tourismus am Herzen liegt.

Schweben Ihnen neue Angebote oder Packages vor?
Mit Angeboten und Packages hat man die Welt noch nicht

verändert. Das blosses Schnüren von Packages mit Hotels und anderen Leistungsanbietern ist meist eher eine Alibiübung denn ein Erfolgsausweis. Ich sehe die Destinationsentwicklung als langfristigen Lernprozess. Verstärkt werden sollte das Stammkunden-Marketing im Gegensatz zu globalisierten Verkaufsstrukturen, die immer teurer werden. Gerade in der Schweiz wird heute das Loyalitätsmanagement vernachlässigt. Eine Intensivierung ist notwendig, und zwar nicht nur auf einzelbetrieblicher Ebene, sondern auch auf Destinationsebene. Eine Destination braucht auch eine klare Markenprofilierung. Diesbezüglich kann man mit St. Gallen sicher noch gewisse Akzente setzen. In der Ostschweiz ist zudem MICE ein grosses Thema, mit der Universität, dem Kantonsspital, der Olma und gewissen Seminarhotels.

Aber St. Gallen hat offenbar zu wenig Hotelkapazitäten, um grosse Kongresse durchführen zu können. Denn kürzlich ging ein internationaler Brustkrebskongress verloren.
St. Gallen hat eine positive Entwicklung hinter sich. Ich bin zuversichtlich, dass man diese Entwicklung fortsetzen kann. Dazu gehört das Infrastrukturwachstum. Einzelne Hotels sind in Planung, andere werden ausgebaut, wie der Santsipark. Kürzlich wurde das Kurhaus und Medical Center Oberwald neu eröff-

net. Auch die Olma hat ein fortgeschrittenes Hotelprojekt.

Aber der Verlust des besagten Ärztekongresses konnte trotz allem nicht verhindert werden.

Der angesprochene Kongress wird 2013 nochmals in St. Gallen und dann im 2015 in Wien stattfinden. Man darf diesen Fakt auch nicht überbewerten. Positiv ist zu werten, dass sich derartige Kongresse entwickeln und sich mit der Zeit aufgrund zunehmender Grösse auch aus einer Region hinausentwickeln. Ich bin jedoch überzeugt, dass das gesamte Kongressbusiness in den kommenden Jahren noch einige Wendungen erfahren wird. So ist es möglich, dass grössere Kongresse dereinst gesplittet werden und Videokonferenzen aus Gründen der Nachhaltigkeit zum Einsatz kommen.

An den Bodensee grenzen neben der Schweiz auch Deutschland und Österreich, die vom teuren Schweizer Franken profitieren. Wie wollen Sie das dagegenhalten?

Wichtig ist eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit, um die gesamte Bodensee-Region im europäischen Wettbewerb zu positionieren. Dazu haben wir ausgezeichnete Chancen, da die Grenzregion eine grosse Dynamik aufweist. Übrigens hat die Ostschweiz gegenüber Zürich einen Preisvorteil, den wir nutzen müssen.

Auf welchen Märkten wollen Sie am intensivsten für Ihre Region werben?
St. Gallen-Bodensee und auch die Ostschweiz generell sind vor allem auf den Schweizer Markt und den süddeutschen Raum ausgerichtet. Das Potenzial in Europa ist längst nicht ausgeschöpft. Ich denke da an ganz Deutschland und Osteuropa. Chancen sehe ich auch bei Grossbritannien und Italien.

Und bei den Zukunftsmärkten China, Indien, Russland und Brasilien?
Man darf sie sicher nicht vernachlässigen. Auf dem chinesischen Markt werden wir erstmals auftreten und das mögliche Potenzial näher evaluieren. Dies kann aber nicht nur Aufgabe von St. Gallen-Bodensee-Tourismus alleine sein. Vielmehr müsste man ein solches Engagement gesamtregional aufbauen, damit die ganze Ostschweiz in einem Verbund versucht, derartige Märkte zu erschliessen.

Standpunkt

Schweizer Qualität – mehr als nur ein Klischee



CHRISTOPH JUEN*

Der Schweizer Tourismusbranche fällt es schwer, auf Vorzügen und Traditionen unseres Landes aufzubauen. Brauchtum und Tradition – also Kuhglocken, Trachten oder Alphorn – sind zwar zugkräftige Argumente für ausländische Touristen, den Einheimischen ist diese Klischeeschweiz aber suspekt. Der Schweizer Tourismus muss sich in einem Spagat zwischen Ballenberg und Prime Tower neu positionieren. Vielleicht können

«Der Tourismus muss sich zwischen Ballenberg und Prime Tower neu definieren.»

wir mit weniger klischeebehafteten Schweizer Werten wie Qualität, Sicherheit, Sauberkeit besser punkten. Hotellerieuisse ist jedenfalls bestrebt, diesen traditionellen und gleichzeitig modernen Werten neuen Inhalt einzuhauen:

1. Mit einer Revitalisierung der Hotelfachausbildung auf allen Stufen, und zwar von der Vertiefung und Ausbreitung des dualen Bildungssystems bis hin zur Positionierung der Hotelfachschule Lausanne EHL als Nummer 1 der Welt. Die Swissness der Hotelfachausbildung geniesst weltweite Ausstrahlung. Es muss uns gelingen, diese positive Aussehenwahrnehmung noch vermehrt auf das Schweizer Tourismusangebot zu übertragen.
2. Durch die Übernahme der Geschäftsführung der Hotelstars Union werden wir in der nächsten Revisionsrunde die entscheidenden Entwicklungs-Impulse geben können. Wenn wir als Nicht-EU-Mitglied bei der Hotelfachklassifikation in Europa den Takt angeben, dann muss wohl auch die Qualität unserer Hotellerie über dem europäischen Durchschnitt stehen. Das wird uns von der Konkurrenz abheben. Auf diesem Weg schreiten wir im 2013 beharrlich weiter. Nicht als Einzelkämpfer, sondern als Teamplayer zusammen mit der Schweizer Tourismuswirtschaft.

*Christoph Juen ist CEO von hotellerieuisse.

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Dank der Betreuung unserer Buchhaltung durch die Ruepp & Partner Dietikon AG haben wir mehr Zeit, um uns auf das Tagesgeschäft zu konzentrieren und wir sind erfolgreich.

Richard Engler
Gastrag AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch



«Im Wallis verwendet man fürs Fondue Raclettekäse. Der hat nun mal weniger Geschmack.»

Irma Dütsch, ehemalige 18-GM-Punkte-Köchin aus Saas-Fee. Gelesen im «al dent».

100 Jahre Wintersport

Die Eröffnung der Allmendhubelbahn brachte den Wintersport nach Mürren. Das war vor genau 100 Jahren. Der Tourismus feierte das Jubiläum am Sonntag mit viel Prominenz.

GUDRUN SCHLENCEK

Letzten Sonntag war es 100 Jahre her, dass in Mürren mit der Eröffnung der Allmendhubelbahn der Wintersport Einzug hielt. Das 100-jährige Jubiläum wurde am 16. Dezember mit einem Festakt mit internationalen Gästen und einem Volksfest auf dem Allmendhubel gebührend gefeiert. Neben der Bevölke-

rung waren über 100 geladene Gäste aus Sport und Politik am Jubiläumsanlass, darunter die Alt Bundesräte Adolf Ogi und Arnold Koller. Die Festrede hielt Max D. Amstutz, Autor des Buches «Die Anfänge des Alpinen Skirensports».

Mürren hat seinen touristischen Aufschwung den Briten zu verdanken, denn sie waren es, die den Wintersport ins Bergdorf brachten. 1892 kam der britische Methodistenpfarrer Sir Henry Lunn mit anglikanischen Geistlichen ins Berner Oberland. Mürren war zu diesem Zeitpunkt bereits als beliebter Sommerurlaubsort bei den Briten bekannt, im Winter blieben die Hotels aber geschlossen. Dank seiner organisierten Reisen und hartnäckigen Vorstössen bei der Bergbahn Lauterbrunnen Mürren erreichte Sir Henry Lunn, dass die Bahn auch im Winter fuhr und die Hotels geöffnet waren. Eine Winterreise nach Mürren stellte für die Briten nach 1900 einen Lifestyle-Event und für die Mürrener Hotellerie eine wichtige Einnahmequelle dar.

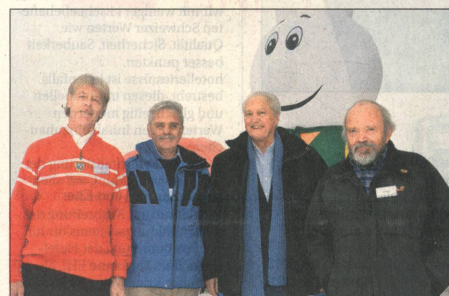


Grossrat Peter Flück und Grossrätin Corinne Schmidhauser.

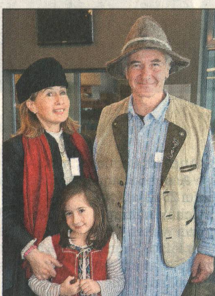


Reichlich Schnee am 100-Jahre-Jubiläum des Wintersportorts Mürren: Die alt Bundesräte Adolf Ogi (links) und Arnold Koller packen mit an.

Bilder: Anne-Marie Günter



Die ehemaligen Tourismusdirektoren Karl Eggen, Jost Brunner und Ueli Oesch (v.l.n.r.) mit Festredner und Spitzenmanager Max D. Amstutz, der in Mürren aufgewachsen ist (Zweiter von rechts).



Julia, Sasha und Berny Lunn, Enkel des Mürren-Wintersportentwicklers Sir Arnold Lunn.

Die Urenkel von Sir Arnold Lunn nahmen letzten Sonntag am Skicross teil, der passenderweise auf dem Allmendhubel stattfand.

Wintersportarten wie Schlittschuhlaufen, Schlitten oder nordisches Skifahren (heute Langlauf) waren seit Beginn des 20. Jahrhunderts verbreitet, der alpine Skisport steckte aber noch in den Kinderschuhen. Um den Ansprüchen der internationalen Gäste gerecht zu werden, wurde 1912 in Rekordzeit eine Standseilbahn auf den Allmendhubel oberhalb von Mürren gebaut. Die Allmendhubelbahn gilt als die erste Sportbahn im Berner Oberland, und mit deren Eröffnung am 16. Dezember 1912 wurde der alpine Skisport dank der Beförderung auf die Hugel massentauglich. Es dauerte jedoch noch einige Jahre, bis die Wintersportart anerkannt wurde.

Theater auf dem Dorfplatz überzeugt als Kulturangebot

Thun-Thunersee Tourismus zeichnet innovative Projekte mit dem Thunersee-Stern aus.

Bereits zum dritten Mal in Folge ehrt Thun-Thunersee Tourismus Gastgeber sowie Kultur- und Freizeitanbieter rund um den Thunersee, die besonders herausragende Projekte umgesetzt haben. In der Sparte Kultur und Freizeit gewann 2012 die Kulturlandbühne unter der Leitung von Daniel Rychener, Matthias Döring und Mitja Staub den Thunersee-Stern. Mit dem Freilichttheater «Altweiberfrühling», das sich am Drehbuch des Films «Die Herbstzeitlosen» orientierte, konnte der Kulturverein diesen Sommer 8000 Zuschauer auf den Dorfplatz in Schwarzenegg locken. Das B&B Soulkitchen in



Die Gewinner des Thunersee-Sterns 2012.

Thun kam in der Kategorie Unterkunft zu Ehren: Die Besitzer Sandra Grossniklaus und Dennis Kissling eröffneten 2012 die moderne Unterkunft, die im Sommer fast komplett ausgebucht war.

Selbstbewusst in die Zukunft

50 Absolventinnen und Absolventen der Hotelfachschule Luzern SHL haben vergangenen Freitag ihre Diplome in Empfang genommen.

«Sie stehen heute nicht vor dem Berufseinstieg. Sie stehen bereits mitten drin. Ich wünsche mir, dass Sie nun mutig und selbstbewusst in die Zukunft schreiten. Sie haben nicht nur das Wissen, Sie haben auch das Können», gab SHL-Direktor Kurt Imhof den frischgebackenen «dipl. Hôtelières-Restauratrices» und «dipl. Hôtelières-Restaurateurs» mit auf den Weg. 24 Absolventinnen und 26 Absolventen schlossen den Bil-



Die Preisträger (v.l.): Benjamin Bläsch, Rossa GR, Aurelia Branger, Davos GR, Tobias Grunder, Vechigen BE; SHL-Direktor Kurt Imhof.

dungsgang HF mit dem eidgenössisch anerkannten Titel ab und feierten letzten Freitag ihren Abschluss. Tobias Grunder und Benjamin Bläsch teilen sich mit einem Notendurchschnitt von 5,4 den ersten Platz. Auf Rang drei folgt Aurelia Branger mit 5,2, fe

Sessellücken

Wechsel an der Spitze von Unesco Schweiz

Nach über vier Jahren an der Spitze der touristischen Dachorganisation Unesco Destination Schweiz übergibt Thomas Lüthi, bisher



Präsident, das Zepter weiter an Beat Ruppen (Foto). Ruppen war bislang Site-Manager des Welterbes Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch und Vize-Präsident.

STC beendet Reorganisation der Geschäftsleitung

Der Verwaltungsrat der STC Switzerland Travel Centre AG (STC) ernannt zwei neue Geschäftsleiter:



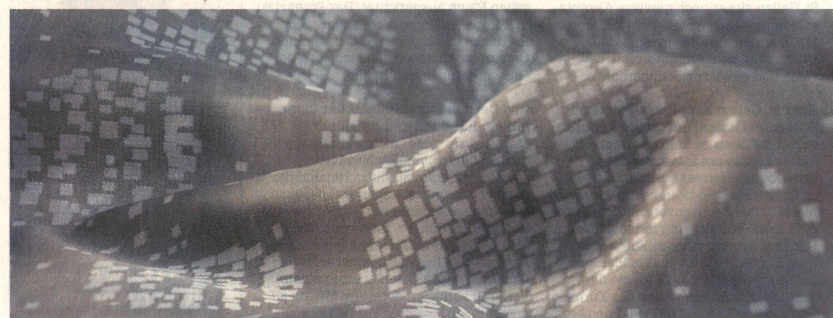
José Lamorte (Foto oben) ist ab 2013 für den Bereich Direktkunden & Partner zuständig. Fabian Bryner (Foto unten) für den Bereich



Businesskunden. Damit schliesst STC die in diesem Jahr durchgeführte Reorganisation in der Geschäftsleitung ab.

Valais/Wallis Promotion ist nun komplett

Thomas Elmiger (Pächter Pfyngut), Markus Hasler (Direktor Zermatt Bergbahnen), Richard Kuonen (Direktor Hotel Alpes & Rhône, Martinach) und Mathieu Rouiller (Direktor Eskis SA Martigny) vervollständigen den neuköpfigen Vorstand von Valais/Wallis Promotion. Bisher waren die Präsidenten der vier Dachverbände Willy Giroud (Walliser Landwirtschaftskammer), Bernard Bruttin (Walliser Industrie- und Handelskammer), Raymond Carrupt (Walliser Tourismuskammer) sowie Yvan Aymon (Verein der Valais-Excellence-zertifizierten Unternehmen) unter Staatsrat Jean-Michel Cina, Präsident ad interim, vertreten.



Der Stoff für Feingeister.

Es ist uns eine grosse Freude, unseren Kunden und den htr-LeserInnen bereits zum 140. Mal ein frohes und besinnliches Weihnachtsfest zu wünschen. Seit 1872 entwickeln wir uns kontinuierlich weiter – für Sie, mit Ihnen. Grund genug, um auf ein glückliches neues Jahr anzustossen und sich für die erfolgreiche Zeit zu bedanken.

Schwob AG, Kirchbergstrasse 19, 3401 Burgdorf, schwob.ch

Schwob
Innchen of Switzerland

Es muss doch **nicht**
alles so **kompliziert** sein.

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

hotelier.ch
Hoteliersverband Schweiz

protel
Protel Hotel Management

Weitblick. Eine Philosophin stellt sich der htr im Chat Seite 8; **Ein Tourismusprofessor sieht «grau»** Seite 9;
Ein Walliser konsultiert die Kristallkugel Seite 10; **Ein Schweizer Hotelier sagt, was es 2033 braucht** Seite 11



Blick in die Sterne: «Grand Hotels wirken langfristig gettoisierend», sagt Harry Gatterer.

Fotolia

«In 30 Jahren ist Glück ein Luxusgut»

St. Moritz im Jahr 2033?

St. Moritz ist ein touristischer Hotspot der Upperclass. Und diese Reibungspunkte des Luxus und des touristischen High End wird es auch in den kommenden Jahrzehnten geben. Aber: Ist es dann noch St. Moritz? Für das Jahr 2013 kann man dies wohl sagen. Für das Jahr 2033 kommt es schon darauf an, ob die Verantwortlichen verstanden haben, dass Luxus sich ändert. Die Materialität und die Sehnsucht nach dem Besonderen werden Bestandteil der Luxus-Suche bleiben. Die Sehnsucht nach Selbst-Entdeckung, kompetentem Altwerden und die Bewältigung eines hyperkomplexen Lebens werden dazukommen. Denn Luxus entkoppelt sich von der Idee des Reichtums und wandert in das Konzept der temporären Verfügbarkeit. Knappe Güter werden Luxus: Zeit, Gesundheit, Lebensfreude, Glück, Selbsterfahrung, Sinn. Als Luxus-Destination des Jahres 2033 wird man weniger Champagner-Partys anbieten, dafür aber zum Beispiel Genuss-Gesundheits-Kurse.

Die Jugendherberge in Interlaken im Jahr 2033?

Bis 2033 wird sich das Konzept der Jugendherberge überlebt haben. Denn die «Jugend» organisiert sich ihre Schlafstätten über digitale Netze weltweit selbst – eher im Couch-Surfing-Verfahren. Das bringt viele Vorteile: Nebst dem, dass die privaten Couches meistens gratis zur Verfügung stehen, lernt man damit die besuchte Region auch aus dem Blick des Einheimischen kennen. Gerade Interlaken, das stark vom Besuch der asiatischen Gäste lebt, wird von diesem Phänomen betroffen sein. Bis es so weit ist, werden die Jugendherbergen aber ein Upgrade erfahren. Sie werden cooler, moderner und mit High-Speed-Internet und digitalen Playgrounds ausgestattet. Um der globalen Crowd ein Stück weit globale Heimat zu ermöglichen. Und wer weiss: Vielleicht

Der Trend- und Zukunftsforscher Harry Gatterer blickt für die hotel revue ins Jahr 2033. Der Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Österreich ordnet einschneidende Veränderungen.

CHRISTINE KÜNZLER

gelingt es ja auch, die Couch-Surfing-Vorteile auf die Jugendherbergen zu übertragen.

Die Gerneralbahn im Jahr 2033?

An der Stelle werden wir kaum Veränderungen erleben. Natürlich: Technisch gesehen kann es immer einen Wandel geben, wie zum Beispiel Wasserstoff-Antrieb für die Bahn oder Ähnliches. Doch das Erlebnis des Gastes wird sich dabei kaum wandeln. Und muss es auch nicht: Das Matterhorn ist in seiner Urgewalt so eindrucksvoll und deshalb auch in 1000 Jahren noch eine Attraktion.

Das Dolder Grand Hotel in Zürich im Jahr 2033?

Recreation wird das grosse Thema sein. Denn der Alltag der Menschen wird mehr Lebensenergie verbrauchen als heute. Und dieser komplexe, aufwendige Lebensstil braucht dann die Aufladestationen. Gerade die Grand-Hotels, welche ja den globalen Ansprüchen einer betuchten Klientel gerecht werden, reagieren massiv darauf. Auch werden die Rückkoppelungen in die Region

deutlich wichtiger: Grand Hotels sind erst mal Oasen des Überdurchschnitts, und wirken langfristig gettoisierend. Daher wird es massiv darauf ankommen, den Gästen ein Stück «echtes Leben» zu bieten. Erdung im besten Sinne. Klar ist auch: Die zu lernenden Fremdsprachen sind nicht nur Französisch und Englisch. Auch Arabisch, Chinesisch oder Portugiesisch werden gefragt sein.

Sie buchen 2033 Ferien für eine vierköpfige Familie: Wie gehen Sie vor, auf was achten Sie?

Diese Frage deutet auf eine andere Frage hin: Wer ist denn diese Familie? 2033 vielleicht Mutter, Vater und zwei Kinder. Und es geht um Anreise-Bequemlichkeiten und Zeit-Angebote für Kinder und Eltern. 2033 sprechen wir dann vielleicht von Vater, neuer Freund und je ein Kind aus erster Ehe. Dann

geht es plötzlich um Akzeptanz und gelebte Individualität. Das heisst: Die pauschale Frage, worauf es zu achten gilt, kann man eben nicht mehr pauschal beantworten. Die Ansprüche sind total unterschiedlich, schon heute. Weil Familie eben nicht mehr traditionell im Sinne der bürgerlichen Kleinfamilie existiert. Auch wenn die inneren Bilder das oft vortäuschen. Die Zukunft ist, sich auf individuelle Familienbilder einzurichten, nicht klischeehaft zu denken. Und letztlich seine eigenen, individuellen Antworten darauf zu finden.

Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Österreich, hat unter anderem folgende Publikationen veröffentlicht: Travel Trends; Familienmärkte (beide Zukunftsinstitut); Hotel der Zukunft (Matthias Verlag).



«Es wird massiv darauf ankommen, den Gästen ein Stück echtes Leben zu bieten.»

Harry Gatterer
Geschäftsführer Zukunftsinstitut

Ausblick

Ein Aufbruch in eine neue Zeit

Wie wird sich der Tourismus in der Schweiz in den nächsten Jahren entwickeln? Im heutigen Fokus wagen Hoteliers, Touristiker, ein Tourismusprofessor und eine

Unsicherheiten, fordert Flexibilität und Anpassung an neue Märkte und an eine neue Realität.

Das gilt auch für mich ganz persönlich, denn ab nächster Woche bricht für mich eine neue Zeit an, die des Ruhestands. Dieser Fokus ist der letzte, den ich zu verantworten habe. Nach 17 Jahren htr hotel revue fällt mir dieser Schritt nicht nur leicht. Ist doch der Tourismus die schönste und lebendigste Branche der Welt! Und ich hoffe, dass dem auch so bleibt, allen Widrigkeiten – oder besser gesagt Herausforderungen – zum Trotz. Die grosse Tourismus-Familie und das

kollegiale Redaktions-Team werden mir fehlen. Die Jahre mit Ihnen und dem Team der htr waren sehr spannend und bereichernd. Ihnen allen danke ich von ganzem Herzen für den stets konstruktiven Dialog.

Allzu ruhig soll es auch in meinem neuen Lebensabschnitt nicht werden – die «Unruhe»-Pläne sind im Kopf – sie müssen nur noch umgesetzt werden. Dazu gehört auch, als «Freie» ab und zu für die hotel revue zu schreiben. Und so hoffe ich, dass sich unsere Wege auch in den kommenden Jahren in der einen oder anderen Form wieder einmal kreuzen werden.



CHRISTINE KÜNZLER

Philosophin einen Blick in die Zukunft. Sie skizzieren die nächsten 10, 20, 30 oder 50 Jahre aus persönlicher Sicht. Sicher ist: Die Zukunft ist geprägt von

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Home, Spitäler und Ausbildungsstätten.
www.horego.ch

loyal

Revision ohne mich!

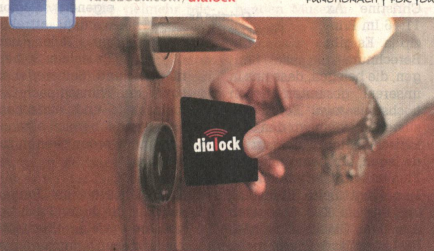
Wir vertreten Ihre Interessen mit Nachdruck – bei Revisionen aller Art.

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



facebook.com/dialock

HAFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU



© Hafele Schweiz AG, Dammstrasse 29, 8260 Kreuzlingen, www.dialock.ch, www.hafele.com

persönlich

Markus Riesen, Partner

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

CERUTTI

il Caffè

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

FBK 2013 • Bern **GILDE**

Weitblick. Christine Ax. Die Philosophin und die htr hotel revue im Chat: Welche touristischen Themen werden das Jahr 2050 prägen? Die Nachhaltigkeit gehört zu den wichtigsten und einschneidendsten Herausforderungen.



Blick in die Sterne: «Die reiche Schweiz wird die Herausforderungen und den Wandel besser bewältigen als andere Länder», glaubt Christine Ax.

Fotolia

«Wir können's schaffen»

Auszug aus einem Chat-Gespräch mit der deutschen Philosophin Christine Ax über den Tourismus im Jahr 2050. Es gelte, sich den Herausforderungen bereits heute zu stellen.

MELANIE ROTH

htr 11:08 Uhr: Christine Ax, malen Sie ein Bild vom Alpentourismus im Jahr 2050...

Christine Ax 11:14 Uhr: Bis 2050 wird unser Klima mindestens zwei Grad wärmer sein. Wir gehen davon aus, dass jeder fünfte Skifort nicht mehr schneefest ist. Die hoch gelegenen Skiforte profitieren davon.

11:16 Alpenregionen, die niedriger liegen, haben sich auf Sommerfrischler umgestellt. Kleine Fluchten aus den überhitzten Städten spielen eine grössere Rolle. Das Angebot ist regionaler, Kultur, Bildung und Selfempowerment sowie Wellness und Gesund-

heit sind noch wichtiger geworden.

11:18 Alles in allem wird die reiche Schweiz diese Herausforderungen und den Wandel besser als andere bewältigen, weil sie frühzeitig auf nachhaltigen Tourismus gesetzt hat und über die Ressourcen verfügt, die Anpassung zu organisieren und zu finanzieren.

htr 11:19 Ein zuversichtliches Bild. Was sind die Voraussetzungen, dass es in 40 Jahren wirklich so aussieht?

Christine Ax 11:25 Voraussetzung ist, dass man sich der Herausforderung jetzt stellt. Es gibt viel zu tun, zumal der Tourismus Teil des Problems ist. Rund die Hälfte der in der Schweiz zurückgelegten Wegstrecken entfällt auf den Freizeit- und Tourismusverkehr. Und es werden viel zu viele Ressourcen verbraucht. Ohne nachhaltigen Tourismus ist das Klimaziel von 2 Grad nicht zu erreichen. 3 oder 4 Grad wären eine Katastrophe, weil dann nicht mehr beherrschbare Nippunkte erreicht werden.

11:27 Diese Probleme gehen jeden an, der Teil der Touris-

musbranche ist, und können auch nur gemeinsam gelöst werden. Der Weg entsteht beim Gehen, aber jeder Schritt muss heute in die richtige Richtung gehen.

«Business as usual» ist keine Option mehr.

htr 11:36 Muss es das Ziel sein, dass man 2050 nicht mehr mit dem Auto oder dem Flugzeug reist? Wenn man konsequent ist, wären Ferien im eigenen Land das einzig Richtige...

Christine Ax 11:46 Im Prinzip ja. Es gibt Berechnungen, die belegen, dass uns in unserem gesamten Leben höchstens zwei Fernreisen zustehen, wenn wir den ökologischen Rucksack zugrunde legen, der heute mit dem Flugverkehr verbunden ist. Das fängt beim Frühstück an: Für ein Kilo Erdbeeren aus dem Glashaus werden 58 Liter Wasser verbraucht, für einen Liter Kaffee 181 Li-

ter Wasser. Die Anpassungen, die wir leisten müssen, um innerhalb der natürlichen Grenzen gut zu leben, sind erheblich.



«Ich setze sehr auf die Jugend mit ihrem neuen, immateriellen Lebensstil.»

Christine Ax
Philosophin und Ökonomin

machen und Selberleben sowie der Wunsch nach Gemeinschaft und einfachem Leben sind bereits erkennbar und werden weiter zunehmen.

11:54 Ich setze im Übrigen sehr auf die Jugend. Ich beobachte viele Elemente eines neuen, immateriellen Lebensstils bei ihnen.

Sie sind internationaler, sie leben oft heute schon vegetarisch, sie sind nicht besonders scharf auf den Besitz von Autos. Statuskonsum findet auf der Ebene des Handys statt, Freundschaft und Communities sind wichtig. Couch-Surfing ist ein wunderbares Beispiel, wie man anders reisen kann.

htr 11:56 Die «natürlichen Grenzen», welche Sie ansprechen, beschreiben Sie in Ihrem Buch «Die Könnensgesellschaft» mit «Edo» – es geht um die Entwicklung der Millionenstadt Tokio im 18. Jahrhundert. Das rohstoffarme Japan hatte sich freiwillig isoliert und verzichtete auf alle Importe. Destinationen könnten sich an diesem Ideal orientieren...

Christine Ax 12:00 Ja, das sollten sie. Das Beispiel «Edo» zeigt, wie und dass es geht und dass es mit einer hohen Lebensqualität, kultureller Vielfalt und Schönheit verbunden sein kann. Wenn wir bewusst reisen, die Vielfalt wertschätzen und die Natur genießen, die Kulturgüter, die Menschen, denen wir begegnen, ist für Schwarzmalerei kein Anlass. Ich verehere John Ruskin, den wichtigsten Denker der

«Arts-and-Crafts»-Bewegung, der sagte: «Es gibt immer mehr zu entdecken, als wir wahrnehmen können, ganz egal wie langsam wir gehen.» Slow Living, Slow Food, Slow Tourism...

12:01 ... Slow Consumption. Und hin und wieder ein Sprung mit dem Drachenfliegen aus 500 Meter Höhe, Leidenschaften und die Erfahrung des Scheiterns... für den Adrenalinpiegel. Ein Leben ohne Risiko ist langweilig.

htr 12:03 Ein bisschen inszenierter Erlebnistourismus ist also auch in Zukunft okay?

Christine Ax 12:04 Ja, unbedingt. Wenn wir uns die ästhetischen Trends ansehen, gibt es natürlich einen Wandel, die Zukunft kommt nicht in den Kleidern von gestern. Aber Spass ist wichtig.

htr 12:09 Wenn es um Reisegewohnheiten der Zukunft geht, sind neue Arbeitszeitmodelle – etwa eine Lebenszeitarbeit mit längeren Phasen Arbeit und Freizeit – interessant. Sie würden «entschleunigtes» Reisen begünstigen...

Christine Ax 12:18 Ein sehr wichtiger Punkt. Es geht darum, die Arbeitswelt so umzugestalten, dass wir Zeit für die Familiengründung haben, für Phasen der Weiterbildung und Sabbaticals oder um die Welt kennen zu lernen. Die Verdichtung der Arbeit der letzten Jahre kommt uns alle teuer zu stehen, das können wir uns als Gesellschaft nicht leisten.

htr 12:21 Sind Sie zuversichtlich, dass im Schweizer Tourismus 2050 das Umdenken stattgefunden hat?

Christine Ax 12:28 Nun ja. Ich denke, ein bisschen bleibt noch zu tun. Wichtig ist, dass die Verantwortlichen die Herausforderungen wirklich verstanden haben und Nachhaltigkeit nicht für ein Imagethema halten, dass sie wirklich wollen und vordenken.

12:28 Aber ja! Wir können es schaffen!

htr 12:30 Schönes Schlusswort. Wie war es für Sie, über Chat zu «sprechen»?

Christine Ax 12:30 Ich fand es super, diese Form gefällt mir... es ist slow.

Ausführender Chat:
www.htr.ch/zukunft

Zur Person Philosophin, Ökonomin und Autorin

Christine Ax ist Ökonomin, Philosophin und Expertin für nachhaltige Entwicklung. Sie arbeitet in Berlin im Büro für Zukunftsfähige Entwicklung und Kommunikation und am Sustainable European Research Institute (SERI) in Wien am Aufbau eines FutureLab. 1997 schrieb sie «Das Handwerk der Zukunft». 2009 erschien «Die Könnensgesellschaft». Im Herbst 2013 erscheint ihr Buch über die Zukunft des Wachstums (Co-Autor Dr. Friedrich Hinterberger, SERI).

ax@aha-berlin.com

Weitblick. Christian Laesser. Wie wird sich der Schweizer Tourismus in den nächsten Jahren entwickeln? Behält der St. Galler Tourismusprofessor Christian Laesser recht, können sich die Touristiker keineswegs zurücklehnen.

Tourismusprofessor Christian Laesser malt ein eher düsteres Bild von der touristischen Zukunft der Schweiz. «Die Schweiz muss sich sehr warm anziehen», sagt er.

RENAME DUBACH

Bei einem Ausblick auf die kommenden Jahre kommt Christian Laesser vom Forschungszentrum Tourismus und Verkehr am IMP (Institut für Systemisches Management und Public Governance) der Universität St. Gallen sofort auf den Euro zu sprechen: «Zurzeit übertüncht die Europäische Union ihre massiven Probleme mit dem Euro mit sehr viel Geld.» Daraus folge, dass Europa viel höhere Inflationsraten habe als die Schweiz. «Ich könnte mir vorstellen, dass die Schweizerische Nationalbank in zwei bis drei Jahren die Verteidigung des Euro-Mindestkurses von 1,20 Franken aufgeben kann. Die Differenz zwischen den beiden Währungen nimmt ab, weshalb sich für die Schweiz die Situation mittelfristig entspannen könnte; immer vorausgesetzt, wir haben tiefere Inflationsraten», sagt Laesser.

Zu diesem eher optimistischen gibt es aber auch ein eher pessimistisches Szenario: Falls Frankreich ähnliche Schwierigkeiten erlebe wie Italien oder Spanien, falls es auch dort zu massiven Protesten und Ausschreitungen komme, werde es wohl weitreichendere Konsequenzen haben. «Falls die Eurozone auseinanderfällt – und auch diese Möglichkeit ist nicht unrealistisch –, werden wohl eher die nordeuropäischen Länder austreten. Deutschland könnte für die nördlichen Partner seine Mark sozusagen als Anlagewährung wieder einführen, und der Süden könnte das neue Geld drucken, das er braucht», führt Christian Laesser aus.

«Sicherheit und Sauberkeit werden zu zentralen Gütern»

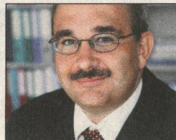
Eine solche Entwicklung wäre überaus tragisch, allerdings bliebe bei einer zunehmenden Radikalisierung der Lage in den umliegenden Ländern die Schweiz weiterhin ein sicherer Hafen, oder anders gesagt: «touristisch interessant.» «Warum kommen über-



Ein Blick in die Sterne: Er zeigt wenig Erfreuliches für den Schweizer Tourismus, sagt Tourismusprofessor Christian Laesser.

Fotolia

«Es bleibt schwierig»



«Wir sind langfristig und vorhersehbar und damit sicher.»

Christian Laesser
Tourismusprofessor

haupt noch Gäste in die Schweiz, wenn es doch so teuer ist bei uns? Nur wegen der schönen Landschaft wohl nicht, das ist eine zu oberflächliche Betrachtungsweise.» Erstens kämen die Gäste, weil die Schweiz für viele immer noch als Land gelte, das man einmal besucht haben müsse. Und zweitens: Die Schweiz sei sicher und sauber. «Wenn es in der ganzen Welt drunter und drüber geht, werden Sicherheit und Sauberkeit zu zentralen Gütern», hält Laesser fest. «Wir sind langfristig und vorhersehbar und damit sicher, und das wird sich wohl in den nächsten Jahren nicht ändern.»

Aber da gibt es immer noch das andere Problem: die Rezession. Er habe es schon vor drei Jahren ge-

sagt und er sage es immer noch: Die touristische Schweiz müsse sich sehr warm anziehen, denn dieses Tal der Tränen hätten wir noch lange nicht überwunden: «Ich rechne mit gut zehn Jahren, bis sich verschiedene Staaten in Europa vernünftig entschuldigt haben.»

Auf die Bedürfnisse des Marktes eingehen statt klagen

In dieser Zeit der Überschuldung werden immer weniger europäische Gäste einreisen. Dafür werden mehr aus China, Russland, Brasilien und den Asean-Staaten wie Malaysia und Indonesien eintreffen», sagt der Tourismusforscher und rät: «Die Tourismusbranche sollte sich so

schnell wie möglich auf diese Entwicklung einstellen. Und auch auf neue Geschäftsmodelle.» Zum letzten Punkt müsste man sich unbedingt etwas überlegen, denn es sei etwa bekannt, dass gewisse Gäste aus Asien für Übernachtungen nur ganz wenig ausgeben wollten, dass das Portemonnaie beim Einkaufen aber locker sitze. «Man muss überdenken, wie und wo man einen Gewinn generieren kann, das könnte sehr spannend werden.» Laessers Beispiel dazu: Das Hotel Terrace in Engelberg, das einerseits im Sommer hauptsächlich Gruppenreisende aus Asien aufnimmt und in seinem indischen Restaurant etliche indische Köche in die Küchenbrigade integriert hat und andererseits im

Winter ein All-Inclusive-Angebot offeriert, in dem nicht nur der Skipass, sondern auch das Mittagessen am Berg sowie die Essen im Hotel inklusive sämtlicher – auch alkoholischer – Getränke eingeschlossen sind.

«Es wäre doch möglich, dass Hoteliers und Gastronomen nicht mehr darüber klagen, dass beispielsweise Gäste aus China kein Fondue essen wollen. Sie könnten ganz einfach auf ihre Bedürfnisse eingehen und ein chinesisches Kochteam engagieren», so Laesser. «Vielleicht braucht es künftig noch radikalere Ansätze.» Und: «Man muss sich auf neue Märkte einlassen, je schneller desto besser. Die schwierigen Zeiten sind noch lange nicht vorbei.»

Puschlav will erste Bio-Region der Welt sein

Bis 2015 soll die Landwirtschaft des Valposchavio fast 100 Prozent biologisch sein. Das passt zur gelebten Authentizität des Tals. Wachstum ist kein Ziel.

GUDRUN SCHLENCZEK

Cassiano Luminati, Präsident von Valposchavio Tourismus, sieht das Puschlav lieber am Anfang als am Ende der Schweiz: «Dieses Klischee der aussterbenden Randregion, das sehen wir nicht so.» Zwei Reisezeiten sei das Tal nur von der 1,9-Millionen-Einwohner-Stadt Milano und damit einem entsprechenden Gästequellmarkt entfernt. Und wer im Valposchavio

seine Ferien verbringt, erreicht touristische Klassiker sowohl in der Schweiz als auch in Italien in kurzer Zeit: In St. Moritz sei man innert 30 Minuten, ebenso schnell in Livigno.

«Wir wollen gar nicht, dass alle Bernina-Reisenden aussteigen»

Touristischer gesehen sei man sehr gut aufgestellt, ist Cassiano Luminati überzeugt: Der Bernina-Express der Rhätischen Bahn schleuse jedes Jahr eine Million Fahrgäste durch das Tal. «Wir wollen aber gar nicht, dass alle aussteigen», betont Luminati, der als Präsident der Regione Valposchavio auch politisch die Nummer eins ist. Die Absicht sei nämlich in keiner Weise, das Puschlav zu einer touristischen Hochburg zu entwickeln.

Knapp 20000 Logiernächte generiert die Region heute – und das solle plus/minus auch so bleiben. Quantitatives Wachstum ist kein Ziel. Ebenso kein grosses Hotel, kein Resort. «Das würde hierher nicht passen», ist Luminati überzeugt. Man wolle vielmehr pflegen, was man hat: ein Tal mit viel Authentizität. «Hier leben noch Puschlaver und leben ihre Kultur. Das spürt und schätzt der Tourist. Wir wollen keine touristische Monokultur.» Vorstellen kann sich Luminati aber, nicht mehr bewohnte Häuser für die Beherbergung zu nutzen. Wie beim «La Rôsa» an der Berninapassstrasse geschehen, der einstigen Post- und Säumerstation. Besonders an dem Bündner Tal ist zudem die Italianità, die vor allem den Hauptort Poschiavo durchströmt.

«Wir gehören zwar zu Graubünden, sprechen aber Italienisch.»

Kein «lebendes Museum», sondern eine lebendige Region

Das Tal solle dabei auf keinen Fall zu einem «lebenden Museum» werden, die Puschlaver sollen und wollen mit der Zeit gehen, so Luminati. Was das für ihn heisst, erklärt Luminati an Zukunftsprojekten: Eines seiner Ziele ist ein Puschlav mit einer Landwirtschaft, die 100 Prozent biozertifiziert ist, «als erste Region der Welt». Davon sei man auch gar nicht mehr weit entfernt: Die Puschlaver Landwirte wirtschaften

bereits heute auf 90 Prozent der Agrarfläche nach Richtlinien des biologischen Landbaus. Spätestens zur Weltausstellung in Milano im 2015 mit ihrem Schwerpunkt Ernährung sollten die 100

Prozent Bio-Landbau fast erreicht sein. Ein weiteres Projekt, von dem sich Luminati wirtschaftlich und touristisch viel erhofft, ist das von Re-power geplante 1000-Megawatt-Pumpspeicherkraftwerk im oberen Puschlav, ein 1,5 Milliarden-Franken-Vorhaben,

verbunden mit diversen Renaturierungsplänen. «Wir arbeiten an einem lebendigen Bergtal», fasst Luminati zusammen.

«Hier leben noch Puschlaver. Wir wollen keine touristische Monokultur.»

Cassiano Luminati
Präsident Valposchavio Tourismus



Cassiano Luminati

Weitblick. **Christian Henzen.** Der Walliser Gastgeber im Hotel Fafleralp setzt auf Kontinuität. Er geht davon aus, dass vieles auch in 30 Jahren noch so ist wie heute. Liegt er mit seinen Prognosen richtig, ist auch dann die Natur noch intakt.

«Morgen ist heute»

Geht es nach Christian Henzen, dem Gastgeber im Hotel Fafleralp, sieht die (Hotel-)Welt in 30 Jahren nicht viel anders aus als heute. Ein humorvoller Blick in die Sterne.

CHRISTINE KÜNZLER

Christian Henzen, Gastgeber im Hotel Fafleralp, ist ein typischer Walliser, der gerne und häufig schallend lacht. Er sieht auch im Jahr 2033 sein Hotel auf der Fafleralp im Lötschental gut gebucht. Ob ihm der typische Walliser Optimismus den klaren Blick verstellt oder ob er – allen gegenteiligen Prognosen zum Trotz – mit seinen Voraussagen ins Schwarze trifft, bleibt offen.

«Wir haben laufend in das Hotel Fafleralp investiert – das hat sich gelohnt. Der für uns überdurchschnittlich gute Sommer zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind», zieht Christian Henzen Bilanz. «Von dieser Situation kön-

nen wir auch in Zukunft profitieren.»

Er werde seinen Gletscher auch in 30 Jahren bewundern können. Möglich, dass er sich im Laufe der Jahre etwas zurückziehen werde, um sich dann wieder auszudehnen. «Vielleicht haben wir irgendwann weniger Wasser, doch es wird wieder Niederschläge geben. Deshalb wird die Natur auf der Fafleralp auch in 30 Jahren noch intakt und attraktiv sein.» Möglich, sagt er, «dass bis dann mehr – oder vielleicht auch weniger – Flieger in der Luft herumfliegen werden.»

Dass die Fafleralp dereinst per Autobahn erreichbar sein könnte, schliesst er vehement aus. «Im besten Fall wird das Oberwallis von einer Autobahn erschlossen, doch die Fafleralp niemals.»

Gäste aus Fernmärkten für das Lötschental

Das Lötschental mit seiner ganz speziellen Natur werde auch Gäste aus den Fernmärkten anziehen. «Das Lötschental ist anders als Zermatt, wo sich alles auf das Matterhorn fokussiert. Im Lötschental ist man von mehreren Bergen um-

geben, der Horizont liegt oben.» Das möge für die einen beengend wirken, für die anderen faszinierend. Gerade chinesische Gäste, die viel Wert auf Harmonie legen, werden sich für das harmonische Lötschental begeistern können, glaubt er. «Doch da das Fafleralp ein kleines Hotel bleiben wird, wird der Schweizer auch in 30 Jahren unser wichtigster Gast sein.»

Das Fafleralp werde ein Hotel für Individualgäste bleiben, er habe jedoch – auch heute – nichts dagegen einzuwenden, wenn sich ein Touroperator wie Kuoni bei ihm melden würde. Seiner Preispolitik jedoch bleibe er treu. «Jeder Gast

wird gleich behandelt und zahlt den gleichen Preis. Wenn man das transparent kommuniziert, wird es auch akzeptiert.»

Auch in 30 Jahren noch Walliserdeutsch

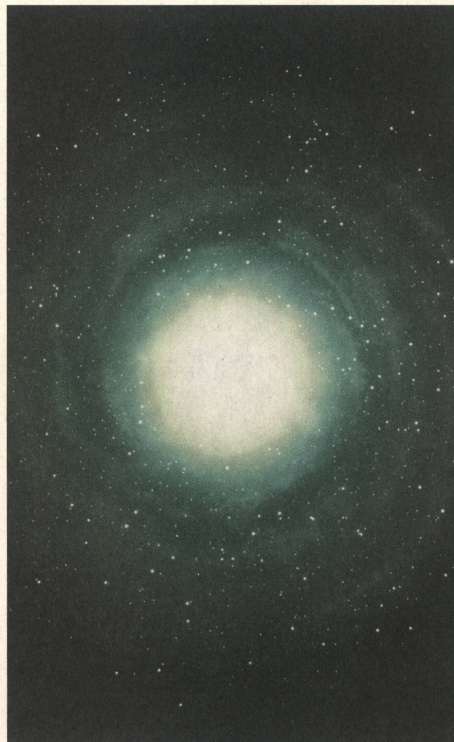
Die Ansprüche der Gäste werden sich nicht gross ändern, prognostiziert Henzen. «Der Mensch hat die gleichen Grundbedürfnisse wie heute. Im Hotel will er

essen und schlafen. Er will sich selber sein und sich erholen können. Und ein heute 40-Jähriger, der wandert, wird auch mit 70 noch wandern.» Und auch essen werde er wie heute, das Regionale, Authentische sei nach wie vor gefragt. Und wenn ein Chinese mit Stäbchen essen wolle, könne er das in seinem Hotel heute schon tun. «Wir werden ihm aber nur ein Stäbchen geben.» Sagt's und lacht schallend.

«Die EU? Die wird auch in 30 Jahren noch bestehen. Vielleicht nicht in der gleichen Form wie heute. Und auch der EWR wird zusammenwachsen.» Berndeutsch, Zürichdeutsch und eben Walliserdeutsch werden auch im 2043 gesprochen. «Es sei denn, wir kommunizieren bis dann alle ausschliesslich in Englisch», sinniert der Hotelier.

Und falls in 30 Jahren das Geld abgeschafft und stattdessen der Tauschhandel wieder eingeführt würde, wäre das für Henzen überhaupt kein Problem: «Dann bring mir eben ein Gast ein Kilo Brot, und er darf dafür bei mir übernachten.»

Christian Henzen



Blick in die Sterne: Vieles bleibt gleich, sagt Christian Henzen.

Fotolia

ANZEIGE

htr hotelrevue

*Liebe Leserinnen und Leser
Liebe Inserenten und Kunden*

Herzlichen Dank für das Vertrauen, das Sie unserer Zeitung, unserem Newsportal und unserem Magazin auch in diesem Jahr entgegengebracht haben.

Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie frohe Festtage und ein ebenso glückliches wie erfolgreiches neues Jahr.

Redaktion und Verlag



Weitblick. Martin Emch. Der Hotelier rechnet mit weniger Logiernächten in der Schweiz. Die Folge davon: Es gibt weniger Hotels. Dafür werden diese generell mehr Zimmer haben und im Luxusbereich klassiert sein.

Das Ziel der Reise ist offen

In den nächsten drei Jahren erwartet Martin Emch, Turicum AG, noch nicht die grosse Wende. Und: In Zukunft hätten nur Hotels mit Premium-Angeboten eine Chance.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Antwort auf die Frage, wie die Zukunft der Schweizer Hotellerie aussieht, fällt Martin Emch, CEO Turicum Hotel Management AG, sichtlich schwer. Der erfahrene Hotelier, der heute mit seiner Management-Gesellschaft für mehrere Hotels verantwortlich zeichnet, konstatiert: «Alle wissen immer weniger denn je zuvor, wohin die Reise geht.» International verzeichne die Hotellerie ein stetes Wachstum zwischen 8 bis 10 Prozent.

Immer mehr Menschen könnten sich weltweit Ferien leisten und würden es auch tun. Nur in der Schweiz werde der Logiernächte-Kuchen aktuell kleiner statt grösser. «Das bereitet mir Sorgen», so Emch. Er selber habe aufgegeben, detaillierte Drei-Jahres-Pläne zu schmieden. «Wir planen immer mehr von heute auf morgen.» Man müsse das Geschäft nützen, wenn es da ist und die Kosten senken, wenn die Kundennachfrage ausbleibt.

Auch im 2013 erwartet der Turicum-Chef – im Gegensatz zu BAK Basel – noch keine Rückkehr auf den Wachstumspfad. Mit der dringend erwarteten Erholung des Hotelmarktes rechnet Emch auch noch

nicht in den nächsten Jahren: «Wenn es in den kommenden drei Jahren ein Wachstum gibt, dann sehr verhalten.»

In 20 Jahren weniger Hotels, aber gleich viele Betten

Der Verdrängungswettbewerb werde gerade in Zürich in nächster Zeit aufgrund der steigenden Kapazitäten bei gleichzeitig sinkender Nachfrage zunehmen. Heisst das, dass es mittel- bis langfristig weniger Betten in der Schweiz braucht? Das nicht, so Emch, aber in 20 Jahren werde es weniger Hotels, dafür solche mit mehr Betten geben. Im Klartext: Der Trend geht weiter hin zu grösseren Betrieben. «Kleine Betriebe werden von der Bildfläche verschwinden oder sie finden einen Weg, sich selbst zu verketten.»

Eine stark zunehmende Rationalisierung, wie über ein Outsourcen von Dienstleistungen, erwartet Emch in der Hotellerie jedoch nicht. «Die Hotellerie ist und bleibt ein People-Business.»

Ketten werden hierzulande nur sehr verhalten expandieren

In diesem Kontext werde auch die Bedeutung der Kettenhotellerie in der Schweiz zunehmen – aber mehr oder weniger beschränkt auf urbane Zentren. Das liege nicht nur daran, dass in der Ferienhotellerie familien- und inhabergeführte Betriebe dominieren.

Die Schweiz sei für Hotelketten schlicht auch zu klein und zu wenig interessant. «Das merke ich als Franchisenehmer der Marke Holiday Inn bei Treffen von Intercontinental jeweils sehr deutlich», verrät Emch. Hotelketten würden auch in Zukunft die Schweiz bei ihren Expansionsplänen kaum berücksichtigen und sich weiterhin auf

«Für Hotelketten ist der Schweizer Markt schlicht zu uninteressant.»

Martin Emch
Turicum Hotel Management AG

starke Wachstumsmärkte wie Asien und den Mittleren Osten konzentrieren.

Premium-Positionierung – bereits ab dem ersten Stern

Sorge bereitet dem Hotel-Profi ebenfalls, dass sich immer mehr Hotels – allen guten Ratschlägen zum Trotz – über den Preis verkaufen. So bieten für die kommende Wintersaison bereits viele Hotels das Skiticket ab einer oder zwei Übernachtungen gleich inklusive. «Das können die Leistungsträger nicht mehrere Winter so durchhalten», prognostiziert Emch. Aufgestaute Infrastrukturkosten würden spätestens nach ein paar Jahren einen Strich durch die Rechnung machen.

Die Zukunft für die Schweizer Hotellerie sieht Emch alleine über eine Positionierung im Premium-Bereich. Der Schweizer Hotelmarkt sei weltweit gesehen ein Nischenmarkt und müsse sich auch als solcher positionieren. Damit meint er nicht 5-Sterne-Luxus, sondern Spitzenqualität auf allen Ebenen, vom 1-Stern- bis zum 5-Sterne-Betrieb.

Noch mehr Hotels werden eine Superior-Klassifizierung wählen

Emch erwartet, dass sich deshalb in Zukunft noch mehr Betriebe als Superior-Häuser klassifizieren lassen werden. Er wünscht sich diese Möglichkeit auch für 1- und 2-Sterne-Hotels. Hier hätte die Kleinheit auch wieder ihren Platz: Erfolgreiche Boutique-Hotels machen es vor. In Sachen Premium-Qualität sei grundsätzlich der gute Service das A und O. Lässt das nicht die Personalkosten wiederum in die Höhe schnellen? Nicht unbedingt, so Martin Emch. Er verstehe darunter vor allem mehr Wärme und mehr Menschlichkeit. Diese Eigenschaften fehlten Schweizer und deutschstämmigen Mitarbeitern vielfach. Der Hotel-Manager fordere die Hoteliers auf, das vorzuleben, und die Hotelfachschulen, das verstärkt zu thematisieren. Und wenn dann alles stimmt, rechnet Emch mittelfristig auch wieder mit Wachstum für die Schweizer Hotellerie.



Blick in die Sterne: «Künftig braucht es Hotels mit Premium-Angeboten», sagt Martin Emch.

Fotolia

«Im 2033 haben Rüebli keine Schale mehr»

«Es wird schwieriger werden für die Gastronomie», prophezeit die Köchin Meta Hiltbrand. Sie befürchtet, dass es in 30 Jahren gewisse Gemüse- und Früchtesorten gar nicht mehr gibt.

RENATE DUBACH

Mein Ausblick ist wohl etwas düster», beginnt Meta Hiltbrand, die letztes Jahr mit «Meta's Kutscherhalle» ihr eigenes Restaurant in Zürich eröffnet hat. «Ich denke, in den nächsten zehn Jahren wird es uns noch super gehen, in dieser Zeit wird nicht allzu viel passieren in unserer Branche. Aber dann

wird es immer kritischer. Vermutlich werden in 30 Jahren frische Lebensmittel eine Rarität sein, jedenfalls werden wir kaum mehr die heutige Produktvielfalt zur Verfügung haben», sagt die Gastronomin. «Ich spreche nicht von Fischen, einzelne Arten sind ja heute schon ausgestorben. Nein, ich denke, wir werden nur noch etwa ein Drittel der heutigen Lebensmittel geniessen können», wird die 29-Jährige konkret.

Und weil die Frischprodukte so rar würden, könne sie auch kaum jemand mehr richtig zubereiten. «Aber das ist natürlich nicht das einzige Problem: Wenn etwas selten wird, wird es logischerweise auch teuer: Reiche Leute werden sich immer noch leisten können, was erhältlich sein wird, alle anderen nicht.» Der Grund für das weltweite Verschwinden von



Meta Hiltbrand: «Fische werden rar.»

Gemüsesorten, Früchten und anderem sieht Meta Hiltbrand nicht nur im Klimawandel, sondern ganz grundsätzlich im ausbeuterischen Verhalten der Menschen gegenüber der Natur.

Weniger Gäste und Restaurants

Auch im Restaurant werde sich einiges verändern: «Die Mittelklasse verschwindet allmählich. Leute, die heute vielleicht einmal monatlich auswärts essen, werden das vielleicht nur noch ein paar Mal pro Jahr tun können. Also werden auch Restaurants verschwinden, da die Gäste ausbleiben.» Und besonders die Arbeit der Angestellten verändere sich, überlegt sich

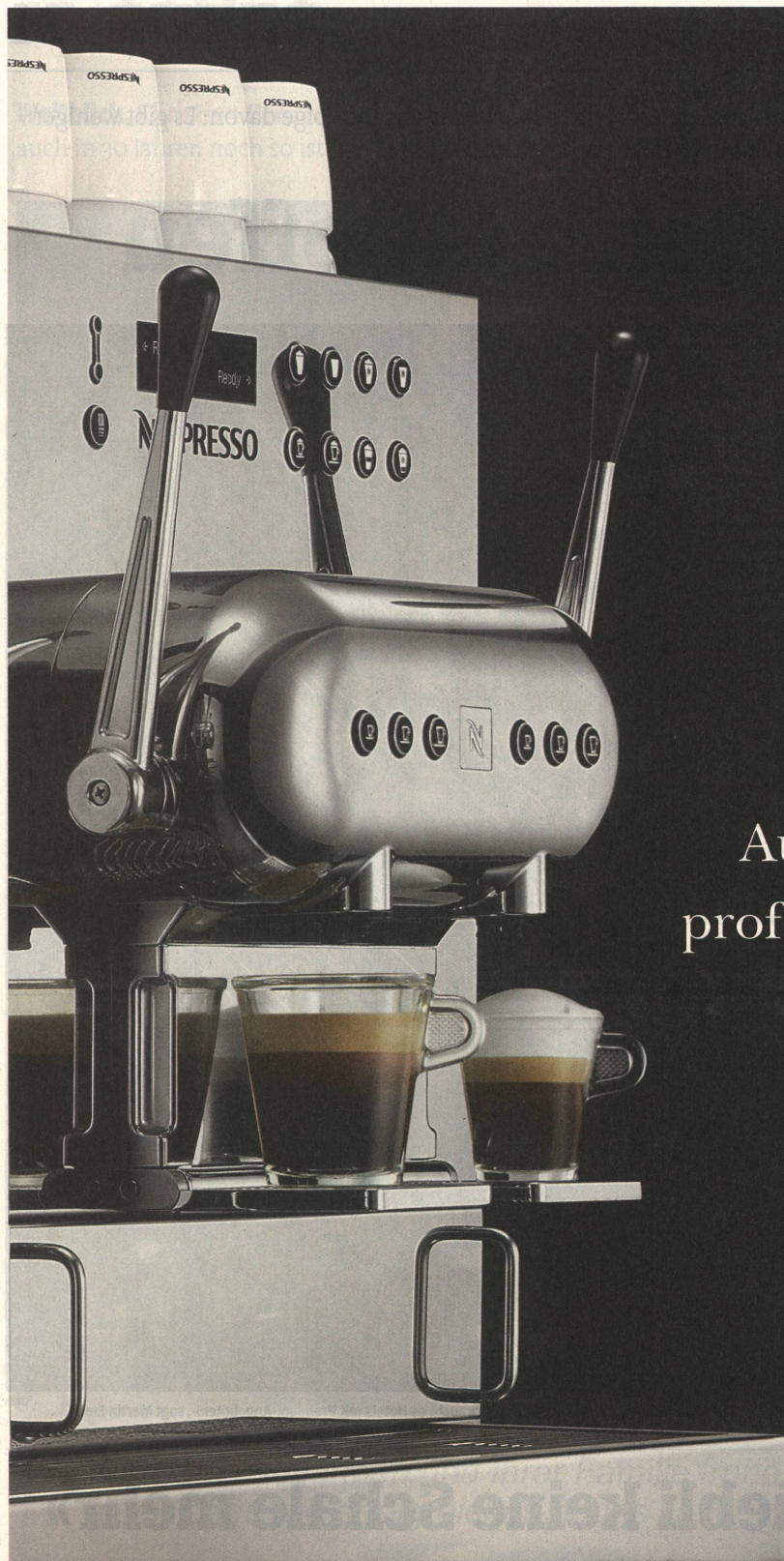
die Köchin. Bestimmt werde es in einer Küche immer Menschen brauchen, auch wenn ganz viele Arbeiten von Geräten und Maschinen übernommen werden könnten und man allmählich immer mehr Personal einsparen könne. Vielleicht brauche es einmal niemand mehr zum Rüebli-rüsten – die werden ohnehin wohl ohne Schale gezeitet werden, dann erübrigt sich diese

Arbeit. Auch das Servieren und Kassieren könnten vielleicht einmal Roboterkellner übernehmen. «Aber ich glaube nicht, dass jemals ein Roboter ein Gericht abschmecken kann, auch in 30 Jahren nicht.» Auch wenn man eine

Rezeptur auf ein Hundertstel genau nachkoche, Fleisch, Gemüse und Früchte seien nun mal Naturprodukte und schmeckten nicht immer gleich.

Meta Hiltbrand: «Ich freue mich auf die Zukunft»

Als Teenager hätte sie sich vorgestellt, dass sich die Menschen in ferner Zukunft wie Astronauten ernähren würden. Mit Kapseln zum Frühstück, zum Mittag- und Abendessen. Inzwischen glaubt Meta Hiltbrand nicht mehr daran, «so etwas erleben wir wohl nicht». Eine Ernährung auf der Basis von chemisch erzeugten Produkten funktioniere ohnehin nur für eine beschränkte Zeit: «Eigentlich hoffe ich ohnehin, dass meine Prognosen zu düster sind und alles besser kommt. Ich freue mich auf die Zukunft!»



-AGUILA-

Aus Leidenschaft für
professionelle Perfektion.

BUSINESS SOLUTIONS

Professionelle Barista-Tradition perfektioniert durch modernste Technologie und mit unvergleichlicher Qualität. Noch nie war es einfacher, hohes Volumen mit höchster Kaffeequalität zu vereinen – Grand Cru für Grand Cru.

www.nespresso.com/pro oder 0800 00 11 11



NESPRESSO[®]
Die Seele des Kaffees



Becher «to keep»
Die Refiller Community setzt auf Kaffeebecher, die man nicht wegschmeisst.
Seite 15



«Skiernte Wintersaison 2011»: Mit Skimüll aus dem Schredder einer Recyclingfirma eröffnet der Österreicher Lois Hechenblaikner seine Alpen-Ausstellung «Intensivstationen».

©Alpines Museum

Kein alpines Wintermärchen

Im Berner Alpen Museum zeigt der Tiroler Fotograf Lois Hechenblaikner, wie der Massentourismus die Bergwelten verschandelt. Absolut sehenswert – auch für Touristiker.

GERY NIEVERGELT

Winter in den Alpen, der Schnee rieselt leise, ein heimeliges Chalet, die Fenster von Kerzenlicht erleuchtet, darum herum die unberührte Natur: Das ist die Bergwelt, wie sie von Werbung und Marketingkampagnen heraufbeschworen wird. Umgeplügte Landschaften, monströse Betonbauten, elende Saufereien im dreckigen Schnee, Abfallberge und grässlicher



Bilder Lois Hechenblaikner

Plastikbahnen, die an Leichtentücher erinnern: Gletscherpfad Stubaier Gletscher im Stubaital, Juli 2010.

Kitsch: So führt uns der Tiroler Fotograf Lois Hechenblaikner die Alpen der Neuzeit vor Augen. Zu sehen sind seine Bilder, Videos

und Installationen derzeit in der ebenso klug wie originell konzipierten Ausstellung «Intensivstationen» im Alpines Museum der Schweiz in Bern.

Heile Welt, unheile Welt: Bilder wirken immer auch manipulativ, und das nutzen Schön- wie Schwarzfärbler aus. Ja, es gibt in den Alpen noch viele unberührte Gegenden; manches verantwortungsbewusst und nachhaltig genutzte Gebiet. Aber es gibt sie eben auch, die Exzesse des Massentourismus, wie sie sich etwa in der Umgestaltung ganzer Bergflanken zu Eventbühnen und Rummelplätzen äussern.

Doch dieses Sowohl-als-auch lässt Lois Hechenblaikner nicht gelten. Nichts ist heil in seiner Bergwelt, Hoffnung auf Versöhnliches oder Tröstendes gibt es bei ihm nicht. Mit gleichsam heiligem Zorn richtet der Tiroler, dessen Eltern eine Pension führten, das Auge seiner Kamera auf die kaputt

gemachten Flecken seiner geliebten Heimat. Das macht die Stärke von Hechenblaikers bislang grösster Einzelausstellung aus: Der Betrachter hat für einmal nicht die Möglichkeit, auszuweichen und abzuschweifen. Er ist mit diesem und nur mit diesem Stück Realität konfrontiert.

«Herzlich willkommen» bis zum Überduss

So wird ihm drastisch vorgeführt, wie tristlos die für den Wintersport geplanten Hänge im Sommer aussehen, einer Saison, die für den Ferientourismus ja genauso wichtig ist. Er verfolgt im Zeitraffer mit, wie riesige Bassins in die Bergflanken einbetoniert werden, damit den Schneekanonen das Wasser nie ausgeht, und er fragt sich, was ein Porsche auf 2320 Metern Höhe am Pistenrand zu suchen hat. Oder er steht zusehends nachdenklicher vor einer Galerie mit 33 Fotos, auf denen

von Hintertux über Kitzbühel bis St. Anton auf Tafeln, Maskottchen oder Fahrzeugen stereotyp mit dem Slogan «Herzlich willkommen» geworben wird. Bild um Bild, gleichsam Schlag auf Schlag, verkommt der Ausdruck dabei zu einer leeren Floskel, die in dieser inflationären Wiederholung nur noch in Umrissen an gelebte Gastfreundschaft erinnert.

Abgezockte Gäste, abgewrackte Natur: Das alles ist schwere Kost, und wen es direkt betrifft, der mag erst gar nicht hinschauen. In den Tourismuskreisen von Tirol gilt Lois Hechenblaikner mittlerweile als Landesverräter; in Mayrhofen im Zillertal etwa wurde seine Ausstellung vom Bürgermeister höchstpersönlich verhindert.

Für den Schweizer Betrachter der Berner Ausstellung dagegen ist es doch noch die Chance, dem vor seinen Augen entstehenden touristischen Inferno irgendwie auszuweichen. Schon bedenklich,

kann er sich sagen: Aber es geschieht ja in Österreich.

Es geht aber um den gesamten Alpenraum. Auch hierzulande werden im verschärften Kampf um Urlauber und gegen Klimawandel mit drohendem Schneemangel Berggebiete umgeplüft. Die geplanten Hänge über St. Moritz bieten im Sommer das selbe trostlose Bild wie in Ischgl.

Im Gästebuch beim Ausgang wird engagiert debattiert

So löst der zornige Tiroler in den Köpfen einiges aus, und das am Ausgang aufgelegte Gästebuch wird unüblich rege genutzt. Einige Besucher wollen in Zukunft ganz auf das Skifahren verzichten, andere beklagen den fehlenden Respekt vor der Natur oder den Konsumrausch der Jugendlichen, und jemand schreibt, alle Touristiker der Schweiz sollten sich diese Ausstellung ansehen.

Ja. Gute Idee.

«Intensivstationen» Führung mit Hechenblaikner, Workshops und Kino

Am 17. Januar führt Lois Hechenblaikner persönlich durch seine kontroverse Ausstellung «Intensivstationen». Der 54-jährige Fotograf und bildende Künstler, der heute wieder in seinem Geburtsort Reith im Tiroler Albachtal lebt, ist kein Mann der leisen Töne und wird auch im Berner Alpen Museum der Schweiz mit seiner Meinung nicht hinter dem Berg halten.

Im Rahmen der bis zum kommenden 24. März dauernden Schau finden zudem diverse öffentliche Diskussionen, Familienworkshops, Autorenlesungen sowie – in Zusammenarbeit mit 3sat Schweiz – ein alpines Kulturkino statt. Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen sowie Öffnungszeiten unter www.alpinesmuseum.ch.



lienworkshops, Autorenlesungen sowie – in Zusammenarbeit mit 3sat Schweiz – ein alpines Kulturkino statt. Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen sowie Öffnungszeiten unter www.alpinesmuseum.ch.

Auszeichnung

Pontresina ist gastfreundlichster Ort der Schweiz

Pontresina durfte die Auszeichnung «Gastfreundlichster Destination der Schweiz 2012» in Empfang nehmen und hat sich gegen über 1200 Mitstreiter durchgesetzt. Verliehen wurde der Preis im Rahmen der internationalen «Holiday Check Destination Awards» von holidaycheck.com. Fast 20000 Reisende weltweit haben im vergangenen Jahr Bewertungen für Hotels in der ganzen Schweiz erfasst.

www.holidaycheck.ch

Produkt

Alkoholfreie Alternative: Rimuss Secco

Die Rimuss- und Weinkellerei Rahm AG hat passend zu Weihnachten den **Rimuss Secco** lanciert. Das alkoholfreie Apérogetränk, das nebst gespritztem Edeltraubensaft auch entalkoholisierten Wein enthält, sei eine gute Alternative zu Prosecco und Champagner und ein Rimuss für Erwachsene, so die Hersteller. Rimuss wurde 1954 das erste Mal produziert und wird demnach seit über 50 Jahren konsumiert. smü

ANZEIGE

Grand Hotel ohne «grand»



Sarah's

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

Ich bin in einem Zug, der Richtung Norden von London weg rast. Regen peitscht gegen die Fenster. Die Felder sind sumpfig, neben mir isst ein Mann ein matschiges Sandwich, und die Frau gegenüber gießt eine lauwarme Flüssigkeit aus einer Thermosflasche aus den 1970er-Jahren, die mehr nach Plastik als nach Tee schmecken wird. Aber trotz des schlechten Wetters und des schlechten Essens bin ich glücklich. Bloss zwei Stunden Arbeit trennen mich von einer ganzen Nacht voller Erholung in einem der glanzvollen Hotels von Manchester.

Grand Hotels zur Weihnachtszeit stehen weit oben auf meiner Liste der Dinge,



Fotolia

«Ist er nicht grand!»: der Weihnachtsbaum mit seinen Geschenkattrappen.

die ich mag. Die Gemütlichkeit, das Funkeln, die Gutmütigkeit, Champagner-Brunch und Spätabend-Portwein; und die Weihnachtsbäume, die in Marmorfoyers aufragen, mit Geschenksschachteln darunter, die so schön sind, dass es kaum zu glauben ist, dass sie keine richtigen Geschenke enthalten.

Manchester ist mehr «grand», als man erwarten würde, teils aufgrund seiner Grösse. Gebäude, die einst riesige Backstein-Fabriken waren, sind jetzt riesige Backstein-Casinos, riesige Backstein-Eventhallen und riesige Backstein-Hotels. Meine Publizistin ist schon in der Lobby, sie sitzt auf dem grössten Ledersofa der Welt, das von enormen Marmorsäulen in den Schatten gestellt wird – und einem Weihnachtsbaum, der so riesig ist, dass er auf Steroide getestet würde, wäre er ein Sportler. «Ist es nicht grand!», ruft sie.

Aber als ich einchecke, sehe ich zuerst einen Hinweis, fast so gross wie der Weihnachtsbaum. Wer hier raucht, wird mit 250 Pfund Busse bedacht. Ich stöhne. Grand, vielleicht – aber diskret keineswegs... Als ich beim Zeitungsstand einen «Guardian» verlange, wird mir gesagt, dass Zeitungen nicht gratis sind. Ich muss ein Pfund für die Nachrichten von gestern hinblättern.

Der Aufzug ist zugestapelt mit Schildern, die Essen, Trinken und Flip-Flops verbieten. Mir kommt George Orwell in den Sinn: Alle Grand Hotels sind gleich, aber einige sind gleicher als die anderen... Klar ist, dass dieses Grand Hotel wie eines dieser diktatorischen Schweine in «Animal Farm» ist: Sein Hauptzweck ist das Regieren.

Mein Zimmer ist mit schwerem Lavendel-Zimmerduft eingespritzt

worden. Ein tiefer Atemzug, und es ist einem schwindlig; zwei und man verliert das Bewusstsein. Ich gehe zum Fenster, wo mich ein weiteres Orwell'sches Schild begrüsst: «Aus Sicherheitsgründen ist das Öffnen der Fenster verboten». Röchelnd gehe ich ins Badezimmer. «Gäste dürfen den Duschvorhang nicht über den Boden ziehen», heisst ein weiteres mahnendes Schild. Ich drehe mich um, um die Türe zu schliessen. «Schliessen Sie die Türe nicht, sonst geht der Feueralarm los». Ich stöhne. Ist nicht der Hauptzweck eines Hotels, dass man sich verwöhnt, entspannt und ein bisschen frei fühlt?

Ich entdecke, dass der Haartrockner durch ein kurzes Kabel mit dem Frisiertisch verbunden ist und nicht einmal in die Nähe des Spiegels reicht. Ich versuche, den Frisiertisch zu verschieben, aber er ist am Boden fixiert. Ich versuche, den Spiegel zu verschieben, aber er ist an der Wand fixiert. Vermutet das Hotel etwa, dass seine Gäste Kleptomane sind, die morgens aus dem Hotel schlüpfen und dabei Möbel unter ihren Berry-Regenmänteln verstecken?

Als ich die Minibar öffne, um die kleinen Flaschen und Miniatur-Schokolade zu geniessen, eine weitere Warnung: «Diese Minibar wird elektronisch überwacht. Jeder Artikel, der entfernt wird, wird sofort berechnet, ob Sie ihn konsumieren oder nicht». Ich schlage die Türe zu, bevor mir das Hineinsehen berechnet wird. Vielleicht befinde ich mich gar nicht in einem Grand Hotel sondern in einem Internat – oder sogar in einer vornehmen Gefängniszelle? Plötzlich sehe ich mich danach, zu flüchten und zu arbeiten.

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

Michel

FRUCHTIGES VERGNÜGEN SEIT 1929

–.15
günstiger
33 cl PET



–.20
günstiger
75 cl PET



–.20
günstiger
100 cl Glas



–.10
günstiger
20 cl Glas



–.20
günstiger
75 cl Glas



Jetzt bestellen!
Gesamtes Michel Sortiment in Aktion.

Aktion vom 3. bis 21. Dezember 2012 bei Ihrem Getränke-Grossisten

Die Refiller Community, ein Netzwerk von Take-aways, will mit dem Mehrweg-Becher den steigenden Abfallbergen entgegenwirken. 23 Betriebe machen bereits mit.

FRANZISKA EGLI

Dass Einweg-Becher viel Abfall verursachen, ist bekannt. Selten aber, wieviel konkret: Auf der Welt zum Beispiel werden rund 500 Milliarden Einweg-Kaffeebecher pro Jahr benutzt. Wenn jeder zehnte Schweizer auch nur einen einzigen Einweg-Kaffeebecher pro Tag wegwirft, so sind das pro Jahr bereits 280 Millionen Becher oder etwa 3,5 Tonnen Abfall. Diese und noch viel mehr Zahlen rund um Einweg- und Mehrwegbecher liefert Refiller. Der gemeinnützige Verein mit Sitz in Bern hat ein Ziel: die Vermeidung von Abfall fördern und das Nachfüllen zur Gewohnheit machen. «Die Schweizer sind Weltmeister im Recycling. Unsere Vision ist es, die Schweizer Bevölkerung zu Weltmeistern in Wiederverwendung, Nachfüllen und Mehrweglösungen zu machen», sagt João Almeida, Gründer und Geschäftsführer von Refiller.

Bei «Hitzberger» erhalten die Gäste doppelte Kaffee-Punkte

Die Refiller Community ist das Netzwerk des Vereins, welches Ende November begründet wurde, und schon jetzt 23 Take-aways als Mitglieder zählt. Vom Bistro Prima Luna in Bern über das «Kafi Schnaps» in Zürich bis zum «Crazy Cupcake» in Luzern – sie alle bieten ihren Gästen die Möglichkeit, ihren Kaffee statt in einem Einwegbecher mit einem sogenannten «KeepCup» mitzunehmen. Dieser Cup aus Polypropylen ist ein wiederverwendbarer Kaffeebecher, der Barista-Standards entspricht. Das heisst, er hat exakt die Grösse von Kaffee- oder Espresso-Einwegbechern und passt problemlos unter Espresso-Maschinen. Er kostet 14 (227 ml) beziehungsweise 15 Franken (340 ml) und kann beim Verein oder bei den einzelnen Take-aways bezogen werden. «Nach 15 Mal Benutzen ist der Cup ökologischer als



Cupgrösse entspricht dem Einwegbecher.

der Einwegbecher», weiss Almeida, der Volkswirtschaft studiert und einen Master in Sustainable Development innehat.

Buchstäblich offene Türen eingerannt hat der Verein bei «Hitzberger». Dieser Cup, der ihn an den «Tumblers» von Starbucks erinnert, entspricht genau ihrer Philosophie, betont Andy Schwarzenbach, Geschäftsführer der Zürcher Kette, welche auf natürlichen und gesunden Fastfood setzt. «Wir haben die Refiller-Cups umgehend und in all unseren sieben Filialen ins Angebot aufgenommen». Für eine genaue Analyse, ob und wie die Mehrwegbecher ankommen, sei es noch zu



«Nach 15 Mal Benutzen ist der Cup ökologischer als der Einwegbecher.»

João Almeida
Gründer Verein Refiller

früh. «Aber wir sind überzeugt, dass das Konzept Zukunft hat». Zudem erhalten die Kunden mit einem «KeepCup» bei Hitzberger doppelte Kaffee-Punkte. «Das heisst, dass sie statt mit zehn Kaffees bereits nach fünf Refiller-Kaffee einen gratis erhalten». Die meisten Take-aways gewähren ihren Refiller-Kunden einen Rabatt von 50 Rappen oder einen Franken auf ihrem Kaffee, «was natürlich auch der Kundenbindung dient», folgert Almeida.

Zukunftsmusik: Depot-Becher und Lunch-Box fürs Essen

Zurzeit konzentriert man sich bei der Refiller Community auf Kaffeecups. Bis im Frühjahr will der Verein, der beim Wettbewerb Idées Vertes von der Migros wie auch dem WWF für ihre Idee bereits ausgezeichnet wurde, 50 Take-aways in der ganzen Schweiz für die Refiller Community gewonnen haben. Almeida möchte noch einen Schritt weiter gehen: Ihm schwebt ein Depot-

Becher vor, wie er an Festivals längst üblich ist. «Gerade für Pendler und Touristen wäre das eine sehr attraktive Lösung: Sie könnten beispielsweise irgendwo im Bahnhof Bern einen Kaffee beziehen und den leeren Becher nach Ankunft in Zürich einfach wieder abgeben». Die Reinigung der Becher würde dann die Refiller Community übernehmen.

Der Verein will aber noch mehr: Eine Mehrweg-Lösung beim Essen ist das nächste Ziel. Das entspricht etwa in Bern einem Bedürfnis, ist Almeida überzeugt, wo die Stadt die Take-away-Betreiber mit einer Littering-Gebühr an den Kosten der Abfallbeseitigung beteiligen will. «Beim Essen ist es nicht ganz einfach, eine zufriedenstellende Lösung zu finden, da der Konsument heute ein Reisegericht und morgen eine Suppe bestellt. Aber wir sind sicher, dass Mehrweg ein Modell für die Zukunft ist.»

www.refiller.ch

Wer mit einem «KeepCup» einen Kaffee bezieht, erhält in vielen «Refiller»-Take-aways das Getränk günstiger.

Bilder: Rob Lewis/zvg

Nachfüllen statt wegwerfen

Hotellerie

Fünf Schweizer Hotels gehören zu den besten 100

Das internationale Hotelrating «The World's Best Hotels 2012», das vom US-amerikanischen Finanzmagazin «Institutional Investor» erstellt wird, hat fünf Schweizer Hotels unter den Top 100 platziert: das «Baur au Lac» in Zürich (Rang 43), das «Four Seasons des Bergues» in Genf (62), das Zürcher Hotel Widder (79), das «Grand Hotel Kempinski» in Genf (83) sowie das Basler «Les Trois Rois» (95). Das «Landmark Mandarin Oriental» in Hongkong ist gemäss dem Businessmagazin das beste Hotel 2012.

«Climate Partner» bietet effiziente Klimaschutzlösung

Die Klimaschutzberatung «Climate Partner» hat eine zertifizierte Branchenlösung zum effektiven Klimaschutz für die Hotelindustrie entwickelt. Hotels jeder Grösse soll es damit möglich sein, sich im Klimaschutz effizient zu engagieren, ein klimaneutrales Hotel zu werden sowie klimaneutrale Übernachtungen und Veranstaltungen anzubieten, so das Unternehmen. Auf der Grundlage der CO₂-Bilanz und CO₂-Emissionen wird für jedes Hotel die passende Strategie erarbeitet. In über 50 Hotels weltweit konnten Klimaschutzprojekte bereits umgesetzt werden.

www.climatepartner.com

«Waldhotel National» eröffnet Wellnessoase



zvg

Das Aarauer «Waldhotel National» hat seinen Spa-Bereich erweitert und die vergrösserte **Wellness-oase «Spa Salus»** nun in Betrieb genommen. Sie umfasst fünf verschiedene Behandlungsräume, ein «Private Spa» mit Saunaliegen, eine finnische Sauna, ein Kräuterdampfbad sowie ein Dampfbad und eine eigene Ruhezone. Investiert wurden 1,4 Millionen Franken. Die Erweiterung des Wellnessbereichs war eine weitere Investitionsetappe: Im Dezember 2010 hatte das «Waldhotel» unter anderem den Neubau «Chesa Silva» eröffnet.

«Misani Hotel» präsentiert neue Zimmer



zvg

Das Hotel Misani in St. Moritz-Celerina präsentiert seine renovierten **Themenzimmer** mit Eichenparkett, die in den Farben Rot, Schwarz-Silber und Lila gehalten sind. In Zusammenarbeit mit dem schweizerisch-brasilianischen Innenarchitekten Eduardo Goretti hat das Hotel nebst 16 neu gestalteten Badezimmern aus grauem Naturstein auch die Flure optisch aufgewertet sowie das Lichtsystem im Eingangsbereich und der Halle verbessert. Die Renovationskosten belaufen sich auf rund 780 000 Franken. smü

Ein Lifestyle-Magazin vom Sternekoch

Andreas Caminada ist neu auch Herausgeber: Der Bündner Spitzenkoch lanciert die erste Ausgabe seines Magazins «Caminada». Es erscheint halbjährlich und widmet sich den Themen Kulinarik und Lifestyle.

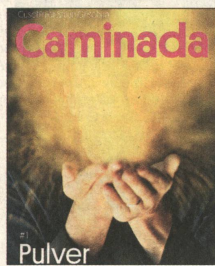
FRANZISKA EGLI

Früher oder später steht in der Regel bei jedem Spitzenkoch ein Kochbuch auf dem Programm. Nicht so beim Bündner Andreas Caminada. Dem mit drei Michelin-Sternen und 19 Gault-Millau-Punkten

ausgezeichneten Koch vom Restaurant Schloss Schauenstein in Fürstentum Schaffhausen und schon seit Längerem ein Print-Projekt vor, das es ihm ermöglicht, in regelmässigen Abständen über aktuelle Themen zu berichten. Jetzt ist es da, das erste «Caminada», ein hochwertig aufgemachtes, stilvolles Heft, das mehr ist als ein Magazin.

Das «Bookazine» erscheint in Deutsch und in Englisch

Es ist ein 88-seitiges sogenanntes Bookazine, also eine Mischung aus Buch und Magazin, das sich den Themen Kulinarik und Lifestyle widmet. Es wird in einer Auflage von 8000 Exemplaren gedruckt, erscheint zweimal jährlich in deutscher und engli-



zvg

Die erste Ausgabe ist dem Thema «Pulver» gewidmet.

scher Sprache und kostet 28 Franken. Die erste Ausgabe hat der Spitzenkoch dem Thema

«Pulver» gewidmet. Ob Mehl, Schnee, Beton oder Gold – Andreas Caminada gibt im ersten Kapitel Einblicke, wie er sich für sein Kochhandwerk von Pulver inspirieren lässt und wie im Gegenzug die Verwendung von Buchweizen etwa in der Bündner Küche eine jahrhundertelange Tradition geniesst.

Birnbrot-Zubereitung und Bummel über den Bündner Wochenmarkt

Im zweiten Teil geht es um das Bündner Terroir und Caminadas Küche. Da erzählt die 96-jährige Anna Eugster über die Zubereitung ihres Birnbrot. In einem weiteren Artikel begleitet der Autor Caminada seinen Sous-Chef Patrick Waser beim Bummel über den Bündner Wochenmarkt. Im

dritten Teil gibt der 35-Jährige Rezepte zum Besten, und der deutsche Physiker Thomas Vilgis berichtet aus der Sous-Vide-Küche.

«Caminada» wurde realisiert vom Zürcher Designbüro Beling Thoenen Design, fotografisch begleitet wurde das erste Heft von namhaften Fotografen, wie etwa dem Zürcher Stephan Schacher. Es ist erhältlich in Zürich bei Orell Füssli in den Filialen Bellevue und Kramhof, in den Globus Filialen, im Fachhandel oder via Homepage.

Am 23. Dezember 2012 ist Andreas Caminada von 14 bis 16 Uhr zu Gast im Globus Zürich Bahnhofstrasse und signiert seine Magazine.

www.andreascaminada.com

Hilton: Self-Service für Business-Gäste

Neue F&B-Konzepte sollen bei Hilton Business-Gäste in die Restaurants zurückholen. Mit Self-Service anstatt Full-Service.

HARALD WEISS

Hilton will in vielen seiner hochpreisigen Hotel-Restaurants die Tischdecken und die Bedienung verbannen. So sollen in verschiedenen Hilton-Hotels sowie in den Hilton-Ketten Embassy Suites und Double Tree die bisherigen Full-Service-Restaurants durch Selbstbedienungs-Betriebe ersetzt werden. Diese werden eher an ein Bahnbuffet oder eine Autobahnraststätte erinnern als an ein Upscale-Hotel. «Wir sehen, dass viele unserer

Geschäftsreisenden inzwischen nicht mehr im Hotelrestaurant essen, da sie den Zeit- und Geldaufwand vermeiden wollen. Mit dem neuen Konzept wollen wir diese Gäste wieder zurückgewinnen», sagt Beth Scott, Hiltons Vice President für F&B-Konzepte, über die Hintergründe für diese Pläne. Dieser Sinneswandel ist auf die jüngste Rezession zurückzuführen, in der die Reisespesen stark gekürzt wurden und viele Business-Gäste auswärts essen gingen. «Sie haben sich daran ge-

wöhnt und die entsprechenden Zeit- und Kostenvorteile schätzen gelernt – das wollen sie heute nicht mehr missen», so Scott weiter. Hinzu komme: «Der Business-Reisende will heute an einem Tisch sitzen, wo er eine Steckdose für seinen Laptop findet und wo er neben seiner Computer-Arbeit essen und trinken kann – aufwendiger Service ist eher unerwünscht», weiss Scott aus Hausinternen Untersuchungen.

Der einzige Service-Kompromiss, den man bei den neuen



Das Frühstück wird am Buffet nach individuellen Wünschen zusammengestellt: das Hilton-Konzept «Brickstones Grill».

Konzepten eingehen will, ist ein «Bring-Service. Der Gast bestellt am Buffet und bezahlt anschliessend an der Kasse, wo er eine Zuordnungsnummer erhält. Ein Mitarbeiter bringt Essen und Getränke anschliessend an seinen Tisch.

Hoteliere sind aus Kostengründen eher kritisch eingestellt

Diese Art Konzepte befinden

sich bei Hilton

aber noch in

einem frühen Stadium, was auch

daran liegt, dass

sich viele Hoteliere

dagegen ausgesprochen

haben. Sie weigern sich

vor allem, die hohen

Umbaukosten zu tragen,

die letztlich zu einer kleineren

Gastreue führen. Beth

Scott aber verteidigt ihren

Standpunkt. Marktfor-

scher und sogar die grossen

Chefs sehen im Casual-

Dining eine grosse Zukunft. Hier-

zu verweist sie auf die Food

Hall von «Todd English» im New

Yorker Plaza Hotel und auf Mario

Batalis «Eataly» am New Yorker

Madison Park. Hilton arbeitet

aktuell mit Hochdruck an

entsprechenden Konzepten,

von denen sich aktuell folgende

in der Erprobung befinden:

In Herb n' Kitchen at Hilton

zum Beispiel wird es frische und

frisch zubereitete Gourmet-

Gerichte geben. Angebote und

Einrichtung sind vergleichbar

mit den Konzepten von «Dean &

Deluca» und «Whole Foods», wo

man Einblick in die Küche hat

und in einer unkonventionellen

Umgebung sitzt. Bislang gibt

es erst einen Betrieb davon im

Hilton Chicago auf

der Michigan Avenue. Laut Beth Scott brummt der Laden dort, und er hole nicht nur die Hotelgäste zurück, sondern locke im hohen Masse auch Nicht-Hotelgäste an. Ein zweiter Betrieb davon soll im März im 2000 Zimmer grossen Hilton in New York eröffnet werden, wo er von mehreren Konkurrenzbetrieben von «Dean & Deluca» und «Whole Foods» umgeben sein wird.

Geplant: 800 Self-Lokale

Ein weiteres

Konzept ist Made

Market at Double

Tree. Hierbei handelt

es sich um einen

Gastro-Pub mit

Steinofen-Gerichten.

Morgens gibt es

Kaffee, Espresso,

Cappuccino mit

verschiedenen

Kuchen, abends

Pizza mit verschieden

Fassbieren. Die

Einrichtung ähnelt

einem Wohnzimmer

mit Couch,

Sessel und kleinen

Essecken. Der

erste Betrieb soll

demnächst im

Double Tree Tulsa,

im US-Staat

Oklahoma, eröffnen.

Brickstones Grill at Embassy Suites ist ein Konzept, das einfache und preiswerte Grill-Gerichte anbietet. Die Sitzplätze sind von Backsteinwänden und dunklem Holz umgeben. Die Frühstücksgesche werden direkt am Buffet nach individuellen Wünschen zubereitet.

Hilton will 800 solcher Restaurants in den nächsten drei Jahren starten. Über die geografischen Bereiche und die Reichweite schweigt man sich derzeit noch aus. Weltweit gibt es 300 Double Tree und 200 Embassy Suites Hotels.



«Bei Geschäftsreisenden ist aufwendiger Service heute eher unerwünscht.»

Beth Scott
Vice President F&B-Konzepte Hilton

POMMES FRITES AUS DER REGION

Bärner Frites, Züri Frites und Frites Région Léman:

Die beliebteste Beilage der Schweizer jetzt neu aus 100% regional angebauten Kartoffeln und 100% hochwertigem Schweizer Sonnenblumenöl. Frei von allergenen Zutaten und Konservierungsstoffen. Wie hausgemacht – dank Schale und unverwechselbarem Schnitt.



Bärner Frites

«KADI terroir ist gut für unsere Region. Da mache ich gerne mit.»

Michael Probst
Landwirt
Koppigen BE



Züri Frites

«Züri Hardöpfel für Züri Frites – das liegt nahe.»

Patrick Meier
Landwirt
Alten ZH



Frites Région Léman

«KADI terroir wertet das Produkt Kartoffel entscheidend auf.»

Eric Joly
Landwirt
Longirod VD



100%

Kartoffeln aus der Region
Schweizer Sonnenblumenöl



Mehr Infos unter: www.kaditerroir.ch

KADI
Swiss Premium Quality

150 Zürcher Gastrobetriebe ermöglichen mit «Hahnenburger» Trinkwasserprojekte

2013 soll die Idee des Vereins Drink & Donate schweizweit unter dem Namen «CH₂O – Schwiizerwasser» Fuss fassen.

Einen Check von 113'000 Franken hat der Verein Drink & Donate den Hilfsorganisationen Helvetas, Skat und Waterkiosk übergeben. Diese Spendengelder kamen 2012 durch die Aktion «ZüriH₂O – Züriwasser» zusammen, an der bereits rund 150 Gastrobetriebe in Zürich und Umgebung beteiligt sind. Unter dem Motto «Wasser trinken und Trinkwasser spenden» haben sie ihren Gästen Schweizer Leitungswasser anstelle von auf dem Strassenweg transportiertem Markenwasser zu einem fairen Preis angeboten. Von den daraus resultierenden Einnahmen erhielt «Drink & Donate» einen Spendenfranken pro halben Liter Wasser. Die Spenden

werden vollumfänglich für die Realisierung von Trinkwasserprojekten in Entwicklungsländern verwendet. So wurden seit dem Startschuss der Aktion über 200'000 Franken eingenommen und mehrere Brunnenbauprojekte finanziert; rund 3000 bedürftige Menschen erhielten Zugang zu sauberem Trinkwasser. Im neuen Jahr soll die Idee unter dem Namen «CH₂O – Schwiizerwasser» auch national Fuss fassen: Für 2013 werden schweizweit Gastronomiepartner gesucht, die sich an dieser Idee beteiligen wollen.

www.zh2o.ch



«Köpfe 2012» Eine lange Karriere in der Hotellerie geht zu Ende: Kurt Ritter, CEO von Rezidor tritt zurück. Der Berner Oberländer wurde jüngst für sein Lebenswerk geehrt.

SABRINA GLANZMANN

Kurt Ritter, tritt es sich mit einem «Lifetime Achievement Award» im Rücken leichter in den Ruhestand? Das ist natürlich eine schöne Anerkennung, die meinen Rücktritt zweifellos «versüssigt». Aber eigentlich gehört sie dem ganzen Rezidor-Team. Das sage ich jetzt nicht nur anstandshalber, weil sich das so gehört. Ein Orchester wäre ja auch nicht gut, wenn nur der Dirigent gut wäre. Das ist in der Hotellerie selbstverständlich nicht anders.

Als «Dirigent» haben Sie aber einiges bewirkt: Das Rezidor-Portfolio stieg unter Ihrer Leitung von 17 auf 430 Häuser. Als ich übernahm, kämpfte das Unternehmen gerade mit 450 Mio. Dollar Verlust aus dem Kauf des 40-Prozent-Anteils von Intercontinental Hotels. Als wir dann 1994 eine schwarze Null schrieben und der Deal mit Carlson zustande kam, hatte ich immerhin einen Prospekt mit 350 Hotels in der Hand. Das gab eine gewisse Stütze und Selbstbewusstsein, wenn ich Eigentümer traf, die einen Operator suchten. Denn ich hatte gerade am Anfang keine andere Wahl, als etwas naiv



«Jetzt freue ich mich auf «richtiges» Reisen»: Kurt Ritter, Noch-CEO von Rezidor, hier im Radisson Blu Royal Hotel, Kopenhagen. Bilder zvg

«Naiv und mutig»

und mutig zugleich an die Sache heranzugehen. Das hat langfristig Erfolg gebracht.

Was meinen Sie damit? Nun, wenn am Rande des Verhandlungstisches eine

Hilton-Broschüre lag, brauchte es schon etwas Bluff, um unsere kleine skandinavische Firma anzupreisen. Aber wenn ich «Our brand is the brand!» sagte, meinte ich das auch so, ich glaubte immer an unsere Produkte. Das konnte ich in den Verkaufsgesprächen wohl überzeugend vermitteln. Und wenn das nur leere Worte gewesen wären, hätten wir heute nicht über 100 neue Häuser in der Pipeline. Das macht mich schon stolz.

Seit einigen Jahren fokussiert Rezidor auf Russland, GUS-Staaten und Afrika. Auch 2013?

Ja, das sind zentrale Märkte. Dort lässt sich eine «Asset-light»-Wachstumsstrategie, wie wir sie seit 1997/98 verfolgen, gut umsetzen; Managementverträge ohne Garantie sind in diesen Ländern und Regionen sehr gefragt. In Afrika zum

Beispiel haben wir heute 22 Hotels in Betrieb, 27 weitere sind in Entwicklung.

Stichwort Russland: Wie steht das Radisson Royal Hotel in Moskau zwei Jahre nach Eröffnung da?

Der Start war nicht ganz einfach, und wir wussten nicht, ob Radisson der richtige Brand an diesem Ort war oder ein Regent stimmiger gewesen wäre. Und die komplizierten Visa-Bedingungen erschweren die Bedingungen für das MICE-Geschäft in diesem Land. Mit der Auslastung bin ich jetzt zufrieden – gut war auch, dass wir die Themenrestaurants outsourcet haben und diese von vielen guten Operatoren

gemanagt werden. Das kommt dem Hotel natürlich zugute.

Zum Brand Missoni: Er stagniert bei den zwei Häusern in Edinburgh und Kuwait...

Ja, über diese langsame Entwicklung sind wir enttäuscht. Das Problem ist, dass wir nach der Konzeptentwicklung mit Missoni das erste Haus 2008 eröffnet haben: mitten im Downturn. Eine Luxusmarke in diesem Jahr zu lancieren, war Gift. Die beiden Hotels laufen zwar sehr gut, und das Interesse von Design- und Architektenkreisen ist nach wie vor gross. Aber ein weiterer Ausbau ist momentan kein grosses Thema.

Was ist Ihr ganz persönliches Thema ab Januar 2013?

Ich stehe meinem Nachfolger Wolfgang M. Neumann noch drei Monate zur Seite und reise mit ihm nach Afrika und in den Nahen Osten. Dann werde ich für Carlson als strategischer Berater arbeiten und habe auch einige Verwaltungsratsmandate.

Noch immer keine Ruhe also?

Doch, ich freue mich auf Wanderungen mit meiner Frau im Berner Oberland und auf unsere Pferde auf dem Gestüt in Frankreich. Und auf «richtiges» Reisen: Ich war vermutlich schon überall auf der Welt, aber habe nicht viel gesehen. Das wird sich jetzt ändern.



Sie freuen sich mit Kurt Ritter (2. v. l.) über den Titel «Hotel Group of the Year» für die Carlson Rezidor Hotel Group (v. l.): Trudi Rautio, Präsidentin und CEO von Carlson, Georges Panayotis, Präsident und CEO MKG Group, und Simon Vincent, Hilton.

Serie Das waren unsere «Köpfe 2012»

Der Berner Oberländer Kurt Ritter (65) ist seit 1989 Präsident und CEO der Rezidor Hotel Group. Diese verfügt mit den Marken Radisson Blu, Park Inn by Radisson und Missoni über mehr als 430 Häuser in Betrieb oder in Entwicklung – rund 95 000 Zimmer in 70 Ländern in Europa, im Nahen Osten und in Afrika. Das Unternehmen ist seit Anfang 2012 Mitglied der Carlson Rezidor Hotel Group, welche an den Worldwide Hospitality Awards 2012 «Hotelgroup of the Year»

wurde. An den European Hospitality Awards 2012 in London konnte Kurt Ritter den «Lifetime Achievement Award» entgegennehmen, bevor er am 1. Januar 2013 an seinen Nachfolger Wolfgang M. Neumann übergibt.

Ritters Karriere begann im «Beausite» in Interlaken als Hotelierssohn. Er besuchte die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL); es folgten Stationen im «Bellevue Palace» Bern und bei Ramada International Hotels. 1976 begann der Hotelier bei Rezidor (damals noch SAS Inter-

national Hotels). Er ist in dritter Ehe mit seiner Frau Lara Ritter verheiratet und hat drei Kinder. Zu den Schlüsseldaten seiner Laufbahn gehört das Master Franchise Agreement mit Carlson Hotels Worldwide, aus dem 1994 Radisson SAS hervorging.

Das Interview mit Kurt Ritter ist der letzte Beitrag der Serie «Köpfe 2012». Darin stellten wir Persönlichkeiten mit Branchenbezug vor, welche 2012 mit einer Auszeichnung oder einem Wettbewerbserfolg von sich reden gemacht haben. Im Rahmen von

«Köpfe 2012» sind Portraits und Interviews mit folgenden Personen erschienen: Hotelier Jonas A. Schürmann (htr vom 25.10.), die Köche Otto Koch (ebenfalls 25.10.), Heiko Nieder (1.11.) und Daniel Humm (22.11.), der Verein Eternity (8.11.), die Réceptionistin Kathleen Hohl (15.11.), die Restaurationsfachangestellte Noemi Kessler und die Köchin Julia Scheuber (29.11.), Confi-seurin Daniela Schmid (6.12.) sowie Monika und Andreas Rüde mit ihrem «Fasshotel» in Trassadingen (13.12.). sag

Tourismus

Master-Studium «Excellence in Food» bewilligt

Das Weiterbildungskonzept «Excellence in Food» hat vom Fachhochschulrat des Kantons Zürich die offizielle MAS-Zulassung erhalten. Angeboten wird der Master-Studiengang von zwei Wädenswiler Instituten der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Kooperation mit dem Verein Foodward. Ziel dieses Studiums ist es, gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Themen im Lebensmittelsektor zu vernetzen. Es umfasst neben der Abschlussarbeit fünf CAS-Kurse in den Bereichen Finanzen/Logistik, Soziologie/Ernährung/Gesundheit, Qualität, Nachhaltigkeit und Marketing/Verkauf.

Toggenburg Tourismus startet Freitag-Aktion



Bergbahnen, Hoteliers und der Tourismus der ganzen Region Toggenburg starten mit «Happy Friday» und «Happy Weekend» eine besondere Aktion: Ab 21. Dezember profitieren die Gäste jeden Freitag und an den Wochenenden von Ermässigungen auf die Tageskarte. Restaurants warten mit Apres-Ski- und Gourmet-Angeboten auf und Partner-Hotels bieten Übernachtungspauschalen mit 30 Prozent Rabatt an.

www.happyfriday.ch

News

Mobile-App für öffentlichen Verkehr im Wallis

Als erster Kanton der Schweiz hat das Wallis eine App lanciert, die Informationen von sämtlichen kantonalen Verkehrsdienstleistern beinhaltet. Die Gratis-Applikation «VS Mobility» liefert Echtzeitinformationen über den öffentlichen Verkehr im Wallis sowie im angrenzenden Genferseengebiet und ist in den Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch erhältlich. Die Funktion wird vorerst auf den Postautolinien und für die Gemeinden Monthey, Collombey-Muraz, Martigny, Sitten und Brig zur Verfügung stehen. Weiterentwicklungen sind bereits in Planung: Die App soll auf weitere Gemeinden ausgeweitet werden und auch Auskunft zu kulturellen und touristischen Angeboten liefern. Ab 2013 kann mit der Funktion zusätzlich nach Anschlussverbindungen gesucht werden.

impressum

htr hotel revue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1992

Herausgeber/Editeur
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Ressortleiter/innen:
aktuell: Daniel Stampfli/dst
fokus: Christine Künzler/chk
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag
cahier français: Alexandre Caldarac/a
Redaktion: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tb; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo (AD)
Korrektorat: Paul Le Grand
Volontärin: Salome Müller/sml

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

Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Häni
Stelleninserate: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,
Michael Müller
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.

Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, verkaufte Auflage: 9476; Gratisauflage: 811.
Leser: 85 000 (Studie Demoscope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.–, ISSN: 1424-0440

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

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

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

Joyeuses Fêtes!
Bellas Festas!
Frohe Festtage!
Buone Feste!



cahier français

htr hotel revue No 51/52 / 20 décembre 2012



Tourisme vaudois

Un guide veut contribuer au développement harmonieux du site Lavaux-Unesco.

page 22



Gastronomie

Stéphane Décotterd affirme sa conception de la cuisine au Pont de Brent.

page 23



Laetitia Bongard

Philippe Rubod, ici dans le salon du Grand Hôtel du Golf de Crans-Montana, estime que le client doit être replacé au cœur de toutes les préoccupations touristiques.

«Osons penser grand»

Philippe Rubod, directeur de Crans-Montana Tourisme, ose une remise en question du tourisme suisse. Il croit en un avenir basé sur le service, l'investissement et le marketing.

LAETITIA BONGARD

Philippe Rubod, quel regard portez-vous sur le tourisme suisse en cette fin d'année?
Mon constat est très simple. Depuis la fin des années 1960, la Suisse n'a enregistré aucune nuitée supplémentaire, contrairement au tourisme mondial qui a quadruplé. Stagner, dans un secteur en plein boom, c'est déjà régresser. Si la mesure de la performance se calcule en nombre de nuitées, la Suisse est donc en crise depuis 40 ans, avec une aggravation au cours des 4 à 5 dernières années. La situation est extrêmement préoccupante, mais pas nouvelle.

Quels remèdes préconisez-vous à cet endormissement du tourisme helvétique?
Le client doit absolument être replacé au centre de nos préoccupations, car c'est lui seul qui est créateur de valeur. Qui est-il, que veut-il, comment se comporte-t-il, que lui propose-t-on ailleurs? Le client fait la loi. Partout. Mais pour le satisfaire, il est urgent de mettre à jour nos infrastructures touristiques, aujourd'hui globalement obsolètes et de repenser nos standards de service.

La volonté d'investir des acteurs touristiques se heurte souvent au problème du financement.

La seule chose qui ne manque pas dans le monde aujourd'hui, ce sont les capitaux. Les idées sont en revanche plus rares. Les grandes banques suisses ne veulent plus financer l'hôtellerie – considérée comme un secteur peu rentable ou à risque. Par contre, des capitaux internationaux (fonds souverains, fonds immobiliers) ne demandent qu'à s'investir chez nous. Nous devons nous habituer à l'idée que le financement de notre développement touristique se fasse depuis le Qatar, les Etats-Unis ou la Chine.

Faut-il comprendre que l'avenir du tourisme est à l'Est?
L'avenir est dans la globalisation des investissements. Aux gouvernements, Suisse ou cantonaux, de créer des conditions-cadre favorables pour les attirer, après en avoir validé leur provenance. Il ne faut pas s'inquiéter que des capitaux étrangers financent notre tourisme, car nos infrastructures resteront physiquement chez nous. Le complexe hôtelier du Bürgenstock au bord du Lac des Quatre-Cantons, que j'ai dirigé durant trois ans, peut aujourd'hui connaître un nouvel âge d'or grâce à un fonds souverain du Qatar.

Et à plus court terme, quelles sont les mesures à privilégier?
Le seul levier sur lequel nous pouvons agir pour inverser la tendance, c'est le marketing. Vous pouvez avoir le meilleur produit du monde, sans le marketing, vous n'êtes rien. Le consommateur fait désormais confiance aux marques avant de faire confiance au produit. En Suisse, nous avons gravement

sous-estimé l'importance du marketing. Nous en payons aujourd'hui les conséquences.

Le marketing implique également des moyens. Votre proposition d'augmenter les taxes de séjour n'est pas très populaire...

On n'a, à ce jour, pas trouvé de meilleur moyen que de financer le marketing touristique par ceux qui consomment le tourisme. A Dubaï, Tokyo, New York, Londres, jusqu'à 20% de taxes s'ajoutent au prix de votre chambre. Je n'ai jamais entendu un seul client s'en plaindre. En

Valais, notre taxe hôtelière est si insignifiante (2,50 frs/nuit/client), que les hôtes ignorent majoritairement son existence.

«La seule chose qui ne manque pas dans le monde aujourd'hui ce sont les capitaux.»

Philippe Rubod
Directeur Crans-Montana Tourisme

parle pas de luxe. Prenez une montre Swatch ou un couteau Victorinox, deux produits de grande consommation. Voyez-vous des consommateurs contester leur prix? C'est donc

la perception du rapport prix-qualité qui est au centre du débat.

Voyez-vous un déséquilibre dans ce rapport?

La Suisse a bâti sa réputation touristique sur l'innovation, l'accueil et le service. Aujourd'hui, elle ne se distingue plus sur ces trois piliers. La Suisse étant perçue comme une destination chère, nous avons l'obligation d'offrir à nos clients un service supérieur, quelle que soit la catégorie. Il nous faut donc placer la flexibilité du service au cœur de notre modèle: plus d'horaires pour prendre les repas, profiter de la piscine de l'hôtel ou des pistes de ski, pouvoir réserver et annuler à la dernière minute. Pour le

Parcours

Le luxe hôtelier au service du tourisme

Directeur de Crans-Montana Tourisme depuis 2011, Philippe Rubod a consacré plus de 30 ans de sa carrière à l'hôtellerie. Il a dirigé à Genève l'Hôtel Richemond et l'Hôtel d'Angleterre, dont il a assuré la rénovation et la réouverture. Il fut à l'origine de la restructuration du Bürgenstock au bord du Lac des Quatre-cantons. Son parcours l'a également mené au Ritz-Carlton Doha au Qatar et au Palace Ras Al Khaimah, aux Emirats Arabes Unis.

L'invité de Philippe Rubod aime les défis

A notre demande, Philippe Rubod a choisi Jean-Daniel Clivaz, hôtelier à Crans-Montana, pour représenter la génération du tourisme de demain. Il est connu dans la station pour «sa bougeotte créative», son attachement à la vie villageoise, sa passion du ski.

Fils d'hôtelier, il a épousé une hôtelière. L'Hôtel Olympic qu'ils dirigent ensemble, un trois étoiles d'une vingtaine de chambres, appartenait à son beau-père. Jean-Daniel Clivaz incarne donc l'hôtellerie familiale milieu de gamme, un segment réputé difficile. «Pour s'en sortir, nous devons nous diversifier, offrir un produit complet». Au restaurant et au bar de l'hôtel rénovés, il a ajouté deux restaurants d'altitude et développé un service traiteur. Un moyen également de «garder les compétences pendant toute l'année».

Jean-Daniel Clivaz recherche le défi, «c'est ce qui le rend optimiste». Selon lui, «la situation n'est pas plus difficile qu'avant, mais tout le monde est devenu plus frileux. Les organes de prêt, les jeunes». Et pourtant il croit fermement en l'avenir de l'hôtellerie dans sa station, évoque le déséquilibre entre résidences secondaires et hôtellerie.

Il croit à un retour à une économie plus traditionnelle. «On peut trouver un niveau de rendement suffisant pour donner l'envie aux jeunes de se lancer. L'hôtellerie est une source de revenu sûre, grâce à ce côté humain, et donc valorisant. Avec du cœur et un minimum d'intelligence, un prestataire touristique s'en sortira toujours».

L'investissement comme une nécessité. «Un hôtelier prêt à investir a de fortes chances d'augmenter son taux d'occupation et

son chiffre d'affaires.» Il parle en connaissance de cause. Il y a un an, il a rénové toutes ses chambres pour 1,5 million de francs. «Ce fut salutaire: notre chiffre d'affaires a augmenté de 50%, notre taux d'occupation de 17%».

Jean-Daniel Clivaz relève le manque de clarté de la politique touristique sur le Haut-P Plateau et d'une promotion économique allant dans ce sens. «Nous avons pris 20 ans de retard», analyse-t-il. Que le franc fort soit sans cesse évoqué pour nier une crise structurelle le gêne. «Zermatt par exemple, ne doit pas son succès qu'au Cervin, mais à la centaine d'hôteliers qui se battent tous les jours. Pas forcément parce qu'ils l'ont voulu, mais parce

qu'on ne leur a pas laissé le choix.»

Jean-Daniel Clivaz estime que la culture touristique doit être à nouveau enseignée à la population locale, dans les écoles. Il prône le «bon sens touristique», des projets offrant de la pérennité et créant du flux.



Jean-Daniel Clivaz, dir. Hôtel Olympic.

En bref

Suisse

Quand la gare retrouve son nom

Les CFF reviennent aux fondamentaux. Ils renoncent aux marques «Rail City» et «Gare et plus». Ces marques seront progressivement remplacées par la désignation «Gare» dans le courant de l'année 2013. Les CFF désigneront les gares par leur nom, y compris pour ce qui concerne les prestations commerciales et de service. Ils renforcent leur logo et continuent de gérer l'offre en place sous la marque CFE.

Vaud

Nouveau système de skibus



Rougemont, Saanen et Gstaad proposent dès le 22 décembre un nouveau système de skibus gratuit. Ils partiront toutes les 15 minutes aux stations inférieures des remontées mécaniques. Ils seront connectés avec le Golden Pass. Les communes de la région s'associent au financement de ce nouveau système.

aca



Le Groupement professionnel des restaurateurs et hôteliers genevois vient de signer un partenariat avec hotelleriesuisse.

Un nouveau partenaire

Un accord de partenariat vient d'être signé entre le Groupement des restaurateurs et hôteliers genevois et hotelleriesuisse. Il réjouit les deux parties.

ALEXANDRE CALDARA

Le Groupement professionnel des restaurateurs et hôteliers genevois (GPRH) vient de signer un accord de partenariat pour devenir membre en tant que groupe d'hotelleriesuisse, à partir du premier janvier. Une façon pour cette organisation dissidente de la Société des cafetiers et restaurateurs de Genève, membre de Gastrosuisse, et autonome depuis mars dernier, de retrouver une appartenance à une association professionnelle au niveau national. Secrétaire de ce groupe, qui comprend 50 restaurateurs et deux hôteliers, Jean-Pierre Bedonni ne cache pas sa satisfaction: «Nous avons trouvé un très bon terrain d'entente

avec les représentants d'hotelleriesuisse. Un petit groupe très humble ne peut pas rêver mieux que de pouvoir bénéficier du poids et des compétences d'une association comme hotelleriesuisse au niveau national.» Selon l'accord, il n'existe pas d'obligation pour les membres du GPRH de s'affilier auprès d'hotelleriesuisse.

«Engagement pour la branche»

Responsable des membres auprès d'hotelleriesuisse, Thomas Allemann précise: «Nous sommes ouverts à toutes et tous. Le GPRH devient membre comme une autre entreprise qui partage nos buts et nos visions.» Selon Thomas Allemann, les restaurateurs peuvent s'y retrouver: «Deux tiers des services que nous offrons sont les mêmes pour les hôtels et les restaurants. 90% de nos membres pratiquent aussi la restauration. C'est très profitable en termes de formation et de formation continue. Quant à notre engagement politique, il est en grande majorité au service de l'ensemble de la branche et au cœur du tourisme.» Pour le GPRH, cette demande complète celle entreprise l'année

dernière pour devenir membre de la Fédération des entrepreneurs, section Genève. «Nous y avons notre siège officiel et profitons de leur encadrement professionnel, notamment de leur secrétariat. Nous pouvons bénéficier de relais au niveau de la politique cantonale», déclare Jean-Pierre Bedonni. Notamment dans différentes commissions comme celle du tourisme où le GPRH a postulé pour obtenir un représentant.

Jean-Pierre Bedonni
Secrétaire du GPRH

Le choix de quitter la Société des cafetiers et restaurateurs de Genève a été prise en réaction à la situation commerciale particulière de la ville: «Une des villes au contexte le plus concurrentiel de Suisse, avec une très grande pression et compétitivité dues au côté international, au melting-pot, au dynamisme que cela offre.»

Nouvel acteur genevois à part entière, le GPRH prend déjà part à la réflexion préalable pour la révision complète de la loi cantonale sur l'hôtellerie, la restauration et la vente d'alcool: «Un outil de défense et d'évolution nécessaire qui doit être adapté aux besoins de notre profession.»

ANNONCE

Michel®

LA PASSION DES FRUITS, DEPUIS 1929

-.15
en moins
33cl PET



Commandez !
Tout l'assortiment
Michel en action.

-.20
en moins
75cl PET



-.20
en moins
100 cl verre



-.10
en moins
20 cl verre



-.20
en moins
75 cl verre



Action du 3 au 21 décembre 2012 chez votre grossiste en boissons

Village de vacances du Seeland en terre Anker

Un pas important pour le projet de village de vacances dans le jardin maraîcher du Seeland. Son emplacement a été trouvé. Ce sera Anet, le lieu de naissance d'Albert Anker.

MIROSLAW HALABA



«Nous estimons que le site pourrait accueillir 50 000 visiteurs par an.»

Camille Kuntz
Coordinateur du projet

Le Seeland, un des deux pôles de la région Jura et Trois-Lacs, se cherche un icône touristique d'importance nationale. Il pense l'avoir trouvé avec l'aménagement d'un village de vacances offrant des activités liées à la culture maraîchère, dont le Seeland est le champion, et au jardinage. Placé sous l'égide de l'association seeland.biel/bienne, un projet est en cours depuis deux ans.

La commune abrite un des centres de séminaire du canton de Berne

Un pas important a été fait récemment avec la désignation de l'emplacement de ce village. Quatre localités étaient en lice et c'est finalement Anet, village natal du célèbre peintre Albert Anker, qui a été choisi. Un choix judicieux qui devrait faciliter les

démarches ultérieures, puisque Anet abrite l'Inforama Seeland, un des six centres de formation et de séminaire du canton de Berne.

«Nous pourrions utiliser une partie des infrastructures et des surfaces disponibles qui se trouvent à proximité», indique Camille Kuntz, coordinateur du projet et maire sortant de Möri-gen, commune qu'il a dirigé durant quatorze ans.

Les Auberges de jeunesse suisses pourraient l'exploiter

Ce choix aura une influence notable sur le budget global du projet, puisqu'il ramènera ce dernier de 30 millions à quelque 18 à 20 millions de francs. Un exploitant a, par ailleurs, aussi été trouvé, à savoir: les Auberges de jeu-

nesse suisses. Divers travaux seront entrepris sur le site qui, insiste Camille Kuntz, conservera ses fonctions actuelles. Ainsi, la capacité de la partie hôtelière sera adaptée aux standards des Auberges de jeunesse suisses et passera de 50 à 120 lits.

Des maisonnettes de vacances d'une capacité de 150 lits

La cuisine et les espaces publics, qui seront utilisés pour l'organisation de manifestations et d'expositions, seront modernisés.

Il est prévu d'aménager sur les terrains encore disponibles des maisonnettes de vacances de diverses grandeurs offrant une capacité totale de 150 lits.

L'aménagement pourrait débuter en 2015-2016

Les prochaines étapes du projet comprennent l'élaboration de l'étude de faisabilité, dont les conclusions devraient être livrées ce printemps, et le plan de financement. «Nous devons mener des pourparlers avec les directi-

ons cantonales de l'économie et des travaux publics pour régler l'exploitation du site», note Camille Kuntz. Si le projet passe ces différentes étapes, l'aménagement débuterait en 2015-2016.

Quant à l'ouverture, elle pourrait se faire en 2017 ou 2018 et être liée à l'exposition nationale en discussion «Grün 18». «Nous estimons que le site, qui serait ouvert tous les jours, pourrait accueillir quelque 50 000 visiteurs par an, dont une bonne part serait formée d'écoliers et de familles.»

En bref

Suisse

Les Auberges de jeunesse adhèrent à hotelleriesuisse

Les Auberges de jeunesse suisses rejoignent l'association faîtière hotelleriesuisse au 1er janvier 2013. Les 45 auberges (5500 lits) seront intégrées à la catégorie «Swiss Lodge», une catégorie créée début 2011 et qui compte plus de 100 établissements. «Les Auberges de jeunesse suisses nous permettent de couvrir un segment important, qui s'est fortement développé ces dernières années», note Christoph Juen, CEO d'hotelleriesuisse, dans un communiqué. Fredi Gmür, CEO des Auberges de jeunesse suisses, relève la volonté des deux partenaires d'offrir aux hôtes ce qu'il y a de meilleur. lb

ANNONCE



Anet situé au cœur du jardin maraîcher du Seeland a été désigné pour accueillir le projet de village de vacances.

Le site de Genève Tourisme & Congrès sera plus axé sur la promotion urbaine

Un contenu actualisé en temps réel et des offres hôtelières plus faciles à trouver espère GT&C.

Genève Tourisme & Congrès (GT&C) transforme son site d'information en un site de promotion de la destination. Les objectifs de cette nouvelle plate-forme: «Inciter les visiteurs à venir à Genève en leur proposant de nouveaux produits touristiques urbains et faciliter la tâche des touristes en leur fournissant des informations utiles pour leur séjour.»

Le but de ce nouveau site est d'offrir une navigation plus fluide et intuitive, son contenu sera désormais actualisé en temps réel. Plus faciles à trouver seront les produits touristiques, comme les offres hôtelières. Genève espère se positionner clairement non seulement comme destination «loisirs city break», avec sa rubrique week-end, mais s'adresser aussi aux marchés lointains avec un choix de thématiques fortes. Ces thématiques sont mises en valeur avec le concept des Geneva Amazing Experience déclinées sur dix Geneva Pocket Maps, elles



Genève Tourisme a dynamisé son site internet.

suggèrent une découverte de Genève sous des aspects inattendus. L'évolution du site se poursuivra pendant 2013 avec sa mise à disposition, en plus de langues. Les visiteurs peuvent faire des suggestions ou compléter certaines informations en écrivant à request@geneve-tourisme.ch.

www.geneve-tourisme.ch

KADI
terroir
d'ici pour ici



POMMES FRITES DE LA RÉGION

Des frites bernoises, des frites zurichoises et des frites de la région du Léman:
l'accompagnement préféré des Suisses, nouvellement à partir de pommes de terre entièrement cultivées dans chacune des régions et d'une huile de tournesol suisse de première qualité. Exemptes de tout allergène et de tout conservateur. Comme fait maison – grâce à la peau et à une coupe très caractéristique.



Frites bernoises
«KADI terroir est bon pour notre région. Je participe volontiers à cette démarche.»
Michael Probst
Koppigen BE



Frites zurichoises
«Des pommes de terre zurichoises pour des frites zurichoises – cela tombe sous le sens.»
Patrick Meier
Alten ZH



Frites Région Léman
«KADI terroir revalorise de manière décisive le produit pomme de terre.»
Eric Joly
Longirod VD



100%

Pommes de terre de la région
Huile de tournesol suisse



Plus d'informations sous: www.kaditerroir.ch

KADI
Swiss Premium Quality

En bref

Valais**L'entité de promotion au complet**

Valais/Wallis Promotion a tenu sa première assemblée générale lundi, à Viège, devant près de 200 membres. Après avoir revu en détail les objectifs de l'entité, elle a élu les quatre derniers membres du comité, désormais au complet avec 8 membres. La nouvelle structure sera opérationnelle au 1er janvier 2013. Une des premières tâches sera de désigner le nouveau directeur. lb

Neuchâtel**Une pétition pour maintenir la ligne**

ldd

Une pétition en faveur du maintien de la ligne TGV reliant Berne à Paris a été lancée mardi, à Neuchâtel. Elle émane des autorités de la Ville et du canton ainsi que de la municipalité de Pontarlier en France voisine. La mobilisation comprend également des représentants des milieux touristiques, économiques et culturels. aca

Bon usage du paysage

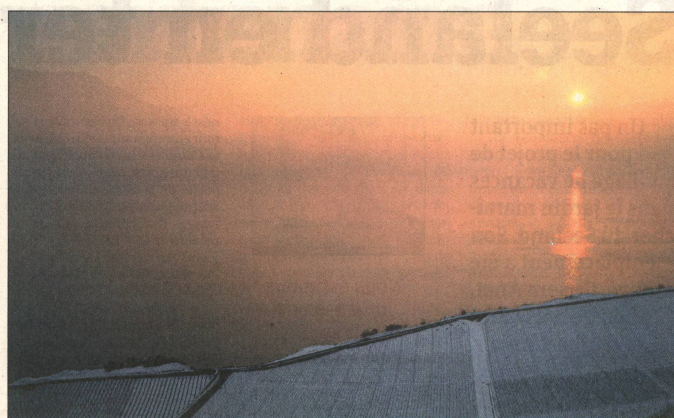
Un guide pour une identité paysagère et architecturale concertée sur le site Lavaux-Unesco vient de paraître. Un document certes technique mais percutant pour le tourisme.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'est une première en Suisse ainsi que sur les sites européens reconnus comme partie du patrimoine mondial de l'humanité. La Commission intercommunale de Lavaux (CIL) a publié un document précis et fouillé an-

noncé comme «Guide pour une identité architecturale et paysagère concertée». Il est disponible en version papier ainsi que téléchargeable sur le site www.lavaux-unesco.ch, à l'intention du public, mais surtout des décideurs (autorités, architectes, propriétaires) intervenant en termes de construction, de rénovation et d'aménagement.

Deux ans de travaux de spécialistes et 200 000 francs, dont 20% pris en charge par l'Office fédéral de la culture, ont été nécessaires à sa finalisation. Ce guide non contraignant, mais efficace et convaincant, se veut une base incontournable de travail pour toute personne concernée par le développement harmonieux de la région; de tout ce qui peut, et devrait, être fait en matière de développement des bourgs et villages du périmètre, sans oublier de traiter des fameux murs en



Swiss-image

Le guide qui vient de paraître a pour but de préserver durablement la beauté du site Lavaux.

Un Espace Lavaux pourrait bientôt voir le jour entre Epesses et Rivaz

Au chapitre des réalisations plus traditionnelles, notons que le site de Lavaux pourrait bientôt disposer d'une Maison de Lavaux ou d'un Centre culturel de Lavaux. La dénomination n'en est pas encore déterminée. Cet espace pourrait abriter des expositions temporaires et permanentes de même que d'autres activités, encore à imaginer. Il prendrait

place au Clos des Moines, une grande maison vigneronne fortifiée située à mi-coteau dans l'étroite bande du Dézaley entre Epesses et Rivaz, propriété, avec le domaine qui l'entoure, de la Ville de Lausanne. Les négociations sur les modalités d'hébergement de cet Espace Lavaux sont en cours. Elles seraient même très avancées selon la volonté des deux partenaires. jje

pierre sèche. Hasard d'un calendrier fixé dès 2007, «il tombe à point nommé pour tenter de contrer les partisans de l'initiative Sauver Lavaux III (lancée en 2009) quelques mois avant que les citoyens du canton n'aient à se prononcer», admet volontiers Maurice Neyroud, président de la CIL.

Essentiellement descriptif et technique, le guide n'a en soi rien à voir avec le tourisme. Une déduction trompeuse cependant. Gestionnaire du site Lavaux-Unesco, Emmanuel Estoppey,

qui a participé à son élaboration aux côtés de spécialistes et des autorités le souligne: «Tout ce qui peut avoir une incidence sur le paysage, sur les aménagements des bourgs et villages peut véhiculer une image sereine et attrayante de la région». Il en va ainsi des célèbres terrasses, de leurs murs, des façades, des toitures même, comme de l'intégration des formes. Et aussi de ce que les spécialistes appellent le «patrimoine mineur», c'est-à-dire qu'il n'est pas répertorié, ni classé au titre de patrimoine.

Or, ce «petit» patrimoine, note Oliver Martin, de l'Office fédéral de la culture «participe lui aussi - oh combien! - du charme d'un lieu, d'une rue, d'une placette, d'un escalier.» En ce sens, c'est bien la première image qui paraît aux yeux du visiteur, du touriste résidant quelques jours dans la région ou de l'excursionniste du week-end. C'est l'un des mérites de ce guide que de le souligner, de l'expliquer et de l'illustrer surtout qu'il n'exclut aucunement les aménagements et l'architecture contemporains.

ANNONCE

htr hotel revue

*Chères lectrices, chers lecteurs,
Chers annonceurs, chers clients*

Nous vous remercions sincèrement de la confiance que vous avez témoignée cette année à l'égard de notre journal, de notre portail d'informations et de notre magazine.

Nous vous souhaitons à vous et vos proches de joyeuses fêtes de fin d'année ainsi qu'une belle, heureuse et fructueuse nouvelle année.

La rédaction et l'édition



Stéphane Décotterd affine ses plats et glisse son caractère dans le menu. Il est à la tête, depuis deux ans, du Pont de Brent, mythique adresse de Gérard Rabaey.

ALEXANDRE CALDARA

J'aime beaucoup cuisiner et le fais à chaque service», lance Stéphane Décotterd, comme un cri du cœur. Il n'emploie quasiment pas la technique du sous vide à basse température qui permet aux chefs de déléguer. «Cette cuisine où il n'y a pas besoin de mâcher m'intéresse peu.» Son langage, la cuisine minute avec pour les viandes: poêlage, rôtissage, braisage. Du feu. Il utilise la basse température seulement pour certains poissons. Il aime les contrastes. Le croustillant comme celui qu'il recherche quand le tartare de Saint-Jacques, mariné au citron et à l'huile d'olive au caviar, repose sur un toast à l'encre de seiche et se laisse accompagner d'une émulsion sans crème. Une cui-



Stéphane Décotterd s'occupe de la salle.

Volant et marquant les repas

Un repas volant. Mais de quoi s'agit-il? Une première en tout cas la semaine passée, pour Stéphane Décotterd. A la demande de Relais & Châteaux, pour sa conférence de presse, le chef devait garantir des aliments chauds, dans des assiettes froides. Pour un repas où les convives restent debout et qui se termine à quatorze heures. Il a opté pour une miniaturisation de plats qui figurent à sa carte, tout en préservant l'équilibre avec la garniture.

Stéphane Décotterd ne propose pas quatre cartes par année, mais la change tout le

temps en fonction d'un produit qui ne peut pas attendre: «On suit toujours les saisons, c'est la dernière semaine pour la truffe blanche, ensuite on passe à la noire.» Il évoque son amour des champignons et la connaissance en la matière de son fournisseur Jean-François Casteu, à Chexbres, avec qui il part parfois en forêt le dimanche. En cette saison il ne lui ramène pas les trompettes de la renommée, mais les trompettes des Maures qu'il sert avec condiment au citron.

Il travaille le plus possible avec des producteurs locaux et n'oublie pas de les citer. L'été

les poissons du lac suivent les remous de Serge Guidoux, à Ouchy. Les légumes connaissent la terre de Raymond Forney, à Puidoux. Le beurre salé se laisse façonner par la laiterie-fromagerie du Crêt.

Un des repas marquant pour Stéphane Décotterd fut en Catalogne, à Sant Saloni, chez le regretté Santi Santamaria: «Une cuisine très goûteuse. Lapin, rouget, soupçon, apprêtés sans aucun repère de gastronomie française. Cela m'a abasourdi.» Au chapitre des complices romands de cuisine et de vie, il cite Damien Germanier du Botza, à Vétroz. aca

tion du Bocuse d'or 2009.» Où il terminera cinquième et qui le confortera dans la volonté d'accepter la reprise du restaurant. S'il doit définir la cuisine qu'il a apprise à confectionner avec le chef Rabaey: «On se concentrait sur le goût, avec des produits sans artifice.» Quant à la perte de la troisième étoile Michelin, Stéphane Décotterd relativise: «Je ne tenais pas spécialement à la conserver, c'était la sienne. Nos quinze employés travaillent en quête d'excellence, on va tout faire pour la récupérer avec le temps.» Il salue aussi la complicité avec son second Martial Facchinetti, originaire du Jura français. Ils collaborent ensemble depuis six ans.

A la reprise du restaurant, Stéphane Décotterd voulait surtout assurer. Maintenant il affine ses plats et y glisse son caractère. Il ose de douces incursions vers les

cuisines du monde, en proposant un homard breton avec un bouillon de curry rouge noix de coco et citronnelle. Il ne veut pas confiner la cuisine hivernale aux légumes oubliés: «J'aime introduire de la vivacité à cette saison.» Et quand l'esprit du couscous flotte avec ces citrons confits ce sera pour accompagner le lieu jaune. Il essaie un dessert au sirop d'érable. Au chapitre des héritages, il continue à apprêter le ris de veau et la grenouille. «On les trouve dans peu de restaurants de Suisse romande.» Le ris de veau s'acquitte avec les agrumes et les cuisses de grenouilles avec les truffes blanches.

Stéphane Décotterd jette des regards curieux envers les traditions helvétiques, originaire de Fribourg, il se dit émerveillé par la diversité phénoménale du menu de la Bénichon. Il accompagne le gibier de cuchaule et moutarde.

«J'aime introduire de la vivacité à cette saison.»

Stéphane Décotterd
Chef au Pont de Brent



Une dame de féra, un plat qui souligne les présentations très graphiques du Pont de Brent.

Photos:ld

Hiver vif sur le pont

Pêle-mêle

Relais & Châteaux progresse au niveau mondial

Relais & Châteaux a annoncé au Pont de Brent un chiffre d'affaires de ses filiales en hausse de 15,4% au niveau mondial. Par contre en Suisse et au Liechtenstein, il recule de 14%. Les fortes progressions se font hors de l'Europe avec +23% en Afrique, 20% aux États-Unis et au Canada, 19% en Amérique latine et 16% pour l'Asie et l'Océanie. Cette année 36 nouveaux membres adhèrent à Relais & Châteaux. Dans son guide 2013, il propose cinq nouvelles destinations.

www.relaischateaux.com

Edition spéciale, un blend pour Noël

Ballantine's se donne du malt et présente pour les fêtes de fin d'année un whisky de Noël en édition limitée. Maître blender, Sandy Hyslop a créé un mélange qui selon lui laisse «une impression de feu de cheminée, de biscuit de Noël et bourrasques de neige. Notes de raisins secs, de gâteaux aux fruits et pommes confites sont contrebalancées par des touches de caramel et de poires fraîches. Il peut se boire pur, sur glaces ou accompagné de sauces et confiseries. Ballantine's est le numéro un du scotch en Europe, avec 70 millions de bouteilles vendues par an. aca



Nouvel écrin pour le Food Studio du salon Sirha

L'espace Food Studio du salon Sirha accueillera les visiteurs dans un nouveau décor. Il sera divisé en quatre pôles thématiques: le rapport de confiance et l'information du consommateur; les sens, les émotions et les expériences gustatives; des formules «hyper-choix» en fonction des envies et des besoins de chacun; des présentations originales pour une consommation ludique. L'exposition intitulée «Food design», mêlant mode et cuisine, prendra également place dans cet espace. Le salon Sirha se tiendra à Lyon, du 26 au 30 janvier 2013. lb

www.sirha.com

RECEPTION

MA CHANCE Banque WIR

LE SUPPORT DES PME PAR EXCELLENCE

Le système WIR - une idée géniale

www.banquewir.ch
Tél. 0848 947 948



«Le temps des tièdes est révolu. Leur discours ne fait pas avancer Genève. Je revendique un style franc et clair.»

Sandrine Salerno Conseillère administrative. Lu dans la «Tribune de Genève».

24



Maya Guesthouse, à Nax, en Valais propose de dormir dans un bâtiment construit en bottes de paille. Une première en Suisse et en Europe pour une maison d'hôte.

Photos lld

Quand Maya a plus d'un tour dans sa botte

A Nax, dans le Val d'Hérens, le premier **hôtel en paille** de Suisse vient d'être inauguré. Vivre en harmonie avec la nature, à l'extérieur comme à l'intérieur, est un plaisir partagé.

OLGA YURKINA

Si le Maya Guesthouse en Valais n'a rien à voir avec la civilisation précolombienne, ce lieu a tous les ingrédients pour devenir un mythe. Un mythe moderne, celui d'une symbiose parfaite entre

l'homme et la nature, un gage du tourisme responsable. C'est qu'il s'agit de la première maison d'hôtes en Suisse et en Europe construite en bottes de paille. Elle se situe à Nax dans le Val d'Hérens, face aux montagnes dont l'une

porte ce nom envoutant de Maya. Une vue fantastique a conquis les cœurs de Louis et Lisa Papadopoulos qui cherchaient un endroit idéal pour réaliser leur rêve, un B & B familial et écologique. Le Maya Guesthouse vient d'ouvrir ses portes.

La technique ancestrale de construction en paille trouve son second souffle à la fin du 19e siècle avec l'apparition des bottes automatiques qui compriment les tiges dans des blocs résistants. A l'intérieur, les murs sont couverts d'argile qui régule l'humidité, à l'extérieur, protégés par la chaux. «La paille est non

seulement un matériau écologique, mais aussi un exceptionnel isolant naturel. La maison n'a besoin d'être chauffée que très peu», explique Lisa Papadopoulos. De vue, rien ne laisse deviner la substance des murs. Le bois, deuxième élément principal, habille la maison du sol au plafond et revêt

des formes fantaisistes dans le mobilier réalisé par un artisan du coin. Seuls les fragments de paille apparente dans la salle à manger et les chambres évoquent les origines du bâtiment, et la décoration cosy. Une palette de couleurs naturelles en écho au paysage: le brun de la terre, l'ocre du soleil



La paille ne se devine pas de l'extérieur.

AVIS MORTUAIRE

Pour clore l'année en beauté

Avec 420 000 visiteurs, **Montreux Noël** est devenu un événement incontournable de la région. Une aubaine pour les hôteliers.

«Le marché de Noël de Montreux génère entre 18 et 20 millions de recettes pour la région», se réjouit son président, Yves Cornaro. Les hôteliers de la région Montreux-Riviera sont au nombre des bénéficiaires. Patronne du Tralala Hôtel, Estelle Mayer remercie ce Père Noël événementiel: «Depuis novembre, nous affichons un taux d'occupation de l'ordre de 90%». Alors que certains hôtels, dans le passé, fermaient en décembre, les voilà qui drainent une part des 420 000 visiteurs qui affluent à Montreux.

Malgré une météo chancelante, «nous avons enregistré quatre gros week-ends et nous atteignons la fréquentation de 2011»,



Le **marché de Noël** de Montreux fait le plein de touristes étrangers.

estime Yves Cornaro. Pour Isabelle Resplindino, responsable marketing de l'Eurotel, l'effet marché de Noël est indéniable: «Nous sommes complets chaque week-end et nos résultats pour cette période de l'année sont excellents». Les hôteliers proposent des forfaits attractifs et les visiteurs, en provenance principalement d'Italie, d'Allemagne et de France, savent trouver le bon

filon pour réserver en ligne ou en passant par l'Office du tourisme. Sonia Francescato, gestionnaire centrale des réservations, constate que le forfait hôtel/train du Père Noël est un produit attractif, apprécié des familles. Un petit train qui fait un tabac puisque, d'ici au 24 décembre, le Goldenpass table sur 10 000 voyageurs à destination de la maison du Père Noël.

ldd

cj

*Il ne faut pas pleurer parce que cela n'est plus,
Il faut sourire parce que cela a été
Et espérer en ce qui sera.*

Madame et Monsieur Barbara et Philippe Goubert de Mercurio, leurs enfants David et Sarah, à Villeneuve-les-Avignon (France)
Monsieur et Madame Guy et Evelyne de Mercurio-Salm, leurs enfants Lionel, Elise et Margaux, à Saint-Gilles (France)
Monsieur et Madame Reto et Caroline de Mercurio-Barbezat, leurs enfants Lisa et Estelle, à Lutry
Monsieur Paul Barraud, à Lausanne
Madame Alfredo de Mercurio et famille, à Prilly

ainsi que les familles parentes, alliées et amies

ont la tristesse de vous annoncer le décès de

Madame Edith de Mercurio

leur bien-aimée mère, belle-mère, grand-mère, belle-sœur et amie, enlevée à leur tendre affection le 15 décembre 2012 dans sa 80ème année.

La cérémonie religieuse aura lieu à Lausanne le jeudi 20 décembre 2012 à 15.00 heures au centre funéraire de Montoie, Chapelle B.

Honneurs à 15.30 heures.

L'incinération suivra sans cérémonie.

Domicile mortuaire : Centre funéraire de Montoie, 1007 Lausanne.

Domicile de la famille : Reto de Mercurio, Av. William 10, 1095 Lutry

Pour honorer la mémoire de la défunte, un don peut être adressé à l'Armée du Salut, compte donateurs CCP-30-444222-5 ou compte bancaire IBAN CH41 0023 5235 5606

3601L, mention «Edith de Mercurio».

Cet avis tient lieu de lettre de faire-part.

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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

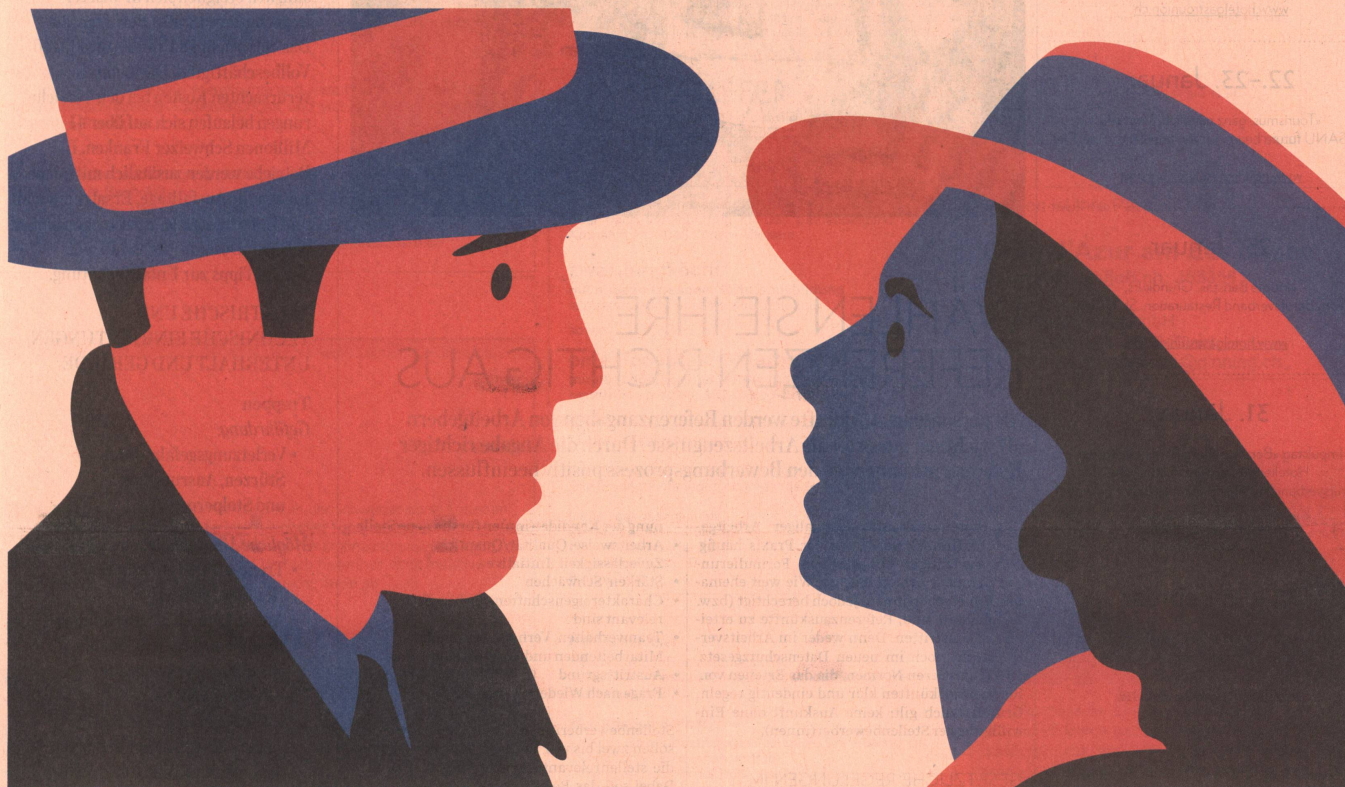
htr **hotel revue**

**HOTELLERIE“
GASTRONOMIE ZEITUNG**

Nr. 31/32 · 20. Dezember 2012

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

SCHAU MIR IN DIE AUGEN, KLEINES!

Ein Satz aus dem Kinovergnügen «Casablanca», der sofort erkannt wird. Schon Humphrey Bogart hat in diesem Filmklassiker den Zauber in den Augen seiner Filmpartnerin gesucht. Erkennen Sie die Begeisterung in den Augen Ihrer Mitarbeiter? Strahlen Ihre Mitarbeiter Herzlichkeit aus, die sich auf die Kunden überträgt? Dann sind Sie und Ihr Team unschlagbar!

Andere geben sich leider mit dem Durchschnitt zufrieden und befürchten wohl: bei Anruf Auftrag. Ein Gast plant einen Event und erkundigt sich in einem Viersternehotel nach der Seminarabteilung. «Die Mitarbeiter sind gerade in der Pause», erfährt der Gast. Er soll in 30 Minuten nochmals anrufen. Sein Anruf nach 45 Minuten ist wieder erfolglos. Was passiert wohl im Gehirn des Gastes, wenn ihm zum zweiten Mal gesagt wird: «Die Mitarbeiter sind noch nicht zurück, rufen Sie bitte später nochmals an.» Er ist verärgert, hat innerlich bereits Abstand genom-

men und hat auch nicht zurückgerufen. Ein möglicher Auftrag wurde in seinem Keim erstickt. Dieser potenzielle Gast erscheint in keiner Statistik der Kundenzufriedenheit. Dem Hotel entgingen eine grössere Summe sowie mögliche Weiterempfehlungen. Service Excellence ist eine innere Haltung und beinhaltet zuvorkommendes Handeln. Kunden lassen sich eben meist nur über einen exzellenten Service gewinnen und halten. Geschäftsbeziehungen sind wie Partnerschaften. Sie leben von Emotionen. Die emotionale Komponente beim Kundenkontakt niemals ausser Acht lassen! Produkte sind austauschbar. Es gilt umso mehr, attraktiv zu sein – mit der eigenen Persönlichkeit, der Herzlichkeit und der Kompetenz die Einzigartigkeit des Gastes zu erkennen und in ihm positive Emotionen zu wecken. Das wahre Machtzentrum des Menschen ist sein limbisches System. Unbewusst steuert dieses Emotionshirn mehr als 80 % unserer täglichen Entscheidungen. Deshalb sind achtlose 08/15-Abläufe möglichst zu vermeiden und einzigartige Erlebnisse zu vermehren.

Haben Sie bereits im Fokus, Ihre besonderen Leistungen verstärkt herauszuarbeiten und den Servicegedanken mit Herz zu kultivieren? Service Excellence ist der Wettbewerbsvorteil, der sich nachhaltig verteidigen lässt und nicht so rasch kopiert wird. Dem Gast nahe sein. Begegnen Sie ihm auf Augenhöhe und lesen ihm seine Bedürfnisse von den Augen ab? Kunden fühlen sich willkommen, wenn sie ein zuvorkommendes Umfeld finden. Diese bewusste Achtsamkeit und die herzliche Haltung zum Dienen mit Begeisterung gilt es zu trainieren.

Gut, so cool wie Humphrey Bogart kann das keiner rüberbringen. Seien Sie gewiss, Ihr Gast wird das Funkeln in Ihren Augen auch ohne den bekannten Satz erkennen. Augen sind der Spiegel unserer Seele. Humphrey Bogart wusste, wie man beeindruckt. Ahnte er auch, was man in den Augen alles lesen kann?



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

Weiterbildung aktuell

Unser Weiterbildungsangebot
finden Sie hier:
[www.hotelleriesuisse.ch/
weiterbildung](http://www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung)



Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

Direkte Online-Erfassung unter:
www.htr.ch/jobdispo
htr hotel revue - 031 370 42 42 / 77

Hotelfinden! Sie haben die Wahl.



www.swisshotels.com



AGENDA

10. Januar

«Input: Professioneller Umgang mit Hotelbewerungen» im Romantik Hotel Stern, von hotellerieuisse, Chur

www.hotellerieuisse.ch/Kurse

10.–11. Januar

«Zertifizierungskurs, SCAE Barista, Level I», vom Berufsverband Restauration, St. Gallen

www.hotelgastrounion.ch

22.–23. Januar

«Tourismus, ganz natürlich, Modul I» bei SANU future Learning, von hotellerieuisse, Biel

www.hotellerieuisse.ch/Kurse

23. Januar

«Home Barista», Grundkurs, vom Berufsverband Restauration, St. Gallen

www.hotelgastrounion.ch

31. Januar

Impulstag «Berufsprüfung Bereichsleiter/-in Hotellerie-Hauswirtschaft», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, Weggis

www.hotelgastrounion.ch

18.–19. Februar

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Stufe», im Hotel Cascada, Luzern

www.hotellerieuisse.ch/Kurse

BUCHTIPP

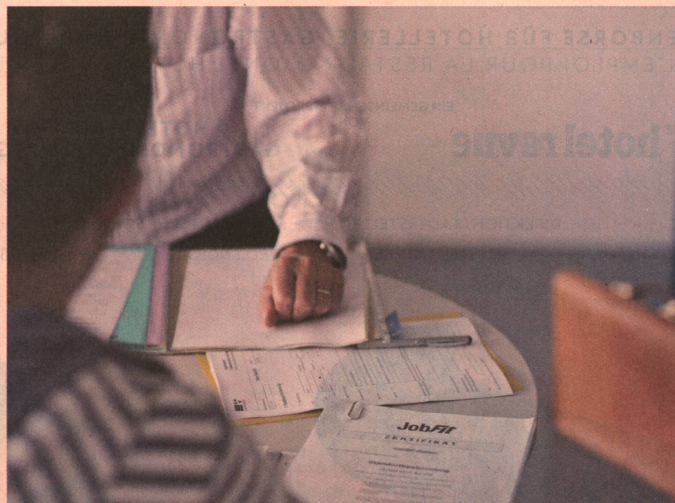


WIE SIE DIE RICHTIGEN MITARBEITENDEN FINDEN

Die erfolgreiche Rekrutierung guter Kandidaten und Kandidatinnen bei Stellen mit hohen Qualifikationsanforderungen gehört zu den Herausforderungen jedes Unternehmens. Faktoren wie demografischer Wandel, sinkendes Ausbildungsniveau und geringere Loyalität der Mitarbeiter werden diese Situation in Zukunft noch verschärfen. Daher sind ein professionelles Bewerbermarketing und wirksame Bewerberinterviews zukünftig matchentscheidend. Mit diesem Ratgeber sind Sie über die grundlegenden Trends im Bewerbermarketing informiert und wissen, wie ein Bewerberinterview vorbereitet, organisiert und bis zum Einstellungsentscheid durchgeführt wird. Im Buch gibt es auch einen Fragekatalog mit 500 Fragen für das Bewerberinterview.

«Erfolgreich rekrutieren», Business Books, von Hermann Arnold/Thomas Wächter

ISBN 978-3-297-02037-1 – CHF 68.00



KEYSTONE

WÄHLEN SIE IHRE REFERENZEN RICHTIG AUS

Als persönliche Auskünfte werden Referenzangaben von Arbeitgebern oft wichtiger gewertet als Arbeitszeugnisse. Durch die Angabe richtiger Referenzen können Sie den Bewerbungsprozess positiv beeinflussen.

Referenzankünfte ehemaliger Arbeitgeber(innen) werden in der Praxis häufig gewichtiger bewertet als Formulierungen in einem Arbeitszeugnis. Wie weit ehemalige Arbeitgeber(innen) jedoch berechtigt (bzw. verpflichtet) sind, Referenzankünfte zu erteilen, ist umstritten. Denn weder im Arbeitsvertragsrecht noch im neuen Datenschutzgesetz (DSG) existieren Normen, die das Erteilen von Referenzankünften klar und eindeutig regeln. Grundsätzlich gilt: keine Auskunft ohne Einwilligung der Stellenbewerber(innen).

GESETZLICHE REGELUNGEN IM ARBEITSVERTRAGSRECHT UND IM OBLIGATIONENRECHT (OR)

Art. 328 OR

Schutz der Persönlichkeit des Arbeitnehmers im allgemeinen (Fürsorgepflicht des Arbeitgebers)

Art. 328b OR

Schutz der Persönlichkeit des Arbeitnehmers bei der Bearbeitung von Personendaten

Art. 330a OR

Zeugnis (insbes. Abs. 2: Selbstbestimmungsrecht des Arbeitnehmers)

Bei Referenzankünften stehen häufig «besonders schützenswerte Personendaten» oder ein «Persönlichkeitsprofil» im Zentrum des Interesses. Diese werden in Art. 3 DSG definiert:

Besonders schützenswerte Personendaten

- Religiöse, weltanschauliche, politische oder gewerkschaftliche Ansichten oder Tätigkeiten
- Gesundheit, Intimsphäre und Ethnie
- Massnahmen der sozialen Hilfe
- Administrative oder strafrechtliche Verfolgungen

Persönlichkeitsprofil

- Eine Zusammenstellung von Daten, die eine Beurteilung wesentlicher Aspekte der Persönlichkeit der Person erlaubt.
- Bei Referenzen dürfen keine Informationen gegeben werden, die im Arbeitszeugnis nicht erwähnt sind. Arbeitgeber sind an das Arbeitszeugnis gebunden.

INHALTE EINER REFERENZAUSKUNFT

- Potenzielle neue Arbeitgeber beschreiben meistens die neuen Aufgaben der Bewerber(innen) und fragen nach der Ein-

- Stellung der Kandidat(innen) für die neue Stelle
- Arbeitsweise: Qualität/Quantität, Zuverlässigkeit, Initiative
- Stärken/Schwächen
- Charaktereigenschaften, die beruflich relevant sind
- Teamverhalten, Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und Vorgesetzten
- Austrittsgrund
- Frage nach Wiedereinstellung

Stellenbewerberinnen und Stellenbewerber sollen zwei bis vier Referenzpersonen angeben, die stellenrelevante Auskünfte geben können. Dabei soll das Referenzblatt alle Angaben enthalten, damit potenzielle Arbeitgebende einfach und schnell mit den Referenzpersonen in Kontakt treten können.

Da die Referenzen wie schon erwähnt für viele potenzielle Chefs die wichtigste Grundlage für eine Entscheidung sind, müssen Sie sich gut überlegen, wen Sie als Referenz angeben. Ihre Referenzpersonen sollten vorteilhaft und adäquat Auskunft über Sie geben. Überlegen Sie sich, wer dafür in Frage kommt:

- Ehemalige Vorgesetzte: Personalverantwortliche, Geschäftsführer, Abteilungsleiter ...
- Gegebenenfalls alternative Personen, die glaubwürdig und aussagekräftig bewertungsrelevante Auskünfte geben können (aus Vereinen, Mandatsverhältnissen, Kunden ...).
- Personen, die Sie kennen und Ihre Arbeitsweise sowie Ihr Verhalten beschreiben können.
- Personen, die über relevante Aufgabengebiete berichten können.

Bevor Sie jemanden als Referenz angeben, müssen Sie bei der Person nachfragen, ob sie bereit ist, eine Referenzankunft über Sie zu geben. Fragen Sie auch, was die Person über Sie aussagen wird. Die Referenzpersonen müssen Sie in den Bewerbungsunterlagen anführen. Erstellen Sie dazu ein Referenzblatt folgenden Inhalts: Kopfzeile ist identisch mit dem Lebenslauf. Überschrift und Text haben dieselbe Formatierung wie im Lebenslauf. Die Referenzen sind aufgelistet mit den Angaben: Name, Firma, Ort, Funktion (evtl. Bezug), Telefonnummer, E-Mail-Adresse. Die Daten sind auf Richtigkeit zu prüfen und aktuell (Namen und Telefonnummern kontrollieren).

Mario Gsell

Quelle: New Placement GmbH, Bildungsinstitut und Kompetenzzentrum für Bewerbungsprozesse, 8048 Zürich
www.newplacement.ch

ZITAT DER WOCHE

«Der grösste Sinnesgenuss, der gar keine Beimischung von Ekel bei sich führt, ist, im gesunden Zustande, Ruhe nach der Arbeit»

Immanuel Kant

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich ereignen sich in unserer Branche über 13.000 Berufsunfälle. Das entspricht 78 Unfällen pro 1.000 Vollbeschäftigten. Die dadurch verursachten Kosten bei den Versicherungen belaufen sich auf über 41 Millionen Schweizer Franken. Die Betriebe werden zusätzlich mit hohen Kosten für Ausfalltage, Ersatzpersonal und Entschädigungen für Überstunden belastet. Deshalb gibt Profil jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

ELEKTRISCHE UND TECHNISCHE EINRICHTUNGEN, UNTERHALT UND GEBÄUDE

Treppen

Gefährdung:

- Verletzungsgefahr durch Stürzen, Ausrutschen und Stolpern

Mögliche Massnahmen:

- Treppen mit umfassbarem Handlauf sichern
- Ab fünf Stufen ist ein Handlauf gesetzlich vorgeschrieben; ab 1.50 m Treppenbreite zwei Handläufe
- Rutschhemmende Beläge, keine nachgebenden Teppiche
- Stufenkanten mit Gummiprofil oder Gleitschutzstreifen versehen
- Auf ergonomisches Stufenverhältnis achten
- Treppenhaus ist freizuhalten, nicht als Abstellfläche oder Lagerraum zu benutzen

Reinigung von Böden und Gebäudeteilen

Gefährdung:

- Allergien, Vergiftungen, Verätzungen durch Reinigungsmittel
- Stürzen, Stolpern, Ausgleiten auf feuchten oder schmutzigen Böden

Mögliche Massnahmen:

- Sicherheitsdatenblätter zentral lagern
- Schutzausrüstung (Handschuhe, Schutzbrille) zur Verfügung stellen
- Reinigungsmittel nur in Originalgebinden aufbewahren
- Böden periodisch reinigen
- Abschnittsweise reinigen und Warnständer verwenden

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

KREUZBERN

hotel/restaurant/kongress

Für unser Dreisterne-Kongresshotel im Zentrum der Stadt Bern mit 103 Zimmern, dem Restaurant Bärenhöfli sowie 9 Seminar- und Banketräumen und unser Partnerhotel Metropole mit 59 Zimmern suchen wir per **1. März 2013** oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Reception (m/w)**Aufgabenbereich**

- operative und administrative Leitung der Reception
- Gästebetreuung
- Mitarbeiterführung, Ausbildung der Praktikanten
- Debitorenverwaltung

Anforderungsprofil

Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, kennen sich aus im Umgang mit anspruchsvollen Gästen und arbeiten gerne in einem Team. Sie haben eine kaufmännische Ausbildung sowie mehrere Jahre Berufserfahrung an der Reception und Erfahrung in einer Kaderposition. Zudem runden sich Ihr Profil durch Zuverlässigkeit, Flexibilität und Motivationsfähigkeit ab. Sie bewahren auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf und sprechen die gängigen Fremdsprachen (D/E/F).

Wir bieten

Bei uns erwarten Sie eine interessante und verantwortungsvolle Aufgabe, überdurchschnittliche Sozialleistungen und viel Abwechslung in einem lebhaften Stadthotel.

Ihre Bewerbungsunterlagen (mit Bild) senden Sie bitte an:

Hotel Kreuz Bern AG

Susanne Gfeller, Direktionsassistentin
Zeughausgasse 41, 3011 Bern, Tel. 031 329 95 95
E-Mail: gfeller@kreuzbern.ch Homepage: www.kreuzbern.ch

24889-9490



Die Matterhorn Gotthard Bahn ist Teil der an der Schweizer Börse kotierten BVZ Holding AG zu der auch die internationalen Top Brands „Glacier Express“ und „Gornergratbahn“ gehören. Zur Ergänzung unseres Teams im Unternehmensbereich Marketing und Vertrieb bieten wir einer initiativen Persönlichkeit in **Brig** eine abwechslungsreiche Stelle als

Sales Manager/in

Werden Sie Teil unserer Erlebnisbahn und vermitteln Sie unseren Kunden unvergessliche Momente und Eindrücke einer Reise durch die Alpen.

Ihr Aufgabengebiet

- Erarbeitung und Umsetzung einer Marktbearbeitungsstrategie für die gesamte Produktpalette der Unternehmensgruppe
- Etablierung eines professionellen Sales Management (B2B und B2C)
- Akquisition und Weiterentwicklung von Key Accounts
- Planung und Durchführung von Verkaufsaaktionen mit Partnern und Kundenveranstaltungen
- Regelmässige Analyse der Verkaufszahlen und deren proaktive Steuerung zur Umsatzsteigerung

Unsere Erwartungen

- Kaufmännische Ausbildung oder Studium in Betriebswirtschaft mit einer Weiterbildung in Marketing und Vertrieb
- Mehrjährige Berufserfahrung in der Bahn- oder Tourismusbranche
- Internationale Marketingenerfahrung
- Ausgeprägte Kommunikationsstärke sowie Ziel- und Ergebnisorientierung
- Interkulturelles Verständnis und internationale Reisebereitschaft
- Fremdsprachenkenntnisse in Englisch/Französisch sowie von Vorteil in Italienisch/Spanisch

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Kurt Kimmig, Leiter Personal, 027 927 71 90, gerne zur Verfügung.

Ihre Bewerbung senden Sie **bis zum 5. Januar 2013** elektronisch oder schriftlich an die untenstehende Adresse.

Matterhorn Gotthard Bahn

Personal
Bahnhofplatz 7
3900 Brig

personal@mgbahn.ch | www.mgbahn.ch

24907-9507

Hotel-Resort mit grossen Plänen für die Zukunft!

Rund 140 Zimmer, grosszügige Bar, à la carte-Restaurant, sehenswerte Wellnessanlage, Sauna, Wasserwelt mit Innen- und Aussenbad, Fitnessraum, eigene Tennisplätze, Minigolf und vieles mehr stehen für lebendigen Ferienspass und Gemütlichkeit für Familien und zahlreiche Stammgäste aller Altersstufen. Tradition und Moderne bilden einen ausgewogenen Mix. Das Ganze an schönster Panoramalage in einer der attraktivsten Deutschschweizer **Premium Resort-Destinationen** wo sich Ambiente, Gemütlichkeit und Life-Style optimal ergänzen. Der wertorientierte, partnerschaftliche Ansatz ist im Unternehmen spürbar.

Pionieraufgabe für organisationsstarke Hospitality-Profis, die sich zusätzlich zum „Tagesgeschäft“ mit der operativen Begleitung eines ständigen Umbauprojekts einbringen wollen. Das beliebte Haus – mit sehr guter Auslastungsrate – wird in mehreren Etappen umgebaut bzw. durch **substanzielle Renovierungen** für die Zukunft fit gemacht! Mit Gastgeberqualitäten, geschickter Führung Ihrer Department Heads in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Sport- & Resort-Facilities sowie mit konsequenter Einhaltung der Plandaten sichern Sie die Erreichung der ambitionierten Ziele.

Hoteldirektor/in

Ein Gastgeberpaar ist ebenfalls denkbar

Sie kommunizieren – auch fremdsprachlich – exzellent auf allen Ebenen, führen mit Kennzahlen sowie Zielvorgaben und haben wertvolle Erfahrungen u.a. in der Ferienhotellerie gesammelt. Eine entsprechend solide Ausbildung in der Hotellerie und betriebswirtschaftlicher Weiterbildung bringen Sie mit. Die CH-Mentalität ist Ihnen bestens vertraut. Weltoffenheit, hohe Servicebereitschaft, **Ausstrahlung**, Authentizität und «Swissness» werden hoch gewichtet. Dass Sie bereits grössere Hotelbetriebe resp. Resorts wirtschaftlich erfolgreich als Direktor oder Direktionspaar geleitet haben, setzen wir voraus.

Der amtierende Hoteldirektor wird sich nächstes Jahr innerhalb der professionell geführten (CH-) Hotelgruppe – **eine gut eingeführte Marke**, die sich dynamisch weiterentwickelt – geographisch verändern, sodass ein reibungsloser Übergang gewährleistet ist. Angedachter Eintritt: April 2013. Trotz saisonaler Struktur sind Sie und Ihr Kaderteam selbstverständlich ganzjährig engagiert. Über die Vorteile und Zukunftspläne, die mit diesem Haus und der aussergewöhnlichen Position verbunden sind, informieren wir Sie gerne in einem persönlichen und vertraulichen Gespräch! Ideal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

24901-9504

Die Wohnbaugenossenschaft IGZZA sucht per sofort oder nach Vereinbarung für das betriebseigene Hotel Kronenhof in 8046 Zürich-Affoltern

zwei Jungköche

mit abgeschlossener Berufsausbildung zur Verstärkung unseres Küchenteams

sowie

eine Réception-Mitarbeiterin

mit abgeschlossener Lehre und D-, E-, F-Sprachkenntnissen sowie MS-Office-Erfahrung

Wir bieten interessante Arbeitsplätze mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen.

Gerne erwarten wir Ihre schriftlichen und vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Initiativgenossenschaft
Zentrum Zürich-Affoltern
c/o Schädeli Gartenbau
Küggelloostrasse 39
8046 Zürich

24793-9457

Wir suchen Sie!

Als Gastgeber/Restaurationsleiter ... für neues Restaurationskonzept in der Region Bern per 1. August 2013!

Was bringen Sie mit?

- Aktive Gästebetreuung und ein gutes Dienstleistungsverständnis sind Ihnen vertraut
- Sie fühlen sich in der Rolle als Gastgeber und Repräsentant in einem Restaurant/Lounge wohl
- Sie sind eine Persönlichkeit mit deutscher Muttersprache und guten Umgangsformen
- Sie bringen eine abgeschlossene Berufslehre im Service mit und haben eventuell eine höhere Ausbildung als Restaurationsleiter absolviert
- Erfahrung in Mitarbeiterführung und hohe Sozialkompetenz

Was bieten wir?

- Top-Infrastruktur
- Faire Entlohnung und gutes Team
- Planen, mitwirken und Ideen einbringen ist stark erwünscht
- Lokalität mit 40 Lounge-Plätzen und 120 Restaurationsplätzen
- Diverse Bankette und Events und Caterings

Wir suchen Sie!

als jungen kreativen Küchenchef ... für neues Restaurationskonzept in der Region Bern per 1. August 2013 oder nach Vereinbarung

Was bringen Sie mit?

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch und allfällige Weiterbildung zum Gastronomiekoch
- Freude am Kochen, kreativ und kostenorientiert
- Erfahrung in Mitarbeiterführung und hohe Sozialkompetenz

Was bieten wir?

- Gute Kücheninfrastruktur, tolles Konzept in der Region Bern
- Faire Entlohnung und tolles Team
- Mitdenken, mitwirken und Ideen einbringen stark erwünscht
- Lokalität mit 40 Lounge-Plätzen und 120 Restaurationsplätzen
- Diverse Bankette und Events und Caterings

Interessiert?

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!

Bewerbungen mit Lebenslauf und Zeugnissen senden Sie bitte unter Chiffre 24888-9497 an htr.hotelrevue@monbijoustrasse.ch, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

24888-9497

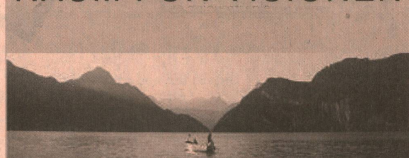
Kochen ist Ihre Passion

Côte d'Azur am Zürichsee

Jobcode hoteljob.ch: J55358

Gastrolac Resto GmbH
Seestrasse 493, 8038 Zürich
044 481 63 83, seerose@inning.ch

24893-9500

RAUM FÜR VISIONEN

Als Gästehaus der Eidgenossenschaft gehören wir seit einhundert Jahren zu den besten Adressen der Luxus-hotellerie, und das nicht allein für unsere Gäste, sondern auch für Sie. Heute pflegen wir unsere Traditionen, echte Gastfreundschaft und das permanente Streben nach Perfektion in der Collection mit vier führenden Häusern der Schweiz.

Wir bieten einen innovativen, einzigartigen Arbeitsort mit Potenzial für eine engagierte, initiativ Persönlichkeit als:

Vizedirektor (m/w)

ab April 2013 oder nach Vereinbarung

Sie arbeiten eng mit der Direktion zusammen und sind direkt für den F&B-Bereich zuständig.

Diese anspruchsvolle Position verlangt profundes Fachwissen mit Erfahrung im F&B-Bereich, einen Hotelfachschulabschluss, gute Kenntnisse der deutschen, französischen und englischen Sprache, Führungserfahrung in der Fünf-Stern-Hotellerie, unternehmerisches Denken sowie Freude, unser innovatives Unternehmen stetig weiterzuentwickeln. Ausserdem sind Sie eine frontorientierte, kreative, flexible und belastbare Persönlichkeit mit einer lösungsorientierten Arbeitsweise.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.



BELLEVUE PALACE
Bern

Kochergasse 3-5, 3000 Bern 7
Urs Bühler, Direktor, Telefon 031 320 45 45
direktion@bellevue-palace.ch, www.bellevue-palace.ch



VICTORIA-JOHNSON COLLECTION



24843-9475



NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

Kompetente Journalisten und Journalistinnen schreiben für Sie in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften über Aktualitäten und ihre Hintergründe. Damit Sie besser informiert sind und sich eine eigene Meinung bilden können. Bestellen Sie jetzt per Mausclick ein Probeabo Ihrer gewünschten Zeitung oder Zeitschrift und den Tierkalender auf www.presseabo.ch und mit etwas Glück gewinnen Sie CHF 10'000.- in bar oder Einkaufskarten von Coop City im Gesamtwert von CHF 40'000.-. **Ihre Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.**



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

Wir suchen: begeisterten Gastgeber

- **Leiter Hotels & Gastronomie**
- **Mitglied der Geschäftsleitung der PILATUS-BAHNEN AG**
- **Chef von 70 Mitarbeitenden**

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:
PILATUS-BAHNEN AG – André Zimmermann, CEO
 Schlossweg 1 – 6010 Kriens – Telefon 041 329 11 21

Weitere Infos unter www.pilatus.ch



Sunneziel

Seniorenzentrum Sunneziel, Meggen

Wir suchen versierte/n

Koch/Köchin

Weitere Informationen unter
www.sunneziel.ch



24756-9439

T SCHOLL

TREUHAND + REVISIONEN

Berghaus Foppa AG, Flims

Gesucht auf Sommer 2013
 nach Vereinbarung

Gerantenpaar

Betrieb mit Sommer- und
 Wintersaison (Jahresstelle)

Bedientes Restaurant

Gepflegte Küche / Abendgeschäft

Sie sind der Koch, der auch in
 einem hektischen Betrieb die
 Übersicht behält. Ihre Frau/
 Partnerin ist die gute Gastgeberin
 und Sie fühlen sich angesprochen,
 eine abwechslungsreiche Position
 einzunehmen.

Dann schicken Sie Ihre schriftliche
 Bewerbung mit den kompletten Unter-
 lagen und Fotos an:

Tscholl Treuhand + Revisionen, Chur
 Telefon 081 257 07 60
www.tscholl-treuhand.ch

24754-9438

Auf März, April 2013 gesucht

Stv. Betriebsleiter & Chef de Service

Jobcode hoteljob.ch: J55428

Hotel Weisses Kreuz
 Marktplatz 15 3250 Lyss
 032 387 0740 leuenberger@kreuz-lyss.ch

24919-9212



SORELL HOTELS
 SWITZERLAND

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 17 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.

Zur Ergänzung unseres Teams am

Hauptsitz

Flüelästrasse 51, 8047 Zürich

suchen wir für die 17 Hotels der Sorell-Gruppe einen

Sales Manager (w/m)

Ihre Aufgabe: Zu Ihren Hauptaufgaben gehören die Organisation und Durchführung von Verkaufsaktivitäten mit dem Ziel, Seminar- und Kongresskunden zu akquirieren und die Anzahl der Coporate-Verträge zu steigern. Zudem unterstützen Sie den Sales Director bei diversen Salesprojekten, schreiben und erstellen Offerten sowie Gruppenverträge und erledigen weitere administrative Aufgaben. Bei Kundenanlässen vertreten Sie die Sorell Hotels vor Ort, übernehmen Vertragsverhandlungen und pflegen kontinuierlich den Kundenstamm.

Ihr Profil: Sie können den Abschluss einer Hotel- oder Tourismus-fachschule oder einer gleichwertigen Ausbildung vorweisen und haben bereits Erfahrung in ähnlicher Funktion gesammelt. Sie sind ein Verkaufstalent und stilischer in Deutsch, Französisch und Englisch. Zudem haben Sie Freude an der Entwicklung von neuen Ideen und setzen Verbesserungen von bestehenden Dienstleistungen und Produkten um. Sie sind in der Lage, relevante Trends frühzeitig einzuschätzen und verfügen über einen offenen, extrovertierten Kommunikationsstil.

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 oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland
 ZFV-Unternehmungen
 Flüelästrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
 T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

24909-9508



Schweizer
 Paraplegiker
 Zentrum

Der Mensch im Mittelpunkt

Das Schweizer Paraplegiker-Zentrum (SPZ) Nottwil ist ein Akutspital sowie eine Spezial- und Rehabilitationsklinik für Patienten mit Querschnittslähmung und Wirbelsäulenleiden. Dem SPZ sind eine Schmerzklinik und ein sportmedizinisches Zentrum (Swiss Olympic Medical Center) angegliedert.

Täglich führt unsere Gastronomie zahlreiche Anlässe und Bankette für bis zu 900 Personen durch. Neben den individuellen Gästen im öffentlichen Selbstbedienungsrestaurant bedient sie 140 Patienten und über 1000 Mitarbeitende.

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung eine erfahrene und ausgezeichnete Persönlichkeit als

Leiter/in Selbstbedienungsrestaurant (100 %)

Hauptaufgaben

- Personelle Führung der rund 15 Mitarbeitenden im Selbstbedienungsrestaurant
- Aktive Gastgeberrolle im Selbstbedienungsrestaurant
- Stellvertretung des Bankettleiters
- Erstellen der Arbeitspläne und Zeitabrechnungen
- Aktive Pflege der Schnittstellen zur Küche
- Weiterentwicklung des Qualitätsmanagements
- Kassenabrechnung und -programmierung

Anforderungsprofil

Wir suchen eine vernetzt denkende und erfahrene Führungspersönlichkeit, die das Selbstbedienungsrestaurant selbstständig, verantwortungsbewusst und mit hohem Qualitätsverständnis leitet und sich als Gastgeber/in mit einer hohen Dienstleistungsbereitschaft auszeichnet. Sie arbeiten gerne aktiv an der Front und nehmen Einfluss im Tagesgeschäft. Als Teamplayer überzeugen Sie durch Ihre Sozialkompetenz. Administrative sowie organisatorische Tätigkeiten sind für Sie ein willkommene Abwechslung.

Wir erwarten eine solide Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie sowie mehrjährige Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie. Gängige Computerprogramme sowie das Kassensystem Micros sind Ihnen vertraut. Als belastbare und innovative Gastgeberpersönlichkeit mit deutscher Muttersprache bewahren Sie auch in einem hektischen Umfeld die Übersicht und setzen sich jederzeit für die Zufriedenheit des Gastes ein. Sie sind bereit, Dienste auch abends und am Wochenende zu leisten. Unser Restaurant ist täglich von 07.00 Uhr bis 22.30 Uhr geöffnet.

Angebot

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und herausfordernde Stelle in einem interessanten Umfeld mit moderner Infrastruktur. Das SPZ zeichnet sich zudem durch attraktive Anstellungsbedingungen aus.

Zusätzliche telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Jean-Luc Rohner, Leiter Hotellerie, Tel. 041 939 57 57.

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an Anna Krummenacher, HR-Assistentin, 6207 Nottwil, Telefon 041 939 57 89, anna.krummenacher@paranet.ch



Schweizer Paraplegiker-Zentrum | Human Resources | Guido A. Zäch Strasse 1 | CH-6207 Nottwil
 T +41 41 939 54 54 | spz@paranet.ch | www.paranet.ch
 Ein Unternehmen der Schweizer Paraplegiker-Stiftung

Haus- und Anlassbetreuung

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung für die Betreuung und Bewirtschaftung unseres Gesellschaftshauses am Löwengraben in der Luzerner Altstadt eine

Fachkraft (35- bis 60-jährig)

Zu Ihren Aufgaben gehören:

- Unterhalt des Hauses
- Leitung/Mithilfe bei der Durchführung von Anlässen
- Präsentation der Räume an interessierte Mieter
- Erstellen der Abrechnung für geleistete Arbeit usw.

Für diese anspruchsvolle Teilaufgabe sind Erfahrung im Service/Restaurantsbetrieb und Kenntnisse in der Erledigung kleinerer administrativer Arbeiten von Vorteil. Vorzugsweise ein ehemaliges Wittepaar.

Grosszügige 4-Zimmer-Wohnung mit privatem Garten und Parkplatz kann in unserem denkmalgeschützten Haus zur Verfügung gestellt werden.

Sind Sie interessiert? Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen, Zeugnisse, Foto und Referenzangaben an:

Contario AG, Zinggertorstrasse 4, 6000 Luzern 6
r.loetscher@contario.com / 041 419 30 33

24854-9476



Arbeiten beim Milestone-Gewinner in Zürich

Project Manager 100% (m/w)

Leiten Sie spannende Projekte rund um unser innovatives Gutscheinsystem E-GUMA und arbeiten Sie mit führenden Betrieben aus der Hotellerie zusammen.

Ihr Profil:

- Abgeschlossene Ausbildung (Hotelbranche, KV, usw.)
- Muttersprache Deutsch, gute Französisch- und Englisch-Kenntnisse
- Kommunikationsfähigkeit, Freude am Umgang mit Kunden
- Gute PC-Anwender-Kenntnisse, Erfahrung mit Hotel- und Buchhaltungssoftware von Vorteil
- Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Organisationsfähigkeit, Umgang mit Termindruck, Freude neues zu lernen

Mehr Informationen: www.e-guma.ch/jobs
 Bewerbung per E-Mail an: m.gerber@e-guma.ch
 Idea Creation GmbH • 8003 Zürich • 044 500 54 00

24904-9505

Wir suchen per 1. Januar 2013 oder nach Übereinkunft: einen

motivierten Jungkoch (m/w) sowie einen Chef de partie

Ihre Aufgaben sind:

- Mitverantwortung bei der Ausbildung der Kochlernenden
- Mithilfe beim Lebensmitteleinkauf
- Übernahme der Tagesleitung auf einem Posten
- Mitverantwortung bei der Umsetzung der Küchenhygiene
- Unterstützung bei der Menuplanung

Wir erwarten:

- abgeschlossene Berufsausbildung
- selbstständiges, zuverlässiges und sauberes Arbeiten
- Teamfähigkeit und Loyalität

Wir bieten:

- ein vielseitiges, interessantes Aufgabengebiet
- ein junges motiviertes Küchenteam
- selbstständiges Arbeiten
- geregelte Arbeitszeiten
- Personalzimmer
- Weiterbildungsmöglichkeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann zögern Sie nicht lange und schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Gasthof zum Kreuz
Tschannen Peter
Hauptstrasse 7
3033 Wohlen bei Bern
031 829 11 00
www.kreuzwohlen.ch

Adresse:
Hauptstrasse 7
CH-3033 Wohlen BE

24810-9000

Unser Leitbild zeigt Richtung Berner Spezialitäten

Sind Sie die/der motivierte, interessierte und initiative



Chef de Partie – Sous-chef (CH)

die/der unsere Küchenbrigade (7 Personen) unterstützt, um dieses Ziel zu erreichen? Ab Mitte Januar 2013 oder nach Übereinkunft gehören Teamfähigkeit, Belastbarkeit sowie Kreativität zu Ihrem verantwortungsvollen und abwechslungsreichen Aufgabenbereich.

Sie haben eine abgeschlossene Kochlehre, Freude am Kochen und sind ein Teamplayer.

Wir verwöhnen unsere Gäste mit einer saisonalen, frischen, leichten, fantasievollen und attraktiven Küche.

Wir und unser Küchenchef Sandy Schnetzer freuen uns, Ihnen unseren heimeligen Landgasthof, die moderne, offene, gut eingerichtete Küche sowie unsere einatzfreudigen Mitarbeitenden vorstellen zu dürfen.

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie Ihre Bewerbung an:

B. & O. Gerber-Führer
Alte Bernstrasse 11, 3322 Schön bühl
E-Mail: info@gasthof-schoenbuehl.ch

24845-9481

Wir suchen für unseren lebhaften Betrieb

Restaurationsfachfrau/mann

Hotel Höfli Altdorf AG
6460 Altdorf UR,
041 875 02 75, flora@hotel-hoeffli.ch

24897-9406

SVIZZERA ITALIANA



Il Grand Hotel Eden, albergo 5 stelle, situato in riva al lago a Lugano-Paradiso, dispone di 115 camere, centro benessere e sale conferenze che possono accogliere fino a 300 ospiti, cerca a partire da marzo 2013:

GOVERNANTE

Requisiti richiesti:

Comprovata esperienza pluriennale in alberghi analoghi, buona conoscenza delle lingue nazionali e inglese, spiccate e ottime capacità organizzative, senso dell'ospitalità e cura del dettaglio, autonomia, una buona capacità di comunicazione, attitudine alla gestione del personale, flessibilità, predisposizione ai rapporti interpersonali per la motivazione del proprio reparto Housekeeping e buon utilizzo del sistema informatico Fidelio.

Gli interessati, in linea con il profilo richiesto, sono pregati di inviare un dettagliato C.V. allegando foto e certificati di lavoro a:

Direzione
Grand Hotel Eden
Riva Paradiso 1
6900 Lugano

Oppure a: personale@edenlugano.ch

24896-9502

SUISSE ROMANDE



Le Service propreté et hygiène rattaché au Département logistique hospitalière du CHUV a pour mission de garantir la propreté et l'hygiène des surfaces exploitées, d'assurer l'approvisionnement du linge, des uniformes et la gestion des vestiaires, ainsi que de délivrer des prestations hôtelières pour les logements du personnel et des accompagnants.

Afin de compléter l'équipe de cadres du service pour conduire l'équipe en charge des zones publiques, nettoyages à fonds et évacuation des déchets nous recherchons un ou une :

Chef-fe de secteur

Dans cette fonction à dimension transverse, vous serez secondé par un adjoint et trois responsables d'équipe pour gérer un team masculin d'une soixantaine de collaborateurs. Leurs horaires de travail sont irréguliers et couvrent des activités de jour, nuit, week-ends et jours fériés.

Activités principales :

- Assurer la qualité des prestations et la satisfaction des clients dans le secteur attribué.
- Conduire son personnel et favoriser son développement.
- Assurer la diffusion de l'information et favoriser la communication au sein du secteur.
- Suivre les ressources financières attribuées.
- Participer activement aux différents projets.

Exigences du poste :

- Diplôme d'une école hôtelière ou titre jugé équivalent.
- Expérience professionnelle de 6 ans dans une fonction similaire dans le milieu hospitalier, hôtelier ou "facility management" avec conduite de projets.
- Capacité de synthèse, sens de l'organisation et de la planification, goût pour le travail en équipe, la communication, la négociation et l'ouverture à la nouveauté.
- Parfaite maîtrise du français ainsi que connaissance d'une deuxième langue.
- Maîtrise des outils informatiques (Word, Excel, etc.).

Renseignements : Mme S. Hanhart, cheffe de service,
tél. 021 314 18 80

Délai de postulation : 4 janvier 2013

Département logistique hospitalière du CHUV
Ressources humaines, réf. 2214
Mont-Paisible 18 - 1011 Lausanne

Visitez notre site : www.chuv.ch - rubrique emplois

24823-6515



Die Krone – der Treffpunkt für Geniesser im Herzen von Thun mit mehreren Restaurants, einer Lounge, 31 Hotelzimmern, Bankett- und Seminarbereich und einmaliger Terrasse direkt an der Aare.

Nach Abschluss unseres Küchenumbaus starten wir kommenden Frühling mit einem neuen Restaurantkonzept. Wir suchen daher per 1. März 2013 oder nach Vereinbarung folgende Fachkräfte:

SOUS-CHEF DE CUISINE (m/w) 100 %

Sie lieben die Zubereitung von Fleisch und sind motiviert, eine Neueröffnung mitzugestalten. Sie sind ein Teamplayer, der hektische Situationen überlegt und ruhig meistert. Den Küchenchef unterstützen Sie bei der Führung der rund zehnköpfigen Brigade und Sie können jeden Posten selbstständig führen.

RESTAURATIONSFACH-ANGESTELLTER (m/w) 100 % Jahres- oder Saisonstelle

Sie verfügen über Erfahrung im à-la-carte-Service und haben Spass am lebhaften Terrassengeschäft im Sommer. Sie verständigen sich mündlich nebst Deutsch in Englisch und/oder Französisch und überzeugen als charmanter, qualitätsbewusster Gastgeber unsere anspruchsvolle Kundschaft.

Fragen zu den Stellen? Bruno Carizzoni, Direktor, oder Manuela Kohli, Direktionsassistentin, stehen für Ihre Fragen unter 033 227 88 88 gerne zur Verfügung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder Mail an direktion@krone-thun.ch. Wir freuen uns auf Sie!

Krone

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

24885-9501

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Gastronomie,
Hotellerie und
Tourismus



STELLENVERMITTLUNGEN

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

20096-9573

www.hotelleriesuisse.ch

Unser gemeinsames Berater Netzwerk –
für Ihren unternehmerischen Erfolg

Auf unserer Website unter:
Partner/Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse.ch
Swiss Hotel Association

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit Behinderung. Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken. Und mit einer Spende Ferien schenken.

PC 40-1855-4

www.denkanmich.ch



GASTRO SUISSE
Für Hotellerie und Restauration

Fantasia
Fantasie
für die Frau

Perpetuum, Oberstdorf, seit 1982

6. bis 10. Januar 2013, Arosa
Anmeldung: www.gastro-suisse.ch

21039-8705

Das Intensivseminar

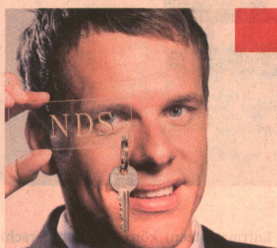
GASTRO SUISSE

Der Rezeptionskurs
Professioneller Gästeempfang im Hotel

Termine: berufsbegleitend
Start Frühling: Montag, 8. April 2013
Start Herbst: Mittwoch, 4. September 2013

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 www.gastro-suisse.ch

21038-8702



Durchblick

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Hotel & Gastro formation
by Hotel & Gastro Union
Gastgewerbe
Hotellerie

Planen Sie Ihre Karriere mit uns

Wir führen Sie zu eidgenössischen Fachausweisen und Diplomen

- **Lehrgang auf die Berufsprüfungen für**
 - Chef de Réception
 - Chefkoch/köchin
 - Bereichsleiter/in Restauration
 - Bereichsleiter/in Hotellerie-Hauswirtschaft

Beginn März/April 2013

Profitieren Sie von Vergünstigungen durch den Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe.

- **Ausbildungskurse für Berufsbildner/in (Lehmeisterkurse)**
5 x jährlich: Januar, April, Juni, September, Dezember

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

| **Hotel & Gastro formation** | Eichstrasse 20 | 6353 Weggis
| Telefon +41 (0)41 392 77 09 | Fax +41 (0)41 392 77 70
| hbg@hotelgastro.ch | www.hotelgastro.ch

24897-9503

Gesucht: Windlicht Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union
Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

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

Hotellerie* Gastronomie Verlag
Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG
Barbara König
Philipp Bitzer
Michael Gollong

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

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

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

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

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

via Hotellerie* 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
inserate@immoprofil.ch

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

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

Aus- und Weiterbildung
Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

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

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

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

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

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

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

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

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

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

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



KEYSTONE

HYGIENISCHE MATRATZEN

Nur porentief reine Matratzen mit individuellem Liegekomfort bürgen für hohe Schlafqualität.

Wahlkampfplakate bilden oft das Gesicht eines Politikers ab, weil viele Wähler ihre Stimme aufgrund ihrer Sympathie für eine Kandidatin oder einen Kandidaten abgeben. Wir Menschen beurteilen die Sympathie am schnellsten über das Gesicht unseres Gegenübers. Wie skandinavische Forscher herausgefunden haben wollen, spielt dieser Effekt vor allem bei regionalen Wahlen eine Rolle: «Das Äussere spielt dann eine grössere Rolle, wenn der Kandidat relativ unbekannt ist.» (Quelle: welt.de) Eine seriöse Beurteilung der Fähigkeiten und Überzeugungen der Politikerin bzw. des Politikers ist das allerdings keineswegs. Diese visuelle Beurteilung wenden wir in verschiedenen Bereichen unseres Alltags an. Auch im Hotel ist ein sauberes Zimmer entscheidend für den ersten guten Eindruck. Dieser kann allerdings leicht täuschen. Denn oberflächliche Sauberkeit lässt nicht auf

gründliche Hygiene schliessen. Gerade die Matratze entzieht sich unter dem Laken, Duvet, Kissen und der Tagesdecke dem Blick des Gasts. Deren porentiefe Reinheit ist aber – gemeinsam mit dem hohen Komfort – entscheidend für eine hohe Schlafqualität. Hausstaubmilben, Pilzsporen und Bakterien kommen überall vor. Der Mensch kann problemlos mit diesen winzigen Organismen leben, wenn sie nicht in zu hoher Konzentration auftreten. Hat es aber beispielsweise zu viel Milbenkot, reagieren manche Menschen allergisch darauf. Die regelmässige und gründliche Reinigung nicht nur der Bettwäsche, sondern auch des Bettgestells und der Matratze ist die einzige dauerhafte, hygienische Lösung. Dies belegen zahlreiche Untersuchungen über die Hygiene im Bett.

Die heutigen Matratzen eignen sich allerdings kaum für eine mit der Bettwäsche vergleichbaren Reinigung. Die Federkerne in den gleichnamigen Matratzen korrodieren, wenn sie mit Wasser in Berührung kommen. Weitere Matratzentypen (Natur-, Latex-

oder Luftmatratzen) können aus unterschiedlichen Gründen nicht verarbeitet werden. Und nicht jeder Kaltschaum eignet sich für das vollständige Waschen.

Neuerdings gibt es viskoelastische Matratzen, die aus atmungsaktivem Schweizer Mineralschaum hergestellt sind und in speziell für diesen Zweck entwickelten, bis zu 15 Tonnen schweren Trommelwaschmaschinen bei 60 Grad gründlich gereinigt werden können. Je nach der Nutzungsintensität sollte diese Reinigung alle 12 bis 18 Monate geschehen. Dadurch lässt sich eine Matratze für etwa 15 Jahre uneingeschränkt einsetzen.



Philipp Hangartner
Geschäftsführer
SWISSFEEL AG
www.swissfeel.com

Historischer Landgasthof

Raum Freiburg/Brsg., sehr guter ÖPNV
(5 Min. zu Fuss) und Individualverkehrs-
anschluss (A5-Anschluss 5 km);
Gastraum (45 Pl.), Festsaal (60 Pl.);
Gewölbekeller (90 Pl.), idyllischer
Innenhof, 15 Gästebetten, Parkpl.,
Wirtshaus, brauerei- und ablösefrei,
Grundausstattung vorhanden,
an engagiertes Fachpaar
ab Februar 2013 zu verpachten

Nähere Info unter histLGH@email.de,
bitte mit Angabe der Telefon-Nr.

24912-9511

Das Hotel Montana Disentis steht an traumhafter Lage, gleich neben dem Skigebiet, mit grossartigem Ausblick. Das gepflegte Kleinhotel mit weitläufigem Garten und Aussenpool wird in den nächsten Jahren umfassend renoviert und den Bedürfnissen moderner Gäste angepasst.

Per April 2013 suchen wir einen/e

Pächter/in oder ein Pächter-Paar,

das uns mit Kompetenz und Engagement in dieser spannenden Phase der Neupositionierung und darüber hinaus tatkräftig unterstützt.

Sie sind die geborenen Gastgeber, engagiert und innovativ? Sie haben gute Referenzen und bringen die nötige Ausbildung und Erfahrung mit? Dann sind Sie der Pächter unserer Wahl.

Bitte senden Sie Ihre schriftlichen Unterlagen mit aktuellen Portraitfotos per Post an: Gioni Fry, Via Sursilvana 11, 7180 Disentis oder per E-Mail an: info@mobillas-fry.ch

24772-9448

Zu verpachten

Schlosshotel-Restaurant Salavaux VD

Historisches Schlosshotel, komplett
renoviert, 17 Doppelzimmer, 50
Innen- und 50 Aussenplätze,
Festsaal mit Bühne für 100 Gäste,
Lounge, 5-Zimmer-Wohnung, 50
Parkplätze, parkartiger Umschwung.

Pacht ab Frühjahr 2013

Dynamics Group AG
Franz Egle Tel. 031 312 28 41

24911-9510

**Bauernfamilien in
Guinea-Bissau stoppen
den umweltschäd-
lichen Phosphatabbau
auf ihrem Land.**

Mit Mut und Ihrer Unterstützung.
Danke, dass Sie per SMS 20 Franken spenden:
Mut 20 an 488.



PC 30-303-5
www.swissaid.ch

SWISSAID
Ihr mutiges Hilfswerk.

Immobilien jetzt auch online unter www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue